

Offizieller Medienpartner



DIE SCREENFORCE ACADEMY

MASTERCLASS

PROGRAMMÜBERSICHT

Für zusätzliche Infos besuche bitte unsere Webseite.

www.screenforce.de/academy

11 Vermarkter – drei Länder – ein Team! screenforce.de



VISOOON.



sport1



The background is a solid teal color with various organic, wavy shapes and circles in different shades of teal, creating a layered, abstract effect. The shapes are soft and fluid, resembling liquid or organic forms.

Marktüberblick

Inhaltsverzeichnis

Marktüberblick

- 01 **Erfolgsmechaniken für Markenwachstum**
Guido Modenbach
- 02 **Lost in Data?**
Dr. Martin Andree
- 03 **Verantwortungsvolle Werbung**
Katja Heintschel von Heinegg
- 04 **Joint Industry Committees – AGF**
Kerstin Niederauer-Kopf
- 05 **Strategisches Zusammenspiel aller Marktteilnehmer**
Stefanie Jäckel & Kevin Pauli
- 06 **What we love about Total TV**
Anne-Laure Dreyfus Coutinho

Erfolgsmechaniken für Markenwachstum – Selling more to more people

INFO

Dieser umfassende Deep Dive erklärt die fundamentale Bedeutung von Werbung für das Wachstum von Marken. Anhand konkreter Cases werden grundlegende Gesetze des Marketings vermittelt. Empirische Daten belegen, dass Werbung ein zentraler Treiber für den Erfolg von Marken ist, warum hohe Reichweiten unerlässlich sind und weshalb Werbung in TV und BVOD stärker wirkt als in anderen Medien.

SPEAKER



Guido Modenbach

Guido Modenbach ist seit November 2010 Geschäftsführer beim ProSiebenSat.1-Vermarkter Seven.One Media GmbH. In dieser Funktion verantwortet er den Bereich Research, Analytics & Consulting. Vor seinem Wechsel war Guido Modenbach seit 2005 bei Gruner + Jahr in Hamburg beschäftigt, zuletzt als Geschäftsführer bei Gruner + Jahr Media Sales. Weitere Stationen seiner Karriere führten ihn als Geschäftsführer Marketing zum TV-Vermarkter IP Deutschland sowie in verschiedenen Managementfunktionen zur Mediaagentur Mindshare.

Lost in Data? Die ganzheitliche Vermessung des digitalen Universums und evidenzbasiertes Medien-Management

INFO

Die Präsenz digitaler Medien gewinnt zunehmend an Bedeutung. Dr. Martin Andree beschäftigt sich in seiner Forschung intensiv mit Themen wie dem Wettbewerb im Medienmarkt, der Mediennutzung, der Aufmerksamkeit des Publikums sowie den gesellschaftlichen Auswirkungen der Digitalisierung und wird uns diese in seiner Session näherbringen.

martinandree.com/

SPEAKER



Dr. Martin Andree

Dr. Martin Andree ist Gründer von AMP Digital Ventures mit Fokus auf digitale Disruption, innovative Geschäftsmodelle und Data Analytics. Als habilitierter Medienwissenschaftler unterrichtet er ferner an der Universität Köln und forscht seit zwei Jahrzehnten zu verschiedenen Aspekten von Medien- und Werbewirkung. Von 2012 bis 2018 war er bei Henkel in Düsseldorf als Corporate Vice President im Bereich Beauty Care tätig (Umsatzverantwortung 1,4 Mrd.€); zuvor war er bei Henkel u. a. Geschäftsführer im Mittleren Osten sowie Marketing Direktor in Los Angeles, USA. Martin Andree ist Verfasser von sechs Büchern wie etwa dem vielbeachteten „Atlas der digitalen Welt“, der ersten ganzheitlichen Vermessung der digitalen Mediennutzung (Campus 2020). Er ist gefragter Interviewpartner und Gastautor in führenden Medien.

Verantwortungsvolle Werbung – Selbstkontrolle der deutschen Werbewirtschaft

INFO

Wozu gibt es eigentlich Verbände? Und was bedeutet Selbstregulierung? Katja Heintschel von Heinegg, Geschäftsführerin des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft, erklärt, wie der ZAW für Werbungtreibende, Agenturen und Medien politisch ausgewogene und wirtschaftlich optimale Rahmenbedingungen erreichen will und wie die Selbstregulierung der Branche im Deutschen Werberat funktioniert.

zaw.de

SPEAKER



Katja Heintschel von Heinegg

Katja Heintschel von Heinegg M.E.S. ist seit 2021 Geschäftsführerin des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW und des Deutschen Werberats. Die gebürtige Stuttgarterin hat Rechtswissenschaft und Europawissenschaften an den Universitäten Augsburg, Aachen und Frankfurt/Oder studiert.

Joint Industry Committees - AGF

INFO

Als Joint Industry Committee – kurz JIC – setzt die AGF Videoforschung seit 1988 den Standard für Bewegtbildmessung im deutschen Medienmarkt. Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der AGF-Geschäftsführung, erklärt, worum es sich bei JICs handelt, wie die Reichweitenforschung der AGF funktioniert und warum Standards eine maßgebliche Rolle für Innovationen bilden.

[agf.de/](https://www.agf.de/)

SPEAKER



Kerstin Niederauer-Kopf

Kerstin Niederauer-Kopf ist seit Januar 2019 Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung in Frankfurt. Davor leitete die studierte Geisteswissenschaftlerin und Betriebswirtin knapp zwei Jahre das Marktforschungsunternehmen Facit Research der Serviceplan-Gruppe in München. In dieser Funktion hat sie unter anderem die „Medienäquivalenzstudie: Video“ verantwortet, die 2019 den Innovationspreis des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM) erhalten hat. Vor ihrem Wechsel nach München war sie als Leiterin der Abteilung Werbe- und Marktforschung der ARD-Werbung Sales & Services (AS&S) bereits viele Jahre in den operativen Gremien der AGF vertreten, unter anderem als stellvertretende Sprecherin der Technischen Kommission und Mitglied des Forschungsbeirats.

Strategisches Zusammenspiel aller Marktteilnehmer

INFO

Wir beschäftigen uns mit dem Ökosystem Werbung und den wichtigsten Marktteilnehmern: Werbetreibenden, Media-Agenturen und Vermarktern. Dazu beleuchten wir die unterschiedlichen Funktionen und Zielsetzungen der Marktteilnehmer und werfen einen Blick auf die Entwicklungen im Markt.

SPEAKER



Stefanie Jäckel

Stefanie Jäckel, geboren 1969 in Koblenz, studierte an der Fachhochschule Wiesbaden BWL und Marketing. Nach ihrem Abschluss ging die Diplom-Kauffrau 1994 zu HMS Carat in die Mediaplanung. 1999 wechselte sie zu IP Deutschland. Zunächst war Stefanie Jäckel als Group Product Manager für Super RTL zuständig, 2003 übernahm sie die Leitung des zentralen Marketings. 2005 wurde sie Referentin der Geschäftsleitung Verkauf, 2011 Referentin der Geschäftsführung. Von 2015 bis 2020 leitete Stefanie Jäckel beim Medienvermarkter IP Deutschland die Abteilung Sales Strategy & Projects und verantwortete die Entwicklung von Strategien, die Bewertung neuer Geschäftsmodelle sowie die Steuerung unternehmensübergreifender Projekte. Diesen Verantwortungsbereich übernahm sie vom 1. September 2020 bis zum 31. Mai 2022 als General Director Strategy & Development für Ad Alliance. Seit dem 1. Juni 2022 ist Stefanie Jäckel als Chief Strategy Officer Mitglied der Ad Alliance Geschäftsleitung und verantwortet dort seit dem 1. März 2024 zusätzlich den Bereich Client Services. Darüber hinaus ist Stefanie Jäckel seit 2015 Mitglied im Verwaltungsrat der Goldbach Media (Switzerland) AG sowie seit 2017 Mitglied im Verwaltungsrat der Goldbach Audience (Switzerland) AG.



Kevin Pauli

Kevin Pauli ist Kommunikationswirt und wurde 1976 in Birkenfeld geboren. 1999 begann er seine Mediaaufbahn bei OMD im Mediaeinkauf TV und Print und wechselte bald in die Online-Mediaplanung. 2002 folgte der Wechsel zu Universal McCann, wo er den Kunden L'Oréal in der Kunden-Beratung betreute. Der Schritt auf Vermarkter-Seite kam im Jahr 2005 mit dem Wechsel zu IP Deutschland. Hier hatte er diverse Sales-Positionen inne, u.a. als Büroleiter in Frankfurt. Seit 2019 ist er Director Sales Agency & Client bei Ad Alliance und verantwortet das gesamte Portfolio des RTL-Vermarkters in der Zusammenarbeit mit ausgewählten Kunden und Agenturen.

What we love about Total TV – an overview of TV advertising around the world

INFO

In this session, Anne-Laure will shortly give an overview of the TV landscape in Europe and North America, by lining out the main big players. She will then go over some interesting recent research outlining the power of television and finish by showing a few examples of new ad formats that “total tv” players around the globe have invested in recently. What we love about Total TV – an overview of TV advertising around the world attached.

SPEAKER



Anne-Laure Dreyfus Coutinho

Anne-Laure spent the last 15 years working at egta with over 150 members on 40 markets. She has been in charge of communications, events and other matters before taking over the leadership of the TV Department 8 years ago.

SCREEN FORCE

ACADEMY

MASTERCLASS

11 Vermarkter – drei Länder – ein Team! [screenforce.de](https://www.screenforce.de)



71 seven.one
MEDIA

AdAlliance

EL CARTEL

VISOOON.

agcc
arbeitsgemeinschaft telecast

**WARNER BROS.
DISCOVERY**

ARD 1 MEDIA

sport1

sky media

Disney Advertising

AGFS