

Zeitschrift: Berner Zeitschrift für Geschichte und Heimatkunde
Band: 70 (2008)
Heft: 3

Artikel: Von Morgan bis Bond : Schilthornbahn 1959-1969
Kapitel: Der Bond
Autor: Bernet, Daniel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-247360>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

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

3. Der Bond

«Ah, Mister Bond! We've been expecting you», sagt in manchem Bond-Film der Bösewicht beim Auftauchen des Geheimagenten. James Bond wurde zwar auf dem Schilthorn keineswegs erwartet, kam aber 1968 für die Schilthornbahn wie gerufen. Hinter der Kunstfigur «James Bond» stand die britische Filmgesellschaft *Eon Productions* der beiden Amerikaner Harry Saltzman und Albert R. Broccoli, die mit grossem Aufwand und ebenso grossem Erfolg Bond-Verfilmungen produzierten.¹³² In folgenreiche Berührung mit der Bond-Welt kam das Schilthorn, als die Filmproduzenten auf der Suche waren nach einem Drehort für den sechsten Bond-Film, «On Her Majesty's Secret Service» (deutsch: «Im Geheimdienst Ihrer Majestät»)¹³³ Die gleichnamige Romanvorlage von Ian Fleming aus dem Jahr 1963 ist Teil einer Trilogie mit dem Gegner Ernst Stavro Blofeld. Erster Roman war «Thunderball» (1961), dritter «You Only Live Twice» (1964). Letzterer wurde an zweiter Stelle, vor «On Her Majesty's Secret Service», verfilmt, weil sich im Sommer 1965 kein geeigneter Ort für das Versteck des Bösewichts hatte finden lassen.¹³⁴ Die Filmproduzenten benötigten unter anderem einen Ort im Gebirge, der nur durch eine Seilbahn erreichbar war. In Flemings Roman wird Bond ins Oberengadin geflogen, wo auf über dreitausend Metern ein Piz Gloria liegen soll, oberhalb von Pontresina, in der Nähe des Piz Languard (3262 m ü. M.). James Bond reist als vermeintlicher Ahnenforscher Hilary Bray zum abgelegenen Domizil des selbsternannten Grafen de Bleuchamp, der sich, wie vermutet, als Blofeld entpuppt.

Regisseur Peter Hunt und Produktionsdesigner Syd Cain hatten anfangs gehofft, Flemings Piz Gloria basiere auf einem real existierenden Schauplatz.¹³⁵ Im Auftrag der Bond-Produzenten reiste der Deutsche Hubert Fröhlich nach Corava, Cortina d'Ampezzo, in die Region von Innsbruck, ins Arlberggebiet, nach St. Moritz mit Diavolezza, Lagalp und Corvatsch und ins Gebiet um Chamonix, ohne eine passende, spektakuläre Bergstation zu finden. Schliesslich traf er am 2. März 1968 in Grindelwald ein, um sich die Jungfrau-Region anzusehen, und fuhr am nächsten Tag auf Empfehlung von Rudolf Egger nach Mürren. Der Concierge des Hotels Adler hatte ihm eine Ansichtskarte der Schilthorn-Gipfelstation gezeigt. «Sie war genau das, was ich gesucht hatte», schrieb Fröhlich später in seiner «Hintergrundgeschichte» zu den Dreharbeiten. «Die Station war ein imposanter Rundbau, dessen fast neues Aluminium sogar auf der Postkarte zu glitzern schien. Als *Herr Egger* mir dann noch sagte, dass sich dieses Gebäude oder ein Teil davon eines Tages drehen würde, wusste ich, dies ist mit grosser Sicherheit der Ort für unseren James-Bond-Film.»¹³⁶ Im Gespräch mit Schilthornbahndirektor Paul Eggenberg in Mürren bekam Fröhlich den Eindruck, «dass man von Seiten der Bahn einem eventuellen Dreh des Films



Abb. 8 Curling im Geheimdienst Ihrer Majestät. James Bond als Ahnenforscher auf dem Piz Gloria, umgeben von jungen Frauen aus Blofelds Versuchsklinik. *Pressefoto zu den Dreharbeiten.* – SHB-Fotoarchiv, Interlaken.

sehr positiv gegenüberstehen würde».¹³⁷ Eggenberg sagte später, er habe 1968 «alle Hebel in Bewegung gesetzt, damit der Film auf dem Schilthorn gedreht wird».¹³⁸ Auch Verwaltungsratspräsident Ernst Feuz, der laut Fröhlich gewöhnlich «etwas verschlossen und abwägend» gewesen sei, sicherte seine uneingeschränkte Unterstützung zu, denn er liess sich überzeugen, «dass der Film ein grosses Plus für sein Unternehmen bedeuten würde».¹³⁹ Einige Tage später trafen Regisseur Peter Hunt und zwei Filmarchitekten vor Ort ein. «It's perfect», habe das Verdikt von Hunt gelautet.¹⁴⁰ Trotzdem wollten Hunt und Filmarchitekt Bob Laing mit Fröhlich am nächsten Tag noch nach St. Moritz fahren. Doch auch ihnen gefielen dort, am Schauplatz des Romans, die in Frage kommenden Bahnen im Vergleich zum Schilthorn nicht.



Abb. 9 Actionszene aus «On Her Majesty's Secret Service». Das Gipfelgebäude im Kugel- und Granatenhagel. Pressefoto. – SHB-Fotoarchiv, Interlaken.

Die dramatischen Schlüsselszenen des Films mit explosivem Höhepunkt spielen sich im Gipfelgebäude und rund um den fiktiven Berg ab. Regisseur Peter Hunt versuchte, möglichst viele Szenen vor Ort zu drehen, statt in den Pinewood-Studios bei London, und benutzte das Lauterbrunnental, als wäre es eine überdimensionale Studiohalle. Weil der wintersportliche Massentourismusbetrieb am Schilthorn erst am Anlaufen war, konnte er gut so weit zurückgehalten werden, dass er die Dreharbeiten nicht behinderte. Der Gipfel war im Winter 1968/69 während Monaten fürs Publikum gesperrt und das Gelände glich einem «Hexenkessel», wie Paul Eggenberg später schrieb.¹⁴¹ Die Dreharbeiten rund ums Schilthorn dauerten vom 21. Oktober 1968 bis 17. Mai 1969. Während dieser Zeit war das Hotel Palace von J. Bartlett Morgan die Basis für die 120-köpfige Filmcrew in Mürren. Hu-



Abb. 10 Spuren von James Bond. Nach den Dreharbeiten wurden die Kabinen in oranger Farbe belassen und sie trugen weiterhin Blofelds Wappen. Ansichtskarte, Gyger, Adelboden, Nr. 2/35857. – Sammlung Daniel Bernet, Bern.

bert Fröhlich war als Bond-Produktionsleiter eine Grösse in Mürren, «er ist im Dorf herumgewirbelt, hat organisiert und das Unmögliche möglich gemacht», erinnerte sich Peter Feuz, heutiger Direktor der Schilthornbahn.¹⁴²

Neues Geld: Bauen für Bond

Luftseilbahn und Gipfelstation wurden herausgeputzt, fertig- und ausgebaut. Das fehlende Interieur des Drehrestaurants konnten die Filmproduzenten nach ihren Bedürfnissen gestalten, zum grossen Teil in dauerhafter Bauweise für den späteren Tourismusbetrieb. Die steingrauen Bauten auf dem felsigen Birg erhielten einen blauen Fassadenanstrich und die einst «aus ästhetischen Gründen»¹⁴³ in unauffälligen Farben gestrichenen Kabinen wurden – unter Protest aus Naturschutzkreisen – orange umgefärbt und mit

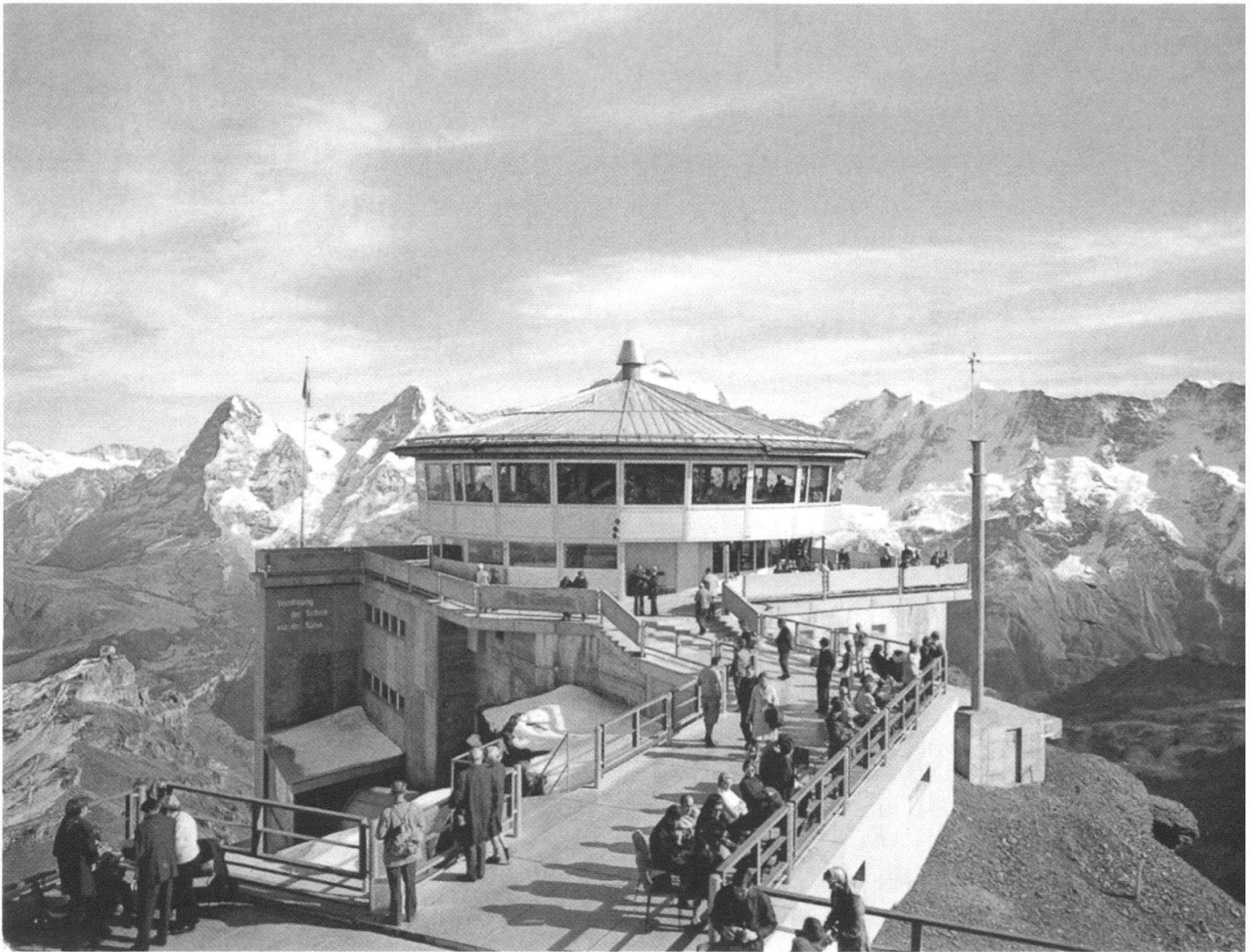


Abb. 11 Überbauter Gipfel. Der Helikopterlandeplatz aus dem Bond-Film wurde zur Aussichtsplattform für Touristen. Ansichtskarte, Foto R. Krebs, Druck Brügger AG, Meiringen, gelaufen 15.9.1977. – Sammlung Daniel Bernet, Bern.

dem Blofeld-Wappen versehen.¹⁴⁴ Der Farbwechsel war nur für die Zeit der Dreharbeiten vorgesehen gewesen; es blieb jedoch bei orange bis zum Ersatz der Kabinen im Jahr 1995.¹⁴⁵

Fläche und Volumen der Anlage auf dem Schilthorn vergrösserten sich erheblich: Die Bond-Produzenten liessen für rund 500 000 Franken einen Helikopterlandeplatz bauen, der nach Abschluss der Dreharbeiten als wertvolle Aussichtsplattform kostenlos in den Besitz der Schilthornbahn überging.¹⁴⁶ Das Grundstück war dazu am 14. Juni 1968 um rund 300 m² erweitert worden. In der positiven Beurteilung des Gesuches vom 21. Mai 1968 hatte der bernische Regierungsrat festgehalten, dass «diese Anlage zur Realisierung des Filmes ‹Im Dienst Ihrer Majestät› der Eon Productions, London, unbedingt notwendig» sei. Dem grossen Filmprojekt komme zweifellos «ungewöhnliche wirtschaftliche und propagandistische Bedeutung zu».¹⁴⁷



Abb. 12 Bond und die Girls – das Motiv wird heute noch als Ansichtskarte verkauft. Für den Film wurde das unvollendete Drehrestaurant 1968 mit einem luxuriösen Interieur ausgestattet. Pressefoto der Schilthornbahn AG, Mürren, im Angebot 2008.

Nicht erst heute wäre ein solcher Bau unmittelbar auf einem Berggipfel höchst umstritten, bereits damals wäre im Normalfall wohl nicht so leicht möglich gewesen, was dank dem finanzintensiven und werbewirksamen Bond-Film ganz leicht und schnell Wirklichkeit wurde. Die Abmachungen zwischen Schilthornbahn und *Eon Productions* basierten auf einem einfachen Vertrag: Das Bahnunternehmen stellte den Drehort zur Verfügung und die Filmproduzenten bezahlten den dauerhaften Ausbau des Gipfelgebäudes sowie alle Transport-, Betriebs- und Personalkosten der Schilthornbahn für die Dreharbeiten.¹⁴⁸ Im Vergleich zu den bereits gedrehten Bond-Filmen sprengten die Ausgaben für die Dreharbeiten in Mürren nicht einmal den üblichen Rahmen. Der filmgerechte An- und Ausbau auf dem Schilthorn kostete die Bond-Produzenten deutlich weniger als etwa allein die Schaffung

des Vulkankraters im vorangegangenen Film «You Only Live Twice».¹⁴⁹ Wie der Verwaltungsrat der Schilthornbahn nach Abschluss der Dreharbeiten zufrieden festhielt, «waren die vertraglichen Vereinbarungen derart, dass finanzielle Sonderbelastungen der Schilthornbahn nicht eintraten».¹⁵⁰

Im Verwaltungsrat der *Alouette-Holding* waren die Auffassungen über die Bedeutung des Bond-Films als Werbemittel zwar geteilt gewesen.¹⁵¹ Angesichts einer zu erwartenden «einzigartigen weltweiten Propaganda» wandten sich im Mai 1969 aber Ernst Feuz und Walter Amstutz mit zuversichtlichen Worten an die Aktionäre: «Nachdem das Drehrestaurant auf dem Schilthorngipfel nunmehr für den Gästeverkehr eröffnet werden konnte, darf im Zusammenwirken mit der sonstigen Propaganda mit einem raschen Ansteigen der Bahneinnahmen und der Erträge der Gastbetriebe gerechnet werden.»¹⁵²

Hochbetrieb: Film-Saison im Lauterbrunnental

Das lokale Gewerbe hatte – gegen entsprechende Bezahlung – den Filmproduzenten 1968 jegliche Sonderwünsche erfüllt. Die seit 31 Jahren stillgelegte Bobbahn vom Allmendhubel durchs Blumental wurde wieder hergerichtet.¹⁵³ In Mürren wurde sogar ein temporärer Kirchturm errichtet, «um das Dorfbild zu vervollständigen».¹⁵⁴ Der 14 Meter hohe Holzturm war im November im «Blick» zu sehen, allerdings später nicht im fertigen Film. Der «Blick» berichtete damals beinahe täglich aus Mürren: Seit Beginn der Dreharbeiten ««bondet» es dort», was sich bildlich mit einem Schultornister und Christian von Allmens Kutsche mit der Aufschrift «007» belegen liess. «Kein Schaufenster im ganzen Dorf, in dem nicht eine 007-Plakette oder ein Hinweis-Schild auf die Dreharbeiten hängt.»¹⁵⁵ Der Kurverein verzierte seine Post mit 007-Etiketten.

Mit Blick auf Mürrens Tourismusgeschichte erscheint das Entgegenkommen nicht als etwas Aussergewöhnliches, hatte sich das Dorf doch stets dem Lebensstil seiner Feriengäste angepasst. Das Filmteam bescherte dem Mürrener Gastgewerbe von Oktober bis Dezember 1968 eine dritte Saison. Zwischen dem Auftauchen von *Eon Productions* im März 1968 und den letzten Aufnahmen im Mai 1969 wurde in Mürren in kurzer Zeit enorm viel Geld umgesetzt. Nach dem bereits transportintensiven Bau der Schilthornbahn erlebte der Kurort während einigen Monaten einen Helikopterflugbetrieb in noch grösserem Ausmass, der zugleich den Auftakt zur dauerhaften Helikopterstationierung im Lauterbrunnental für Transport- und Rettungsflüge darstellte.¹⁵⁶

Der Bond-Film benötigte zahlreiche Statisten und war in der ganzen Region im Gespräch, denn gedreht wurde unter anderem auch im Lauterbrunner Talboden – ein Autorennen auf einer Eisbahn mit 1500 Zuschau-

rinnen und Zuschauern – und in Grindelwald. Die Dreharbeiten stiessen bei der Schweizer Presse auf reges Interesse. Zu einer Zeit, als Modernität unter anderem Automobilmobilisierung und Strassenbau bedeutete, boten die grosse Schilthornbahn und spektakuläre Aufnahmen für einen Bond-Film dem autofreien Mürren die Möglichkeit, «modern» zu sein.

Hauptrolle: Landschaft im Dienst des Films

Im Geschäftsbericht 1968 wurde befriedigt festgehalten, dass im Film «auch die imposanten Rund- und Fernsichten durch die Schilthornbahn, ihre interessanten Bahnanlagen und das attraktive Drehrestaurant der Gipfelstation zur Geltung» gelangten.¹⁵⁷ In «On Her Majesty's Secret Service» wird die Landschaft als dramatische Kulisse instrumentalisiert: Beim ersten Helikopteranflug auf Piz Gloria mit eingeschobenem Blick auf Gletscherspalten und Lawinenkegel erscheint das Schilthorn buchstäblich überhöht. Auch bei Skiabfahrten in tiefem Pulverschnee schenkte das Filmteam der Ästhetik der Bergwelt besondere Aufmerksamkeit. Die Bond-Produzenten zögerten aber nicht, die Natur bei Bedarf filmgerecht herzurichten. Mit mehreren Versuchen wurde eine fotogene Lawine losgesprengt.¹⁵⁸ Für manche Szenen musste Schnee aus dem Hochgebirge herbeigeschafft werden, damit die Schauplätze trotz des milden Winters 1968/69 den Vorstellungen des Regisseurs entsprachen.¹⁵⁹

Nach der Weltpremiere am 18. Dezember 1969 fiel die Filmkritik gemischt bis wohlwollend aus.¹⁶⁰ Der längste aller Bond-Filme vermochte nicht mit einer spannenden Geschichte und überraschenden Wendungen zu überzeugen, sondern mit spektakulär gefilmten Verfolgungsjagden. Hier schrieb der ehemalige deutsche Skirennfahrer Willy Bogner als waghalsiger Kameramann auf Speziälskis sogar Filmgeschichte. Die visuell attraktiven Actionszenen in der zweiten Filmhälfte fanden Anklang beim Kinopublikum und der Filmkritik. Die «Frankfurter Allgemeine Zeitung» strich die Stärken des Films klar hervor: «Es ist immer noch der grandiose Ausstattungsfilm, bei dem der Betrachter so recht mit ansehen kann, wie die Millionen Dollar in den Schlund der Produktionsmaschinerie hineingegossen werden. Aber – und dies ist neu – Regisseur Peter Hunt hat bei seinem Filmdebüt nicht mehr auf technisches Raffinement, auf Mikrosender im Absatz und automatische Fallgruben gesetzt, sondern auf harte Action, auf reisserische Spannung. Das bekommt dem Film. [...] Man kennt keine besser gedrehten und gespielten Schlagszenen als die in den ersten grossartig fotografierten fünf Minuten vor dem Vorspann, keine dramatischere Verfolgung auf Skiern oder den Kampf im Bobschlitten zwischen Blofeld und Bond. In diesen Szenen ist der Film auf der Höhe der filmischen Möglichkeiten.»¹⁶¹

Piz Gloria: Bleibender Bond-Mythos

Die aufwendig inszenierte Gebirgskulisse verlieh dem Film einen wichtigen zusätzlichen, wenn nicht – angesichts des schliesslich eher erfolglosen Hauptdarstellers George Lazenby – hauptsächlichen Wert. Der Film seinerseits verlieh der Bergwelt auch zusätzlichen Wert, indem sie um einen bleibenden Mythos bereichert wurde: den Mythos James Bond. Der skifahrende Bond im Film passte bestens zum propagierten Bild des Schilthorns als Skiberg. Die Ergänzung der gängigen Bergklischees mit dem Bond-Mythos verknüpfte das Schilthorn mit einer Leitfigur der Popkultur, die besser zum neuen Skitourismus zu passen scheint als Albrecht von Haller, Jean-Jacques Rousseau und der althergebrachte Alpenmythos aus Kunst und Literatur. Natur ist im Bond-Film Kulisse und sorgt für Spektakel, was zum touristischen Blick der modernen Skifahrer der 1960er Jahre passte, wo die stille Bewunderung der Berge von Spass und Nervenkitzel verdrängt wurde. Die Verzauberung durch James Bond machte zusammen mit dem monumentalisierten Gipfelpanorama das Schilthorn zu jenem «Magic Mountain», als der es später vermarktet wurde. Die Verbindung mit James Bond wird von der Schilthornbahn heute über die Reklame hinaus gepflegt, indem sie als Sponsor den James-Bond-Club Schweiz unterstützt. Nach Aussage von Peter Feuz besuchen noch heute zahlreiche Touristen dank dem Bond-Film das Schilthorn.¹⁶²

Die Bond-Filme, mit ihrem Helden im Smoking, blieben, trotz politischer, gesellschaftlicher und kultureller «1968er Revolution» und trotz oder wegen ihrer Formelhaftigkeit, auch in den folgenden Jahrzehnten Englands erfolgreichster Filmexport. Sie waren und sind massentauglich. Teil der Bond-Welt werden hiess für das Schilthorn automatisch ein internationales Massenpublikum erreichen. Zudem sind die Bond-Werke über die eigentlichen Filme hinaus ein riesiges multimediales Geflecht.¹⁶³ Bei der Flut von Bond-Filmen dürften sich die einzelnen Filme in der breiten Wahrnehmung vermischen. Das Etikett «James-Bond-Drehort» kann in der Schilthorn-Werbung ganz ohne Erläuterungen verwendet werden: Das Schlagwort reicht – und sehr viele Leute vermögen sich darunter etwas vorzustellen: einen Filmhelden, Action, Spektakel, Autos, High-Tech, Sex-Appeal. Selbst wenn nicht der berühmte Sean Connery die Hauptrolle im Piz-Gloria-Bond-Film spielte, erstrahlt das Schilthorn auch in Connerys Glanz, wenn es sich mit dem Attribut «James-Bond-Filmdrehort» schmückt. Mit jedem neuen Bond-Film in den Kinos wurde das Schlagwort über die Jahre immer wieder mit Werbewirkung aufgeladen. Die früheren Bond-Filme laufen auf allen Fernsehkanälen und werden auch im Kino immer wieder aufgenommen.

Durch manche Drehorte waren die Bond-Filme bis heute immer wieder mit der Schweiz verbunden und bereits 1962 hatte die Schweizerin Ursula



Abb. 13 Landschaft, längste Luftseilbahn und James Bond. Prospekte von 1969 für die «neuste touristische Attraktion der Schweiz». Neugierige wurden mit Autocars ab Zürich und Luzern ins Lauterbrunnental geführt. *Faltprospekt Schilthorn*, Januar 1969, und *Excursion 007*, März 1969, beide von Walter Amstutz, De Clivo Press, Zürich. – *Volkswirtschaft Berner Oberland, Interlaken*. Prospekte aus dem Nachlass der Kunstanstalt Brügger AG, Meiringen.

Andress als erstes «Bond-Girl» (in «Dr. No») weltweite Berühmtheit erlangt. An keinem Ort war die Präsenz der Filmproduzenten jedoch so stark wie in Mürren und die temporäre Verflechtung von Tourismuswirtschaft und Filmindustrie war hier geradezu einzigartig.

Für die Schilthornbahn als junge Aktiengesellschaft in finanzieller Schieflage kam der Entdeckung durch die Bond-Produzenten geradewegs schicksalhafte Bedeutung zu. Ohne die Gratis-Werbung durch den Bond-

Film ab 1969 hätte sich die Schilthornbahn eine weltweite Bekanntheit nur wesentlich langsamer und mit Geld, das anfangs nicht vorhanden war, erkaufen können. Mit den Bond-Dreharbeiten setzte das Marketing im grossen Stil ein und die Passagierzahlen stiegen rasch an. Beförderte die Luftseilbahn 1968 noch 656 161 Personen (Anzahl der Teilstreckenfahrten), waren es 1969 bereits 984 724 Personen, im folgenden Jahr 9,5 Prozent mehr und 1971 mit 1 430 622 Personen gar 32,7 Prozent mehr als im Vorjahr.¹⁶⁴ Durch die Investitionen der *Eon Productions* hatten die Anlagen auf dem Schilthorn Gipfel zudem eine willkommene Wertsteigerung erfahren.

4. Das touristische Produkt

Trotz Bond-Etikett lebte die Schilthornbahn seither aber ohne Zweifel immer vor allem von der Lage des Schilthorns, das sich als höchstgelegenes Skigebiet im Berner Oberland anpreisen lässt, das den Touristen einen Panoramablick mit Eiger, Mönch und Jungfrau bietet, der bei guter Fernsicht bis zum Montblanc oder ins Elsass reicht. Das Schilthorn als unspektakulärer Gipfel aus verwittertem Schiefergestein war und ist selber kein Sujet, das massenhaft Bergmaler beflügelt hätte oder als alpine Ikone auf Ansichtskarten taugen würde. Zeigt man das Schilthorn hoch aufragend von seiner imposantesten Seite, fehlt das Hochgebirge im Hintergrund; blickt man umgekehrt über das Schilthorn hinweg Richtung Eiger, erscheint der Gipfel bloss als Grat. Die Gipfelstation mit dem futuristischen Rundbau aus Aluminium – aus naturschützerischer Sicht die Verschandelung der Landschaft – machte den Berg bildlich fassbar und leicht wiedererkennbar. Mit der längsten Luftseilbahn, dem ersten Drehrestaurant auf einem Berg und einem damals spektakulären Film war der Grundstein gelegt für die Vermarktung des touristischen Produkts bis heute. Im Zentrum stand dabei fast immer das Panorama, dessen berühmtester Ausschnitt heute das Gütesiegel «UNESCO-Welterbe Jungfrau-Aletsch» trägt. Bereits 1971 spielte James Bond nur eine Nebenrolle in einer Imagekampagne der Werbeagentur Advico, welche die Eigenheiten des Schilthorns im Claim «Ein Ausflug in tausendundein Erlebnis» zu fassen versuchte.¹⁶⁵ Zweifellos erwies sich Bond über alle Jahre als nützliches Argument zur Unterscheidung der Destination von andern Aussichtspunkten und Skigebieten, genauso wie das Drehrestaurant, das allerdings durch ähnliche Bauten in anderen Tourismusregionen seiner Einzigartigkeit beraubt worden ist. Der Bond-Film kreist um die eindrückliche Bergwelt und das Drehrestaurant setzt die umliegenden Gipfel wörtlich in Szene. Während die Aussicht in Mürren und auf dem Schilthorn echt erlebt und fotografiert werden kann, bleibt Bond weitgehend Symbolkonsum, der vor Ort höchstens mit einem Souvenirkauf