|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  | | --- | | http://www.dagsdato.no/historie/10_oktober/historie1025-tittel.jpg http://www.dagsdato.no/pixel.gif |  |  | | --- | | **http://www.dagsdato.no/pixel.gif JUBEL FOR NERDEFOTBALLEN  http://www.dagsdato.no/pixel.gif** | | |  | | --- | | http://www.dagsdato.no/historie/10_oktober/historie1025.gif | |  |   **Høsten 2005 gjorde fotballaget Tufte IL furore. Det ble satt sammen av nerder for en reality-TV-serie på TVNorge og endte med utsolgte kamper i Valhall i Oslo og Viking stadion i Stavanger. Det viste seg å bli den største suksessen TVNorge hadde hatt til da.** | | http://www.dagsdato.no/pixel.gif 24. oktober 2005 så halvparten av alle norske TV-seere på «Heia Tufte». Med over 800.000 seere satte TVNorge denne kvelden rekord for en enkelt episode av sine egenproduksjoner. Den ble bare slått av finalen i den samme kanalens første «Big Brother»-serie i 2001. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Klønete spillere** De klønete fotballspillerne med veteran-keeperen Erik Thorstvedt som trener ble høstens store TV-suksess. Vi fikk se dem trene og spille mot ulike lag, ispedd litt elvepadling, dansing og innspilling av musikkvideo, frisering og fotosesjon, hesteriding og bestiging av fjelltopp. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Begynte som reklame** Det begynte som en lottoreklame for Norsk Tipping i 2002. Det elendige fotballaget Tufte ble hjulpet av den danske keeper­veteranen Peter Schmeichel. TVNorge fikk bruke navnet og kjenningsmelodien fra reklamen. Det gjorde at Medietilsynet mente TVNorge hadde brutt forutsetningene for sponsing av TV-programmer og truet med bot. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Folk strømmet til** Tufte IL fikk et liv også utenfor TV-skjermen da laget spilte kamp mot jentelaget Rapid/Athene på Melløs stadion. Nesten 2.500 tilskuere hadde møtt opp for å heie fram TV-laget. Det var flere tilskuere enn Moss fotballklubb hadde på de fleste av sine kamper i toppen av 1. divisjon. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Kamp på auksjon** Deltakerne i Tufte IL fant ut at de ville auksjonere bort en kamp til høystbydende under årets TV-aksjon i NRK. Firmaet Øster Hus i Stavanger fikk tilslaget med et bud på 400.000 kroner. Dermed var det klart for fotballkamp på Viking Stadion i Stavanger. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Tapte for Vålerenga** 5. november møtte Tufte A-laget til serievinner Vålerenga til en kamp i Valhall i Oslo. De 5500 billettene ble utsolgt på tjue minutter. Interessen var så stor at Norges Fotballforbund fikk kampen flyttet fram flere timer, slik at den ikke kolliderte med cupfinalen for kvinner. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Billig straffespark** Resultatet av kampen ble ikke overraskende 14-1 i Vålerengas favør. Tuftes mål kom på et svært billig straffespark. Likevel ble det Tuftes kveld med stor jubel. Ifølge avisene var de grønne Tufte-skjerfene i klart flertall på tribunen. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Viking drepte kampen** Kampen mot Øster Hus gikk av stabelen 11. november. 15.300 møtte opp på Viking stadion. Tufte ledet første omgang – helt til Øster Hus sendte innpå flere innleide Viking-spillere. Da ble det pipekonsert på tribunen. Kampen endte 9-3 til det forsterkede bedriftslaget. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Kongelig oppmerksomhet** Tufte fikk så stor oppmerksomhet at selv kong Harald nevnte nerdene i sin tale da stortingsrepresentantene møttes til middag på Slottet. Kongen var bekymret over at så mange i vår tid «strever med livet». Han antydet at årsaken er alle kravene som stilles til oss. – Konkurranse er tidens melodi. Rankingfeberen griper om seg, sa han. http://www.dagsdato.no/pixel.gif **Gjenkjennelse viktig** Han fortsatte: – Midt oppe i dette er TV-serien om fotballaget Tufte en befriende motvekt. Der møter vi hyggelige, alminnelige personer som definitivt ikke er perfekte eller behersker alt. Kanskje er det gjenkjennelsen som er den viktigste grunnen til at Tufte har blitt en slik suksess. Vi er nemlig mange som ikke alltid lykkes med alt, og som kjenner oss igjen i deres problemer på fotballbanen. | | http://www.dagsdato.no/pixel.gif | |  |  | | --- | --- | | http://www.dagsdato.no/ramme/overskrift_venstre.gif | http://www.dagsdato.no/ramme/overskrift_topp.gif | | **Lønnsomt – for hvem?** |   http://www.dagsdato.no/pixel.gif Tufte-feberen ble fulgt opp med Tufte-DVD, Tufte-drakter (som Umbro ikke klarte å produsere nok av) og spill på mobilen.  Deltakerne selv fikk ingen inn­tekter fra salget. De fikk busskort fra TVNorge mens opptakene foregikk. Da suksessen var et faktum, fikk de i tillegg en bonus på kr 10.000 som det ble trukket skatt av. Tufte IL TVNorge og TV 2 mente de ikke trengte å lønne reality-deltakere. De ble alltid fortalt på forhånd at de måtte stille opp gratis.  Deltakerne i Tufte IL kunne gjøre det, fordi mange av dem var studenter eller arbeidssøkende. Noen få tapte penger, fordi de droppet jobben for å kunne delta.  Informasjonssjefen i TV 2 sa til VG: – Deltakere flest ønsker å være med for opplevelsens del, fordi det er nytt og spennende.  TV 2 hadde 4000 søkere til «Farmen» og 7000 til «Idol» i 2005 uten å måtte bruke penger som lokkemiddel. TV 2 brukte å gi deltakerne en utgiftskompen­sasjon på rundt 2500 kroner.  Også TVNorge erfarte at folk strømmet til frivillig. Tre uker før søknadsfristen for «Big Brother 2006» gikk ut, hadde de mottatt 2500 søknader.  Finansavisen anslo at med over 800.000 seere per episode kunne TVNorge tjene rundt 14 millioner kroner på «Tufte IL». Dermed ville serien være den mest lønn­somme egenproduksjonen i kanalens historie.  Ifølge avisens beregninger satt TVNorge igjen med en million kroner fra reklame og andre inntekter per episode etter at produksjonskostnadene på rundt 40.000 kroner var trukket fra. I tillegg kom lisensinntekter etter at over 12 land kjøpte konseptet.  Det var usikkert om deltakerne i Tufte IL i det hele tatt ville tjene noe vesentlig på opptredener, bokprosjekter og eventuelt andre oppdrag som de kunne skaffe seg etterpå.  Som for deltakerne i så mange tidligere reality-serier risikerte de å bli uinteressante og glemt så snart siste episode var vist. |