

Media Relations

Tel direkt +41 44 305 50 87
e-mail mediarelations@sf.tv
Internet www.medienportal.sf.tv

Farbfernseh-Gefahren

Die Studioverantwortlichen warnten bereits bei der Pressekonferenz zur Eröffnung des Farbfernsehens vor dessen Gefahren: «Wie bereits an verschiedenen Beispielen beobachtet werden konnte, besteht bei der Dekorgestaltung die grosse Gefahr, nun einfach alles möglichst farbig zu machen: Das Telefon wird violett angestrichen, die Mikrofone werden womöglich mit verschiedenfarbigen Hüllen versehen, Treppenabsätze in Giftgrün gehalten; Grautöne und normale Farben gibt es überhaupt keine mehr. Dieser Tendenz ist unbedingt entgegenzusteuern.»

*Aus einem Manuskript für die Pressekonferenz «Eröffnung Farbfernsehen»
Zürich, 1. Oktober 1968 (Verfasser unbekannt)*

Beim Merlot

Max Rüeger war Redaktor beim Schweizer Fernsehen und zog einen Auftrag an Land – für sich und seinen Partner Hans Gmür. Die beiden Kreativköpfe sollten eine Sendung zum Wettbewerb um die «Rose d'Or» in Montreux schreiben. Mit einem sparsamen Spesenpaket ausgerüstet, zog sich das Autorenpaar ins Lido von Ascona zurück. Hans Gmür erinnert sich noch gut ans Brainstorming in Badehose – bei Max Rüeger pfirsichfarben notabene. Als die Sonne den beiden allzu sehr auf dem Pelz brannte, zog man sich in ein schattiges Grotto zurück und sprach dem Merlot zu. Man fantasierte und fabulierte. Und nach drei kreativen Tagen standen Grundidee und -konzept.

Wo und wie bitte schön, hätte denn der Showreigen «Holiday in Switzerland» besser entstehen können als in der Schweizer Sonnenstube? Dass diese (ironische) Revue über den Schweizer Tourismus 1969 auch noch die Goldene Rose gewann, ist eine andere Geschichte. rbr



Unverhofft kommt oft

Die «Rose d'Or» war und ist das wichtigste Fernsehfestival in Europa. Dem eigenen Beitrag «Holiday in Switzerland» räumten die Schweizer Fernsehverantwortlichen, dazumal war Max Ernst Chef der 'Unterhaltung', 1969 keine Chancen ein. «Typisch», kommentiert Hans Gmür 35 Jahre danach, «der Schweizer glaubt nicht an den eigenen Erfolg und meint, die anderen machen es besser.»

Um so grösser war die Ueberraschung, als diese selbstkritische Unterhaltungssendung mit der Goldenen Rose ausgezeichnet wurde. Fernsehdirektor Guido Frei war völlig unvorbereitet und musste sich einen Smoking für die Preisverleihung leihen. Die Preissumme von 10'000 Franken wurde unter den Beteiligten aufgeteilt. Doch das beste Geschäft machte Regisseur Karl Suter. Sein Honorar hing vom Verkauf der Sendung ab. «Holiday in Switzerland» wurde in rund fünfzig Länder verkauft. Das hiess fünfzigmal 700 Franken. Da kann man nur sagen: Unverhofft kommt oft!