

## **Medienmitteilung**

### **Mit viel Schwung in die neue TV-Saison: Weltpremierer, Emotionen und neue Werbemöglichkeiten**

**Kraftvolle screen-up unter dem Motto «TV-Wonderland»**

**Zürich, 15.09.2022 - Die 23. Ausgabe der screen-up ging heute in der Halle 622 in Zürich Oerlikon über die Bühne. Rund 700 Gäste folgten der Einladung von Admeira und Goldbach Media zum gewohnt unterhaltsamen Fernsehtag und kamen in den Genuss vieler TV-Highlights und News aus der Branche.**

Auf eine Reise in die Welt des Fernsehens - in ein «TV-Wonderland» - begaben sich heute die Besucherinnen und Besucher der diesjährigen screen-up. Unter überdimensionalen Blüten, zwischen Grinsekatz-Hologrammen und mit Efeu überwachsenen Möbeln trafen sich Werbetreibende, Mitarbeitende von Agenturen und Medien zum grössten Schweizer Fernsehtag. Die Gastgeber Admeira und Goldbach servierten fancy Kaffee-Kreationen, Eis und Sandwiches unter einem riesigen Ballon in der Halle. Und in einer Rabbit Hole sorgte eine Fotoaktion für beste Unterhaltung.

Kurz nach dem Mittag fiel der Startschuss zum ersten von drei Show-Blöcken. Die beiden Geschäftsführer der Gastgeber, Alexander Duphorn, CEO Goldbach Media (Switzerland) AG, und Frank Zelger, CEO Admeira AG, begrüßten die Besucherinnen und Besucher wie folgt: «The Future is now. Gleich mehrere Weltpremierer gibt es im TV-Land Schweiz in diesem Jahr zu feiern». Damit spielten sie nicht nur auf viele neue TV-Programme, sondern unter anderem auch auf die erweiterte Messung von TV, die Einführung der Replay Ads Anfang Oktober und ein neues TV-Planungstool an.

#### **Fokus auf Fussball und Krimis bei SRG sowie tolle Unterhaltung bei den privaten Sendern von Admeira**

Die Gäste der screen-up tauchten zu Beginn der Veranstaltung ins Screening der von Admeira vermarkteten Sender ein. Los ging es mit den Sendern der SRG. Danitsa, die Gewinnerin des SRF Best Talent Gewinnerin aus Genf, eröffnete das Screening stimmungsgewaltig. Sportlich und unterhaltend durch das Screening führten dann die beiden SRF-Moderatorinnen Annette Fetscherin und Jennifer Bosshard. Die Werbeauftraggeber dürfen sich auf tolle Krimi-Umfelder freuen. Im Herbst startet auf SRF, RTS und RSI die neue Eigenproduktion «Die Beschatter». Im Dezember 2022 gibt es dann ein Wiedersehen mit den Walliser Kult-Cops in «Tschugger». Nebst Krimis strahlt SRF die achteilige Thriller-Serie «Der Schwarm», eine der aufwändigsten Serien, die in Europa je gedreht wurden, aus. Auch die Sport-Fans kommen nicht zu kurz. Die SRG überträgt alle Spiele der Fussball WM live. Darüber hinaus wird SRF eine exklusive Fussball-DOK der Schweizer Fussballnationalmannschaft zeigen. Murat Yakin verriet den Gästen vor Ort

bereits erste Einblicke in die Dok. Mit einem starken Angebot wie den Wahlen 2023 beweist die SRG ihre Zuverlässigkeit bei der Information. Mit einer Live-Schaltung aus der Wandelhalle des Bundeshauses bewies die Bundeshaus-Redaktion von SRF und RTS die Kompetenz in der politischen Berichterstattung auf den Sendern der SRG.

Nach dem Screening der SRG brachte eine starke Live-Performance von «echten Beats» den Saal zum Beben.

TF1, TFX und TMC präsentierten in einem packenden Trailer ihre Highlights. Bei TF1 kann sich das Publikum auf die Rückkehr der besten Unterhaltungsserien, der renommierten französischen Dramen und der besten amerikanischen Filmen und Serien freuen. Mit einer neuen Staffel von Koh-Lanta, The Voice, Ninja Warrior und einem neuen Prime-Time-Event von Les Enfoires.

Bei TMC geht nach einer rekordverdächtigen Saison «Quotidien» nächstes Jahr in eine neue Runde. Zudem zeigt TMC 20 Dokumentarfilme und exklusive US-Serien.

Reality-TV ist nach wie vor ein wichtiger Pfeiler von TFX für das junge Publikum. Noch in diesem Jahr wird mit «La Bataille des Clans» eine neue Sendung zur besten Sendezeit ausgestrahlt, die eine Mischung aus Reality-TV und Sitcom ist.

Nach dem diesjährigen Grosserfolg baut SWISS1 2023 das Thema Schwingen weiter aus und bietet zusätzlich ein vielfältiges Entertainment wie der Brand «Moviemanía» mit Hollywood Action-Blockbuster, Kultklassiker, Rom-Coms, beliebten Reality Datingformaten und die besten Serien am Montagabend. Als Alternative zur Fussball WM während der Adventszeit bietet SWISS1 150 Stunden Weihnachtsmovies voller Liebe, Romantik und ganz viel Kitsch.

Bei den Sendern des tele regio combi (TRC) stehen weiterhin der attraktive regionale Service Public mit News- und Talksendungen im Fokus.

### **Viel Unterhaltung bei den von Goldbach vermarkteten Sendern**

Der Einstieg in die beiden Showblöcke der von Goldbach vermarkteten Sender erfolgte mit dem traditionellen Goldbach-Video. Das diesjährige Video steht ganz im Zeichen von «Replay». Im Video zeigt Goldbach Media CEO Alexander Duphorn, wie es im echten Leben aussehen würde, wenn man nach Wunsch - analog zu TV - nach Belieben auf den Spul- bzw. Pausenknopf drücken und so zusätzliche Zeit gewinnen könnte. Seine Message war unmissverständlich: TV ist und bleibt nicht nur attraktiv, sondern auch die Nummer eins, wenn es um Bewegtbild geht. Mit den Replay Ads können noch mehr Menschen erreicht werden als bisher.

Der darauf folgende Showblock von CH Media wurde von Marco Fritsche moderiert. Auf der Bühne begrüßte der Publikumsliebbling unter anderem Geschäftsführer Roger Elsener und den Schweizer Filmregisseur Michael Steiner. Bei CH Media steht die vierte Staffel von «Sing meinen Song - Das Schweizer Tauschkonzert» bevor. Das Geheimnis um das starbesetzte Sofa ist gelüftet: Dieses Mal lädt Gastgeber Seven Joya Marleen, Baschi, Luca Hänni, Peter Reber, Anna Rossinelli und EAZ zum Tauschkonzert nach Gran Canaria ein. Die vierte Staffel startet dann im ersten Quartal 2023 auf 3+. Nach zehn Jahren Unterbruch geht CH Media zudem in eine neue Runde der Kultsendung Jung, wild & sexy». Die neue Staffel startet exklusiv auf dem Streamingdienst oneplus noch diesen Herbst.

Die News aus dem Medienhaus RTL Deutschland wurden von Sascha Schwingel, Deputy Head of TV & Entertainment von RTL Deutschland, und TV-Moderatorin Laura Wontorra präsentiert. Ihre Sender wollen unterhalten, informieren und begeistern – mit den klassischen Sendern wie RTL oder VOX und mit dem Ausbau von RTL+. Dafür investiert RTL in Inhalte und in Talente. RTL baut den investigativen Bereich konsequent aus und hat hierfür ausgezeichnete Journalistinnen und Journalisten verpflichtet. Ausserdem bietet RTL beste Familienunterhaltung und setzt neben der Pflege ihrer erfolgreicher Top-Marken auf die Neuaufgabe beliebter Klassiker wie «Die 100.000 Mark Show» oder «Die Puppenstars», der zweiten Staffel von «Sissi» oder einer Neuaufgabe des TV-Events «Die Passion». Im Sport verkündet RTL, sich die NFL-Rechte gesichert zu haben. Bei VOX reicht die Bandbreite neuer Programme von Koch-Shows wie «Next Level Chef» über Factual-Formate wie «Herz an Bord» bis zu Doku-Soaps wie «Detlef goes Schlager». Haltung zeigt der Sender zum Beispiel im neuen Format «Zum Schwarzwälder Hirsch – Eine aussergewöhnliche Küchencrew und Tim Mälzer» oder in der Langzeit-Dokumentation zur Flutkatastrophe, die in Zusammenarbeit mit dem STERN entstanden ist.

Als «Home of Reality» fokussiert sich RTLZWEI auf authentische und glaubhafte Formate – dazu zählen Doku-Soaps, Daily Soaps und Shows, ebenso wie informierende Dokumentationen und Reportagen. Die Werbetreibenden und die Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer dürfen sich auf die Weiterführung von Klassikern wie «Die Geissens», «Die Wollnys», oder «Daniela Katzenberger» freuen. Zu den neuen Formaten, die 2022 und 2023 starten werden, zählen Familien-Soaps, Show- und Reiseformate. In der Doku «The Kelly Family – Die Reise geht weiter» gibt der berühmte Musik-Clan Einblick in ihr Leben. In «Skate Fever – Stars auf Rollschuhen» wird die Rollschuh-Disco der 80er wiederbelebt. Eine Wiederbelebung erfahren bei RTLZWEI auch zwei alte Erfolgsshow: Die Gameshow «Das Glücksrad» und die Rate-Comedy «Genial daneben».

Bei blue Sport und blue Zoom stehen diverse Highlights auf dem Programm. Nach einer erfolgreichen ersten Staffel stellen sich in «Sing it your way – Bereit für dein Talent» neue Talente den Coaches. Diese wurden exklusiv an der screen-up verkündet: Lo&Leduc, Stress und Naomi Lareine. Daneben sprachen Claudia Lässer, Roman Kilchsperger und Pascal Zuberbühler auf der Bühne auch über die Bedeutung von blue Sport als "Home of Football" und über die umfangreichen Fussball-Übertragungen, u.a. mit allen Spielen der UEFA Champions League.

Die Sender von SevenOne präsentierten eine grosse Palette an Neulancierungen. ProSieben lanciert mit «Love is King» eine neue Datingshow. Die Show wird ab dem 6. Oktober in der Schweiz auf ProSieben zu sehen sein. SAT.1 kündigt gleich über 15 neue Programme an. Dazu zählt etwa «Doc Caro – Einsatz mit Herz». Die Doku-Reihe startet am 29. September 2022. Dr. Carola Holzner hat alias Doc Caro ein Jahr lang mit der Kamera den Alltag in der Notaufnahme, bei Notfall-Einsätzen und im ADAC-Rettungshubschrauber hautnah begleitet. SAT.1 kündigt ein Comeback der Kult-Talkshow «Britt - der Talk» an. Talk-Moderatorin Britt Hagedorn begrüsst ab dem 24. Oktober täglich neue Gäste. Zudem hat per Anfang September das On-Air-Design von SAT.1 geändert: Der neue Claim «Es gibt noch viel zu sehen» wird durch ein Redesign stärker betont. Zentrales Element bleibt der farbige SAT.1-Ball.

Zum Schluss präsentierten die französischen Sendergruppen M6 und C8 den Werbetreibenden ihre Neuheiten. Nach einer erfolgreichen Saison 2021/2022 inklusive 35-Jahre-Jubiläum des französischen Senders M6 startet die Group M6 mit diversen Neuheiten in allen Genres in die neue Saison. Auf ihren verschiedenen Kanälen hält die

Group ein breites Angebot für Gross und Klein bereit. Von Unterhaltung, Familiensendungen über informative Dokumentarfilme und Originalspielfilme engagiert sich die Group M6 für gesellschaftlich relevante Themen. Zudem wird die Saison von grossen Musik-, Sport- und Humorveranstaltungen geprägt sein, die sicherlich für Aufregung sorgen werden.

In den Pausen zwischen den Screenings stellten sich Pam Hügli, CEO und Partner der Kommunikationsagentur Serviceplan Suisse, Benjamin Moser, CEO MediaCom Schweiz, Siri Fischer, Geschäftsführerin der IGEM (Interessengemeinschaft elektronische Medien) und Roman Reichelt, Globaler CMO Credit Suisse, den Fragen von Moderator Johannes Hapig zu aktuellen Themen aus der Branche. Seit dem Jubiläums-Event 2019 fand dieses Jahr erstmals wieder die traditionelle Aftershow Party statt.

Die Gastgeber zeigten sich erfreut über den Event. Alexander Duphorn: «Die Sender haben nicht zu viel versprochen, als sie meinten, dass sie viel in neue Ideen investieren. Aber ehrlich gesagt überwiegt bei mir die Nachricht, dass die Replay Ads in zwei Wochen nach vielen Efforts als echte Marktlösung an den Start gehen. Das wird unsere Branche revolutionieren. Die ersten Werbemittel sind nur der Anfang.»

Frank Zelger von Admeira ist ebenfalls begeistert: «Die screen-up beweist einmal mehr, dass TV das beste sowie kompletteste Live-Medium ist und für starke Emotionen bei allen Altersgruppen sorgt. Werbetreibende profitieren auch 2023 von starkem TV-Content mit hoher Werbewirkung in qualitativ hochstehenden Umfeldern.»

Kontakt für Medienvertreter:

Iris Blättler  
[iris.blaettler@goldbach.com](mailto:iris.blaettler@goldbach.com)  
+41 79 257 11 48

Veranstalter:

**ADMEIRA**

**GOLDBACH**