

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Die Highlights vom Screenforce Day 2021**

**Zürich, 20.05.2021 – Heute war es wieder soweit: Zum insgesamt sechsten Mal präsentierte Screenforce Schweiz den Screenforce Day. Nach dem coronabedingten Ausfall 2020 fand der Anlass in diesem Jahr erstmalig als kompakter Video-Stream statt. Die sechs Referentinnen und Referenten lieferten den über 500 Teilnehmenden spannende Einblicke zur Schweizer TV-Landschaft.**

Nachdem der Screenforce Day im letzten Jahr nicht stattfinden konnte, ist Screenforce Schweiz dieses Jahr mit News und Insights rund um TV zurück. Anders als in den letzten Jahren, als der Anlass jeweils vor Ort durchgeführt wurde, fand der Screenforce Day 2021 als Video-Stream statt. Die über 500 Teilnehmenden erfuhren von den sechs Referentinnen und Referenten, wie TV auch im anspruchsvollen letzten Jahr Marken durch die Krise half und erhielten Einblicke in die Schweizer TV-Zukunft. Der deutsche Fernsehmoderator Wolfram Kons führte in gewohnt lockerer Art durch den Anlass. Der gesamte Event stehton demand auf der [Website](#) von Screenforce Schweiz zur Verfügung.

#### **TV auch in unsicheren Zeiten stark**

Den Auftakt zum Screenforce Day 2021 machte Prof. Dr. Clemens Koob, Chief Scientist Scion & Professor der KSH München. Er stellte die aktuelle Screenforce Studie *«Dank Werbung sicher durch die Krise»* vor. Die zentrale Frage dabei: Welche Rolle spielen Werbeinvestitionen in unsicheren Zeiten für den Markenerfolg? Aus den Erläuterungen von Prof. Dr. Koob ging klar hervor, dass mutige Werbeinvestitionen auch in schwierigen Zeiten den Schlüssel zum Markenerfolg darstellen und dass TV eine wichtige Rolle spielt.

Dass dies in der Praxis der Fall ist, zeigte Vanessa Marr, CMO localsearch (Swisscom Directories AG), mit einem Kundenbeispiel. Sie präsentierte, weshalb sich TV, gepaart mit Online-Marketing, bei der Neueinführung einer Schweizer Onlineshop-Lösung für KMUs empfiehlt und wie TV die Zielgruppe direkt zum Produkt-Engagement und -Kauf aktivieren kann.

#### **Ein Blick in die Zukunft**

In einem weiteren Referat sprachen Dr. Tanja Hackenbruch, CEO Mediapulse, und Roman Reichelt, Global CMO Credit Suisse AG und Mitglied d. erweiterten GL Credit Suisse Schweiz & Vorstand SWA, über die Medienforschung der Zukunft. Dabei vertrat Dr. Hackenbruch die Sicht der Forschung und Roman Reichelt jene des Werbeauftraggebers. Beide strichen dabei die Wichtigkeit von TV-Forschung heraus.

Ebenfalls in die Zukunft blickte Roger Elsener, Geschäftsführer Entertainment & Mitglied der Unternehmensleitung CH Media, als er in einem spannenden Dialog mit Wolfram Kons über die neuen Replay Ads sprach. Die Teilnehmenden erfuhren, worum genau es sich bei den Replay Ads handelt und weshalb dadurch neue Werbeformen entstehen.

Im abschliessenden Vortrag über künstliche Kreativität sprach Dr. Martin Andree, Gründer AMP Digital Ventures, über eine Zukunft, in der Maschinen nicht nur Rechnen oder Schach spielen, sondern auch Musik komponieren oder Romane schreiben können – eine Zukunft, in der es menschliche Kreativität nicht mehr benötigt.

Nach diesem Vortrag mit Wow-Effekt schloss Wolfram Kons den Event ab, in dem er auf die kommenden Anlässe hinwies: das Expertenforum 2021 (29. Juni 2021), die screen-up (15. September 2021) und den Screenforce Day 2022 (24. Mai 2022).

**Weitere Informationen:**

Simone Schulz, Leitung Screenforce Schweiz  
044 914 93 27  
[info@screenforce.ch](mailto:info@screenforce.ch)  
[www.screenforce.ch](http://www.screenforce.ch)

**Über Screenforce**

Screenforce ist eine TV-Gattungsinitiative der DACH-Region. Die Allianz besteht aus 12 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).