

Bis die Finger bluten

TEXT: EVA HAMMÄCHER

Es gibt nicht viele Kletterziele auf der Welt, wo die Ruhetage anstrengender sind als die Klettertage. Arco aber ist so eines. Wer sich einmal Tüten schleppend und durch Auslegeware wühlend durch den Ort gekämpft hat, weiß, wovon die Rede ist.

EIN TAG IM OUTDOOR SHOPPING VILLAGE

Neulich in der Fußgängerzone einer norditalienischen Kleinstadt. Der Gardasee ist nicht weit. Es regnet Bindfäden. Unter zehnfach beschichteten Hightech-Kapuzen lugen griesgrämige Gesichter hervor und schieben sich langsam durch die engen Gässchen. Fast alle mit Bergen von Shoppingtüten behangen, die selbst Oniomani-Patienten vor Neid erblassen lassen würden. Darin: hautenge Schuhe mit schwarzer Gummisohle, dazu säckeweise weißes Pulver, Seile, Schlingen, Eispickel... Sieht schwer nach Special Interest aus – allerdings weniger nach Basic Instinct als nach Base Camp. Als kämen sie direkt aus dem Himalaya mit ihren Trekking-Schuhen, Expeditions-Daunenjacken und Multistretch-Nylonhöschen.

Und ähnlich wie in einem Naturkundemuseum wimmelt es nur so vor ausgestorbenen Elefanten aus dem Pliozän, Raubtierfußabdrücken oder Dinosaurier-Skeletten. Das ein oder andere Alpinisten-Urgestein ist ebenfalls auf Beutezug unterwegs. Textilarchäologen und Soziologen würden geradezu frohlocken und angesichts der Schnäppchenjäger und Alpin-Equipment-Sammler im Geiste schon mal die einzelnen Milieu-Schubladen aufziehen. Ob Hedonisten oder

Traditionalisten, Neo-Ökos oder Alt-68er, Styler oder Nordwandgesichter – ganz egal, eines eint die Individualisten in Funktionsuniform – sie wollen hier alle nur eines: Shoppen und Klettern!

INDIVIDUALISTEN IN FUNKTIONSUNIFORM BEIM ARCO SHOPMASTER

Und das kann man hier gut. In Arco. Der heimlichen Kletterhauptstadt, der Wiege des Sportkletterns, der Perle am Colodri. Der Stadt, in der auf 10 Einwohner ein Kletterladen kommt. Und in der alleine so viel Outdoor-Ausrüstung umgesetzt wird wie in ganz Europa zusammen – weil die Freunde gepflegter Vertikal-kultur aller umliegenden Länder regelmäßig zum rituellen Einkauf in das Kletter-Mekka im Saracatal pilgern, und dann daheim kein Geld mehr haben. So wie Kaffeetrinken fester Bestandteil des Kletterns, ist Shoppen hier an Ruhe- und Regentagen fester Be-

Arco und seine Kletterläden – wie die Sirenen verwirren sie die Sinne hilfloser Kletterer

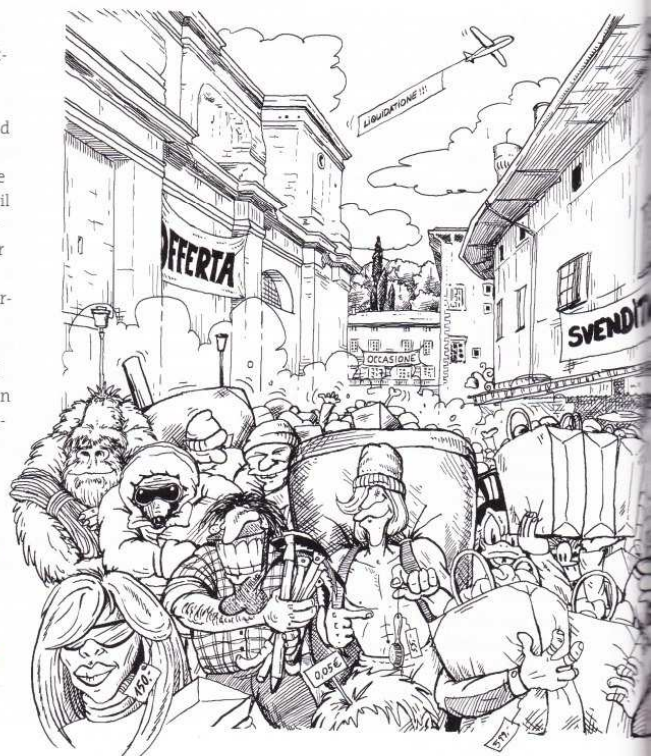
standteil der Kletterurlaubs-kultur. Wie der legendäre Rockmaster im September, findet hier regelmäßig an Pfingsten, Fronleichnam oder Christi Himmelfahrt der Arco Shopmaster statt – der definitiv härteste aller Bergsport-Conteste. Sieger ist, wer die meisten und schwersten ökologisch korrekten Papiertüten mit ihren rasiermesserscharfen Griffschlaufen vom einen Ende der Fußgängerzone zum anderen trägt. Und dafür am längsten braucht.

Eine über die Kletterjahre kultivierte ordentliche Hornhautschicht ist hier ein eindeutiger Wettbewerbsvorteil. Sobald das Thermometer am Lago in den zweistelligen Bereich steigt, werden dann im Alpenvorland voller Wettkampf-Vorfrende die vollausgebauten Multivans bis unters Dach vollgestopft und los geht's in die rollende T5-Lawine, die sich gen Süden schiebt. Die einen fliegen für ein Wochenende zum Shoppen nach New York, die Kletterer fahren nach Arco.

Von der Öko-Bilanz ist das allemal besser.

AUS DER FUSSGÄNGER-IN DIE TODESZONE

Und in Arco gelten andere Gesetze was Bekleidung, Sicherheit und Klima angeht: Eingefleischte Alpinisten hike abends gerne mal mit Klettergurt und Helm sowie mit Express-Schlingen und Seil behangen durch die Fußgängerzone. Wer weiß, vielleicht kommt man mal in brenzlige Situationen? Man muss plötzlich abseilen oder an der Eisdielle einen Standplatz bauen. Vielleicht ereignet sich auf dem Marktplatz ein spontaner Felssturz oder man muss völlig unterzuckert vor der überfüllten Pizzeria biwakieren, weil man den Weg ins heimische Zelt nicht mehr aus eigener Kraft schafft? Hat's alles schon gegeben und eine gute Ausrüstung ist ja die halbe Miete im Gebirge... Boulderaffine Jungspunde halten's dagegen eher puristisch: Sie laufen bei 30 Grad im Schatten mit nacktem Oberkörper,



aber dafür mit Wollmütze durch die Gassen. Und die Ferratisten hangeln sich mit ihren Klettersteigsets von Kletterladen zu Kletterladen, um nicht im Konsumrausch abzustürzen. Und so mancher Extrem-Bergsteiger halluziniert sich in seinem neu erworbenen Ganzkörper-Daunenanzug aus der Fußgänger- in die Todeszone am Everest.

Arco und seine Kletterladen – wie die Sirenen verwirren sie die Sinne hilfloser Kletterer und bringen sie vom Kurs ab, damit sie im schäumenden Meer aus roten Prozentzeichen hilflos untergehen. Saldì! Saldì! Säuselt es ganzjährig lockend von den Felsen des Colodri hinab. Odysseus hatte sich zum Schutz vor den betörenden Fabelwesen selbst an den Mast seines Schiffs gebunden – und damit

Verschwörungstheoretiker munkeln, dass ganz Arco von der Outdoor-Industrie gekauft wurde

sei auch das Mitführen von Seilen in der Fußgängerzone erklärt. Das Durchqueren derselben ist nicht minder schwierig und gefährlich als eine Besteigung des K2. Braucht ein normaler Fußgänger für die 500 Meter vielleicht 10 Minuten, so wird für VertikalistInnen daraus eine langwierige Multi-Pitch-Route, die mehrere Stunden in Anspruch nehmen kann.

Es soll auch schon Vermissten-Meldungen gegeben haben von vermeintlich Verschollenen, die dann völlig desorientiert im Kaufrausch am anderen Ende der Stadt wieder aufgefunden wurden. Ja, verdammt – daheim im Schrank hängen zwar schon fünf Softshell-Jacken, aber wenn's schon so billig ist... Und man sollte sowieso immer drei, besser vier Seile in Reserve haben!

Aber zurück zum Wesen der Individualisten in Funktionsuniform. Sie alle tragen eine Botschaft in die Welt hinaus: Wir sind anders, wir sind aktiv, wir lieben die Natur, wir suchen das Abenteuer abseits der ausgetreten Pfade, wir suchen unsere Grenzen und individuelles Erleben. Und wir achten dabei auf unseren ökologischen Fußabdruck. Und auf unsere Darmflora. Denn wir trinken nur Cappuccino mit laktosefreier Milch. Wir verachten den Pauschalurlaub und erheben unsere in klimaneutrales Textil gehüllte Faust gegen die Hymer-Mobilisten und Bildzeitungsleser, die Liegestuhl-Reservierer und Schnitzfetischisten unten am See. Und was kümmert's uns da schon, wenn am Fels neben uns drei Leute die gleiche Kletterhose anhaben wie wir? Und wir morgens auf dem Camping vom Klo kommend erst mal den falschen Bus in der Tsjer-Reihe ansteuern, weil alle mit den gleichen Aufklebern der gerade angesagten Kletterbrands beklebt sind? Und



VERHAUER

FRISCHE LUFT AM FITZROY

DIE VERHÄLTNISS IM PATAGONISCHEN SOMMER WAREN UNGEWÖHNLICH GUT.



Niemals würden wir das Foto eine barbusigen Blondine vor der wundervollen Kulisse des Fitzroy ohne guten Grund abdrucken. Das wäre schäbiger Sexismus, den wir selbstverständlich ablehnen. Nun wurde dieses Bild des Users James Monypenny, aufgenommen am 7. Dezember 2012 in einem offenbar südfranzösisch-sonnigen Patagonien, aber in der Woche vor Weihnachten von den anderen Usern der britischen Webseite ukclimbing.com zum „Bild der Woche“ gewählt. Und das mussten wir einfach melden, das gebietet die Chronistenpflicht.

wir mit 100 anderen Wahnsinnigen am gleichen Klettersteig hängen?

DAMALS, ALS ES SPECK NUR AUF DER PIZZA GAB

Und jetzt schlägt die Stunde der Arco-Nostalgiker. Die Arco schon kannten, als es noch schön, unschuldig und ursprünglich war. Als das Klettern noch in den Kinderschuhen steckte – Ende der achtziger, Anfang der neunziger Jahre. Als noch nicht jeder Quadratmillimeter Fels eingebohr war. Als das Leben noch einfach war und man sich nur zwischen Gobbi Sport und Red Point entscheiden musste. Als es Speck nur auf der Pizza Tirolese gab und nicht in Massone oder San Siro. Als es noch die gute alte Lire und noch keinen Europäischen Rettungsschirm gab.

Tja, das waren noch Zeiten... Als man nach getanem Tagwerk direkt am Fels geschlafen hat. Heute fahren ja selbst die Tschachen mit dickem Bus oder Benz am Fels vor. Hat Arco mit der Kommerzialisierung seine Seele verloren? Verschwörungstheoretiker munkeln, dass die Stadt vor Jahren von der europäischen Outdoor-Industrie gekauft und zum Testlabor für Produktent-

wicklung und Zielgruppenerforschung umfunktioniert wurde. Demnach sind die als Kletterer getarnten Verkäufer in den Läden allesamt promovierte Soziologen, Psychologen und Marketingexperten, die direkt an die Outdoor-Hersteller berichten. Ist doch alles Verrat!

Mittlerweile hat es aufgehört zu regnen, die ersten Sonnenstrahlen lugen zwischen den Wolken hervor. Eilig werden Tüten zusammen gerafft und die Shopping-Prozession zieht in Richtung Parkplatz. Motoren werden angelassen und los geht's: „In Massone geht immer was.“, raunt es im Vorbeifahren aus dem Cockpit. Ja, es ist doch immer wieder das gleiche Spiel. Und alle regen sich drüber auf, aber am Ende spielt doch jeder mit – spätestens am nächsten verlängerten Wochenende...



EVA HAMMÄCHER, (Jahrgang 1976), lebt mit ihrer Familie als freie Texterin in München. Auch ohne Multivan kann sie die Fahrten über den Brenner längst nicht mehr an zwei Händen abzählen und erliegt regelmäßig selbst den materiellen Verlockungen der Via Segantini in Arco.