

# SOCIAL TV MADE IN SWITZERLAND

DER JUGENDSENDER JOIZ

MACHT FERNSEHEN ZUM CROSSMEDIALEN ERLEBNIS

*Seit über einem Jahr ist joiz auf Sendung und zeigt Tag für Tag, wie innovatives und interaktives Fernsehen für Junge aussieht. In dieser kurzen Zeit hat joiz sich einen Namen als DAS Social TV in der Schweiz gemacht, mehrere Awards gewonnen und namhafte Konkurrenten aus dem Jugendsegment hinter sich gelassen.*

Ende März feierte joiz das einjährige Bestehen mit einer interaktiven 24-stündigen Nonstop-Live-Sendung. Die Zuschauer konnten das Geschehen der Sendung rund um die Uhr per Chat und Votings mitbestimmen und machten von diesen Möglichkeiten regen Gebrauch. Während der 24 Stunden gingen online 20 000 Fragen und Kommentare von joiz-Zuschauern ein. Beinahe 25 000 Mal nutzten die Zuschauer zudem die Gelegenheit, das Geschehen der Sendung per Voting zu beeinflussen. Selbst mitten in der Nacht brach die Kommunikation mit dem Publikum nie ab.

Das ist nebst vielem anderen ein Novum in der Schweizer Fernsehlandschaft und verdeutlicht gleichzeitig die veränderte Mediennutzung der Jungen: Die jugendlichen Zuschauer von heute schätzen es, Teil der Sendung zu sein und mitreden zu können. Sie nehmen direkt Einfluss über die Sozialen Medien wie Facebook, Twitter, Windows Live und Google+. Der Chat mit den Zuschauern ist in den Sendungen immer klar sichtbar, ausgewählte Chat-Beiträge werden in die Sendung integriert, Zuschauer können per Skype-Videochat live in die Sendung geschaltet werden. Die Jugendlichen von heute sind die erste Generation, die von Anfang an mit Internet und Mobile Phone aufgewachsen ist. Es gibt für sie keine Welt ohne Computer und ohne Privatfernsehen. Content, also Information, ist für sie praktisch überall und jederzeit verfügbar.

Und obwohl das Fernsehen nach wie vor auf ein ungebreitetes Interesse auch bei den Jungen stösst – verschiedene aktuelle Studien belegen dies –, gelingt es immer weniger TV-Sendern, die junge Zielgruppe zu erreichen. Das Durchschnittsalter der meisten TV-Sender in der Schweiz ist hoch, die Anziehungskraft auf Junge nur noch sehr gering. Neue Konzepte und Sendeformate müssen deshalb entwickelt werden, welche den geänderten Mediennutzungsgewohnheiten Rechnung tragen.

joiz ist der einzige Schweizer TV-Sender, der ausschliesslich Programme für eine junge Generation in der Schweiz produziert. Dabei stehen Musik, Lifestyle und gesellschaftlich relevante Themen im Zentrum. Aber nicht nur im TV, denn die Second-Screen-Nutzung, also das mediale Multitasking auf verschiedenen Bildschirmen, ist heute normal: Bereits für 37% der Teilnehmer der publisuisse-Studie «Medien der Zukunft 2017» (2011) ist Parallelnutzung die Norm. Sie nutzen das Internet mehrmals pro Woche oder sogar täglich auch während des Fernsehens, auf dem zweiten Bildschirm wie Laptop, Mobile Phone oder Tablet-PC. Bis zum Jahr 2017 ist eine weitere Zunahme dieser Parallelnutzung zu erwarten. joiz setzt dies schon



#### NICOLAS NOTH

ist Mitglied der Geschäftsleitung und verantwortet die Vermarktung und strategische Weiterentwicklung. Er studierte Ökonomie und war in verschiedensten Führungsfunktionen in der Online-Branche tätig.

joiz ist ein TV-Sender, der interaktive Programme für die junge Generation produziert und mit Online, Mobile und Social Media verschmilzt. Gegründet wurde joiz von erfahrenen TV-Machern, u. a. Alexander Mazzara und Kurt Schaad.

[www.joiz.ch](http://www.joiz.ch)

heute konsequent um und kann daher eine starke und stetige Zunahme bei den Nutzern ausweisen. Während der Fernsehsendungen können via joiz-Webseite Zusatzinformationen abgerufen, die zu hörenden Songs direkt aus iTunes heruntergeladen, Chat-Nachrichten eingegeben, Fragen gestellt und Umfragen beantwortet werden. Die Fragen und die Ergebnisse fließen wiederum direkt zurück in die Sendung, verändern diese also live. TV und Internet sind damit ein «Dreamteam» für Zuschauer und Nutzer.

Sie sind es auch in der Marketingkommunikation von Unternehmen. Aus Sicht der Werbewirtschaft lassen sich Bekanntheit und Image am besten über das Fernsehen aufbauen, Kaufabsichten und Kundenbindung hingegen idealerweise über das Internet. Die beiden Kanäle ergänzen sich also im Hinblick auf die wichtigen Kommunikationsaufgaben ideal. Daher glauben auch die innovativen Werbekunden in der Schweiz an den Erfolg und lancieren mit joiz gemeinsame Branded-Entertainment-Formate oder sind als aktive Partner bei den Sendungen dabei, um ihre Kommunikation glaubwürdig und effektiv an die junge Zielgruppe richten zu können. Die Einsatzmöglichkeiten sind sehr vielfältig und werden stets

auf die Kommunikationsziele der Unternehmen ausgerichtet. Im Moment noch zurückhaltend sind klassisch orientierte Medienagenturen, denn joiz lässt sich nicht wie andere TV-Sender messen und daher auch nicht direkt vergleichen.

joiz erhielt bereits mehrere Auszeichnungen, darunter den Start-up Award Internet World, zwei Swiss ICT Awards, zwei Best of Swiss Web Awards sowie eine besondere Erwähnung im Rahmen der Goldbach Awards 2012. Letztere richten sich an Cases, welche die Award-Jury als besonders innovativ und kreativ ausgewählt hat. Sie wurde im Rahmen der Goldbach Award Night zum ersten Mal überhaupt ausgesprochen und ohne dass joiz sich dafür beworben hatte. Hervorgehoben wurde dabei die konsequente Umsetzung des interaktiven Social-TV-Konzepts.

Mit diesem interaktiven Ansatz erreichte joiz schon Ende Januar einen ersten Höhepunkt: Im Rahmen des «Kool Savas Day» – alle Sendungen des Tages standen ganz im Zeichen des deutschen Hip-Hop-Stars – wurden über 12000 Chat-Nachrichten verzeichnet. Per Online-Voting durften die Fans zudem den letzten Song bestimmen. Auch hier ein Rekord: Knapp 3000 Fans wählten ihren Lieblingssong aus und beeinflussten somit das Geschehen der Live-Sendung unmittelbar.

Ein tolles Geburtstagsgeschenk für das mittlerweile 50-köpfige joiz-Team war auch der lang ersehnte Platz im analogen Fernsehen von UPC Cablecom. Nach einem langen Verfahren bis vor das Bundesgericht entschied das höchste Gericht der Schweiz, dass joiz einen besonderen Beitrag zur nationalen Medienlandschaft leistet. Alle diese Fakten verdeutlichen, dass joiz auf dem richtigen Weg ist. Die einstige Fernseh Zukunft hat mit joiz bereits begonnen.