

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Bier, Ballett und Gesang am Screenforce Day 2022**

**Endlich konnte der Screenforce Day wieder als Live-Event stattfinden. Im Kongresshaus in Zürich fanden sich rund 250 Gäste aus der Medienbranche ein für TV-Insights, Networking, Brunch und Lunch. Auch die Referenten\*innen hatten sichtlich Freude, ihre TV-Expertise wieder auf einer Bühne vor Publikum zu präsentieren. Durchs Programm führte Fernsehmoderator Wolfram Kons.**

Zürich, 24.05.2022 – Mit wunderschönem, aber verregnetem Blick auf den Zürichsee fand heute im Kongresshaus der Screenforce Day 2022 statt. Rund 250 Gäste erfreuten sich an der Moderation von Wolfram Kons, der unterhaltsam durch das Programm führte, und an tollen Beiträgen zu TV und Bewegtbild.

Den Auftakt der Referate machte Insight Institute mit der neuesten Screenforce-Studie zum Thema "Glaubwürdigkeit von Bewegtbildkanälen". Die Researcherin Janina Kauz zeigte anhand von Zahlen und Videoausschnitten der Tiefeninterviews, dass TV deutlich glaubwürdiger ist als YouTube oder ausgewählte Social-Media-Plattformen.

Der Event war aber nicht einfach ein Loblied auf TV. So warf der langjährige Geschäftsführer von Screenforce Deutschland und aktueller Präsident von The Global TV Group, Martin Krapf, in seinem Referat einen internationalen Blick auf TV. Zum einen sprach er über die aktuellen Herausforderungen des Mediums und zum anderen verwies er auf diverse internationale Studien, welche die Vorteile von TV als Werbemedium unter Beweis stellen. Im Anschluss wurde der neue Forschungsansatz Hi-Res TV Boost mit dem Publikum vor Ort mit einer Art Stichprobenballett in Szene gesetzt. Damit präsentierten die Referent\*innen Dr. Tanja Hackenbruch und Dr. Mirko Marr, CEO und Head of Research von Mediapulse, auf verständliche Weise, wie der neue Forschungsansatz funktioniert.

Im Referat von Stefano Semeria, Abteilungsleiter Distribution SRF, erfuhr das Publikum, wie Daten genutzt werden können, um neue und vor allem erfolgreiche TV-Formate zu kreieren. In Ergänzung präsentierte Jérôme Rueff, Brand Portfolio Director von Feldschlösschen, wie mit Emotionalität und Reichweite die eigene Marke erfolgreich positioniert wird. Und auch wenn es an diesem Dienstag überhaupt kein "bieriges" Wetter war, machten die mitgebrachten Feldschlösschen-Spots Lust auf ein kühles Bier beim Lunch. Den Abschluss machte dann der bekannte Innovations-Experte Gerriet Danz. In einem äusserst spannenden Vortrag – Gesangseinlage seitens Publikum inbegriffen – nannte er die Top-Faktoren für einen erfolgreichen Wandel. Mit den Abschiedsworten von Wolfram Kons war der offizielle Teil des Events beendet und das Publikum nutzte den anschliessenden Stehlunch nochmals für ausgiebiges Networking.

Die Präsentationen der einzelnen Beiträge stehen auf der [Website von Screenforce Schweiz](#) zur Verfügung. Die nächsten TV-Events folgen am 15. September mit der screen-up in Zürich und am 28. September mit dem Screenforce Day Romandie in Lausanne.

**Weitere Informationen:**

Simone Schulz, Leitung Screenforce Schweiz

079 653 12 61

[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).