

Kopf der Woche

Initiantin mit Sinn für Sterne

Silvia Affolter expandiert mit CityGuide TV. Dieses soll nun auch für Mediaagenturen und nationale Players interessant werden.

Das Ende des Schweizer Programmfensters von RTL/Pro 7 nach nur sieben Monaten verärgerte sie massiv. Doch die unerwartete Freistellung gab ihr auch die Idee für eine noch bessere Zukunft: «Was soll das?»: Immer werde sie geholt, um als Frontfrau Aufbauarbeiten für einen neuen Sender zu machen. Weil sie wohl «eine Gschaffigi» sei. Aber auch bei Schweiz 4 und S Plus hiess es nach ein paar Monaten für die Moderatorin nur «Danke und Tschüss». Da sagte sich Silvia Affolter trotzig: «Ein weiteres Mithelfen ohne Verantwortung und Beteiligung interessiert mich nicht. Wieso also nicht die Kräfte für ein eigenes Projekt mobilisieren?»

Das Resultat flimmert diesen Herbst bereits im vierten Jahr über die Bildschirme von inzwischen mehr als 40 Luxushotels. «CityGuide TV, mein eigener Fernsehsender, ist bei allen Empfängern überall auf dem ersten Kanal aufgeschaltet.»

Zwar wäre der Start dieses «ersten umfassenden Hotelfernsehens der Schweiz» in letzter Minute fast noch in den Abgrund gerissen worden. Die Kopien der Pilotsendung wurden am 11. September 2001 in die ersten zwölf Zürcher Hotels ausgeliefert. Am Tag danach brach der Tourismus weltweit zusammen. «Zum Glück hatten wir bereits genug abgeschlossene Werbeverträge», erinnert sich Affolter an diesen bangen Beginn.

Werbung und Infos für die klar umrissene Zielgruppe der Geschäftsleute und Touristen, die «nach wie vor» in Luxushotels absteigen,

Im zweiten Kapitel werden «die Musts und ein paar Geheimtipps» aus dem touristischen Umfeld des Hotels vorgestellt. «Da machen wir unentgeltlich Werbung für die Region», sagt Affolter. Sie darf dafür im «Qualitätsbeirat» für ihre Firma auf Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, zählen und auch auf Urs Heller von Ringiers «GaultMillau».

«Culture», «Shopping» und «Going Out» heissen die Beiträge, in denen Affolters Redaktion selber recherchierte Tipps abgibt wie auch bezahlte Adressen schaltet. Das Hotelfernsehen kommt jeweils am 1. Oktober und 1. April mit einem neuen Programm.

Die Dienstleistung wird nur in 5-Sterne- und 4-Sterne-Hotels wie «Widder», «Baur au Lac», «Hilton Zürich Airport», «Bürgenstock Hotels & Resorts» oder demnächst auch «Palace Hotel Gstaad» angeboten. Jede Ausgabe ist getragen von ein paar Hauptwerbeinvestoren wie Bucherer, Swiss Casinos, Bank Hoffmann oder BMW. Der Rest ist weitgehend redaktionell. «Wir wollen dem Gast keine ungewünschte Berieselung, sondern einen exklusiven Service bieten.» Trotzdem freut es Affolter natürlich, dass sie mit ihrer Idee als Einzige in den sonst für Werbung zum Tabu erklärten Zimmern nicht nur eingelassen, sondern gar willkommen ist. «Die Hoteliers haben er-



Foto: Iris Stutz

>> JobChange



Art Director **Denis Schwarz** und Texter **Michael Rüegg** verstärken die Werbeagentur McCann Erickson. Schwarz wirkte die letzten acht Jahre bei Advico Young & Rubicam, Rüegg wechselt von Jung von Matt/Limmat zu McCann.

Die Basler Werbeagentur Schneider Berthoud hat die Beratung mit **Reto Meyer** erweitert. Er war zuletzt Kommunikationsleiter bei Tiscali Schweiz. Neu zur Kreation gehört Art Director **Gil Marzo**, der zuletzt bei Publicis in Zürich arbeitete.

Nach einem Jahr als Ein-Mann-Betrieb expandiert die Zürcher PR-Agentur Frey Communications. Für den Bereich Events kommt **Dirtje Hüttmann** an Bord. **Udo Künz** bringt sein Banken- und Versicherungs-Know-how ein. Als PR-Assistentin steht ihm **Gabi Müller** zur Verfügung. **Beatrice Herrmann** verstärkt die Agentur im Bereich Tourismus und **Urs Heiniger** bringt seine Werbeerfahrung ein.

Der Schweizer E-Mail-Marketing-Spezialist Mailprofiler erhält einen neuen CEO: Auf Anfang Oktober übernimmt **Michael Kleindl** (Bild) die Verantwortung für die internationale Expansion des Unternehmens. Kleindl war bis Mitte 2003 CEO des europäischen Onli-



wurden am 11. September 2001 in die ersten zwölf Zürcher Hotels ausgeliefert. Am Tag danach brach der Tourismus weltweit zusammen. «Zum Glück hatten wir bereits genug abgeschlossene Werbeverträge», erinnert sich Affolter an diesen bangen Beginn.

Werbung und Infos für die klar umrissene Zielgruppe der Geschäftsleute und Touristen, die «nach wie vor» in Luxushotels absteigen,

«Mithelfen ohne Verantwortung interessiert mich nicht.»

ist die Geschäftsidee Silvia Affolters. CityGuide TV bietet ein 15-minütiges, «hochpositioniertes» Hotel-TV mit einem unterhaltenden Mix redaktioneller Tipps und bezahlter Infos. Das Programm kommt als Loop ab einer DVD und ist in der Regel bereits eingeschaltet, wenn der Gast sein Zimmer betritt.

Nach Messungen der Pay-TV-Anbieter packen 98 Prozent der Gäste ihre Koffer mit eingeschaltetem Fernseher aus. Mit einer eigenen Marktforschung hat Affolter herausfinden lassen, dass ihrem Hotelfernsehen dabei eine Aufmerksamkeit von 15 Minuten gewiss sein kann. Diese Zeit nutzt CityGuide TV für einen redaktionellen Ablauf mit fünf Themen, die jeweils von kurzer Werbung unterbrochen sind. Um die Zuschauer nicht nur anonym anzusprechen, präsentiert der Hotelkanal seine Inhalte mit sympathischen und elegant gestylten Moderatorinnen. Für die Sendungen in Zürich, Luzern und Gstaad führt die in Neuseeland geborene Ex-Miss-Schweiz Mahara McKay perfekt durch die englischsprachige Version. Christina Surer begrüsst die Zuschauer im deutschen Programm. Für die soeben neu akquirierten Hotels wird zurzeit nach einem welschen Aushängeschild gesucht.

«Ich bin in einem Hotel und erfahre erst am dritten Tag, dass es auf dem Dach noch einen Swimmingpool oder eine Squashhalle gibt.» Diese leidige Erfahrung haben schon unzählige Geschäftsleute gemacht. Im ersten Themenblock präsentiert CityGuide TV deshalb individuell für jede Adresse einen möglichst einladenden Film über die Infrastruktur des Hotels. Darin darf auch das persönliche Begrüßungswort des Direktors nicht fehlen.

wollen am liebsten keine ungewünschte Berieselung, sondern einen exklusiven Service bieten.» Trotzdem freut es Affolter natürlich, dass sie mit ihrer Idee als Einzige in den sonst für Werbung zum Tabu erklärten Zimmern nicht nur eingelassen, sondern gar willkommen ist. «Die Hoteliers haben erkannt, dass sie mit uns eine Win-Win-Situation haben.»

Dank solchen Hoteliers kann CityGuide TV jetzt «schnell wachsen». In der Anfangsphase war das nicht immer so leicht, denn Hoteliers würden «täglich überströmt mit Anfragen» von Sauna-Herstellern, Weinhändlern oder anderen Lieferanten, die in diesem Segment geschäften wollen, erklärt Silvia Affolter.

Für das Ziel, ein «gesamtschweizerisches Luxus-Fernsehen» zu werden, arbeitet seit einem halben Jahr auch Silvias Partner Siro Barino mit. Der frühere Mediensprecher von Swissair und der Credit Suisse Group hat sich selbstständig gemacht und sorgt als stellvertretender Geschäftsführer für die weitere Expansion von CityGuide TV, «damit wir auch interessant werden für Mediaagenturen mit nationalen Kampagnen», meint Affolter.

Die zur Geschäftsführerin avancierte Miss, Schauspielerin und Moderatorin, die früher vor allem Fernsehen machen wollte, lässt heute die Dreharbeiten für ihre Beiträge immer öfter von ungefähr zehn freien Profis realisieren. Dafür ist der Verkauf der Werbung Chefsache. «Ein solches Projekt kann nur verkauft werden, wenn man das Projekt wie sein eigenes Baby behandelt.»

Bei so viel Engagement bleibt privat nicht viel Zeit für Hobbys, hauptsächlich widmet sie sich dann ihrem inzwischen siebenjährigen Sohn Noël. Aber das geht, denn sie sei «grausam organisiert», sagt die Frau, die nun endlich nicht mehr so einfach aus dem TV-Business weggezapt werden kann.

ANDREAS PANZERI



Silvia Affolter peilt mit ihrem Hotel-TV Geschäftsleute und Touristen an.

Spezialist Mailprofiel erhält einen neuen CEO: Auf Anfang Oktober übernimmt **Michael Kleindl** (Bild) die Verantwortung für die internationale Expansion des Unternehmens. Kleindl war bis Mitte 2003 CEO des europäischen Online-Vermarkters Adlink. Der bisherige Managing Director und Mitgründer **Christoph Morach** wird weiterhin die Geschäfte von Mailprofiel Schweiz führen.



...
Katia Berger übernimmt die Chefredaktion der Westschweizer Frauenzeitschrift Profil Femme. Die Kulturjournalistin und Übersetzerin wird Nachfolgerin von **Laurence Desbordes**, die auf September als Chefredaktorin zu Edelweiss gewechselt hat.

...
Anfang 2005 übernimmt **Patrick Mäder** von Christoph Graf die Chefredaktion des Sportmagazins von Ringier und AZ-Medien-Gruppe. Mäder ist derzeit Ressortleiter Sport beim Newsmagazin Facts.

...
Bruno Affentranger wird neben **Beat Römer** zweiter stellvertretender Chefredaktor bei Cash. Affentranger ist seit April 2003 Mitglied der Chefredaktion beim Wirtschaftsmagazin Bilanz.

...
Der Bundesrat hat den Direktor des Bundesamtes für Kommunikation (Bakom), **Marc Furrer** (Bild), zum neuen Präsidenten der Eidgenössischen Kommunikationskommission gewählt. Der bisherige Präsident **Fulvio Caccia** tritt auf Ende Jahr zurück.

