

## Weder Objekt noch Fetisch

**In den Bergen unterwegs zu sein, ist gut für mich. Nicht in den Bergen unterwegs zu sein, ist gut für andere und die Natur ganz allgemein. Was also soll ich tun? Wie soll ich mich verhalten – meinen Mitmenschen und der Berg-Natur-Kultur-Landschaft gegenüber?**

**Tom Dauer sucht Antworten.  
#inunsrernatur 6**

Wovon reden wir, wenn wir von Natur reden? Oder anders gefragt, wie ich letztsens zufällig las, als ich in Ludwig Hohls 1972 erschiener Gedankensammlung „Von den hereinbrechenden Rändern“ schmökerte: „Natur, Natur! Aber was ist Natur? Die Tiere kennen so etwas nicht. Es ist eine Vereinbarung, zu sehen; ein Bild.“

Wenn dem so ist, und ich glaube es fest, dann bewegen wir uns nicht nur auf wirklichen Bergen, sondern auch in einem von uns geschaffenen Werk, das Schicht um Schicht gezeichnet wurde und wird. Im 18. Jahrhundert etwa sah man die Alpen als reine und menschenleere Wildnis, obwohl sie das spätestens seit dem Mittelalter nicht mehr waren. Ihre Gipfel galt es zu erobern. 100 Jahre später war das erledigt, woraufhin die Gebirge großflächig mit Infrastruktur ausgestattet und zum Sehnsuchts- und Erholungsort vieler wurden. Das ist die städtische Sichtweise. Eine ursprünglich bäuerlich geprägte Alpenkultur sah dagegen keinen Sinn darin, auf Berge zu steigen – und wenn, dann für Geld, wie es die Jäger, Schmuggler und Bergführer taten. Ansonsten meisterte man die Natur, wo dies möglich war, und mied sie, wo sie übermächtig schien. Naturschutz bedeutete, den Menschen vor Unbill zu bewahren.

Diese Sichtweise verkehrte sich in ihr Gegenteil, als die Städter es sich in Folge der Industrialisierung leisten konnten, alpine Landschaften nicht mehr als magere Ressource oder gar als nutzlos, sondern als schön und schützenswert zu betrachten. Sowohl das touristische als auch das ökologische Bild der Alpen beruhte auf einem Missverständnis: Was man erhalten wollte, war nicht Natur, sondern Kultur – außer im alpinen Ödland. An diesem gab es kein ökonomisches Interesse, weshalb der organisierte Naturschutz dort ab Ende des 19. Jahrhunderts Flächen aufkaufen und unter Schutz stellen konnte. Welche Landschaften eingeehgt wurden, hing vom Goodwill der Grundbesitzer ab; eine Systematik gab es nicht. Erst als die ökologische Krise in den 1970er-Jahren ins öffentliche Bewusstsein drang, erschloss der Naturschutz auch tiefere Lagen für seine Form der Nutzung – der Mensch stellt die Natur ins Museum und legt fest, wer sie wann und wie betreten darf.

Heute sind nach Angaben des Netzwerks Alpiner Schutzgebiete (Alparc) rund 28 Prozent der Alpen als schützenswert ausgewiesen. Das macht etwa 1000 Schutzgebiete verschiedener Art und Verbindlichkeit. Der reine Naturschutz hat in diesen Reservaten weitgehend ausgedient. Seine Grundannahme, die Natur sei zu einem historischen Zeitpunkt so gewesen, wie sie fortan bleiben sollte, hat sich als schräges Bild erwiesen. Moderner Umweltschutz berücksichtigt die Interessen der Land-, Alm- und Forstwirtschaft, der Jagd, der lokalen Bevölkerung. Das ist nachhaltig, weil die Alpen so zum Lebens- und Wirtschaftsraum werden – und nicht zur Projektionsfläche weltfremder Romantiker, die eine nie dagewesene Idylle zu erhalten trachten.

Leider hat es der Alpinismus in seinen Spielformen inzwischen gut 150 Jahre lang versäumt, seine Rolle im Multifunktionsraum Alpen darzulegen. Das mag daran liegen, dass er einerseits das Schöne, Wilde und Erhabene feiert – auch wenn dieses nur als Illusion existiert –, dieses Schöne, Wilde und Erhabene zugleich aber auch am eigenen Leib und immer wieder erfahren will. Alpinismus ist daher weder Fisch noch Fleisch. Er will die Natur in gleichem Maße schützen, wie er sie nutzen will. Sein Bild der Berge ist im schlechtesten Fall verschwommen, im besten Fall mehrdeutig. Daher hat er im großen und anhaltenden Konflikt handfester ökonomischer Interessen – alle wollen an den Bergen was verdienen – einen schwachen Stand.

Das ist schade, denn der Alpinismus hätte gute Argumente. Er sieht die Natur nicht als Ressource – auch Bergführer und Profibergsteiger sind nicht an ihrer Ausbeutung interessiert, wäre ja doof. Er sieht sie aber auch nicht als idealisierte Konserve. Alpinismus denkt Natur weder als Objekt noch als Fetisch, sondern als Ganzes. Alpinisten erfahren Natur wiederholend, sich vertiefend, sinnlich, körperlich und gestalten dabei ein Bild, das sich wie die Natur selbst ständig verändert. Alpinisten anverwandeln sich Natur. Sie wird ihnen äußere und innere Heimat. Die Welt bräuchte nicht weniger, sondern mehr von uns. ■



**Tom Dauer**  
Autor, Regisseur,  
Bergsteiger.

**Generation Zukunft.** In der nächsten Ausgabe geht es darum, wie die jungen Bergsteiger\*innen den Alpinismus betrachten und verändern.

**PTBS.** Thomas Blum und Christian Mikutta über die Posttraumatische Belastungsstörung im alpinen Rettungsdienst.



**bergundsteigen** Jahrgang 31, Auflage: 26.100 Stück  
**Herausgeber** Deutscher Alpenverein, Schweizer Alpen-Club SAC, Alpenverein Südtirol, Österreichischer Alpenverein  
**Medieninhaber** Österreichischer Alpenverein, ZVR 989190235, Olympiastraße 37, 6020 Innsbruck, Fon +43 512 59547-30, redaktion@bergundsteigen.at  
**Redaktion** Gebhard Bendler – Chefredakteur, gebhard.bendler@alpenverein.at, Dominik Prantl, Alexandra Schweikart, Onlineredaktion Simon Schöpf, www.bergundsteigen.blog, www.facebook.com/bergundsteigen.at  
**Redaktionsbeirat** ÖAV – Michael Larcher, Gerhard Mössmer, Markus Schwaiger, Georg Rothwangl / DAV – Andreas Dick, Julia Janotte, Stefan Winter, Markus Fleischmann / SAC – Marcel Kraaz / AVS – Stefan Steinegger  
**Anzeigen** inserate@bergundsteigen.at  
**Abonnement** € 34 / Österreich € 30, vier Ausgaben (März, Juni, September, Dezember) inkl. Versand und Zugang zum Online-Archiv auf www.bergundsteigen.at  
**Abowerwaltung** Theresa Aichner, abo@bergundsteigen.at  
**Leserbriefe** dialog@bergundsteigen.at  
**Textkorrekturen** Birgit Kluibenschädli  
**Layout** Christine Brandmaier, Telfs, grafische@auseinandersetzung.at, A. Brunner  
**Druck** Alpina, 6022 Innsbruck

**Dialog**

Wir freuen uns über kritische Rückmeldungen, Meinungen und Anregungen sowie über Beitragsvorschläge (redaktion@bergundsteigen.at) und bitten um Verständnis, dass wir nicht alle eingehenden Mails beantworten können. Sofern nicht ausdrücklich untersagt, behalten wir uns vor, Mails an dialog@bergundsteigen.at in der Rubrik Dialog zu veröffentlichen.

**Inhalt**

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben die Meinung der Autor\*innen wieder und nicht unbedingt der Herausgeber oder der Redaktion. Bitte nicht wundern, wenn in derselben Ausgabe verschiedene Meinungen vertreten sind und argumentiert werden. bergundsteigen versteht sich als Zeitschrift für ein Fachpublikum, das an aktuellen Entwicklungen, neuen Ergebnissen und kontroversen Diskussionen interessiert und imstande ist, sich eine eigene Meinung zu bilden. Beiträge, die mit den Herausgeberverbänden (oder einigen davon) abgestimmt sind und deren Empfehlungen wiedergeben, sind mit dem unten abgebildeten Stempel gekennzeichnet.

**Werbung**

Die abgedruckten Inserate haben keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte. Bei bergundsteigen ist es nicht möglich, Artikel oder Berichterstattung zu kaufen. Wir haben ein sehr gutes und kritisches Verhältnis zu den meisten namhaften Bergsportherstellern (egal ob sie inserieren oder nicht), tauschen uns mit diesen regelmäßig aus und führen auch gemeinsam Messungen/Feldtests o.Ä. zu aktuellen Fragestellungen durch, was in den entsprechenden Beiträgen angeführt wird. Die bergundsteigen-Redaktion nimmt an keinen Reisen/Veranstaltungen usw. teil, welche von Herstellern bezahlt werden. Alle vorgestellten Produkte werden in der Praxis verwendet und es wird angegeben, ob sie gekauft oder kostenlos zur Verfügung gestellt wurden.

**bergundsteigen wird empfohlen von** den Bergführerverbänden Deutschland, Südtirol, Österreich, Schweiz sowie vom Europäischen Bergführerverband Exekutive.



**Titelbild** Digital, Artwork: Christoph Burgstett

**bergundsteigen fördert** Land Tirol

