

MEDIENMITTEILUNG

Mehr Swissness für Screenforce

Bern, 18.11.2016 Ein neuer Online-Auftritt mit Fokus auf Schweizer Themen sorgt bei der Initiative Screenforce ab sofort für mehr Swissness. Für die Umsetzung und Pflege der Website zeichnet die Arbeitsgemeinschaft für Fernsehwerbung Schweiz AG verantwortlich.

Die Gattungsinitiative Screenforce in der Schweiz präsentiert sich mit einer neuen Website. Die Seite bietet spannende Hintergründe und Neuigkeiten rund um den Schweizer TV-Markt. Themenschwerpunkte sind Trends, Innovationen, Zahlen und Fakten sowie Studien zu TV und News zum jährlichen Screenforce Day. Verantwortlich für das Redesign und neue Konzept zeichnet die Arbeitsgemeinschaft für Fernsehwerbung Schweiz AG (AGFS), die Screenforce in der Schweiz repräsentiert. Zusätzlich zur neuen Website ist Screenforce Schweiz nun auch mit einem eigenen Account auf Twitter unter @ScreenforceCH vertreten.

„Der Schweizer TV-Markt zeichnet sich durch seine Eigenheiten und Besonderheiten aus. Wir möchten die Plattform Screenforce in Zukunft noch besser nutzen, um über Trends und Entwicklungen, die für den Schweizer Markt spezifisch sind, zu informieren“, erklärt Markus Hollenstein der AGFS die Beweggründe für den Relaunch der Seite.

Screenforce ist ein Zusammenschluss von 13 TV-Vermarktern in der DACH-Region, die 95 Prozent des TV-Werbemarktes repräsentieren. In der Schweiz wird Screenforce durch die AGFS repräsentiert, welche sich aus den TV-Vermarktern Admeira, Belcom, Goldbach Media und Ringier sowie der Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM) zusammensetzt.

Weitere Informationen:
Arbeitsgemeinschaft Fernsehwerbung Schweiz AGFS
Markus Hollenstein
Direkt [+41 58 909 97 00](tel:+41589099700)
info@screenforce.ch
www.screenforce.ch

Das Profil der AGFS

AGFS ist die Arbeitsgemeinschaft Fernsehwerbung Schweiz und wurde durch Goldbach Media (Switzerland) AG, Admeira Broadcast AG, Ringier AG, Belcom AG und der Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM) gegründet. Die AGFS steht allen offen und es wird eine breite Marktabstützung durch Beteiligung von weiteren Vermarktern, TV-Sendern, Verbänden etc. am Aktionariat angestrebt.

Ziele der AGFS sind, dem Schweizer Fernsehmarkt Tools anzubieten, die eine effiziente und leistungsfähige Planung von Fernsehwerbung ermöglichen, sowie das Wissen rund um die Vorteile des Mediums TV zu fördern.