



“WE FEEL YOU”: TLC startet mit neuer Kampagne in den Herbst

- **TLC - Der Sender für Emotionen**
- **Startschuss für den starken Programmherbst auf TLC**
- **Ab 7. November auf allen Kanälen: TV, Online, Print und Radio**

München, 07.11.2022 Nach der erfolgreichen Sommerkampagne setzt TLC weiterhin auf diverses Programm, emotionale Inhalte und etliche Eigenproduktionen! Mit einer umfangreichen Marketing-Offensive startet der Sender in die neue Saison und begleitet unter dem Claim “WE FEEL YOU” die Highlight-Formate im Herbst. Mit Spots und Anzeigen wird die Kampagne multimedial auf allen relevanten Kanälen, in TV, Radio, online und Print vertreten sein.

“TLC geht unter die Haut. Es ist unser Sender für die großen Gefühle und außergewöhnlichen Geschichten, die unsere Zuschauer:innen bewegen, begeistern und berühren. In unserer ‘WE FEEL YOU’-Kampagne stellen wir heraus: Ja, wir fühlen euch, wir fühlen mit euch - wenn Freudentränen fließen, wenn die Fetzen fliegen und wenn es unter die Haut geht”, sagt **Susanne Reiter**, Head of Research und Linear Marketing bei Warner Bros. Discovery und führt fort: “Insbesondere mit unseren einzigartigen Herbst-Highlights wird das TLC Programm so vielfältig wie noch nie. Darauf wollen wir die Aufmerksamkeit lenken und mit Hilfe unserer multimedialen Kampagne noch mehr Zuschauer:innen das besondere TLC-Feeling näher bringen.”

Die maßgeschneiderte Kampagne wird neben dem eigens produzierten TV-Trailer multimedial über diverse Online- und Social-Media-Kanäle ausgerollt sowie auf Print-Motiven und in Radiospots zu sehen und zu hören sein. Im Fokus stehen die verschiedenen TLC-Top-Highlights, die das ganze Spektrum an Emotionen bedienen und ab November bei TLC zu sehen sind, darunter aktuelle Eigenproduktionen wie „Eating with my Ex“ oder „Jenny & Steffen im Babyglück“. Auch neue Staffeln beliebter internationaler Formate wie “Dating ohne Grenzen”, “Mein Leben mit 300 kg” oder “Hotel Paranormal” sind vertreten. Abgerundet wird das emotionale Gesamtpaket mit den Serien-Klassikern “ER - Die Notaufnahme” und “The Closer”.

Seitens Warner Bros. Discovery zeichnet Susanne Reiter, Head of Research und Linear Marketing, mit ihrem Team für die Realisierung und Mediaplanung verantwortlich. Entwickelt

und produziert wurde die Kampagne von der Agentur MONKEY Berlin GmbH. Als Mediaagentur ist MSix aus Köln im Einsatz.

[Der Kampagnenspot ist hier zu finden](#)

[Das Kampagnenmotiv steht HIER zum Download bereit](#)

Pressekontakt TLC:

Olivia Dittmar
Communications & PR Executive
Discovery Deutschland
Sternstraße 5 | 80538 München | Germany
+49-(0)89 206 099-111
Olivia_Dittmar@discovery.com
presse.discovery.de



Über TLC

Seit April 2014 ist TLC, die weltweit größte Entertainment-Marke für Frauen, im deutschsprachigen Raum über digitales Kabel, Satellit, Web TV und IPTV zu empfangen. TLC steht für 100 Prozent Real-Life-Entertainment und zeigt das wahre Leben in all seinen Facetten. Überraschend und anders gewährt der Sender Einblicke in unterschiedliche Lebenswelten und Lebensweisen. Ob bewegende Schicksale, außergewöhnliche Lebensentwürfe, Familiengeschichten, spannende True-Crime-Serien, schaurige Mystery-Fälle oder die besten Lifestyle-Sendungen zu den Themen Haus und Garten, Renovierungen sowie Koch- und Back-Shows – TLC zeigt das pure Leben: echt und unverfälscht. Das Programm des Non-Fiction Senders umfasst eine bunte Mischung aus internationalen Produktionen, deutschen Sendungen und Reversionings mit bekannten Deutschen Hosts und richtet sich an eine weibliche Zielgruppe.

Weitere Infos auf tlc.de