

OUTDOORBLOG

Werbung in den Bergen? Nein, danke

Von Tim Marklowski, 11. September 2017



Gezielt verfahren: Land Rover im grünen Skigebiet. Foto: Hans Peter Jost

Berge in der Werbung sind längst alltäglich. Umgekehrt sieht die Sache anders aus. Berge als Werbefläche, eine Dystopie? Leider nein. Ein Überblick.

Der Getränkeautomat am Wanderweg

Die Wandernden im Weisstental staunten nicht schlecht über den jüngsten PR-Gag der Firma Swisscom. Am 13. und 20. August dieses Jahres installierte der Netzbetreiber einen Getränkeautomaten am Wanderweg entlang des Gufelbachs. Per Smartphone konnten Wanderer mit Netzeempfang ein Gratisgetränk beziehen. Netz hatten jedoch nur Swisscom-Kunden.



Selfie-time? Foto: Swisscom



Kreuz an der Jungfrau. Foto: Alessandro Della Bella (Keystone)

Die Jungfrau im hässlichen Kleid

2012 wurde die Nordwand der Jungfrau anlässlich des hundertjährigen Jubiläums der Jungfraubahnen vom Lichtkünstler Gerry Hofstetter bestrahlt. Zunächst zu sehen waren das Schweizer Kreuz, ein Porträt von Bahnbegründer Adolf Guyer-Zeller und das Logo der Jungfraubahn AG. Der Spass war spätestens vorbei mit der Projektion der Logos von Pharma-Multi Bayer und Uhrenhersteller Tissot.

Neben der Spur

Im August 2016 veranstaltete der britische Autohersteller Land Rover ein lärmiges PR-Spektakel am Schilthorn im Berner Oberland. Der Werbe-Clip, in dem ein Rallye-Pilot im Range Rover die Hänge der berühmten Infernoabfahrt hinunterbrettert, war in der Folge auf der Internetpräsenz des Autoherstellers und auf Youtube zu bestaunen.



Es geht bergab. Foto: Land Rover



Fliegen statt Wandern? Foto: Flickr

Bänke am Oeschinensee

Ebenfalls im Sommer 2016 hatte die Fluggesellschaft Edelweiss die Idee, Holzbänke im Flugzeugsitz-Design in die Bergwelt zu pflanzen. Daneben steht jeweils ein Wegweiser mit Distanzangaben zu verschiedenen Urlaubszielen: «Santorini, 2:30 Flugstunden». Bei der Einweihung des Werbebänkli am Oeschinensee verteilten Stewardessen Süßigkeiten.

Es stellt sich die Frage: Wo liegt die Schmerzgrenze? Wie weit darf die Kommerzialisierung am Berg gehen? Haben wir ein Recht auf werbefreie Zonen? Im digitalen Zeitalter der täglichen Informationsflut ist Werbung ohnehin allgegenwärtig, ja sogar auf unsere individuellen «Bedürfnisse» abgestimmt.

Man kann kaum eine Bergtour online recherchieren, ohne danach penetrant mit Bergschuhwerbung geködert zu werden. Nun bleibt es jedem selbst überlassen, seine Gadgets auszuschalten und die virtuelle Welt zugunsten der physischen zu verlassen. Aber auch dort gibt es allen Orten Werbung.

Wo liegt die Grenze?

Also Flucht in die Berge, wenn es für einmal wirklich PR-frei zugehen soll. Oft findet man, was man sucht. Jedoch nehmen scheinbar die alpinistischen Ansprüche zu, die es braucht, um zum erfolgreichen Werbungsflüchtling zu werden. Der Oeschinensee ist beispielsweise schon zu leicht zugänglich und zu gut erschlossen. So gemächlich ist Werbefreiheit nicht zu haben!

Muss man also einen Bergführer engagieren, quasi den «Schlepper» des Werbungsflüchtlings? Wie viel wollen wir angeblich innovativen PR-Gags zugestehen, gerade wenn es sich um dauerhafte Installationen handelt? Wo liegt die Grenze, hinter der Werbebanner nichts verloren haben?

Was wollen Wanderer?

Man mag sagen, der Oeschinensee ist ohnehin ein Touristenmagnet mit Gasthaus und allem Pipapo, bequem zugänglich für jedermann, da schadet ein Edelweiss-Air-Bänkli auch nicht mehr.

Aber was ist es denn, was die Menschen zum See am Fuss von Bire, Doldenhorn und Blümlisalp zieht? Was suchen diese Besucher, was sie andernorts nicht finden? Werbung von Fluggesellschaften oder Autoherstellern? Sollte es nicht werbefreie Räume geben? Und wenn ja, wo sollten diese sein, wenn schon nicht in den Bergen?

Ist dieser Artikel lesenswert?

Ja

85%

Nein

15%



Tim Marklowski, geb. 1987 in München, Studium Sportwissenschaft, Geografie und Nachhaltige Entwicklung in München und Bern, Projektleiter Bergsport mountain wilderness Schweiz, Allround-Alpinist, Gelegenheitsjournalist.

Publiziert am 11.09.2017

Kategorie: Alpin

Stichworte: Berge, PR, Werbung