

# Pressemitteilung

**Branchen-Event erhält eine noch breitere Basis**  
**ZDF-Werbefernsehen ist weiterer Kooperationspartner beim TV-Wirkungstag / Mediennutzung als zentrales Thema des Branchen-Events**

Seite 1 von 1

**Frankfurt, 2. März 2007.** Der TV-Wirkungstag erhält eine breitere Basis: Nach der ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S) ist jetzt auch das ZDF-Werbefernsehen als weiterer Kooperationspartner bei dem Branchenevent mit an Bord. Wie bei der AS&S startet die Kooperation bereits beim 4. TV-Wirkungstag, der am 17. und 18. April 2007 im Palais im Zoo in Frankfurt stattfindet. Veranstalter des TV-Wirkungstages, der jeweils im Frühjahr in Frankfurt stattfindet, sind die beiden Fernsehvermarkter SevenOne Media und IP Deutschland.

SevenOne Media

Andreas Kühner  
Director Communications  
Tel. +49 [89] 95 07 - 4131  
andreas.kuehner@sevenonemedia.de

IP Deutschland

Zarifa Schmitt  
Stv. Unternehmenssprecherin  
Tel. +49 [221] 58 86 - 401  
zarifa.schmitt@ip-deutschland.de

Nach dem Ende der Telemesse hat sich der TV-Wirkungstag mittlerweile zum zentralen Event der TV-Werbebranche entwickelt. Im vergangenen Jahr begrüßten die Veranstalter über 700 Teilnehmer. Aufgrund des großen Zuspruchs wird der TV-Wirkungstag 2007 auf zwei Veranstaltungstage verlängert. Das Programm des ersten Tages richtet sich dabei vor allem an TV-Einsteiger. Das zentrale Thema des Hauptprogramms am zweiten Tag ist die aktuelle Mediennutzung und ihre möglichen Veränderungen in der digitalen Welt.

Pressemitteilung online:  
[www.tv-wirkungstag.de](http://www.tv-wirkungstag.de)

**Dieter K. Müller, Direktor Forschung & Service AS&S:** „Es tut der Mediagattung TV mehr als gut, wenn auf dem nächsten TV-Wirkungstag die Forschungskompetenz der gesamten Branche auftritt. Die Veranstaltung wird bei den Fachbesuchern dadurch noch mehr Relevanz bekommen – und eine Teilnahme unverzichtbar.“

**Dr. Michael Keller, Leiter Sales Marketing Research ZDF Werbefernsehen:** „Das Fernsehen wird sich in den nächsten Jahren einmal mehr einer Reihe von Herausforderungen stellen müssen, von der nur eine das Web 2.0 darstellt. Mit neuen und innovativen Konzepten wird sich TV aber als massenattraktiver Leistungsträger für seine Werbekunden weiterhin klar positionieren.“

Weitere Informationen finden Sie unter [www.tv-wirkungstag.de](http://www.tv-wirkungstag.de).