

## Screenforce setzt in neuer Kampagne auf Feelgood-Fernsehen – BILD

ID: LCG21168 | 18.05.2021 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien  
Österreich | Medieninformation

**Gattungsinitiative stellt die unterhaltsame Seite des Mediums in den Vordergrund und liefert Entertainment-Insights.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Unbestritten steht nicht erst seit Ausbruch der Pandemie die TV-Information im Zentrum der öffentlichen Diskussion, die Menschen mit seriösem Journalismus informiert. Jetzt zeigt Screenforce die andere Seite der Medaille. In der neuen Frühjahrskampagne widmet sich die Gattungsinitiative den Unterhaltungs-Fakten, die nicht minder beeindruckend sind. Mit dem Claim „Screenforce forciert Feelgood“ weisen von der Werbeagentur Wirz umgesetzte Print- und Onlinesujets auf die Fülle der Entertainment-Inhalte der 35 Sender mit österreichischer Werbung hin. Dort sind pro Tag rund 285 Stunden Filme, Shows, Serien und Unterhaltungsformate zu sehen. In diesem positiv besetzten Umfeld erreicht TV-Werbung über 93 Prozent der in Österreich lebenden Menschen pro Monat.

„Sie ist Fenster nach außen, Gesprächsstoff, Entspannung und einfach eine gute Zeit: Unterhaltung im TV. Das gemeinsame TV-Erlebnis oder die Diskussion über die aktuelle Blockbuster-Show verbindet die Menschen. Und sie gibt der Werbung ein positives Umfeld mit Feelgood-Faktor, Brand Safety inklusive“, sagt Screenforce-Österreich-Sprecher **Walter Zingg** (IP Österreich).

**Insights zur geballten Unterhaltung in den 35 österreichischen Screenforce-Sendern**

285 Entertainment-Stunden pro Tag sorgen bei den österreichischen Sehern für Feelgood und Abwechslung auf allen Screens – von Smartphone bis Smart TV.

180 Showformate bringen über 110 Stunden Unterhaltung täglich auf alle Bildschirme. Sie erreichen 87 Prozent der Menschen in Österreich durchschnittlich 30-mal pro Monat.

122 Stunden Serienspannung täglich erreichen 87 Prozent der Menschen in Österreich durchschnittlich 37-mal pro Monat.

Mehr als 53 Stunden Filme zeigen die heimischen Screenforce-Sender pro Tag und erreichen 86 Prozent der Österreicher im Durchschnitt 18-mal pro Monat.

## Über Screenforce

Screenforce ist die multinationale Gattungsinitiative der deutschen, österreichischen und schweizerischen TV-Vermarkter für Fernsehen, Video und Bewegtbild. Die breite Allianz aus zwölf 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](https://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](https://leisure.at)  
(Schluss)

