Zeitschrift: Mobile : die Fachzeitschrift für Sport
Herausgeber: Bundesamt für Sport ; Schweizerischer Verband für Sport in der Schule
Band: 3 (2001)
Heft: 3

Artikel: Outdoor-Sport oder Abenteuer-Tourismus?
Autor: Stierlin, Max
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-991692

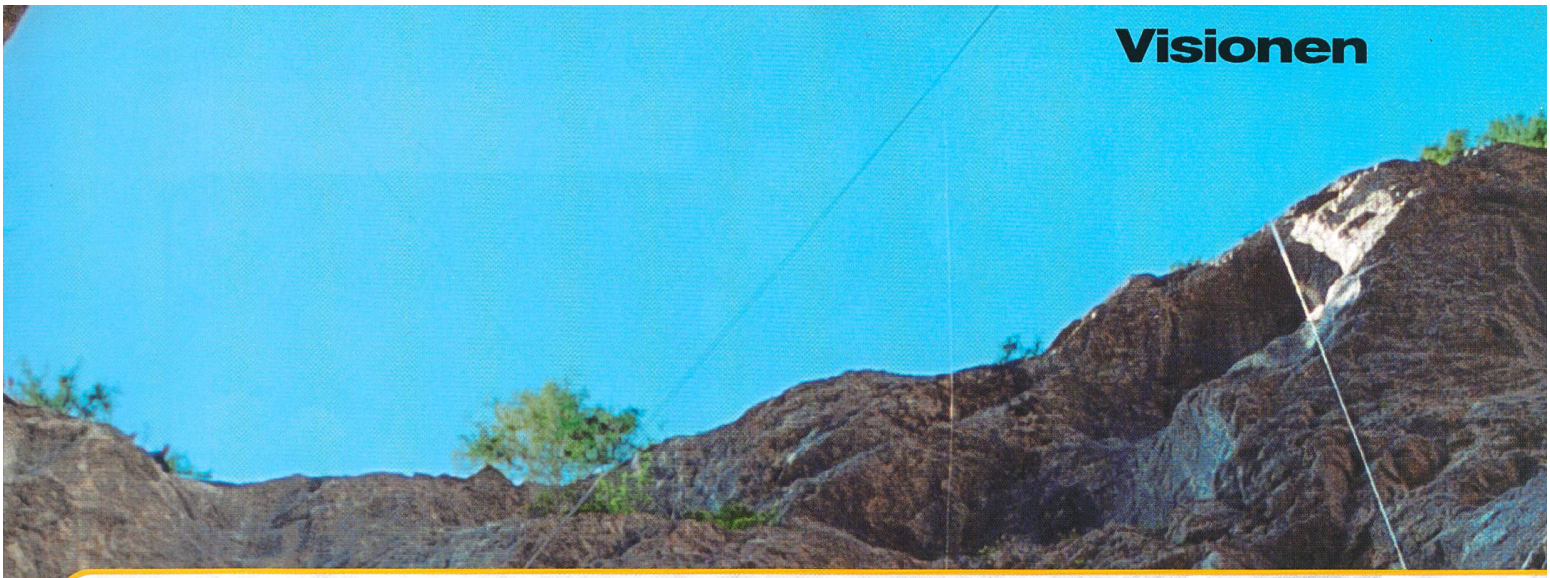
Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 17.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch



Risiko-Events – ein neuer Tourismus

Outdoor-Sport oder Abenteuer-Tourismus?

Einige Unfälle beim Canyoning und Bungee-Jumping haben uns aufgeschreckt und Forderungen nach mehr Kontrolle und Verboten geweckt. Muss der Staat etwas unternehmen gegen unverantwortliche junge Menschen, die für sich den ganz speziellen «Kick» suchen und damit sich und andere mutwillig gefährden? Oder möchten sie einfach etwas Abwechslung von Alltag, Spannung und Lebensfreude, die man ihnen gerne gönnt?

Max Stierlin

Im Risiko- und Abenteuer-Bereich tummeln sich ganz unterschiedliche Typen mit jeweils anderer Motivation. Es gibt nur wenige Spielertypen, die das unkontrollierte Risiko suchen und ihre Existenz aufs Spiel setzen. Etwas häufiger sind die Waghalsigen, die den «Kick» suchen, wenn es nahe an die Grenze geht, wie etwa die U-Bahn-Surfer oder die Steilwandskifahrer. Und dann loten viele Extremsportler ihre Grenzen aus und wollen sie mit Trainieren und gewissenhafter Vorbereitung hinausschieben. Ihr Ansporn liegt darin, eine unsichere Situation unter Kontrolle zu bekommen.

Wagnisse sind aussergewöhnliche Erfahrungen

Die meisten Leute, die ein Abenteuer erleben wollen, möchten die Einzigartigkeit eines mit Spannung und ungewohnten Erfahrungen verbundenen Wagnisses erleben. Dabei muss viel geschehen, aber es darf nichts passieren. Wer sich ans Bungee-Jumping wagt, sucht die Selbstüberwindung und vertraut sich völlig dem Jumpmaster an. Wer eine Riverraft-Tour unternimmt, paddelt unter Anleitung aktiv mit. Wer eine Canyoning-Tour bucht, tritt in die unzugängliche Welt verborgener Schluchten mit tosenden Wasserwirbeln, seltsamen Gesteinsformationen und Abseilstellen ein. Sie alle suchen aussergewöhnliche Erfahrungen.

Die eigenen Grenzen suchen

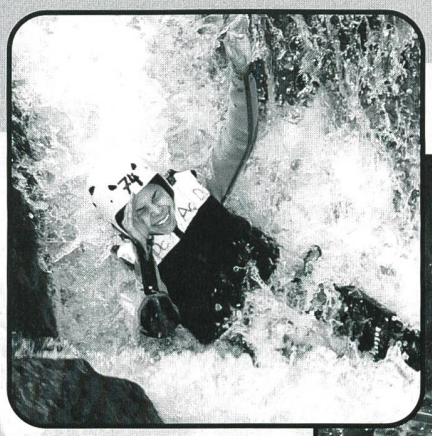
Menschen sind unterschiedlich stark auf Sensationen erpicht. Während die einen immer wieder neue Herausforderungen suchen, brauchen andere das weniger. Aber jeder Mensch sucht irgendwie seine Grenzen und versucht sie zu überwinden. Ohne das gäbe es keine Entwicklung. Das beginnt schon bei den Kindern. Viele der Spiele und Beschäftigungen auf dem Spielplatz sind nämlich Lust-Angst-Erfahrungen, wie die Schaukel, die Rutschbahn usw. Für die Jugendlichen ist es die Herausforderung des 5-m-Sprungbretts und für die jungen Erwachsenen das Bungee-Jumping.

Ausbruch aus der Alltagsroutine

Angebote im Adventure-Bereich sind stark im Aufkommen, denn für Jugendliche und junge Erwachsene gibt es immer weniger Situationen im Alltag, in denen sie die auch bei ihnen vorhandene Lust am Risiko sinnvoll ausleben können. Allzu viel ist im Alltag vorgegeben, reglementiert und abgesichert. Daher suchen sie den ihnen vorenthaltenen «Kick» in Aktivitäten mit einem herausfordernden – wenn auch völlig abgesicherten – Risikoerlebnis, die so zu ersehnten Farbtupfern in einem oft grauen Arbeitsalltag werden. Schliesslich trägt eine hohe Erlebnisdichte auch zur Lebensqualität bei.

Tourismusbranche wirkt aktiv mit

Solche Bedürfnisse deckt der neue Adventure-Tourismus ab. Das spezielle Erlebnis kann man als Eintages-Trip bu-



Kommerzielle Outdoor-Angebote sind Teil einer neuen Industrie. Hier zählt nur der sofortige Zugang zum Erlebnis.

chen, oder es ist bereits im Reiseprogramm eingeplant. Viele junge Erwachsene, die davor stehen, sich endgültig ins Berufsleben einzugliedern oder gegenüber einer Familie Verantwortung zu übernehmen, möchten auf einer grossen Weltreise noch möglichst viel Ungewohntes und Sensationelles erlebt haben, bevor sie von vielen Freiheiten ihrer Jugend Abschied nehmen müssen. Dazu gehören auch «adventure-events», die durch gemeinsame Notlagen und Abenteuer – auch wenn sie gespielt sind – eine Gruppe zusammenkitten. Denn zwischendurch muss man sich gegenseitig unterstützen, und hinterher gibt es viel zu erzählen und auszuschmücken. Das verleiht auch einer auf die Minute geplanten Reise den Touch des Aussergewöhnlichen!

Niemand hat etwas gegen solche abgesicherten und gut geleiteten Adventure-Aktivitäten. Es handelt sich um eine neue Art von Tourismus-Dienstleistung. Dieser erlebt einen gewaltigen Boom. Viele Tourismus-Regionen wollen sich mit «adventures, fun & thrill» als zeitgemäss ausweisen und hoffen, diese Kunden kommen später wieder – und buchen dann im Viersternhotel. Doch darf es dabei keine Unfälle geben, die das aufgestellte und fröhliche Image schädigen.

Tatsächlich neue Sportarten?

Viele Outdoor-Sportarten sind Tätigkeiten mit einem gewissen Risiko: etwa Kanufahren, Bergsteigen oder Skitouren. Doch im Sport lernen die Ausübenden, wie man sicher einen Fluss befahren oder eine Bergtour unternehmen kann. Voraussetzungen dazu sind persönliche Technik, Kenntnisse und Kondition, die man mit Training entwickelt. Denn Sport will zur Selbstständigkeit und Selbstverantwortung führen.

Demgegenüber vertraut sich der Kunde in kommerziellen Outdoor-Angeboten einem «adventure-guide» an, der ihn ausrüstet, ihn anleitet und für ihn entscheidet. Der Kunde kauft die Erfahrung, Technik, Ausrüstung und Anleitung ein, die er im Sport selbst erarbeiten müsste.

«Für Jugendliche gibt es immer weniger Situationen im Alltag, in denen sie die Lust am Risiko sinnvoll ausleben können.»

Outdoor-Sport und kommerzielle Abenteuer-Aktivitäten sind also ganz unterschiedliche Inszenierungen. Denn während der Sportler lernt, Gefahren zu erkennen und einzuschätzen, liegt beim Kommerz-Abenteuer die Verantwortung beim Guide, der den Kunden anleitet und begleitet. Und diese Verantwortung ist nicht einfach zu übernehmen, denn sie ist eine Gratwanderung zwischen dem konsumierten Risikoerlebnis und der – möglichst unauffällig vorhandenen – lückenlosen Absicherung. Schliesslich bezahlt man ja für den Moment des Wagnisses, aber auch für den sicheren Verlauf.

Die Erlebnis-Industrie boomt

Kommerzielle Outdoor-Angebote sind Teil einer neuen Industrie, die Dienstleistungen im Bereich Erlebnisse und Sensationen als Unterhaltung anbietet. Diese sind oft nur kurzfristige Events, genau auf den maximalen Effekt ausgerichtet. Hier zählt nur der sofortige Zugang zum Erlebnis. Daher übernimmt die Firma oder der Guide die Vorbereitung und Abklärung.

Nach dieser Logik funktionieren auch Erlebnis-Installationen wie das Alpamare oder die Safari-Parks, das Disneyland oder der Wochentrip zum Kilimandscharo mit der Garantie, den Gipfel zu erreichen. Man kann dies positiv als Demokratisierung des Abenteuers und der Expedition ansehen, die nicht mehr allein den Reichen zugänglich sind. Doch die Industrialisierung des Erlebnisses, verbunden mit der «Verhandysierung» des Abenteuers («ich kann jederzeit auch im tiefsten Dschungel per Knopfdruck auf mein Mobiltelefon den Helikopter herbeirufen, der mich sofort in die Schweiz ins Spital fliegt») bringt neue Ansprüche. Denn der Kunde will eben trotz wohlig-schaurigem Kribbeln und der mit einem Bild dokumentierten Ein-Minuten-Heldentat eine Garantie für Sicherheit und Unversehrtheit. Oder wie es Peter Becker formuliert: «Entführt mich ins Reich des Abenteuers – aber bringt mich pünktlich zum Abendessen wieder zurück!» m