

## Diskussion über die TV-Kennzahlen der Zukunft

ID: LCG22020 | 25.01.2022 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort:  
Wirtschaft Ausland | AVISO

### **Beim Market Intelligence Meeting der EGTA diskutieren Experten am 27. Jänner 2022, um 14.30 Uhr, aktuelle Entwicklungen in der plattform- und medienübergreifenden Reichweitenmessung.**

Wien (LCG) – TV wird von immer mehr Menschen auf immer mehr Screens konsumiert. Die Nutzung ist in den letzten zwei Jahren in ganz Europa deutlich gestiegen. Damit einhergehend steigt auch die Komplexität der Reichweitenmessung, um die tatsächliche Kraft des Mediums auf den zunehmenden Verbreitungskanälen abzubilden. Beim ersten Market Intelligence Meeting der EGTA diskutieren am 27. Jänner 2022 internationale Branchenexperten über aktuelle Trends und Entwicklungen in der Messung von Effektivität, Return on Investment oder Attribution.

Aus dem Vereinigten Königreich berichten **Matt Hill** (Thinkbox) und **Noel O' Sullivan** (RSMB) über den Start von „CFlight“, mit dem erstmals kombinierte Nutzungsdaten für Kampagnen im linearen TV und den Sendermediatheken (BVOD) erhoben werden. Welche Maßnahmen NBC Universal in den Vereinigten Staaten gemeinsam mit der gesamten Branche setzt, um der werbetreibenden Wirtschaft noch effektivere und akkuratere Zahlen, Daten und Fakten zu präsentieren, verrät **Kelly Abcarian** (NBC Universal Media). An einer crossmedialen Reichweitenmessung arbeitet in den Vereinigten Staaten und Großbritannien auch die Association of National Advertisers. Die Tools werden derzeit in beiden Märkten

getestet und entwickelt. Wie es um den Fortschritt in den USA steht, berichten **Nathalie Bordes** und **Bill Tucker** (Association of National Advertisers). Einen Blick hinter die Kulissen des britischen Pendant „Project Origin“ gewährt **Joe Lewis** (ISBA). An globalen Standards für die Reichweitenmessung arbeitet auch das einflussreiche und renommierte Media Rating Council. CEO **George Ivie** gibt einen Ausblick auf die künftigen Normen für die TV-Branche.

Das Media Intelligence Meeting der EGTA findet als kostenloses Digitalevent statt. Detaillierte Informationen und Anmeldung auf [egta.com](http://egta.com)

-----  
EGTA Market Intelligence Meeting  
-----

Datum: Donnerstag, 27. Jänner 2022  
Uhrzeit: 14.30 bis 16.30 Uhr  
Ort: Digitalevent  
Website: [egta.com](http://egta.com)

## Über die EGTA

In der EGTA sind die privaten sowie öffentlich-rechtlichen europäischen TV- und Radiovermarkter vereinigt. Die EGTA beschäftigt sich unter anderem mit regulatorischen Fragen, Reichweitenmessung, Verkaufsmethoden, Interaktivität, Cross-Media, technischen Standards, neuen Medien etc. In ihrer über 40-jährigen Geschichte hat sich die EGTA zum Kompetenzzentrum für TV- und Radiowerbung in Europa entwickelt. Die EGTA zählt mehr als 150 Mitglieder, die in 43 Ländern tätig sind. Weitere Informationen auf [egta.com](http://egta.com)

## 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](http://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](http://leisure.at)  
(Schluss)

