

TV-Sternchen

Wenn Kinder für Werbespots und Filmproduktionen gecastet werden – sind manchmal die Eltern die Nervenbündel. Dabei wäre cool bleiben angesagt. Ein Blick hinter die Kulissen.

Text Bettina Leinenbach Fotos Sophie Stieger



An einer Wand bei Casellas zu Hause hängen Bilder aus dem TV-Spot. Sonst hat sich bei Luana seit dem Dreh nicht viel verändert, obwohl nun die halbe Schweiz ihr Gesicht kennt.

*Auftritt im TV-Spot:
die Erfüllung eines lang
gehegten Traums?
Nicht für Familie Casella.*



Es gibt TV-Spots, die kennt die halbe Schweiz. Der kurze Werbefilm, mit dem der Haarpflegemittelhersteller Rausch für eines seiner Kräuter-Shampoos wirbt, ist ein solcher. Ein Mädchen kämmt seinem Bäbi die Haare. Doch irgendwie stehen die Büschel trotzdem in alle Richtungen. Zeit für eine Beauty-Behandlung. Das Werbekind wäscht die Puppenhaare mit Mamis Shampoo – und tada! – das Bäbi hat nun einen wunderbar frisierten Schopf.

Die Kleine, die die Hauptrolle in dem Werbefilm spielt, heisst im echten Leben Luana Casella, ist mittlerweile sieben Jahre alt und wohnt im Zürcher Oberland.

Eltern überlegten lange

Judith Casella, die Mutter des Mädchens, ist immer noch verblüfft, wenn sie ihre Tochter im Fernsehen sieht. «Das war nie unser Ziel», sagt sie und es fällt nicht schwer, ihr das zu glauben. Alles begann damit, dass sie nach längerer Zeit einer alten Bekannten begegnete: Claudia Mai. Die war nicht nur als Schauspielerin erfolgreich, sondern castete auch Kinder und Jugendliche für TV- und Filmproduktionen. Als die Fachfrau Luana sah, war sie begeistert und wollte das Mädchen sehr gerne in ihre Kartei aufnehmen. Luanas Eltern überlegten hin und her – und stimmten schliesslich zu. Dann passierte über ein Jahr nichts. «Wir hatten das schon fast vergessen», erinnert sich Judith Casella. Doch irgendwann meldete sich Claudia Mai wieder. Die Firma Rausch suche ein Kind für einen Werbespot und das Mädchen sei zum offiziellen Casting eingeladen. Mutter und Tochter fuhren zum vereinbarten Termin nach Zürich – und hätten um ein Haar wieder kehrngemacht. Das lag nicht an der Veranstaltung, sondern an einigen Mitbewerberinnen. Ein Teil der ebenfalls eingeladenen Mädchen waren wie Prinzessinnen

herausgeputzt, mit kunstvollen Flechtfrisuren, Glitzerhaarspray und Lipgloss. Und Luana? Die hatte das Haar offen, trug noch ihre Schulkleider und grüne Filzstiftflecken an den Fingern. Als das Kind später vor der Kamera stand, machte es vor allem – Quatsch. «Ich dachte am Schluss nur: was für eine Zeitverschwendung», sagt seine Mutter. Zwei Tage später meldete sich der Regisseur persönlich und bot dem Mädchen mit den grünen Fingern die Rolle an. Die Eltern überliessen die Entscheidung ihrem Kind. «Ich möchte das versuchen», sagte Luana und grinste.

Ein Casting ist ein aufwendiger Prozess. Es ist nicht einfach, Babys, Kinder und Jugendliche zu finden, die gut zu einem Produkt oder einer Rolle passen, und die mit Spass dabei sind. Claudia Mai hat mittlerweile viel Erfahrung. Ihr genügt oft ein kurzer Blick, um zu sehen, ob jemand für die Arbeit vor der Kamera geeignet ist – oder eben nicht.

Heute leitet Claudia Mai ein Auswahlverfahren für einen TV-Spot. Luana ist diesmal nicht mit dabei. Wer der Auftraggeber ist und um welches Produkt es sich handelt, bleibt geheim. Die Teilnehmer erfahren nur, dass eine Supermarktkette für eine ihrer Sammelaktionen werben möchte. Das könnte jeder Anbieter sein. Murmeln, Klebebildchen, Dinosaurier – was hat die Schweiz in den letzten Jahren nicht alles gesammelt? Die Produktionsfirma hat eigens für das Casting ein Studio in einem Zürcher Hinterhaus angemietet. Es ist keine Location à la Hollywood, sondern eher ein in die Jahre gekommenes Künstleratelier. Der Raum ist zweigeteilt: Es gibt einen Aufenthaltsraum mit Tischen und

Casting – das sollten Eltern wissen

- 1 Auf keinen Fall Druck auf das Kind ausüben!
- 2 Sobald bei der Registrierung grosse Gebühren und Vorkosten anfallen (mehr als 50 Franken), sollten die Alarmglocken läuten.
- 3 Die Gage für die Aufnahmen sollte immer vor dem Casting festgelegt werden.
- 4 Bei seriösen Agenturen läuft rechtlich bis zum 18. Lebensjahr alles über die Eltern.
- 5 Bei schlechtem Bauchgefühl – keine Verträge unterschreiben!
- 6 Sich nicht scheuen, auch kritische Fragen zu stellen!

Stühlen und – hinter einem blickdichten Vorhang – eine Art Bühne. Während die Produktionsassistentin die Kamera aufs Stativ steckt und das Notebook hochfährt, trudeln die ersten Kinder mit ihren Müttern ein. Väter sind keine in Sicht. Claudia Mai wird mehrere Mädchen und Buben im Alter zwischen vier und acht Jahren für den Werbefilm casten. Wenn alles klappt, wird auch dieser Spot schon bald zur besten Sendezeit im Schweizer Fernsehen laufen.

Improvisieren beim Casting

Der Bereich vor dem Vorhang füllt sich. Darf man die Salzbrezeli und die Bonbons, die in Schalen auf dem Tisch stehen, essen? Man darf! Claudia Mai weiss, wie sie die Kleinen bei Luana hält. Endlich gehts los. Lukas aus Winterthur, bitte hinter den Vorhang! Der kennt das Prozedere, war schon öfter dabei. Er stellt sich vor die Kamera, dreht sich auf Kommando erst nach rechts, dann nach links. Während sich die Regieassistentin die ersten Aufnahmen des Siebenjährigen auf dem Notebook ansieht, stellt die Casterin Fragen: Wie heisst du? Wie alt bist du? Erzähle uns von deinen Hobbies! Lukas' Mami sitzt derweil im Wartebereich und blättert gedankenverloren in einer Illustrierten, bis ihr Sohn fertig ist.

Nun ist die achtjährige Alexandra an der Reihe. Das Mädchen wippt unruhig hin und her und sucht den Blick der Mutter. Die steht in der Nähe und versucht, ihrem Kind vorzumachen, wie es jetzt gerade sein soll. Total lässig und schlagfertig, das wäre schön. Als sie selbst auf die an Alexandra gerichteten Fragen antwortet, zieht die Casterin die Notbremse und bittet die Mutter, im Aufenthaltsraum zu warten. Ab dann läuft es besser. Als Alexandras Aufnahme im Kasten ist, platzt die Mutter fast vor Stolz.

Den Nachmittag über folgt Kind um Kind. Manche scheinen Talent zu haben, andere stehen stocksteif vor der Kamera. Immer wieder sollen die jungen Teilnehmer eine kleine Szene improvisieren, zum Beispiel so tun, als würden sie Sammelkarten tauschen. Bei manchen klappt das Schauspielern erstaunlich gut. Bei anderen will sich der Knopf einfach nicht lösen. Ein hübsches Gesicht ist eben nur die halbe Miete. Für Erheiterung sorgt ein Knirps, der alle Fragen nur mit «yes!» beantwortet. Ob das Kind zweisprachig aufwachte? Die Mutter schüttelt den Kopf. Irgendwann wird ein weiteres Mäd-

Als die Mutter den fertigen Spot erstmals sah, kamen ihr die Tränen.



In der Shampoo-Werbung zaubert Luana ihrer Puppe einen wunderbar frisierten Schopf.

chen vor laufender Kamera nach seinen Hobbies gefragt. Wie aus der Pistole geschossen kommt: Ballett, Klavier, Singen, Schwimmen, Zirkus-Workshop. Die Casterin runzelt die Stirn: «Und wann spielst du?» – «Gar nicht», antwortet die Neunjährige und guckt so, als sei das eine wirklich merkwürdige Frage gewesen. Für einen Augenblick entgleiten Claudia Mai die Gesichtszüge. Sie schweigt, bleibt professionell. Könnte sie jetzt frei reden, würde sie vermutlich sagen, dass das genau der Grund sei, warum ein Mädchen wie Luana damals den Shampoo-Auftrag bekommen hat – und nicht eine ihrer gestylten Konkurrentinnen. Es ist leichter, ein Kind zu sein, als ein Kind zu spielen.

Zwei Tage Dreharbeiten

Damals, vor über einem Jahr, überzeugte Luana das Team nicht nur während des Shampoo-Castings, sondern auch beim eigentlichen Dreh. Am ersten Tag ging es frühmorgens in Zürich los. Die Produktionsfirma hatte eine Privatwohnung angemietet und für die Aufnahmen umgestylt. Die Erstklässlerin lernte ihre Filmutter

kennen und musste unzählige Outfits anprobieren, bis das richtige gefunden war. Dann wurde sie frisiert. Ohne Haarspray und ohne Glitzer, wohlgekernt. Licht an, Kamera läuft! Luana drehte begeistert Szene um Szene. Das war besser als ein normaler Morgen in der Schule, fand sie. Der Einsatz des Jokertages hatte sich gelohnt. Judith Casella war die ganze Zeit im Hintergrund dabei. Am zweiten Drehtag traf sich die Crew im Thurgau, um die Aussenaufnahmen zu machen. Als alles im Kasten war und die Mutter den fertigen Spot sah, kamen ihr die Tränen.

Die Werbung läuft mindestens bis Ende 2016 im Schweizer Fernsehen, die Kundenschaft liebt den Spot. Der Batzen, den Luana für ihren Einsatz erhalten hat, ruht auf ihrem Konto. Vielleicht bezahlt sie davon in elf Jahren ihre ersten Fahrstunden. Sonst hat sich nicht viel geändert. Ausser vielleicht, dass im Hause Casella nun mit freundlicher Unterstützung von Rausch shampooiert wird. Als zusätzliches Dankeschön gab es etliche Flaschen Haarpflegemittel gratis.

Interview

«Raspelkurze Fussballerfrisuren kommen nicht gut an»



«**wir eltern:** Claudia Mai, Sie casten seit vier Jahren Babys, Kinder und Jugendliche für Werbespots

und Filmproduktionen. Wie sind Sie dazu gekommen?

Claudia Mai: Das war nicht geplant, ich bin, wie man so schön sagt, reingerutscht. Vor vier Jahren half ich einem Bekannten aus. Das lief so gut, dass bald weitere Anfragen kamen. Da ich ausgebildete Schauspielerin bin und schon viele Jahre im

Beruf arbeite, ist mir klar, was die Regie möchte. Als zweifaches Mami weiss ich ausserdem, wie die Kids und natürlich auch ihre Eltern ticken.

Wie läuft der Auswahlprozess ab?

Die Produktionsfirma meldet sich mit grundlegenden Infos. Ein Beispiel: Werbespot für eine Versicherung, gesucht werden zwei Kleinkinder. Ich gehe in Ruhe meine Kartei durch und mache zirka 50 Vorschläge. Ein Teil der Familien wird später zum eigentlichen Casting eingeladen. Ich frage in Eigenregie oft noch zwei, drei andere Eltern an. Manchmal sind gerade die Überraschkandidaten besonders überzeugend.

Wie geht es weiter?

Beim Casting machen wir von den Kindern Probeaufnahmen. Meist dürfen sie auch kleinere Szenen spielen. Später wird das Material gesichtet. Wenn sich die Produktionsfirma, die Regie und der Kunde entschieden haben, melde ich mich bei der entsprechenden Familie mit allen Details. In der Regel kommt eine Zusammenarbeit zustande.

Wie kommen die Kinder und Jugendlichen in Ihre Kartei? Sprechen Sie Eltern gezielt an?

Das würde ich gerne, mache das aber so gut wie nie, weil mir dazu der Mut fehlt, oder weil ich mit meiner eigenen Familie unterwegs bin. Zum Glück melden sich die Leute meist bei mir, was ich sehr schätze. Es sind Bekannte meiner Bekannten oder Menschen, die mir über die sozialen Netzwerke folgen, und die auf meine dort veröffentlichten Auf-

«Sommersprossen sind super, Zahnlücken stören nicht.»

rufe reagieren. Mein ganzer Freundeskreis steckt irgendwie auch in der Kartei. Mittlerweile habe ich über 1000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene gelistet.

Verraten Sie uns, welchen Typ Kind die Produktionsfirmen gerade besonders gerne buchen?

Die Kleinen müssen weder extrem hübsch noch aussergewöhnlich herzlich sein – obwohl

das natürlich nicht schadet. Wichtiger ist die Ausstrahlung. Sommersprossen sind super, Zahnlücken stören nicht. Bei den Jungs kommen etwa längere Haare super an, raspelkurze Fussballerfrisuren hingegen nicht. Mädchen dürfen übrigens gerne wilder sein. Michel aus Lönneberga und Pippi Langstrumpf statt Mini-Ronaldo und kleine Prinzessin, so könnte man es zusammenfassen.

Gucken Sie sich auch die Eltern an?

Immer. Ich «caste» Mami und Papi indirekt mit. Auch hier gilt: Je normaler und unaufgerechter diese sind, umso besser. Ich finde es sehr wichtig, dass die Kinder Spass bei der ganzen Sache haben. Es kommt zwar selten vor, aber manchmal erlebe ich, dass Familien nur zum Casting kommen, weil die Mutter das so will. Das sind denkbar schlechte Voraussetzungen.

Die Schauspielerin Claudia Mai

arbeitet als freischaffende Casterin. Sie lebt mit ihren beiden Kindern (9 und 11) und ihrem Mann im Zürcher Oberland. → www.claudiamai.ch

Hero KIDS
Das Gute teilen.

EIN GESUNDER SNACK!

Im Babyregal in 3 Sorten erhältlich

Hero KIDS bio
RÜEBLI GETREIDERIEGEL CAROTTES
OHNE ZUCKERZUSATZ

NEU z.B. bei COOP

herobaby.ch

lavera
NATURKOSMETIK

„Meine Creme de la Crème für natürlich schöne Hände.“

Ihre Yvonne Casella

Wirkt für mich. Wirkt auf andere.

Natürliche Pflege für die Hände mit wertvollen Bio-Inhaltsstoffen. Optimal abgestimmt auf die unterschiedlichen Bedürfnisse von trockener, anspruchsvoller und beanspruchter Haut. Wirkt intensiv für natürlich schöne, gepflegte Hände und ein zartes und geschmeidiges Hautgefühl.

100% zertifizierte Naturkosmetik

Dafür steht lavera Naturkosmetik – seit über 25 Jahren. Mit der 10-fach Qualitätsgarantie. Mehr unter lavera.de/natuerliche-pflege

lavera. wirkt natürlich schön.

[f](https://www.facebook.com/lavera) [i](https://www.instagram.com/lavera)
lavera.de