SF SCHWEIZER FERNSEHEN

Fernsehstrasse 1-4 8052 Zürich Tel +41 44 305 66 11

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

Falsche Toilettenfrau

Das Spiel mit der versteckten Kamera brachten Kurt Felix und seine Crew zur Perfektion. Doch immer ging die Sache nicht glatt ab. Diese gefilmte Fallenstellerei war fester und beliebter Bestandteil in der grossen Unterhaltungssendung «Teleboy». Einmal schlüpfte auch Ursula Schaeppi, der «Goof der Nation», in die Rolle eines Lockvogels. Sie mimte eine Toiletten-Putzfrau. Die Türschilder waren vertauscht worden, d.h. Männlein und Weiblein verirrten sich und gelangten ans falsche Oertchen. Ursula Schaeppi sollte nun als resolute WC-Frau die Herren zurechtweisen und ihnen den Marsch blasen: «Was machen Sie denn hier im Damenklo!?» Doch ihr fiel es schwer, die Mannsbilder zu verunsichern. Bei einem fehlgeleiteten Pissoir-Besucher in schwarzen Anzug mit Krawatte dachte sie «Der könnte doch wirklich ein dringendes Bedürfnis haben» – und hüllte sich in Schweigen. «Nein, für diese Rolle war ich nicht geschaffen», lacht die Zürcher Schauspielerin (63) heute.

9.9.03/rbr

SF SCHWEIZER FERNSEHEN

Fernsehstrasse 1-4 8052 Zürich Tel +41 44 305 66 11

Merchandising: Der Startschuss war ein «Gummipfropfen»

Filmproduzenten, die sich mit ihren Produkten an ein Massenpublikum richten, erwirtschaften heute einen grossen Teil des Umsatzes mit Nebenprodukten wie T-Shirts oder Spielwaren. Bei Kassenschlagern können so die Gewinne durch den Verkauf solcher Merchandising-Artikel um ein Vielfaches gesteigert werden.
Was heute eine Selbstverständlichkeit geworden ist, hielt beim Schweizer Fernsehen erst Mitte der 70er-Jahre Einzug. Der Unternehmer René Trapletti witterte die Möglichkeit, vom Erfolg des «Teleboys» zu profitieren, indem er Schlüsselanhänger und diverse andere «Teleboy»-Artikel herstellte und über Kiosk-Verkaufsstellen vertreiben liess. Als Lizenzgeber fungierte die SRG. Vom Erfolg des Projekts war man beim Schweizer Fernsehen jedoch nicht sehr überzeugt. Der damalige Programmdirektor Guido Frei beispielsweise soll das gewagte Projekt in Frage gestellt haben mit den Worten: «Glaubt der Wahnsinnige denn wirklich, dass unsere Zuschauer für diese Gummipfropfen auch nur einen müden Franken auswerfen?» Allen Unkenrufen zum Trotz fanden die Artikel reissenden Absatz. Schon bald schuf die SRG daher eine Merchandising-Stelle, und Trapletti investierte seinen Gewinn aus dem erfolgreichen «Teleboy»-Projekt in die Gründung der Konfekthandel-Unternehmung 'Spiwag'.