121 Zwar wurde dies hier an historischen Beispielen aufgezeigt, aber auch heute hat diese Begleiterscheinung des Alpinismus nichts von seiner Faszination eingebüßt: das Buch des Journalisten John Krakauer über eine Mount-Everest-Expedition, die in einer Katastrophe endete, verkaufte sich in den USA binnen kürzester Zeit 700.000 mal (vgl. Der Spiegel 9/98, S.157). Und erst vor kurzem brachte die Zeitschrift Stern die Abbildung der zerfetzten und verwitterten Gebeine des seit 1924 verschollenen und nun nach jahrzehntelanger Suche gefundenen Everest-Pioniers George Mallory auf ihren Titel (vgl. Stern 20/99).

Adresse des Autors:

Claus-Marco Dieterich M.A.
Friedrichstr. 22
D-35037 Marburg

Johanna Rolshoven und Justin Winkler

Berge, Menschen und Dinge

Eine Annäherung an Schweizer Alpen-Passionen

Mit ihren Vorlieben, den alltäglichen Leidenschaften sagt unsere Gesellschaft wesentliches über sich selbst aus – so schreibt der französische Ethnologe Christian Bromberger in dem jüngst von ihm edierten Sammelband zu den *Passions ordinaires*[1]. Das mit Passion (und zum Teil mit erheblicher Investition) betriebene Interesse für die Freizeitbeschäftigungen ist eine entscheidende Facette der individuellen Identität geworden, die sich innerhalb des familialen, freundschaft- oder nachbarschaftlichen und auch professionellen Sozialverbands situiert und konstituiert[2]. L'homme passionnel, der Enthusiast, für eine Sache begeisterte oder, wie man in der Schweiz sagen würde: der „angefressene" Mensch bevölkert die zeitgenössische Landschaft des Sensiblen, eine moderne *Carte du Tendre*.

Die gesellschaftlichen Bedingungen für eine solche Entwicklung scheinen gegeben: Seit dem 19. Jahrhundert hat sich das Verhältnis zwischen Arbeitszeit und 'Freizeit' umgekehrt; heute hat man an persönlicher Zeit das zur Verfügung, was man vor 100 Jahren durchschnittlich für Erwerbstätigkeit aufwenden musste[3]. Dies hat zu einer Aufwertung der Eigen-Zeit, der „ipsativen Zeit" jenseits beruflicher und sozialer Verpflichtungen geführt. Sie wird von der Suche nach persönlicher Selbstbestätigung durch eine bestimmte Beschäftigung oder ein Engagement in der Freizeit getragen – nicht nur für diejenigen, für die die Erwerbstätigkeit wenig Erfüllendes zu bieten hat. Art und Weise der Eigen-Zeit-Gestaltung orientieren sich dabei am herrschenden Wertregister der Mittelschicht: Faulpelz und Flaneur finden sich nach wie vor sanktioniert, wohingegen die sinnvoll genutzte Zeit des tätigen Bürgers gutgeheißen wird[4]. Die Genüsse der freien Zeit wollen verdient sein – gleich dem Blick in die Weite von den Gipfeln der Berge.

Die Domänen der Freizeitpassion, die dem Leben „Sinn und Salz" verleihen und die die französischen Forscher in ihrer *Ethnologie réaliste* ausmachen[5], umfassen sowohl den häuslichen Bereich als auch die mutmaßlich abenteuerlichen Gefilde des räumlich oder virtuell Fernen; sie umfassen Geschichtsliebe und Erinnerungsarbeit, den Wettbewerb, die Wissenschaft ebenso wie den Zufall (und in beiden Bereichen die Sinnsuche), den Körper und nicht zuletzt die Natur. Um die beiden letzteren, genauer gesagt um Performanz, Körper und Natur drehen sich die drei wesentlichen Motivationen, die kleine und große Abenteurer – denn dies ist im Grunde unser Thema – immer zahlreicher in die Berge treibt.

Das Profil des Bergverliebten lässt sich sozialwissenschaftlich traditionell nicht mehr zuverlässig beschreiben. Die soziale Unterscheidung verläuft kaum

mehr nach der Sportart (ob Wanderer oder Botanisten, große Gipfelstürmer oder kleine Kletterer, Paraglider oder Wintersportler) als vielmehr nach dem Ausübungsstil – dies hingegen deutlich, wie der von Hartmut Böhme böse beschriebene Skifahrer es uns nahezulegen vermag: „Wahrhaft entlastet schwebt der Jedermann in die Höhe, erlebt, uniform im Dernier cri, auf High-Tech-Ski den Tempothrill, der den im Alltag von Papier- und Verkehrsstau erschlafften Nerven wieder Spannung vermitteln soll. Irgendwo im technisch und gastronomisch weniger erschlossenen Seitental proben die letzten Mohikaner und Rousseauisten der Höhe auf fellbespannten Ski – nicht den Aufstand, sondern kosten, exklusiver als Krethi und Plethi nebenan, aufsteigend ihren eigenen Aufstieg nach: diese Anwälte, Ärzte, Prokuristen und Professoren."[6]

Auch die Trennung nach Altersgruppen verwischt sich zunehmend: 'die alten Jungen' tummeln sich ebenso wie die 'jungen Alten' auf den Bergpfaden. Eine Aufhebung der Geschlechtertrennung manifestiert sich indessen weitaus weniger als mann annehmen möchte: jede ostentative und technisch ausrüstungsintensive Beschäftigung bleibt auch in dieser Domäne der Tendenz nach männlich besetzt[7].

Die Schweiz und ihre Alpen

Die Alpen sind in der Schweiz mehr als nur erhabene Landschaftskulisse oder beeindruckendes Naturschauspiel, die den Ruf der Schönheit des Landes begründen und alljährlich Scharen von Sommer- und Wintertouristen anziehen. Erst mit der Nähe der Alpen merke man, so der Reisende Friedrich Engels vor 150 Jahren, „dass man in der Schweiz ist. Schweizertracht und Schweizerbauart stellen sich ein mit der Schweizernatur"[8]. Die Doppeldeutigkeit der hier genannten Schweizernatur soll aufgegriffen werden, um die Behauptung zu stützen, daß die Alpen in der Schweiz zum Habitus gehören. Sie zeigen sich in Kleidung, Schuhwerk und Kopfbedekkung auch des mondänen und gerne bergfern distanzierten Stadtbewohners, sie bestimmen die Gesprächsinhalte der Alltagskonversation[9]. Sie sind zweifelsohne Bestandteil verinnerlichter Nationalsymbolik, wie sie in Genese und Funktion von Orvar Löfgren so treffend für Schweden beschrieben wurde[10].

Wenn die Alpen oder genauer: ein bestimmtes, vorherrschendes Bild von ihnen Erscheinungsbild und Gestus des Schweizers bestimmen und seine Passion herausfordern, dann gilt dies nur in Ausnahmefällen auch für die

Schweizerin. Denn die Alpen sind weiblich, „mehr als nur Fels und Firn": „alle ihre Rundungen und Ritzen" rufen nach Eroberung[11]. Der jungfräulich schneebedeckte Gipfel ist der 'unerreichbare', in der Regel Frauen verschlossene, so begehrenswerte neuralgische Punkt des Berges an sich.

Etappen einer Alpensozialisation

Nicht nur Familienwanderungen oder -ferien und Pfadfinderlager in den Bergen, nicht nur Kinderspielzeug wie Bausätze für Chalets und Bergbauernhöfe oder Lieder und Geschichten, Schulbücher, der Geographieunterricht insbesondere, sozialisieren den kleinen Schweizer in die heimische Alpenlandschaft. Schon frühzeitig vermag er die Bergspitzen auch von weitem zu erkennen und zu benennen. Im jungen Mannesalter trägt der obligatorische Militärdienst sein übriges dazu bei, qua „Übung" die seit den Weltkriegen zur Festung ausgebauten Alpen zu 'erkunden'; in ziviler Fortsetzung mit gleichen Mitteln gewähren die in den Bergen gelegenen Schießplätze die Kontinuität der Zielübungen. Durch ihren Lärm verärgern sie stets den sich in einsamer Natur wähnenden Berggänger, welcher sich vielleicht auch, aber eben woanders, an eigenen Schießübungen delektiert.

Eine ganz andere, pazifistisch gesonnene Gruppe von Adoleszenten zieht es jährlich – ebenfalls einem Initiationsritus gleich – aus gezielt friedlichen Gründen in die Schweizer Alpen. Junge Menschen aus Stadt und Ebene arbeiten während des dreimonatigen Alpsommers droben in der Bergeinsamkeit fern vom gewohnten Alltag und politisch korrekt als Älpler und Älplerinnen: sie hüten das Vieh und bereiten Käse[12]. Den fortschreitenden und unaufhaltsamen Verlust der alpinen Existenz vermögen indessen auch sie nicht mehr aufzuhalten.

Alpenschrecken und Alpenpracht

So wird der Schweizer in Kindheit und Jugend gründlich in die Alpenwelt hineinsozialisiert, um ihr auch als Erwachsener im Alltag auf Schritt und Tritt symbolisch oder konkret zu begegnen: sei es, daß man die Berggipfel, je nach Wetter- und Sichtverhältnissen, von vielen Ecken des Landes aus in ihrer realen Imposanz wirklich sieht und sie als erschlossene Freizeitlandschaft zudem über das ausgezeichnete öffentliche Verkehrsnetz auch schnell erreichen kann, oder daß man ihren vielfältigen symbolischen Formen begegnet[13]. Die Ab-Bilder im Kleinen nähren den Imaginationsraum der Alpen. Gerne bedient sich die im Alltag omnipräsente Werbung der pittoresken Seite der Alpenikonographie: auf Plakatwänden, Lebensmittelpackungen, Weinetiketten, Füllfederhaltern oder Kleidungsstükken. Einzelne Bergprotagonisten tun sich hier besonders hervor, wie das Matter-

horn, laut Geo „Europas grösstes phallisches Symbol": „Für Käse muss es werben, für jamaikanische Zigaretten, für teure Uhren, selbst für schnödes Bier."[14]

Die Zeitungsberichterstattung informiert dagegen allmorgendlich eher von den Desastern des Alpenraumes: von dem ökologischen Ungleichgewicht, das die Wasser- und Waldnatur der Alpen bedroht, die Ozonwerte weit über alle Grenzsetzungen hinausschießen läßt, die Gletscher zum Verschwinden und die Lawinen ins Rollen bringt; von den Naturkatastrophen oder menschlichem Leichtsinn ist die Rede, die Verletzte und Todesopfer zollen.

Ein neues Element hat sich unlängst in diesem Zeitungsdiskurs hervorgetan, das die schaurig-schöne, die gefährliche und zugleich gebirgsromantische Seite der Alpenfaszination nährt: es handelt sich um die Berichterstattung über das Vordringen wilder Raubtiere. So 'bewege sich' der Bär – man denke an die Bild-Sprache der volkskundlichen Atlaskarten – aus Österreich und Slowenien in die Schweiz, wo er demnächst zu erwarten sei. Der Luchs, der in den 1970er Jahren im nördlichen Alpenraum wiederangesiedelt wurde, und auch der Wolf – mutmaßlich aus eigenen Stücken aus Italien, den 'wilden Abruzzen' kommend – sind in den französischen und Schweizer Alpen gesichtet worden. Ihr grausames Opfer sind einheimische Schafe, die, so heißt es, „bei lebendigem Leib verstümmelt" werden. „Andere sollen sich in Panik von Felsvorsprüngen gestürzt haben", verkünden französische Zeitungsmeldungen, die den schweizerischen vorausgegangen sind[15]. Die beiden einsamen Wölfe, die 1996 im Walliser Val Ferret von sich reden machten (und natürlich erlegt wurden...), seien nur die Vorhut. Im zunehmend entvölkerten und weniger bewirtschafteten Alpenraum treffen die räuberischen Gäste auf ideale Lebensbedingungen: Ruhe vor Menschen sowie jede Menge Schafe und Kahlwild, deren Bestände sich seit den 50er Jahren verdoppelt haben. Was die Naturschützer begrüßen, ängstigt die Walliser (und zweifelsohne auch die übrige Schweizer Bevölkerung) – mit Ausnahme des Fremdenverkehrsvereins im Val Ferret, der mit Erfolg Plüschwölfe und T-Shirts mit Wolfsabbildungen verkauft.[16]

Der alte „Ort des Grauens", den die Alpen vor 1800 darstellten – vor ihrer Besingung durch Albrecht von Haller, vor ihrer touristischen Entdeckung und der „neue(n) Mode der Gipfelersteigung" – ist im Zuge eines modernen Erfahrungs- und Umdeutungsprozesses zur „schön-schaurige(n) Erlebnislandschaft" geworden[17]. In dieser „Dissonanz zwischen Idyllischem und Panischem – Baudelaire sprach von der 'stürmischen Anmut des Schreckens' -" hatte Wolfgang Kos einen „Wesenszug romantischer Empfindung" gesehen[18], in dem wir durchaus spätmoderne Pertinenz zu erkennen glauben.

So speist sich der Reiz der Alpen, den der Schrecken nährt, zugleich aus seiner Pracht. Eigener Augenschein bestätigt nicht selten das Versprechen der Hochglanzbilder: unberührte und weiß blendende Schneelandschaften glitzern vor tiefblauem Himmel; idyllische Holzchalets sonnen sich friedlich zerstreut inmitten der intensiven Farben- und Duftvielfalt der Alpenfrühlingswiesen. Die eindrucksvolle Schönheit der vom Menschen façonnierten Landschaft wird durch den Anblick der friedlich weidenden Kuhköniginnen[19] perfektioniert, deren bisweilen prächtiges Glockengeschirr eine Klanglandschaft eigener Art entstehen läßt[20].

Diese Alpenlandschaft ist per se Ort der Erholung und der Erneuerung des naturbedürftigen Stadtmenschen. Das Wertregister, das die Gesellschaft den Alpen im Zuge ihres Eroberungsprozesses wie ein Kleid angeheftet hat, begleitet den Berggänger in der Einsamkeit der „erhabenen" Landschaft gleichsam als soziale Dimension seines ästhetischen Eindrucks. So etwa Entrückung und Distanz zur Welt, wie Adalbert Stifter sie 1857 seinem Protagonisten im „Nachsommer" auf dem „Gipfel hoher Berge" in den Mund gelegt hat: „Alles schwieg unter mir, als wäre die Welt ausgestorben, als wäre das, dass sich alles von Leben rege und rühre, ein Traum gewesen."[21] Nicht allein die Schweizer Literatur ist es, in der Berge als utopischer Ort, Ort der Erlösung und „Ort produktiver Verwandlung"[22] entworfen werden.

Die verführerisch lockenden weißen Gipfel lassen die Berge zum Ort der Versuchung werden. An ihnen probt der Alpinist die Selbstüberwindung, die ihm verspricht, zu sich zu finden. Nicht nur an seiner Aufstiegsangst muß er dabei leiden, wie Reinhold Messner sie uns aus frühen Jahren beschreibt: „Sehnsüchtig dachte ich an meine Schulkameraden, die jetzt wohl mit ihren Freundinnen in der Badeanstalt das Leben genossen. Aber ich hatte mehr Angst davor, ein Mädchen anzusprechen, als mich an Viertausender zu wagen; [...] wenn ich über diesen Zmuttgrat auf das Matterhorn klettern würde, war ich doch ein richtiger Mann"[23].

Der Alpinist leidet vor allem am inneren Kampf, der ihn zur Angstüberwindung hinauf führt: „au prix de la dure conquête du panorama"[24] ... Der Aufstieg wird zum Wert, der die ästhetische Existenz des Bergsteigers begründet[25]. Oben, wo die Luft dünn, aber rein ist, verspricht ihm die ersehnte Erneuerung zuteil zu werden und – allem Schwindel trotzend – weltentrückte Erkenntnis, ihrerseits unterstützt durch einen panoramatischen Weitblick von höchster Höhe. Das „Gipfelmeer des Bergsteigers", schrieb der Kulturgeograph Emil Egli, sei ein „Landschaftsbild von planetarisch-elementarer Wirkung"[26].

Doch das wahre Geheimnis der Gipfel ist nur von einer kleinen, mutigen und abenteuerlustigen Männerelite erfahrbar. Dem, der drunten bleibt oder nicht ganz so weit hinaufgehen kann, wie der bürgerliche Wissenschaftler, bleibt indessen die pathetische Imagination, mit der er Alpengeistigkeit auf die irdischen gesellschaftlichen Verhältnisse übertragen kann: „Ja, muss man am Ende nicht sagen, dass gerade die höchsten geistigen und kulturellen Eigenschaften, auf die Europa sich etwas zugute hält, Freiheit, Selbstbestimmung und Demokratie, in ganz besonderem Maße erst in jenem eigentümlichen, vielfältig gekämmerten, sozialen Lebens- und Handlungsraum großwerden konnten, wie ihn die Alpen umschreiben?"[27]

Alpenidentität

Die vielfältigen Verwurzelungen des Individuums und dessen Aneignungsstrategien verleihen dem landschaftlichen Raum einen gesellschaftlichen Wert. Bereits die Vorstellung, die Imaginierung oder Repräsentation einer Landschaft – so die vielleicht radikale Auffassung des Schweizer Geographen Claude Raffestin, der wir hier folgen möchten – bedeutet eine Form der Inbesitznahme, der Kontrolle sogar, auch wenn sie sich nur im Rahmen der Wissensaneignung bewegt[28]. Jedes

bestehende Bild ist somit ein gewünschtes Bild und es kann ihm die Funktion eines sozialen Indikators beigemessen werden.

Aufgrund ihrer imaginären und tatsächlichen Präsenz: sie bedecken ein Drittel des nationalen Territoriums, sind die Alpen in der Schweiz ein Verankerungsraum von hoher identitärer Signifikanz. Der Eigen-Wert der Alpen für den Schweizer, seine emisch-alpine Identität, konstituiert sich dabei ganz wesentlich über die Zuschreibung von außen, die stereotype etische Sichtweise. Die ersten ästhetisch-praktischen Interessenten an den Schweizer Alpen, die sie aus zeitgenössischen Gründen als „alpines Arkadien", als „Hirtenidylle" oder „Gipfelparadies" wahrzunehmen vermochten, waren eben nicht die Schweizer selbst, sondern Engländer, Franzosen, Italiener, Deutsche und sogar Amerikaner[29]. Sie bestiegen und bewunderten die Berge, sie malten sie, später dann eroberten sie sie mit dem Automobil[30].

„Als die Schweizer sich dafür zu interessieren begannen", schreibt Françoise Jaunin, sei „das Bild der Schweiz" schon in ganz Europa und darüber hinaus bekannt gewesen. Sozusagen als „Importprodukt" (Peter Bichsel) hätten sie es sich zueigen gemacht und, mit der ihnen eigenen Gründlichkeit zu einer national-emblematischen Kreation verschmolzen, deren tragende Elemente landschaftliche Schönheit und Vaterland sind[31]. Das Bild, das sich die Schweizer heute „von sich, ihren kollektiven Werten und Tugenden machen" sei „fest im Bauerntum, im Berglertum und in der direkten Demokratie verankert", beobachtet der französische Ethnologe, den man um die Beschreibung seines Bildes von der Schweiz gebeten hatte[32]. Freilich ist dieses Bild nachgerade nur ein Bild, eine Repräsentation eben, und eine konservative dazu, die von den entsprechenden politischen Parteien und ihren Adepten gerne gehegt und gepflegt wird – gleich der Idee der Alpenfestung ein Schutzschild nach außen.

Die Zeitschrift „Die Alpen"

Solcherart Repräsentationen wollten wir befragen, Medien, die aktuelle Bergpassionen in der Schweiz transportieren. Aus naheliegenden Gründen schien uns die Verbandszeitschrift des Schweizerischen Alpenclubs hierfür besonders geeignet. „Die Alpen" erscheinen (in Bern) monatlich mit einer Auflage von rund 78.000 Exemplaren (1999), Tendenz steigend. Unsere Analyse dieser Zeitschrift haben wir vor dem Hintergrund der Frage vorgenommen, ob die hier vermittelten Repräsentationen uns darüber informieren können, was die Menschen heute in den Alpen suchen. Zu diesem Zweck haben wir Bild- und Textinhalte befragt, aber auch kleinen Rubriken Aufmerksamkeit geschenkt wie den kommerziellen der Werbung und den unscheinbar bilderlosen der Kleinanzeigen.

„Die Alpen" sind ein Organ der Bildproduktion, das zugleich Realitäten und ihre Abbildungen reproduziert. Eine Art gehobener Kulturberichterstattung über die Natur der Berge zeugt von dem anhaltenden Versuch ihrer 'Zivilisierung'. Die stets bebilderten Reportagen nehmen einerseits die Schweizer Alpen, ihre Kultur und Ökologie zum Gegenstand. Anderseits umfassen sie in beträchtlichem Maße auch fremde Gebirge. Reiseberichte führen die Schweizer Leser zu

den bewunderten großen fremden Bergschwestern der Alpen: „Auf Entdekkungsreise in den kanadischen Rocky Mountains", in die Wildnis Alaska, an den „Kilimanjaro – wo Afrika den Himmel berührt", nach Bhutan – „das Land des Donnerdrachens" oder zu „ungetrübte(n) Gipfelfreuden" in Chile ... Wenn die fernen Gebirge auf ihre Begehbarkeiten und Tücken hin beschrieben werden, dann geschieht dies meist mit irgendeiner Bezugnahme zur Schweiz: „Auf den Spuren Eduard Imhofs in Osttibet", lautet etwa ein Titel oder in einem Kanadabericht wird hervorgehoben, daß die ersten Bergführer in den Rockies Schweizer gewesen seien. Der Bezug des Fremden zum Eigenen – als Akt der Aneignung – stellt zweifelsohne ein Stück Vertrautheit her.

Neben den aufwendigen Bildreportagen zur Gegenwart figurieren auch Berichte über historische Expeditionen; „Persönlichkeiten aus der Geschichte des Alpinismus" werden vorgestellt. Es werden Erstbegehungen nachvollzogen, von „Alpine(r) Kunst und Kultur" ist die Rede, aber auch von Konflikten zwischen Naturschützern und Bergsportlern. Darüber hinaus finden sich sogar gleichsam volkskundliche Dokumente wie Erfahrungsberichte von Bergpassionierten oder Bergbewohnern, die das Involviertsein der eigenen Biographie in die Bergwelt thematisieren. Diese Artikel füllen vor allem die anspruchsvoller aufgemachten Quartalshefte der Zeitschrift, während die Monatshefte eher über alpenkulturelle Interna informieren. Hier erfahren wir die genauen Daten der Schießübungs, finden Adressverzeichnisse von Berghütten vor, erhalten Informationen zu Belangen des Alpenvereins, über spezifisches Equipment und Literatur oder über Seilknoten, Klettertechniken und Klettermeisterschaften.

Doch auch hier, inmitten des pragmatisch Informativen, finden sich wie in den Quartalsheften Heldenberichte plaziert, zum Beispiel über „Erhard Loretan – Besteiger aller vierzehn Achttausender"[33]. Im Zentrum der Alpen stehen Berge und Männer. Selbstverständlich klettern Frauen immer wieder mal mit. Sie wandern auch und fahren Ski mit roten Backen und glücklichen Gesichtern, wie es die Hochglanzphotos beweisen. Dabei bleiben sie jedoch in der Regel in überschaubar moderaten Höhen und in ihrer Rolle als „freundliche, ehrliche Hüttenwartsgehilfinnen"[34] oder als „Kletterpartnerin für leichte Genusstouren"[35].

In den Monatsheften ist auch der größte Teil der Werbung plaziert: für Seidenschlafsackinlets, Lawinen-Airbags, elektrische Schuhtrockner und weitere Berg-Ausrüstungsartikel, für Hotels, Sonnenschutz, Bücher, aber auch Reise- und Kursveranstalter oder Bergführer, die sich empfehlen.

Schließlich sind da am Ende noch die kleinen Rubriken, die – wie uns schien – gleichwohl über Wesentliches informieren.

Der „Privatmarkt" in den „Alpen"

In einer ersten beschreibenden Annäherung kündet der „Privatmarkt" von der Suche nach Menschen und Dingen:

Suche „Weinetiketten aller Länder, spez. aber CH", „Soldatenmarken", „2 Paar Tourenski", „Botanisier-Büchse", „alpine Briefbeschwerer in galvanoplastischer Wiedergabe nach X. Imfeld, wie Pilatus, Rigi, Mythen, Säntis etc.". „Suche Uhr mit Kompass (...). Ich bin auch an Flugzeugteilen interessiert – aber wegen den Geschichten dazu". (Ein Volkskundler?) „Suche Reisebegleiterin für

Biketour durch Amerika, Neuseeland und Australien". „Berggänger (NR) sucht Partner/in für Bergwandern"; „suche Trainingspartner/innen zwecks Vorbereitung". „Gesucht: Ausgediente Kletterseile für landwirtschaftlichen Gebrauch".[36]

„Suche Holzstich 'Die Rätschenfluh im Hintergrund des Ascharinatals'". „Suche kleine einfache Berghütte", „Dias von Jurakletterei en", „alte Bergbücher". „Suche Angestellte für Berghütte". „Er sucht Sie (25-33) für Skitouren oder Klettern". „Jeune homme cherche jeune fille sportive pour partager des aventures alpines".[37] „Bergsteiger sucht Bergsteigerin für allerlei Bergsport und mehr".[38]

Gesucht werden hier Dinge ästhetischer und solche praktischer Natur sowie Mit-Menschen als Freizeit-BegleiterInnen oder als angestellte Erwerbstätige. Vielfältiges wird gesucht, aber nichts eigentlich „Verlorenes". Dem hingegen soll im folgenden Kapitel nachgespürt werden.

Über die Verselbständigung von Dingen in den Bergen

Eine unauffällige Rubrik

Die Redaktion von „Die Alpen" plaziert in der Rubrik „Verschiedenes" seit 1983 als Dienstleistung für die Mitglieder Such- und Fund-Anzeigen. Jede Anzeige ist mit der Adresse des Einsenders versehen. Die Reichweite der Zeitschrift beschränkt sich auf die Mitglieder und wenige weitere Abonnenten, was auch den Kreis der Anzeigen einsendenden Personen umschreibt. Die Redaktion bekommt, wie jene der ersten Fundsachenanzeiger des 17. Jahrhunderts, nur ganz selten Rückmeldungen – „der Schmerz des Verlustes ist ebenso wenig öffentlich wie das Glück der Rückerstattung".[39] Die Zeitschrift stellt also, wie weiter unten ausgeführt, eine Art virtuelles Fundbüro für das Gebirge dar. Wir haben 27 Hefte von vier Jahrgängen zwischen 1994 und 1999 der deutschsprachigen Ausgabe durchforstet und sind auf 157 Verlust- und Fundanzeigen gestoßen. Nach brieflicher Vorankündigung haben wir stichprobenartig einige Finder und Verlierer telefonisch kontaktiert und sie gebeten, ihre 'Geschichte' des verselbständigten Dinges zu erzählen. Hüttenwarte, die gezwungenermassen die in den 'Zeitscharnieren' der Bergtouren anfallenden Fundsachen verwalten, wurden nicht befragt. Was wir aus der ganzen Bestandsaufnahme herauslesen, muß eher als Metapher für eine bestimmte Dynamik verstanden werden denn als Repräsentativität von der Art des statistischen Rückschlusses auf eine – eben nicht bekannte – Grundgesamtheit.

Der geduldige Finder

Auf dem Gipfel des 4190 m hohen Strahlhorns in den Walliser Hochalpen fand ein Alpinist im Juni 1998, „schön auf einem Stein, gerade auf dem Gipfel selbst" eine geschliffene Sehbrille für Kurzsichtigkeit[40]: „Mir schien es, diese Brille wurde von jemandem hingelegt, vielleicht um eine Foto zu machen oder so. (...) Es ist auch denkbar, daß jemand auf dem Gipfel diese Brille gegen eine geschliffene Sonnenbrille getauscht hat und das Versehen deshalb erst später bemerkt hat."

Die Phänomenologie des Verlustes einer Brille ist tückischer als jene des Verlustes eines anderen Dinges, weil dieses Instrument explizit dem guten Sehen dient. Gut oder scharf sehen ist in der auf visuelle Leistung getrimmten Zivilisation synonym mit den Überblick behalten, und, im Alpinismus besonders wichtig: Vorausblicken. Brillen stellen in den Fund- und Verlust-Anzeigen der „Alpen" die drittgrößte Gruppe von herrenlosen Dingen dar (s.u.), sie werden zudem überwiegend (zu 78%) als gefunden gemeldet: Die Brille ist individualisiert, auf ihren Träger zugeschliffen und deshalb für Finder wertloser als beispielsweise ein Fotoapparat; im übertragenen Sinn signalisiert sie eine Selbstvergessenheit des Verlierers, den der Verlust nur selten zur Hoffnung auf den Erfolg einer aktiven Suche anzustiften scheint.

Unser Brillenfinder rechnete nach, welchen Aufstiegsweg der Verlierer der Brille genommen haben könnte und welche Suchwege dieser einschlagen würde; er zog den üblichsten Aufstieg in Betracht, womit ihm eine Mitteilung an den Hüttenwart der Britannia-Hütte (3030 m) geraten schien. Die amtliche Zuständigkeit für die Gipfel ist, im Gleichgewicht zwischen den Talschaften von Saas Fee und Zermatt, in der Schwebe beziehungsweise aufgehoben: „Wenn man etwas auf einem Berggipfel findet: Auf welchem Polizeiposten soll man es abgeben? Das ist ein fast hoffnungsloser Fall." Die Anzeige in den „Alpen" scheint ihm eine größere Wahrscheinlichkeit zu gewährleisten, daß der Finder, der den Verlierer sucht, diesen findet.

Die Brille hat ihren Eigentümer nicht wieder gefunden, so daß der Finder ein halbes Jahr nach der Anzeige nicht mehr davon ausgeht, daß sich der Verlierer noch meldet. Was soll er nun tun? Darf er sich legitimiert fühlen, dieses für ihn nutzlose Ding zu behalten oder zu vernichten? Im Fall dieser Brille deutet sich an, daß das in dieser Isolierung nutz-und wertlose materielle Objekt doch noch eine verbindende Kraft hat, indem es auf die Gemeinschaft der Alpinisten hinweist: Der Finder sagt: „Ich denke immer, dass eben Leute, die zu Berg gehen, vielleicht in dieser Beziehung noch etwas sensibler oder von der ideellen Einstellung her [etwas anders handeln] als wie wenn jemand etwas einfach hier an der Bahnhofstraße am Boden findet und noch davonkickt. (...) Dass die Leute, die in die Berge gehen, doch noch mit einer etwas besseren Ethik handeln oder versuchen, die Sachen unter die Leute zurückzubringen, als das im Alltag der Fall wäre. Ich hoffe es zumindest." Die Gegenüberstellung des angenommenen Verhaltens im Gebirge zu jenem im Stadtzentrum erhält im Bild des nicht nur achtlosen, sondern verächtlichen Fußtritts einen effektvollen Ausdruck.

Die Analogiehandlung des Verlierers

Die Aussage des im Warten ausdauernden Finders über die besondere „Ethik" der Alpinisten findet sich auch in den Erwartungen jener Berggänger wieder, die auf die Rückkehr eines verlorenen Dinges hoffen. Ein junger Alpinist hat im September 1996 im Klettergebiet Üschinental, im Talschluss von Kandersteg im Berner Oberland, einen Fotoapparat Leica Mini liegengelassen[41]. Dieser war sowohl materiell als auch emotional wertvoll, da er ein Geschenk zu seinem kurz zuvor begangenen 20. Geburtstag war. Wieder hochsteigen war nicht möglich, und er vertraute dem Bericht anderer Kletterer, die dabei waren,

als drei Personen den Apparat aufgenommen hätten, „ein Mann mit Bart und zwei junge Frauen". Diese hätten gesagt, sie würden es in den „Alpen" ausschreiben. So konkret und hoffnungsvoll diese Schilderung ist, die erwartete Fundausschreibung erfolgte nicht. Auch die im Abstand von drei Monaten in der Zeitschrift plazierte Verlustanzeige änderte es nicht; die Mitteilung der Fabriknummer darin wirkt wie veräußerlichter Beweis für die Zugehörigkeit des Apparates zum Beschenkten. „Ein bitterer Geschmack" bleibe übrig, nachdem ihm ein halbes Jahr vor diesem Verlust in den französischen Alpen bereits der ganze Rucksack gestohlen worden war, während er in einem Bergsee badete. Vor solchen Erfahrungen mutiert jeder Finder rasch in einen Dieb, vor allem aber verliert das Gebirge seine Aura des die Sitten läuternden und die Ethik stärkenden Raumes, der ihm, erstmals von Albrecht von Haller[42] ausgesprochen, zugeschrieben wird.

Die Eltern des Verlierers fanden kurz nach dem Verlust des Fotoapparates auf der Straße im Stadtzentrum von Bern eine „schöne" Damenuhr und brachten sie sofort zum Fundbüro. Dieser Zufallsfund wurde zu einer auf die Finder des Fotoapparates zielenden, beschwörenden Analogiehandlung des „korrekten" Findens: „Vielleicht denken die anderen dann auch daran." Die Uhr wurde auch nach einem Jahr nicht abgeholt und fiel dann von Amtes wegen an den Finder. Von der in den Bergen verlorenen Kamera fehlt bis heute jede Spur.

Das flüchtige Ding

Der Finder eines Seiles[43], das im Zustieg zu den Wendenstöcken (3042m) im östlichen Berner Oberland einen Winter überdauert hat, erinnert sich, daß er einmal einen Gegenstand schon eine Stunde nach dem Verlust nicht mehr finden konnte. Die „verhexte" Flüchtigkeit der Dinge im Gebirge, vom kleinen abhängigen Objekt bis zur ganzen Viehherde[44] und das Gefühl der Demütigung noch mehr als des Schmerzes der Trennung, das es dem Verlierer zufügt, geht unkontrollierbar über in Ärger, den der aktiv Suchende empfindet, wenn es trotz seiner Sperrigkeit fast spurlos verschwindet. So im Falle des Verlusts von sechs Paar Skiern, den eine Tourengruppe im März 1997 aufgrund eines Lawinenunglücks am Madone (2710m) im Valle Leventina (Tessin) erlitten hat[45]. Der Anlaß war für den Tourenleiter Grund genug, das verschüttete Material nach der lange verzögerten Schneeschmelze im Sommer an dem dank der Unfallaufnahme präzis bekannten Ort des Geschehens zu suchen. Es fand sich nichts mehr, und auch die Anzeige in den „Alpen" vom November war ohne Erfolg.

Die aktive Suche ist aufwendig und dieser Aufwand wird in den mündlichen Äußerungen von verschiedenen, beiläufig befragten Bekannten gegen den Wert des Gegenstandes aufgerechnet. Die Suche nach Material wie die soeben beschriebene erfordert einen ganzen Tag: „Wir sind hochgegangen, haben abgesucht und sind wieder abgestiegen und nach Hause. Diese Zeit wirft man nicht einfach auf, ich habe noch anderes zu tun als das." Die Tatsache, daß der Verlust aus einer Unglückssituation resultiert, dürfte der moralische Antrieb für die Anstrengung gewesen sein. Rückfragen bei „offiziellen" Stellen – Polizei und Armee – haben am hexerischen Verschwinden der Skier und anderer Ausrüstungsstücke nichts geändert. Indizien wurden festgehalten: Eine teure Sonnenbrille war verschwunden, während die Reste der billigen noch herumlagen. Der Ärger kann schließlich nicht anders als in Verdächtigungen umschlagen, die alle, die das Gebiet um den Lago Tremorgio begehen, vom Militär bis zu den Wanderern, umfassen muß.

Eine virtuelle Sammlung

Wir haben die in der Zeitschrift annoncierten, gefundenen und verlorenen, aber auch die geliehenen oder verwechselten Objekte nach Art und Häufigkeit ihres Auftretens zusammengefasst. Die Fund- und Verlustdaten reichen vom Mai 1994 bis zum Februar 1999; die Fundmeldungen verhalten sich zu den Verlustmeldungen fast 2:1 (63:37), einschließlich den unter letzteren subsumierten, „vermisst-", „verwechselt-" oder „entwendet?"-Meldungen. In einer Anzeige können mehrere Dinge genannt sein, von denen jeweils das wichtigste – „Rucksack", ohne Auflistung des Inhalts – erwähnt wird, oder ein Sammelbegriff angewendet wird :„Material" für verschiedene Kletterutensilien.

25 Fotoapparate mit verschiedenen Spezifikationen, darunter materiell oder emotional wertvolle wie eine Leica oder einer mit Aufnahmen aus der Eigernordwand
21 Armbanduhren, Damen-, Herren-, davon vier mit Höhenmesser, eine mit Kompass; in einem Fall wurde ein Finderlohn ausgesetzt
14 Brillen, mit Korrekturgläsern, normale und geschliffene Sonnenbrillen, vier davon in Etuis
9 Ferngläser, meist hochwertig, fünf davon in Etuis
9 Material für Klettern wie Karabiner, Achter, Expressschlinge, Klettergurt, Eishammer, etc.
8 Bergseile, auch Halbseile, 40-60 Meter lang
7 Schuhe, sechs Paare Berg-, Schalen- und Kletterschuhe sowie ein linker Trekkingschuh
4 Lawinensuchgeräte. Eines davon erscheint auf der gleichen Seite in der Fundsachen-Rubrik wieder; eines wurde übungshalber vergraben und nicht mehr gefunden.
4 Pickel, davon einer mit eingravierten Initialen
4 Höhenmesser, in einem Fall mit ausgesetztem Finderlohn
3 Steigeisen
3 Kletterhelme
3 Pullover
3 Schlaf- und Biwaksäcke
3 Schlüsselbunde von Auto-, Haus- und anderen Schlüsseln
2 Eheringe
2 Faserpelzjacken
2 Fotofilme, davon einer belichtet
2 Rucksäcke mit Inhalt
2 Skier, in einem Fall sechs Paar, die bei einem Lawinenunfall verloren gingen
2 Skistock-Paare
Einzeln: Geldbeutel, Kletterführer, Kompass, Taschenmesser, Sandalen, Stirnlampe, Taschenapotheke, Thermosflasche, T-Shirt

Faßt man die Dinge dieser streng numerischen Aufzählung in Gruppen gemäß Anwendung zusammen, so verstärkt sich die Präsenz der wertvollen Geräte noch. Wir geben die Verhältnisse in Prozent der Gesamtzahl der Such-Akte.

1. Bergtechnisch funktionales Material (Klettermaterial, Bergseil, Lawinensuchgerät, Pickel, Steigeisen, Kletterhelm, Biwaksack, Skis und Stöcke, Stirnlampe, Taschenapotheke)	28%
2. Persönliche Wertsachen mit Orientierungsfunktionen (Uhr, Höhenmesser, Kompass)	18%
3. Kleidungsstücke (Schuh, Pullover, Faserpelzjacke, Sandalen, T-Shirt)	10%
4. Optische Geräte (Fotoapparat und Film, Brille, Fernglas)	36%
5. Persönliche Dinge (Ehering, Schlüsselbund, Rucksack, Taschenmesser, Kletterführer, Geldbeutel, Thermosflasche)	8%

Es fällt auf, daß nahezu die Hälfte der Meldungen (4.-5.) Wertsachen betreffen, deren Verfügbarkeit für die Besteigung technisch nicht unerläßlich ist.

Auch wenn wir die zahlenmäßige Dominanz von Fotoapparaten und Ferngläsern zugunsten einer qualitativen Lesart relativieren müssen, erscheinen uns diese klar als Leitfossilien eines visuell orientierten Alpinismus. Sie verselbständigen sich mit Vorliebe an Samstagen und Sonntagen, auf die die Hälfte aller Verlust- und Fundberichte datiert ist. Die zweitgrößte Gruppe der verselbständigten Objekte stellen Armbanduhren: Uhren können als unerläßlich für die Zeitdisziplin im Gebirge betrachtet werden, außerdem haben sie oft nützliche weitere Orientierungsfunktionen, wenn sie über einen integrierten Kompaß oder Höhenmesser verfügen. Wegen dieser Performanz sind sie in hybrider Weise funktionales Objekt und Wertsache: Auf der Bergtour sind sie Orientierungsinstrumente, im Alltag personalisierte Dinge mit Kleidungs- und Schmuckstatus.

Der zahlenmässig starke Auftritt von Wertsachen ist eine Grundtatsache, die nicht aus einer stärkeren Nachfrage z.B. von Verlierern zu erklären ist. Die betrachteten Anzeigen gestatten beispielsweise die Feststellung, dass Wertobjekte mit einer Proportion von 60:40 „gefunden/verloren" nur wenig schwächer als jene des funktionalen Materials (62:38) unter den Fundsachen figurieren.

Bergtechnisches Material, namentlich Seile, Skifelle und Harscheisen, wird überdurchschnittlich als gefunden gemeldet; die Sorge der Verlierer scheint hier geringer, da sie ohne allzu großen finanziellen oder emotionalen Aufwand ersetzbar sind. Wieviel persönliche Effekten auf den Berghütten liegenbleiben, kann aufgrund des Auftauchens von Kleidungsstücken nur erahnt werden. Essentielle, physisch individualisierte Ausrüstungsstücke wie Schuhe werden überwiegend als „verwechselt" gemeldet; anders als bei Jacken spielt der Komfort für die Bergtour eine Rolle, da Blasen an den Füssen eine ganz erhebliche Beeinträchtigung bis hin zur Erzeugung von subjektiver Gefahr bewirken können.

Schätzungsweise die Hälfte der beschriebenen Orte der Verselbständigung von Dingen befindet sich in der Gipfelregion, ein Drittel auf Wegen von oder in diese, der Rest in Klettergebieten oder -„gärten". Die Wege zum und vom Hochgebirge – oft handelt es sich um „banale" Orte wie Parkplätze, aber auch Tal- und Alpwege – sind eine ausgeprägte „Fundregion", während die oft zivilisationsnahen Klettergärten eher eine „Verlustregion" darstellen.

Versuch einer Phänomenologie des verselbständigten Dinges

Welche Interpretationen läßt unsere Bestandsaufnahme der Nichtigkeiten und Flüchtigkeiten zu? In seiner Abhandlung über die Psychopathologie des Alltagslebens[46] sieht Sigmund Freud die Handlungen des Vergessens, Versprechens und Vergreifens als Konkretisierungen unbewußter Neigungen. Verlieren – und symmetrisch dazu gedacht, Finden[47] – können nach ihm als Zufallshandlungen betrachtet werden, d.h. als Handlungen, die unauffällig sind und sich nur wenig störend auswirken[48]. „Es ist tröstlich zu denken, daß das 'Verlieren' der Menschen in ungeahnter Ausdehnung Symptomhandlung und somit wenigstens einer geheimen Absicht des Verlustträgers willkommen ist"; das Verlieren kann, so Freud, Ausdruck sowohl der Geringschätzung eines Gegenstandes sein als auch im Dienste unbewußter Regungen stehen und Opfercharakter haben.[49]

In seinem Brücken schlagenden Aufsatz über das Verlieren und Finden versteht Utz Jeggle[50] den Gegenstand empathisch, als das „Ding" in seiner emotionalen Angehörigkeit, das einen Wert über seine Funktion und sein Material hinaus hat. Er folgert, daß „Verlieren und Finden existentielle Lebensbezirke bestimmen", daß wir uns heute aber in einer „Post-Freud-Phase" befinden, „in der die Dinge nur noch teilweise die Kraft haben, unbewußten Wünschen ein Gesicht zu geben und Ausdruck zu verleihen". Gleichzeitig erweisen sich für ihn Verlieren und Finden als „eine Doppelbewegung, die soziale Seiten von menschlicher Kooperation festhält, Solidarität auch mit Unbekannten entwickelt und Respekt vor fremdem Eigentum lehrt und damit zugleich einen Beitrag zum Zivilisierungsprozeß leistet".[51]

Sind Verlieren und Finden im Gebirge anders als in der Stadt? Auch im heute vergleichsweise erschlossenen Hochgebirge der Alpen ist die Rückkehr eines verlorenen oder gefundenen Objektes zu seinem Besitzer ebensowenig garantiert wie in der Stadt. Als ein Geschehen außerhalb vom Raum und Zeit des städtischen Alltags hat das Verlieren in der Gipfelregion allerdings eine andere Qualität. Die Beziehungen sowohl des Verlierers als auch des Finders zum Ding sind in den Bergen vermutlich enger als in der Stadt: Das Gewicht des auf eine Gipfeltour mitgetragenen Besitzes hat eine auf Erfahrungswerte gestützte klare Obergrenze, die Auswahl bewertet die Dinge, die „mitkommen" müssen und dürfen. Es gibt im Gebirge außerdem keine klar definierte Institution, die sich der herrenlosen Objekte als Vermittlerin annimmt; es gibt keinen konventionellen physischen Aufbewahrungsort wie ein Fundbüro. Die Verlust- und Fundanzeigen bezeichnen somit einen virtuellen Ort mit einer Sammlung von Dingen.

Asymmetrischer als im städtischen Zusammenhang ist in den Bergen das Verhältnis zwischen Finder und Verlierer: Der Finder muß wesentlich weiter als zur nächsten Amtsstelle „gehen", um den Verlierer ausfindig zu machen. Solange er dies nicht aktiv unternimmt, bleibt die Grenze zwischen Finden und Aneignen, zwischen legitimem und unerlaubtem Besitz, zu seinen Ungunsten gezogen. An Orten, wo Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit und gegenseitige Hilfe die implizite Ethik des Alpinismus begründen, werden besonders hohe Erwartungen an den Umgang mit „verselbständigtem" Eigentum gestellt. Vielleicht darf man die Zweidrittelmehrheit der Fundanzeigen als Ausdruck dieser Norm lesen.

Welche Bedeutungen können wir aus dem Verlust von Dingen im Gebirge noch herauslesen? Das im Gebirge verlorene ist nun nicht nur, mit Jegglescher Empathie gedacht, das verstoßen gekränkte, sondern ebenso das verselbständigte, befreite Ding. Damit „erlebt" es eben jene Freiheit[52], den der Alpinismus in der Höhe vermutet und sucht, ungeachtet der realen Einschränkungen durch die Anforderungen an Material, Fertigkeiten und Disziplin. Es signalisiert mit seiner Verselbständigung aber auch die Grenze des Machbaren. Jean Baudrillard deutet die Trennung vom Ding – als dem emotional angeeigneten Gegenstand – als symbolische Evozierung des eigenen Todes[53]; das Ding, das sich im Gebirge verselbständigt, spricht in seiner Trennung von uns etwas von der Todesgefahr aus, in die wir uns in der Gipfellandschaft begeben. Wenn wir hier Freuds Hinweis auf das Verlieren als Opfer wiederaufgreifen, müßten wir die Trennung vom Besitz als den stellvertretenden Akt für den Untergang des Alpinisten am Berg deuten, den Preis für das eigene Entrinnen aus der Gefahr am Rande der Welt und des Reiches des „Ganz Anderen", die so viele im Gebirge erfahren wollen. Nicht nur wird ein in den Bergen verlorenes Ding unter solchen Voraussetzungen nicht mehr gesucht, sondern es darf nicht mehr gesucht werden, weil die Wiederaneignung des Opfers unheilvoll wäre. Die Unauffindbarkeit, einerlei ob heimlich gewollt oder manifest erlitten, läßt das verlorene Ding in der Berglandschaft, aus der wir uns wieder zurückziehen, verschwinden und mit ihr verschmelzen; die mit dem Verlust verbundenen Gefühle muten uns dann aus der ganzen Landschaft und ihrer Atmosphäre[54] an, die Erinnerung an sie ist datiert mit dem Verlustakt. Der Zufallsfund hat im Vergleich dazu eine andere Perspektive; er öffnet dem Finder den Blick in eine andere Berggängergeschichte, in die einzudringen seinem Handeln und weiteren Zufällen in der virtuellen Welt der Verlustanzeigen überlassen ist. Die Welten von Verlierer und Finder verhalten sich somit, entgegen der Annahme von Freud unter dem Aspekt der Symptomhandlung, in vieler Hinsicht asymmetrisch zueinander.

Anmerkungen:

1 Bromberger, Christian (éd.): Passions ordinaires. Du match de football au concours de dictée. Paris 1998: Bayard, p. 37. – Zur Bedeutung der im Deutschen nur umschreibend wiedergebbaren Formulierung der *passions ordinaires* vgl. ebd., p. 23.
2 Ebd., p. 38.
3 Vgl. Corbin, Alain: La fatigue, le repos et la conquête du temps. In: ders. (éd.): L'avènement des loisirs 1850-1960. Paris 1995, pp. 276-298; hier p. 288; Joffre Dumazedier: Révolution culturelle du temps libre 1968-1988. Paris 1988, p. 26; Ulrich Beck: Risikogesellschaft. Frankfurt/M. 1986, p. 230.
4 Vgl. C. Bromberger (wie Anm. 1), p. 10.
5 Vgl. ebd., p. 23, p. 38.
6 Böhme, Hartmut: Höhe und Tiefe: herausfordernde Raumachse. Die Gebirge und die Kultur. In: Neue Zürcher Zeitung Nr. 259 vom 5./6. November 1994, S. 65-66; hier S. 65.

7 Vgl. C. Bromberger (wie Anm. 1), p. 22.
8 Oswald, Friedrich: Lombardische Streifzüge. I. Über die Alpen (1841). In: Friedrich Engels. Schriften 1839-1844 (MEW, Ergänzungsband, 2. Teil). Berlin 1967, S. 150-160; hier S. 150.
9 Eine interessante und im historischen Zusammenhang der 1930er und 40er Jahre zu situierende Quelle zu diesem Aspekt sind die Arbeiten des Schweizer Geographen Emil Egli zu den „geopsychischen" Zusammenhängen zwischen Mensch und (Alpen-)Landschaft in der Schweiz. Vgl. etwa ders.: Der Schweizer in der Landschaft (1942). In: ders.: Mensch und Landschaft. Kulturgeographische Aufsätze und Reden. Zürich, München 1973, S. 3-22.
10 Löfgren, Orvar: The Nationalization of Culture. In: Ethnologia Europaea XV/1985, S. 5-24.
11 Anker, Daniel: Mordwand Eigernordwand. In: Die Weltwoche vom 20.8.98, S. 29.
12 Vgl. Bamert, Franz: Vielleicht auch nur eine Flucht. 35'000 Hirtinnen und Sennen zieht es jetzt wieder in die Berge. In: Die Weltwoche Nr. 23 vom 4.6.98, S. 71.
13 Ein Zitat des in Anm. 9 erwähnten Geographen und Jungianers Emil Egli läßt sich hier nicht verkneifen: „Sozusagen jeder Bewohner unseres Landes, lebe er im Jura, Mittelland oder Alpental, hat vor seinen Fenstern oder auf der nächsten Anhöhe, die er zum Feierabend erwandert, ein Landschaftsbild, dessen Vordergrund ihm die produktive, gütige Erde und dessen Hintergrund die unumgestaltbare, harte Alpenkrone zeigt. Die Symbolhaftigkeit dieses unseres idealen Landschaftsbildes erscheint so oft im Bewusstsein des Schweizers [...], dass die Vermutung eines Einflusses auf den inneren Menschen nahe liegt." Ders.: Der Schweizer in der Landschaft, S. 21.
14 Gsteiger, Fredy und Bernd Loppow: Das Gipfeltreffen. Von Zermatt nach Breuil-Cervinia. In: Die Zeit Nr. 8 vom 18. Februar 1999, S. 51-53; hier S. 51.
15 Vgl. u.a. D'Anna-Huber, Christine: Es wird eng im Alpenraum. Die Rückkehr der Grossraubtiere Luchs, Wolf und Bär in den Kanton Wallis weckt Ängste. In: Die Weltwoche Nr. 40 vom 1.10.1998, S. 27; Gérard Nirascou: Le retour des bêtes sauvages. In: Le Figaro, 4.4.99, p. 13.
16 C. D'Anna-Huber, ebd., S. 27.
17 Vgl. Kos, Wolfgang: Die Verkleinerung der Alpen. Am Beispiel der touristischen Eroberung des Semmeringgebietes im 19. Jahrhundert. In: Distel. Kulturelemente 3-4/1990, S. 46-55; hier S. 48-50.
18 Ebd., S. 49.
19 Vgl. Preiswerk, Yvonne et Bernard Crettaz (éds.): Le pays où les vaches sont reines. Genève 1986.
20 Vgl. Bolle-Zemp, Sylvie: Le réenchantement de la montagne. Aspects du folklore musical en Haute-Gruyère. Bâle 1992, pp. 56-76.
21 Adalbert Stifter: Der Nachsommer (1857). Leipzig o.Jg., S. 448f.
22 Vgl. Béatrice von Matt: Berg-Realitäten. In: NZZ vom 5./6. November 1994, S. 65, sowie dies.: Alpenpanorama. In: ebd., S. 67; Andreas Breitenstein: Der Ruf der Berge. In: ebd., S. 66.
23 Zitiert nach Oelz, Oswald: Von der Angst in den Bergen. In: NZZ vom 5./6. November 1994, S. 69.
24 Rauch, André: Les vacances et la nature revisitée. In: Alain Corbin (éd.): L'avènement des loisirs 1850-1960. Paris 1995, pp. 83-117; ici p. 104.
25 Vgl. ebd.
26 E. Egli (wie Anm. 9), S. 20.
27 Lipp, Wolfgang: Alpenregion und Fremdenverkehr. In: Zeitschrift für Volkskunde 1/1993, S. 49-62; hier S. 50.
28 Raffestin, Claude: Pour une géographie du pouvoir. Paris 1980, p. 130.
29 Jaunin, Françoise: Jedem sein Gebirge. In: Die Alpen 3/1995, S. 122-128; hier S. 122.
30 Vgl. Scharfe, Martin: Oben drüber. Neue Erfahrungen mit den Alpen in der Frühzeit des Automobils. In: Geschichte und Region / Storia e regione (Bozen) 2/1993, S. 145-164.
31 F. Jaunin (wie Anm. 29), S. 122.

32 Chiva, Isac: Die unsichtbare Schweiz oder die Schweiz als Metapher. In: Paul Hugger (Hg.): Handbuch der Schweizerischen Volkskultur. Bd. 3. Zürich 1992, S. 1503-1508; hier S. 1506.
33 Die Alpen 71(12) 1995, S. 532-536.
34 Die Alpen 71(12) 1995, S. 576.
35 Die Alpen 72(4) 1996, S. 6.
36 Alle aus Die Alpen 72(1) 1996, S. 6.
37 Alle aus Die Alpen 73(1) 1997, S. 6.
38 Alle aus Die Alpen 74(1) 1998, S. 6.
39 Jeggle, Utz: Verlieren und Finden. Seelen- und sachkundliche Präliminarien zur Geschichte von Fundanzeigen und Fundbüros. In: Historische Anthropologie 1/1998, S. 132-150; hier S. 139.
40 Fundanzeige Brille vom Juli 1998, nach Telefoninterview mit Finder vom 22.1. 1999.
41 Verlustanzeige Leica Mini vom September 1996, nach Telefoninterview vom 27.1. 1999.
42 Dazu Groh, Ruth und Dieter Groh: Weltbild und Naturaneignung. Zur Kulturgeschichte der Natur. Frankfurt/M. 1996 [1991], S. 119f.
43 Fundanzeige 60m-Einfachseil vom Mai 1998, Telefoninterview vom 27.1. 1999.
44 Vgl. Senti, Alois: Sagen aus dem Sarganserland. Basel 1974, S. 464f.
45 Verlustanzeige 6 Skier mit Fellen vom März 1997, Telefoninterview vom 14.1. 1999.
46 Freud, Sigmund: „Symptom- und Zufallshandlungen", in ders.: Zur Psychopathologie des Alltags. Imago Publishing, London 1941 (Monatsschrift für Psychiatrie und Neurologie Nr. 10, 1-2/1901).
47 Ebd., S. 232, bezugnehmend auf einen von ihm auszugsweise zitierten Aufsatz von Otto Ranke in: Internationale Zeitschrift für Psychoanalyse III, 1915 [ohne Seitenangaben]: „Das Verlieren als Symptomhandlung". In: Zentralblatt für Psychoanalyse I (10-11): „Interessant ist es dann, wenn er hinzufügt, dass manchmal nicht nur das Verlieren, sondern auch das Finden von Gegenständen determiniert erscheint."
48 S. Freud (wie Anm. 46), S. 212.
49 Ebd., S. 230f.
50 U. Jeggle (wie Anm. 39).
51 Ebd., S. 149f.
52 Vielleicht hat hier unter den neuesten Aktivitäten das Netzsurfen die engste Verwandtschaft mit dem Alpinismus: Die Bewegung im virtuellen Raum „Welt" statt „Gebirge" trägt das Attribut der „Freiheit"; eines Freiheitsbegriffs, der allerdings aufgrund der Art, wie er ökonomisch und ideologisch konstruiert und propagiert ist, ebenso hinterfragt werden muß wie das beim Alpinismus bereits geschehen ist. Vgl. Lucien Sfez: Transparenz statt Gleichheit, Netzzugang statt Freiheit In: Le Monde diplomatique (deutsch) Nr. 5, 4/1999, S. 22-23.
53 Baudrillard, Jean: Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen. Frankfurt/M. 1991, v.a. S. 122ff., „Gegenstand und Zeit". (Le système des objets, Gallimard, Paris 1968).
54 Vgl. Böhme, Gernot: Atmosphäre. Essays zu einer neuen Ästhetik. Frankfurt/M. 1995, v.a. S. 33f.

Adressen der Autoren:

Dr. Johanna Rolshoven
Ethnologisches Seminar
Route des Bonnesfontaines 11
CH-1700 Fribourg

PD Dr. Justin Winkler
case postale 319
CH-2013 Colombier

Martin Scharfe

Erste Skizze zu einer Geschichte der Berg- und Gipfelzeichen

Das Thema

Als Caspar David Friedrich im Jahre 1808 das Altarblatt des Tetschener Altars gemalt und gestaltet hatte – das 'Kreuz im Gebirge', in Millionen von Postkartendrukken verbreitet, wird heute meist als harmlos-romantisches, ja 'kitschiges' Bildchen empfunden –, da gab es Aufregung und im sogenannten Ramdohr-Streit eine heftige öffentliche Kontroverse (ob ein Landschaftsbild als Altarbild einer christlichen Kapelle tauge, war die eine Frage, die andere: ob es erlaubt sei, statt des real Gekreuzigten nur ein Zitat – nämlich das Bild eines Bergkreuzes – in die Kirche zu stellen; und die dritte Frage betraf die ästhetische Zulässigkeit der ohne Vordergrund auskommenden kühnen Perspektive direkt auf den Gipfel: wie wenn der Maler nur wenige Schritte entfernt auf einem Zwillingsgipfel stünde) – eine Kontroverse, die wohl nicht zuletzt aus Ahnungen eines rapiden Glaubenszerfalls ihre Heftigkeit bezog. Als aber auf den Alpengipfeln etwa ab der Wende zum 19. Jahrhundert (also gleichzeitig!) wirklich Bergkreuze aufgerichtet wurden – und zwar *systematisch* auf den Gipfeln als den *topographisch höchsten Stellen* und nicht nur fallweise auf 'heiligen' Erhebungen und Wallfahrtsbergen (wie etwa dem Hocheck am Watzmann) –: da erregte das so wenig Aufsehen, daß man die Frühgeschichte der Gipfelkreuze zu rekonstruieren heute große Mühe hat. Die Neuerung fiel offenbar nicht auf; die Menschen nahmen sie 'zur Kenntnis' mit jener bekannten gelangweilten Miene – als sei es nie anders gewesen. Das 'Kreuz im Gebirge' aber *war* eine neue Kulturgebärde; sie zeigt einen wichtigen Spreizschritt zur Moderne hin an. Gleichwohl gibt es auch in der Kulturwissenschaft Volkskunde – eben wie in der Alltagskultur – keinerlei nervösen Ausschlag, keinerlei Aufregung: es ist ein entschlafenes Thema; oder sollte man lieber sagen: ein schlafendes Thema, das sich wecken läßt?

Die Kulturwissenschaft Volkskunde ist eine Wissenschaft von den kulturellen *Zeichen* und von den *Kulturgebärden* (Friedrich Sieber), vom kulturellen *Ausdruck* (da gilt es den Ansatz von Ludwig Klages wieder zu entdecken), von der Kultur als einer *Zeichensprache der Affekte* (um den Ansatz Friedrich Nietzsches anzudeuten): das Thema der Berg- und Gipfelzeichen theoretisch und methodisch zu legitimieren bedeutet keine große Anstrengung – wohl aber ist es aufwendig, die reale Geschichte der Berg- und Gipfelzeichen zu dokumentieren. Deshalb biete ich an dieser Stelle nur eine *Skizze*, welche einige wenige Hauptaspekte und Hauptentwicklungen wenigstens andeutet und behauptet ohne

Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung
Herausgegeben von der Hessischen Vereinigung für Volkskunde
Geschäftsstelle der Vereinigung und Redaktion:
D-35037 Marburg, Biegenstr. 9

Redaktion Berichte, Rezensionen:
Andreas C. Bimmer, Siegfried Becker

Umschlagabbildung:
Die Umrandung des Midagrawingletschers, Gemälde von Ernst Platz
(Zeitschrift des Deutschen und Österreichischen Alpenvereins, 1912)

Anschriftenänderungen, Abonnements und Einzelbestellungen
auch älterer Bände über Jonas Verlag

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Berg-Bilder: Gebirge in Symbolen – Perspektiven – Projektionen /
hrsg. von der Hessischen Vereinigung für Volkskunde durch Siegfried Becker
und Claus-Marco Dieterich ... – Marburg: Jonas-Verl., 1999
(Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung; Bd. 35)
ISBN 3-89445-255-2

© 1999 Jonas Verlag
für Kunst und Literatur GmbH
Weidenhäuser Straße 88
D-35037 Marburg

Druck Fuldaer Verlagsanstalt
ISBN 3-89445-255-2
ISSN 0175-3479

HESSISCHE BLÄTTER FÜR VOLKS- UND KULTURFORSCHUNG

Neue Folge der Hessischen Blätter für Volkskunde

Band 35

Berg-Bilder

Gebirge in Symbolen – Perspektiven – Projektionen

Herausgegeben
von der Hessischen Vereinigung für Volkskunde
durch
Siegfried Becker und Claus-Marco Dieterich

Marburg 1999

Jonas Verlag