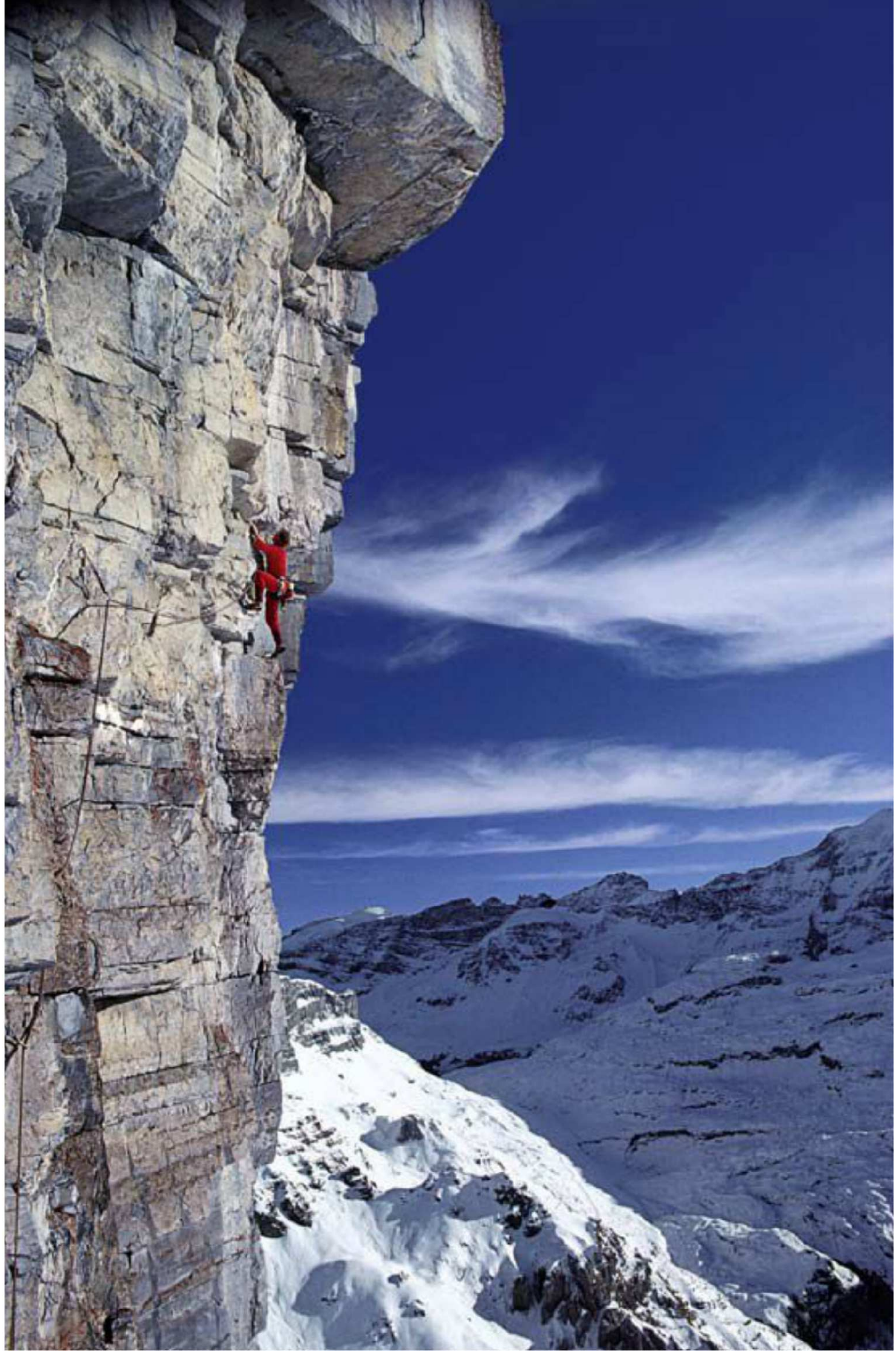


«Vieles ist mir fast zu perfekt»

Bergsportfotografie im Wandel der Zeit



Anfänge der neuen Bergsportfotografie: In den 1980er-Jahren kletterte Robert Bösch mit Freunden die Route Chäs Lad am Klausenpass nur für dieses preisgekrönte Foto. So viel Aufwand war neu.





Robert Bösch, Fotograf und Bergsteiger.

Alpinisten vollbringen ihre Leistungen von der Öffentlichkeit unbemerkt – solange kein Fotograf dabei ist. Der Fotograf und Alpinist Robert Bösch über die Wechselwirkung von Athleten, Fotografen, Sponsoren und Konsumenten in der Bergsportfotografie.

Text: Alexandra Rozkosny, Fotos: Robert Bösch

Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Veränderungen in der Bergsportfotografie?

Etwa ab 1930 kamen die ersten kleinen Sucherkameras auf den Markt. Erst von da an war man nahe beim alpinen Geschehen, Bilder von Erstbegehungen der Eiger-Nordwand, dem Mount Everest wurden möglich. Diese Bilder lebten in erster Linie aber nicht von der Gestaltung, sondern vom dokumentarischen Wert. Zu jeder Zeit waren gute Fotografen im Gebirge unterwegs. Dass man sich aber bewusst bemühte, auch auf schwierigen Touren zu gutem Bildmaterial zu kommen, entwickelte sich im grossen Stile erst viel später: Ende der 1970er-, Anfang der 1980er-Jahre setzte eine fundamental neue Entwicklung ein, die nicht von der Technik, sondern vom aufkommenden Sportklettern ausgelöst wurde.

Warum mit dem Sportklettern?

Sportklettern war vor allem Sport, dazu meist ungefährlich aber optisch spektakulär. Es gab einen Boom von Spitzenleistungen, meist an Felsen, die gut erreichbar waren. Die Kletterer konnten sich nach dem Fotografen richten, Fotos wurden gezielt gestaltet. Gleichzeitig individualisierte sich der Sport allgemein, weg von den klassischen Turn- und Fussballvereinen. Es kamen neue Sportarten auf wie Mountainbiken und Gleitschirmfliegen. Bessere Reisemöglichkeiten eröffneten sich, der Mittelstand hatte viel Freizeit. «Freiheit und Abenteuer» war nicht nur der Slogan einer Zigarettenmarke, sondern einer ganzen Epoche, natürlich für die meisten wohl eher Wunsch als Realität. Entsprechend stieg das Interesse der Medien und damit auch der Sportartikelhersteller. Diese Industrie wiederum brauchte Imageträger und Bilder von ihnen. Zunehmend entwickelte sich das Sponsoring.

Gab es einen Meilenstein für Sie?

Für mich persönlich vielleicht zwei: Mein Buch «Bergsteigen – Verlockung des Ungewissen», und als ich begann, das Niveau der Sportkletterfotografie in die grossen Wände zu übertragen. 1996 begleitete ich als Fotograf eine Seilschaft durch die Heckmairroute in der Eiger-Nordwand, für eine «Eins-zu-eins-Reportage». Meines Wissens hatte das bis dahin so noch niemand gemacht.

Wie erlebten Sie diese Zeit?

Das war eine irrsinnig spannende Zeit für Fotografen. Man begann, viel aufwendiger zu fotografieren, und entdeckte dadurch dauernd fotografisches Neuland. Damals waren wir im deutschsprachigen Raum nur eine Handvoll Bergsportfotografen, die so arbeiteten. Man pushte sich gegenseitig. Bald

war es nicht mehr möglich, Bilder mit weniger bewusster Gestaltung zu verkaufen. Der Aufwand für Bergsportbilder wurde immer grösser – der Markt dafür zum Glück auch!

Das klingt ein wenig nach Goldrausch...

Nicht vom Finanziellen her, aber bezüglich der Möglichkeiten. Von den Sponsoren floss mehr Geld in die Szene, und es gab immer mehr sehr gute Sportler. Wir Fotografen konnten aus einem grösseren Pool an guten Leuten auswählen, um noch spektakulärere Bilder zu schiessen. Die Bergsportler bekamen mehr Anerkennung und mehr finanzielle Unterstützung. Das lockte noch mehr Sportler an, die fotografiert werden wollten. Ich wage zu behaupten: Es gibt heute Top-Freerider, die gehen gar nicht mehr aus dem Haus, wenn kein Kameramann oder Fotograf dabei ist. Die Outdoorfotografie ist heute auf einem extrem hohen Niveau. Es gibt dadurch auch eine Flut an perfekten Outdoorsportbildern, was leider auch zu einer gewissen Eintönigkeit führt. Vieles heute ist mir persönlich fast zu perfekt.

Welche Rolle spielen dabei die Spitzenathleten?

Fotografie, Sport und Markt bedingen sich gegenseitig, darum hat sich die Sportfotografie in den drei Jahrzehnten auch so verändert. Ein aktuelles Beispiel: Der junge Spitzenkletterer David Lama wollte die Kompressorroute am Cerro Torre in Patagonien frei klettern. Aber es ging nicht nur um das alpinistische Unterfangen, die Vermarktung wurde gleich mitgeplant. Das ambitionierte Projekt sollte sozusagen Meter um Meter filmisch und fotografisch begleitet werden. Das Filmteam richtete parallel zur Route eine Fixseilstrecke mit unzähligen Bohrhaken ein. Und damit war die ganze Begehung völlig entschärft. Denn: Das grösste Problem am Cerro Torre sind die häufigen und meist extremen Stürme, die einen Rückzug zum reinen Horrortrip machen. Da macht es einen Riesenunterschied, ob es eine Abseilstrecke gibt oder nicht. Hier machte die beabsichtigte Vermarktbarkeit die alpinistische Herausforderung kaputt. Die Geschichte ging dann anders aus als geplant: Es kam schlechtes Wetter auf, das Projekt wurde abgebrochen, und die Fixseile inklusive der Bohrhaken blieben am Berg. David Lama sah sich mit heftigster Kritik konfrontiert und versicherte, im nächsten Jahr alles vom Berg herunterzuholen.

Sie haben aber auch schon gestellte Bilder gemacht?

Natürlich. Das wird auch weiterhin so bleiben. Aber ich wage zu behaupten: Wo es um wirkliche alpinistische Leistungen geht, gibt es auch heute noch selten perfekte Bilder – und das müssen sie auch nicht sein. Anders sieht es bei bereits vollbrachten

1990 am dritten Tag im Aufstieg am Everest-Westgrat auf ca. 7200 m. In solchen Situationen sind gute Bilder eine Rarität. Da geht es nicht ums Fotografieren, da zählt nur der nächste Schritt.



1996 mit Richen Kobi und Oswald Oelz (und Seilpartner Ueli Bühler) in der Eiger-Nordwand. Kurz vor der Aufnahme geriet Robert Bösch in Steinschlag, gleichzeitig zog ein Gewitter auf. Das erklärt Kobis Gesichtsausdruck.



alpinistischen Leistungen aus: In diesen Fällen ist es meiner Meinung nach vertretbar, einen Teil zu fotografischen Zwecken nachzustellen, zum Beispiel bei Ueli Stecks Speedrekord an der Eiger-Nordwand. Oder Alexander Hubers Free Solo an der Grossen Zinne.

Wie viele Kilogramm Material schleppen Sie da jeweils in die Berge?

Das ist sehr unterschiedlich und hängt vom Auftrag ab. Bei Werbeaufnahmen habe ich circa 15 bis 20 Kilogramm Material dabei: Die ganze Objektivpalette, manchmal auch mehrere Kameras. Man muss wissen: Sehr oft fährt oder fliegt man ja hinauf. Beim Klettern und Bergsteigen ist das natürlich anders: Da müssen eine Kamera und ein, zwei Zoomobjektive genügen, das sind aber immer noch zwei bis vier Kilogramm. Bei schweren Felsrouten ziehe ich die Kamera oft hoch. Dann braucht es aber einen Partner, der mithilft. Der muss das Material ja jede zweite Seillänge auch hochziehen. Bei kombinierten Touren trage ich natürlich alles selber.

Welche Rolle spielt der Helikopter?

Er ist ein wichtiges Hilfsmittel, so wie das Auto oder eine Bergbahn. Denn man will zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem Ort sein, wegen des Lichts und der Verhältnisse. Der Heli steigert die Effizienz. Selbst für mein Buch *Schweiz alpin* habe ich den Heli eingesetzt, obwohl ich 90 Prozent der Touren selber geklettert bin. Aber am Ende wurde es knapp: Deshalb haben wir Zinalrothorn, Dent Blanche und Matterhorn an einem Tag fotografiert – mit dem Heli. Das braucht aber viel Know-how, die richtigen Bergsteiger und Geld.

Das klingt gemütlich: auf den Gipfel fliegen, hinstehen, wieder abfliegen...

Das Risiko ist genau deswegen grösser: Wenn man eine Tour macht und von unten kommt, ist man im Rhythmus und spürt die Verhältnisse. Mit dem Heli bin ich von null auf hundert mitten im exponiertesten Gelände. Da macht es «päng», und ich bin, oft ungesichert, mitten in einer eisigen und gefährlichen Nordwand, fünf Minuten nachdem wir noch auf der grünen Wiese standen.

Wie stehen Sie zu Manipulationen – mit der Kamera oder am Computer?

Es gibt keine «ehrliche» Fotografie, weder heute noch früher. Nur, heute ist die Bildmanipulation am Computer sehr einfach geworden. In der Werbefotografie gehört alles dazu: vom Arrangieren vor Ort bis zur Bildkreation am Computer. Bei den Bergsportbildern, bei denen es auch um den dokumentarischen Charakter geht, entstehen bei mir keine Bilder am Computer. Aber als Fotograf bin ich auch Regisseur und plane die Szene. Das ist meine Aufgabe. Das beginnt damit, dass ich mir überlege, mit welchen Leuten ich zu welcher Zeit an welchem Ort sein will. Vor Ort dirigiere ich die Leute. Auf Expedition oder auf einer grossen Bergtour bin ich aber einfach als Bergsteiger dabei und muss fotografisch nehmen, was kommt.

Könnte man sich vorstellen, dass Bergsteigende im Studio fotografiert und dann im Computer vor einen Hintergrund montiert werden?

Im Film wurde das ja schon gemacht, und in der Werbefotografie ist das teilweise ebenfalls aktuell. In der Bergsportfotografie denke ich nicht, dass es so weit kommt. Es sind die «kleinen»

Manipulationen am Computer, die viel Wirkung haben. So hat sich dank der Digitalfotografie die Anzahl Bilder mit aussergewöhnlichen Lichtstimmungen vervielfacht.

Solche Manipulation wäre ohne Digitalisierung nicht möglich. Wie hat das Ihre Arbeit verändert?

Die Digitalkamera hat vieles enorm erleichtert. Die Eiger-Nordwand zum Beispiel: Früher, mit dem 50-ASA-Film, war das ein Kampf um die Helligkeit und die Bewegungsschärfe. Heute ist das keine Sache mehr. Aufhellblitzen ist praktisch nicht mehr nötig, weil man die Lichtempfindlichkeit an der Kamera flexibel einstellen kann und die Bildqualität trotzdem hoch bleibt. Und dazu hat man immer gleich die Bildkontrolle am Display. Ich mache aber keine Bildbearbeitung am Computer, für mich soll das Bild im Moment des Auslösens entstehen – ich spreche jetzt nicht von Werbeaufträgen. Auch war ich früher ganz versessen darauf, aussergewöhnliche Lichtstimmungen zu erwischen. Heute interessiert mich das viel weniger.

Geht der Trend also weg vom Perfekten, vom Arrangierten?

Was das Bildmaterial von grossen alpinistischen Unternehmungen anbelangt, denke ich es und hoffe es. Das authentische Bild, das einen wirklichen Moment aus einer wilden Bergtour festhält, dann, wenn es hart auf hart ging, ist einfach viel stärker in seiner Wirkung als arrangierte und nachgestellte Fotos, wie wir sie so oft gemacht haben. Die Kameraentwicklung dürfte diese Tendenz unterstützen.

In Zukunft wird es das ganze Spektrum geben: arrangierte spektakuläre Sportaufnahmen, von Bergsportausrüstern gesponserte Expeditionen, die zwecks guter Vermarktung mittlere bis gute alpinistische Taten mit perfektem Bildmaterial kombinieren möchten. Und eben bergsteigerische Highlights, die nicht für die Vermarktung geplant wurden, sondern einzig wegen der alpinen Herausforderung stattfanden und bei denen das Bildmaterial zwangsläufig nicht so üppig, dafür authentisch ausfallen wird.

→ Ausstellung «Photographische Seiltänzereien»

Von der Gegenwart in die Vergangenheit: Wer sich auch für die Anfänge der Hochgebirgsfotografie interessiert, dem sei die Ausstellung im Alpinen Museum in Bern empfohlen. Sie zeigt die Arbeiten von Jules Beck, einem der ersten Schweizer Hochgebirgs- und Bergsportfotografen. Sie auch «Die Alpen» 10/2010 oder www.alpinesmuseum.ch.



Robert Bösch

Robert Bösch, ist seit über 20 Jahren als freischaffender Berufsfotograf tätig. Neben Aufträgen aus Industrie und Werbung arbeitet er für Magazine und Zeitschriften. Mit dem 1991 erschienenen Buch *Bergsteigen – Verlockung des Ungewissen* gewann er den Internationalen Bergbuchpreis. Seine Bilder wurden in verschiedenen Galerien, Museen und Ausstellungen gezeigt. 2009 wurde er für sein langjähriges Schaffen im Bereich alpine Fotografie mit dem «Eiger Special Award» ausgezeichnet. Als Bergsteiger und Kletterer kennt er viele extreme Kletter- und Bergtouren in den meisten Gebirgen der Welt. 2001 bestieg er unter anderem für einen Auftrag als Fotograf und Kameramann den Mount Everest. In den letzten Jahren dokumentierte er viele der Extremtouren von Ueli Steck.