

Geballe TV-Insights bei den Screenforce Days

ID: LCG21187 | 01.06.2021 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien
Österreich | Medieninformation

Vier Tage im Zeichen von Total Video: Multinationale Screenforce Days zeigen von 14. bis 17. Juni 2021 die neuesten TV- und Videotrends – auf allen Screens und kostenlos für alle Interessierten. Neue Insights aus Österreich werden am „Knowledge Day“ präsentiert.

Wien/ Köln (LCG) – Unter dem Titel „The Magic of Total Video“ gehen die Screenforce Days erstmals als interaktives Digitalevent aus dem Kölner Bauwerk über die Bühne und präsentieren Aktuelles rund um TV aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Bereits über 2.000 Interessierte haben sich zum größten TV-Event in Deutschland, Österreich und der Schweiz angemeldet, um von aktuellen Insights und aufschlussreichen Diskussionen mit renommierten Speakern und Experten zu profitieren.

„Die Screenforce Days sind ein Muss für alle, die von der wachsenden Stärke von TV und Video profitieren möchten. Der Fokus der länderübergreifenden Veranstaltung liegt auf den spannenden Wachstumsbereichen Streaming, Multichannel und Mediatheken sowie Innovationen, die TV zum unverzichtbaren Wachstumstreiber für die Wirtschaft machen“, kündigt Screenforce-Österreich-Sprecher **Walter Zinggl** (IP Österreich) an. Er ergänzt:
„Österreich wird die brandneue Bewegtbildstudie in Zusammenarbeit mit der RTR vorstellen, die wichtige Insights für die ganze Region liefert.“

Screening, Studien und Talks

Das neue Digitalformat macht es möglich: Die Screenforce Days verdoppeln sich auf vier Tage, an denen es jeweils zwei Stunden Programm am Vormittag und Nachmittag gibt. Die ersten beiden „Content Days“ sind den Screenings der Sender gewidmet, die einen kompakten Ausblick auf die Highlights der neuen Programmsaison geben. Damit gibt es erstmals einen kompakten Überblick über das gesamte TV-Programm in der DACH-Region.

Beim „Vermarkter Talk“ diskutieren **Elke Schneiderbanger** (ARD Werbung Sales & Services), **Matthias Dang** (Mediengruppe RTL) und **Thomas Wagner** (Seven.One Entertainment Group) mit **Malte Hildebrandt** (Screenforce Deutschland). Beim „Content Talk“ tauschen sich **Susanne Aigner** (Discovery), **Eun-Kyung Park** (The Walt Disney Company), **Andreas Bartl** (RTLZWEI, El Cartel Media) und **Henrik Pabst** (Seven-One Entertainment Group) aus.

„Knowledge Day“ mit rot-weiß-roten Insights

Am 16. Juni 2021 geht es dann beim „Knowledge Day“ um brandaktuelles Wissen aus erster Hand. Screenforce stellt die Weiterentwicklung der letztjährigen Studie „Not All Reach Is Equal“ vor und präsentiert gemeinsam mit den Eye-Square-Experten **Philipp Reiter** und **Stefan Schönherr** „Track the Success“. Unter dem Titel „Die Vermessung der Total-Video-Landschaft“ stellen **Oliver Stribl** (RTR) und Arbeitsgemeinschaft-TELETEST-Obmann **Thomas Gruber** (ATV) die neue Bewegtbildstudie vor. „Von TV zu Video +“ lautet der Titel der Keynote von **Kerstin Niederauer-Kopf**, Vorsitzende der Geschäftsführung von AGF Video, am Nachmittag. Psychologin **Ines Imdahl** (Rheingold Salon) spricht anschließend über „Tele-Vision-en. Zeit für ein anderes AHA-Erlebnis“. Den Abschluss des „Knowledge Days“ macht Neurowissenschaftler und Bestsellerautor **Henning Beck** mit seinem Vortrag „Gehirn versus Künstliche Intelligenz“.

Auch die österreichischen Vermarktungs-Chefs haben ihren großen Auftritt bei den Screenforce Days: **Josef Almer** (Goldbach Austria), **Oliver Böhm** (ORF-Enterprise), **Thomas Gruber** (ATV), **Joanna Jarosz** (ServusTV), **Michael Stix** (ProSiebenSat.1 PULS 4) und **Walter Zingg** (IP Österreich) zeigen, wie vielfältig und allgegenwärtig TV ist.

Perspektiven im Fokus

Am letzten Tag geht es um den Blick in die Zukunft. Den Auftakt des „Future Days“ macht am 17. Juni 2021 Trendforscher und Autor **Peter Wippermann** mit seiner Keynote „Tipping-Points of Total Video: Refokussierung des Marketings – Menschen statt Technologie“. **Dirk Ziem** (Concept M) widmet sich anschließend dem „Konsum nach Corona“, bevor „Social loves TV“ Beispiele der gegenseitigen Befruchtung von TV und sozialen Medien thematisiert.

Über das enorme Potenzial und starke Wachstum der Sender-Mediatheken diskutieren im Panel „B-VOD Talk: Quo Vadis?“ **Dev Sangani** (Sky Media UK), **Ralf Hape** (Sky Media Deutschland), **Diana Degraa** (Initiative Media), **Tassilo Raesig** (Joyn) und **Henning Tewes** (RTL Television). Nachhaltigkeit steht im Zentrum der letzten Diskussionsrunde der diesjährigen Screenforce Days. Darüber diskutieren am Ende des „Future Days“ **Kerstin Erbe** (DM Drogeriemarkt), **Florian Haller** (Serviceplan Group), **Moritz Lehmkühl** (Climate Partner) und **Peter Christmann** (Media4Planet).

Jetzt kostenlos anmelden

Das gesamte Programm der Screenforce Days 2021 steht online auf screenforce.de zur Verfügung. Die Teilnahme an der interaktiven Digitalveranstaltung ist für alle Interessierten kostenlos. Die Anmeldung ist ab sofort auf easy-welcome.de möglich.

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

Screenforce Days 2021

Datum: 14. bis 17. Juni 2021

Ort: Bauwerk

Adresse: 51105 Köln, Dillenburger Straße 73

Lageplan: goo.gl/maps/sHBuNYfiJdADg3yd8 Website: 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)

