

1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche

Riesige Chancen und kartellrechtliche Risiken – What's next?

„Die Zeit ist reif für neue Allianzen“ HORIZONT 24/2010, Seite 21

„In angespannten Werbemärkten sind heute Kooperationen denkbar,
die noch vor ein oder zwei Jahren nicht vorstellbar waren“ HORIZONT 24/2010, Seite 21

21. Oktober 2010 | Steigenberger Airport Hotel | Frankfurt/Main

Die Themenfelder:

- Die wirtschaftliche Bedeutung von Allianzen und Kooperationen in der Medienbranche
- Kooperationen als Weg aus der Krise?
- Kooperationsmodelle und ihre praktische Umsetzung
- Kooperationsmanagement
- Vermarktungsk Kooperationen in der Praxis - What works and why?
- Herausforderungen von gattungsübergreifenden Kooperationen
- Wie lassen sich die Leistungswerte unterschiedlicher Gattungen verrechnen?
- Wie lässt sich vermeiden, dass einer der Partner als Verlierer da steht?
- Welche Rolle spielen die Mediaagenturen?
- Kooperationen, Fusionen und strategische Allianzen im Lichte des Kartellrechts
- Online vs. Offline: Was ist eigentlich der „relevante Markt“?
- Wie sieht das Kartellamt die Kooperationsbemühungen der Medienlandschaft?

Jetzt anmelden und
Frühbucherrabatt sichern!
www.conferencegroup.de/medien10

+ begleitende Fachaussstellung

Moderation: Es referieren und diskutieren:



Jürgen Scharrer,
HORIZONT



Prof. Dr.
Albrecht Bach,
Oppenländer
Rechtsanwälte



Stefan Berthold,
Verlagsgesellschaft
Madsack



Dr. Roland Wiring,
CMS Hasche Sigle



Dr. Ulrich Denzel,
Gleiss Lutz



Peter Kirchner,
Kirchner Robrecht
Management
Consultants



Prof. Dr.
Michael Martinek,
Universität des
Saarlandes



Dr. Stephanie
Jungheim,
Bundeskartellamt



Frank Herold,
AdAudience



Wolfgang
Schuldlos,
Zenithmedia

Veranstalter:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Nähere Informationen unter www.conferencegroup.de/medien10

Sehr geehrte Damen und Herren,

in der angespannten Marktsituation steigt die Zahl der Vermarkterbündnisse. Nach einer aktuellen HORIZONT Studie geht die große Mehrheit aller Medienchefs längst davon aus, dass es zwischen Vermarktern der verschiedenen Medienhäuser zu Kooperationen, Fusionen oder Übernahmen kommt. Die Medien rücken daher zukünftig – gattungsintern aber auch -übergreifend – näher zusammen.

Die Gründe sind vielfältig. Die Werbe- und Wirtschaftskrise fordert Kreativität bei Vermarktung und Vertrieb und macht aus harten Wettbewerbern partiell Partner. Der Strukturwandel durch die digitalen Medien stellt Verlage, Rundfunk und TV zudem vor Herausforderungen, die sich oft nicht mehr autark im Alltagsgeschäft lösen lassen – sondern zunehmend nur noch mit Kooperationen, Fusionen oder strategischen Allianzen mit direkten Wettbewerbern oder auch gattungsübergreifend.

Was die Kooperationsinhalte, Laufzeiten, Verbindlichkeiten und Kooperationspartner angeht besteht weiter Spielraum. In der Praxis besonders bekannt sind Initiativen wie Take five, eine Vermarktungskooperation großer Programmzeitschriften oder AdAudience, eine Online-Vermarktungsallianz der vier großen TV-Medienvermarkter.

Gemeinsam ist allen Kooperationen, Fusionen und strategischen Allianzen jedoch, dass sie das Bundeskartellamt auf den Plan rufen können. Grundsätzlich ist es oft nicht leicht, die Grenzen des kartellrechtlich zulässigen Verhaltens richtig zu erkennen. Das Risiko kartellrechtswidrigen Verhaltens ist noch größer geworden, seit die Bußgelder für Verstöße gegen das Kartellverbot in die Höhe geschneit sind. Andererseits sind Kooperationen, Fusionen und strategische Allianzen für Medienunternehmen häufig die einzige Möglichkeit, im enger werdenden Markt zu überleben.

Daher stellt sich die Frage, was grundsätzlich möglich ist und wann der kartellrechtliche Graubereich beginnt, der für Unternehmen häufig so gefährlich ist. Antworten auf diese strategisch enorm wichtigen Fragen wird der **1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche 2010** geben.

Wir würden uns freuen, Sie zu dieser hochrelevanten Tagung im Oktober in Frankfurt begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer

The Conference Group GmbH



Wen Sie auf dem 1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche 2010 treffen werden:

- Geschäftsführer und Vorstände aus Medienunternehmen und Agenturen
- Leiter und Mitarbeiter der gesamten Medienbranche aus den Abteilungen
 - Vertrieb
 - Einkauf
 - Unternehmensplanung/Organisation
 - Recht
 - Risikomanagement

sowie **Rechtsanwälte**, die mit kartell- und wettbewerbsrechtlichen Fragestellungen befasst sind sowie Agenturmitarbeiter die in der Medienbranche beratend tätig sind.

21. Oktober 2010

Moderation: **Jürgen Scharrer**, Chefredakteur, HORIZONT, Frankfurt/Main

Kooperationen als Chance und Herausforderung!

9.00 - 9.05

Eröffnung durch den Moderator

9.05 - 9.30

Analyse: Die aktuelle Situation in der Medienlandschaft

- Sender, Radio, Verlage, Internet – In der angespannten Marktsituation steigt die Zahl der Vermarkterbündnisse
- Was lohnt sich, was nicht?
- Wer wird als Gewinner aus den Marktturbulenzen hervorgehen?

Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT, Frankfurt/Main

9.30 - 10.00

Management von Kooperationen in der Medienbranche

- Strategische Aspekte, die bei Kooperationen zu beachten sind
- Kooperationsmodelle – Welches Modell für welche Kooperationsart?
- Erfolgsfaktoren – Was beeinflusst den Erfolg von Kooperationen?
- Erfolgreiche Kooperationen – Best Practice Beispiele
- Kooperationsmanagement – Vom Start bis zum Ende einer Kooperation

Peter Kirchner, Kirchner Robrecht Management Consultants, Frankfurt/Main

10.00 - 10.30

Strategische Gestaltung von Kooperationsmodellen

- Wie sollte eine optimale Kooperation ausgestaltet sein?
- Ausrichtung an den Bedürfnissen des Kunden
- Kooperationsmodelle / Zeithorizont
- Gattungsübergreifende Kooperation vs. Gattungseinheit

Stefan Berthold, Leiter Beteiligungsmanagement, Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG, Hannover

10.30 - 11.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

11.00 - 11.30

Praktische Herausforderungen und Risiken von Kooperationen

- Wie effizient sind intermediale Pakete wirklich?
- Rabattgewinnung um jeden Preis?

Wolfgang Schuldlos, Managing Director, Zenithmedia GmbH, München

11.30 - 12.00

„Die Rolle der Mediaunternehmen im neuen Kooperationsumfeld“ – Die Mediaagenturen als Media-Handelsunternehmen

- Irrwege der Kick-back-Rechtsprechung
- Strukturwandel der Vergütungsmodalitäten
- Mediaagenturen im Wettbewerbs- und Preiskampf
- Die Überwindung der Transparenz- und Vertrauenskrise
- Neue Marktchancen und Kooperationsperspektiven

Professor Dr. Michael Martinek, Lehrstuhl für Bürgerliches, Handels- und Wirtschaftsrecht, Internationales Privatrecht und Rechtsvergleichung, Universität des Saarlandes

12.00 - 12.30

Diskussionsforum mit Referenten und Teilnehmern: Kooperationen pro und contra

12.30 - 14.00 **Mittagspause**

14.00 - 14.30

Praxisbericht: Targeting auf dem Vormarsch – Die Vermarktungskoope- ration AdAudience

- Ziel und Idee des Joint Ventures
- Anforderungen an erfolgreiches Targeting
- Erste Erfahrungen

Frank Herold, Geschäftsführer, AdAudience, Düsseldorf

Kartellrechtliche Risiken von Kooperationen

14.30 - 15.00

Kooperationen statt Fusionen? – Kartellrechtliche Grundüberlegungen

- Kooperationen, strategische Allianzen und Fusionen
- Maßstäbe und Verfahren in Bonn und Brüssel
- Missbrauchskontrolle bei Medienunternehmen
- Zusätzliche Schranken nach Rundfunkstaatsvertrag

Prof. Dr. Albrecht Bach, Partner, Oppenländer Rechtsanwälte, Stuttgart

15.00 - 15.30

Die Marktabgrenzung im Medienbereich: Offline vs. Online?

- Die Abgrenzung des relevanten Marktes als zentrale Frage des Medienkartellrechts
- Sachliche und räumliche Marktabgrenzung
- Aktuelle Entscheidungspraxis
- Die Rolle der Online-Medien

Dr. Roland Wiring, CMS Hasche Sigle, Hamburg

15.30 - 16.00

Diskussionsforum mit Referenten und Teilnehmern: Kooperationen im kartellrechtlichen Fokus

16.00 - 16.30 **Kommunikations- und Kaffeepause**

16.30 - 17.00

Die kartellrechtliche Bewertung von Kooperationen im Medienbereich in der Praxis

- Mantel- und Anzeigenkooperation
- Zustellung
- Onlineportale

Dr. Stephanie Jungheim, 6. Beschlussabteilung, Bundeskartellamt, Bonn

17.00 - 17.30

Das Verfahren Axel Springer / ProSiebenSat.1 und seine Folgen für die Praxis

- Übersicht über die zentralen Meilensteine des Verfahrens
- Folgen für die Marktabgrenzung
- Die wesentlichen Untersagungsgründe
- Die Behandlung "cross-medialer" Kooperationen durch das Bundeskartellamt
- Folgen für die Praxis, insbesondere für die cross-mediale Kooperation

Dr. Ulrich Denzel, Gleiss Lutz, Stuttgart

17.30 - 18.00

Abschlussdiskussion mit Referenten und Teilnehmern: Wo geht die Reise hin?

ca. 18.00

Ende des 1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche

Was Sie vom 1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche erwarten dürfen:

„Zusammen ist man weniger allein –
In der angespannten Marktsituation steigt
die Zahl der Vermarkterbündnisse“

HORIZONT 24/2010, Seite 21

Die Zahl von strategischen Allianzen, Kooperationen, Fusionen und Übernahmen der verschiedensten Medienhäuser – auch gattungsübergreifend wird steigen. Doch die brisanten Fragen bleiben:

- **Wie lassen sich Preise harmonisieren und Erlöse aufteilen – und was sagt das Kartellamt dazu?**
- **Wie lassen sich Leistungswerte unterschiedlicher Gattungen aufteilen, ohne das eine der Parteien als Verlierer da steht?**
- **Wann werden Kooperationen „gefährlich“ im Sinne des Kartellrechts?**

Tagesaktuell und branchenspezifisch erhalten Sie einen umfassenden Überblick über die neuesten Trends und Entwicklungen. Lernen Sie, Risiken frühzeitig zu identifizieren, zu analysieren und zu eliminieren! Loten Sie die bestehenden Möglichkeiten aus und umgehen Sie Haftungsfallen! Gewinnen Sie Sicherheit in diesem strategisch wichtigen Thema.

Begleitende Fachausstellung zum 1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche 2010

Der Marktplatz für erfolgreiches Networking!

Auf der begleitenden Fachausstellung haben Sie die Möglichkeit, Ihr Unternehmen oder Ihre Kanzlei den hochrangigen Teilnehmern zu präsentieren! Die Ausstellung bietet Ihnen eine einmalige Gelegenheit, sich bekannt zu machen und als kompetenter Partner zu präsentieren.

Sind Sie interessiert?

Dann fordern Sie umgehend weitere Informationen an bei **Frau Nadine Binder**,
The Conference Group,
unter **Telefon 069/7595-3021**,
per **E-Mail nadine.binder@conferencegroup.de** oder
füllen Sie einfach untenstehendes Formular zur Anmeldung aus und
faxen Sie es an **069/7595-3020**.

Sonderaktion für „Schnellentscheider“: Wenn Ihre Anmeldung bis zum 15. September 2010 bei uns eingeht, erhalten Sie einen Frühbucherrabatt in Höhe von 100,- Euro auf die Kongressgebühr.

Fax-Anmeldung: 0 69/75 95 30 30

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche 2010** am 21. Oktober 2010 im Steigenberger Airport Hotel in Frankfurt an. Teilnahmepreis: 990,- Euro p.P. (zzgl. MwSt.)

Ja, hiermit melde ich mich an als Teilnehmer aus dem öffentlichen Dienst zum Sonderpreis von 590,- Euro p.P. (zzgl. MwSt.)

Abonnenten von HORIZONT erhalten einen Rabatt von € 100,- auf die Kongressteilnahme
(bitte ankreuzen und Kundennr. angeben) _____

Ja, ich bin interessiert/wir sind interessiert an **Ausstellungsmöglichkeiten**. Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 399,- Euro (plus MwSt.). (199,- Euro, zzgl. MwSt. für Studenten).

1. Name	2. Name	3. Name
_____	_____	_____
Vorname	Vorname	Vorname
_____	_____	_____
Position	Position	Position
_____	_____	_____
Firma	Firma	Firma
_____	_____	_____
Straße Hausnummer	Straße Hausnummer	Straße Hausnummer
_____	_____	_____
PLZ Ort	PLZ Ort	PLZ Ort
_____	_____	_____
Telefon Fax	Telefon Fax	Telefon Fax
_____	_____	_____
E-Mail-Adresse	E-Mail-Adresse	E-Mail-Adresse
_____	_____	_____
Datum Unterschrift Firmenstempel		

So melden Sie sich an:
per Post: The Conference Group GmbH,
Mainzer Landstraße 251,
60326 Frankfurt/Main
per Telefon: 0 69 / 75 95 30 34
per Telefax: 0 69 / 75 95 30 30
per E-Mail: info@conferencegroup.de
per Internet: www.conferencegroup.de

Termin und Ort:
21. Oktober 2010
Steigenberger Airport Frankfurt
Unterschweinstiege 16
60549 Frankfurt am Main
Tel. 069 / 69 75 - 24 25
Fax. 069 / 69 75 - 25 05
EZ: 142,- Euro (inklusive Frühstück)

Zimmerreservierung:
Im Veranstaltungshotel haben wir ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer eingerichtet. Das Kontingent steht bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „1. Jahreskongress Kooperationen in der Medienbranche 2010“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:
Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 990,- (zzgl. MwSt.). Bei Anmeldungen bis zum 15. September 2010 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von Euro 100,-. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen,

Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- (zzgl. MwSt) pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:
Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.

-15%

