Rückspiegel

Die Medien entdecken das Tauchen

Von Wolfgang Freihen

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

Die 1960er Jahre hatten fÃ¼r die Entwicklung unseres Sports eine herausragende Bedeutung. Da standen uns im Prinzip schon all die GerÃ¤te zur VerfÃ¼gung, wie wir sie auch heute verwenden. Die KreislaufgerÃ¤te â€“ VorlÃ¤ufer der heute Rebreather genannten GerÃ¤te â€“ waren lÃ¤ngst den einfacher zu bedienenden, mehr Sicherheit bietenden und in grÃ¶ÃŸeren Tiefen einsetzbaren PressluftgerÃ¤ten gewichen. Den Zweischlauchautomaten folgten in dieser Zeit die ersten MundstÃ¼ckautomaten, wie sie heute Ã¼blich sind.

Schon 1962 kam als wesentlichste Neuerung das Dekompressiometer hinzu. Obwohl es mechanisch arbeitete, gilt es als VorlÃ¤ufer der elektronischen Tauchcomputer. Es berÃ¼cksichtigte automatisch wechselnde Tauchtiefen und vermied so Ã¼berlange Dekozeiten, wenngleich sicherheitshalber weiterhin Austauchtabellen, Tiefenmesser und Taucheruhren im Einsatz blieben. 1965 folgte schlieÃŸlich der erste Rettungskragen, VorlÃ¤ufer heutiger Jackets. Die meisten Produkte, die spÃ¤ter auf den Markt kamen, stellten lediglich Verbesserungen all dieser VorlÃ¤ufermodelle dar. Alles schien im Umbruch begriffen: Wir freilich erkannten das damals noch nicht. Wir hatten riesen Probleme, unsere Tauchflaschen gefÃ¼llt zu bekommen. Zwar gab es Ã¼ber die Firma Barakuda hinaus mittlerweile auch andere TauchausrÃ¼ster, aber spezielle TauchsportgeschÃ¤fte waren nach wie vor selten: Kleine Tauchsportkompressoren wÃ¤ren ideal gewesen, doch fÃ¼r 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 â€žSea Lancers Diving Clubâ€œ, dem damals weltweit grÃ¶ÃŸten auf einem LuftwaffenstÃ¼tzpunkt in Puerto Rico, der bereits Ã¼ber 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 SÃ¤ttigungstauchen (s.ATLANTIS 3/2007) wechseln sich ab. Das allgemeine Wissen rund ums Tauchen explodiert re-gelrecht. In den Kinos sind bereits eine ganze Reihe von UW-Spielfilmen angelaufen, die sich dem modernen Trend anpassen und im Ersten Deutschen Fernsehen lÃ¤uft die Vorabendserie â€žMike Nelson, Abenteuer unter Wasserâ€œ.

In der DDR sind alle TauchgerÃ¤te meldepflichtig, und die AusÃ¼bung des Tauchsportes geschieht im Rahmen der Gesellschaft fÃ¼r Sport und Technik. 1964 geschieht im Westen noch etwas ganz Besonderes: War es bislang um die Tauchliteratur noch recht spÃ¤rlich bestellt, so erscheinen von jetzt ab, und das gleich in zwei Verlagen BÃ¼cher, die bestimmte Sachgebiete unseres Sportes gar in Einzeldarstellungen ab-handeln. In beiden Reihen erscheinen auch BÃ¼cher vom Autor dieser Zeilen, und 1965 kommt zum ersten Male von Ehm/Seemann â€žSicher tauchenâ€œ auf den Markt, das sich im Laufe der Zeit
zum Standardwerk entwickelt. Es ist gerade jetzt, doppelt so dick wie damals, vÃ¶llig neu bearbeitet erschienen, und zwar in seiner zehnten Auflage als â€žDer neue Ehm: Tauchen noch sicherer â€“ Tauchmedizin fÃ¼r Freizeittaucher, Berufstaucher und Ã„rzteâ€œ. Das Ã¶ffentliche Bewusstsein Ã¤nderte sich in dieser Zeit grundlegend. Am besten lÃ¤sst 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 gefÃ¤hrliche Tiefen mit einem tiefen Zug an einer Zigarette belohnen. Caro wirbt genauso mit der Darstellung von Sporttauchern fÃ¼r seinen Malzkaffee wie Coca Cola, die KÃ¶lln-Schmelzflocken, Banken, Radiofirmen, Tetrapack und Touropa; Linde gar fÃ¼r seine KÃ¼hlschrÃ¤nke, und einer trinkt â€žâ€¦darauf einen Dujardin!â€œ

Kein Zweifel: Der Tauchsport ist in der Ã–ffentlichkeit angekommen.
An diesem Erfolg sind alle beteiligt, die bereits damals vom Tauchvirus infiziert waren, die von ihren Erlebnissen und den

SchÃ¶nheiten der UW-Welt berichteten. Darunter einzelne, die weit Ã¼ber die Grenzen hinaus bekannt wurden, und von denen lediglich Peter H. Krause erwÃ¤hnt werden soll: ClubgrÃ¼nder des DUC Kiel, Mitglied des VDST-PrÃ¤sidiums, ein leidenschaftlicher Sporttaucher, der sein Hobby mit den Schwerpunkten Fotografie und Film gar zum Beruf machte, der zahlreiche internationale Auszeichnungen erhielt und 1973 beim â€žSubmarinâ€œ zum Redakteur avancierte. Seine BÃ¼cher wurden zur Fundgrube fÃ¼r viele Kamerafreunde.
1961 gegrÃ¼ndet, nimmt das 2. Programm am 1. April 1963 seinen Sendebetrieb auf, und schon ab MÃ¤rz 1964 folgen hier wÃ¶chentlich Filme der â€žWeninger Filmproduktionâ€œ, die in Zusammenarbeit mit Peter H. Krause entstanden sind. ZunÃ¤chst be-richteten die â€žUnterwasserreporterâ€œ in acht Folgen aus den verschiedensten Bereichen der UW-Welt, so Ã¼ber Steintaucher und Munitionstaucher in der Nord- und Ostsee, Ã¼ber 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 â€žDie Tintenfischeâ€œ, natÃ¼rlich mit dem Schwerpunkt unter Wasser. Ab 1967 (MarkteinfÃ¼hrung des Farbfernsehens) gab es diese Sendungen dann sogar in Farbe, was noch einen zusÃ¤tzlichen PopularitÃ¤tsschub brachte. Seit jener Zeit erfreuen sich unter Wasser angesiedelte Themen â€“ vom Spielfilm bis zur Doku â€“ wachsender PrÃ¤senz in allen Medien. Das gibt dem richtigen Leben Dynamik: Ãœberall entstehen Tauchschulen, der Tauchtourismus steuert interessante Ziele an, und der Tauchsport entwickelt sich zu dem, was er heute ist.