

## Agenda

**EXECUTIVE SEMINAR****STRATEGISCHES MANAGEMENT VON VERLAGSRECHTEN**

<b>ab 09.00 Uhr</b>	<b>Ankunft, Empfang und Registrierung</b>
<b>10.00 - 10.15 Uhr</b>	<b>Begrüßung</b> Ulrich Klopotek von Glowczewski, CEO Klopotek AG
<b>10.15 - 10.45 Uhr</b>	<b>Eröffnung</b> Dr. Gottfried Honnefelder, Berlin University Press
<b>10.45 - 11.45 Uhr</b>	<b>Der Entscheidungsprozess zu Verlagsrechten</b> Dr. Henning Stumpp, Kaufmännischer Leiter S. Fischer Verlag
<b>11.45 - 12.00 Uhr</b>	<b>Kaffeepause</b>
<b>12.00 - 13.00 Uhr</b>	<b>Autorenbindung, Autorenentwicklung, Autorenmarketing</b> Philip Roeder, Geschäftsleitung Suhrkamp Verlag/Insel Verlag
<b>13.00 - 14.00 Uhr</b>	<b>Mittagessen</b>
<b>14.00 - 15.00 Uhr</b>	<b>Verlagsleistung und der Einfluss auf den Wert von Rechten</b> Eckhard Kloos, Kaufmännischer Leiter Rowohlt Verlag
<b>15.00 - 15.15 Uhr</b>	<b>Kaffeepause</b>
<b>15.15 - 16.15 Uhr</b>	<b>Von der Wertberichtigung zur Wertschöpfung</b> Thomas Pichler, Kaufmännischer Leiter Verlagsgruppe Random House GmbH
<b>16.15 - 17.00 Uhr</b>	<b>MerkPosten – Abschlussrunde</b> Dr. Henning Stumpp, Kaufmännischer Leiter S. Fischer Verlag Philip Roeder, Geschäftsleitung Suhrkamp Verlag/Insel Verlag Eckhard Kloos, Kaufmännischer Leiter Rowohlt Verlag Thomas Pichler, Kaufmännischer Leiter Verlagsgruppe Random House GmbH Moderation: Martin Huber, Geschäftsführer Klopotek & Partner GmbH

## Einladung

**EXECUTIVE SEMINAR****STRATEGISCHES MANAGEMENT VON VERLAGSRECHTEN**

Nicht erst seit der Erfindung des Begriffes „Digital Rights Management“, aber sicher verstärkt durch die damit verbundene Diskussion, ist das Thema eines langfristig orientierten Managements der Entscheidungen und Handlungen rund um die Beschaffung, Vermarktung und Verwertung von Verlagsrechten in den Vordergrund gerückt worden. Verlagsrechte – oder personalisiert ausgedrückt: Autoren – sind und bleiben Ausgangs-, Mittel- und Endpunkt der Wertschöpfungskette gerade des Publikumsverlages. Mithin ist das Stellen und Diskutieren der Frage nicht neu – nur: Neue Verwertungs- und Vermarktungsformen erfordern möglicherweise andere Antworten darauf, wie die spezifische Leistung des Verlages in der Beschaffung, Vermarktung und Verwertung von Verlagsrechten definiert und beschrieben werden kann und eine bekannte Sichtweise weiterentwickelt werden kann.

Unter dem Konzept des „Executive Seminars“ ist zu verstehen, dass wir uns in Form von Vorträgen und Diskussionen mit einem Thema befassen, das das gesamte Verlagsunternehmen in seinen unterschiedlichen Funktionen oder Aufgabenstellungen betrifft. Wir wollen uns in dieser Auseinandersetzung weniger von operativen, handlungsorientierten Rahmenbedingungen leiten lassen, als vielmehr uns derjenigen Punkte dieses Prozesses vergegenwärtigen, die sich dadurch charakterisieren lassen, dass eine Entscheidung im Mittelpunkt steht. Vergegenwärtigen heißt dabei: Die Entscheider wissen nicht nur um die Bedeutung der Entscheidung als handlungsleitender Instanz, sondern auch um die der Entscheidung jeweils eigenen Freiheiten, Prämissen und Restriktionen.

Die Vorträge sollen uns deshalb nicht nur informieren über die Entscheidungspraxis eines Entscheiders, sondern werden auch in der anschließenden Diskussion einen Austausch darüber ermöglichen, die andere Praxis des eigenen Entscheidens als jeweils andere Wahrnehmung von Freiheiten, Prämissen und Restriktionen im Entscheiden zu begreifen und zu besprechen.

Wir laden Sie ganz herzlich zu unserem Executive Seminar ein!

DATUM:	13. September 2006
ORT:	Swissôtel Berlin, Augsburgstr. 44, 10789 Berlin
ZEIT:	10.00 bis 17.00 Uhr, Empfang ab 9.00 Uhr
GEBÜHR:	490,- EUR zzgl. 16% MwSt. (inkl. Mittagessen und Getränke)

## EXECUTIVE SEMINAR

### STRATEGISCHES MANAGEMENT VON VERLAGSRECHTEN

#### **Dr. Henning Stumpp: Der Entscheidungsprozess zu Verlagsrechten**

Dinge auf den Punkt bringen, bevor eine Entscheidung getroffen wird! Weil andernfalls die Entscheidung zum Kristallisationspunkt von nachträglicher Rechtfertigung wird und aus der Entscheidung nicht mehr für ein nächstes Mal gelernt werden kann. Welche Dinge auf welchen Punkt zu bringen sind im Entscheidungsprozess zum Erwerb von Verlagsrechten, wird uns dieser Vortrag vermitteln.

#### **Philip Roeder: Autorenbindung, Autorenentwicklung, Autorenmarketing**

Wie kann das Rechtemanagement dazu beitragen, einen Autor im Buchmarkt erfolgreich zu etablieren? Was sind die notwendigen Voraussetzungen, Bausteine und Konsequenzen? Wie greifen Produktmarketing und Rechteverwertung ineinander? Und welche Folgen hat dieser Umgang mit Verlagsrechten auf das Verhältnis zwischen Autor und Verlag?

#### **Eckhard Kloos: Verlagsleistung und der Einfluss auf den Wert von Rechten**

Die Verlagsleistung besteht aus einem Bündel von einzelnen, spezifischen Tätigkeiten. Die Koordination dieser Tätigkeiten hat das Ziel, Verlagsrechte zu vermarkten. In der Praxis treten die Aufgaben der Herstellung, des Vertriebs, des Marketing, der Verwaltung zurück, der Rechteeinkauf dominiert. Richtig oder falsch?

#### **Thomas Pichler: Von der Wertberichtigung zur Wertschöpfung**

Publikumsverlage tätigen ihre größten Investitionen in Verlagsrechte. Aufgrund leerer Kassen der Finanzverwaltung und einer gestiegenen Internationalisierung in der Rechnungslegung (IAS/IFRS) kommt heutzutage kein Unternehmen umhin, dem Wertansatz dieser Bilanzposition große Aufmerksamkeit zu schenken. Neben der Vermittlung von praxisgerechtem Hintergrundwissen zur Bewertung von Verlagsrechten soll der Vortrag die wichtigsten Faktoren an die Hand geben, um auf der Grundlage der kaufmännischen Anforderungen einen Philosophiewechsel einzuleiten: Weg von dem reinen kaufmännischen Übel der nachgelagerten Wertberichtigung, hin zu einem erfolgreichen Rechtemanagement.

#### **Dr. Gottfried Honnefelder, Berlin University Press**

Dr. Honnefelder studierte Literaturwissenschaft und Philosophie in Bonn, London und München, und promovierte zum Dr. phil. bei Benno von Wiese. Er wechselte 1974 in den Suhrkamp Verlag und war dort seit 1979 als Geschäftsführer der Verlagsgruppe tätig. Seit 1997 war er alleingeschäftsführender Gesellschafter des DuMont Buchverlages, den er mit Richtung Berlin University Press in 2006 verließ. Neben der verlegerischen Tätigkeit ist Dr. Honnefelder u. a. seit 2001 Stellvertretender Vorsteher des Börsenvereins und seit Januar 2006 Vorsteher.

#### **Dr. Henning Stumpp, Kaufmännischer Leiter S. Fischer Verlag**

Dr. Henning Stumpp studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der TU Darmstadt und promovierte anschließend bei Prof. Rürup zum Thema Preisbindung für Verlagserzeugnisse. Er war Co-Autor der sog. Rürup-Studie für den Börsenverein und Mitglied der Verbandsdelegationen, die sich in Brüssel bzw. Bern für den Erhalt der Buchpreisbindung stark machten. Seit Ende 1998 ist Henning Stumpp beim S. Fischer Verlag in Frankfurt, zunächst als Assistent der Geschäftsleitung, später als Controller und mittlerweile als Kaufmännischer Leiter. Darüber hinaus erfüllt er einen Lehrauftrag am Institut für Buchwissenschaften der Uni Mainz.

#### **Philip Roeder, Geschäftsleitung Suhrkamp Verlag/Insel Verlag**

Nach der Ausbildung zum Bankkaufmann und dem Studium der Deutschen Literatur- und Sprachwissenschaft, Philosophie und Betriebswirtschaftslehre in Hamburg und Frankfurt/Main trat Philip Roeder als Assistent des Kaufmännischen Geschäftsführers in den Suhrkamp Verlag und Insel Verlag ein. 1999 übernahm er die Kaufmännische Geschäftsführung der Verlage.

#### **Eckhard Kloos, Kaufmännischer Leiter Rowohlt Verlag**

Eckhard Kloos absolvierte eine Lehre im Verlag, bevor er BWL in Hamburg studierte. Nach Tätigkeiten in anderen Branchen ist er seit 1978 beim Rowohlt Verlag unter anderem verantwortlich für Autoren- und Verlagsverträge. Er engagiert sich in den Gesprächen mit dem Verband deutscher Schriftsteller (VS) zum Urhebervertragsrecht und ist Mitglied des Verwaltungsrates der VG-Wort.

#### **Thomas Pichler, Kaufmännischer Leiter Verlagsgruppe Random House GmbH**

Thomas Pichler kam nach seinem BWL-Studium 1996 zu Bertelsmann. Nach verschiedenen Stationen im In- und Ausland übernahm er 2001 die Finanzverantwortung bei der Verlagsgruppe Random House, seit 2005 in der Funktion des Kaufmännischen Leiters. In dieser Zeit war Thomas Pichler u. a. verantwortlich für die Einführung von SAP und der Contracts, Rights and Royalties Komponente von Klopotek, die Umstellung der Bilanzierung von HGB nach IAS/IFRS sowie die kaufmännische Abwicklung komplexer Firmenkäufe und -verkäufe.