

## Medienmitteilung

Zürich, 26.09.2019

### TV-Sender zünden ein Programmfeuerwerk

20. Ausgabe des Schweizer Fernsehtages «screen-up»

**Zürich, 26.09.2019 - An der heutigen screen-up bewiesen die TV-Macher einmal mehr ihre Innovationskraft und präsentierten neue Unterhaltungsshow, beliebte Blockbuster, königliche Comedy und gehaltvolle Informationssendungen. Zur 20. Ausgabe des wichtigsten TV-Events der Schweiz haben die Organisatoren der screen-up die Neunzigerjahre zum Leben erweckt. An der Aftershow-Party heizten die Vengaboys und der legendäre Zürcher DJ Minus 8 ein.**

Rund 1000 Gäste fanden sich heute in der Halle 622 in Zürich Oerlikon ein, um die Screenings der TV-Sender für die kommende Saison zu verfolgen. Neben bekannten Top-Formaten wie «Der Bachelor», «Switzerland's next Top Model», «SRF bi de Lüt» oder «Happy Day» präsentierten die Sender aus Deutschland und der Schweiz diverse Neuproduktionen für 2020.

Die SRG mit ihren Unternehmenseinheiten SRF, RTS und RSI bewegt mit grossen Emotionen, mit der Vielfalt an Menschen und vermittelt die gewichtigen Storys: Live-Sport-Events wie UEFA EURO 2020, die Olympischen Sommerspiele in Tokio oder die Highlights im eigenen Land: die Eishockey WM sowie das Eidgenössische Jubiläums-Schwingfest, die für traumhafte Reichweiten sorgten. Äusserst erfolgreiche Unterhaltungsformate wie «SRF bi de Lüt», «Happy Day» oder die neue sechsteilige Serie «Frieden» schaffen perfekte Umfeldler für die erfolgreiche Positionierung von Produkten und Marken. Und: Einmal mehr beweist die SRG Premium-Qualität durch die Übertragung und Einordnung globaler Themen – etwa die Wahlen 2020 in den USA oder die Wahlen 2019 in der Schweiz.

Live-Formate stehen auch bei anderen Sendern hoch im Kurs. Dazu gehören neben politischen Ereignissen natürlich alle grossen Sport-Events, welche den Hauptcontent für Sender wie Teleclub mit der Champions League oder NITRO mit der Bundesliga liefern.

MySportsOne beweist mit seinem Strauss an Sportshighlights den Sinn fürs Spektakel. wetter.tv geht inhaltlich in die Tiefe und verspricht mehr Features, mehr Facts und mehr Hintergrund.

Verschiedene Ansätze für relevantes Live-Fernsehen hat auch RTL für die kommende Saison in Vorbereitung. Dazu zählt neben der erfolgreichen Live-Show «Die Passion» eine Live-Dokumentation einer Operation am offenen Herzen als Höhepunkt eines Thementages. RTL hat zudem mit «Der König von Palma» und «Faking Hitler» zwei Drama-Serien im Köcher, die auf wahren Begebenheiten basieren und unter die Haut gehen.

Ums Überleben unter extremen Bedingungen geht es auf VOX. Der Sender bringt das internationale Erfolgsformat «Survivor» auf den Screen. Das Taktik- und Strategiespiel hat in den USA sieben Primetime Emmys gewonnen und geht bereits in die 37. Staffel.

Der Reality-Sender RTL 2 zieht diverse Erfolgssendungen weiter. «Die Geissens» gehen in die 15. Staffel und auch Hits wie «Love Island» werden fortgesetzt. Zudem wird die finale Staffel von «Game of Thrones» zu sehen sein.

Nach wie vor hoch im Kurs stehen Casting-Shows, worauf vor allem die 3-Plus-Gruppe setzt. Neben den beliebten Formaten wie «Der Bachelor», «Die Bachelorette» oder «Bauer, ledig, sucht...» bringt die Sender-Gruppe jetzt «The Voice» zurück in die Schweiz. 3 Plus verwandelte die Bühne der screen-up kurzerhand in ein «The Voice»-Studio. Anna Rossinelli und Noah Veraguth als Jurymitglieder präsentierten ein Duett.

Max Mutzke sorgte für Hühnerhaut bei seiner Live-Performance als «The Masked Singer». Das Erfolgsformat sorgte bei Pro 7 für Traumquoten und kommt demnächst in die Schweiz. Bereits ab Herbst 2019 sucht der Sender nun die «Queen of Drags». Zudem geht «Switzerland's next Top Model» nach der erfolgreichen Lancierung im letzten Jahr in die nächste Runde. Die Zuschauerinnen und Zuschauer dürfen sich wieder auf das Schweizer Topmodel Manuela Frey als Host freuen.

Neben den deutschsprachigen TV-Sendern präsentierten auch französischsprachige Sender ihre Highlights. Die TF1 Group, die private Sendergruppe mit der höchsten Einschaltquote in der Westschweiz, setzt auf Eigenproduktionen wie etwa «Eine Mutter begeht einen Banküberfall» und spickt ihr Programm mit französischem Charme und viel Gefühl.

Um starke Gefühle geht es auch bei der französischen M6-Gruppe. Neben diversen Serien und Formaten für die ganze Familie wird M6 mit «Qui veut être mon associé?» eine Neuheit produzieren. Die französische Adaption von «Die Höhle der Löwen» verspricht ein erfolgreiches Format zu werden.

Dass dies in der Deutschschweiz bereits der Fall ist, zeigt die Fortführung des Formats auf TV24/TV25. Ebenfalls in die nächste Runde gehen die Sender mit der Show «Ninja Warrior Switzerland». Weiter dürfen sich die Zuschauerinnen und Zuschauer auf das Erfolgsformat «Sing meinen Song» freuen, das auf TV24 zu sehen sein wird. Host der Sendung wird der Schweizer Soulsänger Seven, der heute live auf der screen-up-Bühne stand.

Im Anschluss an die spannungsgeladenen Screenings stand die Aftershow-Party ganz im Zeichen der Anfänge der screen-up: den Neunzigerjahren. Die Branche feierte zu den Beats der Vengaboys, die ihre Ibiza-Sounds live auf die Bühne brachten.

Die Veranstalter sind zufrieden: Bertrand Jungo von Admeira ist begeistert: «Starke Programme, innovative Formate, die unvergessliche Emotionen erzeugen – das steigert die Erinnerung bei den Zuschauern und entfaltet eine maximale Werbewirkung. Der Erfolg der letzten Jahre ist der beste Beweis dafür – und das gilt auch für die Zukunft.»

Und auch Alexander Duphorn, CEO von Goldbach Media (Switzerland) AG ist zufrieden: «Dass die Halle heute bis auf den letzten Platz gefüllt war, zeigt das Interesse an TV und gutem Content. Wir freuen uns auf die bevorstehenden TV-Highlights und sind überzeugt, unseren Werbekunden bald auch neue Angebote anbieten zu können, damit TV auch in den nächsten 20 Jahren die perfekte Plattform für wirksame Werbemomente bleibt.»

Kontakt für Medienvertreter:

Iris Blättler

[iris.blaettler@goldbach.com](mailto:iris.blaettler@goldbach.com)

+41 79 257 11 48

Veranstalter:

**AD  
MEIRA**

**GOLDBACH**