

16. Deutsche Sponsoringtage 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

„Was die Massen bewegt“ so lautet das Motto der diesjährigen Deutschen Sponsoringtage 2010 – dem Entscheiderkongress für Wirtschaft, Sport und Medien. Die gemeinsame Veranstaltung von HORIZONT, HORIZONT SPORTBUSINESS und The Conference Group findet am **27. und 28. Oktober 2010 im Steigenberger Airport Hotel in Frankfurt** statt.

Das Engagement im Sport-Sponsoring ist trotz wirtschaftlicher Schiefelage ungetrübt: Geschätzte acht Milliarden Euro werden jährlich in Europa in das Sport-Sponsoring gesteckt – Tendenz steigend. Jüngster Beweis für die – auch von der Krise nicht gebrochene – Bedeutung dieses Marketingbereichs ist der Einstieg von Audi beim Fußballverein FC Bayern München. Beim Sportsponsoring geht es vor allem um die stimmige Einbindung in ein Gesamtkonzept, um das Finden einer guten Grundidee und dem Kontakt zu Entscheidungsträgern aus Wirtschaft und Politik. Ein weiteres Kriterium: Sponsoring macht sich nur bezahlt, wenn man langfristig investiert.

Neben den zahlreichen Angeboten an Sportsponsorings sind den Werbetreibenden mit Wirkung vom 1. April 2010 im Rahmen des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages Product Placement als Produkthilfen (kostenlose Beistellungen) und entgeltliche Produktplatzierungen (branded

content) bei privaten Sendern gestattet. Durch die Legalisierung eröffnen sich den Marken und Ihren Verantwortlichen völlig neue Media-Kanäle. Aus aktuellem Anlass findet erstmalig das Symposium Brand Entertainment und Product Placement statt.

Informieren Sie sich aus erster Hand, was Sponsoring-Engagements aus Unternehmenssicht leisten müssen, was von Sportlern und deren Vermarktern gefordert wird und welche Leistungsanforderungen an Medien und Agenturen gestellt werden. Auf der begleitenden Fachausstellung werden Ihnen führende Medien, Agenturen und Dienstleister neue Konzepte, Produkte und Services für erfolgreiches Sportsponsoring vorstellen.

Wir hoffen, Ihnen die Impulse vermitteln zu können, die Sie für zukünftigen Erfolg im Sportsponsoring benötigen und würden uns freuen, Sie als Teilnehmer begrüßen zu dürfen.

Mit besten Grüßen

Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführer, HORIZONT

Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer, The Conference Group

Der Premium Partner

Die Deutsche Telekom AG setzt als eines der weltweit führenden Dienstleistungsunternehmen der Telekommunikations- und Informationstechnologie-Branche international Maßstäbe. Der Konzern bietet seinen Kunden die gesamte Palette der Telekommunikations- und IT-Branche aus einer Hand – egal ob Mobilfunk, Festnetztelefonie, Breitbandinternet oder komplexe Informations- und Kommunikationstechnologie-Lösungen (ICT) für Geschäftskunden. Im Mittelpunkt aller Aktivitäten steht der Nutzen für den Kunden. Ziel ist es, die Deutsche Telekom zum bestangesehenen Service-Unternehmen der Branche zu machen. Das bedeutet auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Produkt- und Serviceangebote, beste Netzqualität – und deutlich verbesserte Effizienz.

Die Partner

AS&S Die wesentliche Aufgabe der ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S) mit Sitz in Frankfurt/Main besteht in der Schnittstellenfunktion als Vermarkter, in dem das Unternehmen als Mittler zwischen Medien und Werbemarkt (Agenturen und werbungstreibende Unternehmen) agiert. Im Rahmen dieser Arbeit bietet die AS&S beiden Seiten ein breites Leistungsspektrum an unterschiedlichen Serviceleistungen und Werbeträgerangeboten, die die differenzierten Kommunikationsanforderungen der Werbekunden und des Werbemarktes ideal abdecken.

SPORT + MARKT

Als das führende Forschungs- und Beratungsunternehmen im internationalen Sportbusiness analysiert SPORT+MARKT seit über 20 Jahren die Entwicklungen und Erfolgsfaktoren im Sponsoring- und Werbemarkt. Neben der Kompetenz im Bereich Markt-, Mediaforschung und strategischer Beratung steht den Kunden eine der weltweit größten Datenbanken für Sport,

Sponsoring und Kommunikation zur Verfügung. Wir beraten nationale und internationale Unternehmen, Clubs, Verbände und Vermarkter bei der Planung und Erfolgskontrolle von Engagements im weltweiten Sponsoring und Sportbusiness. Mit über 500 Mitarbeitern sind wir derzeit in mehr als 120 Ländern weltweit aktiv. Neben dem Kölner Hauptsitz bestehen Niederlassungen in Großbritannien, Spanien, Italien, Frankreich, den Niederlanden und Singapur.



VETO ist seit zehn Jahren im Sportbereich tätig. Schwerpunkte sind die Entwicklung und die Produktion von Sonderwer-

bemitteln sowie Venue Dressing. Ein hochqualifiziertes und effizientes Netzwerk aus den Komponenten Beratung, Produktion, Grafik und Logistik bringt VETO in den Status des Fullservice-Dienstleisters. Insgesamt vertrauen 28 Stadien bzw. Vereine der Bundesliga, Zweite Bundesliga und der Dritten Liga sowie der Deutsche Fußball-Bund mit den Teams von der A-Nationalmannschaft bis zur U15-Nationalmannschaft auf das VETO-Team. Darüber hinaus ist VETO als Dienstleis-

tungspartner von Infront Sports & Media unter anderem auch für die gesamte logistische Abwicklung, für das DFB-Pokal Venue Dressing, sowie für die Ausstattung aller Pokalstadien mit statischen Werbebanden anlässlich des DFB Pokales 2010-2011 verantwortlich. Ebenso vertraut die DFL auf VETO mit den Veranstaltungen Supercup und der Relegationsspiele.

Mit freundlicher Unterstützung

gettyimages®

E-Mail Partner

eCircle

-- Fax-Anmeldung: 0 69 / 75 95 – 30 30 --

Jetzt anmelden! Teilnahme sichern:
www.conferencegroup.de/sponsoringtage10

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an:

- zu den **16. Deutschen Sponsoringtagen + Pre Conference Symposium (inkl. Players-Night)** am 27./28. Oktober 2010 - Teilnehmerpreis 1.190,- Euro (zzgl. 19 % MwSt.)/p.P.
- zu den **16. Deutschen Sponsoringtagen (inkl. Players-Night)** am 28. Oktober 2010. Teilnehmerpreis 890,- Euro (zzgl. 19 % MwSt.)/p.P.
- zu dem **Pre Conference Symposium Brand Entertainment und Product Placement** am 27. Oktober 2010. Teilnehmerpreis 590,- Euro (zzgl. 19 % MwSt.)/p.P.

- zur **Players-Night** am 28. Oktober 2010. Teilnehmerpreis 150,- Euro (zzgl. MwSt.)/p.P.
- Abonnenten von HORIZONT** erhalten einen Rabatt von 100,- Euro auf die Tagungsgebühr zu den 16. Deutschen Sponsoringtagen 2010. (bitte ankreuzen und Kundennummer angeben!).
- Kundennummer: _____
- Ja,** ich bin/wir sind interessiert an **Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten.** Bitte senden Sie mir/uns Informationsmaterial zu.

1. Name / Vorname

Position

Firma

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon

E-Mail-Adresse

Datum

2. Name / Vorname

Position

Firma

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon

E-Mail-Adresse

Unterschrift / Firmenstempel

3. Name / Vorname

Position

Firma

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon

E-Mail-Adresse

-15%

Kontakt und Anmeldung:

Telefon: 0 69 / 75 95 – 30 36
Fax: 0 69 / 75 95 – 30 30
per Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
E-Mail: info@conferencegroup.de
per Internet: www.conferencegroup.de/sponsoringtage10

Termin und Ort:

27./28. Oktober 2010
Steigenberger Airport Hotel Frankfurt
Unterschweinstiege 16
60549 Frankfurt am Main
Tel: 069 / 69 75-24 25 - Fax: 069 / 69 75-24 19
E-Mail: Reservations@Airporthotel.Steigenberger.de
EZ: 160,- Euro (inklusive Frühstück)

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Deutsche Sponsoringtage 2010“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für die Teilnahme am Kongress + Pre Conference Symposium beträgt 1.190,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person, für die Teilnahme am Kongress + Pre Conference Seminare 990,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person, die Teilnahme am Kongress 890,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Teilnahme an den Pre Conference Seminaren beträgt 290,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person, die Teilnahme an dem Symposium 590,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person und die Teilnahme

an der Players-Night 150,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person. Die Kongressgebühr enthält Getränke und Mittagessen.

Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und 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. 19% MwSt. pro Person erhoben. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. 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 Namensplaketten, die vor Beginn ausgehändigt werden.

16. Deutsche Sponsoringtage 2010

Was die Massen bewegt

Jetzt anmelden –
www.conferencegroup.de/sponsoringtage10

Die Themenfelder der 16. Deutschen Sponsoringtage 2010

- **Fußball-Gipfel:** Treibt der Kommerz die Inszenierung auf die Spitze?
- **Schnee-Gipfel:** WM, Weltcup und vier Schanzen: Sponsoringpotenziale in weiß
- **Kampf der Disziplinen:** Klassik vs. Sponsoring – Wer schlägt sich besser?
- **Event-Gipfel:** Von der Aufgabe, die Massen zu gewinnen
- **Medien-Gipfel:** Vielfalt der Kanäle: Wie der Sport sich seine Medien sucht

27. und 28. Oktober 2010

Steigenberger Airport Hotel, Frankfurt am Main

Die Referenten und Diskutanten der 16. Deutschen Sponsoringtage 2010 u. a.



Dirk Bauermann,
Deutscher Basketball Bund



Hiro Kishi,
Deutsche Telekom



Tom Bender,
Deutsche Fußball Liga



Oliver Scheel,
Hamburger Sport-Verein (HSV)



Michael Meeske,
FC St. Pauli



Andreas Jung,
FC Bayern München



Sven Froberg,
Sat 1



Bruno Marty,
Infront Sports & Media

Philipp Köster, 11 Freunde | **Bernd Daubenmerkl,** Eurosport | **Michael Lina,** ARD-Werbung SALES & SERVICES | **Simon Trägner,** akzio! | **Dr. Michael Trautmann,** kemper-trautmann | **Jens Lönneker,** rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen | **Boris Schramm,** GroupM | **Roman Steuer,** Vicepresident Sports, Sky Deutschland

Höhepunkt der 16. Deutschen Sponsoringtage 2010

HORIZONT Sportbusiness Award 2010



Player des Jahres:
Felix Magath,
FC Schalke 04



Sportmanager des Jahres:
Jan Pommer,
Beko Basketball Bundesliga GmbH

Sponsor des Jahres:
Red Bull

+ Pre Conference Symposium: Brand Entertainment und Product Placement



Welche Möglichkeiten eröffnet der 13. Rundfunkänderungsvertrag für den TV-, Entertainment- und Sponsoring-Markt?
Keynote-Referent: **Amir Kassaei,** CCO, DDB Group

Eine gemeinsame Veranstaltung von HORIZONT und The Conference Group in Zusammenarbeit mit:



UNVERZAGT VON HAVE
RECHTSANWÄLTE | STEUERBERATER

Premium Partner:



Partner:



Mit freundlicher Unterstützung:
gettyimages®

Die Veranstalter:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

HORIZONT
SPORT
BUSINESS

the conference group
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Veranstalter: **HORIZONT**
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events
Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

in Kooperation mit: **brand X**

UNVERZAGT VON HAVE
RECHTSANWÄLTE | STEUERBERATER

Moderation: **Juliane Paperlein**¹, Ressortleiterin Medien, HORIZONT

9.30 – 9.35

Eröffnung durch die Moderatorin

9.35 – 10.00

Brand Entertainment – Menschen wollen keine Werbung, Menschen wollen Unterhaltung.

Michael Kramer², Geschäftsführung, brand X, Agentur für Markeninszenierung & Brand Entertainment GmbH (ehemals TBWA \STREAM), Hamburg

10.00 – 10.30

Die neuen rechtlichen Rahmenbedingungen im Product Placement

Dr. Frank Eickmeier³, RA Unverzagt von Have, Hamburg

10.30 – 11.00 Keynote:

Kommunikation 2010 – Content vs. Media

Kommunikation im digitalen Zeitalter

Amir Kassaei²² Chief Creative Officer, Doyle Dane Bernbach Group GmbH (DDB Group), Berlin

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Tour d'Horizon – Was zeichnet internationale Erfolgsbeispiele aus? Was können deutsche Marketingverantwortliche aus der werbetreibenden Welt hiervon lernen?

11.30 – 12.00

The Product never is the hero – Product Placement: Vom Schmuttelkind der Branche zur anspruchsvollsten aller Werbeformen

Warum Product Placement schwieriger ist, als man gemeinhin so denkt: Herausforderungen, Chancen und Probleme anhand von nationalen und internationalen Beispielen

Marc Schwieger⁴, undSchwieger GmbH, member of diligenZ group, Hamburg

12.00 – 12.30

„Herz, Kopf, Gesäß. Drei Zonen im Sturm erobern... Best Case: Hornbach – das grenzenlose Haus“

Matthias von Bechtolsheim⁵, Geschäftsführer, Heimat Werbeagentur GmbH, Berlin

12.30 – 13.00

Best Case: Product Placement am Beispiel Gatorate – Wie eine sinnvolle und intelligente Integration von Markeninhalten neue Möglichkeiten eröffnet und zum Erfolg führt

Stefan Schmidt⁶, Chief Creative Officer, TBWA Werbeagentur GmbH, Berlin

13.00 – 14.00 Kommunikations- und Mittagspause

14.00 – 15.00 Produzentenpanel

Product Placement – Neue Chancen für Film, Fernsehen und Werbung?

- Wo liegen die Chancen und Grenzen von Product Placement?
- Was ändert sich durch das neue Gesetz und welche Auswirkungen hat die Medienlandschaft zu erwarten?
- Wo lauern noch Fallstricke?
- Davon abgesehen: Rechnet sich das Investment, wenn man den Aufwand von Sonderwerbeformen und integrierten Konzepten einrechnet?

Matthias M. Alefeld⁷, Geschäftsführender Gesellschafter, MA Media, München

Prof. Knut Foeckler⁹, newturn . structuring brands & media und Sen. Business Advisor, SAINT ELMO'S Entertainment, München

Stefan Kastenmüller¹⁰, Geschäftsführer, UFA Brand Communications, Potsdam

Dr. Marc Lammek¹¹, Geschäftsführer, ALL3MEDIA TV-SERVICES GmbH, Berlin

Andreas Türck¹², Gesellschafter, pilot entertainment GmbH, Hamburg

Prof. Dr. Norbert Schneider¹³, bis 30.09.2010, Direktor, Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf

Moderation: **Dr. Jochen Zimmer**¹⁴, Ressortleiter Specials und Projekte, HORIZONT

15.00 – 15.30 Vermarkterpanel

Neue Chancen für die Werbevermarktung: Produkte, Preise, Strategie, Integration

Lars-Eric Mann¹⁵, Verkaufsdirektor, IP Solutions und Leiter, Unit Future Solutions, IP Deutschland, Köln

Hans-Joachim Strauch¹⁶, Geschäftsführer, ZDF Werbefernsehen GmbH, Mainz

Andreas von Berg¹⁷, Leitung Sonderwerbeformen und Kooperationen, EL CARTEL MEDIA GmbH & Co. KG, München

Sabine Eckhardt¹⁸, Geschäftsführerin, SevenOne AdFactory GmbH, Unterföhring

Moderation: **Juliane Paperlein**¹, Ressortleiterin Medien, HORIZONT

15.30 – 16.00 Kommunikations- und Kaffeepause

16.00 – 17.00 Markenpanel

Emotional Brandbuilding mit Product Placement und Brand Entertainment – Kommunikationsstrategien über die effektive Umsetzung.

Was macht für wen Sinn (integrierte Konzepte)?

Dr. Hans-Peter Ketterl¹⁹, Marketingkommunikation, Werbung, Medien und Product Placement, BMW Deutschland, München

Stefan Schmidt⁶, Chief Creative Officer, TBWA Werbeagentur GmbH, Berlin

Marc Sasserath²⁰, Musiol / Munzinger / Sasserath Gesellschaft für umsetzungsorientierte Markenberatung und Markenentwicklung mbH, Berlin

Dr. Ferdinand Froning²¹, Geschäftsführer, LOCAVI GmbH – Branded Entertainment, Stuttgart

Matthias von Bechtolsheim⁵, Geschäftsführer, Heimat Werbeagentur GmbH, Berlin

Moderation: **Michael Kramer**², Geschäftsführung, brand X, Hamburg

ca. 17.00 Abschluss des Symposiums Brand Entertainment und Product Placement



DER KONGRESSBEIRAT DER 16. DEUTSCHEN SPONSORINGTAGE 2010



Axel Achten, Geschäftsführer, Deutsche Sport-Marketing



Uwe Alten, Managing Director, GMR Marketing



Tom Bender, Geschäftsführer, DFL Deutsche Fußball Liga



Dieter Gruschwitz, Sportchef, ZDF



Gabriele Handel-Jung, Leiterin Konzernmarketing-services und Media, Deutsche Bahn



Philipp Hasenbein, Geschäftsführer, SPORTFIVE



Oliver Kaiser, Geschäftsführender Gesellschafter, Ledavi



Jan Pommer, Geschäftsführer, Basketball Bundesliga



Dr. Hermann Schindwein, Partner, Ashurst LLP



Matthias Schumann, Kommunikation, S20 The Sponsors Voice



Hartmut Zastrow, Vorstand, Sport + Markt



Holger Zindt, Geschäftsführer, akzio!



Markus Gotta, Bereichsgeschäftsführer, HORIZONT



Volker Schütz, Chefredakteur, HORIZONT



Miriam Hebben, Redaktion Sportbusiness, HORIZONT

16. Deutsche Sponsoringtage 2010

PROGRAMM

28. Oktober 2010 – Steigenberger Airport Hotel – Frankfurt am Main

WAS DIE MASSEN BEWEGT

9.30 – 9.40 Eröffnung

durch **Dieter Nickles**, Moderator, Sky Deutschland, Unterföhring

Fußball-Gipfel

Treibt der Kommerz die Inszenierung auf die Spitze?

09.40 – 10.00 Keynote

Warum der Kommerz im Fußball Grenzen haben sollte

Oliver Scheel²³, Vorstand, Hamburger Sport-Verein (HSV), Hamburg

10.00 – 10.20 Keynote

Warum die Bundesliga ohne aktive Vermarktung an ihre Grenzen stößt

Tom Bender²⁴, Geschäftsführer Medien, Marketing & Kommunikation, Deutsche Fußball Liga, Frankfurt am Main

10.20 – 11.00 Gipfeltreffen

Zwischen Fanblock und VIP-Lounge: Wie die Liga Kult und Kommerz vereint

Chancen und Grenzen in der Fußball-Vermarktung

Oliver Scheel²³, Vorstand, Hamburger Sport-Verein, Hamburg

Tom Bender²⁴, Geschäftsführer Medien, Marketing & Kommunikation, Deutsche Fußball Liga, Frankfurt am Main

Philipp Köster²⁵, Chefredakteur, 11 Freunde, Berlin

Michael Meeske, Kaufmännischer Geschäftsführer, FC St. Pauli, Hamburg

Andreas Jung, Stellvertretender Vorstand, FC Bayern München, München

Moderation: **Miriam Hebben**³³, Redaktion Sportbusiness, HORIZONT

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Schnee-Gipfel

WM, Weltcup und vier Schanzen: Sponsoringpotenziale in weiß

11.30 – 11.45 Impulsreferat

Wintersport – Die verkannte Cinderella im Sponsoring Business

Michael Lina²⁶, Leitung Sportvermarktung, ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH, München

11.45 – 12.25 Gipfeltreffen

Neue Ordnung in weiß: Was Werbekunden im Wintersport finden

Norbert Schrofner, Marketingchef, Audi AG, Salzburg/Österreich

Bruno Marty, Executive Director Winter Sport, Infront Sports & Media, Zug/Schweiz

Bernd Daubenmerkl²⁷, Geschäftsführer, Eurosport Media GmbH

Simon Trägner²⁸, Geschäftsführer, akzio!

Christian Pirzer, Geschäftsführer, Tridem Sports AG, Wollerau/Schweiz

Moderation: **Dr. Jochen Zimmer**¹⁴, Ressortleiter Specials und Projekte, HORIZONT

Kampf der Disziplinen

Klassik vs. Sponsoring – wer schlägt sich besser?

12.25 – 12.45 Impulsreferat

Aufgesprungen: Wie man ohne ein Recht erfolgreich Sportkommunikation betreibt

Dr. Michael Trautmann²⁹, Geschäftsführender Gesellschafter, kempertrautmann GmbH

12.45 – 13.15 Debatte

„Klassik vs Sponsoring – wer schlägt sich besser?“

Boris Schramm³⁰, Managing Director Print, Radio und Medienkooperationen, GroupM

Competence Center GmbH, Düsseldorf

Marcel Cordes, Vorstand, Sport+Markt

im Gespräch mit **Volker Schütz**³², Chefredakteur, HORIZONT

13.15 – 14.45 Kommunikations- und Mittagspause

Event-Gipfel

Von der Aufgabe, die Massen zu gewinnen

14.45 – 15.15 Impulsreferat

Erleben, was verbindet: Warum Sport(schauen) gemeinsame Sache ist

Jens Lönneker³¹, Geschäftsführer, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH und Co. KG, Köln

15.15 – 15.45

Ein Land bewirbt sich – wie wird eine Bewegung draus

Stefan Bruckner³⁵, Director Marketing der Bewerbungsgesellschaft München 2018

15.45 – 16.15 Sportler im Gespräch

Dirk Bauermann, Basketball Bundestrainer, Deutscher Basketball Bund

im Gespräch mit **Miriam Hebben**³³, Redaktion Sportbusiness, HORIZONT

16.15 – 16.50 Kommunikations- und Kaffeepause

Medien-Gipfel

Vielfalt der Kanäle: Wie der Sport sich seine Medien sucht

17.00 – 18.00 Diskussionsrunde

Kampf um Quote: Wo Werbekunden ihre Zielgruppe finden

Sven Froberg, Leiter Sport, Sat 1, Unterföhring

Hiro Kishi³⁴, Leiter Sportsponsoring, Deutsche Telekom AG, Bonn

Heiko Genzlinger, Commercial Director und stellvertretender Geschäftsführer, Yahoo! Deutschland

Roman Steuer, Vicepresident Sports, Sky Deutschland, Unterföhring

Michael Amsinck³⁶, Geschäftsführer, SportA GmbH, Unterföhring

Moderation: **Volker Schütz**³², Chefredakteur, HORIZONT

18.00 – 18.45 Sektempfang

18.45 – 20.15 Preisverleihung

Eröffnung der Preisverleihung durch **Markus Gotta**, Bereichsgeschäftsführer, HORIZONT

Preisverleihung HORIZONT Sportbusiness Award 2010

Die Kategorien:

- Player des Jahres
- Sportmanager des Jahres
- Sponsor des Jahres

Die Preisträger:

- Felix Magath, FC Schalke 04
- Jan Pommer, Beko Basketball Bundesliga
- Red Bull

Die Jury:

Axel Achten, Geschäftsführer, Deutsche Sport-Marketing

Tom Bender, Geschäftsführer, Deutsche Fußball Liga

Dieter Gruschwitz, Sportchef, ZDF

Gabriele Handel-Jung, Leiterin Konzernmarketingservices und Media, Deutsche Bahn

Philipp Hasenbein, Geschäftsführer, Sportfive

Uwe Hellmann, Leiter Markenführung, Commerzbank

Rainer Holzschuh, Herausgeber, kicker

Dr. Michael Ilgner, Geschäftsführer, Stiftung Deutsche Sporthilfe

Oliver Kaiser, Geschäftsführer, Ledavi

Alexander Maresch, Head of Marketing Europe, DWS

Peter Olsson, Geschäftsführer, Performance Plus

Dr. Hermann Schlindwein, Partner, Ashurst

Carsten Schmidt, Vorstand Sport, Sky

Werner Starz, Leiter Marketing, Eurosport Media

Dr. Henning Stiegenroth, Leiter Sportmarketing, Deutsche Telekom

Hartmut Zastrow, Vorstand, Sport+Markt

Holger Zindt, Geschäftsführer, akzio!

Markus Gotta, Bereichsgeschäftsführer, HORIZONT

Volker Schütz, Chefredakteur, HORIZONT

Miriam Hebben, Redaktion Sportbusiness, HORIZONT

Mit freundlicher Unterstützung von:

SPORT <=> MARKT

20.15 Players-Night

Zum Ausklang der 16. Deutschen Sponsoringtage 2010 laden Sie die Veranstalter herzlich zur Nacht der Preisträger – Players-Night – ein.

Eine gute Gelegenheit, um in entspannter Atmosphäre – mit Buffet und Unterhaltung – interessante Kontakte zu knüpfen und sich im Kreise der Referenten und Branchen-Experten über die aktuellen Herausforderungen im Sportbusiness auszutauschen.



25



26



27



28



29



30



31



32



33



34



35



36