

## Alpine Literatur: je dramatischer, desto besser?

*Bücher über das Bergsteigen erreichen dann hohe Auflagen, wenn bekannte Namen darauf oder dramatische Inhalte darin stehen. Doch es gibt auch Autoren zu entdecken, die weniger im Licht der Öffentlichkeit stehen.*

### Ein Artikel von Karin Steinbach Tarnutzer in der Neuen Zürcher Zeitung

Alpine Literatur ist so alt wie das Bergsteigen selbst. Nachdem Francesco Petrarca am 26. April 1336 – das Datum wird als der Beginn des Alpinismus angesehen – den Gipfel des Mont Ventoux erreicht hatte, beschrieb er diese erste touristische Besteigung in einem Brief an den Augustinermönch Dionigi di Borgo San Sepolcro. Seither wurden, verstärkt ab Mitte des 18. und im 19. Jahrhundert, wissenschaftliche Beobachtungen festgehalten und in die Täler gebracht, Erstbegehungen dokumentiert, für die Organe der Alpenvereine Berichte über Bergfahrten formuliert und private Tourenbücher gefüllt. Im 20. Jahrhundert erschienen zunehmend Publikationen, das Genre des Bergbuchs hatte sich herausgebildet. In der Folge bereicherte es nicht mehr nur als Exot das Programm von Publikumsverlagen; einzelne Verlage spezialisierten sich auf Erzählungen oder Bildbände mit alpinem Hintergrund.

Was zur eigentlichen Alpinliteratur zu zählen ist, darüber lässt sich streiten. Nicht nur rein informative Führerwerke und Bergmonografien sollen hier unberücksichtigt bleiben, sondern auch jene Bücher, in denen Berge lediglich Kulisse sind für ein Geschehen, das nicht vordergründig mit alpinistischen Aktivitäten zu tun hat, zum Beispiel in den mittlerweile in die Alpentäler und auf die Himalaja-Gipfel vorgedrungenen Krimis. Auch in der Belletristik kommen Berge selten als leidenschaftlich ersehnte Ziele vor, sie erlangen eher in ihrer Wirkung auf den im Gebirge lebenden Menschen Bedeutung, sei es in der klassischen Literatur wie in Schillers «Wilhelm Tell» oder Goethes «Faust», sei es später in Thomas Manns «Zauberberg», in Max Frischs «Der Mensch erscheint im Holozän» oder Friedrich Dürrenmatts Endzeit-Utopie «Der Winterkrieg in Tibet», in welcher der Untergang Europas durch den Zusammenbruch des Gebirges manifestiert wird.

### Dramen und Tragödien

Das erzählende Bergbuch lässt den Leser stellvertretend die Abenteuer eines anderen erleben. Analog zum Armchair-Traveller, der sich in Reisebücher vertieft, ohne selbst unterwegs zu sein, folgt der Armchair-Mountaineer dem Autor durch schwindelerregend steile Felswände oder ins ewige Eis – wenn es dumm läuft, landet er mit ihm in einer Gletscherspalte und muss schauen, wie er wieder herauskommt. Einen solchen Kampf ums Überleben schildert Joe Simpson in seinem 1989 auf Deutsch erschienenen «Sturz ins Leere». Dem Sturz voraus geht der Gewissenskonflikt seines Seilpartners, der vor der Entscheidung steht, das Seil, an dem der verletzte Freund hängt, durchzuschneiden und damit wenigstens sein eigenes Leben zu retten, bevor sie beide in die Tiefe gezogen werden. Aus diesem Dilemma bezieht das Buch seine Spannung, die bis heute Leser in ihren Bann zieht: Allein von der Taschenbuchausgabe des Steadysellers wurden seit 1991 rund 85 000 Exemplare verkauft.

Gute Alpinliteratur bietet dem Leser eine Identifikationsmöglichkeit, ob er aus Gesundheits- oder Altersgründen selbst nicht mehr bergsteigen kann oder ob er auf einem erheblich niedrigeren Leistungsniveau klettert. Sie scheint dann erfolgreich zu sein, wenn der Leser Erfahrungen des Protagonisten in seinen außeralpinen Alltag übertragen kann. Dabei gilt offensichtlich die Regel: je dramatischer, umso besser. Nachdem der amerikanische Journalist Jon Krakauer 1996 auf einer Expedition zum Mount Everest in eine der größten Himalaja-Tragödien verwickelt worden war, schrieb er mit «In eisige Höhen» einen weltweit millionenfach verkauften Bestseller. Die deutsche Ausgabe erreichte nach Angaben des Malik-Verlags eine Gesamtauflage von 650 000 Exemplaren, wobei allein die erste Hardcover-Ausgabe 20 Auflagen erlebte.

Eine gewisse Sensationslust des Publikums ist nicht von der Hand zu weisen, insbesondere wenn es sich um Geschehnisse handelt, die real passiert sind. Vielleicht erklärt dies auch den grösseren Erfolg der Non-Fiction-Titel gegenüber fiktionalen Texten. «Der Klang des freien Falls» aus dem Jahr 2011, in dem Joe Simpson ein Bergsteigerdrama mit einer Liebesgeschichte verknüpft, blieb weit hinter dem realen

Vorgänger zurück. Titel wie James Salters «In der Wand» sind vor allem Insidern bekannt, und Simon Mawers Roman «The Fall» wurde gar nicht erst ins Deutsche übersetzt. Der Erfolg von Krakauer ist eben vor allem darauf zurückzuführen, dass das Buch über die Bergsteiger hinaus ein allgemeines Publikum erreicht hat. Vor ihm gelang das mustergültig dem vor kurzem verstorbenen Maurice Herzog mit «Annapurna, erster Achttausender» – weltweite Auflage rund 12 Millionen.

Um Leser außerhalb der Bergsteigerkreise zu erreichen, wollen Verlage heute Autoren, die in den Medien präsent sind und sich öffentlichkeitswirksam vermarkten lassen. Laut Bettina Feldweg, Programmleiterin des Malik-Verlags, geht der Verlag häufig von sich aus «auf interessante Protagonisten zu und schlägt ihnen eine Publikation vor, um diese dann, oft über Jahre, vorzubereiten, inhaltlich zu betreuen und mit entsprechender PR-Strategie und Marketing zu begleiten». Thematisch bewähren sich für das breite Publikum die Achttausender. Reinhold Messner, Hans Kammerlander, Gerlinde Kaltenbrunner und Ueli Steck gehören zu den Erfolgsautoren des Hauses, das seit dem Zukauf der National-Geographic-Taschenbuchreihe im Jahr 2008 die Marktführerschaft in der erzählenden Alpinliteratur innehat.

Im Gegensatz zu früher, als alpine «Kultbücher» eine Botschaft vermittelten (siehe Kasten), ist die Bergliteratur teilweise zu einem Instrument der Selbstdarstellung geworden, das sich nahtlos in die umfassende Marketingstrategie eines Athleten einfügt. Genauso wie sich der ehemals bodenständige Bergsport zu einem Element des Lifestyle gewandelt hat: Als Personifizierung von Gesundheit, Kraft und Mut ist der Kletterer zu einem beliebten Sujet in Werbeanzeigen geworden. Die Frage nach der Authentizität stellt sich insbesondere dann, wenn Bergsportler ihre Bücher nicht selbst schreiben, sondern sie von Ghostwritern formulieren lassen. Wobei dies keine Errungenschaft des 21. Jahrhunderts ist – bereits Hermann Buhl versicherte sich für sein erstmals 1954 erschienenes «Achttausend drüber und drunter» der Unterstützung eines Koautors.

Doch auch im Zeitalter der Helmkameras, in dem sofort nach einer Unternehmung das Video dazu im Netz steht, im Zeitalter kommerzieller Expeditionen, in dem man sich Abenteuer kaufen kann, gibt es gute Gründe, Bergliteratur zu lesen. Das Buch ist ein langsames Medium, und diese Langsamkeit kann eine Chance sein, weil sie die Möglichkeit bietet, zu hinterfragen, beim Erzählen wie beim Lesen. Mögen zur reinen Information andere Medien geeigneter sein, das Lesen von Büchern beflügelt die Phantasie, es lässt im Kopf eigene Bilder entstehen. Sich in einer anderen Person wiedererkennen, das funktioniert in der Sprache, nicht im Bild. Sprache kann Inhalte vermitteln, die sich mit anderen Medien nicht vermitteln lassen – weil sie auf Emotionen beruhen oder unerklärlich sind.

### **Bewältigung**

Bücher, denen weniger eine Selbstdarstellungs- als vielmehr eine Bewältigungsstrategie zugrunde liegt – beispielsweise Andy Caves «Ins Licht», Mark Twights «Steig oder stirb» und Andy Kirkpatricks «Psychovertikal» –, erreichen selten Bestsellerauflagen. Trotzdem schätzt Matthias Weber, einer der beiden Leiter des AS-Verlags, in dem gerade Kirkpatricks zweites Buch «Kalte Kriege» erschienen ist, die Titel des Briten aus programmstrategischen Gründen als «sehr bedeutend für das Alpin-Programm des Verlages» ein. Beide gewannen den renommierten britischen Boardman-Tasker-Preis für Bergliteratur. Und für Bettina Feldweg ist «Jenseits des Berges», das «gnadenlos ehrliche, ungeschönte Buch» von Steve House, «ein Meilenstein moderner Alpinliteratur».

Karin Steinbach Tarnutzer hat als langjährige Verlagslektorin zahlreiche Alpinbücher bearbeitet und ist Autorin mehrerer Bergsteigerbiografien.