

PRESSEMITTEILUNG

Screenforce Schweiz feiert Jubiläum – 10. Ausgabe vom Screenforce Day

Der Screenforce Day vom 27. Mai 2025 war ein besonderer: Zum 10. Mal begrüsst Screenforce Schweiz die Kommunikationsbranche zu inspirierenden Vorträgen und aktuellen Trends aus der Medien- und Bewegtbildwelt. Rund 370 Gäste trafen sich im Zürcher Kongresshaus – ein neuer Rekord.

Zürich, 27. Mai 2025 – Es war ein mehr als würdiges Jubiläum, das der Screenforce Day Schweiz am 27. Mai 2025 feiern durfte. Rund 370 Gäste – der Anlass war schon Wochen im Voraus ausgebucht – trafen sich im Kongresshaus Zürich, um den spannenden Vorträgen und Diskussionen der Expertinnen und Experten zu folgen. Neben den sechs Beiträgen sorgten Moderator Wolfram Kons und der Schweizer Komiker Fabian Unteregger für beste Unterhaltung. Unteregger imitierte verschiedene Persönlichkeiten, die auf humorvolle Weise die Relevanz von TV betonten.

Nach Kaffee und Gebäck eröffneten die beiden das Programm pünktlich um 9 Uhr mit einem ersten inhaltlichen Highlight: Im Vortrag «Künstliche Intelligenz und die Zukunft von Werbung, Medien, Gesellschaft und Business» wurde dem Publikum erklärt, weshalb Science Fiction heute eigentlich Science Fact und Social Media gar nicht mehr so Social ist – und warum menschliche Kreativität, Authentizität und Verantwortung neben KI wichtiger denn je bleiben. Gleich danach befasste sich dann die diesjährige Screenforce-Schweiz-Studie mit der Frage «*TV und YouTube: Freund und/oder Feind?*». Kurz vor der Pause wurde es eng auf der Bühne. Wolfram Kons leitete die Panel-Diskussion zum Thema «*Medien im Wandel – Wer informiert uns in Zukunft?*» mit Vertreterinnen und Vertretern vom Verband LSA, der AdTech-Firma Utiq, CH Media und SRF.

Die zweite Programmhälfte begann Fabian Unteregger mit einem kurzen Ausschnitt aus seinem aktuellen Bühnenprogramm «Fachkräftemangel». Darauf folgten zwei Vorträge vom Marktforschungsunternehmen Rheingold Salon. In «*Marken als letzte Vertrauensanker – Warum Brands gerade jetzt das Verbindende stärker betonen sollten*» wurde aufgezeigt, wie Marken die Kraft haben, Veränderung in der Gesellschaft abzumildern oder zu fördern. Und bei «*50 plus – und Schluss? Wieso ein differenzierter Blick auf diese wichtige Zielgruppe überfällig ist*» ging's um eine Zielgruppe, die trotz grosser Kaufkraft gerne vergessen geht. Den krönenden Abschluss bildeten exklusive Behind-the-Scenes-Einblicke in die ESC-Produktion 2025 in Basel.

Danach verabschiedete Wolfram Kons das Publikum zu Lunch und Networking. Für alle, die nicht dabei sein konnten, stehen einige der Präsentationen sowie Impressionen in den kommenden Tagen auf der [Website von Screenforce Schweiz](#) zur Verfügung.

Das nächste TV-Eventhighlight folgt am 18. September mit der [screen-up in der Halle 622 in Zürich](#). Der nächste Screenforce Day in Zürich findet erneut am 27. Mai 2026 im Kongresshaus statt.

Weitere Informationen:

Lukas Bolliger
Screenforce Schweiz
+41 79 482 56 47
medien@screenforce.ch
www.screenforce.ch

Über Screenforce

Screenforce ist eine TV-Gattungsinitiative der DACH-Region. Die Allianz besteht aus 10 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).