

**Screenforce Academy 2025: Exklusive Einblicke in die Zukunft der Medienwelt â€“  
BILD**

ID: LCG25055 | 03.03.2025 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien  
Ã–sterreich | AVISO

**Von 1. bis 3. April 2025 geballtes Expertenwissen und Praxis-  
Insights zu Journalismus, Vermarktung, Reality-Produktionen  
deutschsprachiger Medienhäuser, Kreativität sowie Medien- und  
Media-Forschung beim kostenlosen digitalen Live-Event sammeln.  
Jetzt auf [screenforce.at](https://screenforce.at) anmelden.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Vom 1. bis 3. April 2025 bietet die Screenforce Academy erneut die Möglichkeit, das eigene Medienwissen zu erweitern. In Partnerschaft mit ausgewählten Hochschulen gewährt das kompakte Live-Event exklusive Einblicke hinter die Kulissen der deutschsprachigen Medienlandschaft. Unter dem Motto „Backstage Total Video – Behind the Scenes of all the Screens“ erwartet die Teilnehmer ein vielfältiges Programm. Die Moderation des kostenlosen Weiterbildungsformats, nach dessen Abschluss alle Teilnehmer ein Zertifikat erhalten, übernimmt **Viviane Geppert**.

„Die Screenforce Academy bietet jungen Talenten zweimal im Jahr einen einzigartigen Blick hinter die Kulissen der Medienbranche. Mit praxisnahen Einblicken, topaktuellen Studien und Expertenwissen schaffen wir ein fundamentales Verständnis für die Zukunft von Total Video“, so Screenforce-Österreich-Sprecher **Walter Zinggl** (IP Österreich).

**Programm-Highlights der Screenforce Academy****Tag eins: Kreativität im Fokus**

**Tom Schwarz** (Seven.One AdFactory) und **Malte Hildebrandt** (Screenforce Deutschland) präsentieren die Entwicklung von Special Ads. **Frederik Hoffmann** (Kreativagentur MOTOR Kommunikation) diskutiert den Einfluss von KI auf Kreativität und gewährt Einblicke in den Agenturalltag. **Gerhard Putz** (RTL ZWEI) bietet einen Blick hinter die Kulissen einer innovativen Reality-Produktion, die Streaming und Social Media kombiniert.

### **Tag zwei: Journalismus heute**

Erfahrene Journalisten wie **Uwe Krüger** (Universität Leipzig) berichten über die Herausforderungen im Zeitalter von KI und Fake News und erläutern Ansätze für konstruktiven Journalismus.

**Kerstin Niederauer-Kopf** (AGF-Videoforschung) beleuchtet die Bedeutung von Standards, Medienvielfalt und Demokratie.

### **Tag drei: Forschung und Insights**

**Marvin Vogt** (eye square) stellt die Screenforce-Studie „Into the Wild“ mit spannenden Erkenntnissen zur realen Mediennutzung und mentalen Verfügbarkeit von Medien vor. **Bernhard Domenichini** (ARD MEDIA) spricht über die mentale Verfügbarkeit von Medien und deren Einfluss auf Werbewirkung. **Kim Bornhöft** und **Eike Leonhardt** (Mediaagentur Initiative) geben Insights zu Kampagnenplanung, Mediastrategien und Best Practices.

Das vollständige Programm wird bis Mitte März veröffentlicht. Anmeldungen sind bereits jetzt möglich. Weitere Informationen auf [screenforce.at](https://screenforce.at)

### **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 Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at) (Schluss)