



Product Placement 2010

Programmheft

Grußworte



Prof. Dr. Dietmar Barzen

Vize-Präsident Fachbereich Medien

Vor dem Hintergrund der allgemein zu erwartenden EU-Werberestriktionen, wundert es, dass die Bunderepublik die Bestimmungen zum Product Placement im Fernsehen gelockert hat. Denn für die entgeltliche Platzierung von Produkten im redaktionellen Programm sieht die EU-Richtlinie zwar im Grundsatz ein Verbot vor, räumt den Mitgliedstaaten aber die Option ein, für bestimmte Formate Produktplatzierungen zu gestatten, sofern diese für den Zuschauer hinreichend gekennzeichnet sind. Die Bunderepublik hat diese Option zur Liberalisierung wahrgenommen.

In den USA liegt das Marktvolumen von Product Placement bei rund 3%. Geht man für Deutschland von der Hälfte aus, also 1,5%, dann läge das Marktpotential bei rund 60 Mio. Euro netto. Die finanziellen Vorteile wecken bei TV-Vermarktern, Fernsehproduktionsfirmen, Werbeagenturen und Markenartiklern Begehrlichkeiten. Welche Preise sind mit Product Placement zu erzielen? Verdrängen Budgets für Product Placement die klassischen Werbespots? Kann die Trennlinie zwischen erlaubtem Product Placement und nach wie vor verbotener Schleichwerbung sauber gezogen werden? Und schließlich stellt sich rechtlich die Frage, ob Product Placement eine neue urheberrechtliche Nutzung darstellt: die Nutzung des Werks als Werbeträger?

Der Medienkongress 2010 soll Licht in den Dschungel des Product Placement bringen und über Möglichkeiten, Erwartungen und Grenzen aufklären. Ich wünsche allen Studierenden, Referenten, Dozenten, Sponsoren und Gästen einen interessanten und bereichernden Studientag zu diesem aktuellen und spannenden Thema.

Grußworte



Prof. Dr. Jürgen Krob

Studiengangsleiter Media Management CU

Liebe Studierende und Gäste des 6. Studientages Medienwirtschaft,

nach einer aktuellen Befragung des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) erwarten die privaten TV- und Radiosender nach dem Krisenjahr 2009 für das aktuelle Jahr eine leichte Markterholung mit Wachstum der Werbe-, Pay-TV- und Teleshoppingumsätze in Deutschland. Die konjunkturbedingte Krise scheint damit überwunden. Allerdings stehen die Unternehmen in der Werbung weiterhin den Herausforderungen einer fragmentierten Mediennutzung und sinkender Aufmerksamkeit durch die Konsumenten gegenüber. Es ist notwendig immer neue Werbeformen und -kanäle zu erschließen. Eine Möglichkeit hierbei ist das Product Placement, welches inzwischen sowohl in den klassischen Medien als auch zum Beispiel in Videospielen Einzug gehalten hat.

Im Rahmen des diesjährigen Medienkongresses der Rheinischen Fachhochschule haben Sie die Gelegenheit sich über die Möglichkeiten, Chancen und Risiken des Product Placement zu informieren und Ihre Erfahrungen mit den Referenten auszutauschen. Hierbei wünsche ich Ihnen viele spannende Eindrücke.



Vorwort



Prof. Dr. Beate M. Gleitsmann

Studiengangsleiterin Media Management FT

Ist der Weg das Ziel?

14 hochmotivierte Studierende des Studiengangs Medienwirtschaft wollen einen Medienkongress organisieren. Bei den ersten drei Treffen sprühen sie vor Kraft und Elan. Sie wollen die besten Product Placement-Experten der Welt nach Köln einfliegen. Es entstehen die tollsten Ideen: lebensgroße Hollywoodzeichen mit Product Placement schweben über der Wolkenburg, der rote Teppich wird mit Graffiti besprüht, eigene Werbefilme werden gedreht und super Team-Fotos gemacht. Alle freuen sich über Brainpool als Kooperationspartner und jeder hat gaaaaaaaanz viel Zeit, seine Ideen umzusetzen.

Über die ersten Hürden wird noch gelacht. Oh, Fotoshoots vor dem RFH-Hauptgebäude zurzeit unmöglich, weil die ganze Straße umgegraben wird? Kein Problem! Wir springen über die Absperrung. Oh, unser super Plakat kann nicht gedruckt werden, weil die Genehmigungen für die Verwendung von Markenlogos noch nicht da sind? Kein Problem! Wir gestalten ein neues Plakat. Mist, langsam wird die Zeit knapp und gerade beginnt auch noch die zweite Klausurphase. Ach ja, und dann muss das alles auch noch finanziert werden....

Die Referenten haben sie bekommen. Die Plakate hängen. Die Fotos sind da und aus den Hollywoodzeichen über der Wolkenburg wurden GROßBUCHSTABEN in den Buchsbäumchen.

Das Ziel ist das Ziel! Herzlichen Dank für Alles!

Ich wünsche uns allen ganz viel Spaß.

Erfolg macht sexy.

Finanz- und Karriereplanung für
Studenten und Berufseinsteiger.

Erfolg stellt sich nicht von selbst ein, man muss ihn machen. Wir unterstützen Sie dabei, indem wir Sie coachen – Sie, Ihre Karriere, Ihr Geld. Mit der Erfahrung von über 35 Jahren in der Finanz- und Vermögensberatung von Akademikern, haben wir ein breites Spektrum an Leistungen für Studenten und Berufseinsteiger entwickelt. Damit Sie in Bewerbungsgesprächen und Assessment Centern gut da stehen. Damit Sie immer finanziellen Spielraum haben und optimal abgesichert sind. **Stellen Sie uns auf die Probe.**

MLP Finanzdienstleistungen AG
Geschäftsstelle Köln VII
Schaevenstraße 1a, 50676 Köln
Stichwort: RFH Medienkongress
Tel 0221 • 801097 • 0
svenja.hoppe@mlp.de, www.mlp-koeln7.de



Finanzberatung, so individuell wie Sie.

Programm

- 09:30** **Einlass Wolkenburg Köln**
- 10:30 - 11:00** **Begrüßung**
Prof. Dr. Dietmar Barzen - Vize-Präsident Fachbereich Medien
Prof. Dr. Beate M. Gleitsmann - Studiengangsleiterin Media Management FT
- 11:00 - 11:30** **Prof. Dr. Oliver Castendyk** (Kanzlei Brehm & von Moers)
„Rechtliche Rahmenbedingungen“
- 11:30 - 12:00** **Michael Mronz** (MMP Veranstaltungs- und Vermarktungs GmbH)
„Product Placement im Rahmen der TV-Übertragung von Live-Events“
- 12:00 - 12:30** **Marc Schwieger** (undSchwieger GmbH)
„The Product is never the hero - Product Placement: Vom Schmuttelkind der Branche zur anspruchsvollsten aller Werbeformen.“
- 12:30 - 13:00** **Gewinnspiel von MLP**
Preise: Persönlichkeitsanalysen bei MLP Köln
- 13:00 - 14:00** **Mittagspause**

Programm

- 14:00 - 14:30** **Sabine Eckhardt** (SevenOne AdFactory GmbH)
„Chancen und Grenzen bei der Vermarktung von Product Placement“
- 14:30 - 15:00** **Sunay Verir** (IP Deutschland GmbH)
„Wirkung von Product Placement“
- 15:00 - 15:45** **Oliver Janik** (Doyle Dane Bernbach Group)
„15 seconds of fame - Markeninszenierung im Film: Best Practice Cases“
- 15:45 - 16:15** **Kaffeepause**
- 16:15 - 17:00** **Chris Geletneky & Ralf Husmann**
(Autoren und Produzenten von u.a. „Stromberg“, „Die Harald Schmidt Show“ und „Ladykracher“)
„Vor- und Nachteile des Product Placement aus der Autoren- und Produzentensicht“
- 17:00 - 18:00** **Podiumsdiskussion**
Moderation: **Prof. Dr. Andreas Scheuermann** (Brainpool TV GmbH)
- 18:00 - 18:15** **Verlosung von Apple**
Hauptpreis: iPod
- im Anschluss** **GetTogether in der Wolkenburg**

Referentenvorstellung



Prof. Dr. Oliver Castendyk

Anwalt für Medienrecht bei
Brehm & von Moers in Berlin

Der Medienrechtsexperte Prof. Dr. Oliver Castendyk ist Leiter der Sektion Entertainment der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V., einer unabhängigen Interessenvertretung der deutschen Produzenten von Film-, Fernseh- und anderen audiovisuellen Werken.

Weiterhin ist er u.a. Mitglied des Aufsichtsrats der X-Verleih AG sowie Mitherausgeber der Zeitschrift „MultiMedia und Recht“.



Sabine Eckhardt

Geschäftsführerin der
Vermarktungsgesellschaft
SevenOne AdFactory GmbH
in Unterföhring

Sabine Eckhardt ist Vorstandsmitglied der Art Merchandising & Media AG, sowie Abgeordnete für Europa im internationalen LIMA Board of Directors.

Für die SevenOne AdFactory koordiniert Frau Eckhardt das umfangreiche Angebot der crossmedialen Konzepte für den anspruchsvollen Kunden in den Sendermarken der ProSiebenSat.1 Group. Das Dienstleistungsportfolio umfasst die Ideenfindung und Konzepterstellung, die Gestaltung von Werbemitteln (In-House-Produktion), die Umsetzung der integrierten Kampagnen sowie die begleitende Marktforschung.

Referentenvorstellung



Oliver Janik

Corporate Head Strategic HR
Doyle Dane Bernbach Group in
Berlin

Nach verschiedenen Agenturstationen im Bereich Alternativer (Sport-)kommunikation u.a. bei World Sports Marketing, ispr sowie Avantgarde startete Oliver Janik im Januar 2006 bei DDB Entertainment als Client Service Director. 2007 wurde er in die Geschäftsleitung der DDB Entertainment sowie der Junipergroup, einem separaten Geschäftsbereich für Sponsoring und Cooperations im DDB Network, berufen.

Mitte 2010 wechselte Oliver Janik in die Doyle Dane Bernbach Group, einer Management Holding zu der neben der DDB Group Germany auch Tribal DDB, die HeyeGroup sowie RappGermany gehören. Hier fungiert Oliver Janik als Corporate Head of Strategic HR für die vier Einzelagenturen der Gruppe.



Michael Mronz

Inhaber und Geschäftsführer
der MMP Veranstaltungs- und
Vermarktungs GmbH in Köln

Michael Mronz koordinierte als deutscher Sportmanager das Marketing für internationale Sportevents wie den CHIO in Aachen und für die Leichtathletik WM 2009 in Berlin. Zudem wurden Events wie „Die TV Total Wok WM“ oder der „Bundesvision Songcontest“ erfolgreich von der MMP betreut.

Seit Januar 2007 ist Michael Mronz Vorstandsmitglied des deutschen America's Cup Teams United Internet, und dort für den Pressebereich zuständig. Außerdem gehört er seit März 2010 zum Vorstand der Wohltätigkeitsorganisation „Ein Herz für Kinder“.

Referentenvorstellung



Chris Geletneky

stellv. Geschäftsführer
der Brainpool TV GmbH
in Köln

Chris Geletneky ist seit 2007 stellvertretender Geschäftsführer, Produzent und Headwriter bei Brainpool TV in Köln. Dort ist er verantwortlich für die Erweiterung des Talentpools (Künstler und Autoren). Als Autor und Produzent hat Chris Geletneky zahlreiche Comedy Shows wie z.B. „Ladykracher“, „Anke Late Night“, „Ladyland“, „Pastewka“ und „Kinder, Kinder“ entwickelt.

Für diese erfolgreichen Formate wurde er unter anderem mit dem Deutschen Fernsehpreis und dem Deutschen Comedypreis ausgezeichnet.



Marc Schwieger

Gründer und Geschäftsführer
der undSchwieger GmbH
in Hamburg/Düsseldorf

Marc Schwieger, langjähriger Kreativchef und Partner bei Scholz & Friends, hat Ende 2009 zusammen mit der Unternehmensberatung diligenZ die undSchwieger GmbH Agentur für Inspiration, Innovation und Kommunikation gegründet - mit Sitz in Hamburg und Düsseldorf.

Unter der Fragestellung „Wie geht was in digitalen Konsumwelten?“ berät die undSchwieger GmbH Unternehmen, entwickelt und exekutiert Kommunikationsstrategien und initiiert eigene digitale Geschäftsmodelle.

Referentenvorstellung



Sunay Verir

Senior-Projektleiterin
Mediaforschung bei der IP
Deutschland GmbH in Köln

Als Senior-Projektleiterin bei IP Deutschland ist Sunay Verir zuständig für den Bereich der Mediaforschung und betreut qualitative und quantitative Werbewirkungsstudien. Ihr Tätigkeitsschwerpunkt liegt in der Grundlagenforschung und im Themenbereich der Sonderwerbeformen.

Die von IP Deutschland kürzlich veröffentlichte Studie zum Thema Product Placement befasst sich mit der Wirkung und Wahrnehmung von gezielten Produktplatzierungen.



Ralf Husmann

Drehbuchautor und Produzent

Hohen Bekanntheitsgrad erlangte Ralf Husmann als Autor der erfolgreichen Fernsehserie „Stromberg“. Als Headwriter und Producer verantwortete er verschiedene Comedy- und Showproduktionen wie z.B. „Die Harald Schmidt Show“, „Anke“ und „rent a Pocher“. Zudem arbeitete er als Autor für die Sendungen „RTL Samstag Nacht“, „Schreinemakers live“ und „Stern TV“.

Ralf Husmann wurde bereits mehrfach mit dem Deutschen Comedypreis sowie dem Grimme-Preis ausgezeichnet.

Podiumsdiskussion

nach der Podiumsdiskussion:



Moderator:
Prof. Dr. Andreas Scheuermann

Geschäftsführer der
Brainpool TV GmbH in Köln

Prof. Dr. Scheuermann ist als Geschäftsführer und Vorsitzender des Aufsichtsrates für die Bereiche Licensing und Vermarktung, Financial Controlling und Legal and Business Affairs verantwortlich. Das Unternehmen Brainpool behauptet sich seit vielen Jahren am TV-Markt mit Comedy und Light Entertainment und ist für erfolgreiche Produktionen wie "TV Total", "Schlag den Raab" und "Stromberg" bekannt.

Darüber hinaus ist Prof. Dr. Scheuermann Gründer des Sozietät Scheuermann Westerhoff Strittmatter und Vorstandsmitglied der Allianz deutscher Produzenten - Film & Fernsehen.



GetTogether im Alexiana-Saal der Wolkenburg

Kölsch 2,- Euro

Teamvorstellung



Gesamtleitung

Prof. Dr. Beate M. Gleitsmann

studentisches Organisationsteam

Bachelor Media Management FT

Elisabeth Andreopoulou

Benjamin Hussain

Laura Krautwald

Laura Löbbel

Robin Poell

Viktoria Schäfer

Lara Willenberg

Jasmin Eichten

Miriam Kasper

Sebastian Langer

Sarah Pfeiffer

Christina Saur

Minh Vuong


Sarah Wulf



Tagesmoderation




Dominik Porschen, Absolvent der RFH Köln



Das Organisationsteam bedankt sich bei allen, die mitgeholfen haben, diesen Kongress zu ermöglichen.

Nachwort: Rezept für 800 Personen

Man nehme 14 hoch motivierte Studierende der  aus dem Studiengang Medienwirtschaft – und füge eine stressresistente, rund um die Uhr erreichbare Dozentin hinzu (Tipp für Profis: Prof. Dr. Beate Gleitsmann). Die Studierenden nun in 4 gleich große Gruppen zerlegen und ihnen verschiedene Aufgaben zuweisen.

Unter Hinzugabe von mehreren  die Kreativität bei Themenfindung und Locationsuche bis zum Siedepunkt erhitzen. Um die Crème de la Crème an Referenten und Sponsoren zu finden, täglich mindestens 3 Stunden die Telefonleitung zum Glühen bringen. Lassen Sie sich hierbei nicht durch etwaige Vertragskündigungen durch Überbeanspruchung der  Flatrate irritieren.

Für eine würzige Flyer-, Homepage-, Programmheft- und Plakatgestaltung setze man ein fähiges Gruppenmitglied vor einen  und lasse es sich mit  und  die Finger wund klicken. Zwischendurch immer wieder mit Ideen der restlichen Gruppenmitglieder abschmecken.

In der Endphase der Planung reduziere man sein Privatleben auf ein Minimum und checke sein E-Mail-Postfach im 10-Minuten-Takt. Um die Effektivität während der Meetings zu gewährleisten, gebe man 4cl  -Wodka mit einem Schuss Apfelsaft in ein Glas und leere es in einem Zug. Je nach Stresseinfluss variiere man den Wodka-Anteil und halte eine  für den nächsten Morgen bereit.

Serviervorschlag: Garnieren Sie die 14 Studenten am Eventtag mit einem bordeauxroten Accessoire, positionieren Sie diese in der Wolkenburg und freuen sie sich auf einen gelungenen Medienkongress.

Sponsoren



Audi



Impressum

Rheinische Fachhochschule Köln gGmbH

Schaevenstr. 1 a/b

50676 Köln

Telefon: +49 0221 20302-0

Telefax: +49 0221 20302-45

Geschäftsführer:

Prof. Johannes Schinke (Vors.)

Dieter Päßgen

Präsident:

Prof. Dr.-Ing. Günter Cox

Homepage:

www.rfh-koeln.de

Email:

info@rfh-koeln.de



www.productplacement2010.de



Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences