

## PRESSEMITTEILUNG

### Geballte TV-Insights bei den Screenforce Days

**Berlin, 2. Juni 2021.** Vier Tage im Zeichen von Total Video: Die Screenforce Days zeigen vom 14. bis 17. Juni 2021 die neuesten TV- und Video-Trends – auf allen Screens und kostenlos für alle Interessierten. Unter dem Motto „The Magic of Total Video“ gehen die Screenforce Days erstmals als virtuelles Event aus dem Kölner Bauwerk über die Bühne und präsentieren Aktuelles rund um TV aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Bereits rund 2500 Interessierte haben sich zum größten TV-Event der Branche angemeldet, um die Screenings der TV-Vermarkter mitzuverfolgen und von aktuellen Insights und aufschlussreichen Diskussionen mit renommierten Speaker\*innen und Expert\*innen zu profitieren. Moderator der Screenforce Days ist Wolfram Kons. Interessierte können sich unter folgendem Link registrieren: [www.screenforce.de](http://www.screenforce.de)

#### Screenings, Studien und Talks

Das neue Digitalformat macht es möglich: Die Screenforce Days verdoppeln sich auf vier Tage, an denen es jeweils rund zwei Stunden Programm am Vormittag und Nachmittag gibt. Die ersten beiden „Content Days“ sind den Screenings gewidmet, die einen kompletten Ausblick auf die Highlights der neuen Programmsaison geben. Beim „Vermarkter Talk“ sprechen **Elke Schneiderbanger** (ARD Werbung Sales & Services), **Matthias Dang** (Mediengruppe RTL & Ad Alliance) und **Thomas Wagner** über aktuelle Trends in der Vermarktung (Seven.One Entertainment Group). Im „Content Talk“ tauschen sich **Susanne Aigner** (Discovery), **Eun-Kyung Park** (The Walt Disney Company Germany), **Andreas Bartl** (RTLZWEI / EL CARTEL MEDIA) und **Henrik Pabst** (Seven.One Entertainment Group) über aktuelle und künftige Programmtrends aus.

#### Knowledge Day: Brandaktuelles Wissen aus erster Hand

Zum Auftakt des dritten Tages präsentieren **Philipp Reiter** und **Stefan Schönherr** (beide eye square) die groß angelegte experimentelle Screenforce-Studie „Track the Success“, die auf der Screenforce-Studie „Not all Reach is equal“ aus dem letzten Jahr aufbaut. Verglichen wird wieder die Wirkung identischer Werbespots auf unterschiedlichen Medienkanälen. Der Fokus liegt in diesem Jahr jedoch auf den unterschiedlichen Nutzungsverfassungen der Zuschauer und Nutzer.

Unter dem Titel „Die Vermessung der Total Video-Landschaft“ gibt es zudem einen österreichischen Beitrag von **Oliver Stribl** (RTR) und Arbeitsgemeinschaft-TELETEST-Obmann **Thomas Gruber** (ATV), die ihre neue Bewegtbildstudie vorstellen.

12 Vermarkter – ein Team! ■ [screenforce.de](http://screenforce.de)



Von „TV zu Video+“ lautet der Titel der Keynote von **Kerstin Niederauer-Kopf** (AGF) am Nachmittag. Diplom-Psychologin **Ines Imdahl** (rheingold salon) spricht anschließend über „Television-en / Zeit für ein anderes AHA-Erlebnis“. Den Abschluss vom „Knowledge Day“ macht Neurowissenschaftler und Bestsellerautor **Henning Beck** mit seinem Vortrag „Gehirn vs. Künstliche Intelligenz – Analoge Ideen in der digitalen Welt“.

## Perspektiven im Fokus

Am letzten Tag geht es um einen Blick in die Zukunft. Den Auftakt beim „Future Day“ macht am 17. Juni Trendforscher und Autor **Peter Wippermann** mit seiner Keynote „Tipping Points of Total Video: Refokussierung des Marketings – Menschen statt Technologie“. **Dirk Ziems** (Concept M) widmet sich anschließend dem „Konsum nach Corona“, bevor bei „Social loves TV“ Beispiele der gegenseitigen Bereicherung von TV und sozialen Medien vorgestellt werden.

Über das enorme Potenzial und das starke Wachstum der Sender-Mediatheken diskutieren im Panel „B-VoD Talk: Quo Vadis?: **Diana Degraa** (Initiative Media), **Ralf Hape** (Sky Media Deutschland), **Tassilo Raesig** (Joyn) und **Henning Tewes** (RTL Television). Die Auftakt-Keynote zu diesem Talk präsentieren Ralf Hape und **Dev Sangani** (Sky Media UK).

Nachhaltigkeit steht im Zentrum der letzten Diskussionsrunde der diesjährigen Screenforce Days. Lösungsansätze stellen am Ende vom „Future Day“ **Kerstin Erbe** (dm Drogeriemarkt), **Florian Haller** (Serviceplan Group), **Moritz Lehmkühl** (ClimatePartner) und **Peter Christmann** (Media4Planet) vor.

Das gesamte Programm der Screenforce Days 2021 steht online auf <https://www.screenforce.de/events/screenforceday/screenforce-days-2021> zur Verfügung. Die Teilnahme ist aufgrund des virtuellen Konzepts für alle Interessierten kostenlos.

**Über Screenforce:** Die Screenforce Gattungsmarketing GmbH ist die Initiative der TV- und Bewegtbild-Vermarkter in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Partner sind Seven.One Media, Ad Alliance, EL CARTEL MEDIA, ARD-Werbung SALES & SERVICES, Discovery, SPORT1, Visoon Video Impact, Sky Media, Disney MEDIA SALES & PARTNERSHIPS, ServusTV, Arbeitsgemeinschaft Teletest (AGTT) für Österreich und AG Fernsehwerbung Schweiz (AGFS) für die Schweiz. Die 12 Partner repräsentieren gemeinsam 95 Prozent des TV-Werbemarktes in den DACH-Ländern. Mehr Infos: [www.screenforce.de](http://www.screenforce.de).

Screenforce Gattungsmarketing GmbH  
 Marcus Prosch, Sprecher Screenforce | Mobil: +49 (173) 5480804 | [marcus@prosch-communications.de](mailto:marcus@prosch-communications.de)

12 Vermarkter – ein Team! ■ [screenforce.de](http://screenforce.de)

