



PRESSEMITTEILUNG

Screenforce Days gehen vom 21. bis 23. Juni an den Start

Berlin, 15. März 2022. Der Termin für die Screenforce Days 2022 steht fest: Das größte Event für Total Video in Deutschland findet vom 21. bis 23. Juni als virtuelles Live-Event statt – verbunden mit vier Abendveranstaltungen in Frankfurt (21.6), Düsseldorf (22.6), München und Hamburg (jeweils 23.6), die nach zwei Jahren corona-bedingter Unterbrechung erstmals wieder den persönlichen Austausch der Teilnehmenden ermöglichen werden. Damit setzt Screenforce in diesem Jahr auf ein neues Konzept, das einem größtmöglichen Fachpublikum tagsüber die digitale Teilnahme an den Screenings und den hochkarätig besetzten Talk-Runden ermöglicht und abends auf lokaler Ebene die Gelegenheit für gute Gespräche bietet. Durch das Tagesprogramm wird Wolfram Kons führen. Das Motto der Screenforce Days 2022 bleibt unverändert: „The Magic of Total Video“.

Im Mittelpunkt der Screenforce Days 2022 stehen die aufwändig inszenierten Programm-Screenings der Sender und Vermarkter. Ein Content-Talk, Expert*innen-Vorträge und die Präsentation der neuen Screenforce-Studie runden das Programm ab. Eine aktive Teilnahme haben bereits Susanne Kunz, Geschäftsführerin der OWM, Kerstin Niederauer-Kopf, CEO der AGF Videoforschung und Klaus-Peter Schulz, Vorstand der OMG zugesagt. Das komplette Programm wird im April kommuniziert.

Malte Hildebrandt, Geschäftsführer Screenforce: „Lineares Fernsehen, Broadcast-Streaming, Multichannel – jetzt und in Zukunft – sind die Kernthemen der diesjährigen Screenforce Days. Wir haben uns die Entscheidung für ein erneutes virtuelles Branchenevent ohne Publikum nicht leicht gemacht, aber die nach wie vor geringe Planungssicherheit für Großveranstaltungen im Hinblick auf die Pandemie ließ uns im Februar, als wir uns festgelegt haben, keine andere Wahl. Hildebrandt weiter: „Wohlwissend, wie wichtig für unsere Branche der persönliche Austausch ist, haben wir uns in diesem Jahr für ein dezentrales und somit überschaubareres Get-Together-Konzept entschieden und vereinen damit das Beste aus beiden Welten: Die größtmögliche Reichweite unserer Screenings verbunden mit dem Klassentreffen-Gefühl, was die Screenforce Days seit jeher ausmacht. Was die Zukunft bringt, werden wir sehen. Grundsätzlich wollen wir zu einem zentralen Live-Screening-Konzept mit Publikum zurück.“

In den Jahren vor der Pandemie besuchten 2.300 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Unternehmen und Agenturen das bis dahin zweitägige Vermarktungsevent. Zu den Top-Speakern gehörten u.a. Sir Martin Sorrell, Sigmar Gabriel, Bestseller-Autor Wiemer Snijders, die Medizin-Ethikerin Prof. Christiane Woopen und die australische Marketing-Expertin Karen Nelson-Field. Veranstalter ist Screenforce, die Initiative der TV- und Bewegtbildvermarkter in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Jahr 2020 fielen die Screenforce Days corona-bedingt aus, in 2021 fanden sie als ein rein virtuelles Live-Event statt.

12 Vermarkter – ein Team! ■ screenforce.de



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 Media, 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.

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

12 Vermarkter – ein Team! ■ screenforce.de

 SEVEN.ONE
MEDIA

 AdAlliance

 EL CARTEL
MEDIA

 ARD MEDIA

 AGTT
Arbeitsgemeinschaft Teletest

 Discovery

 VISOON.

 sport1

 sky media

 Disney MEDIA SALES & PARTNERSHIPS

 ServusTV
DEUTSCHLAND

 AGFS⁺