

Rückspiegel

Die Medien entdecken das Tauchen

Von Wolfgang Freißen

Schon in den 1960er Jahren entdecken Fernseh-, Film- und Radiomacher, dass das Tauchen sich hervorragend und spannend verkaufen lässt. Und die werbetreibende Industrie, dass sich mit Tauchern viele Produkte verkaufen lassen – von Haferflocken bis hin zum Kaffeepulver der Marke Caro.

Die 1960er Jahre hatten für die Entwicklung unseres Sports eine herausragende Bedeutung. Da standen uns im Prinzip schon all die Geräte zur Verfügung, wie wir sie auch heute verwenden. Die Kreislaufgeräte – Vorläufer der heute Rebreather genannten Geräte – waren längst den einfacher zu bedienenden, mehr Sicherheit bietenden und in größeren Tiefen einsetzbaren Pressluftgeräten gewichen. Den Zweischlauchautomaten folgten in dieser Zeit die ersten Mundstückautomaten, wie sie heute üblich sind.

Schon 1962 kam als wesentlichste Neuerung das Dekompressiometer hinzu. Obwohl es mechanisch arbeitete, gilt es als Vorläufer der elektronischen Tauchcomputer. Es berücksichtigte automatisch wechselnde Tauchtiefen und vermied so überlange Dekozeiten, wenngleich sicherheitshalber weiterhin Austausch Tabellen, Tiefenmesser und Taucheruhren im Einsatz blieben. 1965 folgte schließlich der erste Rettungskragen, Vorläufer heutiger Jackets. Die meisten Produkte, die später auf den Markt kamen, stellten lediglich Verbesserungen all dieser Vorläufermodelle dar. Alles schien im Umbruch begriffen: Wir freilich erkannten das damals noch nicht. Wir hatten riesen Probleme, unsere Tauchflaschen gefüllt zu bekommen. Zwar gab es über die Firma Barakuda hinaus mittlerweile auch andere Tauchausrüster, aber spezielle Tauchsportgeschäfte waren nach wie vor selten: Kleine Tauchsportkompressoren wären ideal gewesen, doch für die wenigsten erschwinglich. Auch die Zahlen der Mitglieder des VDST spiegelten nicht die Bedeutung dieses Jahrzehnts wider: Sie stiegen von gerade 1000 auf mickrige 3300. Gemessen an der Anzahl der Vereine in Deutschland sind es im Schnitt gerade 43 Personen pro Verein. In-teressant ist da ein Vergleich mit dem amerikanischen „Sea Lancers Diving Club“, dem damals weltweit größten auf einem Luftwaffenstützpunkt in Puerto Rico, der bereits über 400 aktive Mitglieder hatte.

Aber auch bei uns sieht die Wirklichkeit besser aus als die VDST-Zahlen vermuten lassen. Die Eroberung der Tiefe ist voll im Gange. Kostspielige Experimente im Tief- und Sättigungstauchen (s. ATLANTIS 3/2007) wechseln sich ab. Das allgemeine Wissen rund ums Tauchen explodiert regelrecht. In den Kinos sind bereits eine ganze Reihe von UW-Spielfilmen angelaufen, die sich dem modernen Trend anpassen und im Ersten Deutschen Fernsehen läuft die Vorabendserie „Mike Nelson, Abenteuer unter Wasser“.

In der DDR sind alle Tauchgeräte meldepflichtig, und die Ausübung des Tauchsportes geschieht im Rahmen der Gesellschaft für Sport und Technik. 1964 geschieht im Westen noch etwas ganz Besonderes: War es bislang um die Tauchliteratur noch recht spärlich bestellt, so erscheinen von jetzt ab, und das gleich in zwei Verlagen Bücher, die bestimmte Sachgebiete unseres Sportes gar in Einzeldarstellungen ab-handeln. In beiden Reihen erscheinen auch Bücher vom Autor dieser Zeilen, und 1965 kommt zum ersten Male von Ehm/Seemann „Sicher tauchen“ auf den Markt, das sich im Laufe der Zeit zum Standardwerk entwickelt. Es ist gerade jetzt, doppelt so dick wie damals, völlig neu bearbeitet erschienen, und zwar in seiner zehnten Auflage als „Der neue Ehm: Tauchen noch sicherer – Tauchmedizin für Freizeittaucher, Berufstaucher und Ärzte“. Das öffentliche Bewusstsein änderte sich in dieser Zeit grundlegend. Am besten lässt sich das bei der Werbung erkennen: Verschiedene Zigarettenmarken werben im Stile von Marlboro, nur dass die harten Cowboys hier Taucher sind, die sich nach dem Abstieg in gefährliche Tiefen mit einem tiefen Zug an einer Zigarette belohnen. Caro wirbt genauso mit der Darstellung von Sporttauchern für seinen Malzkaffee wie Coca Cola, die Kölln-Schmelzflocken, Banken, Radiofirmen, Tetrapack und Touropa; Linde gar für seine Kühlschränke, und einer trinkt – darauf einen Dujardin!

Kein Zweifel: Der Tauchsport ist in der Öffentlichkeit angekommen.

An diesem Erfolg sind alle beteiligt, die bereits damals vom Tauchvirus infiziert waren, die von ihren Erlebnissen und den

Schönheiten der UW-Welt berichteten. Darunter einzelne, die weit über die Grenzen hinaus bekannt wurden, und von denen lediglich Peter H. Krause erwähnt werden soll: Clubgründer des DUC Kiel, Mitglied des VDST-Präsidiiums, ein leidenschaftlicher Sporttaucher, der sein Hobby mit den Schwerpunkten Fotografie und Film gar zum Beruf machte, der zahlreiche internationale Auszeichnungen erhielt und 1973 beim „Submarin“ zum Redakteur avancierte. Seine Bücher wurden zur Fundgrube für viele Kamerafreunde.

1961 gegründet, nimmt das 2. Programm am 1. April 1963 seinen Sendebetrieb auf, und schon ab März 1964 folgen hier wöchentlich Filme der „Weninger Filmproduktion“, die in Zusammenarbeit mit Peter H. Krause entstanden sind. Zunächst be-richteten die „Unterwasserreporter“ in acht Folgen aus den verschiedensten Bereichen der UW-Welt, so über Steintaucher und Munitionstaucher in der Nord- und Ostsee, über den Hummerfang bei Helgoland und anderes mehr. Parallel dazu bringt das Bayerische Fernsehen sechs Filme des gleichen Teams, die die UW-Welt bayerischer Binnenseen wiederspiegeln, und ab 1966 folgt noch einmal vom gleichen Team im ZDF die spannende dreizehnteilige Krimiserie „Die Tintenfische“, natürlich mit dem Schwerpunkt unter Wasser. Ab 1967 (Markteinführung des Farbfernsehens) gab es diese Sendungen dann sogar in Farbe, was noch einen zusätzlichen Popularitätsschub brachte. Seit jener Zeit erfreuen sich unter Wasser angesiedelte Themen – vom Spielfilm bis zur Doku – wachsender Präsenz in allen Medien. Das gibt dem richtigen Leben Dynamik: Überall entstehen Tauchschulen, der Tauchtourismus steuert interessante Ziele an, und der Tauchsport entwickelt sich zu dem, was er heute ist.