

Mehr Spaß muss sein - die TV-Highlights der kommenden Saison

von **Lisa Priller Gebhardt** am **12. August 2021**

Corona und kein Ende: Die Pandemie beeinflusst unser ganzes Leben und auch unseren Fernsehkonsum. Die Zuschauer sehnen sich nach kurzweiligen Formaten und bescheren Genres wie Quiz und Comedy ein Comeback. Bei den Screenforce Days 2021, der Leistungsschau des deutschen Fernsehens, gewährten die Sender Einblicke, was sie zu dieser bunten Programmpalette in der Pipeline haben. Auch Live-Events spielen in den Sendeplänen eine große Rolle und bleiben wichtiger Trend im TV.

„Im Corona-Jahr 2020 haben wir gesehen, dass sich auch wieder verstärkt jüngere Menschen dem linearen TV zuwenden, wenngleich ihr Medienkonsum primär on-demand geprägt ist“, sagt Malte Hildebrandt, Geschäftsführer Screenforce. „Sie sehen nach wie vor fern, nur eben selektiver“, so Hildebrandt weiter. Wichtig sei den Zuschauern neben mehr Relevanz und Aktualität auch das Thema Eskapismus.

„Die Menschen sehnen sich nach guter Unterhaltung. Insbesondere Live-Events, die in Echtzeit miterlebt werden, verdeutlichen die Kraft des Fernsehens, aber auch kurzweilige Formate aus den Bereichen Comedy und Quiz werden von den unterschiedlichen Zielgruppe stark nachgefragt“, so der Screenforce-Chef weiter.

Trends: Live-TV, Quiz und Comedy

So greift auch der Unterföhringer Konzern ProSiebenSat.1 die Trends zu Live-TV, Quiz und Comedy auf. Im Bereich Live-TV hat die Sendergruppe neben Klassikern wie „The Voice“ oder „The Masked Singer“ viel Neues zu bieten: Sat.1 steigt nach 18 Jahren wieder in die Live-Berichterstattung der Bundesliga ein. Der Sender hat ein großes Rechtepaket eingekauft. Fußball-Fans dürfen sich auf die Übertragung von neun Partien pro Saison freuen. Das Eröffnungsspiel zeigt Sat.1 am morgigen Freitag, 13. August. Für die Spielberichterstattung rund um die Bundesliga hat der Sender auch neue Moderatorinnen und Moderatoren eingekauft: Matthias Killing, Matthias Opdenhövel, Andrea Kaiser und Wolf-Christoph Fuss werden die Partien am Mikro begleiten.

Aber nicht nur beim Fußball, auch in Sachen Comedy gibt es ein Comeback: Ralf Schmitz kehrt zurück zu Sat.1 – mit der Show „Paar Wars“, die ab Herbst immer freitags um 20.15 Uhr läuft. Dort unterzieht Schmitz Beziehungen einem Stresstest. Gemeinsam müssen sie diverse Challenges bestehen. Am Ende winkt der große Geldsegen – bis zu 100 000 Euro sind zu gewinnen.

Und noch ein weiteres Format mit Schmitz steht an: In der neuen Impro-Comedy „Halbpension mit Schmitz“ stellt sich der Entertainer selbst auf die Probe. Spielleiter Pierre M. Krause gibt Anweisungen – Schmitz und seine prominenten Gäste sollen spontan und kreativ kontern, müssen sich aber auf einige Überraschungen gefasst machen.

In der Quiz-Show „Let the music play“ mit Amiaz Habtu, die Sat.1 seit dem 9. August werktäglich ab 19 Uhr zeigt, erraten drei Kandidatinnen und Kandidaten in jeweils fünf Spielrunden die Titel unterschiedlichster Songs – gespielt jeweils von der Live-Band „Wolf & The Gang“. Wer es ins Finale schafft, kann dort bis zu 10.000 Euro gewinnen.

Promis drehen am Rad

Der Kölner Sender RTL hat sich in Sachen Quiz-Show in Großbritannien umgesehen und das Format „The Wheel – Promis drehen am Rad“ eingekauft. In dem von Chris Tall moderierten TV-Spektakel spielen pro Folge drei Kandidaten – unterstützt von sieben Promi-Beratern – um den ganz großen Gewinn von über 100.000 Euro.

Gemeinsam mit prominenten Helfern raten sich die Kandidaten durch verschiedene Themengebiete und hoffen, möglichst viel Geld in den Jackpot spielen zu können, den es am Ende zu gewinnen gibt. Das Finale strahlt der Sender am 20. August aus.

In Nordrhein-Westfalen, wo die große Flut ganze Dörfer weggespült hat, bedankt sich RTL am 28. August zur Primetime um 20.15 Uhr mit der großen Open Air Live-Show „RTL sagt danke“ bei den Helfern und Helden des Alltags. Die Crème de la Crème der deutschen Comedy- und Musik-Szene kommt bei RTL zusammen und sorgt live für einen abwechslungsreichen Sommerabend. Ein weiteres großes Live-Event – wenn auch einer ganz anderen Machart – ist das „Triell“. Es soll die Zuschauer auf die Bundestagswahl einstimmen und wird am Tag darauf, also am 29. August, mit der Kandidatin und den Kandidaten für das Kanzleramt stattfinden.

Mehr Quiz und Gags für Groß und Klein

Auch der Sender Servus TV kündigte auf den Screenforce Days an, weiter auf das Genre Quiz zu setzen – und führt die werktägliche Show „Quizjagd“ (Montag bis Freitag ab 17 Uhr) weiter, die sich großer Beliebtheit erfreut. Darin jagen sich zwei Gegner über eine aus 50 Feldern bestehende Spirale. Wer als erstes das oberste Feld erreicht, gewinnt 5000 Euro und darf so lange gegen einen Herausforderer antreten, bis er geschlagen wird. Die Spannung besteht darin, dass das Duell jederzeit in jede Richtung kippen kann.

Quizsendungen kommen in der jungen Zielgruppe gut an. Disney setzt sein Format „GagAttack“ fort, in dem die Erwachsenen nur Nebenrollen spielen. Kinder sind die Stars dieser im deutschen Markt gut aufgenommenen Sendung. In dem Sketch-Comedy-Format stellen sie ihr komödiantisches Talent unter Beweis und führen durch ein buntes Programm, das aus Sketchen besteht, die auf die junge Zielgruppe ausgerichtet sind.

In der Pipeline sind also einige Formate, die die Zuschauer altersübergreifend vor dem Fernseher zusammenbringen werden. „Das Erlebnis, gemeinsam fernzusehen, ist ein wichtiger Bestandteil des Alltags geworden“, so der Screenforce-Chef Hildebrandt.