



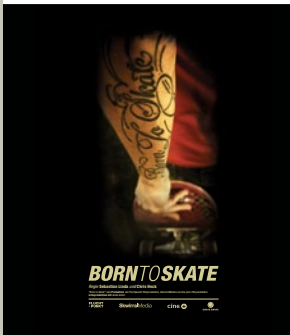
BRANDED ENTERTAINMENT 8. Product Placement Kongress™

21. Oktober 2010 in Stuttgart



©Sony Computer Entertainment Inc. Manufacturers, cars, names, brands and associated imagery featured in this game in some cases include trademarks and/or copyrighted materials of their respective owners. All rights reserved. Any depiction or recreation of real world locations, entities, businesses, or organizations is not intended to be or imply any sponsorship or endorsement of this game by such party or parties.

GRAN TURISMO® 5
THE REAL DRIVING SIMULATOR



Referenten:

Andreas Waldner, WALDNER.TV Entertainment Marketing • **Prof. Stefan Mareien**, Hochschule Nürtingen-Geislingen • **Mike Hess**, Aegis/Carat, New York • **Stefan Kastenmüller**, UFA Brand Communication • **Arnd Benninghoff**, SevenOne Intermedia • **Jan Sebastian Schmalz**, LOCAVI • **Ralph Kienle**, media control GfK • **Dr. Stephan Leitgeb**, Pießkalle & Leitgeb Rechtsanwälte • **Prof. Dr. Johannes Kreile**, Noerr LLP • **Britta Schewe**, GRETE GROTE Internetproduktion • **Claudia Pohl**, Deutsche Telekom 3min.de • **Manfred Auer**, Arrangement Group • **Frank Zazza**, iTVX, New York • **Otto Kettmann**, Kettmann & Partner • **Christof Baron**, Mindshare • **Dr. Ferdinand Froning**, LOCAVI • **Prof. Dr. Oliver Castendyk**, Produzentenallianz • **Thomas Langheinrich**, LFK • **Claus Grewenig**, VPRT

Veranstalter

WALDNER.TV
Entertainment Marketing

Mit freundlicher Unterstützung



interstuhl



Mercedes-Benz

Medienpartner

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WIRTSCHAFT UND MEDIEN

internet
WORLD BUSINESS

MFG Innovationsagentur
für IT und Medien



STUTTGART



Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart

marketing
BORSE
www.marketing-borse.de

Deutscher
IPTV Verband

BRANDED ENTERTAINMENT
ONLINE

Programm

9:30 Begrüßung

Andreas Waldner

WALDNER.TV Entertainment Marketing

Moderation / Vorstellung der Ergebnisse des Product Placement Monitor 2010

Prof. Stefan Mareien

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

9:45 Branded Entertainment/Product Placement in the USA – role model for Germany

Mike Hess, Executive Vice-President (Vortrag auf englisch)

Aegis/Carat, New York

10:15 Content & Marken: Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Markenführung und Content Produzenten

Stefan Kastenmüller, Geschäftsführer

UFA Brand Communication, Berlin

10:45 TV und Internet – ein perfektes Paar

Arnd Benninghoff, Vorsitzender der Geschäftsführung

SevenOne Intermedia, München

11:15 Branded Entertainment und Gaming – am Beispiel der Gran Turismo 5 Kampagne

Jan Sebastian Schmalz

LOCAVI

11:45 Branded Entertainment und Charts - am Beispiel von Parfumcharts (Müller)

Ralph Kienle, General Manager

media control GfK

12:00 Mittagspause

12:45 Agenturbezogene Rabatte und Kickback-Provisionen bei Product Placement

Dr. Stephan Leitgeb

Pießkalle & Leitgeb Rechtsanwälte, München

13:15 Werberechtliche Aspekte von Webisodes

Prof. Dr. Johannes Kreile

Noerr LLP, München

14:00 Charakteristik erfolgreicher Internetformate

Britta Schewe

GRETE GROTE Internetproduktion, Berlin

14:30 "Ist da wer?" – Product Placement für Webisodes/ Web-TV – Eine Herausforderung

Claudia Pohlank

Deutsche Telekom 3min.de, Berlin

15:00 Refinanzierung von Web TV Content: Webisodes und Web TV-Sendungen

Manfred Auer, Geschäftsführer

Arrangement Group GmbH, Radolfzell

15:30 Measuring Web Videos

Frank Zazza CEO (Vortrag auf englisch)

iTVX, New York

16:00 Kaffeepause

16:30 Podiumsdiskussion – Das künftige Product Placement Geschäftsmodell für Deutschland

Moderation: Otto Kettmann, Kettmann & Partner

Christof Baron, COO Mindshare

Dr. Ferdinand Froning, Geschäftsführer LOCAVI

Prof. Dr. Oliver Castendyk, Geschäftsführer Unterhaltung der Produzentenallianz

Thomas Langheinrich, Präsident LFK

Claus Grewenig, stellv. Geschäftsführer VPRT

17:30 Ende

Referenten



Andreas Waldner

Als Inhaber der Entertainment Marketing Agentur WALDNER.TV fasst er sich bereits seit 20 Jahren mit dem Thema Product Placement und Branded Entertainment, nach dem Marketing-Studium zunächst auf Seiten der Industrie, dann als Agentur-Dienstleister. Er arbeitet im Auftrag von Werbetreibenden, konzipiert und arrangiert Branded Entertainment Kampagnen mit nachweis-



Stefan Mareien

Stefan Mareien ist Gastprofessor für Marketing an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Nürtingen-Geislingen. Er hat zuvor zehn Jahre für ein Tochterunternehmen der Daimler AG die Bereiche Marketing und Unternehmensstra-



Mike Hess

Mike trat im Februar 2009 als Executive Vice President, Marketing Science und Consumer bei Carat in New York ein. In dieser Funktion ist er für Marktforschungsinstrumente und -techniken zuständig, wie Marketing-Mix Return on Investment, Kundensegmentierung und -adressierung, sowie Branded Entertainment/Product Placement Bewertungsmethoden. Aktuell ist er an der Markteinführung einer neuen globalen Forschungsarbeit in Zusammenarbeit mit Microsoft beteiligt, die im Fachjournal Advertising Week im September 2010 vorgestellt wird.

Davor war er Global Research Director bei OMD, wo er Instrumente einführte, die psychographische Segmentierung mit Medienkonsum verknüpfen. Er führte auch eine Zahl von globalen Marktstudien mit Partnern wie Yahoo! und AOL's Platform A durch. Bei OMD berichtete er auch an einen Branchenausschuss der sich mit der Frage der Bewertung von Product Placement und Branded Entertainment befasste.



Stefan Kastenmüller

Dipl. Kfm. Stefan Kastenmüller ist Geschäftsführer der neu gegründeten UFA brand communication GmbH. Das achte Label der UFA Gruppe bietet Corporate Media Produktionen, Markenkommunikation und Branded Entertainment für Unternehmen und Marken. Dazu zählen auch Product Placement Beratung, Merchandising und Licensing.

Seine Laufbahn begann er bei der Philip Morris in München. 1994 wechselte Kastenmüller nach London zu MTV Networks. Ab 1995 verantwortete er als Head of Marketing alle deutschsprachigen Länder für MTV und VH1.



Arnd Benninghoff

Arnd Benninghoff (40) ist seit 1. Mai 2010 Vorsitzender der Geschäftsführung von SevenOne Intermedia. Als Vorsitzender der Geschäftsführung verantwortet Benninghoff das Kerngeschäft des Multimedia-Unternehmens der ProSiebenSat.1 Group, insbesondere das Online-Business und weitere operative Geschäftsbereiche. Bevor Arnd Benninghoff zu SevenOne Intermedia kam, war er als Geschäftsführer bei Holtzbrinck eLab in München für das komplette



Jan Sebastian Schmalz

Jan Sebastian Schmalz ist seit 2007 Doktorand bei der Daimler AG, Abteilung Branded Entertainment, und arbeitet dort schwerpunktmäßig im Themenfeld Product Placement in Film, TV, Web und Videogames. Ab August 2010 ist er als Berater für die Branded Entertainment-Agentur LOCAVI tätig. Prägende Erfahrungen hat er bei der Umsetzung von internationalen Kampagnen für



Ralph Kienle

Seit 2000 bei media control GfK, General Manager. Ehemaliges Vorstandsmitglied Fachbereich Multimedia des VPRT, ehemaliges Vorstandsmitglied des



Dr. Stephan Leitgeb

Dr. Stephan Leitgeb gründete im Jahr 2005 die Rechtsanwaltskanzlei Pießkalla & Leitgeb in München. Ein Schwerpunkt seiner anwaltlichen Tätigkeit liegt in der Beratung sowie Vertretung mittelständischer Unternehmen im Werberecht,



Prof. Dr. Johannes Kreile

Prof. Dr. Kreile ist Rechtsanwalt und Partner der Kanzlei Nörr Stiefenhofer Lutz und gehört zu den herausragenden Medienrechtlern in Deutschland. Er ist Sektionsgeschäftsführer Fernsehen der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. und Geschäftsführer der VFF Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten. Für den Verband der Deutschen Konzertdirektion ist er als juristischer Berater tätig. Neben seiner anwaltlichen Tätigkeit lehrt er in München an der Hochschule für Fernsehen und Film sowie als Gastdozent an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing. Prof. Dr. Kreile ist Mitherr-



Britta Schewe

Britta Schewe engagiert sich seit mehr als 10 Jahren in der Film- und Entertainmentbranche. Zunächst vermarktete sie internationale Kinofilme und TV-Formate im Bereich der Cross- und Medienkooperationen, bevor sie 2002 zur T-Online International AG wechselte. Fortan spezialisierte sie sich auf den Einkauf und die Distribution von online Film- und TV-Rechten (VoD), sowie auf die Verhandlung von Kabelweiterleitungsverträgen zur Verbreitung von TV-Kanälen über das IP-Netz der Telekom Deutschland GmbH. 2009 gründete sie

barem Markterfolg für die Unternehmen. Er war Initiator und ist Veranstalter des ersten int. Fachkongresses für Branded Entertainment/Product Placement, sowie der regelm. Forschungsarbeit unter dem Titel „Product Placement Monitor“. Der gebürtige Schwabe treibt in seiner Freizeit regelmäßig Sport und spielt besonders gerne Fußball.

tegie geleitet und berät heute KMUs in den Bereichen Unternehmensstrategie und Marketing.

Mike hat zahlreiche Artikel und Vorträge über Themen zu Marketing und Werbung verfasst und ist in der Advertising Research Foundation und dem Ad Council aktiv. Aktuell ist er Vorsitzender des Council for Research Excellence, einer Branchenvereinigung von vierzig Top-Experten für Medienforschung. Für die Jubiläumsausgabe zum 75-jährigen Bestehen des Advertising Research Journals, ist Mike Co-Autor eines Beitrags über die Geschichte der quantitativen Methoden in der Werbeforschung. Er trägt auch zu einem Kapitel in einem neuen Buch über die Zukunft von Social Media bei.

Mike hält ein MBA der Wharton School, ein MA in experimenteller Psychologie der Columbia University, und ein BS in Psychologie der Loyola University Chicago. Obwohl seit der Grundschule in den Vereinigten Staaten lebend, hat Mike sein fließendes deutsch zu behalten und auch spanisch gelernt.

1996 Mitbegründer der Werbeagentur und Filmproduktion „Katze Productions“ mit Büros in London und Wien. 1999 wurde er geschäftsführender Gesellschafter der Markenagentur argoBrand GmbH und Geschäftsführer der Internetagentur argonauten GmbH in München, als Teil der Grey Group Middle Europe. Danach wurde er Direktor Marketing & Adsales bei der JETIX EUROPE GMBH (Walt Disney) und im April 2006 zum Vorsitzenden der Geschäftsführung berufen. Dabei verantwortete er das Pay TV - Geschäft, Co-Produktionen, Programmeinkauf, Licensing & Merchandising, Adsales und Content Syndication in den deutschsprachigen Ländern.

Beteiligungsportfolio und dessen Vermarktung verantwortlich. Zuvor trug er als Director bei Holtzbrinck die Portfolioverantwortung für sieben Unternehmen und hatte die Geschäftsführerposten mehrerer Beteiligungsunternehmen inne. Von 2000 bis 2006 war Benninghoff bei Tomorrow Focus, wo er die Geschäfte von Tomorrow Focus next media und das Portalgeschäft leitete. Benninghoff hat in Münster Betriebswirtschaftslehre und Publizistik studiert.

die Marke Mercedes-Benz zu „National Treasure: Book of Secrets“, „Sex and the City“ und „Gran Turismo 5“ gesammelt. Seit 2007 Promotionsstudium in Kommunikationswissenschaft und Soziologie an der Universität Münster. Zurzeit Verfassung einer Dissertation mit dem Arbeitstitel „Rezeption und Nutzung von Branded Content im Web“, betreut von Prof. Dr. Matthias Kohring und Prof. Dr. Volker Gehrau.

2000 größten online-musikstreamer Europa Charts Radio AG. Wirtschaftsjurist, 41 Jahre, verheiratet, 1 Tochter.

insbesondere mit Bezug zu zivil- und wettbewerbsrechtlichen Aspekten. Werbetreibende und Agenturen zählen zu den Mandanten der Kanzlei. Herr Dr. Leitgeb publiziert im Werbe- und EG-Recht sowie auch zum Thema Product Placement.

ausgeber und Verfasser des Kommentars zum Rundfunkstaatsvertrag sowie des Jugendmedienschutzstaatsvertrag und auch als Autor zahlreicher Publikationen zum Medienrecht, Urheberrecht und Telekommunikationsrecht hervorgetreten. Prof. Dr. Johannes Kreile hat zahlreiche Beiträge im Bereich Medien und Urheberrecht publiziert. Zudem ist er Vorsitzender der Richtlinienkommission der Filmförderungsanstalt und Vizepräsident der europäischen Produzentenvereinigung CEPI.

die „gretegrote Internetproduktion UG“. „Grete Grote“ (co-)produziert und distribuiert für das Internet vorgesehene Formate wie fiktionale Webserien und „klassische“ Langfilme, die neue Wege beschreiten wollen. Die Entwicklung und Standardisierung neuer Verbreitungs- und Finanzierungswege durch das Internet in Kombination mit den Mitteln des Branded Entertainments ist Ziel der Unternehmung.



Claudia Pohl link

Claudia Pohl link arbeitet als studierte Diplom-Kauffrau seit 11 Jahren in der Internet- und TV-Welt. Ihre Stationen haben sie in verschiedenen Position im Marketing und Sales von infopark, über I-D Media, Jamba! und MTV Networks zur Telekom geführt, wo sie in der Abteilung "Products & Innovation" Sales und Kooperationen des WebTV-Portals www.3min.de verantwortet. www.3min.de ist das Video-Portal der Deutschen Telekom für Webserien und ausschließlich professionelle Clips.



Manfred Auer

Manfred Auer, Jahrgang 1959, Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Konstanz. Seit 1985 geschäftsführender Gesellschafter der Arrangement Group GmbH in Radolfzell am Bodensee. Dozent an der BAW in München. Veröffentlichungen: „Product Placement – Die neue Kunst der geheimen Verführung“ ECON Verlag Düsseldorf, 1988.



Frank Zazza

Frank Zazza ist Geschäftsführer und Gründer von iTVX, er ist zuständig für globales Marketing, strategische Ausrichtung und Partnerschaften sowie die Weiterentwicklung von Produktinnovationen. Sein Hauptziel ist es, die Vision zu verwirklichen iTVX zum globalen Standard für die Messung von Branded Entertainment zu machen. Er ist als Product Placement Pionier bekannt mit einer über 25-jährigen Karriere in der er mehr als 100.000 Fernseh- und Kinoplacements orchestriert hat. Er wurde mit zahlreichen namhaften Preisen für kreative Placements ausgezeichnet und errang die Aufmerksamkeit der Medien, wo er in über 500 nationalen und internationalen Magazinen umfangreich zitiert



Otto Kettmann

Studium an der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg und der Fernuniversität Hagen. 1982 – 1995 Bundesmarine, zuletzt Referent für Öffentlichkeitsarbeit 1995 – 2001 Marketing und Vertrieb im BtB-/BtC 2001 – 2010 Projektleiter und Strategieberater für Branded Entertainment und



Christof Baron

Im Mediabereich tätig seit 23 Jahren, bei Mindshare seit 21 Jahren. Nach kurzen Stationen in einem mittelständischen Verlag und einer kleineren lokalen Werbeagentur, 1989 Start als Mediaplaner bei Ogilvy & Mather, heute Mindshare. Nach rund 10 Jahren Planungs- und Beratungstätigkeit für namhafte nationale und internationale Kunden aus den Bereichen Automotive, FMCG und Finanzen, Übernahme der Einkaufsleitung für den Bereich elektronische Medien.



Dr. Ferdinand Froning

Dipl.-Kfm., Dr. rer.pol. Ferdinand Froning ist Geschäftsführer der neu gegründeten LOCAVI GmbH – Branded Entertainment mit Sitz in Stuttgart im Netzwerkverbund der LEDAVI Network GmbH, Berlin (www.ledavi-network.com). Das Agenturkonzept von LOCAVI reagiert vor dem Hintergrund der sich verändernden Rahmenbedingungen auf eine erhöhte Komplexität der Medien-, TV-, Film und Entertainmentbranche und der damit einhergehenden Bedeutung von Product Placement und Branded Entertainment. Dr. Froning verantwortete zuvor seit 2000 bei der Daimler AG in Stuttgart den Auf- und Ausbau einer Branded Entertainment Unit mit Schwerpunkt Product Placement im internationalen und nationalen Film- und Fernsehkontext für die weltweiten Mercedes-Benz Märkte. 2007 übernahm Dr. Froning in Los Angeles die neu gegründete Abteilung „Glo-



Prof. Dr. Oliver Castendyk

Prof. Dr. Oliver Castendyk, MSc. (London School of Economics), arbeitete von 1991-1992 bei der KirchGruppe, von 1992-2000 als Justiziar der ProSieben Media AG; daneben leitete er seit 1998 die Tochterfirmen SevenPictures Filmproduktion und seit 1999 die Verwertungsgesellschaft VG Media. Seit 2001 berät er Mandanten aus dem Bereich Filmproduktion, Rundfunk und Print als Rechtsanwalt. Er ist u.a. Rechtsberater des Verbands der technischen Betriebe Film & Fernsehen (VTF), Leiter der Sektion Entertainment bei der Allianz deutscher



Thomas Langheinrich

- geboren am 23. März 1953 in Berlin, aufgewachsen in Karlsruhe
- Studium der Rechtswissenschaft und der Politikwissenschaft an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
- Stipendiat der deutsch-amerikanischen Fulbright-Stiftung an der Lyndon B. Johnson Graduate School of Public Affairs - University of Texas, Austin, USA
- Große juristische Staatsprüfung in Baden-Württemberg
- Tätigkeit in verschiedenen Bereichen der Landesverwaltung Baden-Württemberg
- Absolvent der Führungsakademie des Landes, Auslandsfähigkeit bei der Environmental Protection Agency (EPA) Washington, DC. USA



Claus Grewenig

Geboren am 28.08.1974 in Landau, hat Claus Grewenig nach dem Studium der Rechtswissenschaften in Heidelberg und Freiburg im Breisgau sein Referendariat am Landgericht Dortmund absolviert. Im Oktober 2001 hat er seine Arbeit im Bereich Multimedia/Recht beim VPRT angetreten. Seit Januar 2006 ist Grewenig Justiziar des Verbandes. Zuvor arbeitete er mehrere Monate bei ei-

Hier laufen so erfolgreiche Websodes aus den verschiedensten Genres, wie "Super Tiger Show" (mit dem Super Tiger aus Kreuzberg), "Pietshow" (über das chaotische Leben in einer Studenten-WG), "After Hours" (Doku über die Berliner Techno-Szene), "Blutsbrüder" (erste Webcrime-Serie im Drogenmilieu) oder "Looki looki" (mit dem Entant terrible aus dem TV Niels Ruf).

„Marketing für neue Zielgruppen“, verlag moderne industrie, Landsberg am Lech, 1989.

„Social Marketing“, verlag moderne industrie, Landsberg am Lech, 1991.

„Werbung below the line“, verlag moderne industrie, Landsberg am Lech, 1993.

„Top oder Flop – Marketing für Film und TV“, Universitätsverlag Konstanz, 2000.

wurde. Als die Branche sich 1994 zu entwickeln begann, hatte er einen Auftritt als der Marketing Experte für Product Placement in „Dateline“ mit Jane Pauly. Zazza hat die Hochschulen als neue Medienhoffnung begeistert. Er dozierte an zahlreichen Universitäten darunter Wharton Graduate und die Columbia Graduate Business School, wo er mit dem „Apple“ eine Auszeichnung für Lehrer erhielt, als er durch die Studenten zum besten Gastdozent gewählt wurde. Er ist ein begeisterter Tischtennis- und Tennisspieler mit Meisterschaften des New York Athletic Club, sowie ein Vorstandsmitglied der New Rochelle Polizei Stiftung.

Product Placement in der Agentur placement control

2010 Kettmann & Partner (Product Placement, Branded Entertainment, Content Marketing)

2010 Associated Partner Mediakraft (lizenziert)

Ernennung zum COO in 2005 und seit dem 1.1.2009 CEO von Mindshare Deutschland. Christof Baron implementierte das Konzept „New Mindshare“ in den deutschen Niederlassungen, um die Kompetenzen der Agentur zu optimieren. Seine Faszination: Die Evolution der Medien, neue Mediatechnologien und Innovationen.

bal Product Placement“ der Daimler AG/Mercedes-Benz USA LLC und verantwortete den Aufbau eines „Branded Entertainment Liaison Office Hollywood“ für die PKW-Marken Mercedes-Benz, Maybach und smart. Hierzu gehörte auch die Ausweitung des Branded Entertainment Portfolios mit den Schwerpunkten Film, TV, Web und Online-/Videogames. Besonderer Schwerpunkt seiner Tätigkeit im nationalen sowie internationalen Product Placement Business ist die konsequente Aktivierung/Co-Promotion von Branded Entertainment Projekten in der Marketing-Kommunikation, zuletzt mit „Sex and the City 2“ (2010) für Mercedes-Benz. Vor seiner Tätigkeit für die Daimler AG war Dr. Froning in der strategischen Kommunikationsberatung sowie als Geschäftsführer der UP 2000 GmbH, Berlin, in der betriebswirtschaftlichen Funktionalberatung von kleinen und mittelständischen Unternehmen tätig.

Produzenten Film & Fernsehen und Mitglied des Aufsichtsrats der X-Verleih-AG. Daneben verfolgte er seine wissenschaftlichen Interessen. Zwischen 2001 und 2009 war er Direktor des Erich Pommer Instituts für Medienrecht & Medienökonomie, 2004-2009 übernahm er eine auf fünf Jahre begrenzte Stiftungsprofessur für Öffentliches und Privates Medienrecht an der Juristischen Fakultät der Universität Potsdam. In 2010 lehrt er an der Bucerius Law School und forscht an der Hamburg Media School. Er ist Mitherausgeber der juristischen Zeitschrift "Multimedia und Recht" (MMR).

- Büroleiter des Medienministers im Staatsministerium (Staatskanzlei) Baden-Württemberg
- Stellvertretender Sprecher der Landesregierung
- Leiter der Abteilung Strukturpolitik und Landesentwicklung im Wirtschaftsministerium
- seit 1. April 2005 Präsident der Landesanstalt für Kommunikation
- seit 1. Januar 2008 Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) der Bundesrepublik Deutschland

ner Patent- und Rechtsanwaltskanzlei in Dortmund und war im Rahmen seiner Ausbildung bei mehreren Landesmedienanstalten, einer öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt sowie bei der Bertelsmann Music Group (BMG) in München tätig. Herr Grewenig wurde durch den Vorstand am 14. Februar 2007 zum stellvertretenden Geschäftsführer berufen.

Zielgruppen

Mitglieder des Vorstandes, der Geschäftsleitung sowie Fachkräfte aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Produkt- und Markenmanagement, Vertrieb und Media in Industrie, Handel, Film und Medien.

Des Weiteren Hochschulangehörige aus den relevanten Bereichen.

Termin

Donnerstag, 21. Oktober 2010

Ort

Literaturhaus Stuttgart, Breitscheidstr. 4, 70174 Stuttgart

Anreise

<http://www.literaturhaus-stuttgart.de/kontakt/anfahrtskizze.pdf>

Registrierung

Der Counter ist ab 8.30 Uhr geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

Anmeldung

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt, es gilt die Reihenfolge der Anmeldungen.

Nach der Anmeldung erhalten Sie die Rechnung als Bestätigung.

Die Gebühr für den eintägigen Fachkongress beträgt 395,- EUR zzgl. MwSt.

Ab dem zweiten Teilnehmer aus einem Unternehmen, gewähren wir 10% Preisnachlass (gilt nicht bei Frühbucherrabatt).

Hochschulangehörige erhalten 20%, Studierende 50% Rabatt.

Bis zum 10.09.2010 gewähren wir einen Frühbucherrabatt auf 345,- EUR zzgl. MwSt.

Die Gebühr enthält Kongressordner Arbeitsunterlagen und Catering (Kaffeepausen/Imbiss, Mittagessen, Getränke).

Die Veranstaltungsteilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus.

Für Programmänderungen, Referentenausfälle oder Druckfehler übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.

Rücktritt

Bei Stornierung wird eine Bearbeitungsgebühr von 35,- EUR zzgl. MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 7. Oktober 2010 schriftlich bei WALDNER.TV eingeht.

Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Gebühr fällig.

Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Bitte Coupon ausschneiden oder kopieren und per Brief oder Fax (0 70 22 – 90 58 06) an: WALDNER.TV, Postfach 1227, 72602 Nürtingen. Online Anmeldung unter www.productplacementkongress.de

Anmeldung

Hiermit melde ich mich gemäß Ihren Bedingungen verbindlich zum Fachkongress "Product Placement" am 21. Oktober 2010 in Stuttgart an.

Firma/Institution _____

Name _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Land _____

Telefon _____

Telefax _____

eMail _____

Sollten Sie die Anmeldung bis spätestens 7. Oktober 2010 schriftlich bei WALDNER.TV, Postfach 1227, 72602 Nürtingen stornieren wird eine Bearbeitungsgebühr von 35,- EUR zzgl. MwSt. pro Person erhoben. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Gebühr fällig. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich.

Ihr Partner für Branded Entertainment



media control

media control – The Leading Entertainment Data Provider

media control ist seit 33 Jahren anerkannter offizieller Ermittler von Abverkaufscharts und inzwischen marktführend in der Datenanalyse im weltweiten Entertainmentbereich. Die Unternehmensgruppe setzt sich aus der media control GmbH & Co. KG und dem Joint Venture media control GfK International GmbH zusammen, die in jeweils unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern aktiv sind.

media control GfK International GmbH – in 29 Ländern in Europa, Asien, USA und Südamerika vertreten – beobachtet und analysiert das Geschehen in den Segmenten Musik (digital und physisch), DVD/Blu-ray, PC- und Konsolensoftware, Buch und Kino. Firmen und Verbände, die in diesen Bereichen zu Hause sind, setzen auf die repräsentativen und 100 Prozent unabhängigen Marktforschungsdaten. Die media control Charts wie beispielsweise die offiziellen Top 100 Musik-Charts, die Games-Charts oder die Bestsellerlisten aus Focus und Stern sind der Gradmesser dafür, was bei Verbrauchern angesagt ist und welche Produkte am häufigsten verkauft werden.

Die media control GmbH & Co. KG vermarktet im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) seit 1992 die TV-Quoten für Deutschland. Ein Handelspanel für Sportartikel, das auf tatsächlichen Abverkaufszahlen basiert, komplettiert das Portfolio.

Seit 1991 vergibt media control jährlich den Deutschen Medienpreis – eine der renommiertesten Auszeichnungen im Medienbereich. Preisträger waren bisher unter anderem Bill Clinton, Angela Merkel, Bono und der Dalai Lama.