



Medienmitteilung

screen-up 2025 – Zukunft des Fernsehens hautnah und grosse Backstage-Party

Über 700 Gäste besuchten die 26. Ausgabe der screen-up in der Halle 622 in Zürich Oerlikon. Mit den über 40 TV-Sendern präsentierten die Gastgeber Admeira und Goldbach dem Publikum ein Feuerwerk aus TV-Highlights und -Neuheiten. Abgerundet wurde die Veranstaltung von der Afterparty, die erstmals im Backstage-Bereich stattfand.

Zürich, 18. September 2025 – Zum 26. Mal hiess es: Bühne frei für die Zukunft des Fernsehens. Wobei, die Eröffnung der diesjährigen screen-up fand hinter der Bühne statt. Komiker Sven Ivanić führte das Publikum durch den Backstage-Bereich, wo später auch die offizielle Afterparty stattfand. Am Ende seines Rundgangs holte er die beiden CEOs der Gastgeber Admeira und Goldbach Media – Frank Zelger und Alexander Duphorn – auf die Bühne in der Halle 622 in Oerlikon.

Die beiden begrüßten die über 700 Gäste und liessen es sich nicht nehmen, gemeinsam mit dem Publikum den Beitritt der SRG-Sender für Replay-TV-Werbung zu feiern. Dadurch können Werbetreibende nun die ganze Schweiz mit Replay-Ads-Kampagnen erreichen. 2026 sollen mit M6 und TF1 auch die grossen privaten TV-Sendergruppen in der Romandie folgen, wie Duphorn ankündigte.

Es folgte das Herzstück der screen-up: die Screenings der über 40 TV-Sender mit jeder Menge TV-Highlights.

Emotionen, Fakten und Entertainment mit CANAL+ und den SRG-Sendern im Admeira Screening

Den Auftakt machte CANAL+ mit einem Trailer – und zeigte sich mit internationaler Strahlkraft. Der führende Pay-TV-Anbieter verbindet Filmfans und Sportbegeisterte mit Premium-Entertainment: von Blockbustern kurz nach Kinostart über exklusive Serien bis hin zu packendem Spitz Fussball. Ein Programm, das Emotionen weckt und Publikum in über 50 Ländern begeistert.



Unter dem Motto «Mitten im Geschehen» präsentierte die SRG ihre Programmhilights für das kommende Jahr. Während 60 Minuten zeigte sie in einem abwechslungsreichen Screening Live-Elemente, Talks und exklusive Trailer.

Der Auftakt gehörte dem Sport: Mit Live-Kommentar von Reto Müller und Philippe Furrer sowie einem Interview mit Goalie-Legende Leonardo Genoni stellte die SRG ihr umfangreiches Sportprogramm im Jahr 2026 vor, darunter die Eishockey-Heim-WM, die Fussball-Weltmeisterschaft der Männer in den USA, Kanada und Mexiko oder die Ski-Klassiker in Adelboden, Wengen und Kitzbühel.

Im Bereich Information führte Florian Inhauser im Tagesschau-Setting durch eine Spezialausgabe, vertiefte mit Generaldirektorin Susanne Wille das Thema Faktencheck und zeigte, wie die SRG ihren Auftrag in der digitalen Welt stärkt.

Auch die Fiktion kam nicht zu kurz: Comedy-Talent Anaïs Decasper stellte die neue Schweizer Sitcom «Unsere kleine Botschaft» vor, bei der sie im Oktober 2025 ihr Seriendebüt gibt. Erstmals gezeigt wird auch die neue Krimi-Thriller-Serie «Blind». Die Adaption des internationalen Bestsellers der Schweizer Autorin Christine Brand kommt 2026 ins TV.

Starke Geschichten im Dokutainment-Bereich hatte Mona Vetsch im Gepäck. Dazu zählt die vierteilige DOK-Serie «Inside Gstaad Palace», welche im November 2025 hinter die Kulissen des Schweizer Kulthotels blickt.

2026 begleitet die nationale Serie «Hoch hinaus - vom tiefsten zum höchsten Punkt» Teilnehmende aus allen Landesteilen vom Tessin bis auf die Dufourspitze.

Im Unterhaltungsbereich enthüllten Nik Hartmann und Kiki Maeder das neue Studiodekor von «Happy Day». Zudem kündigte die SRG zwei besondere Highlights für 2026 an: die Doku-Serie «Shaolin Challenge» sowie das Musikformat «En route vers Broadway».

Zum Abschluss interpretierten Nik Hartmann und Kiki Maeder den ESC-Hit «Made in Switzerland» neu, untermalt mit eindrücklichen Bildern aus dem SRG-Programm.



Goldbach findet «The Power of TV», RTL Deutschland verbreitet Lagerfeuerstimmung

Zum Start des zweiten Screening-Blocks zeigte Co-Gastgeber Goldbach Media zunächst mit einem Spot und anschliessend live auf der Bühne, was «The Power of TV» in einer fragmentierten Werbewelt ausmacht. CEO Alex Duphorn unterstrich dabei, wie TV durch Reichweite, Emotion, Vertrauen, Wirkung und Markensicherheit überzeugt.

Nach dem Beitrag von Goldbach kam Lagerfeuerstimmung auf – verbunden mit der leisen Angst, gleich ein paar Krabbeltiere verspeisen zu müssen. Denn RTL Deutschland verwandelte die Bühne kurzerhand ins Dschungelcamp. Doch anstelle von Reality- und Ex-Sportstars sassen Moderatorin Angela Finger-Erben und die Senderverantwortlichen Kirsten Petersen (Programmgeschäftsführerin VOX), Markus Küttner (RTL-Unterhaltungschef) und Oliver Schablitzki (Geschäftsführer SUPER RTL und Bereichsleiter Multichannel) rund ums Lagerfeuer. Und statt tierischen Dschungelprüfungen gab es für das Publikum verschiedene Trailer mit jeder Menge TV-Highlights für alle Zielgruppen.

RTL bringt neue Staffeln der Publikumsliebliche «DSDS», «Das Sommerhaus der Stars» oder «Stefan und Bully gegen irgendson Schnulli» und das neue Primetime-Show-Quiz «Die Unzerquizbaren» mit Elton und Stefan Raab auf den Bildschirm. Dazu jede Menge Sport mit der NFL und neu dem wöchentlichen Topspiel der 2. Fussball-Bundesliga (beide Formate auch auf NITRO).

Bei VOX darf sich das Publikum auf tolle Shows, Dokus und Serien freuen – darunter «Mälzers Meisterklasse», «Die Höhle der Löwen», «Asternweg – 10 Jahre danach» oder «Club der roten Bänder». Auf NITRO gibt's mit «Wigald & Eko – Die Geschichtsjäger 2.0» Geschichtsunterricht mal anders und natürlich kommt auch die jüngste Zielgruppe nicht zu kurz: TOGG0 zeigt spannende Formate für Kinder wie «Ninja Warrior Germany Kids Academy» oder «Weasy Family».

Für alle, die ihr Programm selbst zusammenstellen möchten, bietet RTL+ jede Menge Highlights zum Streamen: Von Sport über Entertainment und Reality bis hin zu tollen Sendungen wie «Neue Geschichten vom Pumuckl», «Euphorie» oder «Nibelungen – Kampf der Königreiche».

RTLZWEI bleibt das «Home of Reality»

Weiter ging es mit jeder Menge Entertainment und Dokutainment bei RTLZWEI. Die Programmverantwortlichen Konstanze Beyer (Factual & Doku) und Malte Kruber (Entertainment) machten deutlich: Auch im kommenden Jahr bleibt RTLZWEI das «Home of Reality». Im ersten Trailer präsentierten sie Publikumsliebblinge wie «Love Island VIP» und «Kampf der Realitystars» – und die Geissens durften auch nicht fehlen. Sie sorgen mit dem neuen Format «Die Geissens: Traumjob Prinzessin» für neue Geschichten.

Der zweite Trailer rückte das Dokutainment in den Mittelpunkt und zeigte neben etablierten Publikumsliebblingen wie «Bella Italia» und «Mensch Retter» auch spannende Neustarts: «Die Imbisshelden – Voll lecker» und «Mensch Polizist – Die Nachwuchscops» erweitern das Genre mit neuen Einblicken.

Nationale und regionale TV-Power mit CH Media

Nach den Auftritten der beiden TV-Riesen aus Deutschland folgte nationale und regionale TV-Power. TeleZüri-Moderatorin Vanessa Meier und die beiden Senderverantwortlichen Wolfgang Elsässer (TV National) und Florian Wanner (TV Regional) nahmen das Publikum mit auf eine interplanetare Reise durch den CH-Media-Kosmos.

Auf dem Planeten «News und Realität» gab es Reality-Klassiker wie «Jung, wild & sexy» oder «Reality Island» zu sehen. Die Regionalsender präsentierten ihre Talkformate «TalkTäglich» und «SonnTalk» sowie das Promi-Format «LifeStyle».

Nächster Halt war der Planet «Kulinarik» mit der neuen Eigenproduktion «Doppelt schmeckt besser», in der die beiden Sterneköche und Zwillinge Fabio Toffolon und Dominik Sato mit regionalen Spezialitäten gegeneinander antreten. Hier betrat Riccardo Dillier, Marketingleiter der Oswald Nahrungsmittel GmbH, die Bühne und erklärte dem Publikum, warum das Unternehmen auf TV setzt.

Auf dem Planeten «Musik» überraschte Sängerin Nicky B Fly das Publikum mit einem Auftritt. Sie sang ihren Song «Bomaye» und erzählte von ihrer Teilnahme am 3+-Klassiker «Sing meinen Song – das Schweizer Tauschkonzert».



Auf den Planeten «Stories» gab es neben dem Trailer eine Videobotschaft von den angesagten Moderatoren Moser und Schelker, die auf ihre neue Show «Wer will Wochenende» einstimmten. Auf dem Planeten «Sport» warteten gute Neuigkeiten für Sportfans: neu übertragen 3+ und TV24 bis zu 55 Spiele der National League.

Danach kamen Elsässer und Wanner für die Ankündigung einer Weltpremiere zurück auf die Bühne: «7 vs. Wild – Swiss Edition». Zum ersten Mal wird die Survival-Reality-Show für ein einzelnes Land adaptiert. Zum Abschluss des Screenings crashte Danilo Sellaró, der neue Bachelor, der diesen Herbst auf 3+ zu sehen ist, die Bühne.

Viel Schwingen und grosse News bei SWISS1

Nach CH Media sorgte SWISS1 mit viel Swissness und jeder Menge Humor für Stimmung auf der Bühne. Valerian Mollet, Comedian und diesjähriger Gewinner des SWISS COMEDY AWARD Kategorie Best Talent, übernahm für den Sender die Bühne und nahm die Schweizer TV-Welt aufs Korn. Auch die Programmhilights von SWISS1 präsentierte er mit seiner ganz eigenen Note und verkündete grosse News: Die Swiss Comedy Awards! werden Herbst 2026 live auf SWISS1 übertragen. Ab kommendem Jahr veranstaltet SWISS1 die bedeutendste Preisverleihung der Schweizer Humorbranche und bietet ein unterhaltsames Fernseherlebnis fürs Publikum und ein attraktives Umfeld für Werbetreibende.

Weitere Programmhilights sind das Erfolgsformat «SWISS1 SCHWINGET», das nach dem grossen Erfolg 2025 (über 1.5 Mio. Zuschauende) mit der Liveübertragung diverser Schwingfeste auch im Sommer 2026 weitergeführt wird. Ab dem 27. Oktober zeigt SWISS1 im grössten Weihnachtsfilm-Special im Free-TV täglich Filme zur Prime Time – darunter über 20 Free-TV-Premieren.

Es folgten die Beiträge von blue, WeDoTV, Media One und CSTAR.

Das Screening von blue Sport und blue Zoom bewies, dass sich Sport- und Entertainment-Fans weiterhin auf jede Menge Fussball, aber auch auf Comedy, Musik, Film, Serien und Talks freuen können – hier werden echte Emotionen und legendäre Momente live erlebbar gemacht.

Der Trailer von wedotv zeigte das vielfältige Programm der Schweizer Streamingplattform mit Spielfilmen, Sport-, Reality- und Nature-Formaten, Dokumentationen und vielem mehr – präsentiert von einem fast akzentfreien Marmeltier.

Media One zeigte, wie vielfältig und abwechslungsreich das Programm auf den fünf TV-Sendern von carac wird – mit Kino, Live-Sport, Wirtschaft, Kulinarik, Musik, Kultur und Gesellschaft.

Der französischsprachige Sender CSTAR, der seit diesem Jahr von Goldbach vermarktet wird, zeigte in seinem Trailer, was das TV-Publikum in den Bereichen Musik, Kino, Serien, Shows, Magazine und Entertainment erwarten darf.

Seven.One Entertainment Group mit TV-Highlights direkt aus dem Münchner Hofbräuhaus

Nach der Pause eröffnete Andrea Haemmerli, Geschäftsleiterin von Seven.One Entertainment Group Schweiz, den letzten Screening-Block. Wie in den vergangenen Jahren verwandelte Seven.One dafür die Bühne ins TV-Total-Studio, in dem Moderator Sebastian Pufpaff mit seinen Gästen durchs Programm führte.

Für die Joyn-ProSieben-Highlights blieben die braunen Knautschessel auf der Bühne jedoch erst einmal leer. Dafür schaltete Pufpaff direkt ins Münchner Hofbräuhaus ans «HeidiFest» zu Senderchef Hannes Hiller. Der traf auf seiner Suche nach Heidi Klum verschiedene Sender-Grössen und präsentierte TV-Highlights wie die Joko und Klaas Sendungen «Ein sehr gutes Quiz (mit hoher Gewinnsumme)» und «Das Duell um die Welt – Team Joko gegen Team Klaas», das neue Reality-Abenteuer «The Hunt» oder die neue Koch-Serie «Die Cooking Academy» – und Heidi fand er zum Schluss auch noch.

Danach ging es auf der Bühne weiter mit den Sender-Highlights von Joyn Kabel Eins wie «Rosin & Kumptner – Mission Mittendrin!», in dem die beiden Spitzenköche Frank Rosin und Alex Kumptner in unbekannte Lebenswelten eintauchen müssen. Ausserdem kündigte Senderchef Felix von Mengden mehr Folgen von der erfolgreichen Doku-Soap «Morlock Motors» rund um Michael Manousakis und seine Crew an.

Mit ihm auf der Bühne war Ellen Koch, Senderchefin Joyn Sixx, Joyn Sat.1 Gold, Joyn ProSieben Maxx und Joyn Kabel Eins Doku. Im mitgebrachten Trailer von Joyn ProSieben Maxx zeigte sie, was der Sender alles an Frauensport zu bieten hat.

Danach war Joyn SAT1 an der Reihe. Senderchef Marc Rasmus präsentierte mit der Schweizer Spitzenköchin Elif Oskan die neue Staffel von «The Taste» und weitere Highlights wie «Die

Landarztpraxis», die neue Comedy-Serie «Frier & 50 – Am Ende meiner Tage» oder die neue Quizsendung «The Connection» mit Matthias Opdenhövel.

Natürlich stand auch das Schweizer TV-Programm und die Streamingplattform Joyn im Fokus. Haemmerli erklärte bei Pufpaff, wie sich Joyn nach einem Jahr entwickelt hat und welche Highlights und Originals das Publikum im Herbst erwarten. Dazu gehören die Shows «Signature Dish» mit Noah Bachofen & Luca Franzoni neu ab November, «Kurds im Ohr» (Yoldaş & Serhat) bereits in der 3. Staffel und «Skischule Salar» mit Salar Bahrampoori in Staffel 2. Ebenfalls auf Joyn zu sehen sind die hochrelevante Dokumentation «Game Over – Der Fall Credit Suisse», wochenlang die Nummer eins in den Schweizer Kinos, und der Schweizer Liebesfilm «LOVE ROULETTE» von und mit Yvonne Eisenring. Die romantische Komödie kommt im Dezember in die Kinos und ist danach exklusiv bei Joyn zu sehen.

Zum Abschluss des Seven.One-Auftritts gab es dann kein Fernseh-, sondern ein Musik-Highlight: Die Schweizer Pop- und Soulsängerin Stefanie Heinzmann übernahm die Bühne und sang ihre neue Single «Good» in Begleitung von Jan «Klinke Supreme» Klinkenberg.

M6 und TF1 mit Erfolgsformaten und Neuheiten

Zum Abschluss der diesjährigen Screenings richteten Groupe M6 und Groupe TF1 den Fokus nochmals auf die französischsprachigen Zielgruppen.

Jérôme Fouqueray, Programmdirektor M6, W9 und 6ter, eröffnete das Screening von Groupe M6 und zeigte im Trailer deren Highlights für 2025/2026. M6 setzt auf eine Mischung aus Erfolgsformaten wie «Pékin Express» und «L'Amour est dans le pré» sowie Neuheiten wie die tägliche Serie «Nouveau Jour» oder die Spielshow «99 à battre».

W9 spricht mit neuen Staffeln von Reality-Formaten wie «Les Cinquante», «The Power» und «The Cerveau» eine junge Zielgruppe an. Eine grosse Neuheit im Programm ist zudem «Tout beau tout neuf» mit Cyril Hanouna. 6ter wiederum konzentriert sich weiterhin auf familienfreundliche Formate wie «C'est du propre !» oder «Vive le camping» und erweitert sein Film- und Fiction-Angebot.

Anschliessend präsentierte International Sales Executive Director, Emmanuel Maze-Sencier, das Line-up von TF1 für 2025/2026. Der Sender setzt auf vier zentrale Säulen: Live-Formate, französische



Kreationen, Information und Unterhaltung. In Vorbereitung sind rund 20 neue Projekte, darunter «Montmartre», «L'Été 36» und die zweite Staffel von «Cat's Eyes». Auch im Unterhaltungsbereich wurden neue Formate angekündigt, darunter «Extracted», «The Box» und «Stars à domicile».

Mit ihren Präsentationen unterstrichen beide Sendergruppen ihre Stärke im Premium-Segment und bekräftigten ihre Ambition, auch künftig ein breites, generationenübergreifendes Publikum zu erreichen.

Damit waren die Screenings beendet und Alex Duphorn und Frank Zelger betraten ein letztes Mal die Bühne, um sich bei den Gästen zu bedanken, auf die nächste screen-up am 17. September 2026 und den nächsten Screenforce Day am 27. Mai 2026 hinzuweisen und sie dann ins Abendprogramm mit Abendessen und Afterparty zu entlassen.

Kontakt:

Lukas Bolliger
lukas.bolliger@goldbach.com
079 482 56 47

Veranstalter:

AD MEIRA

GOLDBACH