



Sollen alpinistische Leistungen überhaupt verglichen werden? Im Bild ein Eiskletterer in Tirol.

GG / MAURITIS

Die endlose Jagd nach Trophäen

Preise sagen im Bergsport nicht alles über die Güte der Leistungen. Sie sind vorab PR-Instrumente, um alpine Diskurse zentral zu steuern. Eine kritische Betrachtung. VON WALTER AESCHIMANN

Im Frühjahr 1997 führte ich mit der französischen Höhenalpinistin Chantal Mauduit ein Interview, das etwa so begann: «Frau Mauduit, Sie sind derzeit die beste...» – «Nein!» – «Wie bitte?» – «Ich bin nicht die Beste!» – «Ich denke schon. Sie haben...» – «Alpinismus ist keine olympische Disziplin. Es geht um Emotionen.» – «Aber Sie sind die erste Frau, die...» – «Machen Sie mich nicht wütend!»

Mauduit war damals 33 Jahre alt und attraktiver Star im hochalpinen Spitzen-

sport. Sie hatte sechs Achttausender bestiegen, als erste Frau den Lhotse solo. Die Fachwelt sah in ihr die erste Frau, die alle 14 Achttausender schaffen würde, der Uhrensponsor führte sie als Premium-Produkt, die Medien umarmten sie liebevoll, nicht nur, weil sie überladene Rucksäcke im Tiefschnee schleppte, sie schrieb Gedichte, musizierte klassisch und war irgendwie verbandelt mit Ed Viesturs, dem George Clooney unter den Höhenalpinisten. Am 13. Mai 1998 starb Chantal Mauduit

mit Sherpa Ang Tshering am Dhaulagiri aus nicht geklärten Gründen im Zelt des Basislagers II.

Was Mauduit damals authentisch reklamierte, zählt heute zum PR-Repertoire der Outdoorbranche. Spitzenleistungen werden beharrlich kleingeredet, Rekorde anzustreben, sei nicht die eigentliche Motivation. Preise sowieso egal. Emotionale Dichte hingegen, religiöse Demut im Angesicht der allmächtigen Natur wird modifiziert, bis es nervt. Obwohl Ruhm und Preise anscheinend wenig gelten und subjektiv gefühlte Sensationen gar nicht messbar sind, werden jahraus, jahrein Preise vergeben für die Spitzenkletterer – und kaum einer vermahnt die Belobigung.

Die Besten aus der Masse heben

Der anschwellende Trophäenwahn ist nicht mehr zu überblicken. Vom verwegenen Kletterer über den wildesten Entdecker und Abenteuer bis hin zur Kreativabteilung der Bergfilm- und Bergkulturschaffenden: Für irgendetwas erhält unterdessen fast jeder und jede eine Dotation. Wer dies hinterfragt, wird nicht selten mit doktrinäarer Schärfe angegangen. «Was ist eigentlich so schlimm daran, einen subjektiv Besten aus der Masse zu heben?», fragt rhetorisch das «All Mountain»-Magazin gereizt und stellvertretend für die Branche. Zumal ja keine sportlichen Leistungen gemessen würden, sondern ein «kreativer Akt», eine «alpinistische Haltung», ein «Gesamtkunstwerk» gar.

Natürlich ist nichts schlimmer daran. Aber die Argumentation ist unsinnig und gaukelt vor, dass Preisvergaben humanitäre Akte seien. In Wahrheit wird eine sportähnliche Höchstleistung zelebriert, nach dem Prinzip von Wettbewerb, Rekord und Leistungsmessung, den leitenden Währungen ökonomischer Wichtigkeit, auch für die Outdoorindustrie. Preise und Awards sind nun jene PR-Instrumente, um Öffentlichkeit herzustellen, Deutungsmacht und alpine Debatten zentral zu steuern, institutionelle Netzwerke zu beackern und Vermarktungshoheit zu behaupten. Sogenannte Meinungsträger bauen ihre

Stars auf, die mit den Mechanismen des Marktes kompatibel sind, und sortieren jene aus, die den Normen nicht entsprechen oder sich renitent verhalten.

Ein Beispiel dafür ist der Piolet d'Or (Goldener Eispickel), die wohl bedeutendste Ehrung für aussergewöhnliche Leistungen im extremen Bergsport und deshalb auch umstritten und widersprüchlich. Der Pickel wird seit 1991 jährlich von der französischen Zeitschrift «Montagnes Magazine» und dem Groupe de Haute Montagne vergeben, manchmal an Dutzende von Alpinisten im gleichen Jahr. Im Jahr 2008 wurde die Preisvergabe ausgesetzt, weil sich der Gewinner von 2007, Marko Prezelj, nicht besonders dankbar zeigte. Der Slowene stellte die Frage, ob alpinistische Leistungen verglichen werden sollten, und monierte, dass es beim Piolet d'Or letztlich nur um Geld gehe und dass die teilnehmenden Alpinisten sich von den Medien in diese «billige Falle» locken liessen, «in der die Selbstgefälligen schnell gefangen und ausgebeutet werden» (Zeitschrift «Klettern»). Eine kleine Zahl prominenter Alpinisten applaudierte ihm.

Das führte zu gewissen Retuschen am Konzept. Gewichtet wird seither vermehrt der Stil, etwa kleiner Materialeinsatz und grosser Respekt vor Umwelt und Natur. In der Jury sitzen weiterhin Interessenvertreter aus der Szene. Und das Dilemma ist geblieben: Die Branche handelt paradox. Sie bewirbt Gefühle und sponsert den Rekord, sie preist die grenzenlose Freiheit, stoppt aber die Zeit am Fels, beziffert die Anzahl bestiegener Gipfel nach ihrer Höhe und wertet die Schwierigkeit in Zahlen, sie vergibt Kreativnoten und Schönheitspreise, finanziert aber jene, die normierten Spitzensport betreiben und sich massenmedial vermarkten lassen.

Ueli Steck beispielsweise erhielt 2014 den Preis für ein Unternehmen, das er nicht belegen konnte: die Solo-Erstdurchstiegung der Annapurna-Südwand. Die Südkoreanerin Oh Eun Sun hingegen kam nirgends in die Kränze. Immerhin war sie im April 2010 die erste Frau, die auf allen 14 Achttausendern gestanden hatte.

Am Wettlauf der Frauen auf die Achttausender lassen sich die Widersprüchlichkeit und das Schema, nach dem alpine Debatten zentral geordnet werden, beispielhaft umrissen. Anders als die meisten ihrer Konkurrentinnen – Gerlinde Kaltenbrunner, Nives Meroi, Edurne Pasaban – gestand Oh Eun Sun ein, dass sportlicher Wettkampf und Sieg ihr zentraler Antrieb gewesen seien. Damit brach sie ein Tabu, was ihr die Branche nicht verzieh, sie bemängelte ihren Stil – unter anderem, dass sie partiell künstlichen Sauerstoff benutzt habe – und wertete ihre Besteigung des Khangchendzonga als «disputed» (angefochten).

Die Kraft der Verweigerung

Dass keine der Frauen den Parcours lupenrein bewältigte, wird ignoriert. Pasaban, die ebenfalls künstlichen Sauerstoff benötigte, wird von vielen Quellen als erste Frau aufgeführt, die auf allen Achttausendern gestanden hat. Kaltenbrunner gilt als erste Frau, die alle Achttausender im alpinen Stil schaffte. Allerdings profitierte sie dabei von den vorgespürten und abgesicherten kommerziellen Touren ihres damaligen Lebenspartners Ralf Dujmovits. Sie wurde mit Ehrungen überhäuft und sitzt unterdessen in der Jury des Piolet d'Or.

Oh Eun Sun hingegen gewann lediglich den Festival-Preis der Korean Student Alpine Federation. Vielleicht tröstet sie, dass Preise nicht alles sind und dass die Verweigerung wert grössere Kraft entfalten kann. Der Snowboarder Terje Håkonsen ignorierte den Olympia-Zirkus um die Medaillen. Das konsequente Statement gegen den etablierten Wertsport machte ihn zur Ikone der Szene. Marlon Brando verschmähte einen Film-Oscar und wurde verehrt wie kaum ein Mime seiner Zeit. Der Boxer Muhammad Ali widersetzte sich gar der Weltmachtspolitik und verlor die Titel, aber niemals seine Würde. Von Bob Dylan, der keine Zeit hat, den Literatur-nobelpreis abzuholen, weil er «andere Verpflichtungen» habe, wollen wir gar nicht reden. Die Unterhaltungsindustrie der Outdoorbranche scheint anders zu funktionieren.