



## Besucherrekord an wichtigstem Treffen der TV-Branche

- **Über 880 Fachleute und Besucher am wichtigsten Schweizer TV-Branchenanlass „screen-up & congress“**
- **„TV wirkt“ mehr denn je: Fachexperten und Senderchefs sehen in Online-Medien Chancen für TV-Markt**
- **Showact Marc Sway begeistert am Get together im ausverkauften Abart Musikclub**
- **Referate und Bilder ab Mittwoch, 8. Oktober 2008 online unter [www.screen-up.ch](http://www.screen-up.ch) verfügbar**

**Zürich, 7. Oktober 2008 – Über 880 Gäste haben die „screen-up & congress“ 2008 besucht. Darunter Fachleute aus den Bereichen Medien, TV-Produktion, Media- und Werbeagenturen sowie Werbevermarkter und mehr als 35 berichterstattende Journalisten. Die Screenings und Auftritte der privaten Sender 3+, kabel eins, M6, ProSieben, RTL, RTL II, Sat.1, STAR-TV, Super RTL, VOX sowie die Programme der SRG SSR idée suisse SF 1, SF zwei, SF info, TSR1, TSR2, TSI 1, TSI 2 und HD Suisse stiessen bei den 880 Besucherinnen und Besuchern auf breites Interesse. Der grosse Kinosaal in der Arena Sihlcity war den ganzen Tag bis auf den letzten Platz besetzt. Am Abend sorgte Marc Sway am Get together im Abart bei mehreren hundert Partygästen für ausgelassene Stimmung.**

Über 880 Gäste nahmen an der „screen-up & congress“ 2008 teil. Der alljährlich von Publicitas Cinecom & Media AG, IP Multimedia (Schweiz) AG, publisuisse SA, RTL Group und SevenOne Media (Schweiz) AG organisierte Anlass ist das wichtigste Treffen der TV-Branche. Präsentiert werden jeweils die Programme und Highlights der kommenden TV-Saison. Für viel Aufmerksamkeit sorgten dieses Jahr die Showacts internationaler und nationaler TV-Prominenz. Oliver Kalkofe, der deutsche Star-Comedian, TV-Moderator und Schauspieler, begeisterte das Publikum mit einem exklusiven Kurzauftritt. Zudem hatte der Multi-Media Magier Marco Tempest eigens für die „screen-up & congress“ in Kooperation mit Star TV eine multimediale Magie-Show vorbereitet.

### **„TV wirkt!“ – Hochstehende Referate beweisen Wirkung und Erfolg des Mediums TV**

Martin Kallen, COO der EURO 2008 SA und damit oberster Organisator der Fussballeuropameisterschaft in der Schweiz und in Österreich, unterstützte den Claim der diesjährigen screen-up & congress mit seiner Quintessenz, dass eine EURO als erstklassige Plattform für Sponsoren ohne TV nicht möglich wäre. David Brennan, Leiter der Abteilung Forschung und Strategie von Thinkbox in London, sieht in den Online-Medien keine Gefahr, sondern eine Chance für das Medium TV. Kombinierte TV- und Onlinemassnahmen sind gemäss Brennan die Zukunft der TV-Werbung. Das Internet wird nach dem Konsum von TV-Spots oftmals als Recherchetool oder als Bezugsplattform genutzt. Kombinierte Kampagnen profitieren von einem starken Reminder-Effekt, so Brennan. In Bezug auf Payback sei TV nach wie vor ungeschlagen. Das Medium TV sei durch die Kombination von bewegtem Bild und Ton einzigartig im Transport von Emotionen.

### **IGEM-Talk: Heisser Roundtable der Senderchefs**

Am traditionellen und immer mit viel Spannung erwarteten Roundtable der Senderchefs, diskutierten dieses Jahr Guido Bolten (kabel eins), Ingrid Deltenre (SF), Dominik Kaiser (3+) und Anke Schäferkordt (RTL Television) unter der fachkundigen und professionellen Leitung von Matthias Ackeret, Chefredaktor der Kommunikationszeitschrift „persönlich“ und selber TV-Mann, zum Fachkongressthema „TV wirkt!“. Ingrid Deltenre wies auf die Unmittelbarkeit des Mediums TV hin. Die Emotionalität des Mediums sei unerreichbar. Dies ist für Werbeauftraggeber ein relevanter Faktor, so Deltenre. Gemäss Anke Schäferkordt spricht TV mehrere Sinne gleichzeitig an, transportiert Emotionen und erreicht das Unterbewusstsein der Zuschauer. Kein anderes Medium kann diese Vorteile auf sich vereinen, ist Schäferkordt überzeugt. Guido Bolten sieht den Erfolg von TV-Werbung in der hohen Produktionsqualität begründet. Schöne Bilder und erstklassige Vertonung erleichterten es den Werbetreibenden, ihre Botschaften emotional beim Publikum zu verankern. Dominik Kaiser sieht ein gutes Preis-Leistungsverhältnis als Erfolgsfaktor für das Medium TV. Gerade in wirtschaftlich instabilen Zeiten, seien Werbeauftraggeber darauf angewiesen, dass ihre Botschaften beim richtigen Publikum zum richtigen Preis ankommen, meinte Kaiser.

**Get together: Marc Sway**

Das Get together am Abend der „screen-up & congress“ hat sich über die Jahre als fester Bestandteil des Events etabliert. Der Zürcher Abart Musikclub platzte aus allen Nähten, als der Schweizer Shootingstar Marc Sway die Bühne betrat. Mehrere hundert Gäste feierten ausgelassen den Abschluss der diesjährigen Ausgabe des wichtigsten TV-Branchentreffens. Das Eventdatum für nächstes Jahr steht bereits fest: Die screen-up & congress 2009 wird am Dienstag, 29. September 2009 wiederum in der Arena Filmcity im Sihlcity über die Bühne gehen.

- Ende der Mitteilung -

„**screen-up & congress**“ ist der einzige Schweizer Branchenanlass für audiovisuelle, elektronische Medien und dreht sich um die Zukunft des Fernsehmarktes Schweiz. Veranstaltet wird die „screen-up & congress“ von Publicitas Cinecom & Media AG, IP Multimedia (Schweiz) AG, publisuisse SA, RTL Group und SevenOne Media (Schweiz) AG. **Nächstes Jahr findet die „screen-up & congress“ am Dienstag, 29. September 2009** in der Arena Filmcity im Sihlcity statt. Weitere Informationen online unter: [www.screen-up.ch](http://www.screen-up.ch).

**Für weitere Auskünfte:****Publicitas Cinecom & Media AG**

Michael Schaefer  
Tel 044 250 31 21

**IP Multimedia (Schweiz) AG**

Marcel Bosshard  
Tel 044 914 92 00

**publisuisse SA**

Markus Hollenstein  
Tel. 031 358 31 11

**SevenOne Media (Schweiz) AG**

Mike Gut  
Tel 044 914 84 00

**Medienstelle screen-up & congress:**

c/o Richterich & Partner AG

Pedro Mor / Kaspar Fopp

Tel. 043 499 50 00

[screenup@richterich-partner.ch](mailto:screenup@richterich-partner.ch)