

Medienmitteilung

Gänsehaut, Reality-Shows und viel Swissness

Das waren die Highlights der 22. Ausgabe des Schweizer Fernsehtags «screen-up»

Zürich, 15.09.2021 - Nachdem im letzten Jahr die Screenings aufgrund der Pandemie online durchgeführt wurden, fanden sich heute rund 400 Gäste in der Zürcher Halle 622 ein, um die screen-up vor Ort zu erleben. Zum allerersten Mal konnten die Veranstalter zusätzlich fast 200 Personen online begrüßen, die das Streaming der TV-Highlights live vom eigenen Bildschirm verfolgten.

Um 13.10 Uhr fiel der Startschuss: Alexander Duphorn, CEO Goldbach Media (Switzerland) AG, und Frank Zelger, CEO Admeira, begrüßten die Gäste in der Halle 622 und die Zuschauerinnen und Zuschauer, die von ihren persönlichen Screens aus den TV-Highlights folgten. Die Zahlen sprechen für sich: TV hat in der Krise eine bedeutende Rolle gespielt. Und so schlossen die CEOs der beiden Veranstalter ihre Begrüssung mit einem positiven Ausblick: «Mit Zuversicht, neuen Werbeformen, Inhalten mit Haltung und Unterhaltung starten wir in die diesjährige screen-up.»

Wie man es von früheren Screenings kennt, zogen die Sender auch dieses Jahr sämtliche Unterhaltungs-Register. Diverse Live-Acts untermalten die Senderpräsentationen.

So präsentieren die Sender ihre Highlights

Luca Hänni eröffnete die Show der Seven.One Entertainment Group mit seinem Hit «She got me» und kündigte damit eine weitere Staffel von «The Masked Singer Switzerland» ab November 2021 auf ProSieben Schweiz an. Zusammen mit «Switzerland's next Topmodel» ist dies ihre grösste Produktion in der Schweiz. Deren dritte Staffel läuft bereits seit einer Woche ebenfalls auf ProSieben Schweiz. Sat.1 kündigt mit «All together now» eine neue Musikshow an. Das Programm läuft bereits erfolgreich in 14 Ländern und kommt mit Sat.1 nächstes Jahr in die Schweiz.

CH Media liess die Korken knallen: Stress sang sich durch die Zuschauerreihen und kündigte damit die nächste Staffel von «Sing meinen Song» an. Die Erfolgs-Show «Der Bachelor» läuft diesen Herbst bereits in der zehnten Staffel. Konkurrenz erhält die Reality Show mit «First Dates» und «Master Chef», die an der screen-up angekündigt wurden. Serien-Fans kommen bei den Sendern von CH Media ebenfalls nicht zu kurz: Ab 2. Oktober läuft die vierte Staffel der beliebten Serie «SEAL Team» auf 5+, ab 6. November die achte Staffel von «The Blacklist» auf S1 oder ab Februar 2022 die vierte Staffel von «The Good Doctor» auf TV25. CH Media untermalte ihren Auftritt gleich mit mehreren Schweizer Musikern.

Eines ist sicher: Sport- und vor allem Fussballfans kommen in der nächsten TV-Saison definitiv nicht zu kurz. 3+ zeigt ausgewählte Spiele der UEFA Champions League inklusive dem grossen Finale. TV24 überträgt 14 UEFA Europa League-Spiele inklusive Final sowie 15 European Qualifier-Spiele. Ab der Saison 2022/2023 erwarten die Zuschauerinnen und Zuschauer die Spiele der Schweizer Fussballnationalmannschaft live auf 3+.

Wenn es bei Blue um Spitzenfussball geht, dann dürfen die Experten Gilbert Gress und Roman Kilchsperger nicht fehlen. In einer Live-Schaltung ins Blue-Studio unterhielten sie sich mit diversen Experten des Senders über das anstehende Programm, das unter anderem alle Spiele der Credit Suisse Super League, der UEFA Champions League, der UEFA Europa League, der spanischen LaLiga Santander, der italienischen Serie A, der englischen Premier League (via RMC Sport) sowie Topspiele aus der französischen Ligue 1 Über Eats und der neuen UEFA Europa Conference League umfasst.

Auf Luca Hänni folgte mit Gjon's Tears ein weiterer Eurovision-Star. Der Westschweizer war der Überraschungsgast im Screening der SRG. Deren Sender haben neben Evergreens wie «Auf und davon» einige Neuproduktionen am Start. Zudem dürfen sich die Zuschauerinnen und Zuschauer auf Free-TV-Premieren wie beispielsweise «Platzspitzbaby» oder «Bruno Manser» freuen. Neben dem «Eurovision Song Contest» sorgen bei den Sendern der SRG neue Formate wie «Stadt Land Talent», «SRF bi de Lüt LIVE», «10 ans des deux Vincents», «La vie de JC» und «Via col Venti» für Unterhaltung. Als weiteres musikalisches Highlight leitete Ritschi und Band in das Screening von TRC über.

Um Emotionen und Adrenalin geht es gewohntermassen bei der Mediengruppe RTL. Bereits in der 15. Staffel läuft die Suche nach dem «Supertalent» auf RTL. «Date or Drop» heisst die neue Datingshow auf RTL, bei der gutes Aussehen niemandem nützt. Entscheidend sind hier nur die Antworten und die Stimme der Singles. VOX präsentiert mit «Princess Charming» zum ersten mal eine lesbische Dating Show. RTLZWEI begleitet die Kelly Family im Tourbus auf einer Reise durch die wichtigsten Meilensteine ihrer Karriere.

Auch bei der französischen Group M6 stehen starke Gefühle im Fokus. Diverse neue Serien und viel Unterhaltung stehen da auf dem Programm. Als «Feelgood-Kanal» bezeichnet sich C8 und wird diesem Versprechen mit vielen Themen aus dem Alltag der Zuschauerinnen und Zuschauer und Unterhaltungsprogrammen wie beispielsweise dem Einrichtungsprogramm «M comme Maison» gerecht.

Die Veranstalter sind zufrieden mit der diesjährigen screen-up. Frank Zelger, CEO Admeira, bringt es auf den Punkt: «Vertrauen und Unterhaltung - das ist TV!» Alexander Duphorn, CEO Goldbach Media (Switzerland) AG, ergänzt: «TV ist weiterhin das werbestärkste Medium, was durch das Interesse von Kunden und Agenturen wieder bestätigt wurde. Mit den Replay Ads sichern wir für TV auch in Zukunft die Relevanz.»

Das Online-Streaming des Events wird im Nachgang zur Veranstaltung in einzelnen Videos online zur Verfügung stehen. Interessierte können die Beiträge während 30 Tagen auf www.screen-up.ch anschauen.

Der Einlass zum Event erfolgte unter Berücksichtigung der Sicherheitsvorgaben des Bundesamts für Gesundheit.

Kontakt für Medienvertreter:

Iris Blättler

iris.blaettler@goldbach.com

+41 79 257 11 48

Veranstalter:

**AD
MEIRA**

GOLDBACH