



Ein Bauernhof verwandelt sich in eine Filmkulisse: Christian, Daniela und Christian Wüthrich senior (v. l. n. r.) verfolgen die Dreharbeiten auf ihrem Hof auf der Oberen Lochsite bei Schangnau BE.

(Bild Christine Caron-Wickli)

Ein Tag Dreharbeit für 30 Sekunden Film

Medienkampagne / Mit TV-Werbespots setzen die Schweizer Bauern die Edelweisskampagne fort. Zu Besuch bei den Dreharbeiten.

SCHANGNAU ■ «Ruhe bitte! Sound ok. Video camera on. And go!» Und wenig später: «Cut!» – so tönte es diese Woche viele Dutzende Mal auf dem Ladwirtschaftsbetrieb von Daniela und Christian Wüthrich auf der Oberen Lochsite bei Schangnau BE. Letzten Dienstag ging es auf ihrem Hof wie in einem Bienenstock zu und her: Bei Wüthrichs fanden die Dreharbeiten eines TV-Werbespots für die neue Edelweiss-Medienkampagne der Schweizer Bauern statt. Dazu war ein 25-köpfiges Team im Einsatz. Von Mittwoch bis Freitag wechselte die Filmcrew um Regisseurin Bettina Oberli, bekannt wegen ihres Filmerfolgs «Die Herbstzeitlosen», für weitere Aufnahmen nach Trub BE. Aus dem Filmmaterial entstehen in den nächsten Wochen insgesamt vier TV-Werbespots; ab September sind die 30-Sekunden-Spots im Fernsehen während den Hauptsendezeiten zu sehen.

«Bauern – die Alleskönner» in TV-Spots und auf Plakaten

«Murmeli, Aline, Cassiopeia, Zita, Anemone, Yasmina...», nennt Bauer Peter im Edelweisshemd – alias Schauspieler Erich Hufschmid – jede seiner Ziegen beim Namen. Da kommt eine Nachbarin – alias Schauspielerin Franca Basoli – mit ihrem Fahrrad vorbei und ruft ihm zu: «Tschou, Peter!» Seine Antwort:

«Tschou... Salü...!» Der Bauer hat ganz einfach ihren Namen vergessen. So viel zum Inhalt des TV-Spots «Ziegenbauer: Wer Bauer ist, ist auch Namenforscher», der in Schangnau gedreht wurde.

Das Motto der neuen Medienkampagne lautet «Bauern – die Alleskönner». Hinter der neuen Kampagne steht die Werbeagentur Jung von Matt Limatt AG aus Zürich. Sie entwickelte die Fortsetzung der Edelweisskampagne im Auftrag des Schweizerischen Bauernverbands. Neben Ziegenbauer Peter werben noch andere Bauern und Bäuerinnen im Edelweisshemd in drei weiteren TV-Spots für die Leistungen der Schweizer Landwirtschaft in den Bereichen Ökologie-Biodiversität, Tierwohl, Landschaftspflege und Nahrungsmittelproduktion. Die Ausstrahlung der Spots erfolgt auf den SRG-Sendern des Schweizer Fernsehens sowie verschiedener regionaler und lokaler TV-Stationen.

Aus dem Filmmaterial von Schangnau und Trub entstehen neben den vier TV-Spots mehrere Kurzspots, so genannte Tag-on, die multifunktional und zu verschiedenen Themen und Anlässen wie der Direktvermarkterplattform «Vom Hof» oder der Stallvisite zum Einsatz kommen werden. Für die neue Kampagne sind zudem Werbeplakate und Inserate geplant. Die Kosten

belaufen sich auf insgesamt 1,3 Millionen Franken.

Die Leistungen der Bauern im Mittelpunkt

In der ersten Edelweisskampagne von 2006 bis 2011 stiegen Berühmtheiten wie Michael Schumacher, Michele Hunziker, Stefanie Glaser oder Köbi Kuhn ins Edelweisshemd. Diese «Promis» verliehen dem verstaubten Image des Edelweissstoffs eine trendig-moderne Note. In der neuen Edelweisskampagne stehen die Bauernfamilien als Botschafter im Mittelpunkt. «Die Bäuerinnen und Bauern machen auf die Leistungen der Landwirtschaft aufmerksam und werben so für mehr Verständnis zwischen Stadt und Land», erklärt Markus Rediger, Geschäftsführer des Landwirtschaftlichen Informationsdienstes (LID). Und warum gerade TV-Spots? – «TV-Spots sind im Moment ein gefragtes Medium. Es besteht ein regelrechter Run auf die wertvollsten TV-Minuten wie zwischen der Tagesschau und dem Wetter», weiss Rediger.

Während die Ziegen im Stall ungeduldig meckern und ihre Glöcklein bimmeln lassen und die Filmcrew auf dem Hofplatz dreht, herrscht auch in der Werkstatt Hochbetrieb. Neben Hammer, Amboss, Schraubenzieher und Ölpressen stehen ein Computer und Bildübertragungsgeräte

auf der Werkbank. Überall sind Kabel zu sehen. Auf mehreren Stühlen sitzen Vertreter der Werbeagentur, der Produktionsfirma und des Bauernverbands vor einem Fernseher und verfolgen auf dem Bildschirm, was draussen gefilmt wird.

Für TV-Spot den Betrieb auf Hochglanz geputzt

Die Kulisse vor dem majestätischen Hohgant-Massiv ist atemberaubend. Vor Wüthrichs Wohnhaus Blumenkisten, auf dem Hausplatz eine blühende Linde, daneben ein roter Transporter – «die Geranien weg bitte, und der Scheiterbock stört auch», ruft der Hilfsregisseur. Auf Wüthrichs Hof herrscht Ordnung und Sauberkeit. «Am Samstag zogen unsere Milchkühe auf die Alp. Den Sonntag verbrachten wir damit, den Hof auf Hochglanz zu bringen», erzählt Christian Wüthrich.

Wüthrichs betreiben auf der Oberen Lochsite auf 1130 Metern über Meer Milchwirtschaft mit Kühen und Geissen. Die Ziegenmilch wird in der Käseerei in Gohl zu Käse verarbeitet. Im Mittelpunkt der Filmcrew steht ihre Ziegenherde, die 17 Saanengeissen und 11 Jungtiere zählt. Wüthrichs Hof strahlt Tradition aus, kommt aber – dank den auf dem Betrieb vorhandenen modernen Einrichtungen – alles andere als altväterisch daher.

«Der Hof ist ein idealer Standort für die Dreharbeiten dieses TV-Spots», freut sich Markus Rediger.

Das lange Warten auf den grossen Auftritt

Regisseurin und Assistenzregisseur, Kameramann, Ton- und Lichttechniker, Focus Puller, Clapper Loader, Beleuchter, Maskenbildnerin, Stylistin, Fotograf, Vertreter der Werbeagentur und des Bauernverbands: alle sind voll auf Dreh. Eine Szene wird gestartet, es wird gefilmt, die Szene wieder gestoppt; sie wird kritisch betrachtet, diskutiert; Material wird von einem Ort zum anderen getragen. Die Zeit drängt. Immer mehr Wolken ziehen über den Hohgant Richtung Obere Lochsite. Ein kühler Wind kommt auf. Das Wetter zeigt sich alles andere als kooperativ und stellt die Beleuchtungsspezialisten und Tontechniker vor immer neue Herausforderungen.

Und während die einen voll konzentriert arbeiten, warten die anderen auf ihren Einsatz. So auch Wüthrichs Ziegen, die erst am Nachmittag den grossen Auftritt haben.

Bettina Oberli bekannt als einfühlsame Regisseurin

Konzentriert verfolgt Regisseurin Bettina Oberli die Filmaufnahmen live auf einem Bild-

schirm vor dem Stall. «Diese war sehr gut. Wir machen sie gleich noch einmal», ruft sie. Jede Szene wird x-mal wiederholt, bis alles genau so ist, wie sie es sich vorstellt. Schauspielerische Leistung, Ton, Geschwindigkeit, Lichteinfall, Hintergrund – alles muss stimmen.

«Mit unseren TV-Spots wollen wir uns von rein kommerziellen Spots abheben», erklärt Markus Rediger. Schliesslich gehe es in der neuen Edelweisskampagne darum, vorweg die gemeinwirtschaftliche Leistung der Bauern aufzuzeigen. «Das Ziel ist es, Werte zu vermitteln. Bettina Oberli ist eine sehr einfühlsame Regisseurin und weiss, wie man bei den Zuschauern Emotionen weckt», erklärt Rediger, warum die Wahl für die Realisierung der TV-Spots gerade auf diese Regisseurin gefallen ist.

Bettina Oberli ist übrigens nicht die Erste, der dieser Flecken Erde ob Schangnau so gut gefällt. Letztes Jahr fand das Fotoshooting für das offizielle Bild der Berner Delegation am Eidgenössischen Schwingfest nur wenig oberhalb Wüthrichs Hof statt. Dies ist sicher ein gutes Omen für die Werbekampagne der Schweizer Bauern. Schliesslich holte der Berner Schwingler Kilian Wenger mit einer souveränen Leistung den begehrten Königskranz in Frauenfeld TG.

Christine Caron-Wickli



Die Schauspielerin Franca Basoli (links) nimmt von der Regisseurin Bettina Oberli Anweisungen für ihre Rolle entgegen.

(Bild car)



Regisseurin Bettina Oberli verfolgt gespannt die Filmaufnahmen zum TV-Spot «Ziegenbauer» der neuen Edelweisskampagne.

(Bild car)



Schauspieler Erich Hufschmid lässt als Bauer Peter die Geissen aus dem Stall.

(Bild Markus Rediger, lid)