

In der Krise vom Produkt zur begehrten Marke: Screenforce-Expertenforum

ID: LCG21046 | 25.02.2021 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort:
Wirtschaft Ausland | AVISO

Das Pandemiejahr geht an keiner Marke spurlos vorüber. Ob es für Marken ein Trauma oder eine Chance ist, diskutieren Martin Andree, Robert Kecskes und Richard Shotton mit Malte Hildebrandt am 18. März 2021, um 10 Uhr.

Berlin/ Wien (LCG) – Nicht nur die Mediennutzung, auch das Konsumverhalten hat sich seit Ausbruch der Pandemie geändert. Während manche Marken das letzte Jahr lieber ersatzlos aus ihrem Gedächtnis streichen würden, boten sich für andere neue Chancen und sie eroberten neue Kundensegmente. Viele der aktuellen Entwicklungen sind wissenschaftlich noch nicht näher untersucht. In einem hochkarätig besetzten Expertenforum diskutiert Screenforce, welche Wirkung einzelne Medien auf die Wahrnehmung von Marken haben und wie Produkte zu begehrten Marken werden.

Martin Andree (AMP Digital Ventures, Universität Köln) stellt in seiner Keynote die Frage „Marke – Game Over oder Gamechanger?“. **Robert Kecskes** (GfK) blickt unter dem Titel „Die Farben des Lichts am Horizont. Erfolgreiche Marken heute und im kommenden Post-Corona-Zeitalter“ positiv in die Zukunft. **Richard Shotton**, Kopf der vielbeachteten Thinkbox-Studie „Signalling Success“, präsentiert unter dem Titel „The Behavioural Science of Signalling“ die Bedeutung des Medienkanals für die Markenwahrnehmung. Durch das erste Expertenforum des Jahres führt Screenforce-Deutschland-Geschäftsführer **Malte Hildebrandt**.

Die Teilnahme am Screenforce-Expertenforum am Donnerstag, den 18. März 2021, um 10 Uhr, ist nach vorheriger Anmeldung auf screenforce.de kostenlos.

Über Screenforce

Screenforce ist die multinationale Gattungsinitiative der deutschen, österreichischen und schweizerischen TV-Vermarkter für Fernsehen, Video und Bewegtbild. Die breite Allianz aus 13 Partnern repräsentiert über 95 Prozent des TV-Werbemarkts in der DACH-Region. Österreich ist durch die Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) vertreten. Sie repräsentiert ihre Mitglieder: ATV, Goldbach Austria, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise, ProSiebenSat.1 PULS 4 und Servus TV. Mit wegweisenden Insights, aktuellen wissenschaftlichen Studien und inspirierenden Veranstaltungen bietet Screenforce Werbetreibenden und Agenturen brandaktuelle Informationen, um die beste Werbewirkung mit TV, Video und Bewegtbild zu erzielen. Weitere Informationen auf screenforce.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at
(Schluss)

