

HÄrher Aufmerksamkeit auf immer mehr Screens

ID: LCG23056 | 27.02.2023 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien
Österreich | AVISO

Erstes Screenforce Expertenforum widmet sich am 22. März 2023, um 10.00 Uhr, erfolgreichen Schachzügen im Match um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe.

Köln/ Wien (LCG) – Immer mehr Bildschirme führen zu einer neuen Nutzung kuratierter Videoinhalte der Broadcaster. Es wird nicht weniger, sondern anders ferngesehen – die Lieblingsserie am Weg zur Arbeit am Smartphone, die aktuellen Nachrichten in der Sendermediathek am Notebook, das Sportevent am Tablet beim Brunch oder die großen Shows und Film-Highlights am großen Screen im Wohnzimmer; zeitversetzt oder live. Der TV-Konsum ist omnipräsent und diversifiziert wie nie zu vor. Für effektive Werbewirkung ist nicht primär das Device, sondern das Umfeld etablierter Medienmarken ausschlaggebend. Total Video der TV-Sender ist das Umfeld, in dem Werbung wahrgenommen wird und das für Aufmerksamkeit sorgt.

Aufmerksamkeit steht im Zentrum des ersten Screenforce Expertenforums, das am Mittwoch, den 22. März 2023, von 10.00 bis 11.30 Uhr, über die digitale Bühne geht. Experten widmen sich dem Aspekt, wie Aufmerksamkeit in der Mediaplanung berücksichtigt werden kann und präsentieren neue Insights aus der Wirkungsforschung, die Verständnis für Trends in der Mediennutzung auf allen Screens schaffen.

Nach einer Einführung durch Screenforce-Deutschland-Geschäftsführer **Malte Hildebrandt** erzählt **Matthias Rothensee** (Eye Square) unter dem Titel „Meaningful Attention“ eine kurze Geschichte der Aufmerksamkeit. **Laura Graf** (Havas Business Intelligence) gibt Einblicke in die Messung und Implementierung

der Aufmerksamkeit bei Havas und geht in ihrer Präsentation dem „Wert von Aufmerksamkeit“ nach. Wie der Kontext die Wahrnehmung und Wirkung von Werbung beeinflusst, bespricht **Dirk Ziems** (Concept M) und stellt dabei die Frage: „störende Unterbrechung oder willkommene Abwechslung?“.

Die Teilnahme am ersten Screenforce Expertenforum des Jahres ist nach vorheriger Anmeldung auf easy-welcome.de kostenlos.

Über Screenforce

Screenforce ist die multinationale Gattungsinitiative der deutschen, österreichischen und schweizerischen TV-Vermarkter für Fernsehen 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 ServusTV. 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)

