

Mammut Pure Ascent

Wunder passieren selten. Manchmal aber doch.

Für die derzeit laufende Werbekampagne des Schweizer Bergsportausrüsters Mammut stand Fotograf Robert Bösch unter enormem Druck. Schnelligkeit war das Thema, eine tief verschneite schiefe Ebene hoch über dem Julierpass die Location, ein Pfeil aus 200 Menschen das Motiv. Und das Wetter die grosse Unbekannte.

VON TONI KAISER (TEXT)



Rufer in der Weissen Wüste.
Fotograf Röbi Bösch empfängt die Teilnehmer des Mammut Testevents im dichten Nebel auf 2800 m ü. M.

Gegen 15 Uhr lacht Robert Bösch zum ersten Mal oben auf seiner Aluminiumleiter. Ein nervenaufreibender Tag neigt sich seinem Ende zu. Für ihn wie auch für die zehn Bergführer und gegen 200 Skitourenfahrerinnen und -fahrer, alle in knallrote Hosen gekleidet. Zu einem gigantischen Pfeil geformt, hat er die Gruppe soeben auf einem riesigen Schneefeld am Julierpass auf 2813 m ü. M. abgelichtet. Nun jubeln sie alle und applaudieren, und fast scheint es, als ob der während langen Stunden undurchdringliche Nebel im Hintergrund auch ein bisschen mitlächeln würde. An diesem 20. März sind sie nämlich Teil der erfolgreichen Werbekampagne des Bergsportausrüsters Mammut geworden. Eine Kampagne, die mit ihren fantastisch inszenierten Bildern schon Kultstatus erlangt hat.

Am Anfang steht eine Handskizze

Was kaum jemand für möglich hält: Diese Bilder sind tatsächlich real und nicht einfach ein Produkt aus der Computerkiste. Für die Ausarbeitung des Motivs haben die Verantwortlichen von Mammut, Gabriela Hodel und Jutta Roemmelt, den Bieler Werber Gabriel Peisker mit seiner Agentur erdmannpeisker beauftragt, für die Suche der Location und die Inszenierung ist der berühmte Schweizer Bergsportfotograf Robert Bösch zuständig. «Eine tolle Zusammenarbeit», hält der Fotograf fest. Doch gerade an diesem Sujet hatte der Mann mit dem guten Auge zu beißen wie noch nie.

«Schnelligkeit» in einem Bild umzusetzen, lautete der Mammut-Auftrag. Es galt, das Speed-Bergsteigen – auf Neudeutsch Pure Ascent – zu symbolisieren. Werber und Fotograf kamen auf ein Pfeilmotiv, inszeniert mit einer riesigen Gruppe von Skitourenfahrerinnen und -fahrern in der freien Natur und alle ausgerüstet mit Mammuts auffälliger roter Skitourenhose «Pulse Pants». Mit nichts als einer simplen Bleistiftskizze in der Hand bestand Böschs erste Aufgabe nun darin, die Umsetzung der Büroidee aus alpin-technischer Sicht, als Fotograf und als Bergsteiger zu beurteilen. War so etwas überhaupt möglich, mit so vielen beteiligten Menschen, und im Hochgebirge? Sicherheitsaspekte mussten abgeklärt und eine geeignete Location gefunden werden – keine einfache Aufgabe. Und die Zeit drängte, weil Mammut die Planung und Organisation des Anlasses frühzeitig in Angriff nehmen musste, denn

die rund 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer mussten ja noch rekrutiert und ausgerüstet und die Hotels für sie reserviert werden. Wo das alles zu geschehen hatte, lag also vorerst einmal in Böschs Händen.

Bei 200 involvierten Menschen im Hochgebirge muss die Planung perfekt sein

«Die Idee mit dem Julierpass kam mir schon früh, denn ich kenne das coupierte Gelände dort oben gut.» Das sagte sich Robert Bösch und war sich gleichzeitig bewusst, dass jetzt im Sommer eine Landschaft ganz anders



aussieht als im Winter. «Das heisst noch lange nicht, dass es dann auch passt!». Schon mit dem ersten Schnee im November war der Fotograf mit seinen Tourenskis im Gelände. Das Resultat waren fünf bis sechs mögliche Locations, die er schon kurze Zeit später mit ein paar Leuten per Heli aufsuchte. Er stellte sie in die Landschaft, fotografierte und ging mit diesen Bildern zur Agentur. Und da kam nun erstmals doch der Computer ins Spiel: Die Personen in den Bildern wurden digital vervielfacht, gewissermassen virtuell geklont, und in die Bilder hinein kopiert. Ein äusserst aufwändiges Verfahren. So entstanden mögliche Vorlagen für den finalen Schuss. Schliesslich einigte man sich auf drei Motive und ging damit zu Mammut.

Eins passte dem Auftraggeber nicht, das zweite gefiel zwar allen, aber der Zustieg mit 200 Leuten wurde als zu problematisch eingeschätzt. Also blieb nur noch eines, das jedoch Bösch selber nicht wirklich zufriedenstellen vermochte. Also stieg er – nun zusammen mit seiner Frau Corinna – nochmals in die Hänge am Julierpass und fand schliesslich in den Nordhängen des Piz Valletta seine definitive Location, auf 2813 m ü. M. Das Ergebnis mit der nun auch im Photoshop «geklonten» Corinna überzeugte die Agentur und auch die Zuständigen von Mammut. Fürs Feintuning fellte Röbi Bösch noch einmal mit zehn Leuten hinauf und legte Spuren

ins Gelände, bestimmte die bildwichtigen Details wie Pfeilwinkel, Aufnahmeposition und Bildausschnitt. Und entdeckte dabei, dass er selber fürs Foto eine überhöhte Position brauchen würde.

Dann kam das Weekend für das Shooting

Als Shooting-Tag war der 20. März vorgesehen, ein Samstag. Bis Donnerstag musste über die Durchführung entschieden sein, den um 200 Beteiligte auf ein Verschiebedatum umzupolen, brauchte es eine Zeitreserve. Meteotest sagte für den Samstag eine hohe

Bewölkung und eine Südtaulage voraus, mit Aufhellungen um die Mittagszeit, dann gegen Abend wieder schlechter. Eine heikle Wetterlage, die in den Bündner Alpen direkt am Alpenhauptkamm sowohl auf die eine wie auf die andere Seite kippen konnte. Bösch entschied sich, es zu probieren. Und schien Recht zu bekommen, denn der Freitag entpuppte sich als ein absolut fantastischer Tag. In der

strahlenden Engadiner Sonne und bei prächtigsten Hochtourenbedingungen legte er mit zehn Bergführern die Spuren in den Hang, die dem Menschenpfeil im Gelände Dynamik verleihen sollten, und steckte dessen Ränder ab. Alles war perfekt vorbereitet. Dann kam der Samstag, und es kamen die 200 «Models» auf die Julier-Passhöhe. Die waren extra für das Shooting aus der ganzen Welt angereist, aus Japan, Amerika, Österreich, Italien, Deutschland, Holland, der Schweiz. Einige waren eingeladen worden, andere hatten sich über die Internetplattform www.basecamp.mammut.ch angemeldet. Und das in so grosser Zahl, dass sie ausgelost werden mussten.

Und dann kam auch der Nebel

Der Samstagmorgen zeigt sich (noch) von seiner freundlichen Seite, die Sicht ist gut, die umliegenden Gipfel strahlen in der frühen Sonne. Die gegen 200 Skitürel auch, die sich an diesem Morgen alle zusammen auf der Julierpasshöhe einfanden. Sie geben ein gewaltiges Bild ab, wie sie da gruppenweise je mit einem Bergführer an der Spitze als Hunderte Meter lange Schlange den Berg hinauffellen. Die halten allerdings nicht bei allen perfekt, etliche kämpfen im steilen Gelände mit den Tücken der Technik und dem Material. Man sieht alles, vom «Pommfrittli» bis zum Hightechski, auch mit Schneeschuhen



Der Vorhang fällt. Röbi Bösch weist die Teilnehmer mit seinem Megafon...



Gruppenweise. ...durch die vorbereiteten Pfeilschneepisten ein.



Lautstark. Wer 200 Tourengänger innert nützlicher Frist an ihrem Platz haben will, braucht Durchsetzungsvermögen.



Gut gelaunt. Während die einen ein kaltes Joghurt geniessen...



Take it easy! ...halten sich andere mit einem Schläflchen in der kalten Schneehöhle «warm».



Zickzackkunst. Noch fellen die 200 Teilnehmer geordnet und bei besten Bedingungen von der Julier-Passstrasse in Richtung Shooting-Location hoch.



Windschutz. Schneehöhlen sind das beste Mittel, um Wind und Kälte zu trotzen. Auch dafür ist die Lawinschaufel ideal.



Red Devils. Die roten Pulse Pants mit der engen Passform hat Mammut extra für «schnelle» Skitouren konzipiert.

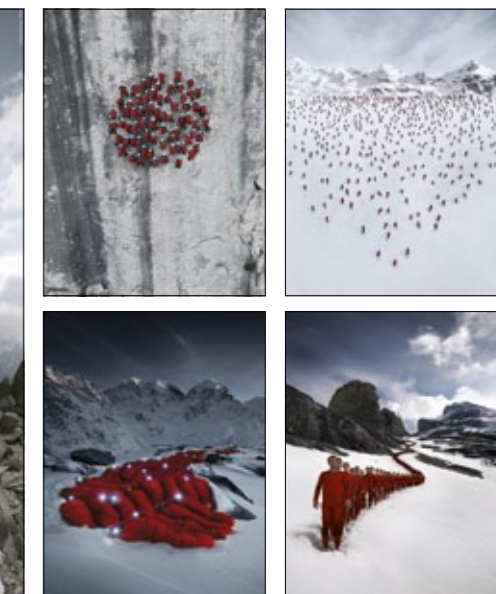
und Snowboard sind einige unterwegs. Etliche gehen schon früh auf dem Zahnfleisch, dennoch ist die Stimmung ausgelassen. Witze machen die Runde, viele tragen stolz das geschenkte Material zur Schau, finden es grossartig, als Laie mit von der Partie zu sein. Nicht wenige haben sich schon für frühere Shootings beworben und sind nun erstmals dabei, andere hatten mehr Glück und sind schon zum wiederholten Mal auf Mammut-Tour.

Zur selben Zeit fliegen Röbi Bösch und seine Helfer mit dem Material im Heli direkt hinauf ins Gelände. «Ein einmaliges Bild, wie sich die rotschwarze Schlange langsam die Hänge hoch windet», schwärmt der Fotograf. Und schießt jede Menge toller Bilder. Oben angekommen, installiert er die Aluleiter, die ihm den perfekten Überblick verschaffen soll, und macht zur Sicherheit schon mal ein paar Bilder mit den am Vortag gelegten Spuren und dem Piz Julier im Hintergrund, auf den der menschliche Pfeil zeigen soll. Zum Glück! Denn Minuten später legt sich innert weniger Minuten dichter Nebel über Land und Leute. Der Heli kann gerade noch starten, doch weiter unten wird es für die hochsteigenden Gruppen und ihre Führer ungemütlich. Im Hochgebirge im dichten Nebel mit so vielen Leuten eine bestimmte Stelle zu finden, ohne jemanden zu verlieren, ist nämlich gar nicht so einfach. Auch für Bergführer nicht. Irgendwann treffen dann doch alle oben in der tief verschneiten Landschaft auf 2800 m ü. M. ein. Das lange Warten beginnt.

Um dem Schnee und der Kälte zu trotzen, graben viele mit ihren Lawinschaufeln Schneelöcher in das wellige Gelände und verschwinden darin. Andere spielen Schneeballschlacht, Südtirol gegen Bündnerland und Bayern gegen den Rest der Welt. Und einer spielt das Spiel mit, den man eigentlich nicht dabei haben möchte: der Nebel. Dennoch bleibt die Stimmung gut, es wird geschäkert und gelacht, Kaffee und Wein machen die Runde, eine Gruppe Japaner verdrückt genüsslich Joghurts, und einige versuchen es dick eingepackt sogar mit einem Nickerchen. Drei Stunden lang. Bis die Bergführer doch langsam nervös werden, denn sie müssen die 200 Leute wieder heil hinunter auf die Julier-Passstrasse bringen, bevor die Nacht hereinbricht. Kein leichtes Unterfangen, denn nicht alle sind Top-Skifahrer. Die Zeit wird langsam knapp, und gegen halb drei Uhr fällt der Entscheid: Hinunter! Für Röbi Bösch und seine Crew ist der Super-Gau eingetreten – «ein Riesenfrust!», denn wir haben wirklich alles richtig gemacht.» Per Megafon gibt er enttäuscht den Abbruch der Übung bekannt. Die Löcher werden zugeschaufelt, die Felle von den Ski gezogen, die Rucksäcke gepackt.



Mammut Highlights. Diese Bilder der Mammut-Werbekampagne gingen um die Welt. 2012 feiert der Schweizer Bergsportausrüster sein 150-Jahr-Jubiläum.



Geduld zahlt sich aus. Frieren auch.

Dann plötzlich, während sich alles abfahrtsbereit macht, lichter sich der Nebel doch noch etwas. «Foto, Foto, Foto...» skandieren die Teilnehmer lautstark. Röbi und die Bergführer besprechen sich kurz und entscheiden sofort: «Wir machen die Aufnahme!» Mit Engelsgeduld dirigiert er die Teilnehmer von seiner Leiter herunter per Megafon gruppenweise durch die gelegten Spuren in die Pfeilspitze. Umfallen verboten, denn die Spuren müssen dabei intakt bleiben, weil sie ein wichtiger Teil des Sujets sind. Er heisst da noch jemanden vorzurücken, weist dort noch eine Tourengängerin in eine Lücke. Innerhalb von weniger als einer Dreiviertelstunde steht der rotschwarze Pfeil aus 200 Leibern. «Nun das linke Bein und den rechten Arm nach vorn und den Kopf nach oben», ordnet Bösch schliesslich an, denn im Bild soll es aussehen, als ob die Teilnehmer am Laufen sind.

Als alles passt, ist es gegen 15 Uhr. Der gewaltige logistische Aufwand hat sich doch noch gelohnt. Bösch drückt ab und ab und ab, wohl gegen hundert Mal. «Nur fünf von den 100 Bildern waren wirklich brauchbar», verrät der Fotograf später, «weil feine Nebelschwaden die Menschen ganz vorne in der Pfeilspitze immer wieder in ein fahles Schummerlicht getaucht haben». Unbrauchbar fürs Endprodukt. Eines der fünf Bilder kann er schliesslich mit einem am Vormittag aus der genau gleichen Position geschossenen Foto übereinander kopieren. Der Computer kommt also doch noch zum Einsatz, denn beim Nachmittagsbild fehlt der Piz Julier im Hintergrund natürlich. Drei Stunden liegen zwischen diesen beiden Bildern und die ganze Bandbreite von Gefühlen, von Zuversicht über Hoffen, Bangen und Enttäuschung bis zu Freude. «Es war ein Riesenerlebnis» und «Wouw, was für ein Supertag» hört man abends aus allen Munden. Geduld zahlt sich eben doch aus.

Mammut Testevents: Hautnah dabei

Die legendäre Mammut-Bildkampagne läuft seit drei Jahren, weltweit. «Für mich etwas vom Anspruchsvollsten, was ich fotografisch je gemacht habe. Diesen Auftrag hätte ich nicht zu Beginn meiner Fotokarriere erhalten wollen», hält der mit allen Wassern gewaschene Bergsportfotograf Röbi Bösch fest. Und der Mann hat doch schon so einiges mitgemacht. Tatsächlich hat das Bild der laufenden Winterkampagne von Mammut alle Grenzen gesprengt – sowohl was die Vorbereitung wie auch Anzahl der Beteiligten «Models» angeht.



Für diese Testevents werden jeweils Teilnehmerinnen und Teilnehmer gesucht. Nebst dem Spass mit gleichgesinnten Outdoor-Enthusiasten, die zusammen eine unvergessliche Zeit mit interessanten Workshops und gemütlichem Beisammensein verbringen, wird an jedem dieser Events auch das neueste Keyvisual für die nächste Kampagne geschossen. Dabei geht es immer um ein spezielles Produkt in einer aussergewöhnlichen alpinen Situation. Aus diesem Fotomaterial entstehen dann der saisonale Flyer sowie die jeweils für Aufsehen sorgenden Anzeigen.

Infos und Anmeldungen für die Mammut Testevents unter www.mammut.ch («Absolute Alpine», dann «Events» anklicken).