

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 abstract shapes. There are several circles of different sizes, some overlapping. There are also wavy, organic lines that flow across the page, creating a sense of movement and depth. The overall aesthetic is modern and clean.

Mediennutzung & Zielgruppen

Inhaltsverzeichnis

Mediennutzung & Zielgruppen

- 01 Media Bias
 Irène Abt-Durrer

- 02 Data Literacy
 Jan Isenbart & Dirk Engel

- 03 Status Quo Mediennutzung ARD/ZDF Medienstudie
 André Rhody

- 04 Medien- und Bewegtbildnutzung
 Johanna Teichmann

- 05 Screenforce Academy Masterclass meets SVoD Tracker
 Ramona Ottmann

- 06 Zielgruppenanalyse und Kommunikationsziele
 Dennis Klünter

- 07 AGF Reach Planner & X-Reach
 Kerstin Niederauer-Kopf

Media Bias - Mediennutzung der Marketing- und Medienprofis im Vergleich zur Schweizer Bevölkerung

INFO

Sogenannte "Ad people" nutzen Medien anders als die Gesamtbevölkerung und ihre Schätzungen zur allgemeinen Mediennutzung sind verzerrt. Anhand der Resultate aus der Studie "Media Bias - Mediennutzung der Marketing- und Medienprofis im Vergleich zur Schweizer Bevölkerung" wird aufgezeigt, warum es sich lohnt, Mediennutzungsforschung zu betreiben und die Daten für Marketingentscheide beizuziehen.

SPEAKER



Irène Abt-Durrer

Irène Abt-Durrer ist Head of Research und Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung der Goldbach Media AG. Sie verfügt über mehrjährige Berufserfahrung in der Medien- und Marktforschungsbranche. Vor Goldbach war sie als Projektleiterin in einem Marktforschungs und Medienbeobachtungsinstitut tätig und als Forschungsassistentin an der Universität Fribourg. Sie verfügt über einen Masterabschluss in Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Fribourg.

Data Literacy - Tipps zum souveränen Umgang mit Forschungsergebnissen

INFO

Angesichts der Flut an Daten und Forschungsergebnissen wächst die Notwendigkeit, diese kritisch zu hinterfragen. Data Literacy, die Fertigkeit, Informationen konstruktiv zu bewerten, setzt neben methodischem Wissen vor allem auf klares Denken. Dies ermöglicht einen kompetenten Umgang mit veröffentlichten Studien und Resultaten. Wir geben Tipps, mit der die Kompetenz im Umgang mit Daten verbessert wird.

SPEAKER



Jan Isenbart

Jan Isenbart ist seit Herbst 2016 Geschäftsleiter Forschung & Service beim Radio- und TV-Vermarkter ARD MEDIA in Frankfurt. Zuvor war der gelernte Journalist und studierte Publizistikwissenschaftler 20 Jahre lang in verschiedenen Positionen bei der IP Deutschland (heute Ad Alliance) tätig. Er sitzt für die Gattung Radio/Audio im Vorstand der agma und ist langjähriges Board-Mitglied und Past President des internationalen Vermarkterverbandes egta.



Dirk Engel

Dirk Engel, unabhängiger Berater und Experte für Marktforschung und Medien, unterstützt Medienunternehmen und Werbevermarkter dabei, Zielgruppen besser zu verstehen. Mit einer 15-jährigen Erfahrung bei einer internationalen Agentur beschäftigt er sich heute u. a. mit den Auswirkungen von virtuellen Welten und KI auf die Medienlandschaft.

Status Quo Mediennutzung ARD/ZDF Medienstudie

INFO

In der folgenden Session erhaltet ihr einen Überblick über die Mediennutzung in Deutschland anhand der ARD/ZDF Medienstudie. Die ARD/ZDF Medienstudie 2023 setzt sich aus der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2023 & ARD/ZDF Onlinestudie 2023 zusammen.

Im Rahmen der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends - einer Studienreihe der ARD/ZDF-Forschungskommission - werden seit 2017 Referenzdaten zur Mediennutzung im Intermediavergleich erhoben. Die jährlichen Trendstudien sind Teil der Studienreihe „Medien und ihr Publikum (MiP)“, zu der auch die ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie und die ARD/ZDF-Onlinestudie gehören.

Die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland sowie der Umgang der Nutzer mit den Angeboten bilden seit 1997 die zentralen Fragestellungen der ARD/ZDF-Onlinestudien. Ziel ist, die großen Linien der Nutzung des Internets zu beschreiben und dabei den Fokus auf die mediale Internetnutzung zu legen. Die Grundlagenstudie wurde im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt.

SPEAKER



André Rhody

André Rhody hat einen Bachelorabschluss in Kommunikationswissenschaften und seinen Master in Angewandter Medienforschung in Dresden absolviert. Von 2012-2015 war er Research Manager bei SevenOne Media. 2015-2020 arbeitete er als Business Consultant bei ProSiebenSat.1 TV Deutschland für die P7-Brand Family. Seit 2021 ist er beim Rundfunk Berlin Brandenburg/ARD als Medienforscher Bewegtbild und strategische Medienforschung tätig.

Medien- und Bewegtbildnutzung

INFO

Die kontinuierlichen Mediennutzungsstudien Media Activity Guide und ViewTime Report der Seven.One Media bilden die Mediennutzung in Deutschland umfassend und detailliert ab. In der Session werden aktuelle Entwicklungen beschrieben und gleichzeitig interessante Einzelaspekte beleuchtet.

SPEAKER



Johanna Teichmann

Nach dem Studium der Publizistik und Betriebswirtschaftslehre und einer Station bei einer Mediaagentur ist Johanna Teichmann seit vielen Jahren bei der Seven.One in leitender Position für Studien zu den Themen Mediennutzung und Werbewirkung zuständig. Gemeinsam mit ihrem Team hat sie renommierte Grundlagenstudien entwickelt.

Screenforce Academy Masterclass meets SVoD Tracker

INFO

Das Consumer Panel MediaScope erhebt kontinuierlich das Entertainment-Kauf- und Nutzungsverhalten der deutschen Bevölkerung im Hinblick auf Buch, Games, Musik, Kino, Home Video und Streaming. Mit dem SVoD Tracker werden dabei zahlreiche Fragestellungen rund um den Streaming-Markt beantwortet. Das kontinuierliche Tracking aller gesehenen Filme und Serien auf den wichtigsten Plattformen in Kombination mit ergänzenden Befragungen bietet einen 360°-Blick auf den Streaming-Markt und dessen User.

SPEAKER



Ramona Ottmann

Ramona Ottmann ist seit Januar 2022 an Bord des Media- & Entertainment-Teams bei Consumer Panel Services GfK mit Fokus auf Kunden aus dem Bereich Agenturen, TV- & Streaming-Anbietern sowie Sport-Streaming.

Zielgruppenanalyse und Kommunikationsziele

INFO

Die Session „Zielgruppenanalyse und Kommunikationsziele“ erläutert die Grundlagen und Methoden der Zielgruppenbestimmung und Kommunikationsplanung. Die Teilnehmenden erfahren unter anderem, welchen Grundsätzen eine Zielgruppenanalyse folgen sollte, ordnet wichtige Begrifflichkeiten ein und gibt relevante Hinweise auf eine daran anschließende Mediaplanung.

SPEAKER



Dennis Klünter

Dennis Klünter ist seit Oktober 2022 in seiner Position als Head of Media Consulting bei RTL Data gemeinsam mit seinem Team für die verkaufsunterstützende strategische Mediaberatung und -planung zuständig. Zuvor war er 11 Jahre lang im Mediaagenturbusiness, zuletzt als Director Client Service für die mediagattungsübergreifende Kundenberatung und Mediaplanung tätig.

AGF Reach Planner & X-Reach

INFO

Mit dem Projekt AGF X-Reach hat die AGF die langjährige Forderung des Marktes erfüllt und den ersten echten Crossmedia-Ansatz aus einem Guss zur Reichweitenerhebung für Medienunternehmen, Vermarkter, Werbungtreibende und Mediaagenturen geliefert. Die Vorsitzende der AGF-Geschäftsführung, Kerstin Niederauer-Kopf, erläutert die Umsetzung und stellt die Software zur strategischen Planung von Bewegtbild – den AGF Reach Planner – vor.

[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.

SCREEN FORCE

ACADEMY

MASTERCLASS

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



71 seven.one
MEDIA

A AdAlliance

EL CARTEL

VISOOON.

agcc
arbeitsgemeinschaft telecast

WB WARNER BROS.
DISCOVERY

ARD MEDIA

sport1

sky media

Disney Advertising

AGFS