

**Zeitschrift:** Bündner Jahrbuch : Zeitschrift für Kunst, Kultur und Geschichte Graubündens  
**Herausgeber:** [s.n.]  
**Band:** 40 (1998)  
  
**Artikel:** Werbung mit einem "Bergdrama"  
**Autor:** Peterli, Gabriel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-972134>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 30.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

überkommene oder ständig reproduzierte Unzulänglichkeiten der geltenden Codes.»

In aller Kürze hiesse demnach das Gegenparadigma zum Informationsparadigma unter Berufung auf Prigogine und die zugewandten Forschungen verschiedener Provenienz: *Selbstorganisation* in allen Bereichen und auf allen Ebenen.

Gerolf Fritsch

#### Anmerkungen

- 1) Joseph Weizenbaum, «Die Verletzbarkeit des Individuums ist gross», B. Pörksen im Gespräch mit J. Weizenbaum. In: UNIVERSITAS, Januar 1997, S. 25 ff.
- 2) Ilya Prigogine, Zeit und Werden, das Problem der Irreversibilität. In: Herbert Franz, Gerolf Fritsch, Hg., Bausteine für eine andere Zukunft, Wien 1988, S. 27. Zum Thema auch dies., An den Grenzen der Machbarkeit, Wien 1988.
- 3) David Bosshart, Im Kabelschlingel. In: BRÜCKENBAUER, 5/1997, S.29.
- 4) Wolfgang Preikschat, Die Zukunft des Wissens

und der Bibliotheken. In: Basler Magazin, 5/1997, S. 7.

- 5) Jochen Hörisch, Medienmetaphorik. In: UNIVERSITAS, Juni 1966, S. 531.
- 6) Thomas S. Kuhn, The Structure of Scientific Revolutions, Chicago 1962.
- 7) a. a. O., S. 530.
- 8) a. a. O., S. 29.
- 9) a. a. O., S. 25.
- 10) Baldur Kozdon, Erziehung ohne Beziehung? Hohengehren 1997.
- 11) Fritjof Capra, Lebensnetz, Bern 1996.
- 12) Gregory Bateson, Ökologie des Geistes, Frankfurt/M. 1981. Hierzu auch: Herbert Franz, Auf dem Weg zu einem ganzheitlichen Weltbild. Wien 1990.
- 13) Thomas A. Becker, «Überleben im «ökonomischen Weltkrieg» dank Humankapital. Wettbewerbsvorteile durch strategische Wissensentwicklung». NZZ, 26./27.4.1997, S. 17.

### Werbung mit einem «Bergdrama»

An einem Föhntag unterhalten sich A und B im Schatten eines Kastanienbaums über die Calanda-Hütte – nicht die wirkliche unterhalb des Calanda, sondern die metaphorische, die den Titel für ein «Bergdrama um Hass und Intrigen, Glück und Liebe» abgegeben hat. – Die Gesprächspartner sind sich ebenso einig darüber, dass Bier jetzt die beste Labsal ist, wie sie uneins sind über gewisse Methoden, die Lust auf Bier anzuregen.

A: Ich habe die Folgen der «Calanda-Hütte» nur mit Widerwillen gelesen. Ich frage mich selber, warum ich jeweils weitergelesen habe – nach den wochenlangen Pausen!

B: Was die PR-Leute freuen würde! Wenn selbst diejenigen, die mit Widerwillen lesen, nicht aufhören können! Was will ein Werbefachmann mehr?

A: Und wenn sich dabei der Widerwille nur verstärkt?

B: Man wäre ja frei, die weiteren Folgen nicht mehr zu lesen. Vermutlich war deine Abneigung doch nicht so gross. Abneigung und Zuneigung sind manchmal seltsam ineinander verwoben.

A: Kommst Du mir mit Freud? – Ich wüsste nicht, was mich an diesem Bergdrama angesprochen hätte. Ich empfand alles als schal und abgegriffen! Nimm zum Beispiel die Charaktere! Sie scheinen alle aus den Billigromanen, den Berg- und Heimatreihen zu stammen: der spekulierende, dumm-dreiste Gemeindepräsident; der treuherzige, aber missverstandene Hirtenjunge, der Polizist mit dem Intelligenzquotienten unter fünfzig, die verrufenen Figuren aus der internationalen Filmwelt: Alle diese Typen sind eindimensional gezeichnet, zur Schablone verdünnt. – Verglichen mit ihnen waren die Typen der Filmserie «Marguns» geradezu meisterhaft, nämlich halbwegs lebensnahe.

B: Wie willst Du in einer Serie, deren Veröffentli-

chung sich über eine lange Zeit erstreckt, eine gewisse Plakatierung vermeiden? Die Art der Veröffentlichung setzt hier Limiten, wobei zu sagen ist, dass die weitgespannte Kadenz des Erscheinens werbetechnisch durchaus Sinn macht!

A: Aber der Plakatierung sollten gewisse Grenzen gesetzt werden. Tut man das nicht, macht man sich der Verfestigung von Vorurteilen schuldig: Man leistet dem Schwarz-weiss-Denken Vorschub. An keiner Stelle wird der Leser des «Bergdramas» dazu angeregt, eine Handlungsweise zu hinterfragen. Nirgends ein «vielleicht», nirgends eine Vermutung; kurz und monokausal muss alles sein. Wer so stark verkürzt, verzerrt.

B: Anderswo, mag sein. Aber in diesem Falle nicht.

A: In Deinen Augen bin ich natürlich ein Moraltrompeter und auch ein Schulmeister. Was den Schulmeister betrifft: Nimm bitte zur Kenntnis, dass es mir nicht um sprachliche Schnitzer oder missglückte Bilder und ähnliches geht, obwohl da auch vieles zu beanstanden wäre. Es geht mir nicht um diese Details, sondern um die Grundhaltung: das Vorgaukeln einer zwar nicht heilen, aber aufs radikalste vereinfachten Welt. Diese Simplifizierung schaue ich als etwas Gefährliches an. Das hat doch durchaus eine politische Dimension. Ich muss dir ja nicht erklären, wohin es führen kann, wenn die Welt auf Schwarz-Weiss-Klischees reduziert wird.

B: Ich leugne nicht, dass die Psychologie ziemlich einfach ist. Auch die Dramaturgie ist eher banal, und jedermann merkt, dass die «Konflikte» meist auf Missverständnisse zurückzuführen sind. Aber man muss sich auch darüber Gedanken machen, dass es sich nicht um eine literarisch-künstlerische Textsorte handelt, sondern um Werbung. So ein Text wird rasch gelesen. Er soll vor allem etwas Atmosphärisches vermitteln, und er soll den Leser und die Leserin an bereits Bekanntes erinnern. – Aber man wird sich kaum in den Text vertiefen. Man wird sich auch nicht mit einer Figur identifizieren. Kein heutiger Leser bangt mit Jöhri, wenn dieser im Gefängnis sitzt; keiner sorgt sich echt um Ladina. Praktisch jeder verfolgt das Geschehen aus einer gewissen ironischen Distanz.

A: Du schätzt den Leser hoch ein! Offenbar bist Du der Meinung, dass auch die Billigromane, die man am Kiosk kauft, mit der gebotenen Distanz gelesen werden! Dabei gehören zu den Lesern der Trivialliteratur, wie schon öfter nachgewiesen worden ist, vor allem Leute, die der Welt, in der sie leben, entfliehen möchten.

B: Eskapismus nennt man das. – Ob das aber so schlimm ist? Lässt sich der gebildete Leser nicht auch gern in eine andere Welt locken?

A: Aber er ist sich dessen bewusst, wenn er ein gebildeter Leser ist.

B: Sicher gibt es Leute, die derartige Texte völlig naiv lesen und sich davon ein wenig anästhesieren lassen. Aber viele werden auch schmunzeln und gewisse verfremdende Signale nicht übersehen. Ich denke etwa an die Bebilderung des «Bergdramas», vor allem an die Titelblätter, wo der Kitsch so üppig wuchert, dass jedermann lacht. Oder an so würzige Dialektausdrücke wie «Herrgolan» oder «Gagga-laari» oder an die Stelle, wo der Gemeindepräsident Madlaina giftig zischend eine «Scheesa» nennt. Das bündnerische Lokalkolorit gibt zum Schmunzeln Anlass, auch wenn's tragisch zu und her geht.

A: «Tragisch» in Anführungszeichen!

B: Oder nimm die Dramaturgie! Wenn in einer Verführungsszene die Polizei genau in dem Moment an die Türe klopft, in dem ein gewisser sensibler Punkt erreicht ist – wie reagiert da der Leser oder die Leserin? Man lacht. Niemand beanstandet die Zufälligkeit! Man lacht, weil man weiss, dass der Verfasser die Polizisten genau in diesem Moment braucht. Er hat etwas Erotik ins Spiel gebracht, will aber gleichzeitig auf empfindliche Leser und Leserinnen Rücksicht nehmen.

A: Vor allem auf Bier trinkende Leser! – Das ist also das entscheidende Kriterium für diesen Schriftsteller: den Biertrinker nicht vergraulen! – Oder sind es vielleicht mehrere Verfasser bzw. Verfasserinnen? – Aber lass mich noch auf etwas anderes zurückkommen. Du hast vom lokalen Kolorit gesprochen. Nennst du es bündnerisches Lokalkolorit, wenn es heisst, dass alte Kupferstiche in «wuchtige»(!) Holzrahmen gefasst sind oder dass stolze Jagdtrophäen und liebevoll gebundene Stroharben «die Seele von Masonz» «repräsentieren». Wo ist da die ironische Distanz?

B: Überall! Auch in den gesellschaftskritischen Anspielungen! Und auch in der Charakterisierung der Figuren. Wenn du etwa an Coni Sommer denkst, den Filmstar aus Deutschland, oder an ihren eifersüchtigen Ehemann Claus-Jürgen!

A: Bei diesen beiden ist mir am allerwenigsten ums Lachen. Und zwar weil ich den Eindruck habe, dass sich hier tiefsitzende Ressentiments gegenüber den Deutschen manifestieren. Es fällt auch folgendes auf: Den lächerlichen oder «bösen» Einheimi-

schen sind jeweils edle Charaktere aus Graubünden gegenübergestellt, ziemlich sorgfältig ausgeglichen, damit die Bündner Leser und Leserinnen sich ja nicht beleidigt fühlen. Bei den beiden Deutschen aus der Filmbranche hört diese poetische Gerechtigkeit auf: Beide sind miese Typen, und alles an ihnen ist erbärmlich. Das grenzt an Rassismus.

B: Jetzt gehst du aber eindeutig zu weit. Conny hat ihren Platz im Drama als Gegenfigur zu Ladina, und ihr – oder besser: ihnen beiden – ist wiederum Madlaina Moser, die Jenische, als Widerpart gegenübergestellt. Das entspricht einem sorgfältigen Kalkül.

A: Wie vom Computer produziert.

B: Da hast du vielleicht gar nicht so unrecht. Die Anforderungen, die an einen solchen Text vernünftigerweise gestellt werden können, sind in einem Programm durchaus realisierbar.

A: Man hat ja auch schon behauptet, man könne auf elektronischem Weg Symphonien komponieren, zum Beispiel solche im Stile Mozarts.

B: Stimmt! Aber du glaubst natürlich nicht daran. Ja, es schüttelt dich geradezu, wenn du daran denkst, dass man sich so etwas vornimmt. Da möchte ich aber doch behaupten, dass mancher frühere Künstler sicher froh gewesen wäre, wenn er sich der elektronischen Datenverarbeitung hätte bedienen können.

A: Zum Beispiel?

B: Zum Beispiel Alexander Dumas und sein Sohn. Die beiden haben zeitweise bis 73 Skribenten angestellt gehabt! Und gewisse erfolgreiche Maler wie Rubens oder Tiepolo haben Dutzende von Mitarbeitern beschäftigt.

A: Dumas und der Bergroman; Rubens und die Calanda-Hütte: Das alles in einem Atemzug?

B: Du wirst dich in deiner elitären Kunstauffassung nicht beirren lassen. Aber du musst doch zugeben, dass erstens auch in der hohen und anerkannten Kultur manches anzutreffen ist, was ziemlich leichtfertig hingeschrieben oder -gepinselt worden ist, dass zweitens Texte und Bilder auch früher instrumentalisiert worden sind, vielleicht weniger von Bierbrauereien, aber von kirchlichen und weltlichen Machthabern, und dass drittens ...

A: Noch etwas?

B: Ja. Das Wichtigste: Drittens, dass ein wenig Kitsch in unserer todernsten Welt so etwas wie eine therapeutische Funktion hat. Vor allem Kitsch, der selber nicht todernst genommen werden will: der Gartenzwerg in einem kunstvoll angelegten Garten – vielleicht den Kindern zuliebe oder dem Kind im Manne zuliebe zugelassen – ; oder ein melodramatischer Schluss in einem Roman oder Film, der einen lange um das Los einer Person hat leiden lassen; oder ein Schlager, der einen etwas wehmütig stimmt: Sie alle können doch sehr entspannend wirken. -

A: Vielleicht.

B: Entspannend wie ein Bier an einem heißen Tag. – Prost!

A: Wart noch einen Moment! Lass mich ebenfalls ein Schlussvotum formulieren.

B: Bitte! – Erstens?

A: Erstens – und gleichzeitig zweitens und drittens: Es gibt Werbung von hoher künstlerischer Qualität! Niemand bestreitet, dass viele echt geistreiche und kreative Leute in der Werbung tätig sind. Ich plädiere dafür, dass sie vermehrt zum Zuge kommen! – Prost!

Gabriel Peterli