

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Aufrüttelnd und spannend – das war der Screenforce Day 2024**

**Am heutigen 4. Juni traf sich die TV-Branche einmal mehr am Screenforce Day im Kongresshaus Zürich zu News und Insights aus der TV- und Medienwelt. Mit über 330 Gästen war der beliebte TV-Anlass in diesem Jahr so gut besucht wie noch nie. Die Besucherinnen und Besucher wurden belohnt mit spannenden, inspirierenden Referaten, gutem Essen und bester Gesellschaft.**

Zürich, 4. Juni 2024 – Zum heutigen Screenforce Day lud die TV-Initiative Screenforce die Schweizer Werbebranche ins Zürcher Kongresshaus ein. Mehr als 330 Gäste folgten in diesem Jahr dem Ruf und wurden wie immer mit tollen Speakern, leckerem Essen, gutem Networking und einem stets charmanten Wolfram Kons, der durchs Programm führte, belohnt.

Nach dem Frühstück macht der Sandmaler Urs Rudin den Auftakt mit einem Sandporträt von Wolfram Kons. Danach übernahm der Porträtierte und kündigte den ersten Vortrag an. Nun nahm der Screenforce Day so richtig Fahrt auf. Im Referat «Die Rache des Analogens» erfuhr das Publikum, weshalb man die Linearität im TV in Zeiten des digitalen Medienüberflusses unbedingt als Stärke begreifen soll. Zwei andere Beiträge waren ganz der Forschung gewidmet. Screenforce Schweiz stellte die neue Studie «Die Welt der Screens» vor, welche sich mit dem Wandel im Video-Kosmos beschäftigt. In «Into the Wild – Wie wirken Werbekontakte in der echten Welt?» wurde die diesjährige DACH-Studie von Screenforce präsentiert. Beide Studien bewiesen einmal mehr, wie stark TV im Vergleich mit anderen Kanälen abschneidet, beispielsweise in der Werbeerinnerung.

Ebenfalls mit im Programm war ein Thema zu einer nur schwer zu erreichenden Zielgruppe. Das Referat «Gen Z – Fakten & Vorurteile. Die psychologische Struktur einer Generation» befasste sich mit der Befindlichkeit der Gen Z, aber auch mit deren Einfluss auf die Gesellschaft. Nicht nur mit den Jungen, sondern auch mit denen, die es nicht mehr ganz sind, beschäftigte sich der Beitrag «Demografischer Wandel und Medienkonsum». Hier ging's um die Entwicklung der Sendezeit in der Primetime sowie Daytime und weshalb im Jahr 2033 der Fernsehkonsum durch die Alterung an Bedeutung gewinnen wird. Ganz zum Abschluss wurde das Publikum dann ordentlich aufgerüttelt. In «Holt euch das Netz zurück» wurden die Zuhörenden, aber auch die gesamte Branche, dazu aufgefordert, Big Tech nicht einfach gewähren zu lassen und etwas gegen deren Vormachtstellung zu unternehmen.

Nach diesen vielfältigen Themen und beeindruckenden Speakern hatten die Gäste definitiv was zu besprechen.



Für alle, die nicht dabei sein konnten, stehen einige Präsentationen sowie Impressionen in den kommenden Tagen auf der [Website von Screenforce Schweiz](#) zur Verfügung.

Die nächsten TV-Events folgen am 12. September mit der 25. Ausgabe der [screen-up in der Halle 622 in Zürich](#) und am 24. September mit dem [Screenforce Day Romandie im IMD in Lausanne](#). Der nächste Screenforce Day in Zürich findet am 27. Mai 2025 statt.

**Weitere Informationen:**

Simone Schulz  
Leitung Screenforce Schweiz  
+41 79 653 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).