

COPYRIGHT

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt. Es darf ohne Genehmigung nicht verwertet werden. Insbesondere darf es nicht ganz oder teilweise oder in Auszügen abgeschrieben oder in sonstiger Weise vervielfältigt werden. Für Rundfunkzwecke darf das Manuskript nur mit Genehmigung von Deutschlandradio Kultur benutzt werden.

Deutschlandradio Kultur
Sendung: "Nachspiel"
Redaktion: Johannes Ostermann
Autor: Jürgen Kalwa

Das Trend-Brett
Warum sich Snowboarding immer wieder neu erfinden muss

Der Amerikaner Jake Burton hat vor mehr als einem Vierteljahrhundert den Wintersport revolutioniert. Seine Snowboards wurden zum Symbol einer Generation, die im frischen Tiefschnee und bestens präparierten Half-Pipes den coolen Lebensraum von Freiheit und Abenteuer austobt.

Die Vorzeigefiguren der Szene wurden zu wohlhabenden Werbeträgern. Fast ebenso wohlhabend wie der Pionier und Marktführer. Der jedoch wandelt in dem von ihm inszenierten Milliardenmarkt auf einem schmalen Grat: Zum Erfolg verdammt muss er jede Saison mit dem Design von Brettern, Bindungen, Schuhen und Jacken nicht nur bei der breiten Masse ankommen, sondern vor allem bei den geschmäckerischen Trendsettern dieser Popkultur. Aus dieser Not macht Burton seit Jahren eine Tugend. Er fährt im Winter fast jeden Tag Snowboard, testet Prototypen und lässt sich inspirieren.

SPRECHER

Es ist sonniger Morgen. An einer schneebedeckten Kante hoch oben in den Bergen steht einer der waghalsigsten amerikanischen Snowboarder. Er wartet auf das Zeichen des Regisseurs:

ATMO 1: "The Art of Flight Teaser"

Helikopter im Hintergrund, eine Stimme aus dem Walkie Talkie zählt rückwärts: "five, four, three, two, drop...". Dann Geräusch von Snowboard-Kanten, die sich in den Tiefschnee eingraben. Windgeräusche.

SPRECHER (über der Atmo):

Aus dem Hubschrauber wird man später die Fahrt in der Totale sehen. Aber das Urerlebnis soll John Jackson selbst einfangen. Mit einer auf seinem Helm befestigten kleinen Kamera. Ein wackliges Bild - gewiss, aber auch ein informatives. Denn die Abfahrt geht steil nach unten durch den tiefen Pulverschnee, den die scharfen Kanten des Bretts durchschneiden. Man hört, wie die Luft vorbeirauscht, und am Ende der Strecke die begeisterte Stimme des Fahrers.

Fortsetzung ATMO 1 (freistehend): "The Art of Flight Teaser"
Stimme von John Jackson: "That was a party. What a party."

Blende zur nächsten Atmo

ATMO 2:

Hintergrundgeräusche von der Party "The Art of Flight" in New York

SPRECHER (über Atmo):

Das Wort "Party" hat im Englischen unterschiedliche Bedeutungen. Zum Beispiel diese: Trubel auf dem roten Teppich bei einer Film Premiere.

Freistehend:

"A lot of bright lights, people, good vibes".

(Ende der Atmo)

SPRECHER (freistehend):

Die Stimmung war gut vor ein paar Monaten in einem Konzertsaal in New York. 3000 Besucher waren gekommen. Darunter zahlreiche Prominente wie der Sänger Justin Timberlake. Sie alle wollten die spektakulären Leistungen von Jackson und anderen Snowboardern mit dem Freestyle-Pionier Travis Rice an der Spitze als fertiges, abgepacktes, glorreiches Kunstwerk bestaunen: Einen mit Produktionskosten von schätzungsweise 2 Millionen Dollar gedrehten Kinofilm mit dem Titel "The Art of Flight" – Die Kunst des Fliegens. Der Streifen zeigt Snowboarder in weit abgelegenen Schneelandschaften von Alaska, British Columbia, Patagonien und den Rocky Mountains bei halsbrecherischen Abfahrten, die vielen Zuschauern den Atem stocken lassen.

Jackson, der gewöhnlich in den Freizeit-Klamotten seines Sponsors Burton unterwegs ist, war im weißen Smoking und im Rüschenhemd gekommen. Über seinen langen blonden Locken trug er einen weißen runden Bowler-Hut. Er erzählte einem Reporter des Fernsehsenders ESPN, wie das Ganze auf ihn wirkt.

ATMO 3: John Jackson (vor Hintergrundlärm):

"Man, it's just insane. It's crazy."

ATMO 4: Snowboardgeräusche

SPRECHER:

Sicher. Es war Irrsinn, es war verrückt. Aber das ist genau die Empfindung, die gute Snowboarder zum Motto ihres Tuns gemacht haben. Sie wollen Grenzen sprengen und irgendwie die Schwerkraft überlisten. Und – natürlich heil nach Hause zurückkehren, wo man in den Erinnerungen schwelgen kann. Doch die Gefahr ist groß. So starb einer der besten Snowboarder aller Zeiten, der erste, dessen Abfahrten auf den übergroßen Leinwänden der IMAX-Kinos gezeigt wurden, 2003 in den Bergen von Kanada. Craig Kelly wurde von einer Lawine begraben. Er wurde 37 Jahre alt.

Die Sucht nach der Konfrontation mit dem Riskanten und scheinbar Unbezwingbaren ist kein neues Phänomen. Doch nachdem vergangene Generationen bereits so gut wie jeden Quadratmeter der Erde abgeschrieben und vermessen haben, bleibt den ambitionierten Adrenalin-Junkies von heute auf ihren Entdeckungsreisen notgedrungen nur eine Dimension: Ihr Erfolg im Kampf gegen die Elemente lebt vom Sieg gegen sich selbst. Von der Willenskraft und dem Mut, die Angst zu überwinden. Man braucht dazu nicht viel. Nur ein verblüffend schlichtes Sportgerät. Ein simples Brett – das Snowboard – und hinreichend Schnee. "Snowboarden ist Leben", hatte Craig Kelly gesagt, den so viele bewundern. Nicht Spiel. Nicht Arbeit. Nein. Leben.

Man muss als Snowboarder auf der Suche nach dem Leistungsgipfel nicht einmal wahnsinnig hoch hinaus. Wer seine Grenzen kennenlernen will, der kann sich ebenso gut auf einer Half-Pipe versuchen. Jener breiten Schneeröhre, in der man an den Wänden Salti und Schrauben dreht. Oder er betrachtet einfach jedes verschneite Hausdach, jedes Gelände und jeden quer im Weg liegenden Baumstamm als einen persönlichen Hindernis-Parcours. Je kreativer desto besser.

O-TON 1 NICOLA THOST:

"Es ist dieses Freiheitsdenken. Vermitteln zu wollen, dass alles möglich ist, was man gerne leben oder sein möchte. Sich nicht aufoktroyieren zu lassen, was andere bereits vorgelebt haben. Es ist wie andere Rockmusik hören oder sich sonst irgendwie abgrenzen wollen als Jugendgruppe oder Bewegung."

SPRECHER:

Nicola Thost. 34 Jahre alt. Olympiasiegerin 1998 in Nagano in der Half-Pipe (AUSSPRACHE: haafpaip) und eine jener Vorreiterinnen und Werbeträgerinnen für eine Sportart, die seit ihren obskuren Anfängen Zuwachsraten erzielt wie keine andere. In nur wenigen Jahrzehnten stieg die Zahl der Teilnehmer auf sechs Millionen Menschen weltweit. Der Anteil der Mädchen und Frauen liegt bei rund 30 Prozent.

O-TON 2 NICOLA THOST:

“Dadurch, dass Snowboarden sehr international, länderübergreifend, Politik übergreifend stattfindet und mit der Natur zu tun hat, mit Bewegung zu tun hat, ist es nicht ein Mittel zum Zweck. Es ist nicht ein Mittel, um zu rebellieren. Es ist, was es ist.”

SPRECHER:

Es scheint nicht so leicht zu sein, das zu erklären, was an dem Ritt auf dem Brett so fasziniert. Als ob Sprache versagt, um die Anziehungskraft zu beschreiben. Legendär – das Interview eines der ganz Großen der Zunft: Terje Håkonsen in einem Film mit dem vieldeutigen Titel “Scream of Consciousness”. Der “Schrei des Bewusstseins” entstand 1991 und dokumentiert die wilden Anfangsjahre. “Keine Ahnung” lautete die Lieblingsantwort des Norwegers auf die Fragen nach dem Warum, Wieso, Weshalb.

05:27

O-TON 3

“SCREAM OF CONSCIOUSNESS” Film, 1991, Interview mit Terje Håkonsen (Genehmigung von Produzent Jacques Russo liegt vor)

INTERVIEWER:

“How much training do you do?”

TERJE HÅKONSEN:

“I don’t know.”

INTERVIEWER:

“What do you think of the attitude of snowboarders in general?”

TERJE HÅKONSEN:

“I don’t know.”

INTERVIEWER:

“Is there anything you know?”

TERJE HÅKONSEN:

No.”

INTERVIEWER:

“Did you go to school?”

TERJE HÅKONSEN:

“No.”

INTERVIEWER:

“What’s your goal?”

TERJE HÅKONSEN:

Get a car.”

INTERVIEWER:

“Get a car? That’s your goal? Alright.”

O-Ton endet mit Musik-Akkord aus der Atmo (in den Hall stellen und den über drei Sekunden lauter faden, bis er abbricht, Blende zur Raum-Atmo aus der Lobby von Burton Snowboards)

O-TON 4:
Gedämpfter Telefonklingelton

O-Ton BURTON TELEFONREZEPTIONISTIN:
"Burton Snowboards. This is Sandy."

SPRECHER (über den Ton im Hintergrund):
Es ist, was es ist, sagt Nicola Thost. Also ist es auch das: ein großes Geschäft. Mit fast einer Milliarde Dollar Umsatz weltweit.

O-Ton BURTON TELEFONREZEPTIONISTIN:
"Jeff Believer? Hold on."

Computertastatur. Auflegen des Hörers

SPRECHER:

Ein Tag Anfang dieses Winters in Vermont, in dem kleinen bergigen Bundesstaat im Nordosten der USA mit einer halben Million Einwohnern. Zweite Heimat jener Trapp-Familie, die es durch den Hollywood-Film "The Sound of Music" zu Ruhm gebracht hat. In der größten Stadt – in Burlington (AUSSPRACHEHINWEIS: BÖRLINGTEN) – residiert jene Firma, die für Snowboarder zum Inbegriff der noch jungen Geschichte der Sportart geworden ist. Das Unternehmen setzt seit der Gründungsphase bei der Vermarktung gezielt auf namhafte Fahrer und solche, die es werden können. Auch Nicola Thost hatte in ihren besten Jahren einen Vertrag mit Burton. Das Geschäft läuft gut. Die Firma ist Markt- und Imageführer. Sie und die mit ihr liierten Fahrer setzen Trends: Bei der Machart und der Farbgestaltung der Bretter. Beim Design von Schriften. Bei Schuhen, Jacken, Mützen, Bindungen. Also bei allem, womit sich ein Snowboarder identifiziert. Die Palette ist groß, wie man in Burlington sehen kann.

O-TON 5
MELODY PFEIFFER – Burton Pressefrau (nach Geräusch einer Ladenkasse)
(20 Sekunden)

"We are at Burton Headquarters where we have our biggest consolidated flagship store. A little over half of what's in the catalogue. If people really want to get their hands on and see the most amount of product, this is where they want to come to."

“Hier in der Firmenzentrale haben wir unseren größten Laden. Da verkaufen wir mehr als die Hälfte von dem, was wir im Katalog haben. Wer das sehen will, der sollte hierher kommen.”

SPRECHER:

Die riesige Auswahl kaschiert das Problem von Firmen, die Trendsetter sein müssen, um zu überleben. Jede Entscheidung für eine Farbe, für ein Muster und für eine Schrift ist eine gefährliche Gratwanderung. Wer weiß schon, was die Masse mag? Also bindet die Firma ganz bewusst das vielköpfige Team an Snowboardern, das man ohnehin bezahlt, in die technische und visuelle Gestaltung der Produkte ein. Sie sind mehr als bloße Fotomodelle. Sie liefern Geschmacks- und Stil-Input und Inspiration. So wie etwa Jack Mitrani. 22 Jahre alt .Seit vier Jahren dabei.

O-TON 6

JACK MITRANI:

“One day you are looking at the catalogue, as a kid. And then the next day I am looking at myself in the catalogue and looking at all the product that I was involved with. And designing. The smallest things like colors. Like colors for the new outerwear. I give them my favorite colors, and then the catalogue will come out. And it’ s like those colors like the earth tone colors that I was telling them and that I like so much. The whole line is like earth tone color. I was like: “Wow” Maybe my input does actually work. “

“Kaum hast du dir als Kind den Katalog angeschaut, siehst du dich schon selbst darin. Und du siehst die Produkte, mit deren Entwicklung du zu tun hattest. Zum Beispiel die Farbskala. Ich hatte ihnen gesagt, was meine Lieblingsfarben sind – Erdtöne. Und dann ist da plötzlich die ganze Linie in Erdtönen. Und du denkst: “Hallo, vielleicht habe ich Einfluss.”

SPRECHER:

Den größten Einfluss hat aber immer noch der Firmenchef: Ein Mensch, der mit sanfter, aber fester Hand die Richtung bestimmt. Jake Burton ist mehr als nur ein Pionier der Bewegung, der seit 1977 unter seinem Namen Bretter herstellt. Er ist schlichtweg ihr erfolgreichster Transmissionsriemen. Ein “Kulturguru”, wie ihn die Zeitung “USA Today” genannt hat. So wie für Craig Kelly, den er immer sehr bewundert hat, ist für ihn Snowboarden weder Spiel noch Arbeit. Es ist das Leben. Wenn man den 57jährigen treffen will, muss man sich deshalb auch in Geduld fassen. Wenn nachts frischer Schnee gefallen ist, schnappt sich Burton

morgens erstmal seinen Rucksack und ein Brett aus neuester Produktion und zieht mit seiner Golden Retriever-Hündin Maya los. Hinauf auf den Spruce Peak. Die Arbeit im Büro kann warten.

O-TON 7

JAKE BURTON:

“You know, I was just hiking up Spruce, which is part of Stowe, but it’s a part of the mountain that is not open yet. The snow was, whatever, almost close to a meter. It was very slow going. Today was well over an hour and a half. Just put the board down and ride down. Today I hit a couple of little rocks. But I just have one board that I use for that. Great way to start the day. ”

“Ich bin in Spruce in ein Gebiet hinaufgestiegen, das noch nicht öffentlich zugänglich ist. Der Schnee war fast einen Meter tief. Dann die Abfahrt. Da bin ich heute an ein paar größeren Steinen angeeckt. Aber dafür habe ich ein spezielles Brett. Großartig, wenn so der Tag anfängt.”

SPRECHER:

Mehr als anderthalb Stunden hatte er für die Strecke gebraucht, die er sonst in 50 Minuten absolviert. Er hatte dann da oben kurz die Aussicht genossen und war anschließend mit Volldampf über den Pulverschnee ins Tal geglitten. An hundert Tagen im Jahr macht er das.

O-TON 8

JAKE BURTON

“I feel, when I can longer have the energy or the desire or whatever to snowboard 100 days a year then I should not have this job. For sure. That’s not to say that whoever is in this role has to do it. But for me I know it. It’s such a good discipline. And I think, you know, I am older than the meat of our market. That would be dangerous if I was not as immersed in it as a lot of people. It’s not just the experience of riding up the chair lift and talking to people and seeing stuff. It’s also just in my soul. That I am driven. It’s a passion for me and that’s where my energy comes from.”

“Wenn ich nicht mehr die Energie oder den Wunsch habe, hundert Tage im Jahr Snowboard zu fahren, sollte ich nicht mehr diesen Job machen. Ich bin älter als der größte Teil unseres Marktes. Aber das wäre gefährlich, wenn ich nicht so darin aufgehen würde. Es geht nicht nur um das Erlebnis, den Skilift hochzufahren und mit Leuten zu reden und Sachen zu sehen. Es ist einfach in meiner Seele. Ich bin getrieben. Das ist meine Leidenschaft. Da kommt meine Energie her.”

SPRECHER:

Auf diesen Trips auf den Berg testet er Prototypen und er nutzt jede Gelegenheit, die Käufer seiner Produkte abzufragen, weil er wissen will, ob sie mit der Qualität und Funktionalität zufrieden sind und was sie ändern würden. Seine Messlatte ist gesunder Menschenverstand, sagt er. Aber noch wichtiger ist es, ständig ein hohes Tempo zu gehen und jede Saison den Markt mit Neuem zu füttern.

O-TON 9

JAKE BURTON:

“We try not make any product the same two years in a row. There is this mentality that everything's gotta be changed. Probably to a fault. Because we're pushed up. Sometimes, well, that didn't quite work out as well. Last year's product was maybe better. Which happens occasionally. But more often than not it is better. Way more often than not. And people respect us for that. You know we lead this industry and have been in this position for a long time and have no intention of giving that up. I am not necessarily trying to be the coolest guy on the block. But people understand that I am trying to create an environment where we can be that way as a company.”

“Bei uns gibt es das nach Möglichkeit nicht, dass Produkte zwei Jahre lang hergestellt werden. Unsere Mentalität lautet: Alles muss geändert werden. Und meistens ist das neue Produkt dann auch besser. Und das sorgt bei den Leuten für Respekt. Wir sind Marktführer und haben nicht vor, diese Position aufzugeben, Ich versuche ganz bestimmt nicht, der coolste Typ von allen hier zu sein. Aber die Leute wissen, dass ich versuche eine Atmosphäre zu schaffen, in der wir das als Firma sein können.”

SPRECHER:

Cool ist ein Modewort. Aber es ist auch ein Codewort, für das, was Burton eigentlich verkauft: nicht Produkte, sondern eine riesige Bandbreite von Accessoires für einen Lebensstil.

O-TON 10

JAKE BURTON:

“It's very emblematic of surf culture. The feeling of surfing on something is really cool. And the fact that you don't have stiff boots. It's about comfort and expression. Okay. It's got to be to judged for competitions. But that's almost a good thing, because it's freestyle in nature and expressiveness. It's not about a stop watch. And I have philosophy and the company does it: There is no uncool style of riding. You know, the soul of snowboarding is freestyle.”

“Das hat den Charakter der Surferkultur. Das Gefühl, auf etwas zu surfen ist wirklich cool. Okay. Im Wettbewerb wirst du von Punktrichtern bewertet. Aber das ist gut so, weil es ja um Stilempfindung geht und um persönlichen Ausdruck. Es gibt keine Stoppuhr. Meine Philosophie und die der Firma ist: Es gibt keinen uncoolen Fahrstil. Die Seele des Snowboardsports ist Freestyle.”

SPRECHER:

Eine Seele, die in Burtons Snowboard-Inszenierung schon mal auf eine harte Probe gestellt wird. Der vom Unternehmen finanzierte neue Film “Standing Sideways” – auf Deutsch: “Seitwärts stehen” – zeigt es ganz unverblümt. Turbulente Stürze, Blutige Nasen, Gespräche über ausgekugelte Schultergelenke sind hier so etwas wie die Ehrenabzeichen einer Jungmännerwelt voller lakonischer Typen, die bereit sind, immer bis dahin zu gehen, wo’s weh tut.

ATMO 4

(mit eingemischter Musik): “Standing Sideways Teaser
Freistehend bis 11 Sekunden

Walkie-Talkie-Stimmen: “The guy is pretty spoked? – Oh, yeah.” “He kind of yanked it around...”

Andere Stimmen: “Crazy.” “Oh, fuck”...

Dann Sprecher über der Atmo:

SPRECHER:

Under Pressure. Druck als Spaßfaktor.

ATMO (läuft ungeschnitten weiter mit eingemischter Musik): “Standing Sideways Teaser

Freistehend bis ca. 30 Sekunden

“I am surprised my shoulder did not come out of the socket....” Und so weiter bis Stimme: “I live to see another one, though”.

SPRECHER:

Aufstehen. Sich aufrappeln, den Schmerz überwinden.

Nach 38 Sekunden: Musik freistehend.

Musik: “Under Pressure” Queen und David Bowie

Ausblenden des Atmo/Musik-Elements bei 50. Sekunde

ATMO 5:
Skateboard-Bahn

SPRECHER (über Atmo Skateboard):

Das Werbekonzept – diese Mischung aus furiosen Farben und Mustern auf den Brettern und der Bekleidung, ausgefüllt von Figuren, denen man Nacheifern möchte – locker im Spruch, hart im Nehmen – musste man bei Burton nicht erfinden. Man muss es allerdings geschickt und wohl dosiert inszenieren, damit es authentisch wirkt. Dazu gehört seit einiger Zeit auch das Angebot von Betriebsbesichtigungen in dem Gebäude gleich neben der Skateboardrampe für Mitarbeiter. Tod Kohlman, der Chef des Archivs des Unternehmens und so etwas wie der Firmenhistoriker, empfängt die Besucher

ATMO 6:

TOD KOHLMAN (freistehend) bis Sekunde 11 im O-Ton Segment
“Nice. Well, it’s good to have you guys here. This building here is called the Craig Kelly prototype facility. Just to give you a short background on Craig Kelly....”

Atmo läuft in Hintergrund weiter

SPRECHER (über dem englischen Kohlman O-Ton):
Die kleine Fabrikation gleich neben dem Bürogebäude hat Jake Burton nach seinem tödlich verunglückten Freund benannt: Es ist das Craig Kelly Prototypen-Werk.

TOD KOHLMAN (freistehend) – ab Sekunde 26 im O-Ton-Segment
“Besides him being a legendary rider he was really good at giving feedback in product. He had an engineering background....”

SPRECHER (über heruntergeblendeten englischen Kohlman O-Ton):

Kelly war jemand, der so wie ein guter Formel-1-Fahrer mit seinen Mechanikern redet, den Burton-Entwicklern Hinweise gab, was man an den Brettern und Bindungen noch verbessern konnte. “Rider Feedback” nennt sich das in der Sprache der Snowboarder. Ein weiterer Baustein, um im Wettbewerb gegen die Konkurrenz zu bestehen.

Eine andere Form von Feedback beschreibt einer der Studenten. Ben Walters, den sein Interesse am Snowboardfahren dazu inspirierte, in Vermont zu studieren.

O-TON 11
STUDENT BEN WALTERS:

“I am at the University of Vermont and Mechanical Engineering is my major. What brought me to UVM and to Vermont I was kind of inspired early on. I want to start making my own boards. I love just seeing how the process is done and keep looking on snowboarding. I am a big rider.”

“Ich will bald meine eigenen Boards herstellen. Ich bin sehr neugierig auf das Herstellungsverfahren. Snowboarden ist für mich eine große Sache.”

ATMO 7: Fabrik innen, Geräusch entweichender Luft. Dann Schleifmaschine

SPRECHER:

In der kleinen Fabrikation gehen alle Besucher durch einen Maschinenpark, in dem die Bretter hergestellt werden. Wer mit den Arbeitern reden will – kein Problem. Man hat Geheimnisse. Aber man tut nicht so, als hätte man Angst vor Spionen. Der Grund? Den hat Jake Burton an einem anderen Tag bei einem Rundgang durch die Fabrik erklärt:

O-TON 12

Jake Burton:

“Steel edges, fiberglass, the plastic base, the sidewalls, wood core. All the materials behave differently, shrink or expand or this and that. It’s complicated.”

“Stahlkanten, Glasfaser, eine Kunststofftragschicht, die Seitenwände, der Holzkern. All diese Materialien verhalten sich unterschiedlich. Sie ziehen sich zusammen oder sie dehnen sich aus. Es ist kompliziert.”

ATMO 8

(beginnt unter dem O-Ton Jake Burton und beginnt mit einem Zischen):

ATMO Arbeiter (nach dem Geräusch einer sich öffnenden Maschine): “Now I am going to trim it up”. Arbeiter hantiert an Metall und pfeift eine Melodie. Scharfes Geräusch einer Schleifmaschine. Langsame Ablende in die Musik hinein.

MUSIK:

“REPLAY” – Komponist: Jürgen Kalwa (die Musik besteht aus mehreren Strophen, die durch etwas längere Pausen getrennt sind. Die Pausen sind bewusst gesetzt).

SPRECHER:

Nur ein paar Meter weiter befindet sich in einem Nebenraum ein kleines Museum. Der Archivar Tod Kohlman öffnet die schwere hölzerne Schiebetür.

ATMO 9

TOD KOHLMAN:

“So come on in inside here....

SPRECHER:

Der Raum ist nicht viel größer als ein normales amerikanisches Wohnzimmer. Aber er enthält etwas Kostbares. Vitrinen und ausziehbare Schränke, wie man sie aus Apotheken kennt. In ihnen lagern hinter Glas zahllose kleine Souvenirs aus Jake Burtons Geschäftsleben. Zeitungsausschnitte. Bekleidungsstücke. Bindungen. An einer Wand hängen vier Flachbildschirme, auf denen Szenen aus den frühen Filmen laufen, in denen entweder Jake Burton, seine Bretter oder die von ihm gesponserten Fahrer eine Rolle spielten. Zeugnisse einer Zeit, in der der Chef einfach alles selbst machte. Die Produktentwicklung, die Herstellung, den Vertrieb und die Vermarktung. Dreißig Jahre ist das erst her, aber es wirkt, als käme es aus einer anderen Welt.

Fortsetzung ATMO 9

TOD KOHLMAN:

“So in here we have, starting with 1977, and we go through 2007. We call it the 30 year barn. We plan to do more. But for right now we just through 2007.

SPRECHER:

Die Sammlung beginnt mit Material aus dem Jahr 1977 und zeichnet die Entwicklung bis 2007 nach.

Fortsetzung ATMO 9

TOD KOHLMAN:

“You have to imagine there is no snowboarding back then and they did not even know what to call it at first.”

SPRECHER:

Das kann man sich tatsächlich nur noch schwer vorstellen, dass es mal eine Zeit gab ohne Snowboards und ohne diesen Kult um tätowierte Wintersportler mit langen Haaren und ihrem Drang zum Individualistentum.

So wie man heute über ein Ereignis aus dem Jahr 1985 schmunzeln muss, das in den Snowboard-Annalen allerdings als besonderer Meilenstein gilt: Die Anfangssequenz des Films “James Bond 007 – Im Angesicht des Todes”. Sie spielt nördlich vom Polarkreis, wo der Agent seiner Königlichen Majestät vor zahllosen russischen Soldaten flüchten muss. Zusätzlich verfolgt von einem

Helikopter mit scharfer Munition an Bord. Am Anfang der Hatz hat 007 noch Skier unter den Füßen. Aber schon bald braucht er Ersatz.

ATMO 10:

(10 Sekunden freistehend)

Film "James Bond 007 – Im Angesicht des Todes" Maschinenpistolen Schüsse, Skier auf Schnee, Gebrüll, vorbei fliegender Helikopter eingebettet in

Hintergrundmusik:

Quelle:

John Barry: "A View To A Kill (Original Motion Picture Soundtrack)

Parlophone 264 24 0349 4

Deutschland 1985

SPRECHER:

Zunächst entert Bond, gespielt vom englischen Schauspieler Roger Moore, ein Snowmobil.

Fortsetzung ATMO 10:

Film "James Bond 007 – Im Angesicht des Todes"

SPRECHER:

Allerdings: die Maschine schießt man ihm vom Hubschrauber aus unter dem Gesäß weg.

Fortsetzung ATMO 10:

Film "James Bond 007 – Im Angesicht des Todes" Explosion (bei Sekunde 33 des Atmo-Teils)

SPRECHER:

Das Gefährt explodiert. Doch was passiert dann? Bond oder besser – der Stuntman – angelt sich einfach eines der beiden Skibretter des Snowmobils, springt mit beiden Beinen drauf und gleitet elegant zu Tal.

Fortsetzung ATMO 10:

Film "James Bond 007 – Im Angesicht des Todes"

Snowboardgeräusche gemischt mit der Musik vom Soundtrack: "California Girls".

(AUSSPRACHEHINWEIS: KÄLLIFOHRNIA GÖRLS)

MUSIK: "California Girls", Komponisten: Brian Wilson und Mike Love (Rondor Music) Version gesungen von Adrian Baker: ABP Records (Adrian Baker Productions, neu veröffentlicht 2010)

SPRECHER (Musik läuft im Hintergrund weiter):

Der Stuntman war nicht Jake Burton, sondern ein anderer Pionier der Sportart, verantwortlich für viele technische Verbesserungen an den Brettern und Bindungen und Erfinder der Halfpipe. Einer, der das alles genau weiß, ist Scott Starr. Ein selbsternannter Snowboard-Historiker im kalifornischen Santa Barbara.

O-TON 13

SCOTT STARR (lange Blende aus der Atmo zu einem freistehenden O-Ton)

“That was Tom Sims and to this day his email address is Tom Sims Double O Seven. What they did they wrecked a snowmobile which has to skis in the front to steer it. James Bond stood on one of these skis like he was surfing.

“Das war Tom Sims. Der hat bis heute eine Email-Adresse mit Tom Sims 007. Er war James Bond, der stand auf einem dieser Skier, als würde er surfen.”

SPRECHER:

Das mit der Musik muss man vielleicht erklären: Es war eine Anspielung des Regisseurs auf die Surfer-Musik der Beach Boys aus den sechziger Jahren.

O-TON 14

SCOTT STARR: über James-Bond-Musik “California Girls”:

“They were definitely connecting the surfing and the snow with a California surfing song. I don’t know why they did not play “Surfing USA”, but “California Girls” worked. Surfing in the snow is really what snowboarding is all about. In the early days it was all on powder. It wasn’t allowed in ski resorts yet.”

“Sie haben die Verbindung zwischen Wellenreiten und Schnee hergestellt. Sie hätten “Surfing USA” nehmen können. Aber “California Girls” hat funktioniert. Es war am Anfang wie Surfen. Man fuhr nur im Pulverschnee und durfte noch nicht in die Skigebiete.”

SPRECHER:

Erst ein Jahr vor dem Bond-Film hatten die Snowboarder zum ersten Mal eine Weltmeisterschaft in der Halfpipe auf die Beine gestellt.

O-TON 15

Scott Starr (freigestellt)

“We were happy to see our sport out there, cause at that point and time it was rarely seen anywhere. Of course, we laughed at it. But then we were glad in the end that it was actually in there. It’s kind of neat to actually see James Bond on a snowboard. It was still kind of an underground or as we said at that time

alternative sport. That kind of gave it validity. That it was real. That it was in a movie. That was a step in the right direction.”

“Wir waren froh. Denn zu der Zeit konnte man unsere Sportart so gut wie nirgendwo sehen. Natürlich haben wir uns amüsiert. Aber es war nett, James Bond auf einem Snowboard zu sehen. In einem solchen Film zu sein, gab einer Sportart, die mit dem Stempel “Underground” oder “Alternativ” versehen wurde, einen gewissen Stellenwert. Sie existierte. Das war ein Schritt in die richtige Richtung.”

MUSIK:

(15 Sekunden freistehend)

Duran Duran “A View to Kill” (1985), Autoren: Duran Duran and John Barry

Tonträger: A View To A Kill (Im Angesicht Des Todes) (7", Single)

EMI Electrola

1C 006 20 0630 7

Deutschland 1985

SPRECHER:

Die Richtung, aus der Snowboarden damals kam, und die Richtung, in die es sich entwickeln sollte, hat Scott Starr aus einer ganz besonderen Perspektive erlebt. Er kam als junger Fotografiestudent aus Louisiana nach Santa Barbara an die kalifornische Küste.

ATMO 11

Wellen-Sound Ozean (Quelle: Garageband Archiv)

(5 Sekunden, langsame Blende)

O-TON 16

Scott Starr (erst über Meeres-Atmo, dann freigestellt)

“I ran into Chuck Barfoot who was a snowboard manufacturer, and skateboard manufacturer. At one time he had worked for Tom Sims and his company. There weren't any magazines at the time. But I thought it was really interesting. He invited me they were going to Squaw Valley to do a TV show. A year later or so. The first Snowboard magazine came out. They needed some snowboard photos, Chucky got them in touch with me. So I had the center spread in the first Snowboard magazine in '85. It started to grow and I stayed in the sport. Because it was so much fun watching it advance every year and trying to get the latest and greatest photo and pad on my back from all my friends.”

“Ich bin zufällig Chuck Barfoot begegnet, der Snowboards produzierte und vorher für Tom Sims gearbeitet hatte. Es gab keine Zeitschriften, aber ich dachte, es wäre interessant, das alles zu dokumentieren. Und so bin ich mit

nach Squaw Valley gefahren, wo sie in einer Fernsehsendung auftraten. Ein Jahr später kam die erste Snowboard-Zeitschrift heraus. Und Barfoot brachte uns zusammen. Ich hatte als erster eine große Bildstrecke in dem Heft. 1985. Und so bin ich dabei geblieben. Es hat Spaß gemacht zu erleben, wie sich alles entwickelt und Fotos zu schießen. Genauso wie das Schulterklopfen meiner Freunde.”

SPRECHER:

Man war eine große Gemeinschaft von Außenseitern. Ums Geld verdienen ging es nicht. Anders als heute, wo die Sportler im Sommer auf die südliche Halbkugel fliegen, um dort an ihrer Form zu arbeiten. Wo die besten Fahrer auf der Lohnliste von Firmen stehen und Trainer beschäftigen. Die Industrie hat die Professionalisierung vorgebracht und treibt nun die Vorzeigefiguren zu immer mehr Höchstleistungen.

O-TON 17

SCOTT STARR:

“From '78 to about '84 it was just a handful of guys manufacturing snowboards. But they really did not know what to call them yet. Tom Sims was making what he called “skiboards”. Barfoot was making what he called “snoboards”. But he dropped the “w” in the word snow. Jake Burton on the East coast was making Burton boards. Before that there was Dimitri Milovich who invented the “winter stick”. Stick was also slang for a surfboard because it was made out of wood. “Grab your stick, let’s go surfing”. Chuck Barfoot was more of the soulful surfer, everything on a handshake. He was more of a craftsman. He really wanted to design the best thing by hand. When this whole snowboard industry started it was like the original surfing industry in the sixties as where people would put their name on the board. Burton Board. Sims Board. Barfoot Board. Sims would do everything it took to get his name out. Burton advanced more because he was able to get a hold of some money and invest a whole lot more than the other people by actually losing money each year. But it was an investment in building up his name.”

“Von '79 bis '84 waren da nur eine Handvoll Leute, die Snowboards herstellten. Tom Sims nannte seine “Skiboards”. Barfoot nannte sie “Snoboards” – ohne das “w” im Wort “Snow”. Jake Burton an der Ostküste produzierte Burton Boards. Davor gab es Dimitri Milovich und seinen “Winterstick”. “Stick” war Slang für Surfbrett, das ebenfalls aus Holz hergestellt wurde. Chuck Barfoot war die pure Surferseele. Alle Absprachen per Handschlag. Kein ausgeprägter Geschäftssinn. Ihm ging’s um das beste Design. Sims tat alles, um seinen Namen an die Öffentlichkeit zu bringen. Burton gewann an Boden in dem Markt, weil er an Geld herankam und viel mehr als die anderen investierte. Er machte einige Jahre

sogar Verluste. Aber die Investition in den Markennamen lohnte sich am Ende.”

MUSIK: “Heart Goes Fast and Boom” – Komponist: Jürgen Kalwa (etwa 25 Sekunden)

SPRECHER:

Zu Beginn der neunziger Jahre lebte die Snowboard-Industrie in einer komfortablen Nische. Alles wurde größer und spektakulärer, als das Internationale Olympische Komitee beschloss, die Sportart ins Programm der Winterspiele von Nagano 1998 aufzunehmen. Die Idee gefiel nicht jedem. Denn mancher Sportler fühlte sich nun auf einmal von der FIS, dem Internationalen Skiverband, vereinnahmt – eine Organisation mit alten bis uralten Funktionären, die persönlich mit den jungen Leuten nichts anfangen konnten. Zumal die mit ihren Sponsoren und Veranstaltungen bereits finanziell gut ausgestattet waren.

Die Pforzheimerin Nicola Thost gehörte damals zu jenen, die die olympische Idee gut fanden und wurde mit der Goldmedaille in der Halfpipe belohnt.

O-Ton 18
NICOLA THOST

“So musste man sich quasi als Sportler entscheiden – das ist wie wenn sich die Eltern trennen und man sagt: Soll man zur Mutter oder zum Vater ziehen. Da war die eine Gruppe, die gesagt haben: Okay, wir nehmen das auf uns und starten bei der FIS, um uns zu qualifizieren. Und natürlich gab’s auch gerade zu der Zeit als Ikone den Terje Håkonsen, der gesagt hat: Ich werde dort nicht starten. Das war ein großes Thema, und das war für mich dann mit dem Sieg auch keine leichte Situation. Ich war 21, hatte noch überhaupt keinerlei Medienerfahrung, weil Snowboarden eigentlich unter Ausschluss der Medienöffentlichkeit stattgefunden hat. Man stand ein bisschen da wie ein Verräter irgendwie.

SPRECHER:

Heute vereinnahmten die besten Snowboarder vorbehaltlos Olympia. So wie der Amerikaner Shaun White, eine ungewöhnliche Skateboard- und Snowboard-Begabung. Der ging im Winter vor den Spielen von Vancouver 2010 so weit, sich eine eigene Halfpipe mit einer Schaumstoffgrube in einem abgelegenen Skigebiet von Colorado bauen zu lassen. Er wollte völlig ungestört an seinen spektakulären Salti und Schrauben arbeiten. Er gewann dann auch die Goldmedaille. Die ganze Vorbereitungsaktion wurde opulent aufgezeichnet und von einem seiner Sponsoren vermarktet, einem österreichischen Getränkehersteller, der schon immer eine Schwäche für Extremsportler hatte.

Jake Burton gehört ebenfalls zu den Werbepartnern des 25jährigen, der im Jahr 8 Millionen Dollar verdient. Der für eine Kreditkartenfirma wirbt und der ein eigenes Videospiel lancieren konnte. White ist der neue Prototyp der Szene: ein Einzelgänger und Superstar, der sich in seiner Rolle als Medienheld aalt. So verriet er in einem PR-Video für eine dieser Firmen, was für ihn wichtig ist – in der Liga der Leute mitzuspielen, die noch berühmter sind als er.

O-TON 19
SHAUN WHITE

“They had Tiger Woods and de Niro and all these amazing people . I am happy to just be a part of this whole collection of huge names. For me it is rather about to bring my sport in to a new light.”

“Sie hatten Tiger Woods und Robert de Niro und all diese unglaublichen Leute. Ich bin froh, dass ich zu dieser Kollektion von bedeutenden Namen gehöre.”

O-Ton 20
JAKE BURTON

“We started working with Shaun when he was nine years old. It was clear that he was a talent. Then we brought him back to the US Open. And he rode down the pipe. And it was this little kid. It was almost like a sideshow. Look at that nine-year old rip. Who knows if we ever see him again to be brutally honest. He knew from the beginning where he was going to go. He knew he was going to win that event one day. I had no clue. You couldn’t see it in him. I still have yet to sort of understand how one person can be as capable as he his, as driven as he is, as competitive and expressive when he is riding.”

“Wir haben ihm Boards nach Kalifornien geschickt. Da war er mal gerade neun. Dann kam er zu den US Open. Ein kleiner Junge, der fast lächerlich wirkte. Wir wussten nicht, ob wir ihn jemals wiedersehen würden, um brutal ehrlich zu sein. Aber er wusste von Anfang an, was er wollte. Dass er die Veranstaltung eines Tages gewinnen würde. Ich habe das nicht in ihm gesehen. Ich verstehe bis heute nicht, wie ein Mensch in einer Person so begabt, so getrieben, so ehrgeizig ist und so ausdrucksvoll fährt.”

SPRECHER:

Er mag es nicht verstehen. Er braucht es auch nicht. Es ist, wie es ist. Und es bringt Millionen.

Ende MUSIK: “When You Push Me I Won’t Fall” (Komponist: Jürgen Kalwa) –
2:19 lang