

20 Minuten lanciert mit Shorts ein neues Video-Erlebnis

Swipen ohne Fake News: In der 20-Minuten-App gibt es neu eine vertikale Video-Welt mit Inhalten aus News, Unterhaltung und Inspiration.

Zürich, 11. Mai 2026 – 20 Minuten lanciert mit 20 Minuten Shorts ein neues Video-Erlebnis: Mit einem Klick wechseln die Userinnen und User von der klassischen Front zu den Kurzvideos, wo sie sich vertikal durch Videos aus den Bereichen News, Unterhaltung und Inspiration swipen.

Im Gegensatz zu Social Media handelt es sich dabei um ausschliesslich verifizierte Inhalte, die kompakt aufbereitet sind. Wer mehr über die Story hinter dem Video erfahren möchte, klickt einfach "Zum Artikel" und landet so auf der Story in Textform. Damit verschmelzen Bewegtbild und Artikel zu einem fluiden Nutzungserlebnis. Wer es eilig hat, schaut die Videos in doppelter Geschwindigkeit. Vor- und zurückspulen ist ebenfalls möglich, genauso wie die Beiträge zu kommentieren. Werbekunden stehen beim Start verschiedene Formate zur Verfügung, die nach der Launch-Phase ergänzt und weiterentwickelt werden.

Hintergrund ist das wandelnde Nutzerverhalten der jungen Zielgruppe, die Content zunehmend in Form von Short Videos konsumiert. Zudem zeigt der Reuters Report (Understanding Young News Audiences at a Time of Rapid Change, März 2026), dass sich 60 Prozent der jungen Generation wegen Fake News sorgen und verifizierte Inhalte bevorzugen.

Das Format wurde inhouse in einem interdisziplinären Team unter der Führung von Basil Honegger, Leiter Video News und Mitglied der Chefredaktion, Mark Luxenhofer, Product Manager Video, und Beat Krapf, Chief Operations Officer, entwickelt. Die Inhalte werden von einem neuen, vierköpfigen Team unter der Leitung von Adriel Monostori produziert.

CEO Bernhard Brechbühl: «Das neue 20-Minuten-Videoerlebnis vereint das Beste aus zwei Welten: Wahre Inhalte, die von unserer Redaktion geprüft sind, und eine zeitgemässe User

Experience. Unseren Werbekunden bieten wir damit neue Möglichkeiten für eine wirkungsstarke Präsenz in unserem verlässlichen Umfeld.»

Link: <https://vertical-video.20min.ch/>

Kontakt

Eliane Loum, Leiterin Kommunikation 20 Minuten,
+41 44 248 41 34, eliane.loum@20minuten.ch

Über die 20 Minuten Gruppe

20 Minuten wurde Ende 1999 als Pendlerzeitung für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert und hat sich rasch zur reichweitenstärksten digitalen Medienmarke in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. 20 Minuten macht Journalismus, der Menschen zusammenbringt, und bietet – kompakt auf einer Plattform – den perfekten Content-Mix mit allem, was die Menschen in der Schweiz bewegt, betrifft und bereichert. 20 Minuten bietet News aus der Schweiz und der Welt, Sport, Unterhaltung und Inspiration sowie einen rege genutzten Community-Bereich. Der Journalismus von 20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll und ausgewogen, damit sich die Leserinnen und Leser ihre eigene Meinung bilden können.

Die 20 Minuten Gruppe ist Teil der TX Group und umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 Minutes und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligungen Tio/20 Minuti im Tessin und L'essentiel in Luxemburg. www.20minuten.ch