Zum Mount Everest, aber dalli, dalli!

Am höchsten Berg der Welt drängeln sich die Expeditionen. Kunden mit viel Geld und wenig Zeit können jetzt einen Blitz-Aufstieg buchen.

Von Stephanie Geiger

Lukas Furtenbach (Zweiter von links) 2016 auf dem Everest. Dieses Jahr will er seine Truppe im Eilschritt hochführen. Foto Furtenbach Adventures

Am Berg der Berge herrscht Goldgräberstimmung. Denn wer genug Geld und sonst schon das meiste erlebt hat, will auf den Mount Everest. Hunderte Bergsteiger machen sich jedes Jahr im Frühsommer auf den Weg zum Gipfel des Grenzbergs zwischen Nepal und China, 8848 Meter über dem Meeresspiegel. Es ist ein teures Vergnügen – und ein gutes Geschäft. Allein für die Erlaubnis, den Berg besteigen zu dürfen, verlangen die Regierungen in Peking und Kathmandu 10 000 Dollar je Person. Bezahlt werden muss außerdem der Transport der Ausrüstung zum Basislager mit Jeep, Yak oder Hubschrauber. Von dort zum Gipfel schleppen einheimische Hochträger die mindestens vier Sauerstoffflaschen je Expeditionsteilnehmer, eine gefüllte Flasche kostet etwa 500 Dollar. Das Anbringen der Fixseile, die medizinische Versorgung, die Wettervorhersage – alles Kostenfaktoren. Nicht zu vergessen die Puja, die religiöse Zeremonie, die der Expedition Glück bringen soll. Sie kostet 300 Dollar. Ohne Puja verlässt kein Einheimischer das Basislager.

Aber wer wirklich hochwill auf den höchsten Berg der Erde, der lässt sich davon nicht schrecken. Auch nicht von den Fotos, die Müllberge in den Basislagern zeigen oder mehrere hundert Bergsteiger, die, aufgereiht wie auf einer Perlenkette, durch die Lhotse-Flanke Richtung Gipfel streben und damit den Mythos vom großen individuellen Abenteuer in unberührter Natur dekonstruieren. Nicht einmal schwere Unglücke wie die Eislawine, durch die 2014 im Khumbu-Eisbruch 16 einheimische Hochträger starben, und die Staublawine mit 18 Toten im Basislager anno 2015 schrecken die Leute ab. Allein auf der nepalesischen Südseite sollen es in diesem Jahr rund 350 Everest-Aspiranten sein, auf der Nordseite hat die „China Tibet Mountaineering Association“ bei 150 Genehmigungen einen Schlussstrich gezogen. Macht zusammen 500. In den Basislagern, kleinen Dörfern aus Zelten, die in den vergangenen Wochen auf beiden Seiten am Fuß des Berges entstanden sind, leben zurzeit sicher dreimal so viele Menschen: Träger, Bergführer, Helfer. Gerade den Sherpa-Familien in der nepalesischen Khumbu-Region, wo es außer Trekking-Tourismus und Bergsteigen – Lhotse (8516 Meter), Pumori (7161 Meter), Ama Dablam (6814 Meter) und Island Peak (6189 Meter) sind beliebte Ziele – keine Einnahmequelle gibt, hat der Mount Everest zu einem gewissen Wohlstand verholfen.

Für die etablierten Expeditionsagenturen sind die Zeiten hingegen alles andere als rosig. Denn die Konkurrenz nimmt zu, neue Billig-Anbieter drängen auf den Markt. Kostet eine achtwöchige Mount-Everest-Expedition bei einem der alteingesessenen Anbieter aus Europa oder Amerika zwischen 50 000 und 60 000 Euro, gibt es sie bei der nepalesischen Konkurrenz schon für weniger als 30 000 Euro. Mit Dumping-Preisen, lautet der übliche Vorwurf, lockten sie völlig unerfahrene Inder und Chinesen an den Berg, knauserten beim Flaschensauerstoff und überließen ihre Kunden schlecht ausgebildeten Bergführern, denen sie statt 15 000 Dollar nur ein Zehntel davon für den Aufstieg zahlten.

Das hat auch für die anderen Anbieter Folgen. „Die Kalkulationen werden immer enger“, sagt jedenfalls Kari Kobler. Der Schweizer ist seit 2000 jedes Jahr mit einer Expedition am Mount Everest; in diesem Jahr mit Deutschen, Österreichern, Amerikanern und Japanern. Darauf verzichten mag er nicht, auch wenn die Marge schwindet. „Der Mount Everest gibt einer Firma gratis Publizität. Es ist unglaublich, wie während der Saison die Zahlen auf unserer Website in die Höhe schnellen“, beschreibt Kobler seine Erfahrung.

Dennoch: Die Anbieter aus dem Westen müssen sich gegen die günstige Konkurrenz etwas einfallen lassen. So wie Lukas Furtenbach. Der 40 Jahre alte Innsbrucker ist das „Enfant terrible“ unter den Expeditionsveranstaltern. Er bietet an, worum die meisten einen großen Bogen machen. Er hat die Eigernordwand genauso im Programm wie die Klettertour auf den Cerro Torre in Patagonien, einen der schwierigsten Berge der Welt. Sein Alleinstellungsmerkmal am Mount Everest: die Zeit. Geld sei schließlich nicht das Problem seiner Kunden, sagt Furtenbach. „Flash-Expedition“ nennt er sein Angebot. Die Akklimatisation, die Gewöhnung an die Höhe, verlegt Furtenbach vom Berg ins heimische Schlafzimmer. Ein Zelt, das über dem Bett errichtet wird, simuliert schon Wochen vor dem Abflug nach Tibet den Sauerstoffgehalt in der Höhe. Bis zu 16 Sauerstoffflaschen, die Furtenbach bei der Expedition den Teilnehmern zur Verfügung stellt, sollen das Übrige erledigen. Nicht zwei Monate, sondern nur vier Wochen soll der Aufstieg dauern.

Das kostet. 95 000 Euro müssen Furtenbachs Kunden berappen. Seine Expedition ist halb so lang, aber fast doppelt so teuer wie eine durchschnittliche Expedition auf der Nordseite. Nur der amerikanische Veranstalter Alpenglow hat auch einen Schnell-Aufstieg im Programm. Die Expedition dauert eine Woche länger und ist 25 000 Dollar günstiger als Furtenbachs Angebot.

Furtenbach hat schon viel erlebt: Er war Shrimp-Fischer in den Vereinigten Staaten und privater Concierge in Belize; er arbeitete in Kanada als Guide für Fliegenfischen und ließ sich auf einer unbewohnten Atlantikinsel aussetzen. Doch all das sei nichts gewesen, sagt er, gegen die zwei Stunden, die er im Mai 2016 auf dem Gipfel des Mount Everest verbracht habe. „Das Gefühl auf dem Gipfel war überwältigend – in diesem Moment über den Dingen zu stehen, alles erreicht zu haben, anzukommen, erfolgreich zu sein, alles richtig gemacht zu haben. Einmalig“, behauptet er.

Während die ersten Expeditionen schon Ende März zum Berg aufgebrochen sind, um sich langsam an die Höhe zu gewöhnen, ist Furtenbach mit seinem deutsch-österreichischen Team erst in der vergangenen Woche in den Flieger Richtung Himalaja gestiegen. Sein Einsatz ist hoch. „Wenn etwas schiefgeht, kann das meinen Namen ruinieren“, sagt er. Und an einem Berg wie dem Everest kann immer etwas passieren. Ist seine Flash-Expedition aber von Erfolg gekrönt, dann wird sich nicht nur Furtenbachs Name unter denen, die mit dem Berg liebäugeln, wie ein Lauffeuer herumsprechen. Dann wird das auch die Zukunft der kommerziellen Expeditionen an den Achttausendern sein.

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Ausblick Weltwirtschaft

Der wieder aufflammende Protektionismus stellt die globalen Wirtschaftsbeziehungen vor eine harte Bewährungsprobe. Behalten Sie den Überblick und nutzen Sie unser Vorteils-Angebot für Ihre fundierte Meinungsbildung.

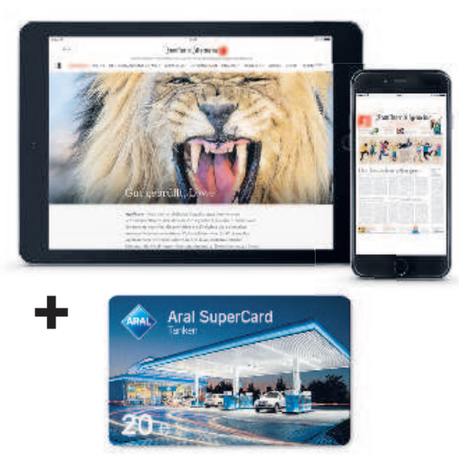
Print-Angebot

2 Wochen die F.A.Z. GRATIS und Gutschein sichern!

- 2 Wochen die **F.A.Z.-Print-Ausgabe GRATIS lesen,** Lieferung frei Haus
- Dankeschön fürs Weiterlesen: **20-€-Tankgutschein von Aral**
- Zugang zur F.A.Z.-Vorteilswelt
- Lieferung frei Haus

oder

Digital-Angebot



2 Wochen die digitale F.A.Z. + F.A.S. GRATIS und Gutschein sichern!

- 2 Wochen die **digitale F.A.Z. und Sonntagszeitung GRATIS** lesen
- Zugang zu allen F.A.Z.-Apps
- Dankeschön fürs Weiterlesen: **20-€-Tankgutschein von Aral**
- Zugang zur F.A.Z.-Vorteilswelt

Apple, the Apple Logo, iMac, iPhone and iPad are Trademarks of Apple Inc., reg. in the U.S. and other countries. App Store is a Service mark of Apple Inc.

Jetzt Vorteils-Angebot sichern: 0180 2 52 52 www.faz.net/ausblick

6 Cent pro Anruf aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunkhöchstpreis 42 Cent pro Minute.

PR18094 PNO