



Trend im Spitzensport: Achttausender-Speedbesteigung mit Skiabfahrt

Outdoor ist in – der Drang nach draußen geht in immer neue Runden. Viele junge Sportarten scheinen neu zu sein. Doch ändern sich die Disziplinen mit frischen Etiketten – und wir uns mit ihnen? Woher kommen Trends? Und: Was tut sich in der Spitzenszene, was an der Basis?

Von Tendenzen, **Trends** und Traditionen

Text: Franziska Horn

So a neimodisch's Glump!" Wir kennen das: Die Anfänge so mancher Sportart werden belächelt – von jenen, die später begeistert mitziehen. Aus Tiefschneefahren wird Freeriden, Seiltanz mutiert zu Slacklining, Skibergsteigen avanciert vom Nischenfüller zur Volksbewegung. Und Schneeschuhgeher wissen: Manches Neue ist ein wiederentdecktes Altes. Auch wenn sich Benennung, Marketing und Image ändern.

Wer macht nun die Trends im Bergsport? Markus Hefter, seit 2008 Chef der ISPO München, Top-Umschlagplatz sportiver Erfindungen und Tendenzen, meint: „Wirklich neue Sportarten gibt es meines Wissens kaum, dagegen werden bestehende häufig weiterentwickelt.“ Ist die Sportartikelindustrie nun Trendsetter – oder zieht sie nach? Hefter dazu: „Neue Sportarten entstehen selten am Reißbrett, sondern aus einer Historie oder Lebenskultur heraus. Diese Trends und Innovationen werden natürlich aktiv gefördert.“

Alix von Melle ist Deutschlands erfolgreichste Höhenbergsteigerin. Seit Herbst 2010 arbeitet sie als Pressesprecherin der Münchner Filiale von Globetrotter. Sie muss es also wissen: Werden Trends von Marken gesteuert? „Eher nicht“, sagt sie. „Trends kommen und gehen, sie entstehen aus dem Zeitgeist, werden von Social Networks multipliziert.“ Sie gibt ein aktuelles Beispiel: „Slacklining gibt es bereits seit den 60er-Jahren!“ Doch erst jetzt ist Seiltanz hip und feiert einen flächendeckenden Boom. So wurden schon Vierjährige beim Balancieren unter Bäumen gesichtet, während die Top-Akteure der Szene den Luftraum zwischen Wolkenkratzern oder Felsnadeln besetzen.

Daneben gibt es regionale Unterschiede: „Schneeschuhgehen ist in den Alpen angesagt, in Schweden kein Thema. Vielleicht, weil es immer Teil der Kultur war“, überlegt Alix. „Und Speedhiken, also Schnell-Wandern mit Stöcken, wurde von der Industrie aufgegriffen, ist bis heute aber kein Trend geworden.“ Das Erleben des Sports ändere sich aber durch die englischen Wortschöpfungen und Etikettierungen nicht. Was sich im Spitzensport Neues tut? „Der Speedgedanke als Form wird bleiben“, glaubt Alix und denkt dabei an die Speedbegeher Benedikt Böhm, Sebastian Haag und an ihren Mann Luis Stitzinger. Dem allgemeinen Trend zum Gipfelsammeln entzieht sie sich, plant stattdessen in aller Ruhe 2012 den Manaslu. Weitere Trends aus der Spitzenszene? „Winterbegehungen sind im Kommen!“ ▶



Feiert derzeit einen Boom: Highlining, das Slacklining über dem Abgrund

Foto: Alexander Lauterbach, www.slackline-session.com



Vielfach bestiegene Berge bieten im Winter manchmal noch Neuland, wie hier am Gasherbrum II

Foto: The North Face

Ist „Speed“ am Berg ein Trend – oder eher Zeichen der Zeit? Bei dem man sich schon mal selbst überholt, wie Kritiker meinen? Für die beiden Speedbegeher Benedikt Böhm und Sebastian Haag stellt sich diese Frage nicht. Ihr Sport ist Ergebnis einer langjährigen Entwicklung, kein künstlich aufgesetztes Konstrukt. Beide sind gewachsene Bergsteiger, Skifahrer – und Tourenger. Letzteres haben sie lange vor dem Boom begonnen: „Mit Ski und Fellen den Berg rauf? Noch 2003 galten wir als Schwachmaten!“, erzählt Böhm. Heute, knapp zehn Jahre später, bewege sich der komplette Ski-Markt in diese Richtung, berichtet Böhm. Dazwischen war das Duo an mehreren Sieben- und Achttausendern in flottem Tempo

Manches vermeintlich Neue ist in Wirklichkeit ein wiederentdecktes oder umbenanntes Altes

unterwegs – und ist per Ski abgefahren. Dabei stets im Blick: Nicht die Suche oder Sucht nach Risiko – sondern der bewusste Umgang mit diesem, während die eigenen Grenzen stets neu ausgelotet werden. Ebenfalls seit 2003 arbeitet Böhm beim Komplettanbieter Dynafit, der damals am Boden war. Heute ist er Geschäftsführer der Marke mit dem Schneeleoparden-Logo, die international als Innovationstreiber im Skitouren-Segment gilt. Zusammen mit Jugendfreund Haag und weiteren Teamkollegen gibt er die Erfahrungen der Berg-Expeditionen direkt in die Entwicklung von Touren-Ski, Schuhen und Bindungen seiner Marke weiter, vorrangig für den Skibergsteigen-Rennsport wie beispielsweise die weltberühmte Schweizer Patrouille des Glaciers.

Wie sich die Zeiten ändern! Mit Ski im Gebirge: Willi Rickmer Rickmers anno 1900 ...



Foto: Archiv des Deutschen Alpenvereins

„Das Know-how von Team und Rennläufern fließt direkt in die nächsten Produktgenerationen mit ein, wovon schließlich auch die Modelle für den Breitensport profitieren“, erklärt Haag, zeigt einen Rucksack mit Skiaufhängung und einen Tourenschuh mit Carbon-schaft plus neuem Verschlussmechanismus. „Anfangs, Ende der 90er, war Skitourengehen spießig, heute ist es cool. Man geht abends oder nachts, und das Socialising auf den Hütten kommt da-



Foto: Alex von Melle

... und Luis Stitzinger im Jahr 2008 bei einer Steilabfahrt in der Löw-Rinne am Nanga Parbat

zu. Es gibt eine eigene Community, zu der auch Leute gehören, die ursprünglich keine Bergsteiger sind“, erzählt der studierte Tierarzt. „Früher ging man auf Fassdauben von Hof zu Hof, später hat das Schweizer Militär eigene Rennen organisiert. Die Ausrüstung wurde sozusagen nachgeliefert“, erklärt er die Entstehung des Rennsports. Und die Zukunft? „Irgendwann fährt einer den K2 mit Ski! Das funktioniert, solange man physisch und mental in der Balance ist“, überlegt Haag. Sein Statement zum Team-Motto „Speed up!“: „Schnelligkeit heißt ja nicht, dass du deine Umgebung nicht wahrnimmst. Wahrnehmung und Achtsamkeit sind eine Grundeinstellung, das gilt erst recht am Berg.“ Und Böhm, geradeheraus: „Ich mach alles schnell, Speed ist ein Teil von mir!“

Viele kommerzielle Expeditionen werden heute sehr ähnlich wie früher durchgeführt

Neues und altes Expeditionsbergsteigen – was hat sich wirklich getan? Haben sich die Motive gewandelt? „Ich denke, es hat sich gar nicht so viel geändert, wie es nach außen den Anschein hat. Die Wetterprognose ist natürlich einfacher. Während die Zahl der Ziele weltweit steigt“, resümiert Michi Wärthl. Der professionelle Bergführer ist bis heute der jüngste, der den K2 ohne Sauerstoff bestieg. Beim Leitersymposium der Sektionen München & Oberland 2011 in Benediktbeuern präsentiert er in einem Vortrag Gestern und Heute. „Früher haben Bergsteiger von den groß angelegten, nationalistisch geprägten Expeditionen profitiert, um eigene Ziele verfolgen zu können. Bis heute sind die Motive ähnlich: Spaß und Erfolg, und natürlich auch Ruhm und Ehre für sich selbst.“ Es gibt also Parallelen. „Heute werden viele kommerzielle Expeditionen, vor allem am Everest, durchgeführt wie damals: Mit hohem Materialeinsatz und vielen einheimischen Helfern“. Dem gegenüber steht der viel zitierte Alpinstil, bei dem Höhenbergsteiger nur das Nötigste und entsprechend mehr Risiko auf sich nehmen. Er bleibt einem Kreis echter Könnner vorbehalten.



Foto: www.summitpost.org

Von wegen Alpinstil! Viele Expeditionen werden mit hohem Materialeinsatz und vielen einheimischen Helfern durchgeführt.

Dann bringt Wärthl ein Zahlenbeispiel, das den Run auf den Everest veranschaulicht: 4125 Personen haben den Modeberg zwischen 1953 und 2009 bestiegen – davon 290 ohne Sauerstoff. Allein auf die letzten zehn Jahre entfallen rund 3000 Besteigungen. Ein Vergleich: Die Annapurna zählt bis heute nur rund 160 Gipfelerfolge. Und das Image? Bleibt die Frage nach der allgemeinen „Heroisierung der Helden“, die es in der Sturm-und-Drang-Phase des Alpinismus ebenso gab wie heute. Diese Heroisierung sieht Michi Wärthl kritisch, auch aus eigener Erfahrung: „Das ist ein Problem. Die meisten von uns sehen sich nicht als jene wahnsinnigen Heroen, als die wir meist dargestellt werden. Wir machen das ▶

Winterbesteigungen im Wilden Osten – drei Fragen an Simone Moro

interview

Simone Moro, Denis Urubko und Cory Richards tourten im Herbst 2011 mit der Film-Doku „Cold“ durch Europa. Auch die European Outdoor Filmtour 11/12 (E.O.F.T) zeigt den preisgekrönten Streifen. Im Fokus: Die erste Winterbesteigung des Gasherbrum II. Über ein Vierteljahrhundert hatten Spitzenalpinisten versucht, was dem Trio glückte: einen Karakorum-Achttausender in der kalten Jahreszeit zu besteigen. Zuvor erreichte Moro bereits Shisha Pangma und Makalu im Winter.



Warum die Idee, Erste zu sein, im Winter, auf den Achttausendern?
Moro: Es ging nicht darum, Erster zu sein, es ging ums pure Abenteuer. Und darum, den Berg so ursprünglich wie möglich zu erleben, wie vor 100 oder 1000 Jahren: ohne Routen, ohne Fixseile, ohne Leute, ohne Spuren. Stattdessen fanden wir: eiskalte Stille. Wildnis.

Wo liegt die Zukunft des Alpinismus?
Moro: In der Fantasie, und die hat keine Grenzen! Im Alpinismus ist es ähnlich wie in der Kunst, sie entsteht immer aus ihrer Zeit heraus und muss auch so bewertet werden. In der Kunst hat jede Stilrichtung ihre Bilder, Visionen, Werkzeuge. Im Kern des Alpinismus stehen für mich Forschen und Abenteuer, nicht der Wettkampf. Die Menschen waren auf dem Mond, jetzt wollen sie auf den Mars. Und wir möchten die Winkel der Erde erkunden. Es gibt mehr als 100 unbestiegene Siebentausender!

Wie sehr fühlt ihr euch bei euren Projekten von Sponsoren fremdbestimmt?
Moro: Honestly! Wir sind keine Pferde, auf die man wettet. Und haben jeder auch nur das eine Leben. Was hat mein Ausrüster von einer Leiche in 'ner schicken Sponsor-Jacke? In Wirklichkeit geht es nicht um Rekorde, sondern darum, Geschichten zu erzählen. Alpinismus besteht vor allem aus Scheitern. Hinfallen. Aufstehen. Wieder Hinfallen. Das sind Erfahrungen, die jeder teilen kann. Es geht um Menschliches, nicht um Heldentum!

ja nicht, weil wir lebensmüde sind, sondern weil es Spaß macht, sich mit der Natur zu messen und auseinanderzusetzen.“

Der Grund für den mitunter oberflächlichen Umgang mit alpinen Leistungsträgern dürfte wohl darin liegen, dass der breiten Öffentlichkeit ein echter Zugang zur Welt oberhalb der Baumgrenze fehlt – erst recht, wenn es um Vorstöße in höchste Regionen geht. Die Gipfelerfolge der Besten können jedoch nicht losgelöst von deren

Der Bergsteiger wird immer mehr zum Konsument, er fordert Spaß, Erlebnis und zugleich Sicherheit

jahrzehntelanger Umsicht, Erfahrung und Training bewertet werden. Ein Zitat aus Wärthls Vortrag belegt das, es stammt von Ralf Dujmovits und Gerlinde Kaltenbrunner: „Tendenz: Immer weniger Leute sind wirklich gewachsene Bergsteiger, leistungsmäßig geht die Schere weiter auf, die Öffentlichkeit kann interessante von weniger interessanten Touren nicht unterscheiden“.

Hat sich die Einstellung zum Bergsteigen geändert? Wenn auch



Foto: Joachim Burghardt

Der zeitgenössische Bergsport erfordert oftmals professionelle und teure Ausrüstung, zumal wenn es ums Fliegen geht

nicht im Spitzensport, so ist doch im Breitensport ein Mentalitätswandel im großen Stil offensichtlich, vor allem dort, wo die nachhaltige Suche nach Erlebnis das Können des Einzelnen übertrifft. Das bekommen vor allem jene mit, deren Aufgabe es mitunter ist, Über-Mutige vor sich selbst zu retten. Dr. Klaus Burger ist Chef der Reichenhaller Bergwacht, Richter und Vorsitzender des Deutschen Gutachterkreises für Alpinunfälle (GAK). Manchmal sind Unfälle am Berg einfach Pech, das wissen wir. „Der Bergsteiger wird aber mehr und mehr zum Verbraucher“, beobachtet Burger und bringt Begriffe wie Outdoor-Konsument und Outdoor-Management ins Spiel. Doch: „Berge ohne Abgrund sind keine Berge. Das Erlebnis hat seine Kehrseite“, wobei Burger an nicht wenige schwere Unfälle erinnert. Er hinterfragt auch das Aufrüsten so mancher Alpin-Destination: „Jeder Gebirgsort will heute bald seine drei Klettersteige haben: Für blutige Anfänger, Normalos und Wahnsinnige. Hauptsache touristisch attraktiv.“ Während „früher ein Unglück am Berg einfach Schicksal war“, wird heute hochaktiv nach Verantwortlichen, auch der Gemeinden, gesucht. Jemand muss ja schuld sein. Dahinter steht der Glauben an eine Sicherheit, die jedoch nicht existiert. Früher nicht. Heute auch nicht. „Die Entwicklung wird aber kaum aufzuhalten sein. Die Alpen sind keine Spielwiese außerhalb der bestehenden Gesellschaft und ihrer Entwicklungen“, so Burgers Resümee.

Während einerseits Clubs und Verbände den Nachwuchs von klein auf schulen und auf Leistungsdichte im Spitzensport abzielen,

Die Zweit- und Dritt-Verwertung der Seven Summits

glosse

Dem Bergsport gehen langsam die Ziele aus. Fast alle Gipfel sind bestiegen, die schönsten Wände bezwungen. Man kann in der Öffentlichkeit eigentlich nur noch punkten, wenn man versucht, bestimmte Berge zu möglichst ungünstigen Jahreszeiten oder in Rekordzeit zu erreichen. Oder man klettert extreme Routen free solo mit Fallschirm auf dem Rücken, um den sonst tödlichen Absturz elegant in einen Base-Jump zu verwandeln. Das schafft noch Aufmerksamkeit. Aber es wird immer schwieriger, etwas Besonderes zu leisten.

Doch zum Glück gibt es Hans Kammerlander. Er hat als Erster die zweithöchsten Gipfel aller sieben Kontinente, die „Seven Second Summits“ bestiegen. Die Idee ist nicht ohne Reiz, denn der K2 ist bekanntlich schwieriger zu besteigen als der Everest, und auch in

anderen Erdteilen ist der Zweithöchste anspruchsvoller. Dennoch muss man sich fragen, ob diesem großartigen Kletterer klar ist, was für ein Geschenk er der Bergsteigerszene mit der Wahl dieses Projekts gemacht hat.

Denn auch die „Seven Second Summits“ sind schon längst nicht mehr der letzte Schrei. Christian Stangl hetzt derzeit den „Triple Seven Summits“ hinterher, den jeweils drei höchsten Bergen aller Kontinente, die er auch – wie gewohnt bescheiden – die „21 Weltgipfel“ nennt. Es wird wohl ebenfalls nicht mehr lange dauern, da wird jemand das Projekt der „Seven Seventh Summits“ ausrufen. Davon inspiriert wird bald darauf jemand die Jagd nach den „Seven Seventieth Summits“ eröffnen, die er alle in 70 Stunden machen will, wobei die größte Herausforderung darin bestehen wird, die geeigneten Flugverbindungen herauszufinden und in der gebotenen Eile die Sicherheitskontrollen zu überwinden. Muss ich noch Zahlen wie Twentysecond oder Sevenhundredseventyseventh erwähnen, um zu erläutern, welches einmalige Potenzial in dieser „Zweitverwertungs“-Idee steckt?

Ich selbst habe mir jedenfalls schon mal die Rechte für das Projekt „Seven 7000th Summits“ © gesichert. Hier besteht die größte Schwierigkeit in der Bestimmung dieser Berge. Der erste Gipfel ist allerdings schon „in the bag“, wie die Gipfelsammler gerne sagen. Ich komme soeben von der Besteigung des siebentausendsthöchsten Bergs Europas zurück. Nach meinen Berechnungen ist das der Berg am Laim.

Georg Koeniger



Foto: Joachim Burghardt

Große, hochmoderne „Ausrüstungstempel“ sind die Antwort auf das ungebremsste Verlangen der Kunden nach Outdoor-Produkten

bringt der ungebrochene „Drang nach draußen“ sogar die Branche selbst zum Staunen. Die Fach-Messen Outdoor und ISPO legen beständig zu. Outdoor-Sport ist ein Megatrend. Längst prägen die Dresscodes der einzelnen Sport-Communitys das Straßenbild; die Verteilung von North-Face- oder Mammut-Jacken scheint in den Fußgängerzonen ebenso dicht wie auf und abseits der Pisten. Man gibt sich sportlich. Ist es vielleicht auch.

Kleider machen Bergsteiger – in der Nordwand und in der Fußgängerzone

Auch der Deutsche Alpenverein verzeichnet seit Jahren ein dickes Plus an Mitgliedern. Dazu DAV-Pressesprecher Thomas Bucher: „Mit fünf Prozent Zuwachs 2011 ist die Zahl der Mitglieder rekordmäßig gestiegen.“ Die Sektionen München und Oberland zählten Ende 2011 rund 136.000 Mitglieder und sind damit größer als der gesamte Schweizer Alpen-Club. Tempora mutantur. In einem Kapitel des Alpenvereinsjahrbuchs „Berg 2012“ schreibt Autor Töchterle über die neuen Aufgaben des inzwischen bald 150-jährigen Vereins, der sich nach wie vor auf die alte Satzung der „Erhaltung der Ursprünglichkeit und Schönheit des Hochgebirges“ beruft. Eigenverantwortung und Naturschutz als Antwort auf den Ansturm der Massen stehen dabei ganz oben. ◀

Tourentipps: ab Seite 34



Franziska Horn ist Diplom-Designerin und ausgebildete Fachredakteurin. Nach Stationen als Redakteurin und Chefredakteurin arbeitet sie seit 2006 als Freie Journalistin zu den Themen Design, Reise und Alpinsport.

Landkreissieger im Wettbewerb „bayerische Küche“

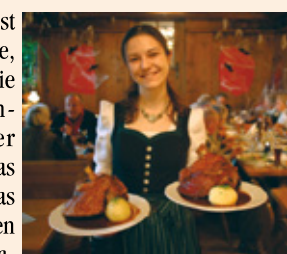
Urthalerhof
Täglich von 10-24 Uhr geöffnet Warme Küche von 11.30-22.00 Uhr durchgehend
WIRTSCHAUS & HOFLAD'N
Bayerische Schmankerlküche - eigene Landmetzgerei

Gut, Bayerisch, Urthalerhof

Der Urthalerhof ist ein echtes bayerisches Wirtshaus das viel Wert auf Tradition und Gemütlichkeit in der heimeligen Wirtsstüb'n legt.

Die Wirtsleut Luggi und Rita Käser verstehen es ihre Gäste zu verwöhnen. Die Köchin, Rita Käser, legt besonderen Wert auf Frische und beste Zutaten, wenn möglich aus der Region. In der bayerischen Schmankerlküche vom Urthalerhof werden alle Soßen, Suppen, Beilagen, Gemüse und Salate täglich selbst hergestellt ohne Zusatz von Konservierungs- u. Geschmacksstoffen.

Ein besonderer Genuss ist das Bauerngeräucherte, roh und gekocht sowie die Wurst- und Fleischspezialitäten aus der hofeigenen Metzgerei. Das Beste vom Besten ist das Fleisch von den echten Weideochsen des Urthalerhofes. Soviel Mühe um den Gast wird belohnt: Von der Brauerei HB München gab's die Auszeichnung „bestes Wirtshaus“. Zusätzlich wurde der beliebte Gasthof noch Landkreissieger im Wettbewerb „Bayerische Küche“ vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Dies beweist: Qualität setzt sich durch.



Der Urthalerhof in Sindelsdorf bietet zu jeder Jahreszeit eine Menge Spass und Abwechslung für Groß und Klein. Hochzeiten, Geburtstags-, Familien-, Weihnachtsfeiern, Lagerfeuer, Kutschfahrten, Ponyreiten und vieles mehr.

Hoflad'n

Bauerngeräuchertes nach alten Rezepten eingesurt und geräuchert, Wacholderschinken, Saftschinken, Rinderschinken, Hausmacherwurst, Bauernbrot uvm.



Fleisch vom Weideochsen gut abgehangen und gereift, Getreidegefüttertes Schweinefleisch, Milchkalbfleisch ohne Zufütterung von Kraftfutter, Antibiotika usw.

Geschenkideen

- Restaurantgutscheine - Presentkörbe
- Kutschfahrten bis 30 Personen
- Schlepperfahren ab 14 Jahren



82404 Sindelsdorf - Urthal 4 - Telefon (0 88 56) 20 03