

PRESSEMITTEILUNG

World Television Day 2019: Vielfalt der Inhalte bringt die Welt näher zusammen

Küsnacht, 20. November 2019. 23. Welttag des Fernsehens zeigt am Donnerstag die Vielfalt des Mediums. Der TV-Spot ist auf den Schweizer TV Sendern der Gattungsinitiative Screenforce zu sehen.

Am 21. November feiern die TV-Schaffenden in aller Welt den World Television Day, um uns ins Bewusstsein zu rufen, dass dieses Medium so viel mehr zu bieten hat als lineares Fernsehen. Im Rahmen dieser alljährlichen UN-Initiative wird ein [30-Sekunden-Spot](#) ausgestrahlt und weltweit online gestellt.

Diversität der TV-Inhalte: unterhalten, informieren, inspirieren.

Die 23. Ausgabe dieser globalen Feier ist dem Thema *Diversität* gewidmet. Das Fernsehen bietet seinem Publikum rund um den Globus eine beispiellose Auswahl an Filmen und Serien, vertrauenswürdigen Nachrichten, informativen Dokumentarsendungen, Unterhaltungsshow und mehr – Millionen Geschichten, die darauf warten, entdeckt zu werden und den Zuschauern und Zuschauerinnen eine neue Perspektive auf die Welt zu eröffnen. Dieser Premium-Content steht dem Publikum immer und überall auf einer Vielzahl von TV-Plattformen zur Verfügung und erzeugt Neugier, Interesse und Loyalität in einem stets markensicheren Umfeld.

Die Diversität ist ein breiterer gesellschaftlicher Themenkomplex, der sich verstärkt in Fernsehsendungen und Werbekampagnen wiederfindet. Durch sein breit gefächertes Angebot an Inhalten spielt das Fernsehen eine wichtige Rolle als treibende, positive Kraft und trägt zur demokratischen Debatte in der Gesellschaft bei. Seine vielfältigen, hochwertigen Inhalte regen die Zuschauer und Zuschauerinnen dazu an, ihren Horizont zu erweitern, und inspirierende Sendungen gewähren einen Blick über das Alltagsleben hinaus.

«Diversität ist ein entscheidender Bestandteil einer positiven und lebendigen Gesellschaft und sollte als Bereicherung wahrgenommen werden, nicht als Bedrohung. Jede Anstrengung nach dem Leitsatz ‹Leave No One Behind› trägt eindeutig zu einer besseren Welt bei», sagt Caroline Petit, stellvertretende Direktorin des Regionalen Informationszentrums für Westeuropa (UNRIC).

«Das Fernsehen ist zutiefst im Leben ganz vieler unterschiedlicher Menschen verwurzelt. Da stehen dem Publikum auf Knopfdruck Millionen Geschichten zur Verfügung und laden zu einer endlosen Entdeckungsreise ein. Dies ist auch das vertrauenswürdige Umfeld, das unter Werbetreibenden mehr denn je begehrt ist. Wir laden alle ein, unser Medium auch diesmal auf der ganzen Welt zu feiern – heute und in Zukunft», so Katty Roberfroid, Generaldirektorin der egta.



Weitere Informationen:

Simone Schulz, Leitung Screenforce Schweiz

044 914 93 27

info@screenforce.ch

<http://www.worldtelevisionday.com>.

Über Screenforce

Screenforce ist eine TV-Gattungsinitiative der DACH-Region. Die Allianz besteht aus 13 TV Vermarktern für Fernsehen und Bewegtbild und repräsentiert 95% des TV Werbemarktes von Deutschland, Österreich und der Schweiz. In der Schweiz wird Screenforce durch die Arbeitsgemeinschaft Fernsehwerbung Schweiz AG (AGFS) vorangetrieben. Diese ist ein Zusammenschluss der nationalen Vermarkter Admeira, CH Media, Goldbach Media und der Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM).