



Was verbindet den strengen Hauptmann Reikers (Marco Rima) mit Rekrutin Bluntschi?

Präsentiert das Gewehr! Rekrutin Michelle Bluntschi (Melanie Winiger, r.) sorgt für Wirbel

Turteln auf dem Panzer – das VBS reagierte zerknirscht auf diese Szene

Vom Traualtar in die RS: Antonio (Michael Koch) will Laura (Mia Aegerter) heiraten

# Melanie Winiger: Wie viel Quote bringt sie SF DRS?

**ACHTUNG, FERTIG, CHARLIE!** Damit setzte die Schweizer Filmbranche zu Höhenflügen an. Produktionen wie «Mein Name ist Eugen» brechen an den Kinokassen Rekorde. Melanie Winiger dreht einen Film nach dem anderen. Und SF DRS will am Sonntagabend nur noch Schweizer Filme zeigen.

VON PETER PADRUTT

Das Lob kam am Ende auch noch aus dem Ausland – und zwar dick: Vor wenigen Tagen schrammte Melanie Winiger knapp am «Undine Award» vorbei. Die Schauspielerin war in Wien als «beste Filmdebütantin» für ihre freche Rolle als Rekrutin Bluntschi in der Teenie-Militärkomödie «Achtung, fertig, Charlie!» nominiert. Gefreut habe sie sich – und wie!

«Seit diesem Film wusste ich, dass die Schauspielerei mein Traumberuf ist», sagt sie. Winiger büffelte hart an der Lee-Strasberg-Schauspielschule in Los Angeles

und kurbelt jetzt Filme am Laufmeter herunter. Eben drehte sie das Drama «Wolf und Kopfsalat» ab, in dem sie eine Mutter spielt, die sechs Jahre im Gefängnis steckt. Für ihr nächstes «Vehikel», ein Film über Hiphop, Jugendgewalt und Knast, wird sie im Januar vor der Kamera stehen. Und gemäss Branchengerüchten – da hält sie noch eisern die Klappe – dreht sie im kalifornischen Santa Monica demnächst einen Schweizer Film.

Vorher wird sie sich aber noch im «Charlie»-Streifen auf SF 1 im Schlamm wälzen. «Nach dem fulminanten Kinoerfolg hoffen wir auch auf einen Quotenhit bei



Dreht Filme am Laufmeter – bald auch in den USA: Melanie Winiger

uns», sagt Madeleine Hirsiger, TV-Filmchefin bei SF DRS. «Dem Film ist es gelungen, auch ein junges Publikum zu überzeugen – und auf dieses zählen wir jetzt!»

## «Charlie» als Trend

Tatsächlich war die RS-Klamotte, die insgesamt 565 000 Zuschauer ins Kino lockte, vor allem bei den Jungen ein Hit. Der mit 50 Kopien gestartete 1,8 Millionen «billige» Streifen überholte vor zwei Jahren sogar «Ernstfall in Havanna», den zuvor über 300 000 gesehen hatten. «Wir haben mit der RS-Komödie die Zielgruppe der 14- bis 22-Jährigen wacherüttelt», resümiert Produzent Lukas Hobi von Zodiac Pictures. Für «Charlie» beschritt er ungewöhnliche Wege. Sämtliche Auswertungskanäle wurden gesichert, per Internet Statisten gesucht, breitflächig und sexy grüsste Melanie von Plakaten.

Und die Popcorn-Welle hält an: Am neusten Familienfilm «Mein Name ist Eugen» delectierten sich schon am ersten Wochenende 100 000 – damit schlägt er vermutlich sogar noch «Charlie».

«Viele haben unser RS-Projekt belächelt», erinnert sich Hobi. Und als der Streifen im Kasten war, gabs zuerst Prügel von der Schweizer Armee, die Material im Wert von 70 000 Franken in den Film steckte. Insgesamt hatte die

Filmförderung 480 000 Franken investiert. Das sei deutlich weniger als bei vergleichbaren Filmen, sagt Hobi. «Mehr als die Hälfte der Kosten wurden von Privaten finanziert – und die haben alle ihr Geld zurückbekommen.»

«Achtung, fertig, Charlie!» lief auch in deutschen, vor allem aber in 80 russischen Städten erfolgreich. Dort wurde er mit viel PR lanciert: Militärische Erkennungsmarken («Grabsteine») lockten ein vorwiegend junges Publikum ins Kino. Die russische Version ist im Januar auch auf einer neuen DVD-Fassung zu sehen.

Es ist damit zu rechnen, dass «Charlie» zuvor auf SF 1 zum Quotenknaller wird. Denn bereits «Sternenberg», den im Kino 123 000 Zuschauer gesehen hatten, holte bei SF DRS über 800 000. Filmchefin Hirsiger freut sich über diesen Trend und kündigt an: «Nächstes Jahr werden wir nach «Lüthi und Blanc» nur noch Schweizer Filme zeigen – Eigenproduktionen von SF DRS, aber auch Kinofilme.»

«Charlie» eroberte die Zuschauer, SF DRS marschiert mit.

## TV HINWEIS

➔ **Achtung, fertig, Charlie!**  
Komödie  
SO 9.10. 20.30 SF 1 3 105 538

# Frühstart-Frust

**SPORTPANORAMA** Bei der sonntäglichen Live-Sportshow herrscht keine Freude: Weil man zu früh auf Sendung geht – und sich zur besten Zeit wieder ausklinken muss.

VON LEO LÜTHI

**K**leine Ursache, grosse Wirkung: Das «Sportpanorama» geht seit April dieses Jahres fünf Minuten früher auf Sendung und startet mit den Sport-Highlights des Wochenendes bereits um 18.10 Uhr. Und anstatt direkt bis vor der «Tagesschau» am Ball bleiben zu können, muss das «Sportpanorama» zur allerbesten Sendezeit Platz machen für «mitenand», das Magazin über Hilfsorganisationen.

Dies sorgt in der Sportredaktion von SF DRS nicht für eitel Freude – und zusätzlichen Stress. TV-Moderator Beni Thurnheer erklärt TV-Star: «Bei einer späteren Sendezeit hätten wir entscheidende Minuten mehr für die Bearbeitung der Beiträge. Zum Teil sind die Fussballspiele am Sonntag erst nach 18 Uhr beendet. Zudem hätten wir natürlich auch höhere Einschaltquoten, wenn wir bis direkt vor die Hauptausgabe der «Tagesschau» senden könnten.»

Tatsächlich nimmt die Zuschauerzahl beim «Sportpanorama» jeweils von Minute zu Minute kontinuierlich zu. Beim

Startschuss um 18.10 Uhr sind es magere 190 000, und kurz bevor sich die Live-Sportshow des Schweizer Fernsehens dann wegen «mitenand» ausklinken muss, sind im Schnitt über 450 000 Zuschauer vor den Bildschirmen.

## Sendezeit prüfen

TV-Sportchef Urs Leutert ist sich der Problematik mit dem hohen Produktionsdruck bewusst. «Wir müssen die Rahmenbedingungen dieser Gesamtstruktur akzeptieren. Aber natürlich kann man immer wieder prüfen und in Frage stellen, ob die Sendezeit, aber auch der Sendeplatz richtig ist», sagt er zu TV-Star.

## Ihre Meinung

Geht das «Sportpanorama» zu früh auf Sendung? Schalten Sie wegen «Live-Ran» auf Sat 1 Schweiz später zu? Welches wäre Ihre bevorzugte Sendezeit? Schreiben Sie uns.

**TV-Star, Leserbriefe,**  
Postfach, 8021 Zürich  
Fax 043 444 55 51  
E-Mail: [leserbriefe@tvstar.ch](mailto:leserbriefe@tvstar.ch)



Zu früh auf Sendung? «Sportpanorama»-Moderator Beni Thurnheer

## Zuschauer-Hits

vom 17. bis 23. September 2005

Meteo: 968 100 Tagesschau: 911 900

SF 1	SF 2	RTL	SAT 1	PRO 7
1 Miss-Schweiz-Wahl 921 500	1 Konsum-TV 227 100	1 Wer wird Millionär? 208 300	1 Mission Cleopatra 140 700	1 Friends 95 700
2 Kassensturz 854 300	2 Sport aktuell 223 800	2 GZSZ 172 300	2 Heiraten für Fortg. 125 900	2 Herrschaft des Feuers 93 900
3 10 vor 10 747 000	3 Desperate Housew. 208 900	3 Alarm für Cobra 11 156 900	3 K 11 - Kommissare 120 800	3 OC California 92 400
4 Al dente 645 100	4 Bianca 198 000	4 Einsatz in 4 Wänden 156 300	4 Verliebt in Berlin 117 100	4 Aus dem Dschungel 86 500
5 Puls 606 700	5 GP Japan 125 ccm 174 300	5 Die Super-Nanny 156 200	5 Zwei bei Kallwass 107 700	5 Charmed 70 800
6 Deal or No Deal 606 300	6 NZZ Format 171 800	6 CSI: Miami 146 600	6 Genial daneben 93 700	6 Desperate Housew. 67 100
7 Siska 603 300	7 Café Bäle 169 200	7 Hinter Gittern 118 600	7 Richter A. Hold 90 200	7 Wunderwelt Wissen 67 000

Quelle: IP Multimedia (Schweiz) AG, Telecontrol-Daten