



20 Minuten  
Unternehmenskommunikation

# 20 Minuten zündet anlässlich des Eurovision Song Contest ein redaktionelles Feuerwerk

**20 Minuten hat bereits zu Beginn des Jahres den Eurovision Song Contest (ESC) zum Leuchtturm-Projekt ernannt und trumpfte am Freitag mit einer zweiten Sonderausgabe, die in Basel verteilt wurde, auf. Es war ein weiterer Höhepunkt einer umfassenden, integralen Berichterstattung über sämtliche Kanäle. Möglich machten dies kreative ESC-Werbeumsetzungen von Kunden wie Nivea oder Vaudoise. Gleichzeitig zur Verteilaktion der Sonderzeitung trat die 20-Minuten-Moderatorin Vanessa zusammen mit Basler Musiker Skip live auf der Bühne in der Innenstadt mit ihrem Rap-Song «Hätt ich doch» auf. Den Auftakt zum grossen Finale am Samstag lieferte 20 Minuten in Form einer grossen Livesendung aus dem eigens eingerichteten 20-Minuten-Studio in Basel.**

Zürich, 18. Mai 2025 – Bereits Anfang Jahr hat 20 Minuten den Eurovision Song Contest zum grossen Leuchtturm-Projekt erklärt und eine umfassende Sonderberichterstattung geplant. So wurde in Basel bereits am Sonntag vor einer Woche ein eigenes ESC-20-Minuten-Büro mit integriertem Studio bezogen und von dort aus live zu allen Aspekten rund um den ESC berichtet. Erstes Highlight war am Dienstag, 13. Mai 2025 die 24-seitige Sonderbeilage, die allen Printausgaben in der Deutschschweiz beigelegt wurde und einen Überblick über Künstler, Events rund um den ESC sowie praktische Infos für den ESC-Besuch in Basel bot.

Am Freitag, 16. Mai 2025 folgte die zweite grosse Sonderzeitung. Diese wurde am Donnerstagnacht und Freitag mit Infos, Geschichten und Hintergründen zum zweiten Halbfinale produziert, am Freitagnachmittag gedruckt, nach Basel geliefert und ab 19:30 Uhr den vielen Fans auf den Strassen von Basel verteilt. Die Verteilaktion übernahm im Auftrag von 20 Minuten das Football-Team «Gladiators beider Basel», gekleidet in speziellen 20-Minuten-ESC-T-Shirts.

Gleichzeitig performte die 20-Minuten-Moderatorin Vanessa Travasci auf der Bühne beim Barfüsserplatz ihren zusammen mit dem Basler Musiker Skip produzierten Rap-Song mit dem Titel «Hätt ich doch».

Zum Finale am Samstag folgte eine Live-Sendung aus dem Studio in Basel. Ein 28-köpfiges Team unter der Leitung von People-Chefin Katy Ofner und Silvan Haenni, Leiter Spezialprojekte, berichtete bereits seit letztem Sonntag aus Basel von verschiedenen Standorten und sorgte so auch gestern für einen newsigen und unterhaltsamen Liveticker.

Auch Désirée Pomper, Chefredaktorin von 20 Minuten, war als Blattmacherin vor Ort: «Der Vibe auf unserer Basler ESC-Redaktion war schlicht grossartig. Die Kolleginnen und Kollegen waren hochmotiviert und haben alles gegeben.» Besonders beeindruckt ist Pomper von der interdisziplinären Teamleistung rund um das Leuchtturm-Projekt: «Unter der Co-Projektleitung von Katy Ofner und Silvan Haenni haben vom Sales über Produktion, Druckerei, Distribution bis zur Redaktion alle Zahnräder perfekt ineinander ge Griffen. Danke allen für den riesigen Einsatz!»

Mehmet Inan, Chief Commercial Officer 20 Minuten: «Wir sind im Januar mit unserer neuen integrierten Vermarktungsorganisation gestartet und haben direkt den ESC als erstes Leuchtturm-Projekt in Angriff genommen. Es macht extrem Spass zusammen mit Kunden wie Nivea oder Vaudoise und dem ganzen 20-Minuten-Team solche Spezialprojekte umzusetzen. Und jetzt freuen wir uns schon auf den nächsten Leuchtturm, die UEFA Women's Euro 2025!»

**Link zur Sonderausgabe von Freitag:**

<https://www.20min.ch/story/extrablatt-extrablatt-alles-zum-esc-finale-die-sonderausgabe-vor-der-grossen-show-103345229>

**Link zur Sonderausgabe von Dienstag**

<https://www.20min.ch/story/endlich-erste-liveshow-heute-in-20-minuten-die-grosse-sonderbeilage-zum-esc-103339450>

**Link zum Auftritt von Vanessa Travasci**

<https://www.20min.ch/story/esc-basel-auftritt-von-20-minuten-live-vom-barfuesserplatz-103344152>

**Kontakt**

Eliane Loum, Leiterin Kommunikation 20 Minuten,  
+41 44 248 41 34, [eliane.loum@20minuten.ch](mailto:eliane.loum@20minuten.ch)

**Über die 20 Minuten Gruppe**

Ende 1999 für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert, hat sich die Pendlerzeitung 20 Minuten zur reichweitenstärksten Schweizer Medienmarke mit Präsenz in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. News aus der Schweiz und der Welt, Unterhaltung und Inspiration: 20 Minuten erzählt Geschichten, die für Gesprächsstoff sorgen. Der Journalismus von

20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll, neutral und kostenlos überall verfügbar. Auf den digitalen Kanälen sowie auf Social Media bietet 20 Minuten eine breite Palette multimedialer Inhalte.

Die 20 Minuten Gruppe ist Teil der TX Group und umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligung L'essentiel in Luxemburg.

[www.20minuten.ch](http://www.20minuten.ch)