

A black and white line drawing of a cliff on the left. A thick, curved orange line traces the path of a BASE jumper from the cliff edge down to the ground. Along this path, there are four small illustrations: a person jumping from the cliff, a person in a freefall position, a person pulling a parachute, and a person with a fully deployed parachute. The ground is depicted with simple lines for trees and a horizon.

Bachelorarbeit

Zwischen Sichtbarkeit und Sicherheit:

Der Einfluss digitaler Medien und Sponsoring auf die Risikobereitschaft und Sicherheitskultur im BASE Jumping

Jonas Teuscher
22-160-097
07. August 2026

Hauptreferentin: Dr. Marie-Therese Mäder
Korreferent: Nils Solanki

Bachelor of Science in Media Engineering
FHGR - Fachhochschule Graubünden
IMP - Institut für Multimedia Production

ABSTRACT

Soziale Medien und Sponsoring prägen das moderne BASE Jumping zunehmend und verändern die Bedingungen, unter denen Athlet:innen Sichtbarkeit, Anerkennung und sportliche Praxis erleben. Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Bachelorarbeit, wie soziale Medien und Sponsoring als miteinander verschränkte Erwartungs- und Anerkennungssysteme die individuelle Risikobereitschaft sowie die Sicherheitskultur im BASE Jumping beeinflussen. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden fünf qualitative Leitfadeninterviews mit erfahrenen BASE Athlet:innen geführt und durch teilnehmende Beobachtungen sowie *Photo Elicitation* ergänzt. Die Auswertung der Daten erfolgte mithilfe einer thematischen Analyse.

Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Medien und Sponsoring das Risikoverhalten nicht unmittelbar fördern, jedoch neue Formen von Sichtbarkeit, sozialer Anerkennung und indirektem Erwartungsdruck schaffen, die individuelle Entscheidungsprozesse beeinflussen können. Gleichzeitig verdeutlichen die Befunde, dass Risikokompetenz vor allem auf Erfahrungswissen, informellen Lernprozessen und dem Austausch innerhalb der BASE Community basiert. In den Aussagen der befragten Athlet:innen erscheinen sicherheitsrelevante Entscheidungen stärker durch individuelle Erfahrung und die innerhalb der Community gelebte Sicherheitskultur geprägt als durch unmittelbar wahrgenommene mediale oder wirtschaftliche Anreize.

VORWORT

Die vorliegende Bachelorarbeit entstand im Rahmen des Bachelorstudiums Multimedia Production an der Fachhochschule Graubünden. Sie verbindet mein persönliches Interesse am BASE Jumping mit der wissenschaftlichen Auseinandersetzung über den Einfluss sozialer Medien und Sponsoring auf die Risikobereitschaft und Sicherheitskultur von Extremsportlern. Ergänzend zur vorliegenden Bachelorarbeit entstand im Rahmen des Bachelorprojekts die multimediale Webdokumentation *Falling for Fame*, welche ausgewählte Erkenntnisse dieser Untersuchung für eine breitere Öffentlichkeit multimedial aufbereitet (Teuscher, 2026).

Mein herzlicher Dank gilt meinen Betreuer:innen Dr. Marie-Therese Mäder und Nils Solanki für ihre fachliche Unterstützung und ihre konstruktiven Rückmeldungen während des gesamten Entstehungsprozesses. Ein besonderer Dank gilt allen Interviewpartner:innen sowie allen Personen, die mir den Zugang zur BASE Jumping Community ermöglicht und mich während der teilnehmenden Beobachtungen unterstützt haben. Ohne ihre Offenheit und ihr Vertrauen wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen. Abschliessend danke ich meiner Familie, meinen Freund:innen und meinem persönlichen Umfeld für ihre Unterstützung, ihre Geduld und ihre Ermutigung während des gesamten Bachelorprojekts.

Jonas Teuscher
Bern, August 2026

INHALTSVERZEICHNIS

Abstract	I
Vorwort	II
Inhaltsverzeichnis.....	III
Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis.....	V
Glossar.....	VI
1 Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung und Relevanz	1
1.2. Forschungsfrage	2
1.3. Aufbau der Arbeit	3
2 Theoretischer und konzeptioneller Rahmen.....	4
2.1. BASE Jumping als Extremsport	4
2.2. Extremsport und Risiko	5
2.3. Entscheidungsprozesse und Sicherheitskultur	7
2.4. Soziale Medien, Sichtbarkeit und Sponsoring.....	9
3 Forschungsstand.....	12
3.1. Studien zu BASE Jumping	12
3.2. Soziale Medien, Sponsoring und Risikoverhalten.....	13
3.3. Forschungslücke und Positionierung	15
4 Methodik.....	16
4.1. Forschungsdesign.....	16
4.2. Datenerhebung	16
4.3. Fallauswahl und Untersuchungsfeld	18
4.4. Untersuchungspersonen	18
4.5. Datenauswertung	20
5 Ergebnisse.....	22
5.1. Digitale Sichtbarkeit.....	22
5.1.1. Soziale Medien als Informations- und Lernplattform.....	22
5.1.2. Sichtbarkeit und Anerkennung innerhalb der Community.....	23
5.1.3. Die Kamera als normalisierter Bestandteil des Sports.....	24
5.2. Sponsoring zwischen Unterstützung und Erwartung	25

5.2.1.	Wege und Bedeutungen von Sponsoring	25
5.2.2.	Sponsoring als Marketingarbeit	26
5.2.3.	Wahrgenommener Erwartungsdruck	27
5.3.	Risiko als kalkulierter und lernender Prozess	28
5.3.1.	Risiko als zentraler Bestandteil des Sports.....	28
5.3.2.	Erfahrungswissen und Risikokompetenz	29
5.3.3.	Von Selbstüberschätzung zu Risikobewusstsein.....	30
5.3.4.	Nicht Springen als Sicherheitsentscheidung.....	31
5.4.	Soziale Medien und Sponsoring als Einflussfaktoren	33
5.4.1.	Vorbilder, Vergleich und Nachahmung	33
5.4.2.	Sichtbarkeit und spektakuläre Inhalte	34
5.4.3.	Einfluss auf Entscheidungen: Mythos oder Realität?.....	34
5.5.	Sicherheitskultur in der BASE Community	35
5.5.1.	Informelle Regeln und implizite Normen	35
5.5.2.	Gemeinschaft, Vertrauen und Gruppendynamiken.....	36
5.5.3.	Lernen aus Fehlern und Unfällen.....	36
5.5.4.	Sicherheit im Zusammenspiel von Eigenverantwortung und Community	37
6	<i>Diskussion</i>	39
6.1.	Theoretische Einordnung	39
6.1.1.	Soziale Medien als Lern- und Kommunikationsraum.....	39
6.1.2.	Sponsoring und soziale Anerkennung als indirekte Einflussfaktoren	40
6.1.3.	Risikokompetenz und Sicherheitskultur als entscheidende Schutzfaktoren ..	42
6.1.4.	Synthese: Zwischen Sichtbarkeit und Sicherheit	44
6.2.	Implikationen	44
6.3.	Grenzen der Untersuchung.....	45
7	<i>Fazit und Ausblick</i>	48
7.1.	Ausblick	48
7.2.	Persönliche Schlussfolgerung	49
8	<i>Literaturverzeichnis</i>	50
9	<i>Hilfsmittelverzeichnis</i>	54
	<i>Anhang</i>	55

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Entwicklung der Selbsteinschätzung im BASE Jumping.....	8
Abbildung 2 Modell der Einflussfaktoren auf Risikoentscheidungen im BASE Jumping.....	42

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1 Glossar	VI
Tabelle 2 Untersuchungspersonen	19

GLOSSAR

Tabelle 1

Glossar

Begriff	Definition
Actioncam	Kleine robuste Kamera zur Aufnahme von sportlichen Aktivitäten aus der Perspektive der Athlet:innen z. B. GoPro.
BASE	Akronym für die vier Objektkategorien im BASE Jumping: <i>Builing, Antenna, Span, und Earth</i> .
BASE Community	Internationale Szene bzw. soziale Gemeinschaft von BASE Jumper:innen mit gemeinsamen Normen, Praktiken und Erfahrungswissen.
BASE Fatality List (BFL)	Informelle Online-Datenbank zur Dokumentation tödlicher Unfälle im BASE Jumping.
BASE Jumping	Extremsportart, bei der mit einem Fallschirm von festen Objekten gesprungen wird.
Close Call	Beinahe Unfall oder kritische Situation ohne schwerwiegende Folgen die häufig als Lernmoment reflektiert wird.
Deathlogging	Mediale Aufzeichnung tödlicher oder beinahe tödlicher Unfälle im Extremsport, häufig mittels <i>Actioncams</i> dokumentiert.
Decision Making	Prozess, bei dem auf Grundlage von Informationen, Erfahrungen und situativen Bedingungen zwischen verschiedenen Handlungsoptionen entschieden wird.
Exit Point	Konkrete Absprungstelle eines BASE Jumps, beispielsweise eine Klippe, Brücke oder Antenne. Eigenschaften des Exit Points beeinflussen Risiko und Ablauf des Sprungs.
Equipmentkontrolle	Systematische Überprüfung der Ausrüstung vor einem Sprung, um deren korrekten Zustand und Einsatzbereitschaft sicherzustellen.
Flow	Zustand intensiver Konzentration und vollständiger Vertiefung in eine Handlung oder Aktivität.
Fluglinie (Line)	Geplanter Flugweg nach dem Absprung, der anhand von Gelände, Hindernissen und den eigenen Fähigkeiten festgelegt wird.

Informelle Sicherheitskultur	Nicht formalisierte Normen Praktiken und Werte innerhalb einer Szene im Umgang mit Risiko und Sicherheit.
Load Organizing	Organisation und Koordination einer Sprungladung (<i>load</i>), einschliesslich Reihenfolge, Sicherheitsabsprachen und Absprungsplanung.
Pilot Chute	Kleiner Hilfsschirm, der beim BASE Jumping oder Fallschirmspringen den Hauptfallschirm aus dem Container zieht und dadurch dessen Öffnung einleitet. Seine Grösse und Konstruktion beeinflussen das Öffnungsverhalten des Fallschirms.
Proximity Flight	Flug im <i>Wingsuit</i> oder <i>Tracking Suit</i> in unmittelbarer Nähe zu Gelände oder Felswänden, bei dem mit geringem Abstand an Hindernissen vorbeigeflogen wird.
Pull	Zeitpunkt beziehungsweise die Höhe, in der der Fallschirm nach dem Absprung geöffnet wird. Im BASE Jumping wird häufig zwischen einem <i>High Pull</i> (frühe Fallschirmöffnung) und einem <i>Low Pull</i> (späte Fallschirmöffnung) unterschieden.
Stunt	Besonders spektakuläre oder aussergewöhnliche Handlung beziehungsweise ein Flugmanöver, das häufig auf visuelle Wirkung oder technische Schwierigkeit ausgerichtet ist.
Wingsuit	Spezieller Flügelanzug der im BASE Jumping oder Fallschirmspringen zur Erzeugung von Auftrieb verwendet wird.

Anmerkung. Das Glossar enthält die für das Verständnis der Arbeit relevanten Fachbegriffe. Englische Begriffe werden beibehalten, sofern sie im Fachgebiet gebräuchlich sind.

1 EINLEITUNG

Soziale Medien haben Kommunikations- und Konsumgewohnheiten verändert und die Logiken von Sichtbarkeit, Anerkennung und ökonomischer Verwertung neu strukturiert. Besonders deutlich zeigt sich diese Entwicklung im Kontext von Extremsportarten, in denen visuelle Inszenierung, mediale Präsenz und individuelle Leistung eng miteinander verwoben sind (Thorpe, 2017, S. 554–560). Diese Arbeit untersucht am Beispiel des BASE Jumpings, wie soziale Medien und Sponsoring als miteinander verschränkte Erwartungs- und Anerkennungssysteme auf individuelle Entscheidungsprozesse und die Risikokultur innerhalb der Szene einwirken.

1.1. Problemstellung und Relevanz

BASE Jumping gilt als eine der risikoreichsten Ausprägungen des Extremsports, bei der Fehlentscheidungen mit hoher Wahrscheinlichkeit schwerwiegende oder tödliche Konsequenzen haben können (Tofler et al., 2018, S. 1–2). Spektakuläre Sprünge, Kameraperspektiven und audiovisuelle Inszenierungen prägen zudem die Wahrnehmung und Verbreitung des Sports. Mit sozialen Medien hat sich diese Entwicklung verstärkt, da Athlet:innen Inhalte zunehmend selbst produzieren und veröffentlichen. Dadurch verschieben sich die Bedingungen, unter denen BASE Jumping praktiziert wird. Sichtbarkeit wird zu einer Ressource für soziale Anerkennung innerhalb der Community und für Sponsoring. Studien zeigen, dass mediale Präsentation im Extremsport nicht nur die Wahrnehmung des Publikums, sondern auch die Praxis der Athlet:innen beeinflussen kann (Posner, 2020, S. iii–1). Digitale Plattformen schaffen neue Erwartungen an Ästhetik, Frequenz und Spektakularität von Inhalten. Empirische Befunde zeigen zudem, dass intensive Nutzung sozialer Medien mit stärkerem *Sensation Seeking* und damit mit risikoreichem Verhalten zusammenhängen kann (Li, 2024, S. 6–7). Daraus ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen Risikobewältigung, Sicherheitspraktiken und medialer Inszenierung. Obwohl Extremsportarten bereits seit längerem Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen sind, zeigt sich insbesondere im Zusammenspiel von sozialen Medien, Sponsoring und konkreten Entscheidungsprozessen im BASE Jumping eine Forschungslücke. Bestehende Arbeiten thematisieren zwar Aspekte wie Risikowahrnehmung, *Sensation Seeking* oder die Medialisierung von Action Sports, jedoch fehlt häufig eine integrative Perspektive, die diese Faktoren im Kontext alltäglicher Praxis und individueller Reflexion der Athlet:innen zusammenführt. Vor diesem Hintergrund untersucht die Arbeit diese Zusammenhänge. Sie untersucht die Wechselwirkungen zwischen medialer Sichtbarkeit, ökonomischen Strukturen und individuellem Risikoverhalten im BASE Jumping.

Im Zentrum steht die Frage, wie Athlet:innen diese Einflüsse wahrnehmen und in ihre Entscheidungen einbeziehen. Ziel ist es zu zeigen, wie soziale Medien und Sponsoring die Wahrnehmung, Bewertung und den Umgang mit Risiko beeinflussen. Berücksichtigt werden individuelle Entscheidungsprozesse und kollektive Dynamiken innerhalb der Community. Ein besonderer Fokus liegt auf der Frage, inwiefern mediale Sichtbarkeit und externe Erwartungen sicherheitsrelevante Praktiken verändern oder herausfordern.

Der Zugang zum Forschungsfeld ist eng mit der persönlichen Erfahrung der forschenden Person im Bereich des Fallschirmspringens verbunden. Diese Nähe zur Szene ermöglicht ein vertieftes Verständnis der Praktiken, Werte und Kommunikationsformen innerhalb des BASE Jumpings sowie einen erleichterten Zugang zu den untersuchten Akteur:innen. Zugleich erfordert diese Position eine reflektierte Auseinandersetzung mit der eigenen Rolle im Forschungsprozess, insbesondere im Hinblick auf mögliche Vorannahmen und subjektive Perspektiven. Für das Verständnis der Arbeit sind einige zentrale Begriffe von Bedeutung, die im weiteren Verlauf theoretisch vertieft werden. Unter sozialen Medien werden digitale Plattformen verstanden, die es Nutzenden ermöglichen, Inhalte zu erstellen, zu teilen und miteinander zu interagieren. Sponsoring bezeichnet ökonomische Beziehungen, in denen Athlet:innen durch Unternehmen unterstützt werden und im Gegenzug Sichtbarkeit oder Markenpräsenz erzeugen. Der Begriff der Risikokultur verweist auf geteilte Praktiken, Normen und Werte im Umgang mit Risiko innerhalb einer sozialen Gruppe. Sichtbarkeit beschreibt die mediale Präsenz und Wahrnehmbarkeit von Athlet:innen und ihren Aktivitäten.

1.2. Forschungsfrage

Auf Basis dieser Zielsetzung ergibt sich folgende zentrale Forschungsfrage:

Wie beeinflussen soziale Medien und Sponsoring als miteinander verschränkte Erwartungs- und Anerkennungssysteme die individuelle Risikobereitschaft und die informelle Sicherheitskultur im BASE Jumping?

Zur weiteren Differenzierung werden ergänzend folgende Unterfragen betrachtet:

- Wie erleben Athlet:innen den Einfluss von sozialer Sichtbarkeit auf ihr Verhalten?
- Welche Rolle spielen mediale Darstellungen bei der Planung und Durchführung von Sprüngen?
- Inwiefern beeinflussen Sponsoring-Strukturen Entscheidungsprozesse?
- Wie reflektieren Athlet:innen mögliche Spannungsfelder zwischen Sicherheit und medialer Performance?

1.3. Aufbau der Arbeit

Im Anschluss an die Einleitung werden im theoretischen und konzeptionellen Rahmen zentrale Konzepte zu Extremsport, Risikoverhalten, Entscheidungsprozessen sowie sozialen Medien und Sponsoring erläutert. Darauf aufbauend werden der Forschungsstand aufgearbeitet, die Forschungslücke aufgezeigt und die vorliegende Untersuchung positioniert. Anschliessend beschreibt das Methodenkapitel das qualitative Forschungsdesign sowie die Datenerhebung und Datenauswertung. Danach werden die Ergebnisse entlang zentraler Kategorien dargestellt und analysiert. Abschliessend werden die Ergebnisse im Kontext der theoretischen Grundlagen und des Forschungsstands diskutiert, kritisch eingeordnet sowie die Limitationen der Arbeit aufgezeigt.

Ergänzend zur vorliegenden Bachelorarbeit wurden ausgewählte Inhalte und Ergebnisse im Rahmen des Bachelorprojekts in der multimedialen Webdokumentation *Falling for Fame* visualisiert und für eine webbasierte Wissensvermittlung aufbereitet (Teuscher, 2026).

2 THEORETISCHER UND KONZEPTIONELLER RAHMEN

Dieses Kapitel entwickelt den theoretischen und konzeptionellen Bezugsrahmen der Arbeit. Es definiert zentrale Begriffe, ordnet relevante Forschungsansätze ein und verortet BASE Jumping im wissenschaftlichen Diskurs. Im Mittelpunkt stehen drei Themenfelder. Zunächst wird BASE Jumping als Form des Extremsports eingeordnet. Anschliessend werden theoretische Ansätze zu Risiko, Entscheidungsprozessen und Sicherheitskultur erläutert. Darauf aufbauend wird die Rolle sozialer Medien und des Sponsorings als Einflussfaktoren auf Sichtbarkeit, Anerkennung und ökonomische Anreizstrukturen behandelt. Die dargestellten Konzepte bilden den theoretischen Bezugsrahmen für die Interpretation der Ergebnisse.

2.1. BASE Jumping als Extremsport

BASE Jumping wird in der wissenschaftlichen Literatur als eine Form des Extremsports eingeordnet und zeichnet sich durch ein hohes Risiko schwerer oder tödlicher Verletzungen aus. Bereits kleine Fehler oder Fehlentscheidungen können gravierende Folgen haben, da Athlet:innen unter hoher Unsicherheit und mit begrenzten Handlungsspielräumen agieren (Tofler et al., 2018, S. 1–2). Der Begriff «BASE» steht für die vier Kategorien fester Absprungsobjekte *Building*, *Antenna*, *Span* und *Earth*. Im Gegensatz zu klassischen Sportarten findet BASE Jumping häufig in schwer kontrollierbaren natürlichen oder urbanen Umgebungen statt, wodurch Wahrnehmung, Planung und situative Anpassungsfähigkeit eine zentrale Rolle einnehmen (Monasterio et al., 2018, S. 2–3). Aufgrund der bewussten Konfrontation mit potenziell lebensbedrohlichen Situationen sowie der engen Verknüpfung körperlicher und mentaler Kontrolle gilt BASE Jumping als prototypisches Beispiel einer risikointensiven Sportpraxis. (Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 1–2). Zudem hat die Teilnahme an Extremsportarten zugenommen, was unter anderem auf gesellschaftliche Individualisierung und die wachsende mediale Sichtbarkeit zurückgeführt wird (Thorpe, 2017, S. 555–560).

Trotz desselben Grundprinzips unterscheiden sich BASE Jumping und Fallschirmspringen grundlegend in ihren strukturellen Bedingungen und ihrer Risikokonstellation. Während Fallschirmspringen typischerweise aus grosser Höhe aus einem Flugzeug erfolgt, wird beim BASE Jumping von festen Objekten abgesprungen. Die geringere Absprunghöhe verkürzt die Zeit zwischen Absprung und Landung erheblich und reduziert die Möglichkeiten, Fluglage oder Flugrichtung zu korrigieren. Zugleich befinden sich die Athlet:innen unmittelbar nach dem Absprung in unmittelbarer Nähe zum Absprungsobjekt, wodurch bereits kleinste Fehler oder ungünstige Windverhältnisse zu Kollisionen mit Felswänden, Brücken, Antennen oder Gebäuden führen können.

Zudem verwenden BASE Jumper:innen in der Regel nur einen Fallschirm und verzichten aufgrund der geringen Höhe auf einen Reserveschirm, wodurch eine wesentliche Sicherheitskomponente des Fallschirmspringens entfällt (Monasterio et al., 2018, S. 2). Hinzu kommt, dass BASE Jumping häufig in unregulierten Umgebungen stattfindet, in denen Geländeform, Windverhältnisse und Hindernisse unmittelbar in die Entscheidungsfindung einfließen.

Die strukturellen Besonderheiten des Sports prägen zugleich den Umgang mit Risiko und Sicherheit. Sicherheitspraktiken beruhen weniger auf standardisierten Systemen als auf Erfahrungswissen, situativer Einschätzung und kontinuierlichem Lernen. BASE Jumper:innen entwickeln im Verlauf ihrer Praxis ein differenziertes Verständnis für das Zusammenspiel von Ausrüstung, Körperbewegung und Umweltbedingungen und erwerben dieses Wissen überwiegend durch wiederholte Erfahrung sowie informellen Austausch innerhalb der Szene (Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 1–2). Gerdes (2018) beschreibt diesen Prozess entsprechend als «learning by doing» und betont die schrittweise Erweiterung der eigenen Fähigkeiten. Risiken werden aktiv bewertet und gesteuert, anstatt primär vermieden zu werden. Sicherheitspraktiken umfassen daher unter anderem die sorgfältige Wahl des Absprungorts, die Berücksichtigung aktueller Umweltbedingungen sowie die bewusste Entscheidung, auf einen Sprung zu verzichten. Risiko wird nicht als Selbstzweck verstanden, sondern als Bestandteil einer Tätigkeit, die sorgfältige Vorbereitung und präzise Umsetzung erfordert (Monasterio & Cloninger, 2019, S. 1–2).

BASE Jumping ist zudem durch seine soziale Einbettung geprägt. Die international vernetzte Community gibt Erfahrungswissen informell über persönliche Kontakte, gemeinsame Sprünge und Beobachtung weiter, da formalisierte Ausbildungsstrukturen und verbindliche Regelwerke nur begrenzt vorhanden sind (Gerdes, 2018; Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 1–2). Gleichzeitig prägen gemeinsame Werte wie Eigenverantwortung, Autonomie und ein reflektierter Umgang mit Risiko die Kultur des Sports (Allman et al., 2009). Insgesamt wird deutlich, dass BASE Jumping durch das Zusammenspiel struktureller Besonderheiten, individueller Erfahrung und sozialer Normen geprägt ist.

2.2. Extremsport und Risiko

Risiko ist ein zentrales Merkmal von Extremsportarten, stellt jedoch keine rein objektive Grösse dar. Während Fehler schwerwiegende oder tödliche Konsequenzen nach sich ziehen können, entsteht Risiko im Zusammenspiel individueller, situativer und sozialer Faktoren. Aufbauend auf der Einordnung des BASE Jumpings als Extremsport wird Risiko als Grundlage für die Analyse von Entscheidungsprozessen sowie der Einflüsse sozialer Medien und des Sponsorings theoretisch eingeordnet.

In klassischen Risikomodellen wird Risiko anhand der Eintrittswahrscheinlichkeit eines Ereignisses und des potenziellen Schadensausmasses definiert. Diese objektive Betrachtungsweise stösst im Extremsport jedoch an ihre Grenzen, da sich Athlet:innen bei Entscheidungen überwiegend an situativen Einschätzungen und persönlichem Erfahrungswissen orientieren und nur selten an statistischen Wahrscheinlichkeiten. Dabei wird zwischen objektivem und subjektivem Risiko unterschieden. Während externe Beobachtende dieselbe Situation häufig als hochriskant bewerten, kann sie von erfahrenen Athlet:innen aufgrund ihrer Kompetenzen, Routinen und ihres Vertrauens in die eigene Handlungsfähigkeit als kontrollierbar wahrgenommen werden. Erfahrene Extremsportler:innen unterschätzen Risiken nicht zwangsläufig, sondern interpretieren und managen sie differenziert. Erfahrung verändert dabei die Wahrnehmung und Einschätzung von Risiken (Monasterio et al., 2016, S. 289–294).

Zur Erklärung dieses Umgangs mit Risiko wird häufig das Konzept des Sensation Seeking herangezogen, das die Suche nach intensiven und stimulierenden Erfahrungen beschreibt. Personen mit hoher Ausprägung von Sensation Seeking weisen eine geringere Risikoaversion auf und empfinden potenzielle Gefahren weniger stark als abschreckend (Hornby et al., 2024, S. 5–6; Monasterio et al., 2018, S. 1–2). Sensation Seeking allein erklärt das Risikoverhalten jedoch nicht. Extremsportler:innen zeichnen sich häufig ebenso durch Selbstkontrolle, Disziplin und Selbstregulation aus (Monasterio et al., 2018, S. 2). Entscheidend ist weniger die objektive Gefährlichkeit einer Situation als das subjektive Kontrollempfinden, das durch Erfahrung und Training entsteht. Dieses kann jedoch Fehleinschätzungen begünstigen, wenn neue Situationen fälschlicherweise als beherrschbar wahrgenommen werden oder kognitive Verzerrungen die Risikowahrnehmung beeinflussen (Hornby et al., 2024; Li, 2024, S. 6–7).

Risiko besitzt im Extremsport jedoch nicht nur eine strukturelle, sondern auch eine funktionale Bedeutung. Für viele Athlet:innen stellt es einen zentralen Bestandteil der sportlichen Erfahrung dar und ermöglicht psychologische Zustände wie *Flow*, in denen Wahrnehmung und Handlung vollständig auf die aktuelle Situation ausgerichtet sind (Csikszentmihalyi, 1990). Risiko bündelt die Aufmerksamkeit und ermöglicht intensive Erfahrungen, Selbstwirksamkeit sowie persönliche Weiterentwicklung. Das Überwinden von Angst stärkt Kompetenzen, weshalb Risiko häufig eher als Herausforderung denn als Bedrohung verstanden wird (Allman et al., 2009; Csikszentmihalyi, 1990; Hornby et al., 2024; Tofler et al., 2018). Diese Sichtweise widerspricht der verbreiteten Annahme, Extremsport sei primär durch das Streben nach Adrenalin motiviert, und verweist stattdessen auf tiefere motivationale Faktoren wie Selbstwirksamkeit, Identitätsbildung und Sinnstiftung (Hornby et al., 2024, S. 5–6). Neben individuellen Faktoren wird Risiko auch durch soziale und kulturelle

Rahmenbedingungen geprägt. In modernen Gesellschaften wird das bewusste Eingehen von Risiko teilweise mit Eigenschaften wie Mut, Individualität oder Leistungsfähigkeit verbunden (Breivik, 2010, S. 264–266). Innerhalb der Extremsportszene entstehen zudem informelle Normen, die definieren, welche Risiken als akzeptabel oder legitim gelten (Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 1–2). Zunehmend wichtig ist zudem die mediale Darstellung des Extremsports. Digitale Plattformen ermöglichen es, spektakuläre Handlungen sichtbar zu machen und schaffen neue Vergleichs- und Orientierungsrahmen. Dadurch können komplexe Entscheidungsprozesse verkürzt dargestellt werden und riskante Situationen kontrollierbarer erscheinen, als sie tatsächlich sind (Frühauf et al., 2025; Thorpe, 2017, S. 555–556). Risiko ist deshalb als sozial konstruiertes Phänomen zu verstehen, das durch kulturelle Normen, mediale Sichtbarkeit und soziale Anerkennung geprägt wird.

Zusammenfassend entsteht Risiko im Extremsport aus dem Zusammenspiel objektiver Gefahren sowie subjektiver, psychologischer, sozialer und kultureller Faktoren. Athlet:innen treffen ihre Entscheidungen auf Grundlage von Erfahrung, Kontrollempfinden und situativer Interpretation.

2.3. Entscheidungsprozesse und Sicherheitskultur

Aufbauend auf dem Verständnis von Risiko richtet sich der Fokus auf Entscheidungsprozesse in konkreten Risikosituationen. Entscheidungsprozesse im Extremsport sind durch Unsicherheit und vielfältige Einflussfaktoren geprägt. Sie sind eng mit der Sicherheitskultur der Szene verbunden, die informelle Normen, Werte und Praktiken umfasst.

Entscheidungen erfolgen häufig unter Bedingungen unvollständiger Information. Umweltfaktoren wie Wetter, Materialzustand oder Gelände können sich kurzfristig verändern und lassen sich nicht vollständig kontrollieren. In solchen Situationen greifen Athlet:innen auf heuristische Entscheidungsstrategien zurück, also vereinfachte Denkprozesse zur schnellen Einschätzung komplexer Situationen. Mit zunehmender Erfahrung verlagern sich Entscheidungen von analytischen zu intuitiven Prozessen. Erfahrene Athlet:innen verlassen sich stärker auf implizites Wissen und automatisierte Mustererkennung, wodurch komplexe Situationen schnell beurteilt werden können. Gleichzeitig steigt das Risiko, neue Situationen fälschlicherweise als vertraut einzuordnen (Klein, 2001).

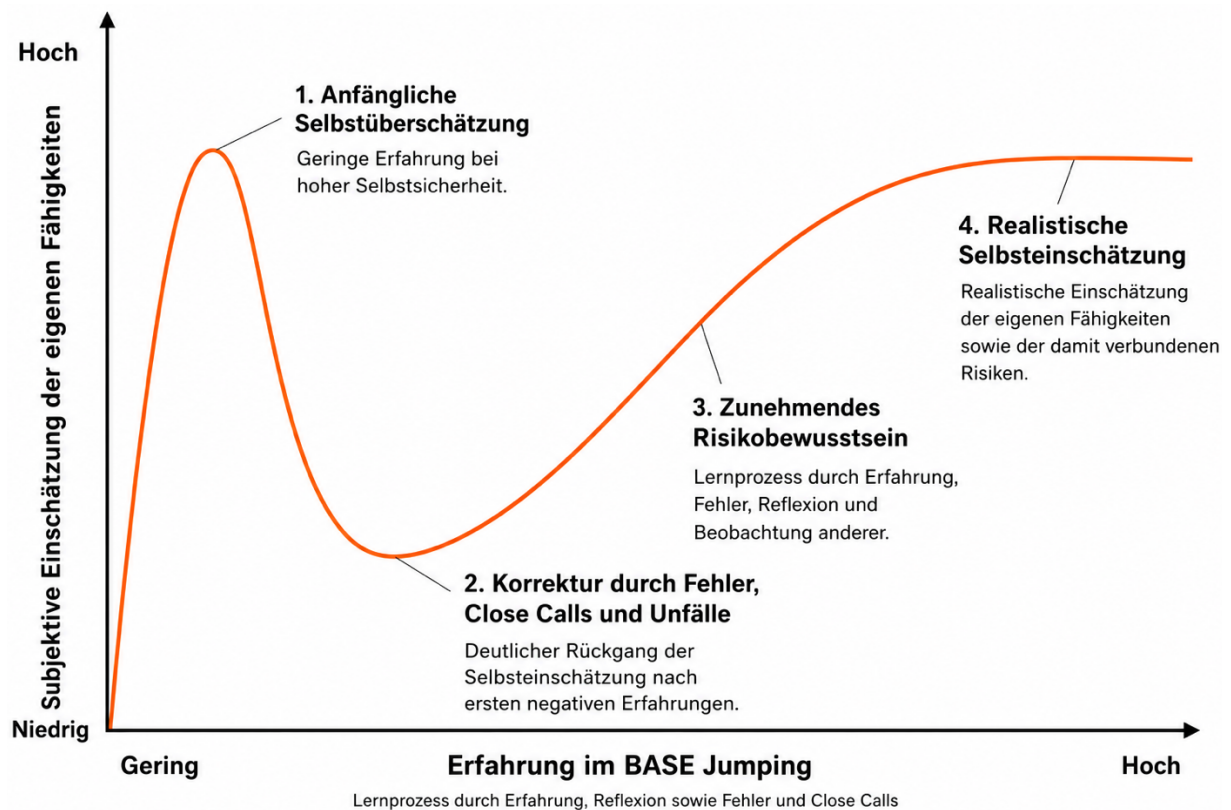
Zusätzlich beeinflussen kognitive Verzerrungen die Entscheidungsfindung. Dazu gehören Optimismusverzerrungen, bei denen das eigene Unfallrisiko unterschätzt wird, sowie Gewöhnungseffekte, durch die wiederholt erlebte Risikosituationen mit der Zeit als weniger gefährlich wahrgenommen werden. Folglich können Risiken insbesondere in vertrauten Situationen unterschätzt werden (Monasterio et al., 2018, S. 2). Erfahrung bildet eine zentrale Grundlage der Risikokompetenz. Sie entsteht weniger durch formale Ausbildung als durch

praktische Erfahrung, Beobachtung und den Austausch innerhalb der Szene. Besonders kritische Ereignisse oder Beinahe Unfälle (*Close Calls*) fördern die Reflexion und Anpassung des eigenen Handelns.

Ein theoretischer Erklärungsansatz hierfür ist der Dunning-Kruger-Effekt (siehe Abb. 1). Kruger und Dunning (1999) beschreiben, dass Personen mit geringer Erfahrung ihre eigenen Fähigkeiten häufig überschätzen, da ihnen die metakognitiven Kompetenzen für eine realistische Selbsteinschätzung fehlen. Mit zunehmender Erfahrung verbessern sich fachliche Kompetenz und die Fähigkeit zur kritischen Selbstreflexion. Abbildung 1 dient als heuristische Veranschaulichung theoretischer Überlegungen und stellt keine allgemeingültige Entwicklungssequenz dar.

Abbildung 1

Entwicklung der Selbsteinschätzung im BASE Jumping



Anmerkung. Eigene Darstellung auf Basis von Kruger und Dunning (1999).

Entscheidungsprozesse sind zugleich sozial eingebettet. Andere Athlet:innen und das unmittelbare Umfeld dienen als wichtige Referenzpunkte für die Risikobewertung. Während Personen ausserhalb der Szene, etwa Familie oder Partner:innen, tendenziell zu risikoreduzierendem Verhalten beitragen, können Gleichgesinnte innerhalb der Community risikobehaftete Praktiken verstärken oder legitimieren (Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 1–2).

Soziale Vergleichsprozesse schaffen Lernmöglichkeiten und Orientierungspunkte hinsichtlich Leistung, Status und Zugehörigkeit.

Diese sozialen Mechanismen sind eng mit der Sicherheitskultur des Extremsports verbunden. Sicherheitskultur umfasst informelle Normen, Werte und Praktiken, die den Umgang mit Risiko innerhalb einer Gruppe prägen. Im Extremsport basiert sie vorwiegend auf Eigenverantwortung und wird weniger durch formale Regelwerke als durch soziale Interaktion gestaltet. Sie umfasst den Austausch über Umweltbedingungen, die gemeinsame Bewertung von Situationen sowie die Reflexion von Fehlern und Unfällen, wodurch Sicherheitspraktiken kontinuierlich weiterentwickelt werden.

Entscheidungsprozesse im Extremsport bewegen sich im Spannungsfeld zwischen Risiko und Sicherheit. Ziel ist die bewusste und kontrollierte Handhabung von Gefahr, nicht deren vollständige Vermeidung (Monasterio & Cloninger, 2019, S. 1–2). Sicherheit wird dabei als dynamisches Gleichgewicht zwischen individuellen Fähigkeiten, situativen Bedingungen und vorhandenen Risiken verstanden. Risikohandeln ist damit in individuelle, soziale und kulturelle Einflüsse eingebettet. Soziale Medien schaffen zusätzliche Vergleichsrahmen, Erwartungen und Anreizstrukturen, die bestehende Entscheidungslogiken und Sicherheitskulturen beeinflussen.

2.4. Soziale Medien, Sichtbarkeit und Sponsoring

Aufbauend auf den Entscheidungsprozessen stellt sich die Frage, welchen Einfluss soziale Medien auf Sicherheitskultur und Risikoverhalten im Extremsport ausüben. Aufbauend auf den Entscheidungsprozessen stellt sich die Frage, welchen Einfluss soziale Medien auf Sicherheitskultur und Risikoverhalten im Extremsport ausüben. Digitale Plattformen wie Instagram, YouTube oder TikTok haben den Extremsport global sichtbar gemacht und neue Formen der Sichtbarkeit, Selbstinszenierung, des sozialen Vergleichs sowie ökonomischer Anreize geschaffen. Athlet:innen dokumentieren ihre Aktivitäten, präsentieren ihre Leistungen und tauschen sich innerhalb internationaler Communities aus (Thorpe, 2017, S. 555–560). *Actioncams* (tragbare Sportkameras), Drohnen und mobile Endgeräte ermöglichen eindrucksvolle Aufnahmen aus der Perspektive der Athlet:innen. Dadurch werden vor allem spektakuläre und risikobehaftete Aspekte des Sports sichtbar und seine Wahrnehmung als emotionales Erlebnis verstärkt (Thorpe, 2017, S. 555–560). Gleichzeitig fördern soziale Medien den internationalen Wissensaustausch und die Vernetzung innerhalb der Szene und können sowohl Sicherheitswissen verbreiten als auch bestimmte Risikopraktiken normalisieren.

Die erhöhte Sichtbarkeit verändert die Rolle der Athlet:innen, deren Inhalte zunehmend den Logiken digitaler Aufmerksamkeit folgen. Spektakuläre Beiträge erzielen höhere

Reichweiten, während Vorbereitung und Sicherheitsmassnahmen oft unsichtbar bleiben (Posner, 2020, S. iii–1; Thorpe, 2017, S. 555–556).

Ein wesentlicher Mechanismus sozialer Medien besteht in den kontinuierlichen Rückmeldungen durch andere Nutzende. Likes, Kommentare und Followerzahlen dienen als sichtbare Indikatoren von Aufmerksamkeit und Anerkennung und beeinflussen die Reichweite von Inhalten. Zudem weist die Literatur auf Zusammenhänge zwischen der Nutzung sozialer Medien und *Sensation Seeking* hin. Personen mit einer hohen Ausprägung suchen verstärkt nach intensiven Inhalten und verbringen tendenziell mehr Zeit auf sozialen Plattformen (Li, 2024, S. 6–7). Wiederholte Konfrontation mit spektakulären Darstellungen kann zudem die Wahrnehmung dessen verändern, was innerhalb der Community als normal oder erreichbar gilt (Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 1–2). Da soziale Medien meist nur das Ergebnis einer Handlung zeigen, bleiben Entscheidungsprozesse, Sicherheitsüberlegungen und Unsicherheiten häufig unsichtbar. Auch die Präsenz von Kameras kann das Verhalten beeinflussen, indem Handlungen bewusster inszeniert oder stärker an ihrer erwarteten medialen Wirkung ausgerichtet werden (Posner, 2020, S. 2).

Die durch soziale Medien geschaffene Sichtbarkeit bildet zugleich die Grundlage neuer ökonomischer Anreizstrukturen. Reichweite, Interaktion und mediale Präsenz entwickeln sich zu zentralen Ressourcen für Kooperationen mit Marken und Sponsor:innen. Athlet:innen übernehmen zunehmend eine doppelte Rolle als Sporttreibende und Produzent:innen von Inhalten (Ankeshian, 2018, S. 6–7). Im Extremsport unterscheidet sich Sponsoring von klassischen Sportarten, da weniger institutionalisierte Wettkämpfe als vielmehr individuelle Leistungen und deren mediale Inszenierung im Vordergrund stehen. Marken profitieren von der Authentizität der Athlet:innen sowie von der emotionalen Wirkung spektakulärer Erlebnisse und nutzen diese gezielt zur Markenkommunikation (Ankeshian, 2018, S. 5–8).

Aufmerksamkeit wird dadurch zur ökonomischen Ressource. Inhalte mit hoher Reichweite erhöhen die Attraktivität für potenzielle Sponsor:innen und fördern einen Wettbewerb um Aufmerksamkeit, in dem besonders eindruckliche Darstellungen bevorzugt werden. Unternehmen verbinden spektakuläre Inszenierungen gezielt mit ihren Marken und erzeugen dadurch emotionale Markenbilder (Eustachi, 2015, S. 31–34). Gleichzeitig ist diese Strategie mit Risiken verbunden, da auch Unfälle oder negative Ereignisse Teil der öffentlichen Wahrnehmung werden können (Eustachi, 2015, S. 33–36).

Soziale Medien und Sponsoring schaffen neue Anreizstrukturen, die Entscheidungsprozesse und Risikoverhalten beeinflussen können. Sponsoring ermöglicht einerseits die professionelle Ausübung des Sports, kann andererseits aber Erwartungen an Sichtbarkeit, die kontinuierliche Produktion digitaler Inhalte und mediale Präsenz erzeugen (Frühauf et al.,

2025, S. 5–6). Ob diese Erwartungen das Entscheidungsverhalten tatsächlich beeinflussen, hängt jedoch von individuellen Erfahrungen, persönlichen Einstellungen und situativen Faktoren ab.

Zusammenfassend bilden soziale Medien und Sponsoring ein eng verflochtenes System aus Sichtbarkeit, Anerkennung und ökonomischen Anreizen. Sie verändern die sozialen und ökonomischen Rahmenbedingungen, innerhalb derer Athlet:innen Risiken wahrnehmen und Entscheidungen treffen. Damit bilden sie den theoretischen Ausgangspunkt für die Einordnung des Forschungsstands und der Forschungslücke.

3 FORSCHUNGSSTAND

Dieses Kapitel gibt einen Überblick über den Forschungsstand zu BASE Jumping sowie zum Einfluss sozialer Medien und des Sponsorings auf Risikoverhalten und Entscheidungsprozesse. Aufbauend auf dem theoretischen Bezugsrahmen werden Studien zu BASE Jumping sowie zu medialen und ökonomischen Einflussfaktoren zusammengefasst. Abschliessend werden die Forschungslücke aufgezeigt und die vorliegende Untersuchung positioniert.

3.1. Studien zu BASE Jumping

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit BASE Jumping ist im Vergleich zu etablierten Sportarten begrenzt, hat sich jedoch zunehmend differenziert. Der bestehende Forschungsstand konzentriert sich insbesondere auf Motivation und subjektives Erleben, Persönlichkeitsmerkmale, Risikowahrnehmung sowie soziale Dynamiken innerhalb der Community. Viele Studien basieren auf kleinen Stichproben oder untersuchen einzelne Aspekte isoliert, weshalb integrative Betrachtungen selten sind (Bouchat et al., 2022, S. 2–3).

Ein zentraler Forschungsstrang befasst sich mit den subjektiven Erfahrungen und Motivationen von BASE Jumper:innen. Qualitative Studien belegen übereinstimmend, dass die Teilnahme am BASE Jumping eng mit intensiven emotionalen Erfahrungen verbunden ist und Emotionen eine zentrale Rolle in den Entscheidungsprozessen der Athlet:innen spielen (Green et al., 2022, S. 556–560). Zugleich zeigen mehrere Studien, dass BASE Jumper:innen ihre Motivation nur selten über das Risiko selbst definieren. Stattdessen stehen persönliche Entwicklung, Selbstwirksamkeit, Transformation und Sinnstiftung im Vordergrund (Allman et al., 2009, S. 42–45; Monasterio & Cloninger, 2019, S. 3–4). Insgesamt widersprechen diese Befunde vereinfachten Annahmen, wonach Extremsport primär durch Sensationssuche motiviert sei.

Die Forschung zu Persönlichkeitsmerkmalen zeichnet ebenfalls ein differenziertes Bild. Während frühere Arbeiten Sensation Seeking als zentralen Erklärungsansatz für risikobehaftetes Verhalten betrachteten, kommen neuere Überblicksarbeiten zum Schluss, dass risikozentrierte Erklärungen die Vielfalt der Motive und Verhaltensweisen im Extremsport nur unzureichend erfassen (Martinho et al., 2024, S. 2–3). Studien von Monasterio et al. (2016, S. 2–4) zeigen, dass BASE Jumper:innen neben einer erhöhten Risikobereitschaft zugleich durch emotionale Stabilität, Resilienz und Selbstkontrolle gekennzeichnet sind. Weitere Untersuchungen zeigen eine grosse Heterogenität der Persönlichkeitsprofile innerhalb der Szene (Monasterio et al., 2018, S. 2–4). Bouchat und Brymer (2019, S. 4–6) argumentieren, dass das Verhalten von BASE Jumper:innen nicht allein über individuelle

Risikoneigung erklärt werden kann, sondern stets im Zusammenhang mit Erfahrung, Wahrnehmung und situativer Einschätzung betrachtet werden muss.

Die Forschung untersucht zudem die objektive Gefährdung des Sports. Übereinstimmend zeigen epidemiologische Studien, dass BASE Jumping im Vergleich zu anderen Freizeitaktivitäten ein aussergewöhnlich hohes Verletzungs- und Todesrisiko aufweist (Brodmann Maeder et al., 2023, S. 5; Soreide et al., 2007, S. 1114–1115). Als häufigste Ursachen schwerer oder tödlicher Unfälle werden Kollisionen mit Felswänden oder dem Boden infolge von Fehlkalkulationen der Flugbahn sowie menschliche Faktoren wie Entscheidungsfehler und Fehleinschätzungen genannt (Mei-Dan et al., 2013, S. 321–323; Monasterio & Mei-Dan, 2008). Kohortenstudien aus dem Lauterbrunnental bestätigen zudem die hohe Schwere typischer Verletzungsmuster (Brodmann Maeder et al., 2023, S. 2–3). Ergänzend liefert die in der Community etablierte BASE Fatality List (*Base Fatality List*, o. J.) einen Überblick über langfristige Entwicklungen tödlicher Unfälle weltweit (Mei-Dan et al., 2013, S. 322). Objektive Gefährdung allein erklärt das Unfallgeschehen jedoch nicht.

Neben individuellen Faktoren rücken zunehmend auch soziale Dynamiken in den Fokus der Forschung. Studien zeigen, dass Entscheidungsprozesse im BASE Jumping in soziale Beziehungen eingebettet sind und insbesondere andere BASE Jumper:innen einen wesentlichen Einfluss auf die Bewertung von Risiken ausüben (Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 1–2). Während das private Umfeld häufig risikoreduzierend wirkt, können Interaktionen innerhalb der Community risikobehaftete Praktiken verstärken oder legitimieren. Darüber hinaus beschreibt Langseth (2012, S. 145–148) BASE Jumping als soziale Praxis, in der Anerkennung, Status und symbolisches Kapital eine wichtige Rolle spielen. Insgesamt zeigt der bisherige Forschungsstand, dass BASE Jumping weder ausschliesslich über individuelle Persönlichkeitsmerkmale noch über objektive Risiken erklärt werden kann. Vielmehr entsteht ein komplexes Zusammenspiel psychologischer, sozialer und situativer Faktoren, das die Grundlage für die Betrachtung medialer und ökonomischer Einflüsse im folgenden Abschnitt bildet.

3.2. Soziale Medien, Sponsoring und Risikoverhalten

Die Forschung beschreibt Digitalisierung und Kommerzialisierung als zentrale Entwicklungen im Extremsport. Thorpe (2017, S. 2–4) beschreibt insbesondere den Einfluss sozialer Medien und Sponsoring auf Wahrnehmung, Entscheidungsprozesse und Risikoverhalten. Aktuelle Studien fokussieren weniger einzelne Plattformen oder Technologien als deren Einfluss auf Entscheidungsprozesse, soziale Vergleichsmechanismen und ökonomische Anreizstrukturen.

Mehrere Untersuchungen beschreiben soziale Medien als zentralen Verstärker von Sichtbarkeit und Anerkennung im Extremsport. Plattformen wie Instagram oder YouTube ermöglichen Athlet:innen, ihre Leistungen einem weltweiten Publikum zu präsentieren und schaffen ein Spannungsfeld zwischen intrinsischer Motivation und externer Bestätigung (Thorpe, 2017, S. 3–5). Empirische Studien zeigen, dass die öffentliche Präsentation spektakulärer Leistungen den Anreiz erhöhen kann, Grenzen zu verschieben, um Aufmerksamkeit zu generieren (Posner, 2020, S. 8–10). Gleichzeitig können soziale Vergleichsprozesse sowie unmittelbare Rückmeldungen in Form von Likes oder Kommentaren dazu beitragen, Wahrnehmungen von Risiko, Kompetenz und sozialer Normalität zu beeinflussen (Frühauf et al., 2025, S. 4–6). Ergänzend weist Li (2024, S. 5–7) Zusammenhänge zwischen intensiver Nutzung sozialer Medien und einer stärkeren Ausprägung von Sensation Seeking hin. Insgesamt zeigen diese Befunde, dass digitale Plattformen Risikoverhalten nicht unmittelbar verursachen, jedoch soziale Mechanismen verstärken, die entsprechende Entscheidungen beeinflussen können.

Neben sozialen Medien rücken mediale Technologien zunehmend in den Fokus der Forschung. Studien belegen, dass insbesondere Actioncams die Art und Weise verändert haben, wie Extremsport erlebt, dokumentiert und vermittelt wird. Gilmore (2023, S. 2–4) zeigt anhand qualitativer Analysen, dass tragbare digitale Geräte wie Actioncams oder Smartwatches es Athlet:innen ermöglichen, sportliche Leistungen in medial verwertbare Inhalte zu überführen und dadurch symbolisches sowie ökonomisches Kapital aufzubauen. Risiko wird zunehmend ästhetisiert und als visuell konsumierbares Erlebnis inszeniert. Gilmore (2023, S. 5–7) beschreibt diese Entwicklung anhand des Konzepts des *Deathlogging*, das die mediale Dokumentation und Verbreitung tödlicher Unfälle im Extremsport bezeichnet.

Zunehmend untersucht die Forschung auch die Rolle des Sponsorings. Übereinstimmend wird Sponsoring als struktureller Anreiz beschrieben, der mediale Aufmerksamkeit in wirtschaftlichen Wert überführt (Eustachi, 2015, S. 25–34). Allerdings weist Eidenmüller (2018) auf ein strukturelles Ungleichgewicht hin, da Athlet:innen den physischen Risiken ausgesetzt sind, während Sponsor:innen primär von der medialen Verwertung profitieren. Leistungsabhängige Anreizsysteme, etwa in Form von Bonuszahlungen oder Vertragsverlängerungen, können zusätzlichen Druck erzeugen, immer spektakulärere Inhalte zu produzieren. Ergänzend zeigen Brasel und Gips (2011, S. 4–6), dass Marken unter bestimmten Bedingungen nicht nur die Wahrnehmung, sondern auch konkretes Verhalten beeinflussen können. Die Forschung deutet darauf hin, dass Sponsoring eng mit medialen Sichtbarkeitslogiken verknüpft ist. Entsprechend untersucht die neuere Forschung zunehmend das Zusammenwirken von sozialen Medien und Sponsoring. Studien beschreiben eine wechselseitige Dynamik, in der mediale Reichweite Sponsoringchancen erhöht, Sponsoring

wiederum Erwartungen an kontinuierliche Sichtbarkeit schafft und dadurch neue Anreize für die Produktion spektakulärer Inhalte entstehen (Thorpe, 2017, S. 5–7). Innerhalb der Community werden solche Inhalte zusätzlich durch soziale Anerkennung legitimiert (Vande Vliet & Inglés, 2021, S. 2–4). Plattformalgorithmen begünstigen Inhalte mit hohem Interaktionspotenzial. Da emotionale und spektakuläre Beiträge häufig überdurchschnittliche Aufmerksamkeit erzeugen, können sie im Empfehlungsprozess zusätzlich begünstigt werden (Aral, 2021; Berger & Milkman, 2012). Gleichzeitig fördern soziale Vergleichsprozesse und unmittelbare Rückmeldungen die Wahrnehmung solcher Inhalte als sozial bedeutsam (Frühauf et al., 2025, S. 6–7).

Insgesamt zeigt der Forschungsstand ein komplexes Zusammenspiel medialer, sozialer und ökonomischer Einflussfaktoren, dessen Bedeutung für Entscheidungsprozesse und Sicherheitskultur im BASE Jumping bislang nur begrenzt untersucht wurde. Ein Überblick über die berücksichtigten Studien befindet sich in Anhang L.

3.3. Forschungslücke und Positionierung

Die bisherige Forschung untersucht psychologische, soziale, mediale und ökonomische Einflussfaktoren im BASE Jumping zunehmend differenziert. Die Wechselwirkungen zwischen individuellen Entscheidungsprozessen sowie sozialen, medialen und ökonomischen Rahmenbedingungen wurden bislang jedoch nur begrenzt gemeinsam untersucht (Hornby et al., 2024).

Ein grosser Teil der Forschung basiert auf quantitativen oder experimentellen Untersuchungsdesigns, die allgemeine Zusammenhänge aufzeigen, jedoch nur begrenzte Einblicke in konkrete Entscheidungsprozesse ermöglichen. Obwohl mehrere qualitative Studien vorliegen, untersuchen diese häufig einzelne Aspekte des BASE Jumpings. Qualitative Arbeiten, welche die situative Aushandlung von Risiko, die Bedeutung von Erfahrung sowie den Einfluss des sozialen Kontexts aus der Perspektive der Athlet:innen gemeinsam betrachten, sind weiterhin vergleichsweise selten.

Vor diesem Hintergrund positioniert sich die vorliegende Arbeit an der Schnittstelle von Medien, Risiko und Sportforschung. Sie untersucht die Wechselwirkungen zwischen individueller Risikowahrnehmung, Entscheidungsprozessen, sozialer Einbettung sowie medialen und ökonomischen Einflussfaktoren aus der Perspektive der Athlet:innen und leistet damit einen Beitrag zu einem bislang wenig untersuchten Forschungsfeld. Das folgende Kapitel beschreibt das methodische Vorgehen sowie die Datenerhebung und Auswertung.

4 METHODIK

Dieses Kapitel beschreibt das methodische Vorgehen der Untersuchung. Aufgrund der explorativen Forschungsfrage und der Komplexität des Untersuchungsfeldes wurde ein qualitatives und feldnahes Forschungsdesign gewählt.

4.1. Forschungsdesign

Qualitative Forschung eignet sich insbesondere zur Untersuchung sozialer Wirklichkeiten, subjektiver Bedeutungen und komplexer Handlungszusammenhänge aus der Perspektive der beteiligten Personen (Flick, 2022, S. 34–36). Im Vordergrund steht das Verständnis sozialer Prozesse und Deutungsmuster, nicht deren statistische Generalisierbarkeit.

Der explorative Charakter der Untersuchung ergibt sich daraus, dass die Wechselwirkungen zwischen medialer Sichtbarkeit, Sponsoring, Risikoverhalten und informeller Sicherheitskultur im BASE Jumping bislang nur begrenzt gemeinsam untersucht wurden. Zwar existieren Forschungsperspektiven zu Risiko und sozialen Medien im Extremsport, doch fehlt weitgehend eine Untersuchung dieser Zusammenhänge aus der Perspektive aktiver BASE Jumper:innen (Hornby et al., 2024; vgl. Kapitel 3). Das Forschungsdesign weist feldnahe und ethnografisch informierte Elemente auf, ohne den Anspruch einer umfassenden ethnografischen Langzeitstudie zu erheben. Entsprechend erfolgte die Datenerhebung teilweise direkt im Umfeld von Sprüngen, während Zustiegen, Vorbereitungsphasen oder unmittelbar danach. Dadurch konnten neben den Interviewaussagen auch situative Eindrücke, Routinen und Interaktionen berücksichtigt werden (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2014, S. 53–55).

Die Arbeit kombiniert leitfadengestützte Interviews, Photo Elicitation und Feldbeobachtungen. Die Verbindung dieser qualitativen Zugänge ermöglicht es, subjektive Aussagen im situativen und sozialen Kontext zu analysieren und unterschiedliche Perspektiven auf das Forschungsfeld zusammenzuführen (Flick, 2022, S. 227–229). Beobachtungen und Reflexionen wurden kontinuierlich dokumentiert, um den Einfluss der forschenden Person transparent zu machen. (Thomas, 2020, S. 6–10).

4.2. Datenerhebung

Die Datenerhebung erfolgte zwischen März und Mai 2026 und umfasste leitfadengestützte Interviews, Photo Elicitation sowie Feldbeobachtungen.

Den zentralen Bestandteil der Datenerhebung bildeten leitfadengestützte Interviews mit BASE Jumper:innen. Diese Interviewform eignet sich zur Rekonstruktion subjektiver Wahrnehmungen, Erfahrungen und Entscheidungsprozesse, da sie zentrale Themen

systematisch und zugleich offen behandelt (Helfferich, 2022, S. 875–880). Der Interviewleitfaden umfasste Erfahrungen im BASE Jumping, Risikowahrnehmung, Sicherheitspraktiken, soziale Medien, Sichtbarkeit, Sponsoring und soziale Erwartungen. Der vollständige Interviewleitfaden ist in Anhang C enthalten. Die Gespräche wurden offen geführt; der Leitfaden enthielt offene Einstiegsfragen und vertiefende Nachfragen (Helfferich, 2022, S. 886).

Die Interviews fanden überwiegend im direkten Umfeld des BASE Jumpings statt, häufig unmittelbar vor geplanten Sprüngen. Die Gespräche wurden in einer ruhigen Umgebung geführt und nicht während der Zustiege zu den *Exit Points*, den Absprungstellen der Sprünge. Dieses feldnahe Vorgehen erleichterte den Zugang zu situativen Eindrücken, Emotionen und Entscheidungsprozessen. Ergänzend wurde bei sämtlichen Interviews die Methode der *Photo Elicitation* eingesetzt. Hierzu wurden gemeinsam mit den Athlet:innen ausgewählte Beiträge aus ihren öffentlich zugänglichen Kanälen in sozialen Medien betrachtet und als Gesprächsimpulse genutzt. Die Auswahl orientierte sich an für die Forschungsfrage relevanten Beiträgen, die als Gesprächsimpulse zu Entscheidungsprozessen, Sichtbarkeit, Selbstinszenierung und Risikowahrnehmung dienten; Anzahl und Inhalte variierten je nach Interview. Die Methode der *Photo Elicitation* ermöglicht den Zugang zu emotionalen und impliziten Erfahrungen, die in rein sprachbasierten Interviews häufig schwerer zugänglich sind (Harper, 2002, S. 13; Williams & Whitehouse, 2015, S. 303–311).

Während der Feldaufenthalte wurden ergänzend Beobachtungen und Feldnotizen dokumentiert. Die Beobachtungsprotokolle orientierten sich an der Forschungsfrage und umfassten vordefinierte Beobachtungskategorien mit Freitextfeldern. Diese bezogen sich auf Interaktionen, situative Dynamiken während Zustiegen und Vorbereitungen sowie den Umgang mit Risiko und Sicherheitspraktiken. Die Feldnotizen dienten dazu, Interviewaussagen situativ einzuordnen und den Forschungsprozess reflexiv festzuhalten. Zur eindeutigen Identifikation der Primärdaten wurden die Teilnehmenden mit den Kürzeln TN01 bis TN05, die Interviewtranskripte mit INT01 bis INT05 sowie die Beobachtungsprotokolle mit BEOB01 bis BEOB03 codiert. BEOB01 dokumentiert den gemeinsamen Feldaufenthalt mit TN01 und TN02, BEOB02 den Feldaufenthalt mit TN03 und BEOB03 den Feldaufenthalt mit TN05. Für TN04 liegt kein eigenes Beobachtungsprotokoll vor, da im Rahmen der Datenerhebung keine gemeinsame Sprungaktivität stattfand. Die pseudonymisierten Dokumente sind in den Anhängen D bis K dokumentiert.

Alle Interviews wurden mit Einverständnis der Teilnehmenden aufgezeichnet und transkribiert. Die Transkription orientierte sich an den einfachen Transkriptionsregeln nach Dresing und Pehl (2018). Das englischsprachige Interview wurde in der Originalsprache analysiert und für die Verwendung in der Arbeit bei Bedarf sinngemäss ins Deutsche übersetzt. Die erhobenen Primärdaten wurden für die wissenschaftliche Auswertung pseudonymisiert und

bildeten die Grundlage der anschliessenden thematischen Analyse mittels MAXQDA. Ausgewählte Episoden des Podcasts *Exit Point* (Blank & Frat, 2021c) wurden ausschliesslich als Kontextmaterial für die Diskussion verwendet und nicht in die Datenauswertung einbezogen.

4.3. Fallauswahl und Untersuchungsfeld

Das Untersuchungsfeld der vorliegenden Arbeit bildet die BASE Jumping Szene mit Fokus auf aktiven Athlet:innen, die sich in unterschiedlichem Ausmass im Spannungsfeld von sozialen Medien, Sichtbarkeit und Sponsoring bewegen. Einbezogen wurden sowohl Personen mit hoher öffentlicher Sichtbarkeit auf Plattformen wie Instagram oder YouTube als auch Athlet:innen ohne aktive Präsenz in sozialen Medien. Dadurch konnten unterschiedliche Perspektiven auf Sichtbarkeit, Sponsoring und Risikowahrnehmung berücksichtigt werden.

Die Auswahl der Interviewpartner:innen erfolgte anhand eines gezielten (purposiven) Samplings, bei dem Teilnehmende aufgrund ihrer für die Forschungsfrage relevanten Erfahrungen und Merkmale bewusst ausgewählt werden. Ziel war die Auswahl informationsreicher Fälle mit hoher Relevanz für die Beantwortung der Forschungsfrage. Der Zugang zum Feld erfolgte teilweise über bestehende Kontakte innerhalb der Fallschirmszene sowie über direkte Kontaktaufnahmen in sozialen Medien. Mehrere Gesprächspartner:innen wurden direkt über Instagram kontaktiert, andere ergaben sich über persönliche Empfehlungen oder bestehende Netzwerke innerhalb der Szene. Die eigene Erfahrung der forschenden Person im Fallschirmsport erleichterte den Zugang zum Feld sowie den Aufbau von Vertrauen gegenüber den Teilnehmenden.

Die Datenerhebung fand teilweise direkt im Umfeld geplanter Sprünge statt. Dadurch konnten Situationen beobachtet werden, die ausserhalb klassischer Interviewsettings nur schwer zugänglich gewesen wären. Allerdings war das Forschungsfeld stark von situativen Faktoren wie Wetterbedingungen, Sicherheitsentscheidungen, Zeitdruck oder spontanen Planänderungen geprägt. Die Organisation und Durchführung der Erhebung erforderten daher ein hohes Mass an Flexibilität sowie eine kontinuierliche Anpassung an die Bedingungen im Feld.

4.4. Untersuchungspersonen

Es wurden fünf leitfadengestützte Interviews durchgeführt. Die Untersuchungspersonen unterschieden sich hinsichtlich Alter, Erfahrung, Professionalisierungsgrad, Reichweite in sozialen Medien sowie Sponsoringstatus. Dadurch konnten unterschiedliche Perspektiven auf digitale Sichtbarkeit, Sponsoring, Risikobereitschaft und Sicherheitskultur innerhalb der

BASE Jumping Szene berücksichtigt werden. Alle interviewten Personen waren männlich. Da Frauen innerhalb der aktiven BASE Jumping Szene deutlich unterrepräsentiert sind, konnten trotz gezielter Kontaktaufnahme keine weiblichen Interviewpartnerinnen gewonnen werden.

Die Teilnehmenden waren zwischen 26 und 45 Jahre alt und verfügten über fünf bis vierzehn Jahre Erfahrung im BASE Jumping. Die Anzahl der absolvierten BASE Sprünge lag zwischen rund 1'000 und 3'000. Die Stichprobe umfasste zwei Teilnehmende aus Deutschland sowie je eine Person aus der Schweiz, Österreich und dem Vereinigten Königreich. Hinsichtlich des Professionalisierungsgrads waren Hobby, semiprofessionelle und hauptberufliche Athlet:innen vertreten. Die Reichweite in den sozialen Medien reichte von keiner aktiven Präsenz bis zu rund 500'000 Followern. Die Stichprobe umfasste gesponserte und nicht gesponserte Athlet:innen. Die Interviews dauerten zwischen 25 und 55 Minuten. Im Rahmen der verfügbaren Stichprobe zeigten sich gegen Ende der Datenerhebung wiederkehrende Themen und Muster. Eine vollständige theoretische Sättigung wird jedoch nicht beansprucht. Tabelle 2 gibt einen Überblick über die Merkmale der Untersuchungspersonen.

Tabelle 2

Untersuchungspersonen

ID	Alter	Nationalität	Rolle	Erfahrung	BASE Jumps	Reichweite	Sponsor
TN 01	45	Schweiz	Hobby	13 Jahre	ca. 1'500	keine	Nein
TN 02	28	Deutschland	Semi-professionell	9 Jahre	ca. 1'000	ca. 500'000	Nein
TN 03	26	Österreich	Professionell	6 Jahre	ca. 3'000	ca. 200'000	Ja
TN 04	27	Deutschland	Semi-professionell	5 Jahre	ca. 1'500	ca. 280'000	Nein
TN 05	37	Vereinigtes Königreich	Professionell	14 Jahre	ca. 1'500	ca. 100'000	Ja

Anmerkung. Eigene Darstellung. Angaben zu BASE Jumps und Reichweite beruhen auf Selbstauskünften der Interviewpartner:innen und sind teilweise gerundet.

4.5. Datenauswertung

Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgte mittels qualitativer thematischer Analyse nach Braun und Clarke (2006) unter Einsatz der Analysesoftware MAXQDA. Diese eignet sich insbesondere für explorative qualitative Forschungsprojekte, da sie wiederkehrende Themen, Bedeutungen und Muster im Datenmaterial systematisch identifiziert und interpretiert (Braun & Clarke, 2006, S. 79–81). MAXQDA diente ausschliesslich der Organisation, Verwaltung und Codierung des Datenmaterials.

Die Auswertung orientierte sich an den zentralen Analyseschritten nach Braun und Clarke (2006, S. 87–93). Zunächst wurde das gesamte Datenmaterial mehrfach gelesen, um ein vertieftes Verständnis der Interviews, Feldnotizen und Reflexionsprotokolle zu entwickeln. Anschliessend erfolgte die systematische Codierung relevanter Textstellen. Inhaltlich ähnliche Codes wurden im weiteren Verlauf zusammengeführt, überprüft und zu übergeordneten Themen verdichtet. Diese Themen wurden anschliessend hinsichtlich ihrer inhaltlichen Konsistenz präzisiert und definiert, bevor sie als Grundlage für die Darstellung der Ergebnisse in Kapitel 5 dienten.

Die Kategorien orientierten sich teilweise an den theoretischen Vorüberlegungen der Arbeit, wurden jedoch nicht ausschliesslich deduktiv vorgegeben. Stattdessen wurde ein kombinierter deduktiv-induktiver Ansatz verfolgt, bei dem theoretisch begründete Kategorien fortlaufend durch neue, aus dem Datenmaterial entwickelte Codes ergänzt und weiterentwickelt wurden. Dadurch konnten neben den theoretischen Schwerpunkten auch unerwartete Perspektiven sowie feldspezifische Dynamiken berücksichtigt werden (Flick, 2022, S. 452–455). Die im Rahmen der Photo Elicitation entstandenen Gesprächssequenzen wurden vollständig in die Analyse integriert. Im Mittelpunkt standen dabei nicht die visuellen Inhalte selbst, sondern die narrativen und reflexiven Erzählungen der Athlet:innen während der gemeinsamen Betrachtung der Beiträge. Die ergänzend berücksichtigten Podcastepisoden dienten ausschliesslich als Kontextmaterial für die Diskussion und wurden weder codiert noch in die Kategorien oder Themenbildung einbezogen. Die thematische Analyse basiert ausschliesslich auf den leitfadengestützten Interviews einschliesslich der im Rahmen der Photo Elicitation entstandenen Gesprächssequenzen sowie den Feldbeobachtungen. Die Podcastepisoden dienten ausschliesslich dazu, die Interviewbefunde im Diskussionsteil in einen breiteren Kontext der internationalen BASE Jumping Community einzuordnen.

Zur Sicherung der Nachvollziehbarkeit und interpretativen Qualität wurde der Analyseprozess fortlaufend dokumentiert und reflexiv begleitet. Die Entwicklung der Codes und Themen erfolgte iterativ durch wiederholtes Prüfen und Vergleichen des Datenmaterials sowie den kontinuierlichen Abgleich mit der Forschungsfrage und den theoretischen Grundlagen. Dabei wurden auch abweichende Aussagen und unterschiedliche Perspektiven der

Interviewpartner:innen berücksichtigt und in die Interpretation einbezogen. Die Feldbeobachtungen wurden mithilfe des aus den Interviews entwickelten Codesystems analysiert und dienten insbesondere dazu, Interviewaussagen zu ergänzen, zu kontextualisieren sowie mit beobachteten Handlungen und Entscheidungsprozessen zu kontrastieren. Sie unterstützten die Interpretation der Interviewbefunde und ermöglichten es, Übereinstimmungen, Unterschiede sowie ergänzende Aspekte sichtbar zu machen. Eine eigenständige Auswertung als Datensatz erfolgte nicht.

Im Verlauf der Analyse wurden inhaltlich ähnliche Codes fortlaufend zusammengeführt, präzisiert und zu übergeordneten Kategorien verdichtet. Aus diesen Kategorien entwickelten sich schließlich die fünf Themenfelder Risiko und Sicherheit, soziale Medien, Sponsoring, Community und Szene sowie Emotion und Motivation. Diese bildeten den analytischen Ausgangspunkt für die Ergebnisdarstellung, wurden für Kapitel 5 jedoch entlang der Forschungsfrage neu strukturiert; die vollständige Codematrix ist in Anhang B dokumentiert.

5 ERGEBNISSE

Dieses Kapitel stellt die zentralen empirischen Befunde der Untersuchung dar. Grundlage bilden die leitfadengestützten Interviews sowie die im Rahmen der Feldarbeit erhobenen Beobachtungen und Beobachtungsprotokolle. Die Ergebnisse orientieren sich an den im Analyseprozess identifizierten Themenfeldern und fokussieren auf die für die Beantwortung der Forschungsfrage relevanten Perspektiven und Erfahrungen der Untersuchungspersonen. Beobachtungen werden ergänzend zur Kontextualisierung der Interviewaussagen einbezogen.

Die Ergebnisse werden entlang von fünf Themenbereichen dargestellt. Zunächst werden digitale Sichtbarkeit und soziale Medien im BASE Jumping sowie anschliessend Sponsoring und damit verbundene Erwartungsstrukturen behandelt. Darauf folgen die Ergebnisse zum Umgang mit Risiko, zu Inspiration, Vorbildern, sozialem Vergleich und individuellem Entscheidungsverhalten sowie zur Sicherheitskultur innerhalb der BASE Jumping Community. Die Einordnung und Diskussion erfolgen in Kapitel 6.

5.1. Digitale Sichtbarkeit

Digitale Medien sind fester Bestandteil des modernen BASE Jumpings. Sie dienen dem Zugang zu Informationen, der Vernetzung innerhalb der Community, der Dokumentation sportlicher Leistungen sowie der persönlichen oder beruflichen Sichtbarkeit und beeinflussen, wie Leistungen wahrgenommen, Erfahrungen ausgetauscht und Kontakte innerhalb der Szene geknüpft werden.

5.1.1. Soziale Medien als Informations- und Lernplattform

Digitale Medien gehen innerhalb der BASE Jumping Community weit über die Funktion der Selbstdarstellung hinaus. Die befragten Athlet:innen beschreiben soziale Medien, Onlinevideos und digitale Community-Plattformen als zentrale Informations-, Lern- und Inspirationsquellen. Insbesondere in einer Sportart, die stark auf Erfahrungswissen basiert und sich kontinuierlich weiterentwickelt, ermöglichen sie den Zugang zu Wissen, neuen Techniken und Entwicklungen aus der internationalen Szene.

Mehrere Teilnehmende berichten, dass ihr erster Kontakt mit dem Sport über digitale Medien erfolgte. TN01 schildert, dass er ursprünglich regelmässig Gleitschirmvideos auf YouTube konsumierte und schliesslich durch einen Algorithmus erstmals auf ein BASE Jump Video aufmerksam wurde. Dieses Erlebnis beschreibt er als den entscheidenden Auslöser seiner späteren Begeisterung für den Sport (INT01, Z. 7–8). Auch TN02 berichtet, bereits im Alter von 13 oder 14 Jahren erstmals Wingsuit BASE Videos auf YouTube gesehen zu

haben. Die Eindrücklichkeit dieser Aufnahmen führte dazu, dass er sich intensiv mit den Voraussetzungen für den Einstieg in den Sport auseinandersetzte (INT02, Z. 8–10).

Digitale Medien dienen zudem dem Wissensaustausch. TN04 bezeichnet Soziale Medien als einen „Katalysator für die Progression im Sport“, da Athlet:innen dadurch in Echtzeit beobachten könnten, „wozu andere Leute fähig sind“ (INT04, Z. 40–45). Neue Techniken, Fluglinien und Leistungsniveaus würden dadurch unmittelbar sichtbar und dienten der eigenen sportlichen Entwicklung. Auch TN02 beschreibt soziale Medien weiterhin als wichtige Inspirationsquelle, über die er regelmässig neue Ideen und Projekte anderer Athlet:innen verfolge (INT02, Z. 30–33).

Eine besondere Bedeutung kommt dem Lernen aus Fehlern und Unfällen zu. TN05 bringt den Zusammenhang zwischen Wissen und Risikokompetenz mit der Aussage „Knowledge dispels fear“ auf den Punkt. Je mehr Wissen vorhanden sei, desto weniger Zweifel und damit auch weniger Angst entstünden (INT05, Z. 23–24). Wissen gilt dabei als Voraussetzung, um Risiken einschätzen und kontrollieren zu können. Entsprechend verweist TN04 auf Facebook-Gruppen, in denen sogenannte Close Calls offen dokumentiert und gemeinsam analysiert werden, um Ursachen von Fehlern zu verstehen und daraus zu lernen (INT04, Z. 181–183). Darüber hinaus nennt er die BASE Fatality List als wichtige Ressource zur Analyse tödlicher Unfälle, deren Bedeutung für das Lernen innerhalb der Community auch TN05 hervorhebt (INT04, Z. 183–185, INT05, Z. 147–149).

5.1.2. Sichtbarkeit und Anerkennung innerhalb der Community

Digitale Sichtbarkeit und Anerkennung sind innerhalb der BASE Jumping Community eng miteinander verbunden, haben jedoch unterschiedliche Bedeutungen. Während Reichweite Aufmerksamkeit, Sponsoring und berufliche Möglichkeiten eröffnen kann, wird langfristige Anerkennung innerhalb der Szene vor allem mit Erfahrung, Kompetenz, Beständigkeit und reflektierter Entscheidungsfähigkeit verknüpft.

Besonders deutlich wird die Bedeutung digitaler Reichweite im Zusammenhang mit Sponsoring. TN03 beschreibt Soziale Medien und Sponsoring als «heikles Thema» und kritisiert, dass sportliche Leistung zunehmend durch digitale Kennzahlen verdrängt werde. Entscheidend sei bei Sponsoringanfragen häufig nicht mehr primär das Können, sondern die Frage: «Wie viele Follower hast du?» (INT03, Z. 29–42). Auch TN04 beschreibt Reichweite als konkrete Ressource. Durch regelmässige Kameraarbeit und die damit verbundene Sichtbarkeit seien Coachinganfragen und weitere Projekte entstanden, weshalb Soziale Medien für ihn «essenziell» für seinen Lebensunterhalt sei (INT04, Z. 33–37).

Demgegenüber hängt Anerkennung innerhalb der Community nicht allein von Reichweite ab. TN02 betont zwar, dass man heute «fast schon Videos posten oder sichtbar sein» müsse, um überhaupt wahrgenommen zu werden (INT02, Z. 132–133). Den grössten Respekt geniessen aus seiner Sicht jedoch Athlet:innen, die über viele Jahre konstant auf hohem Niveau aktiv bleiben (INT02, Z. 134–137).

Spektakuläre Inhalte in sozialen Medien erzeugen besonders viel Aufmerksamkeit. TN01 beschreibt, dass innerhalb der Community häufig die «heftigsten Wingsuit Lines», die tiefsten Proximity Flights (Flüge mit sehr geringem Abstand zu Gelände oder anderen Hindernissen) oder besonders riskante Stunts im Fokus stehen. Langfristige Anerkennung sollte aus seiner Sicht jedoch nicht spektakulären Einzelaktionen, sondern einer über Jahre sicheren und reflektierten Praxis gelten. (INT01, Z. 96–100).

Insgesamt unterscheiden die Befragten zwischen digitaler Reichweite sowie Erfahrung und langfristiger Anerkennung innerhalb der Community.

5.1.3. Die Kamera als normalisierter Bestandteil des Sports

Interviews und Feldbeobachtungen zeigen, dass Kameras im modernen BASE Jumping fest in die Sportpraxis integriert sind. Actioncams, 360-Grad-Kameras, Kameraflüge sowie professionelle Foto- und Videoproduktionen gehören für viele Athlet:innen selbstverständlich zum Sportalltag. Kameras sind innerhalb der Community weitgehend normalisiert und werden häufig nicht als etwas Besonderes wahrgenommen. Dies zeigte sich insbesondere während der Feldbeobachtungen. Bei mehreren begleiteten Sprüngen waren Kameras an Helmen oder der Ausrüstung montiert. Nach ihrer Montage richtete sich die Aufmerksamkeit der Athlet:innen jedoch auf Materialkontrollen, Wetterbedingungen, Flugplanung und die Durchführung des Sprungs. Kameras wurden wie andere Ausrüstungsgegenstände behandelt und traten gegenüber sicherheitsrelevanten Aufgaben in den Hintergrund.

Auch die Interviews bestätigen diese Wahrnehmung. TN03 beschreibt, dass Kameras bereits vor dem Sprung bewusst in die Planung integriert werden, etwa hinsichtlich Fluglinie, Kameraposition oder Bildgestaltung (INT03, Z. 101–103; Z. 238–243). Mit Beginn des Sprungs verliere die Kamera jedoch an Bedeutung. Sobald er seinen Helm aufsetze und sich zum Exit begeben, «existiert nur noch der Flug» (INT03, Z. 111). Die Kamera sei Teil der Vorbereitung, stehe während des Sprungs jedoch nicht mehr im Mittelpunkt.

TN04 beschreibt Kameraarbeit als spezialisierte Kompetenz, die gezielte Planung sowie «extrem viel Skill, Arbeit und Vorbereitung» erfordere (INT04, Z. 88–102). TN05 hebt ergänzend hervor, dass professionelle Bild- und Videoproduktion einen wichtigen Mehrwert für Sponsoren darstelle und insbesondere die Kombination aus Athlet:in und Fotograf:in zusätzliche Möglichkeiten eröffne (INT05, Z. 49–63).

Hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Kamera und Risikoverhalten vertreten die Befragten differenzierte Positionen. Während einzelne Athlet:innen beobachten, dass Kameras oder gewünschte Aufnahmen Entscheidungen beeinflussen können, betonen andere, dass letztlich die Entscheidungen der Athlet:innen ausschlaggebend seien und nicht die Kamera selbst (INT03, Z. 116–119, INT04, Z. 111–119). Insgesamt beschreiben die Befragten Kameras als festen Bestandteil ihrer Sportpraxis. Entscheidend sei vielmehr der Umgang mit der Kamera. Dieser Zusammenhang wird in Kapitel 5.4 vertieft.

5.2. Sponsoring zwischen Unterstützung und Erwartung

Aufbauend auf der digitalen Sichtbarkeit richtet sich der Fokus nun auf Sponsoring und berufliche Möglichkeiten. Die Interviews zeigen, dass Sponsoring je nach persönlicher und beruflicher Situation unterschiedliche Formen annimmt. Sie reicht von finanziellen und materiellen Leistungen über die Produktion medialer Inhalte bis zur Zusammenarbeit mit Marken. Zugleich berichten die Athlet:innen von unterschiedlichen Erwartungen, die mit solchen Partnerschaften verbunden sind.

5.2.1. Wege und Bedeutungen von Sponsoring

Die Bedeutung und Ausgestaltung von Sponsoring wird von den Athlet:innen unterschiedlich beschrieben. Während einzelne Athlet:innen keine Sponsoringverträge haben oder entsprechende Kooperationen nur am Rand erleben, ist Sponsoring für andere eng mit der Finanzierung des Sports oder sogar dem Lebensunterhalt verbunden. Sponsoring reicht von materieller Unterstützung über projektbezogene Kooperationen bis zu einer professionellen Athlet:innenkarriere.

TN01 beschreibt Sponsoring als schwer zugänglichen Bereich. Aus seiner Sicht können nur sehr wenige Personen tatsächlich vom BASE Jumping leben. Wenn dies gelingt, dann meist durch ergänzende Tätigkeiten wie Coaching oder *Load Organizing* (Organisation und Koordination von Fallschirmsprüngen, insbesondere im Skydiving) und nicht allein durch das Springen selbst (INT01, Z. 115–116). Zudem beschreibt er eine Verschiebung weg vom früheren Ideal der reinen Spitzenathlet:in hin zu einem Berufsverständnis, das neben der sportlichen Leistung auch ergänzende Tätigkeiten umfasst. Das «goldene Zeitalter», in dem ein extrem guter BASE Jumper direkt einen Red Bull Vertrag erhalten konnte, sei vorbei. Heute gehe es häufiger um kleinere Formen der Unterstützung, etwa einen kostenlosen Helm oder einen vergünstigten Wingsuit (INT01, Z. 117–119). Auch TN03 betont, dass viele Athlet:innen zwar vom Sport leben möchten, dies jedoch «extrem schwierig» sei (INT03, Z. 32). Aus seiner Sicht führen unterschiedliche Wege zu Sponsoring. Neben sportlicher Leistung nennt er Reichweite, persönliche Vermarktung sowie Zufälle im Karriereverlauf als entscheidende Faktoren (INT03, Z. 33–38). Die Befragten sehen Sponsoring neben

der sportlichen Leistung auch von Reichweite, persönlicher Vermarktung und günstigen Gelegenheiten abhängig.

Bei TN04 ist Sponsoring eng mit der beruflichen Situation verbunden. Er beschreibt, dass sein Teilzeitpensum allein nicht ausreiche und er deshalb zusätzliche Einnahmequellen benötige (INT04, Z. 31–32). Durch seine Tätigkeit im BASE Jumping hätten sich verschiedene berufliche Möglichkeiten ergeben, darunter Coaching und weitere Projekte. Dadurch stellen Soziale Medien und Sponsoring einen wichtigen Bestandteil seines Einkommens dar (INT04, Z. 33–37). Auch TN05 unterscheidet deutlich zwischen unterschiedlichen Formen von Sponsoring. Für ihn bedeutet professionelles Sponsoring, den eigenen Lebensunterhalt mit dem Sport bestreiten zu können (INT05, Z. 75–77). Demgegenüber bewertet er materielle Leistungen wie kostenloses Equipment oder Rabatte zwar ebenfalls als Sponsoring, grenzt diese jedoch klar von einer professionellen Athlet:innenkarriere ab (INT05, Z. 77–80). Während der Feldbeobachtung bei TN05 wurden Sponsorenlogos auf Wingsuit, Helm und Kleidung sichtbar. Sponsoring zeigte sich sowohl in der finanziellen Unterstützung als auch in der sichtbaren Präsenz von Marken innerhalb der sportlichen Praxis (BEOB03, Z. 157–166).

Insbesondere die gesponserten Athlet:innen beschreiben Sponsoring nicht ausschliesslich als finanzielle Unterstützung. Es reicht von punktueller materieller Unterstützung bis zu einer professionellen Erwerbsgrundlage und hängt von der individuellen Lebens und Berufssituation ab. Daraus ergibt sich die Frage, welche Leistungen Athlet:innen im Gegenzug erbringen.

5.2.2. Sponsoring als Marketingarbeit

Die Interviews zeigen, dass Sponsoring nicht ausschliesslich als finanzielle Unterstützung verstanden wird. Vielmehr beschreiben insbesondere gesponserte Athlet:innen ihre Zusammenarbeit mit Unternehmen als professionelle Marketingarbeit. Sportliche Leistungen bilden eine wichtige Grundlage, langfristige Partnerschaften entstehen jedoch vor allem durch die Fähigkeit, Marken sichtbar zu machen und Inhalte zu produzieren.

Besonders deutlich formuliert dies TN05. Auf die Frage nach Sponsoring erklärt er, dass Unternehmen Athlet:innen in erster Linie aus Marketinggründen unterstützen. Produkttests spielten zwar teilweise ebenfalls eine Rolle, im Zentrum stehe jedoch die Vermarktung der Marke (INT05, Z. 102–106). Entsprechend beschreibt er seine Tätigkeit als weit mehr als das eigentliche BASE Jumping. Er entwickelt Projekte, investiert eigenes Geld, schreibt E-Mails, führt Gespräche mit Unternehmen und plant Expeditionen mit Blick auf deren spätere Vermarktung. «There's a lot more to it than just jumping off cliffs.» (INT05, Z. 82–89).

TN05 beschreibt drei Möglichkeiten, wie Athlet:innen für Sponsoren einen Mehrwert schaffen können: durch die Produktion von Bildmaterial, durch eine eigene Reichweite oder durch aussergewöhnliche sportliche Leistungen (INT05, Z. 49–63). Besonders wertvoll sei dabei die Kombination aus Athlet:in und Fotograf:in, wodurch Marken komplette Medienproduktionen aus einer Hand erhalten könnten (INT05, Z. 60–63). Auch TN04 beschreibt die professionelle Erstellung digitaler Inhalte als eigenständige Kompetenz. Als Kameraflyer plant er Aufnahmen gezielt so, dass Fluglinien möglichst eindrücklich dargestellt werden. Hochwertige Aufnahmen erforderten dabei «extrem viel Skill, Arbeit und Vorbereitung» (INT04, Z. 80–109).

Während der Feldbeobachtung bei TN05 wurden Fotos aufgenommen und Sponsorenlogos auf Wingsuit, Helm und Kleidung bewusst sichtbar getragen. Die spätere Veröffentlichung einzelner Inhalte auf Instagram verdeutlicht, dass sportliche Aktivitäten und mediale Kommunikation eng miteinander verbunden sind (BEOB03, Z. 145–166).

5.2.3. Wahrgenommener Erwartungsdruck

Die Interviews zeigen unterschiedliche Sichtweisen auf den Erwartungsdruck im Zusammenhang mit Sponsoring. Direkte Vorgaben durch Sponsor:innen werden kaum beschrieben. Deutlicher treten indirekte Erwartungen hervor, etwa durch Sichtbarkeit, Projektverpflichtungen, finanzielle Anreize, Kamerapräsenz oder den Wunsch, Sponsor:innen nicht zu enttäuschen.

TN01 beschreibt diesen Druck nicht als unmittelbare Fremdbestimmung, sondern als selbst erzeugte Verpflichtung. Aus seiner Sicht kann Sponsoring Entscheidungen beeinflussen, ohne dass Sponsor:innen aktiv Druck ausüben. Entscheidend sei das Gefühl, jemanden zufriedenstellen zu müssen. Dadurch entstehe zusätzlicher Druck auf die eigene Entscheidung (INT01, Z. 73–80). Auch TN02 verweist auf mögliche Auswirkungen von Sponsoring, insbesondere wenn Material betroffen ist. Einen Markenwechsel beim Wingsuit würde er aufgrund der unmittelbaren Auswirkungen auf das Risiko sehr sorgfältig abwägen (INT02, Z. 100–108).

TN03 nimmt Sponsoringserwartungen wahr, grenzt sich jedoch klar davon ab. Für ihn sei das Wichtigste im Umgang mit Sponsoring «kein Druck» (INT03, Z. 141–142). Anfragen, unter Zeitdruck Inhalte zu produzieren, lehne er ab. Bei ungeeigneten Bedingungen springe er nicht nur wegen eines Sponsors und unterscheide klar zwischen der Arbeit für Sponsor:innen und risikorelevanten Entscheidungen (INT03, Z. 143–150). Auch TN04 relativiert die Annahme, gesponserte Athlet:innen würden automatisch höhere Risiken eingehen. Grosse Marken hätten vielmehr ein Interesse an der langfristigen Sicherheit ihrer

Athlet:innen, während kleinere Sponsoren teilweise stärker auf spektakuläre Bilder ausgerichtet seien (INT04, Z. 135–143).

TN05 beschreibt die Spannung zwischen Sponsoring, Druck und professioneller Selbststeuerung besonders ausführlich. In seiner aktuellen Situation nehme er keinen direkten Druck wahr. Die Zusammenarbeit mit seinen Sponsoren basiere auf gegenseitigem Vertrauen; weder Beiträge noch Sprünge würden eingefordert (INT05, Z. 224–254). Zugleich betont er, dass in einem Hochrisikosport kein Druck bestehen dürfe, weil Entscheidungen Ruhe und Klarheit erforderten. Indirekter Druck könne jedoch entstehen, wenn Athlet:innen nach Abschluss eines Sponsoringvertrags neues Material oder neue Projekte präsentieren wollten, obwohl sie dafür noch nicht bereit seien. Finanzielle Anreize, Sichtbarkeit und der Wunsch, Erwartungen zu erfüllen, könnten in solchen Situationen risikorelevante Entscheidungen begünstigen (INT05, Z. 206–214).

Bei TN05 war Sponsoring durch Ausrüstung, Logos und Markenpräsenz sichtbar. Dennoch entstand während des beobachteten Sprungs ebenso wie bei TN03 nicht der Eindruck, dass Entscheidungen primär an den Erwartungen von Sponsor:innen oder an der Sichtbarkeit in sozialen Medien ausgerichtet waren. Stattdessen standen Vorbereitung, situative Kontrolle und sicherheitsrelevante Entscheidungen im Vordergrund (BEOB02, Z. 54–57; BEOB03, Z. 149–166).

Erwartungsdruck entsteht nach Einschätzung der Befragten weniger durch direkte Vorgaben von Sponsor:innen als durch indirekte Erwartungen, öffentliche Sichtbarkeit und finanzielle Anreize. Gleichzeitig betonen sie die Bedeutung eigener Entscheidungen im Umgang mit diesen Erwartungen. Im folgenden Kapitel steht der Umgang der Athlet:innen mit Risiko im Mittelpunkt.

5.3. Risiko als kalkulierter und lernender Prozess

Risiko ist ein grundlegender Bestandteil des BASE Jumpings. Die Interviews und Beobachtungen zeigen jedoch, dass die Athlet:innen Risiko nicht als unkontrollierbare Gefahr, sondern als Teil eines kontinuierlichen Entscheidungs- und Lernprozesses verstehen. Risikokompetenz entwickelt sich durch Erfahrung, Vorbereitung und reflektierte Entscheidungen.

5.3.1. Risiko als zentraler Bestandteil des Sports

Risiko wird von den befragten Athlet:innen als untrennbarer Bestandteil des BASE Jumpings verstanden. Dabei wird Risiko nicht als Selbstzweck oder Ausdruck von Leichtsinn beschrieben. Vielmehr erscheint es als Voraussetzung für eine Sportart, die mit Freiheit, persönlicher Entwicklung und intensiven Erfahrungen verbunden ist. Die Athlet:innen betonen, dass Risiko akzeptiert, reflektiert und fortlaufend bewertet werden müsse.

Mehrere Interviewpartner verbinden BASE Jumping mit einem besonderen Freiheitsgefühl. TN03 beschreibt den Sport als einen zentralen Bestandteil seines Lebens und erklärt, dass er für ihn eng mit Freiheit verbunden sei. Entscheidend sei dabei der gesamte Prozess vom Aufstieg über die Vorbereitung bis zur sicheren Landung, nicht allein der eigentliche Sprung (INT03, Z. 22–27). Auch TN04 betont, dass BASE Jumping grosse Freiheiten ermögliche, gleichzeitig jedoch ein hohes Mass an Eigenverantwortung verlange. Jede Person müsse selbst entscheiden, welche Risiken sie eingehe. Gerade diese Freiheit mache den Sport zugleich faszinierend und gefährlich (INT04, Z. 175–179).

Die Interviews zeigen zudem, dass das Risiko bewusst anerkannt und nicht um seiner selbst willen gesucht wird. TN01 bezeichnet BASE Jumping ausdrücklich als gefährlichen Sport und hält fest, dass Personen, die den Sport über längere Zeit ausüben, unweigerlich Freund:innen verlieren. Trotz dieses Wissens wolle er den Sport weiter betreiben, weil das Fliegen für ihn eine grosse Leidenschaft darstelle. Sein Ziel sei jedoch, das Risiko so weit wie möglich zu reduzieren (INT01, Z. 21–24). Auch TN05 betont, dass ihn nicht das Risiko selbst motiviere. Entscheidend sei vielmehr ein angemessenes Verhältnis zwischen Risiko und Nutzen. Durch Erfahrung, Vorbereitung und Training könne das Risiko reduziert werden, bis der persönliche Nutzen überwiege. Erst dann entscheide er sich für einen Sprung (INT05, Z. 29–42; Z. 97–99).

Weder bei TN03 noch bei TN05 entstand der Eindruck, dass Risiko aktiv gesucht oder demonstriert wurde. Stattdessen wirkten Vorbereitung, Kommunikation und Durchführung der Sprünge ruhig, strukturiert und routiniert. Das objektiv hohe Risiko des Sports war zwar jederzeit präsent, stand im beobachteten Handeln jedoch nicht im Vordergrund. Vielmehr dominierten Konzentration, Planung und situative Einschätzung die Abläufe.

Die Befragten beschreiben Risiko als Bestandteil des Sports und nicht als primäres Ziel des Handelns. Akzeptiert wird es insbesondere dann, wenn es durch Vorbereitung, Eigenverantwortung und reflektierte Entscheidungen möglichst kontrollierbar gemacht werden kann.

5.3.2. Erfahrungswissen und Risikokompetenz

Die Befragten beschreiben den Umgang mit Risiko als kontinuierlichen Prozess auf Grundlage von Vorbereitung, Erfahrung und der Einschätzung komplexer Situationen. Risiko spielt bereits bei der Planung, der Analyse von Bedingungen, Materialkontrollen und der mentalen Vorbereitung eine zentrale Rolle, lange vor dem Exit Point.

Besonders deutlich wird dies bei TN04. Er beschreibt Risiko als eines der wichtigsten Themen im Sport, weil bei hohen Geschwindigkeiten in kurzer Zeit richtige Entscheidungen getroffen werden müssen (INT04, Z. 49–51). Vor jedem Sprung frage er sich, wie viel Risiko

er gerade eingehe und ob dieses für ihn vertretbar sei (INT04, Z. 52–57). Der Sprung habe in seinem Kopf bereits vor der tatsächlichen Durchführung stattgefunden; erkenne er ein signifikantes Verletzungsrisiko, führe er ihn nicht durch (INT04, Z. 59–65). Auch TN02 beschreibt Risikokompetenz als Zusammenspiel aus Selbsteinschätzung, Bedingungen und Planung. Vor einem Sprung prüfe er die Schwierigkeit, seine körperliche Verfassung sowie die Wetterbedingungen (INT02, Z. 51–52). Ein klarer Plan sei entscheidend, da spontane Entscheidungen im Freifall möglichst vermieden werden sollten (INT02, Z. 53–55).

TN05 betont zusätzlich die Bedeutung von Vorbereitung, Visualisierung und Erfahrung. Komplexere Projekte erforderten mehr Untersuchung, mehr Wissen und mehr Informationen (INT05, Z. 107–108). Teilweise verbringe er Zeit am Objekt oder steige ohne Fallschirm zum Exit, um sich die Situation vorzustellen und Variablen bereits im Vorfeld zu reduzieren (INT05, Z. 109–114). Die Beobachtungen bestätigen diese strukturierte Vorbereitung. Wiederholte Materialkontrollen, die Überprüfung von Wetterdaten, routinierte Gear Checks sowie eine ruhige Konzentrationsphase vor dem Exit waren bei mehreren Athlet:innen fester Bestandteil des Sprungablaufs (BEOB01, Z. 16–18; BEOB02, Z. 17–18; BEOB03, Z. 102–110).

5.3.3. Von Selbstüberschätzung zu Risikobewusstsein

Die Mehrheit der Befragten beschreibt Risikobewusstsein als Ergebnis von Erfahrung, Fehlern, Unfällen und der Beobachtung anderer. Mehrere Athlet:innen schildern eine anfängliche Phase der Selbstüberschätzung, in der das eigene Können überschätzt und das tatsächliche Risiko unterschätzt wird.

Besonders deutlich formuliert TN04 diese Dynamik. Rückblickend beschreibt er, dass seine Risikobereitschaft zu Beginn extrem hoch gewesen sei. Mit 22 Jahren und rund 400 Fallschirmsprüngen habe man sich am Berg schnell «unsterblich» gefühlt. Selbstüberschätzung sei im BASE Jumping allgegenwärtig, weil bereits die Grundannahme, mit einem Fallschirm von einer Klippe springen zu können und alles im Griff zu haben, eine Form von Selbstvertrauen voraussetze, die leicht kippen könne (INT04, Z. 70–77). Mit zunehmendem Alter und wachsender Erfahrung werde jedoch «das grosse Ganze» besser verständlich. Man sehe Menschen, «die irgendwann nicht mehr da sind», und gehe dadurch konservativer mit Risiko um (INT04, Z. 78–82).

Ähnliche Entwicklungen schildern auch TN01 und TN02. Beide beschreiben die Anfangszeit als Phase der Selbstüberschätzung, in der Risiken unterschätzt und Unfälle eher als Ereignisse wahrgenommen würden, die andere beträfen. Erst durch zunehmende Erfahrung sowie die Beobachtung oder das Erleben von Unfällen entwickle sich ein vorsichtiger und reflektierter Umgang mit Risiko (INT01, Z. 42–45; INT02, Z. 63–67).

TN03 beschreibt diesen Entwicklungsprozess als typische Phase innerhalb der sportlichen Laufbahn. In den ersten 100 bis 200 Sprüngen seien viele Athlet:innen noch sehr fokussiert und kontrollierten alles sorgfältig. Kritischer werde es eher zwischen 200 und 500 Sprüngen, wenn das Gefühl entstehe, den Sport nun zu kennen. In dieser Phase würden Dinge eher ignoriert oder lockerer genommen; genau dort steige das Risiko. Erst durch eigene Fehler, Close Calls oder Fehler anderer werde man wieder vorsichtiger und entwickle ein differenzierteres Risikobewusstsein (INT03, Z. 73–87).

Auch TN05 verweist auf den im theoretischen Rahmen erläuterten Dunning Kruger Effekt (vgl. Abb. 1). Er erklärt, dass viele BASE Jumper:innen nach etwa drei Jahren einen Höhepunkt des Risikos erreichen würden, weil sie glaubten zu wissen, womit sie gerade noch davonkommen könnten. Nachdem er selbst gegen eine Felswand geflogen war und zahlreiche Unfälle im Umfeld erlebt hatte, habe er erkannt, dass BASE Jumping nicht nach dem Prinzip «let's see what happens» funktioniere. Stattdessen brauche es Kontrolle, Training, Wissen und Erfahrung, bevor Projekte umgesetzt würden, die ausserhalb der eigenen Fähigkeiten liegen (INT05, Z. 128–157).

Auch die Auseinandersetzung mit Unfällen und Verlusten trägt nach Aussagen der Befragten wesentlich zur Entwicklung eines reflektierteren Mindsets bei. TN01 beschreibt den Verlust von Freund:innen als schmerzhaften Teil des Sports (INT01, Z. 24–30). TN05 berichtet, dass die Beobachtung von Unfällen, problematischen Mindsets und Verletzungen seine eigene Risikowahrnehmung nachhaltig verändert habe (INT05, Z. 143–156).

Die Beobachtungsprotokolle stützen diese Einschätzung. Über alle drei Beobachtungen hinweg zeigte sich trotz des objektiv hohen Risikos ein ruhiger, routinierter und kontrollierter Umgang mit den Sprüngen. Vorbereitung, Entscheidungsfindung und Durchführung wirkten methodisch und nicht spontan. Erfahrung äusserte sich unter anderem in strukturierten Abläufen, sicherer Orientierung im Gelände, konzentrierter Körpersprache und einer kontrollierten Umsetzung der geplanten Fluglinie (BEOB01, Z. 65–79; BEOB02, Z. 58–68; BEOB03, Z. 113–144).

Insgesamt beschreiben die Befragten Risikobewusstsein als langfristigen Lernprozess. Erfahrung, Fehler und Unfälle gelten als zentrale Bestandteile dieses Prozesses. Das wachsende Risikobewusstsein zeigt sich schliesslich in einer sorgfältigeren Vorbereitung ebenso wie in der Fähigkeit, bewusst auf einen Sprung zu verzichten.

5.3.4. Nicht Springen als Sicherheitsentscheidung

Die Befragten beschreiben Sicherheit nicht nur als Ergebnis von Vorbereitung und Kontrolle, sondern auch als die Fähigkeit, bewusst auf einen Sprung zu verzichten. Der bewusste Verzicht auf einen Sprung gilt den befragten Athlet:innen als aktive

Sicherheitsentscheidung, nicht als Scheitern. Diese Entscheidung kann durch Wetter, körperliche oder mentale Verfassung, Bauchgefühl, Gruppendynamik oder Verantwortung gegenüber anderen geprägt sein.

Besonders deutlich wird dies bei TN01. Er versucht, die Entscheidung bereits vor dem eigentlichen Sprung zu treffen und nur dann loszugehen, wenn Wetter, Analyse und eigenes Gefühl stimmen. Er betont, dass er sich nur dann auf den Weg mache, wenn «alles perfekt» sei. Wenn er ein schlechtes Bauchgefühl habe, mache er den Sprung nicht (INT01, Z. 25–34). Auch bei konkreten Situationen verweist er auf Wind und Bauchgefühl: Wenn ihm der Wind nicht gepasst habe oder sich das Gefühl nicht stimmig angefühlt habe, sei er wieder umgedreht und nach Hause gefahren (INT01, Z. 48–51).

Bei TN03 stehen insbesondere äussere Bedingungen als Anlass für einen Sprungabbruch im Vordergrund. Er beschreibt Rückenwind am Exit als klare Abbruchbedingung, weil dadurch der Sprung unmittelbar gefährlicher werde. Deshalb sei er auch nach langen Hikes bereits mehrfach wieder vom Berg heruntergelaufen. Er begründet diese Entscheidungen mit der Aussage: «Der Berg steht auch morgen noch dort» (INT03, Z. 90–99).

TN04 verbindet Abbruchentscheidungen stark mit Bauchgefühl und Verantwortung. Wenn sich etwas nicht richtig anfühle, gehe er einen Schritt zurück, selbst wenn die objektiven Bedingungen eigentlich gut wirkten. Er begründet dies damit, dass BASE Jumping «extrem psychologisch» sei und die eigene mentale Verfassung die Performance beeinflusse (INT04, Z. 155–158). In einem konkreten Beispiel beschreibt er, dass er nach viereinhalb Stunden Zustieg wieder heruntergelaufen sei, weil die Gruppe in den Wolken sass. Für ihn allein wären die Bedingungen möglicherweise noch vertretbar gewesen, doch die Verantwortung gegenüber der Gruppe sei wichtiger gewesen als der Wunsch zu springen (INT04, Z. 159–161).

TN05 erweitert diese Perspektive um Gruppendynamik und sozialen Druck. Er berichtet von mehreren grossen Projekten, bei denen er nach langen Zustiegen oder Expeditionen nicht gesprungen sei, unter anderem am Lhotse, Kilimanjaro, in Vietnam und am Matterhorn (INT05, Z. 152–156). Ausschlaggebend seien etwa Wolken, zu viel Wind oder Bedingungen gewesen, die für ihn persönlich nicht gut gewesen seien (INT05, Z. 156–160). Besonders deutlich wird seine Haltung in einer Gruppensituation: Obwohl andere sprangen, entschied er bewusst, nicht zu springen, um sich selbst zu zeigen, dass er die Kontrolle behält und Nein sagen kann (INT05, Z. 164–170). Zudem warnt er vor Gruppendynamiken, in denen andere einer charismatischen oder erfahrenen Person folgen, ohne dieselbe Erfahrung oder dieselben Fähigkeiten zu besitzen (INT05, Z. 174–183).

Die Beobachtungsprotokolle zeigen, dass diese Haltung in der Praxis nicht immer als explizite Abbruchentscheidung sichtbar wird, wohl aber als kontrollierter Entscheidungsrahmen. Bei TN01 und TN02 waren Zuständigkeiten, Vorbereitung und gegenseitiges Vertrauen klar erkennbar. Beide übernahmen Verantwortung für Material, Vorbereitung und eigene Entscheidungen (BEOB01, Z. 25–27). Bei TN03 wurde sichtbar, dass Entscheidungen situativ angepasst werden können: Die ursprünglich geplante Absprungstelle war nicht erreichbar, worauf TN03 ruhig eine Alternative wählte, Bedingungen einschätzte und sicherheitsrelevante Entscheidungen selbstständig traf (BEOB02, Z. 27–30). Bei TN05 zeigte sich ebenfalls eine Praxis, in der Sprünge nicht spontan, sondern koordiniert und kontrolliert durchgeführt werden. Im Beobachtungsprotokoll wird festgehalten, dass Risiko bewusst kontrolliert verwaltet wurde, anstatt gezielt gesucht oder inszeniert zu werden (BEOB03, Z. 112–127). Die Befragten beschreiben den bewussten Verzicht auf einen Sprung als Teil ihres sicherheitsorientierten Entscheidungsverhaltens.

5.4. Soziale Medien und Sponsoring als Einflussfaktoren

Digitale Medien, Sponsoring und Risikokompetenz sind eng miteinander verknüpft. Die Interviews zeigen, dass der Einfluss sozialer Medien und Sponsoring auf Entscheidungen im BASE Jumping differenziert beurteilt wird und sich nicht auf einfache Ursache-Wirkungs-Beziehungen reduzieren lässt. Im Mittelpunkt stehen Vorbilder und soziale Vergleichsprozesse, die Bedeutung spektakulärer Inhalte sowie der wahrgenommene Einfluss digitaler Medien und Sponsoring auf individuelle Entscheidungen.

5.4.1. Vorbilder, Vergleich und Nachahmung

Soziale Medien schaffen innerhalb der Community nicht nur Sichtbarkeit, sondern ermöglichen auch soziale Vergleichsprozesse und Orientierung an Vorbildern. Die Befragten bewerten diese Entwicklung ambivalent. Einerseits erleichtert die Sichtbarkeit anderer Athlet:innen den Zugang zu neuen Ideen, fördert den Wissensaustausch und unterstützt die sportliche Weiterentwicklung. Andererseits besteht die Gefahr, dass öffentlich sichtbare Leistungen ohne ausreichende Erfahrung oder Vorbereitung nachgeahmt werden.

TN02 beschreibt soziale Medien als wichtige Inspirationsquelle. Der Vergleich mit erfahrenen Athlet:innen motiviere ihn, gezielt neue Fähigkeiten zu erlernen und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln (INT02, Z. 88–97). Demgegenüber weist TN05 darauf hin, dass soziale Medien Entscheidungen beeinflussen könne, wenn Athlet:innen versuchen würden, bekannte Fluglinien anderer zu reproduzieren. Als Beispiele nennt er stark verbreitete Lines wie Dreamlines oder Brevant, deren mediale Sichtbarkeit aus seiner Sicht zu vermehrter Nachahmung und teilweise auch zu Unfällen beigetragen habe (INT05, Z. 185–200).

Insgesamt beschreiben die Befragten sowohl positive als auch problematische Aspekte sozialer Vergleichsprozesse. Die Sichtbarkeit erfahrener Athlet:innen kann den Wissenstransfer fördern, birgt aber die Gefahr von Nachahmung, wenn sichtbare Endergebnisse losgelöst von Vorbereitung, Erfahrung und Progression wahrgenommen werden.

5.4.2. Sichtbarkeit und spektakuläre Inhalte

Sichtbarkeit im BASE Jumping wird wesentlich durch die visuelle Attraktivität medialer Inhalte geprägt. Aufmerksamkeit entsteht nach Einschätzung der Befragten sowohl durch sportliche Leistung als auch durch deren audiovisuelle Inszenierung. Spektakuläre Inhalte können Reichweite erzeugen und dadurch sowohl die öffentliche Wahrnehmung als auch berufliche Möglichkeiten beeinflussen.

TN04 beschreibt, dass erfolgreiche Beiträge in sozialen Medien gezielt auf die Logiken digitaler Plattformen ausgerichtet werden. Aus seiner Erfahrung müsse ein Video die Aufmerksamkeit der Zuschauenden bereits in den ersten Sekunden gewinnen und visuell ansprechend gestaltet sein (INT04, Z. 83–88). Zudem betont er, dass eindrucksvolle Aufnahmen umfangreiche Planung, technisches Können und Vorbereitung erfordern (INT04, Z. 88–102). Aus seiner Perspektive entsteht Sichtbarkeit ebenso durch die professionelle Produktion digitaler Inhalte wie durch anspruchsvolle Sprünge. Auch TN02 hebt hervor, dass neben der Fluglinie insbesondere Kameraperspektive, Bildkomposition und Umgebung beeinflussen, wie attraktiv ein Video wahrgenommen werde (INT02, Z. 75–81).

5.4.3. Einfluss auf Entscheidungen: Mythos oder Realität?

Die Interviews zeichnen ein differenziertes Bild des Einflusses von sozialen Medien und Sponsoring auf Entscheidungen im BASE Jumping. Ein direkter Zusammenhang zwischen medialer Sichtbarkeit und einer erhöhten Risikobereitschaft wird von den meisten Befragten relativiert. Zugleich beschreiben die Befragten verschiedene indirekte Mechanismen, über die soziale Medien und Sponsoring Entscheidungsprozesse beeinflussen können.

TN04 bezeichnet die Annahme, Menschen würden allein wegen einer Kamera automatisch mehr Risiko eingehen als «ein Stück weit einen Mythos». Entscheidend seien die Entscheidungen der einzelnen Springer:innen im Umgang mit Kamera und sozialen Medien (INT04, Z. 111–119). Ergänzend verweist TN05 darauf, dass die hohe mediale Sichtbarkeit einzelner Fluglinien Nachahmungsprozesse begünstigen könne, wenn Athlet:innen Projekte reproduzierten, ohne über ausreichende Erfahrung zu verfügen (INT05, Z. 185–200).

Die Feldbeobachtungen bestätigen diese Einschätzung. Obwohl Sponsoring und mediale Sichtbarkeit präsent waren, standen während der beobachteten Sprünge Vorbereitung, Materialkontrollen und situative Entscheidungsfindung im Vordergrund. Weder bei TN03 noch

bei TN05 entstand der Eindruck, dass die Sprünge primär auf die Produktion von Inhalten für soziale Medien ausgerichtet waren (BEOB02, Z. 54–57; BEOB03, Z. 149–176).

Insgesamt zeigen die Interviews keinen eindeutigen Zusammenhang zwischen medialer Sichtbarkeit und Risikobereitschaft. Entscheidend sind nach Einschätzung der Befragten die individuelle Risikokompetenz und die Fähigkeit, externe Erwartungen der eigenen Sicherheitsentscheidung unterzuordnen.

5.5. Sicherheitskultur in der BASE Community

Sicherheitskultur im BASE Jumping entsteht aus dem Zusammenspiel von Erfahrungswissen, individueller Risikokompetenz, sozialen Beziehungen sowie digitalen und medialen Einflüssen. Die Interviews und Beobachtungen zeigen, dass Sicherheit innerhalb der Community weniger durch formelle Regeln als durch informelle Normen, gemeinsame Werte und den kontinuierlichen Austausch zwischen erfahrenen und weniger erfahrenen Athlet:innen geprägt wird.

5.5.1. Informelle Regeln und implizite Normen

Interviews und Beobachtungsprotokolle zeigen, dass die Sicherheitskultur im BASE Jumping nur begrenzt durch formalisierte Regeln geprägt ist. Stattdessen orientieren sich Athlet:innen an informellen Normen, Routinen und ungeschriebenen Regeln, die den Umgang mit Risiko strukturieren.

Ein wiederkehrendes Motiv ist die individuelle Freiheit. TN04 beschreibt, dass jede Person selbst entscheide, ob sie vorhandenes Wissen nutzt oder «komplett ihr eigenes Ding macht». Genau dies sei Teil der Kultur im BASE Jumping: die Freiheit. Es gebe «kein Tempolimit» und niemand halte eine Person wirklich auf. Diese Freiheit mache den Sport zugleich «wunderschön» und gefährlich (INT04, Z. 175–179). Freiheit wird dabei nicht als Abwesenheit von Verantwortung, sondern als Voraussetzung eigenverantwortlicher Entscheidungen verstanden. Diese Eigenverantwortung wird auch bei TN05 deutlich. Er betont, dass Entscheidungen, Vorbereitung und Materialhandhabung letztlich bei der einzelnen Person liegen: «You chose to do this. You packed like this. You made those decisions» (INT05, Z. 284–285). Auch TN01 verweist darauf, dass fast alle Unfälle auf Human Factors zurückzuführen seien, während das Material selbst als sehr zuverlässig beschrieben wird. Obwohl Informationen vorhanden seien, würden dieselben Fehler immer wieder gemacht (INT01, Z. 83–88).

Die Beobachtungen bestätigen diese Sicherheitskultur auch im praktischen Ablauf. Bei TN05 galten Materialkontrollen als selbstverständlich, Konzentration vor dem Exit wurde respektiert, unnötige Gespräche wurden reduziert und Sprünge koordiniert statt spontan

durchgeführt (BEOB03, Z. 119–127). Insgesamt beschreiben die Befragten Sicherheit im Zusammenhang mit Eigenverantwortung, informellen Regeln und routinierten Praktiken.

5.5.2. Gemeinschaft, Vertrauen und Gruppendynamiken

Obwohl BASE Jumping häufig als individueller Sport beschrieben wird, sind Entscheidungen in soziale Beziehungen eingebettet. Gemeinschaft, Vertrauen und Gruppendynamiken beeinflussen, mit wem Athlet:innen springen, wie sie Verantwortung wahrnehmen und wie sie sicherheitsrelevante Situationen einschätzen. Dabei entsteht ein Spannungsfeld zwischen individueller Eigenverantwortung und sozialer Mitverantwortung.

Besonders deutlich wird dies bei TN04. Er beschreibt BASE Jumping einerseits als Einzelsport, weil jede Person letztlich selbst entscheide, welches Risiko sie eingehe. Gleichzeitig betont er, dass er viel mit anderen Personen springe und filme, über Jahre enge Freundschaften aufgebaut habe und die Community für ihn fast genauso wichtig sei wie der Sport selbst (INT04, Z. 164–170). Auch die Beobachtung von TN05 zeigt, wie Vertrauen im praktischen Ablauf sichtbar wird. Die Koordination erfolgte informell, ruhig und effizient. TN05 übernahm die Führung während des Zustiegs, leitete die Vorbereitung am Exit und koordinierte den Zeitpunkt des Sprungs. Zustimmung wurde nicht verbal ausgehandelt, sondern zeigte sich über ruhige Zusammenarbeit und gegenseitiges Vertrauen (BEOB03, Z. 49–59).

Zugleich zeigen die Interviews, dass Gruppendynamiken auch riskante Entscheidungen begünstigen können. TN05 beschreibt eine Situation, in der eine Gruppe wegen Wind zunächst entschied, nicht zu springen. Nachdem jedoch eine erfahrene Person sprang, folgten nach und nach weitere Personen. TN05 entschied sich bewusst dagegen, um die Kontrolle über die eigene Entscheidung zu behalten (INT05, Z. 160–182). Auch Verantwortung gegenüber anderen beeinflusst Sicherheitsentscheidungen. TN04 berichtet, dass er nach einem langen Zustieg aufgrund der Bedenken seiner Gruppe auf einen Sprung verzichtete, obwohl er die Bedingungen selbst noch für vertretbar hielt (INT04, Z. 159–161). Insgesamt beschreiben die Befragten Gruppendynamiken sowohl als unterstützend als auch als potenziell beeinflussend für individuelle Entscheidungen.

5.5.3. Lernen aus Fehlern und Unfällen

Fehler, Close Calls und Unfälle sind zentrale Lernquellen innerhalb der Community. Sicherheitswissen entsteht nach Einschätzung mehrerer Befragter nicht nur durch eigene Erfahrungen, sondern auch durch die Analyse von Ereignissen anderer Athlet:innen. Sie berichten, dass Vorfälle innerhalb der Community diskutiert und Erfahrungen sowie Einschätzungen dazu weitergegeben werden.

Besonders deutlich wird diese Lernfunktion bei TN04. Er verweist auf Facebook-Gruppen, in denen Close Calls veröffentlicht und analysiert werden, sowie auf die BASE Fatality List, in der tödliche Unfälle dokumentiert und hinsichtlich ihrer Ursachen diskutiert werden. Für ihn ist dieser offene Umgang zentral, um daraus zu lernen und Prozesse zu verbessern. Er betont ausserdem, dass hierfür ein reflektierter Umgang mit dem eigenen Ego und den eigenen Grenzen erforderlich sei (INT04, Z. 181–194).

TN01 bewertet die Sicherheitskultur kritischer. Zwar seien öffentlich zugängliche BASE Fatality Lists und Plattformen zum Austausch über Fehler vorhanden, dennoch würden dieselben Fehler immer wieder gemacht (INT01, Z. 83–88). Zudem würden Close Calls häufig «weggelacht oder weggetrunken», da viele einen Verlust ihres Rufs befürchteten (INT01, Z. 90–94).

TN05 beschreibt eine ähnliche Spannung aus professioneller Perspektive. Unfälle, verletzte Freund:innen und problematische Mindsets hätten seine eigene Risikowahrnehmung nachhaltig verändert. Gleichzeitig würden Vorfälle trotz schwarzen Humors ernsthaft analysiert. Debriefing-Seiten sowie Sammlungen nicht tödlicher Vorfälle nutzt er auch in seiner Lehrtätigkeit, um neben technischen Ursachen insbesondere die dahinterliegende Mentalität zu reflektieren (INT05, Z. 143–151; Z. 292–303).

5.5.4. Sicherheit im Zusammenspiel von Eigenverantwortung und Community

Insgesamt zeigen Interviews und Beobachtungen, dass Sicherheitskultur im BASE Jumping aus Sicht der Befragten durch das Zusammenspiel von individueller Eigenverantwortung, informellen Regeln, sozialen Beziehungen sowie kontinuierlichem Wissensaustausch innerhalb der Community geprägt ist.

TN04 beschreibt, dass die heutige Generation Zugang zu deutlich mehr Wissen und Coaching habe als frühere Generationen. Dennoch bleibe es die Entscheidung jeder einzelnen Person, ob sie diese Möglichkeiten nutze oder «komplett ihr eigenes Ding» mache (INT04, Z. 173–176). Sicherheit wird damit als Angebot der Community verstanden, dessen Nutzung in der Verantwortung der einzelnen Athlet:innen liegt.

Auch TN05 beschreibt Sicherheitskultur als abhängig von Lernumfeld und Bezugspersonen. Bereits BASE Kurse würden durch Mentor:innen oder Instruktor:innen geprägt, wodurch unterschiedliche Vorstellungen eines angemessenen Umgangs mit Risiko vermittelt würden. Entscheidend sei letztlich, mit wem man springe (INT05, Z. 273–280). Im Rahmen seiner Lehrtätigkeit nutzt er dokumentierte Zwischenfälle, um mit Schüler:innen nicht nur technische Ursachen, sondern auch die dahinterliegende Mentalität zu analysieren (INT05, Z. 300–303).

Die Beobachtungen stützen diese Einschätzung. Bei TN05 wirkten Vorbereitung, Materialkontrollen und Entscheidungsabläufe stark ritualisiert und routiniert und machten das innerhalb der Community geteilte Erfahrungswissen im praktischen Handeln sichtbar (BEOB03, Z. 110–137).

Die Interviewaussagen verdeutlichen, dass Sicherheit aus Sicht der Befragten auf dem Zusammenspiel von individueller Eigenverantwortung und gemeinsam geteiltem Erfahrungswissen beruht. Die Community stellt Wissen, Mentoring und Austauschmöglichkeiten bereit, entscheidend bleibt jedoch, wie Athlet:innen dieses Wissen in ihre eigenen Entscheidungen integrieren.

6 DISKUSSION

Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Medien und Sponsoring im BASE Jumping Sichtbarkeit, Anerkennung und ökonomische Möglichkeiten beeinflussen, Entscheidungen über Risiko und Sicherheit jedoch weiterhin in erster Linie auf Erfahrungswissen, situativer Einschätzung und den informellen Normen der Community beruhen. Die folgenden Abschnitte ordnen die empirischen Befunde in den theoretischen und konzeptionellen Rahmen sowie den aktuellen Forschungsstand ein und diskutieren, inwiefern sie bestehende Annahmen bestätigen, erweitern oder relativieren. Anschliessend werden die praktischen Implikationen der Ergebnisse sowie die Grenzen der Untersuchung diskutiert, bevor Kapitel 7 die zentralen Erkenntnisse zusammenfasst und einen Ausblick gibt.

6.1. Theoretische Einordnung

Die empirischen Befunde werden vor dem Hintergrund der theoretischen Grundlagen (Kapitel 2) und des Forschungsstands (Kapitel 3) diskutiert. Im Mittelpunkt steht die Frage, inwiefern sie bestehende theoretische Annahmen bestätigen, erweitern oder relativieren und welche Rückschlüsse sich für das Zusammenspiel von sozialen Medien, Sponsoring, Risikobereitschaft und Sicherheitskultur im BASE Jumping ergeben.

6.1.1. Soziale Medien als Lern- und Kommunikationsraum

Die Ergebnisse bestätigen den Forschungsstand, wonach soziale Medien im BASE Jumping weit mehr als reine Präsentationsplattformen sind und insbesondere dem informellen Lernen sowie der Vernetzung innerhalb der Community dienen (Thorpe, 2017). Die Interviews zeigen, dass digitale Plattformen den internationalen Austausch von Erfahrungswissen fördern und damit informelle Lernprozesse unterstützen. Die Befunde sprechen jedoch gegen die Annahme, dass soziale Medien traditionelle Lernprozesse ersetzen. Die befragten Athlet:innen beschreiben den direkten Austausch mit erfahrenen Springer:innen weiterhin als wichtigste Quelle sicherheitsrelevanten Wissens. Digitale Inhalte werden zwar als wichtige Informationsquelle genutzt, ihre praktische Relevanz wird jedoch anhand persönlicher Erfahrungen und gemeinschaftlich vermittelter Normen bewertet. Damit erweitern die Ergebnisse bisherige Arbeiten, indem sie zeigen, dass digitale Informationsangebote praktische Lernprozesse ergänzen, jedoch nicht ersetzen (Monasterio et al., 2016, 2018; Vande Vliet & Inglés, 2021). Für weniger erfahrene Athlet:innen könnten digitale Inhalte hingegen eine grössere Bedeutung besitzen.

Auch im *Exit Point* Podcast zeigt sich dieses Verständnis. Chris Byrnes beschreibt, dass heutige Athlet:innen von moderner Ausrüstung, etablierten Ausbildungswegen und digitalen Lernressourcen profitieren, während Tim Howell den hohen Stellenwert digitaler Plattformen für den Austausch von Unfallberichten, Wetterinformationen und Erfahrungen

hervorhebt. Die Podcastaussagen stützen damit die Interviewbefunde, wonach soziale Medien vor allem ergänzende Lern- und Kommunikationsräume darstellen und den persönlichen Erfahrungsaustausch nicht ersetzen (Blank & Frat, 2021a, 2022a).

Auch die Bedeutung digitaler Sichtbarkeit fällt differenzierter aus als im Forschungsstand teilweise angenommen. Während Thorpe (2017) und Posner (2020) soziale Medien als neue Formen der Selbstinszenierung und Aufmerksamkeit beschreiben, unterscheiden die Athlet:innen klar zwischen digitaler Reichweite und tatsächlicher Anerkennung. Erfahrung, Sicherheitsbewusstsein und langfristige Kompetenz gelten weiterhin als entscheidende Kriterien für Ansehen innerhalb der Community. Digitale Sichtbarkeit kann zwar berufliche Möglichkeiten eröffnen, ergänzt die etablierten Anerkennungsmechanismen jedoch, ohne sie grundlegend zu verändern.

Diese Einordnung wird auch durch den *Exit Point* Podcast gestützt. Matt Gerdes beschreibt den Wingsuit Pionier Jeff Nebelcoff als aussergewöhnlich angesehenen Athleten, der bewusst kaum soziale Medien nutzte und dennoch hohes Ansehen innerhalb der Szene genoss. Die Podcastaussagen unterstützen damit die Interviewbefunde, wonach Anerkennung im BASE Jumping weiterhin primär auf Erfahrung, Kompetenz und Vertrauen basiert und nicht auf digitaler Reichweite (Blank & Frat, 2022c).

6.1.2. Sponsoring und soziale Anerkennung als indirekte Einflussfaktoren

Die Ergebnisse zeigen, dass Sponsoring und soziale Medien die Rahmenbedingungen des BASE Jumpings verändern, ohne Risikoentscheidungen unmittelbar zu bestimmen. Damit bestätigen sie den Forschungsstand, wonach digitale Sichtbarkeit neue ökonomische Möglichkeiten schafft und Sponsoring zunehmend an mediale Präsenz geknüpft ist, relativieren jedoch die Annahme, dass diese Entwicklung zwangsläufig zu einer höheren Risikobereitschaft führt (Eidenmüller, 2018; Thorpe, 2017).

Die Athlet:innen berichten zwar, dass sichtbare Projekte anderer inspirieren und Sponsoring eine kontinuierliche Produktion digitaler Inhalte begünstigt. Die Ergebnisse zeigen jedoch, dass wahrgenommener Druck weniger aus dem Sponsoring selbst als aus den damit verbundenen Erwartungen an Sichtbarkeit entsteht. Dieses Verständnis wird auch im *Exit Point* Podcast deutlich. Scotty Bob und Jeff Shapiro beschreiben soziale Medien und Sponsoring als Chance für Reichweite und berufliche Möglichkeiten, weisen jedoch zugleich auf den Einfluss öffentlicher Aufmerksamkeit und des eigenen Egos hin. Katelyn Escott betont zudem, dass Sponsoring heute häufig mit einer kontinuierlichen Präsenz auf sozialen Medien und der Produktion von Inhalten verbunden ist (Blank & Frat, 2021b, 2022b, 2025b).

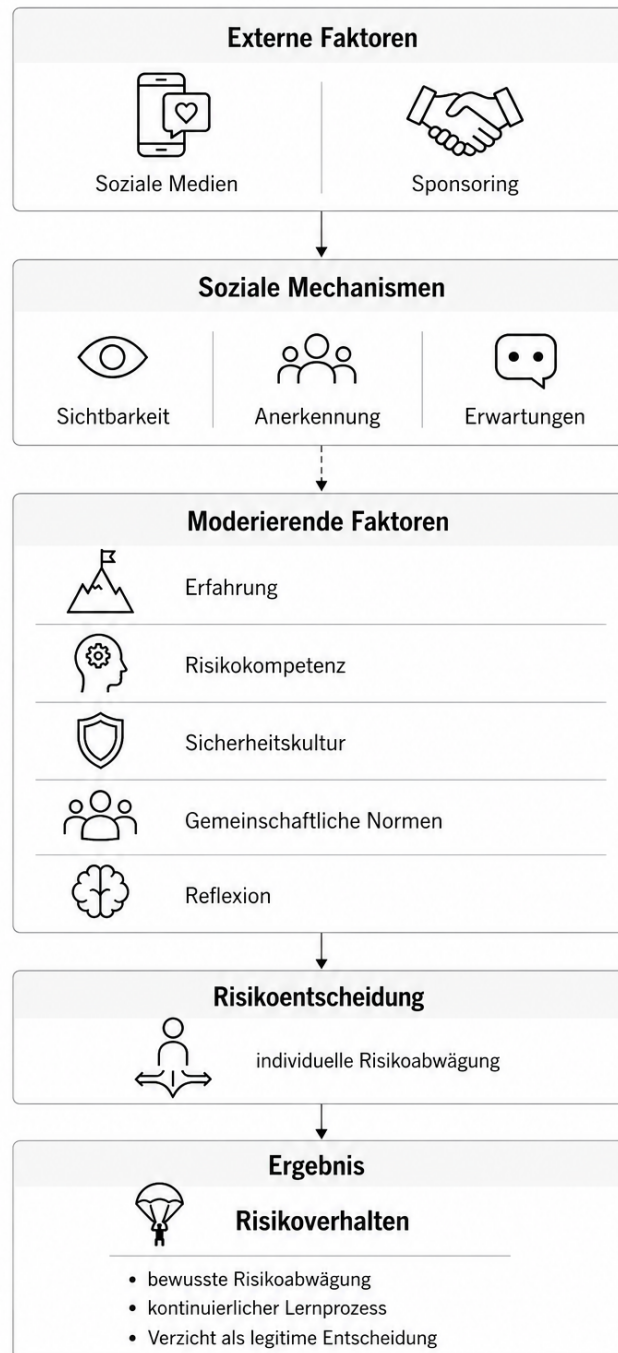
Innerhalb der Stichprobe zeigen sich zudem Unterschiede zwischen den Athlet:innen. Während professionell gesponserte Athlet:innen ihre Zusammenarbeit mit Sponsor:innen

überwiegend als vertrauensbasiert beschreiben, äussern weniger stark eingebundene Athlet:innen häufiger allgemeine Überlegungen zu möglichen Erwartungen. Dies deutet darauf hin, dass wahrgenommener Druck vor allem von der konkreten Ausgestaltung des Sponsorings und der individuellen Zusammenarbeit mit Sponsor:innen abhängt. Anspruchsvollere Sprünge werden erst dann umgesetzt, wenn sie mit der eigenen Erfahrung und Risikokompetenz vereinbar sind, und nicht aufgrund digitaler Aufmerksamkeit.

Die Arbeit erweitert damit den bisherigen Forschungsstand. Soziale Medien, Sponsoring und Vorbilder fördern zwar soziale Vergleichsprozesse, deren Einfluss wird jedoch durch die Sicherheitskultur der Community moderiert. Sichtbarkeit, Anerkennung und wirtschaftliche Unterstützung beeinflussen die sozialen Rahmenbedingungen, innerhalb derer sportliche Ziele und Erwartungen entstehen, ohne direkte Auslöser risikoreichen Handelns zu sein. Der Zusammenhang zwischen digitalen Medien und Risikobereitschaft erweist sich folglich als indirekt und wird wesentlich durch Erfahrung, gemeinschaftliche Normen und individuelle Risikobeurteilung vermittelt. Besonders aufschlussreich ist, dass gerade jene Athlet:innen, die soziale Medien und Sponsoring am intensivsten nutzen, deren direkten Einfluss auf eigene Risikoentscheidungen am stärksten relativieren. Dies spricht dafür, dass professionelle Einbindung und hohe Sichtbarkeit nicht zwangsläufig mit einer erhöhten Risikobereitschaft einhergehen. Die konzeptionelle Zusammenführung der identifizierten Einflussfaktoren ist in Abbildung 2 dargestellt.

Abbildung 2

Modell der Einflussfaktoren auf Risikoentscheidungen im BASE Jumping



Anmerkung. Eigene Darstellung auf Grundlage der empirischen Ergebnisse dieser Untersuchung.

6.1.3. Risikokompetenz und Sicherheitskultur als entscheidende Schutzfaktoren

Die Ergebnisse zeigen, dass Entscheidungen über Risiko im BASE Jumping in erster Linie durch Erfahrungswissen, individuelle Kompetenz und gemeinschaftlich entwickelte Sicherheitspraktiken geprägt werden. Damit stehen sie im Einklang mit dem Forschungsstand, wonach Risikohandeln im Extremsport als bewusster und kontinuierlicher Prozess der

Risikoabwägung und nicht als impulsives oder irrationales Verhalten verstanden wird (Monasterio et al., 2016, 2018). Die Athlet:innen beschreiben Risiko nicht als Ziel an sich, sondern als unvermeidbaren Bestandteil des Sports, dessen Beherrschung ein hohes Mass an Erfahrung und Selbstreflexion erfordert.

Die Ergebnisse bestätigen zudem die zentrale Bedeutung der Sicherheitskultur innerhalb der BASE Jumping Community. Coaching, Mentoring sowie der offene Austausch über Fehler, Beinaheunfälle und tödliche Unfälle werden als selbstverständlicher Bestandteil der Sportpraxis beschrieben. Sicherheitswissen entsteht durch individuelle Erfahrung und wird zugleich kontinuierlich innerhalb der Community weitergegeben und gemeinsam reflektiert. Dies bestätigt die Annahme von Vande Vliet und Inglés (2021), wonach soziale Beziehungen die Bewertung von Risiko und Entscheidungsprozessen im Extremsport wesentlich beeinflussen.

Die Befunde sprechen zugleich gegen die Annahme, dass digitale Sichtbarkeit zwangsläufig zu einer Normalisierung riskanter Praktiken führt (Frühauf et al., 2025; Posner, 2020). Zwar ermöglichen soziale Medien die schnelle Verbreitung spektakulärer Inhalte, die Interviews zeigen jedoch, dass diese innerhalb der Community kritisch eingeordnet und durch informelle Lernprozesse ergänzt werden. Ein ähnliches Bild zeichnet auch der *Exit Point* Podcast. Tim Howell beschreibt, dass zusätzliche Kameraperspektiven oder mediale Anforderungen im Zweifel bewusst zurückgestellt würden, um sicherheitsrelevanten Entscheidungen Vorrang zu geben. Jesse Hall und Dante Wardlaw weisen ebenfalls darauf hin, dass Kameras und soziale Medien Entscheidungsprozesse beeinflussen können, wenn der Wunsch nach spektakulären Aufnahmen oder öffentlicher Aufmerksamkeit in den Vordergrund tritt. Zugleich betonen sie, dass erfahrene Athlet:innen diese Einflüsse durch reflektierte Entscheidungsprozesse, gemeinschaftlich vermittelte Sicherheitspraktiken und eine ausgeprägte Sicherheitskultur begrenzen (Blank & Frat, 2022a, 2023, 2025a). Digitale Medien können somit sowohl die Verbreitung spektakulärer Inhalte als auch den Austausch über Sicherheitspraktiken, Unfallanalysen und Erfahrungswissen fördern. Ihr Einfluss auf die Sicherheitskultur erweist sich folglich als ambivalent und hängt wesentlich davon ab, wie Inhalte innerhalb der Community interpretiert und diskutiert werden.

Die Ergebnisse sprechen dafür, dass Sicherheitskultur eine zentrale vermittelnde Funktion zwischen digitaler Sichtbarkeit und individuellem Handeln einnimmt. Erfahrung, gemeinschaftlich geteilte Normen und kontinuierlicher Wissensaustausch wirken als Schutzfaktoren, welche potenziell risikoverstärkende Einflüsse sozialer Medien begrenzen. Damit liefert die Untersuchung explorative Hinweise auf das bislang wenig untersuchte Zusammenspiel medialer, sozialer und individueller Einflussfaktoren und verdeutlicht deren wechselseitige Bedeutung für Entscheidungen im BASE Jumping.

6.1.4. Synthese: Zwischen Sichtbarkeit und Sicherheit

Die theoretische Einordnung zeigt, dass sich der Einfluss sozialer Medien und des Sponsorings auf die Risikobereitschaft im BASE Jumping nicht durch einen linearen Ursache-Wirkungs-Zusammenhang erklären lässt. Die Ergebnisse bestätigen den Forschungsstand, wonach digitale Medien neue Formen der Sichtbarkeit, sozialen Anerkennung und wirtschaftlichen Unterstützung schaffen sowie soziale Vergleichsprozesse fördern (Posner, 2020; Thorpe, 2017; Vande Vliet & Inglés, 2021). Zugleich zeigen sie, dass diese Faktoren Risikoentscheidungen nicht unmittelbar bestimmen, sondern die sozialen und medialen Rahmenbedingungen prägen, innerhalb derer sportliche Ziele, Erwartungen und Vorbilder entstehen. Entscheidungen am Exit beruhen dagegen in erster Linie auf Erfahrungswissen, individueller Kompetenz und der Sicherheitskultur innerhalb der Community. Damit stützen die Ergebnisse die Annahme, dass Risiko im BASE Jumping weniger Ausdruck von *Sensation Seeking* oder medialem Erwartungsdruck als vielmehr das Ergebnis eines kontinuierlichen Lern- und Reflexionsprozesses ist (Monasterio et al., 2016, 2018).

Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Medien und Sponsoring die Risikobereitschaft und Sicherheitskultur vor allem indirekt beeinflussen. Ihr Beitrag liegt weniger in der unmittelbaren Steuerung individuellen Verhaltens als in der Gestaltung sozialer Beziehungen, Anerkennungsmechanismen und wirtschaftlicher Möglichkeiten. Die Arbeit erweitert den bisherigen Forschungsstand, indem sie das Zusammenspiel von sozialen Medien, Sponsoring und Sicherheitskultur als miteinander verknüpfte Einflussfaktoren auf Risikoentscheidungen aufzeigt. Digitale Sichtbarkeit erweist sich damit weniger als eigenständiger Risikofaktor denn als Bestandteil eines komplexen sozialen Entscheidungskontextes.

6.2. Implikationen

Die vorliegende Untersuchung verdeutlicht, dass soziale Medien und Sponsoring die Sicherheitskultur im BASE Jumping nicht unmittelbar beeinflussen, sondern vor allem die sozialen und medialen Rahmenbedingungen prägen, innerhalb derer sportliche Ziele, Sichtbarkeit und Anerkennung entstehen. Daraus ergeben sich verschiedene praktische Implikationen für Athlet:innen, Sponsor:innen, Medienschaffende und die BASE Jumping Community.

Für Athlet:innen wird deutlich, dass digitale Inhalte einen wichtigen Beitrag zum informellen Lernen und zur internationalen Vernetzung leisten, praktische Erfahrung und gemeinschaftlich vermitteltes Sicherheitswissen jedoch nicht ersetzen. Soziale Medien sollten daher als ergänzende Informationsquelle genutzt und ihre Inhalte kritisch in den praktischen Erfahrungskontext eingeordnet werden. Insbesondere weniger erfahrene Athlet:innen können

von digitalen Lernangeboten profitieren, sofern diese im Rahmen einer verantwortungsvollen Sicherheitskultur genutzt werden.

Auch für Sponsor:innen ergeben sich praktische Konsequenzen. Digitale Reichweite und digitale Inhalte sind zentrale Bestandteile moderner Markenkommunikation. Die Ergebnisse sprechen dafür, Sponsoring stärker auf langfristige Entwicklung, sicherheitsbewusstes Handeln, authentische Kommunikation und qualitativ hochwertiges Storytelling auszurichten. Ob eine solche Ausrichtung die Sicherheitskultur tatsächlich stärkt, war jedoch nicht Gegenstand dieser Untersuchung.

Für Medienschaffende legen die Ergebnisse nahe, neben spektakulären Sprüngen auch Vorbereitung, Entscheidungsprozesse, Wetterbeurteilungen, Materialkontrollen und bewusst abgebrochene Sprünge sichtbar zu machen. Eine ausgewogene Berichterstattung, die neben eindrucksvollen Bildern auch diese Aspekte berücksichtigt, kann zu einem realistischeren Verständnis des BASE Jumpings beitragen und vereinfachenden Darstellungen entgegenwirken.

Für die BASE Jumping Community unterstreichen die Befunde die Bedeutung informeller Lernprozesse und gemeinschaftlicher Sicherheitspraktiken. Mentoring, Debriefings, Unfallanalysen sowie der offene Austausch über Fehler und Beinaheunfälle stellen wesentliche Schutzfaktoren dar. Die Ergebnisse sprechen dafür, bestehende Formen des Wissensaustauschs weiter zu fördern und digitale Kommunikationsplattformen gezielt für den Austausch sicherheitsrelevanter Erfahrungen zu nutzen.

Darüber hinaus legen die Ergebnisse nahe, dass die öffentliche Diskussion über soziale Medien im Extremsport häufig zu stark vereinfacht wird. Digitale Sichtbarkeit führt nicht zwangsläufig zu einer erhöhten Risikobereitschaft, sondern wirkt im Zusammenspiel individueller Erfahrung, sozialer Beziehungen, gemeinschaftlicher Normen sowie medialer und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen. Präventionsmassnahmen und öffentliche Debatten sollten daher neben sozialen Medien auch die sozialen Strukturen und die Sicherheitskultur der jeweiligen Sportgemeinschaft berücksichtigen.

Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Medien und Sponsoring weder ausschliesslich als Risiko noch ausschliesslich als Chance verstanden werden können. Entscheidend ist ihr Zusammenspiel mit den sozialen Strukturen und der Sicherheitskultur des BASE Jumpings.

6.3. Grenzen der Untersuchung

Die Aussagekraft der Untersuchung ist vor dem Hintergrund einiger Einschränkungen zu beurteilen. Die Studie basiert auf einer qualitativen Stichprobe von fünf erfahrenen BASE Athlet:innen. Ziel war nicht die statistische Repräsentativität, sondern ein vertieftes

Verständnis individueller Wahrnehmungen und Erfahrungen. Die Ergebnisse erlauben daher keine statistische oder kausale Verallgemeinerung auf die gesamte BASE Jumping Community, liefern jedoch differenzierte Einblicke in die subjektiven Deutungen der befragten Athleten.

Die Stichprobe umfasste ausschliesslich männliche Athleten mit langjähriger Erfahrung aus dem deutschsprachigen Raum sowie dem Vereinigten Königreich. Perspektiven von Frauen, weniger erfahrenen Athlet:innen oder Personen aus anderen kulturellen Kontexten konnten daher nicht berücksichtigt werden. Es ist denkbar, dass insbesondere Einsteiger:innen soziale Medien, Sponsoring oder wahrgenommenen Erwartungsdruck anders bewerten als erfahrene Athlet:innen. Dies könnte erklären, weshalb der Einfluss sozialer Medien und des Sponsorings auf individuelle Risikoentscheidungen geringer ausfällt als in Teilen des bisherigen Forschungsstands beschrieben. Die Ergebnisse spiegeln somit primär die Sichtweisen einer erfahrenen und sicherheitsorientierten Teilgruppe der Community wider.

Methodisch ist zudem eine Selbstselektion der Stichprobe nicht auszuschliessen, da die Teilnahme freiwillig erfolgte. Möglicherweise waren insbesondere erfahrene und reflektierte Athlet:innen bereit, an der Untersuchung mitzuwirken, während andere Perspektiven unberücksichtigt blieben. Da ausschliesslich aktive BASE Athlet:innen befragt werden konnten, ist zudem ein *Survivorship Bias* (Überlebendenverzerrung) möglich. Dieser beschreibt eine systematische Verzerrung, die entsteht, wenn ausschliesslich Personen betrachtet werden, die in einer Gruppe oder Tätigkeit verblieben sind, während ausgeschiedene oder verunfallte Personen unberücksichtigt bleiben. Dadurch könnten reflektierte Sicherheitspraktiken stärker und der Einfluss sozialer Medien oder des Sponsorings auf individuelles Risikoverhalten geringer erscheinen als bei weniger erfahrenen oder aus dem Sport ausgeschiedenen Personen.

Die Datenauswertung erfolgte durch eine einzelne forschende Person. Trotz eines systematischen Vorgehens können subjektive Interpretationen bei der Codierung qualitativer Daten nicht vollständig ausgeschlossen werden. Eine Zweitcodierung erfolgte nicht. Die Nähe der forschenden Person zum Untersuchungsfeld erleichterte zwar den Feldzugang und das Vertrauen der Teilnehmenden, könnte jedoch auch die Interpretation beeinflusst haben. Diesem Risiko wurde durch ein systematisches und transparent dokumentiertes Vorgehen entgegengewirkt. Ebenso ist nicht auszuschliessen, dass einzelne Interviewaussagen durch soziale Erwünschtheit beeinflusst wurden. Die ergänzende teilnehmende Beobachtung diente dazu, Interviewaussagen mit Beobachtungen aus dem Feld zu kontrastieren. Da die Methode der Photo Elicitation nicht bei allen Interviews gleich eingesetzt werden konnte, unterscheidet sich die Datentiefe zwischen einzelnen Interviews geringfügig. Die

ergänzend herangezogenen Podcast Episoden dienten ausschliesslich der Kontextualisierung und wurden nicht systematisch ausgewertet.

Trotz dieser Einschränkungen liefert die Untersuchung differenzierte Einblicke in die Wechselwirkungen zwischen sozialen Medien, Sponsoring, Risikobereitschaft und Sicherheitskultur im BASE Jumping und schafft eine fundierte Grundlage für die Beantwortung der Forschungsfrage im Rahmen der gewählten qualitativen Methodik.

7 FAZIT UND AUSBLICK

Ziel dieser Bachelorarbeit war es, zu untersuchen, in welcher Form soziale Medien und Sponsoring die Risikobereitschaft und Sicherheitskultur im BASE Jumping beeinflussen und wie diese Einflüsse von Athlet:innen wahrgenommen werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Medien und Sponsoring die Risikobereitschaft und Sicherheitskultur überwiegend indirekt beeinflussen. Ihr Einfluss entfaltet sich vor allem über soziale Vergleichsprozesse, Anerkennungsmechanismen und wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Risikoentscheidungen werden dagegen primär durch Erfahrungswissen, individuelle Risikokompetenz und die innerhalb der Community etablierte Sicherheitskultur geprägt. Zudem fördern soziale Medien informelles Lernen, internationale Vernetzung sowie Sichtbarkeit und Sponsoring, stellen jedoch keine hinreichende Erklärung für individuelles Risikoverhalten dar.

Die Arbeit erweitert den bisherigen Forschungsstand, indem sie soziale Medien, Sponsoring und Sicherheitskultur als miteinander verknüpfte Einflussfaktoren betrachtet und damit zu einem differenzierteren Verständnis digital vermittelter Risikokulturen im BASE Jumping beiträgt.

7.1. Ausblick

Die Ergebnisse zeigen zugleich weiteren Forschungsbedarf. Aufbauend auf den Befunden dieser Arbeit ergeben sich verschiedene Ansatzpunkte für zukünftige Untersuchungen.

Ein Schwerpunkt könnte auf unterschiedlichen Erfahrungsniveaus innerhalb der BASE Jumping Community liegen. Während sich die vorliegende Untersuchung auf erfahrene Athlet:innen konzentriert, könnten zukünftige Studien untersuchen, wie Einsteiger:innen oder weniger erfahrene Springer:innen soziale Medien, Sponsoring und wahrgenommenen Erwartungsdruck erleben und bewerten. Dadurch liesse sich analysieren, ob sich die Bedeutung digitaler Medien mit zunehmender Erfahrung verändert.

Ein weiterer Forschungsansatz betrifft geschlechtsspezifische Unterschiede. Da die vorliegende Untersuchung ausschliesslich erfahrene männliche Athleten einbezieht, wäre es sinnvoll zu analysieren, inwiefern sich Frauen und Männer hinsichtlich ihrer Risikowahrnehmung, ihrer Entscheidungsprozesse sowie im Umgang mit sozialen Medien, Sponsoring und wahrgenommenem Erwartungsdruck unterscheiden. Dies könnte zu einem differenzierteren Verständnis der Sicherheitskultur im BASE Jumping beitragen.

Darüber hinaus könnten internationale Vergleichsstudien untersuchen, inwiefern kulturelle Unterschiede oder unterschiedliche Communitystrukturen den Umgang mit sozialen

Medien und die Sicherheitskultur beeinflussen. Trotz der internationalen Vernetzung des BASE Jumpings können regionale Unterschiede hinsichtlich Ausbildung, Sponsoring und gemeinschaftlicher Normen zu unterschiedlichen Wahrnehmungen und Entscheidungsprozessen führen.

Auch methodisch ergeben sich Anschlussmöglichkeiten. Quantitative und Mixed Methods Studien könnten untersuchen, in welchem Ausmass soziale Vergleichsprozesse, digitale Sichtbarkeit und Sponsoring mit Risikoentscheidungen zusammenhängen.

Ein weiteres Forschungsfeld betrifft unterschiedliche Plattformen und ihre algorithmischen Funktionsweisen. Künftige Untersuchungen könnten analysieren, wie sich Unterschiede zwischen Plattformen wie Instagram, YouTube oder TikTok auf Wahrnehmung, die Produktion digitaler Inhalte und soziale Vergleichsprozesse innerhalb der Community auswirken.

Schliesslich könnte die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Extremsportarten untersucht werden. Vergleichende Analysen mit Disziplinen wie Free Solo Climbing, Speed Flying oder Big Mountain Skiing könnten aufzeigen, welche Einflüsse sozialer Medien sportartspezifisch sind und welche Mechanismen sich auch in anderen risikobehafteten Sportarten beobachten lassen.

7.2. Persönliche Schlussfolgerung

Die Arbeit an dieser Bachelorarbeit hat meinen Blick auf den BASE Jumping Sport nachhaltig verändert. Zu Beginn der Untersuchung stand für mich die Frage im Vordergrund, welchen Einfluss soziale Medien und Sponsoring auf die Risikobereitschaft haben. Im Verlauf der Interviews wurde jedoch deutlich, dass die Zusammenhänge wesentlich komplexer sind, als öffentliche Diskussionen oder vereinfachte Darstellungen vermuten lassen.

Besonders beeindruckt hat mich die Offenheit der Athlet:innen im Umgang mit Fehlern, Beinaheunfällen und den Risiken ihres Sports. Der hohe Stellenwert von Erfahrungswissen, gegenseitigem Vertrauen und kontinuierlichem Austausch innerhalb der Community zeigte, dass Sicherheit nicht nur individuelle Verantwortung ist, sondern gemeinsam gelebt und weitergegeben wird.

Rückblickend hat mich diese Arbeit darin bestärkt, komplexe Fragestellungen differenziert zu betrachten und vermeintlich naheliegende Erklärungen kritisch zu hinterfragen. Die gewonnenen Erkenntnisse haben mein Verständnis für den Einfluss digitaler Medien auf risikobehaftete Sportarten erweitert und verdeutlicht, wie wichtig es ist, technologische, soziale und individuelle Faktoren im Gesamtkontext zu betrachten.

8 LITERATURVERZEICHNIS

- Allman, T., Mittelstaedt, R., Martin, B., & Goldenberg, M. (2009). Exploring the motivations of BASE jumpers: Extreme sport enthusiasts. *Journal of Sport & Tourism*, 14, 229–247. <https://doi.org/10.1080/14775080903453740>
- Ankeshian, A. (2018). *Motivated by Red Bull? : How international sponsorship influence the sport spectating consumption motivation* [Masterarbeit, ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften]. Abgerufen 6. November 2025, von <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/11897>
- Aral, S. (2021). *The hype machine: How social media disrupts our elections, our economy, and our health — and how we must adapt* (First edition). Currency.
- Base Fatality List. (o. J.). Abgerufen 15. März 2026, von <https://bfl.baseadict.com/list#BFL>
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2021a). #3—Chris Byrnes [Audiopodcast]. Abgerufen 29. Mai 2026, von <https://open.spotify.com/episode/2ZVxZsM3b7Mktm9t2ZAfAZ>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2021b). #5—Robert "Scotty Bob" Morgan [Audiopodcast]. Abgerufen 29. Mai 2026, von <https://open.spotify.com/episode/60FWU6YCt26SKkgkaYzb3q>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2021c). *Exit Point | Podcast on Spotify* [Audiopodcast]. Abgerufen 19. April 2026, von <https://open.spotify.com/show/3WjzoEn19X2rCimimh9C5N>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2022a). #11—Tim Howell [Audiopodcast]. Abgerufen 7. Mai 2026, von <https://open.spotify.com/episode/4LrAOcBaArv205P9X7hQ0F>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2022b). #13—Jeff Shapiro [Audiopodcast]. Abgerufen 14. Mai 2026, von <https://open.spotify.com/episode/3Y6JpMgidcTMPDEqb1gWFe>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2022c). #17—Matt Gerdes [Audiopodcast]. Abgerufen 22. Mai 2026, von <https://open.spotify.com/episode/4cRqhz5nUWVguHQA-smqEme>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2023). #24—Jesse Hall [Audiopodcast]. Abgerufen 2. Dezember 2025, von <https://open.spotify.com/episode/41EbzbNBEzbzIUHWrOs-NoU>
- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2025a). #63—Dante Wardlaw [Audiopodcast]. Abgerufen 18. Mai 2026, von <https://open.spotify.com/episode/4P4am8QSPs8ThJ6iXX3QL4>

- Blank, M., & Frat, L. (Gastgeber). (2025b). #65—*Katelyn Escott Part 2* [Audiopodcast]. Abgerufen 18. Mai 2026, von <https://open.spotify.com/episode/3IKuwSfSfB2ziqyg16Jws6>
- Bouchat, P., & Brymer, E. (2019). BASE jumping fatalities between 2007 and 2017: Main causes of fatal events and recommendations for safety. *Wilderness & Environmental Medicine*, 30(4), 407–411. <https://doi.org/10.1016/j.wem.2019.07.001>
- Bouchat, P., Feletti, F., Monasterio, E., & Brymer, E. (2022). What is so special about wingsuit BASE jumpers? A comparative study of their psychological characteristics. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(5), 3061. <https://doi.org/10.3390/ijerph19053061>
- Brasel, S. A., & Gips, J. (2011). Red Bull “gives you wings” for better or worse: A double-edged impact of brand exposure on consumer performance. *Journal of Consumer Psychology*, 21(1), 57–64. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.09.008>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Breivik, G. (2010). Trends in adventure sports in a post-modern society. *Sport in Society*, 13(2), 260–273. <https://doi.org/10.1080/17430430903522970>
- Brodmann Maeder, M., Andenmatten, S., Lienert, J. S., Von Wyl, T., & Exadaktylos, A. K. (2023). BASE jumping in the Lauterbrunnen Valley: A retrospective cohort study from 2007 to 2016. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4), 3214. <https://doi.org/10.3390/ijerph20043214>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow – The Psychology of optimal experience*. Harper & Row.
- Dresing, T., & Pehl, T. (2018). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse: Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (8. Auflage). Eigenverlag.
- Eidenmüller, H. G. M. (2018). Setting up dates with death? The law and economics of extreme sports sponsoring in a comparative perspective. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3287794>
- Eustachi, H. F. (2015). *Chancen und Risiken für Sponsoring von Extremsportarten am Beispiel des Unternehmens Red Bull und dessen Stratos-Projektes* [Bachelorarbeit, Hochschule Mittweida]. Abgerufen 18. April 2026, von <https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/index/index/docId/5277>
- Flick, U. (2022). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Design* (Vols. 1–2). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781529770278>
- Frühauf, A., Loinger, M., & Kopp, M. (2025). Adventure sports athletes on social media: Potential effects on adolescents’ sports participation and risk-taking behavior.

- German Journal of Exercise and Sport Research*, 55(1), 4–13.
<https://doi.org/10.1007/s12662-024-01010-z>
- Gerdes, M. (2018). *The Great Book of BASE 3rd Edition*. Birdbrain Publishing LLC.
- Gilmore, J. N. (2023). Deathlogging: GoPros as forensic media in accidental sporting deaths. *Convergence*, 29(2), 481–495.
<https://doi.org/10.1177/13548565221105787>
- Green, A., Gardner, D., & Legg, S. (2022). An exploration of the emotional experience of BASE jumping. *Sport in Society*, 25(2), 390–404.
<https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1807954>
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13–26. <https://doi.org/10.1080/14725860220137345>
- Helfferrich, C. (2022). Leitfaden- und Experteninterviews. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 875–892). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_55
- Hornby, O., Roderique-Davies, G., Heirene, R., Thorkildsen, E., Bradbury, S., Rowlands, I., Goodison, E., Gill, J., & Shearer, D. (2024). What factors explain extreme sport participation? A systematic review. *Frontiers in Sports and Active Living*, 6, 1403499. <https://doi.org/10.3389/fspor.2024.1403499>
- Klein, G. (2001). *Sources of power: How people make decisions* (7th print). MIT Press.
- Kruger, J., & Dunning, D. (1999). Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1121–1134. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.77.6.1121>
- Langseth, T. (2012). B.A.S.E. jumping – Beyond the thrills. *European Journal for Sport and Society*, 9, 155–176. <https://doi.org/10.1080/16138171.2012.11687895>
- Li, X. (2024). Potential link between social media usage and sensation seeking. *Journal of Social Science Humanities and Literature*, 7(1), 6–9.
- Martinho, D. V., Gouveia, É. R., Field, A., Ribeiro, A., Ordoñez-Saavedra, N., Pereira, F., Braz, D. S., Rebelo, A., & Sarmento, H. (2024). Psychological traits of extreme sport participants: A scoping review. *BMC Psychology*, 12, 544.
<https://doi.org/10.1186/s40359-024-02047-3>
- Mei-Dan, O., Monasterio, E., Carmont, M., & Westman, A. (2013). Fatalities in wingsuit BASE jumping. *Wilderness & Environmental Medicine*, 24(4), 321–327.
<https://doi.org/10.1016/j.wem.2013.06.010>
- Monasterio, E., & Cloninger, C. R. (2019). Self-transcendence in mountaineering and BASE jumping. *Frontiers in Psychology*, 9, 2686.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02686>

- Monasterio, E., & Mei-Dan, O. (2008). Risk and severity of injury in a population of BASE jumpers. *New Zealand Medical Journal*, 121(1277), 70–75.
- Monasterio, E., Mei-Dan, O., Hackney, A. C., & Cloninger, C. R. (2018). Comparison of the personality traits of male and female BASE jumpers. *Frontiers in Psychology*, 9, 1665. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01665>
- Monasterio, E., Mei-Dan, O., Hackney, A. C., Lane, A. R., Zwir, I., Rozsa, S., & Cloninger, C. R. (2016). Stress reactivity and personality in extreme sport athletes: The psychobiology of BASE jumpers. *Physiology & Behavior*, 167, 289–297. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2016.09.025>
- Posner, L. (2020). *Virtually invincible: The impact of social media presentation on rock climbing* [Masterarbeit, University of Nevada, Las Vegas]. <https://doi.org/10.34917/19412154>
- Przyborski, A., & Wohlrab-Sahr, M. (2014). *Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch* (4., erweiterte Auflage). Oldenbourg Verlag. <https://doi.org/10.1524/9783486719550>
- Soreide, K., Ellingsen, C. L., & Knutson, V. (2007). How dangerous is BASE jumping? An analysis of adverse events in 20,850 jumps from the Kjerag Massif, Norway. *Journal of Trauma and Acute Care Surgery*, 62(5), 1113. <https://doi.org/10.1097/01.ta.0000239815.73858.88>
- Teuscher, J. (2026). *Falling for Fame?* [Webdokumentation]. Abgerufen 26. Mai 2026, von <https://fallingforfame.com>
- Thomas, S. (2020). Ethnografie. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 1–21). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18387-5_35-2
- Thorpe, H. (2017). Action sports, social media, and new technologies: Towards a research agenda. *Communication & Sport*, 5(5), 554–578. <https://doi.org/10.1177/2167479516638125>
- Tofler, I. R., Hyatt, B. M., & Tofler, D. S. (2018). Psychiatric aspects of extreme sports: Three case studies. *The Permanente Journal*, 22(1), 17–071. <https://doi.org/10.7812/TPP/17-071>
- Vande Vliet, È., & Inglés, E. (2021). Decision-making by extreme athletes: The influence of their social circle. *Heliyon*, 7(1), e06067. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06067>
- Williams, R. R., & Whitehouse, K. (2015). Photo elicitation and the visual sociology of religion. *Review of Religious Research*, 57(2), 303–318. <https://doi.org/10.1007/s13644-014-0199-5>

9 HILFSMITTELVERZEICHNIS

Im Rahmen dieser Arbeit wurden verschiedene Hilfsmittel zur Unterstützung des Schreibprozesses sowie der Datenerhebung und Datenanalyse eingesetzt. Die folgende Übersicht gibt einen Überblick über die verwendeten Tools und deren Einsatzzweck. Der Einsatz generativer Künstlicher Intelligenz (KI) wird transparent dokumentiert. Die vollständige Dokumentation der verwendeten Initialprompts mit Datum und Verwendungszweck befindet sich in Anhang M.

ChatGPT

Unterstützung bei der Formulierung, sprachlichen Überarbeitung und Optimierung wissenschaftlicher Texte. Sämtliche KI-gestützten Vorschläge wurden kritisch geprüft, bei Bedarf überarbeitet und eigenständig in die Arbeit integriert.

MAXQDA

Organisation, Codierung und Auswertung der qualitativen Forschungsdaten im Rahmen der thematischen Analyse.

Microsoft Word

Erstellung und Formatierung der Bachelorarbeit.

NotebookLM

Unterstützung bei der Einarbeitung in die wissenschaftliche Literatur durch Zusammenfassungen und thematische Einordnungen. Sämtliche Inhalte wurden anhand der Originalquellen überprüft.

Whisper AI (Open Source)

Automatische Transkription der Interviews. Die automatisch erstellten Transkripte wurden vollständig überprüft und bei Bedarf korrigiert.

Zotero

Sammlung, Organisation und Verwaltung der wissenschaftlichen Literatur sowie Erstellung der Literaturverweise und des Literaturverzeichnisses.

ANHANG

Im Anhang sind folgende Dokumente abgelegt:

- **Anhang A:** Lehrprojekt
- **Anhang B:** Code-Matrix-Browser (MAXQDA)
- **Anhang C:** Interviewleitfaden
- **Anhang D:** INT01 – Interviewtranskript TN01
- **Anhang E:** INT02 – Interviewtranskript TN02
- **Anhang F:** INT03 – Interviewtranskript TN03
- **Anhang G:** INT04 – Interviewtranskript TN04
- **Anhang H:** INT05 – Interviewtranskript TN05
- **Anhang I:** BEOB01 – Beobachtungsprotokoll TN01 und TN02
- **Anhang J:** BEOB02 – Beobachtungsprotokoll TN03
- **Anhang K:** BEOB03 – Beobachtungsprotokoll TN05
- **Anhang L:** Überblick über zentrale Studien des Forschungsstands
- **Anhang M:** Dokumentation der KI Nutzung (Initialprompts)

Anhang A: Lehrprojekt

Lehrprojekt: Multimediale Webdokumentation

Die vorliegende Bachelorarbeit wurde im Rahmen eines Abschlussprojekts im Bachelorstudiengang Multimedia Production an der Fachhochschule Graubünden erstellt. Ergänzend entstand das eigenständige Lehrprojekt Falling for Fame, eine multimediale Webdokumentation, welche ausgewählte Inhalte und Erkenntnisse dieser Untersuchung webbasiert visualisiert und für eine breitere Öffentlichkeit aufbereitet.

Webdokumentation: *Falling for Fame?*

URL: <https://fallingforfame.com/>

Anhang B: Code-Matrix-Browser MAXQDA

Code System	TN01	TN02	TN03	TN04	TN05
▼ Emotionen & Motivation					
Adrenalin					
Angst					
Ego					
Flow					
Freiheit					
Kontrolle					
Leichtsinn / Überheblichkeit					
Motivation					
Nervosität					
Risikofreude					
Sinnsuche					
▼ Community					
Anerkennung					
Gruppendynamik					
Informelle Regeln					
Informationsfluss					
Verantwortung					
Vorbilder					
▼ Sponsoring					
Finanzielle Anreize					
Kommerzialisierung					
Markeninszenierung					
Sponsoring Erwartungen					
▼ Social Media					
Content Produktion					
Druck durch Reichweite					
Desinformation					
Informationsquelle					
Kamerapräsenz					
Konsum					
Rezeption der Öffentlichkeit					
Selbstdarstellung					
Sichtbarkeit / Reichweite					
Vergleich mit anderen					
▼ Risiko & Sicherheit					
Entscheidungsfindung					
Erfahrungswissen					
Fehler					
Grenzüberschreitung					
Sicherheitspraktiken					
Risikowahrnehmung					
Unfall / Verletzung					
Vorbereitung					

FORSCHUNGSFRAGE:

Wie beeinflussen soziale Medien und Sponsoring als miteinander verschränkte Erwartungs- und Anerkennungssysteme die individuelle Risikobereitschaft und die informelle Sicherheitskultur in der Basejumping-Community, und wie reflektieren Athlet:innen diese Einflüsse in ihren Entscheidungsprozessen und medialen Selbstinszenierungen?

1. KONTEXT UND EINORDNUNG

- A. Magst du dich kurz vorstellen und erzählen, wie dein Weg ins Fallschirm- und BASE Springen verlaufen ist?
- B. Wie sieht dein aktueller Bezug zum BASE aus?
Welche Rolle spielt der Sport in deinem Leben?
- C. Welche Bedeutung haben Sichtbarkeit, Social Media oder Sponsoring in deinem aktuellen Setup
- D. Wie präsent ist Social Media in deinem Alltag als Athlet:in?

2. RISIKOVERSTÄNDNIS UND ENTSCHEIDUNGSPROZESSE

- A. Was bedeutet Risiko für dich im Kontext von BASE?
- B. Wie gehst du vor einem Sprung mit Risiko um?
Wie entsteht für dich eine gute Entscheidung?
- C. Wenn du an deine Entwicklung zurückdenkst?
Wie hat sich dein Umgang mit Risiko im Laufe der Zeit verändert und wodurch?
- D. Erzähl mir von einer Situation, in der du dich bewusst gegen einen Sprung entschieden hast. Was war ausschlaggebend?

3. SICHTBARKEIT UND MEDIALE SELBSTINSZENIERUNG

- A. Welche Rolle spielt Social Media in deinem BASE-Alltag?
- B. In welchen Momenten denkst du über die Wirkung eines Sprungs nach
zum Beispiel in Bezug auf Bilder, Videos oder Reaktionen?
- C. Wie beeinflusst Sichtbarkeit deine Auswahl von Spots, Projekten oder Linien des Fliegens?
- D. Wenn du dir eine Situation ohne jegliches Publikum vorstellst, weder vor Ort noch digital. Wie würde sich dein Springen verändern?
- E. Wie erlebst du Vergleiche mit anderen Athlet:innen in Bezug auf Leistung, Stil oder Präsenz?

4. SPONSORING UND ERWARTUNGSSTRUKTUREN

Sponsoring vorhanden:

- A. Welche Erwartungen nimmst du im Zusammenhang mit Sponsoring wahr und wie gehst du damit um
- B. Inwiefern beeinflusst Sponsoring deine Art zu springen, dich zu präsentieren oder Entscheidungen zu treffen
- C. Wie würdest du den Zusammenhang zwischen Sponsoring und Risikoverhalten beschreiben

Falls kein Sponsoring

- D. Wie würdest du dir vorstellen, dass ein Sponsoring deine Sichtbarkeit oder Entscheidungsprozesse verändern könnte

5. KONKRETE ENTSCHEIDUNGSSITUATION

- A. Erzähl mir von einer konkreten Situation, in der Sichtbarkeit, Social Media oder Sponsoring deine Entscheidung beeinflusst haben? Positiv oder negativ.
- B. Wie hast du diese Situation im Nachhinein bewertet?
- C. Welche Rolle spielten Publikum, Anerkennung oder Erwartungshaltungen in diesem Moment?
- D. Wenn du heute zurückblickst: was würdest du gleich oder anders machen?

6. SICHERHEITSKULTUR UND COMMUNITY DYNAMIKEN

- A. Wie würdest du die Sicherheitskultur in der BASE-Community beschreiben?
- B. Wie wird in der Szene mit Fehlern oder Beinahe Unfällen umgegangen?
- C. Wofür erhalten Personen in der Community besonders Anerkennung?
- D. Wie erlebst du Spannungsfelder zwischen spektakulärer Performance und verantwortungsvollem Risikomanagement?

7. REFLEXION UND AUSBLICK

- A. Wie verändern Social Media und Sponsoring aus deiner Sicht die BASE-Szene langfristig?
- B. Wo siehst du Gefahren und wo Chancen?
- C. Was wird über BASE in sozialen Medien häufig missverstanden?

Optional Lehrprojekt

- D. Welche Botschaft würdest du neuen Springer:innen im Umgang mit Risiko und Sichtbarkeit mitgeben?

Anhang D: INT01 – Interviewtranskript TN01

1 Transkription: TN01

2 [INTERVIEW_INFO]

3 Interview-ID: TN01
Datum: 17.03.2026
Ort: Lauterbrunnen
Dauer: 21 min

4 [INTERVIEW_START]

5 Interviewer:
Magst du dich kurz vorstellen und erzählen, wie dein Weg ins Fallschirm und BASE Springen
verlaufen ist?

6 Teilnehmer:
Gerne. Mein Name ist TN01, ich bin 45 Jahre alt.

7 2008 habe ich mit dem Gleitschirmfliegen begonnen. Ich habe damals beim
Nachrichtendienst in Bern gearbeitet. Ich war in der Open Source Intelligence Abteilung
und viel auf YouTube unterwegs.

8 Wenn mir langweilig war, habe ich Gleitschirmvideos geschaut. Und eines Tages hat mir
der Algorithmus ein BASEjump Video vorgeschlagen. Ab diesem Moment war ich verfallen.

9 Interviewer:
Wie sieht dein aktueller Bezug zum BASE Jumpen aus?

10 Teilnehmer:
Ich bin seit 13 Jahren aktiver Springer. Das heisst, ich mache im Schnitt etwa 120 bis 150
Sprünge pro Jahr.

11 Hauptsächlich Tracking Sprünge und Wingsuit Sprünge. Ich verbringe den grössten Teil
meiner Freizeit in den Bergen, in der Luft, beim Springen mit Freunden.

12 Interviewer:
Welche Rolle spielt der Sport in deinem Leben?

13 Teilnehmer:
Sport allgemein hat immer eine grosse Rolle in meinem Leben gespielt. Als Kind habe ich
viel Sport gemacht, ich bin in einer sportlichen Familie aufgewachsen.

14 Ich habe lange Breakdance gemacht als Teenager. Als ich damit aufgehört habe, hat mir
etwas gefehlt. Ich brauche einfach eine Leidenschaft in meinem Leben, etwas, worauf ich
mich konzentrieren kann.

15 Mit dem Fallschirmspringen, dem Gleitschirmfliegen und dem BASE Jumpen habe ich
meine grosse Leidenschaft gefunden.

16 Und ich glaube, die Luft ist mein Element. Ich bin auch gerne auf dem Wasser beim
Kitesurfen, aber am liebsten bin ich in der Luft.

17 Interviewer:
Wie präsent sind Social Media und Sponsoring in deinem Alltag?

18 Teilnehmer:
Gar nicht präsent. Ich habe selber keine Social Media Accounts. Ich schaue es auch nicht
an. Ich bin auch nicht passiv dabei und schaue, was andere posten. Das spielt keine Rolle
in meinem Leben.

19 Ich war auch noch nie gesponsert. Manchmal darf ich mit jemandem mitgehen, der einen
Sponsoring Vertrag hat, als Kameramann oder bei einem Projekt mitmachen. Aber das ist

1/8

meistens unbezahlt. Das ist einfach zum Spass.

20 Interviewer:
Was bedeutet Risiko für dich im Kontext des BASE Jumpens?

21 Teilnehmer:
BASE Jumpen kommt mit einem grossen Risiko. Es ist ein gefährlicher Sport. Das lässt sich nicht negieren.

22 Wir setzen uns einem grossen Risiko aus. Alle, die länger BASE Jumpen, verlieren Freunde. Das ist leider ein schmerzhafter Teil des Sports.

23 Aber die Leidenschaft für das Fliegen ist so gross, dass ich bis jetzt immer weitermachen wollte.

24 Ich nehme das Risiko in Kauf und versuche es so stark wie möglich einzugrenzen.

25 Interviewer:
Wie gehst du vor einem Sprung mit Risiko um? Wie entsteht für dich eine gute Entscheidung?

26 Teilnehmer:
Ich versuche die Entscheidung eigentlich schon vor dem Sprung zu treffen.

27 Wenn es ein neuer Sprung ist, schaue ich Videos und analysiere die Daten.

28 Mittlerweile gibt es sehr gute Hilfsmittel. Auch am Computer kann ich meine bisherigen Sprünge analysieren und das Gelände eines neuen Sprungs damit vergleichen.

29 So kann ich einschätzen, wozu ich mit meinem Wingsuit fähig bin.

30 Ich versuche also, meine Hausaufgaben zu machen. Dann schaue ich das Wetter genau an.

31 Und nur wenn alles perfekt ist, mache ich mich auf zum Sprung.

32 Wenn ich dann bei der Absprungsstelle Angst verspüre, habe ich Methoden, damit umzugehen.

33 Wenn ich ein schlechtes Bauchgefühl habe, mache ich den Sprung nicht.

34 Wenn sich die Angst meldet, trete ich innerlich in einen Dialog mit ihr und sage ihr, dass sie sich nicht um mich kümmern muss, weil ich alles analysiert habe und das Risiko vertretbar finde.

35 Interviewer:
Wie sieht dieser Dialog aus?

36 Teilnehmer:
Er ist innerlich.

37 Man merkt ja, wenn sich Angstsymptome melden. Wenn meine Hände feucht werden, wenn ich Mühe habe, mich zu artikulieren, wenn sich Atmung und Puls beschleunigen.

38 Wenn ich bewusst atmen muss, dann trete ich in diesen Dialog.

39 Interviewer:
Wenn du an deine Entwicklung zurückdenkst: Wie hat sich dein Umgang mit Risiko im Laufe der Zeit verändert und wodurch?

40 Teilnehmer:
Definitiv.

41 Am Anfang, als ich mit dem BASE Jumpen angefangen habe, war ich zum Glück nicht mehr zwanzig Jahre alt. Ich war schon 33.

2/8

- 42 Das heisst, ich war nicht mehr ganz so jung und wild wie vielleicht ein Zwanzigjähriger.
- 43 Aber in der Anfangszeit ist die Euphorie riesig. Man fühlt sich unsterblich.
- 44 Ich bin am Anfang meiner BASE Karriere viel mehr Risiken eingegangen als heute.
- 45 Mittlerweile bin ich sehr viel vorsichtiger geworden.
- 46 **Interviewer:**
Kannst du von einer Situation erzählen, in der du dich bewusst gegen einen Sprung entschieden hast? Und was war ausschlaggebend?
- 47 Teilnehmer:
Ja.
- 48 Ich bin selten direkt von einer Absprungsstelle wieder weggelaufen, weil ich schon im Vorfeld Wetter und Bedingungen sehr genau anschau.
- 49 Ich will eigentlich erst loswandern oder die Bahn nehmen, wenn ich mich wirklich wohl fühle und Lust auf den Sprung habe.
- 50 Aber es gab häufig Situationen, in denen ich hierher gekommen bin und mir der Wind nicht gepasst hat oder mein Bauchgefühl nicht gestimmt hat.
- 51 Dann habe ich einfach umgedreht und bin wieder nach Hause gefahren.
- 52 **Interviewer:**
In welchen Momenten denkst du über die Wirkung eines Sprungs nach, zum Beispiel in Bezug auf Bilder, Videos oder Reaktionen? Und inwiefern beeinflusst das die Auswahl eines Spots oder einer Line?
- 53 Teilnehmer:
Das ist eine sehr gute Frage.
- 54 Ich sehe bei meinen Freunden häufig, dass sie Videos auf Social Media sehen und dann der Wunsch entsteht, genau diese Line mit dem Wingsuit zu fliegen.
- 55 Das Problem ist, dass man immer nur mit dem Endprodukt konfrontiert wird.
- 56 Es kann sein, dass ein Springer zwanzig oder dreissig Versuche gebraucht hat, bis er genau diese perfekte Line fliegen konnte.
- 57 Gepostet wird dann nur die beste Version, der tiefste Flug, die spektakulärste Aufnahme.
- 58 Wenn man das anschaut, denkt man vielleicht:
"Er hat das direkt beim ersten Mal geschafft."
- 59 Und wenn man versucht, die gleiche Line nachzufliegen, vergisst man schnell die ganze Vorbereitung dahinter.
- 60 Gerade beim ersten Versuch versuchen manche sofort, die perfekte Linie zu reproduzieren.
- 61 Persönlich habe ich manchmal Mühe damit, dass Leute nur ihre Highlights posten und nicht den Prozess zeigen, der dorthin geführt hat.
- 62 Ich glaube gerade für junge Springer:innen, die mit Social Media aufgewachsen sind, wäre es spannend und wichtig, auch diesen Prozess zu sehen.
- 63 **Interviewer:**
Wie erlebst du Vergleiche mit anderen Athlet:innen oder Peers im Sport in Bezug auf Leistung, Stil oder Social Media Präsenz?
- 64 Teilnehmer:
Ich denke, das hängt stark vom Charakter ab.

3/8

- 65 Es gibt Menschen, die sich ständig vergleichen, auch im normalen Leben. Andere machen das weniger.
- 66 Ich selber bin wahrscheinlich mein grösster Konkurrent.
- 67 Ich möchte immer besser werden.
- 68 Ich filme sehr gerne Leute beim Springen und schaue meine Videos danach häufig nochmals an. Dann denke ich:
"Da habe ich einen Fehler gemacht. Das könnte ich besser machen."
- 69 Ich glaube aber nicht, dass dieser Druck von aussen kommt.
- 70 Es ist eher ein Druck, den ich mir selber mache. Aber ich glaube nicht unbedingt, dass das etwas Schlechtes ist.
- 71 Diesen Perfektionismus hatte ich schon als Kind. Und ich glaube, ihm verdanke ich auch, dass ich so weit gekommen bin.
- 72 **Interviewer:**
Wie würdest du dir vorstellen, dass Sponsoring deine Sichtbarkeit oder Entscheidungsprozesse verändern könnte?
- 73 Teilnehmer:
Ich denke, das kann definitiv einen Einfluss haben.
- 74 Nicht unbedingt, weil der Sponsor direkten Druck macht, sondern weil sich Springer:innen selber Druck machen.
- 75 Ich denke dabei zum Beispiel an den Unfall von Ueli Gegenschatz in Zürich beim Sunrise Tower.
- 76 Ich vermute, wenn er ganz alleine dort gewesen wäre, hätte er den Sprung vielleicht nicht gemacht.
- 77 Der Wind war nicht optimal, aber Leute warteten, der Helikopter war in der Luft, es wurde gefilmt.
- 78 Vielleicht wollte er niemanden enttäuschen.
- 79 Das war nicht die Schuld von Red Bull. Er hat selber entschieden zu springen.
- 80 Aber wenn du das Gefühl hast, einen Sponsor zufriedenstellen zu müssen, erzeugst du automatisch mehr Druck auf dich selbst.
- 81 **Interviewer:**
Wie würdest du die Sicherheitskultur in der BASE Community beschreiben?
- 82 Teilnehmer:
Meiner Meinung nach eher schlecht.
- 83 Es passieren viel zu viele Unfälle.
- 84 Fast alle Unfälle basieren auf Human Factors. Das Material selbst ist extrem zuverlässig.
- 85 Die Informationen sind vorhanden. Wir haben öffentlich zugängliche BASE Fatality Listen, Todesfälle werden analysiert und dokumentiert.
- 86 Es gibt auch Plattformen, auf denen Springer ihre Fehler analysieren und öffentlich teilen können, damit andere daraus lernen.
- 87 Die Informationen sind also da.
- 88 Aber trotzdem machen BASE Jumper immer wieder dieselben Fehler.

- 89 **Interviewer:**
Wie wird in der Szene mit Fehlern oder Close Calls umgegangen?
- 90 Teilnehmer:
Häufig werden sie weggelacht oder weggetrunken.
- 91 Ich glaube, nur wenige haben den Mut, wirklich offen darüber zu sprechen.
- 92 BASE Jumpen ist ein Sport, in dem das Ego eine grosse Rolle spielt.
- 93 Viele haben Angst, ihren Ruf zu verlieren, wenn sie zugeben, dass sie einen dummen Fehler gemacht haben.
- 94 Und deshalb werden Fehler oft verschwiegen.
- 95 **Interviewer:**
Wofür erhalten Personen in der Community besonders Anerkennung?
- 96 Teilnehmer:
Leider häufig für die heftigsten Wingsuit Lines, die tiefsten Proximity Flüge, die tiefsten Pulls oder die gefährlichsten Stunts.
- 97 Alles, was die Community noch nie gesehen hat, bringt Ruhm und Aufmerksamkeit.
- 98 Das ist schade.
- 99 Natürlich möchte man immer etwas Neues und Spektakuläres sehen.
- 100 Aber schön wäre es auch, wenn zum Beispiel ein siebzjähriger Springer gefeiert würde, der seit dreissig Jahren springt und nie einen Unfall hatte.
- 101 **Interviewer:**
Und glaubst du, Social Media verstärkt das Ganze?
- 102 Teilnehmer:
Ja, definitiv.
- 103 Auch die Hersteller von BASE Material posten auf Social Media meistens die extremsten Videos, weil diese am meisten Aufmerksamkeit bekommen.
- 104 Und genau diese Aufmerksamkeit macht die Personen wiederum interessant für Sponsoren.
- 105 **Interviewer:**
Wie erlebst du die Spannungsfelder zwischen spektakulärer Performance und verantwortungsvollem Risikomanagement?
- 106 Teilnehmer:
Das ist ein schmaler Grat.
- 107 In der Geschichte des BASE Jumpens gab es immer wieder Springer, die komplett ans Limit gegangen sind.
- 108 Oft wurden sie von Freunden oder von der Community darauf hingewiesen.
- 109 Dann posten sie ein Video auf Facebook und viele feiern sie für das Risiko, das sie eingegangen sind.
- 110 Gleichzeitig gibt es kritische Stimmen, die sagen:
"Das ist nicht nachhaltig. Du wirst so nicht lange überleben."
- 111 Häufig rechtfertigen sich diese Personen dann damit, dass sie Wochen oder Monate trainiert hätten und alles tun würden, um sicher zu bleiben.
- 112 Und kurz darauf sterben sie.

- 113 **Interviewer:**
Inwiefern hast du das Gefühl, dass Social Media und Sponsoring die BASE Szene langfristig verändern werden?
- 114 Teilnehmer:
Beim Sponsoring ist es mittlerweile schwierig geworden.
- 115 Ich kenne nur sehr wenige Menschen, die wirklich vom BASE Jumpen leben können.
- 116 Wenn sie davon leben, dann meistens über Coaching oder Load Organizing wie beim Skydiving.
- 117 Das goldene Zeitalter, in dem du einfach ein extrem guter BASE Jumper warst und direkt einen Red Bull Vertrag bekommen hast, ist vorbei.
- 118 Vielleicht bekommst du heute einen gratis Helm oder einen Wingsuit günstiger.
- 119 Aber es ist schwierig geworden.
- 120 Social Media hingegen ist wahrscheinlich nicht mehr wegzudenken.
- 121 Gerade für die junge Generation ist das völlig normal.
- 122 Vielleicht lernen sie aber irgendwann auch einen besseren Umgang damit als unsere Generation, die plötzlich süchtig danach wurde, weil alles neu und spannend war.
- 123 **Interviewer:**
Du hast selber erwähnt, dass du kein Social Media hast. Was ist deine Motivation dahinter?
- 124 Teilnehmer:
Ich hatte Social Media eigentlich erst relativ spät, weil ich im Vorstand eines Speedflying Clubs war und dort vieles über Facebook organisiert wurde.
- 125 Also habe ich mir einen Account gemacht.
- 126 Ich habe dann auch ein wenig gepostet, aber relativ schnell gemerkt, dass das nichts für mich ist.
- 127 Was mich daran stört, ist vor allem der Zeitverlust.
- 128 Der Algorithmus ist extrem intelligent und schlägt mir ständig Dinge vor, die mich interessieren.
- 129 Dann schaust du ein Video, danach noch eins, dann noch eins und plötzlich ist eine Stunde vorbei.
- 130 Eine Stunde, die ich anders hätte nutzen können.
- 131 Mir gefällt auch nicht, dass wir ständig nur mit den Highlights anderer Menschen konfrontiert werden.
- 132 Dann ist vielleicht sogar ein wunderschöner eigener Tag plötzlich weniger schön, weil jemand anderes scheinbar noch etwas Besseres erlebt hat.
- 133 Ich glaube, diese Plattformen sind bewusst so gebaut, dass sie uns möglichst lange dort halten wollen.
- 134 Und dieses permanente Scrollen und Swipen empfinde ich persönlich als nicht gesund.
- 135 **Interviewer:**
Was wird über BASE in sozialen Medien häufig missverstanden?
- 136 Teilnehmer:
Ich habe häufig das Gefühl, dass die Aussenwelt das Risiko falsch einschätzt.

- 137 Viele sehen die Videos und fragen mich zum Beispiel, ob man einen Wingsuit überhaupt steuern kann.
- 138 Dann merke ich, wie viel Unwissen vorhanden ist.
- 139 Für viele Menschen wirkt es wahrscheinlich so, als wäre jeder Sprung ein Fünzig Fünzig zwischen Überleben und Tod.
- 140 Weil in den Medien fast immer nur über Todesfälle berichtet wird.
- 141 Es gibt selten Artikel über die Schönheit des Sports.
- 142 Ich hatte früher selber dieses Bild.
- 143 Bevor ich angefangen habe, kannte ich Lauterbrunnen nur als "Tal des Todes", weil ich das ständig in den Medien gelesen hatte.
- 144 Als ich das erste Mal hierherkam, hatte ich deshalb ein ungutes Gefühl.
- 145 Erst mit der Zeit habe ich begonnen, die Schönheit dieses Ortes wirklich wahrzunehmen.
- 146 **Interviewer:**
Welche Botschaft würdest du neuen Springer:innen im Umgang mit Risiko und Sichtbarkeit auf Social Media mitgeben?
- 147 Teilnehmer:
Wenn jemand wirklich bereit wäre zuzuhören, würde ich sagen:
Versuche geduldig zu bleiben.
- 148 Die Berge und Felsen werden noch sehr lange da sein.
Du hast Zeit.
- 149 Versuche, dein eigenes Tempo zu gehen.
- 150 Du darfst Social Media natürlich nutzen, aber vergiss nie, dass du dort nur die besten Highlights siehst und nicht den ganzen Weg dorthin.
- 151 Versuche manchmal ohne Kamera zu springen.
- 152 Versuche auch mal alleine zu springen und dich zu fragen, ob es dir genauso viel Freude macht wie mit Kamera, mit anderen Leuten oder mit einem späteren Post.
- 153 Denn die Motivation dahinter ist extrem wichtig.
- 154 Ich glaube, der Sport ist viel zu gefährlich, um ihn nur für einen Social Media Post zu machen.
- 155 **[PHOTO_ELICITATION_INFO]**
- 156 **Photo Elicitation ID:** TN01_PE01
- 157 **Quelle:** Wingsuit Exit Stockhorn
- 158 **Gepostet:** 04.03.2026 (Whatsapp)
- 159 **Beschreibung:** POV Exit + Near Terrain Flight
- 160 **[PHOTO_ELICITATION_START]**
- 161 **Interviewer:**
Du wirst es kennen, du hast mir das im Vorhinein geschickt.

7/8

- 162 Teilnehmer:
Ah ja, das kenne ich.
- 163 **Interviewer:**
Willst du schnell die Situation erklären, wie das Video aus den Stand kommt?
- 164 Teilnehmer:
Sehr gerne. Das ist mein Heimsprung.
- 165 Das ist das Stockhorn.
Ich wohne 15 Minuten vom Stockhorn entfernt.
Und häufig gehe ich allein aufs Stockhorn zum Springen.
- 166 An diesem Tag war ich mit einer Freundin unterwegs.
Und die ist eine der besten Wingsup-Piloten der Welt.
- 167 Und mit ihr zu springen macht immer sehr viel Freude.
- 168 Das war, der Schnee war fast Ende geschmolzen, aber es hatte noch Schnee, aber die Sonne scheint.
- 169 Und wir konnten einen wunderschönen Sprung zusammen machen.
- 170 Und das löste mir so viele Glücksgefühle aus.
- 171 Auch wenn ich das Video jetzt nochmal schaue, dann erinnere ich mich noch an jedes Detail.
- 172 Das war auch ein Jump to Remember.

Anhang E: INT02 – Interviewtranskript TN02

1 Transkription: TN02

2 [INTERVIEW_INFO]

3 **Interview-ID:** TN02
Datum: 17.03.2026
Ort: Lauterbrunnen
Dauer: 26 min

4 [INTERVIEW_START]

5 **Interviewer:**
Magst du dich kurz vorstellen und erzählen, wie dein Weg ins Fallschirm und BASE Springen verlaufen ist?

6 Teilnehmer:
Ja, okay. Ich bin TN02, ich bin 28 Jahre alt.

7 Es ist meine zwölfte Saison im Fallschirmspringen und die neunte Saison im BASE Jumpen.

8 Ich habe mit 13 oder 14 Jahren die ersten krassen YouTube Videos vom Wingsuit BASE Jumpen gesehen. Ich dachte mir damals:
"Das muss das krassste Gefühl auf dem Planeten sein."

9 Dann habe ich mich informiert, was man dafür tun muss.

10 Okay, zuerst braucht man eine Fallschirm Lizenz, ein paar hundert Sprünge aus dem Flugzeug und danach kann man einen BASE Jump Kurs machen.

11 Damals waren etwa 200 Sprünge Voraussetzung.

12 Ich habe dann angefangen Geld zu sparen, mit 17 meine Skydiving Lizenz gemacht und mit 20 meinen BASE Jump Kurs.

13 Zu diesem Zeitpunkt hatte ich ungefähr 340 Skydives.

14 Und so ist das Ganze entstanden und bis heute geblieben.

15 **Interviewer:**
Wie sieht dein aktueller Bezug zum BASE aus? Welche Rolle spielt der Sport in deinem Leben?

16 Teilnehmer:
Ich wohne mittlerweile hier in der Schweiz. Ursprünglich komme ich aus Deutschland.

17 Ich bin hauptsächlich wegen dem Sport hierhergezogen.

18 Es gab zwar auch noch andere Gründe, warum ich finde, dass es mehr Sinn macht, in der Schweiz zu wohnen als in Deutschland, aber die Berge und der Sport waren definitiv der Hauptgrund.

19 Wenn ich nicht arbeite, bin ich in den Bergen und gehe BASE Jumpen.

20 Ich mache auch Speedwing, manchmal Paragliding und fahre gerne Ski.

21 Springen und die Berge generell geben meinem Leben Sinn, würde ich sagen.

22 Mein Geld verdiene ich zwar mit einem normalen Job, aber ansonsten geht es ums Springen und Fliegen in jeder Form.

23 **Interviewer:**

1/9

Hast du einen Sponsoring Vertrag im Sport?

24 Teilnehmer:

Nein, habe ich keinen.

25 Interviewer:

Welche Bedeutung hat Social Media in deinem aktuellen Setup oder im Umgang mit dem Sport?

26 Teilnehmer:

Letztes Jahr konnte ich ein Videoprojekt machen, mit dem ich auch ein bisschen Geld verdient habe. Das fand ich cool und das möchte ich eigentlich mehr machen.

27

Aber grundsätzlich habe ich angefangen Dinge auf Social Media zu posten, weil ich es einfach cool fand, Videos zu teilen.

28

Ich glaube, es gibt brutal viel Schrott auf Social Media heutzutage und ich habe das Gefühl, BASE Jumpen trägt dazu bei, dass es qualitativ hochwertigeren Content gibt als vieles andere.

29

Und ich finde es auch cool, Leuten zu zeigen, was man alles machen kann.

30

Ich wurde damals selbst durch YouTube Videos inspiriert, mit dem Sport anzufangen.

31

Dadurch bin ich in viele Länder gereist, habe viele Leute kennengelernt und unglaublich viele gute Erfahrungen gemacht.

32

Wenn ich vielleicht jemand anderen dazu inspirieren kann, dann finde ich das eine geile Sache.

33

Denn diese Videos haben mein Leben positiv beeinflusst und ich hoffe, dass das bei anderen ähnlich passiert.

34 Interviewer:

Was bedeutet Risiko für dich im Kontext von BASE?

35 Teilnehmer:

Dass BASE Jumpen eine der gefährlichsten Aktivitäten auf dem Planeten ist, darüber müssen wir nicht diskutieren.

36

Unfälle passieren und Menschen sterben dabei.

37

Aber ich finde trotzdem, dass man viel dafür tun kann, um den Sport so sicher wie möglich auszuüben.

38

Man kann sich gut vorbereiten, trainieren und sich Mühe geben, das Risiko zu minimieren.

39

Oder man kann das eben nicht tun.

40

Und ich glaube, wenn man den Sport langfristig machen möchte, dann muss man nachhaltig damit umgehen.

41

Nicht nur wegen tödlichen Unfällen, sondern auch Verletzungen sind unnötig.

42

Wenn man lange gesund bleiben möchte, muss man versuchen, das Risiko möglichst klein zu halten.

43 Interviewer:

Was heisst Risiko minimieren konkret für dich? Wie gehst du vor einem Sprung mit Risiko um?

44 Teilnehmer:

Es beginnt damit, dass man sich an einem Sprungtag gut fühlt.

45

Es gibt Tage, an denen man mehr Energie hat und Tage, an denen man schlechter

2/9

geschlafen hat.

46 Wenn ich mich komplett schlecht fühle, gehe ich gar nicht springen.

47 Oder ich sage:
"Heute nichts Neues. Heute keine aggressiven Sprünge."

48 Dann bleibe ich innerhalb meiner Komfortzone.

49 Ich habe mittlerweile über tausend Sprünge gemacht und da entwickelt man natürlich eine gewisse Routine.

50 Einfache Sprünge kann ich auch machen, wenn ich mich nicht bei hundert Prozent fühle.

51 Aber man muss immer schauen:
Wie schwierig ist der Sprung für mein Skill Level?
Wie fühle ich mich?
Wie sind die Wetterbedingungen?

52 Danach entscheide ich.

53 Ich finde es auch wichtig, vor dem Sprung einen klaren Plan zu machen und diesen dann durchzuziehen.

54 Denn im Freifall kommt das Adrenalin und dann trifft man andere Entscheidungen als vorher am Boden.

55 Deshalb sollte man spontane Entscheidungen während des Fluges möglichst vermeiden.

56 **Interviewer:**
Wenn du an deine Entwicklung zurückdenkst: Wie hat sich dein Umgang mit Risiko im Laufe der Zeit verändert?

57 Teilnehmer:
Ich habe sehr früh angefangen.

58 Mit 17 Fallschirmspringen und mit 20 BASE Jumpen.

59 In diesem Alter hat man generell wenig Angst, glaube ich.

60 Damals dachte ich oft:
"Ja ja, Unfälle passieren anderen, aber nicht mir."

61 Mittlerweile bin ich schlauer geworden.

62 Mit dem Alter wird man vorsichtiger.

63 Und wenn man lange genug im Sport ist, bekommt man Unfälle mit oder sieht sie selber.

64 Dann merkt man:
Unfälle können jedem passieren, auch den Besten.

65 Dadurch wird man automatisch vorsichtiger.

66 Ich würde trotzdem sagen, dass ich nie komplett kopflos war, auch am Anfang nicht.

67 Aber definitiv weniger vorsichtig als heute.

68 **Interviewer:**
Kannst du von einer Situation erzählen, in der du dich bewusst gegen einen Sprung entschieden hast?

69 Teilnehmer:
Wenn ich irgendwo hinlaufe, dann eigentlich nur, wenn ich ziemlich sicher bin, dass der Sprung machbar ist.

3/9

- 70 Ich gehe normalerweise nicht zu einem Exit und merke erst dort:
"Das ist mir jetzt zu schwierig."
- 71 Wenn ich mich auf den Weg mache, weiss ich normalerweise, dass ich springen kann.
- 72 Die Situationen, in denen ich wieder umgedreht bin, hatten fast immer mit dem Wetter zu tun.
- 73 **Interviewer:**
Gibt es Momente, in denen du über die Wirkung eines Sprungs nachdenkst, zum Beispiel darüber, wie das Video oder das Endprodukt aussieht?
- 74 Teilnehmer:
Ja, definitiv.
- 75 Manchmal mache ich Sprünge einfach nur für mich oder mit Freunden zum Spass.
- 76 Aber weil ich Social Media Accounts habe und dort Videos hochlade, versuchen wir teilweise schon, den Sprung auch fürs Video zu machen.
- 77 Nicht unbedingt wegen Klicks oder Aufmerksamkeit, sondern weil wir ein richtig geiles Video produzieren wollen.
- 78 Es soll so aussehen, dass andere Leute denken:
"Boah, was für ein krasses Video."
- 79 Nicht nur wegen der Line selbst, sondern vielleicht wegen der Perspektive, der Kamera oder dem Hintergrund.
- 80 Einfach Eye Candy für die Leute.
- 81 Oder vielleicht sieht jemand das Video und denkt:
"Das will ich auch mal machen."
- 82 **Interviewer:**
Wenn du dir eine Situation ohne Publikum vorstellst, weder vor Ort noch digital: Inwiefern unterscheidet sich das von einem Sprung, der gefilmt wird?
- 83 Teilnehmer:
Sobald eine Kamera mitspringt, ist das irgendwo unterbewusst immer präsent.
- 84 Ich glaube, manche Menschen lassen sich stärker beeinflussen und andere weniger.
- 85 Aber wenn eine Kamera dabei ist, möchte man natürlich eher, dass das Video cool aussieht als schlecht.
- 86 Das ist wahrscheinlich bei fast allen so.
- 87 **Interviewer:**
Wie erlebst du Vergleiche mit anderen im Sport in Bezug auf Leistung oder Stil?
- 88 Teilnehmer:
Ich finde Social Media grundsätzlich eigentlich cool, weil man sieht, was andere machen oder was Top Athlet:innen im Sport machen.
- 89 Man kann sich viel anschauen und daraus lernen.
- 90 Man darf sich davon einfach nicht negativ beeinflussen lassen.
- 91 Nicht nach dem Motto:
"Die können das und ich nicht, deshalb bin ich schlechter."
- 92 Ich sehe das eher als Motivation.
- 93 Wenn ich sehe, dass jemand etwas Krasses kann, denke ich:

- "Cool, das will ich auch lernen."
- 94 Dann trainiere ich dafür.
- 95 Für mich ist das eher ein positiver Wettbewerb, der einen selber besser macht.
- 96 Mich beeinflusst das nicht negativ.
- 97 Aber ich glaube schon, dass es bei anderen Leuten anders sein kann.
- 98 **Interviewer:**
Wie würdest du dir vorstellen, dass Sponsoring deine Entscheidungsprozesse verändern könnte?
- 99 Teilnehmer:
Das ist eine interessante Frage.
- 100 Ich glaube, man hat schon gewisse Präferenzen bei Wingsuits oder Kameras.
- 101 Wenn es jetzt nur um eine Kamera geht und eine andere Marke mir ein Angebot machen würde, obwohl sie vielleicht nicht meine erste Wahl wäre, dann wäre das wahrscheinlich kein grosses Problem.
- 102 Aber bei Wingsuits ist das etwas anderes.
- 103 Wenn ich mit einem bestimmten Suit besser fliegen kann, dann bedeutet das direkt auch weniger Risiko.
- 104 Dann müsste ich mir sehr genau überlegen, ob ich wegen eines Sponsoring Vertrags die Marke wechseln würde.
- 105 Ich müsste die Suits vorher testen und wirklich sicher sein, dass ich mich damit wohlfühle.
- 106 Und ich wäre definitiv bereit, Dinge nicht zu tun, wenn ich dem Equipment nicht vertraue.
- 107 Am Ende geht es um mein Leben.
- 108 Da sollte man sich sehr gut überlegen, ob man sich für ein bisschen Geld in Gefahr bringen will.
- 109 **Interviewer:**
Kannst du von einer konkreten Situation erzählen, in der Social Media deine Entscheidung beeinflusst hat?
- 110 Teilnehmer:
Ich habe eigentlich nie etwas komplett Verrücktes gemacht nur für ein Video.
- 111 Wenn Social Media mich beeinflusst hat, dann eher positiv.
- 112 Ich habe andere Leute gesehen und gedacht:
"Cool, das will ich auch können."
- 113 Dann habe ich dafür trainiert.
- 114 Oder ich mache mit guten Freunden Videos, bei denen wir am Ende zusammen das Resultat anschauen und denken:
"Boah, das sieht richtig geil aus."
- 115 Eigentlich eher positive Einflüsse.
- 116 **Interviewer:**
Wie würdest du die Sicherheitskultur in der BASE Community beschreiben?
- 117 Teilnehmer:
Da gibt es wirklich alles.

- 118 Von komplett kopflös bis extrem kontrolliert.
- 119 Es gibt Leute, die wollen viel zu schnell zu viel.
- 120 Und andere gehen sehr kontrolliert und fast nach Lehrbuch vor.
- 121 Manche Leute beginnen mit BASE Jumpen, obwohl sie noch nie aus einem Flugzeug gesprungen sind.
- 122 Andere haben viele Jahre Erfahrung und wirken extrem routiniert.
- 123 Also die ganze Bandbreite ist vorhanden.
- 124 Ein Restrisiko bleibt natürlich immer.
- 125 **Interviewer:**
Wie wird in der Szene mit Fehlern oder Close Calls umgegangen?
- 126 Teilnehmer:
Auch das ist komplett unterschiedlich.
- 127 Manche Leute erleben einen Close Call und reflektieren das sehr ernsthaft.
- 128 Sie analysieren den Fehler und überlegen, wie sie das in Zukunft vermeiden können.
- 129 Und andere verstehen gar nicht richtig, wie gefährlich die Situation eigentlich war und machen einfach weiter wie vorher.
- 130 Also auch da gibt es alles.
- 131 **Interviewer:**
Wofür erhalten Personen deiner Meinung nach in der Community besonders Anerkennung?
- 132 Teilnehmer:
Eigentlich vor allem dann, wenn jemand den Sport auf einem extrem hohen Level betreibt.
- 133 Aber man muss fast schon Videos posten oder sichtbar sein, sonst kennt einen niemand.
- 134 Ich glaube trotzdem, dass die wirklich guten Springer vor allem Anerkennung bekommen, weil sie ein hohes Skill Level haben und lange im Sport bleiben.
- 135 Denn man kann zwei Jahre lang komplett verrücktes Zeug machen.
- 136 Wenn man dann stirbt, war man am Ende eben doch nicht der Beste.
- 137 Leute, die den Sport über viele Jahre auf einem hohen Level betreiben, verdienen meiner Meinung nach die grösste Anerkennung.
- 138 **Interviewer:**
Wo liegt die Grenze zwischen spektakulärer Performance und verantwortungslosem Risikomanagement?
- 139 Teilnehmer:
Ich glaube generell im Extremsport ist es wichtig, die eigenen Grenzen zu kennen.
- 140 Der beste BASE Jumper der Welt kann Dinge tun, die für mich komplett verrückt wirken.
- 141 Aber für ihn sind sie vielleicht gar nicht so extrem, weil sein Skill Level so hoch ist.
- 142 Und genau darum geht es:
die eigenen Grenzen zu kennen.
- 143 Für manche liegt die Grenze früher und andere können unglaublich krasse Dinge machen und sind dabei noch nicht einmal am Limit.
- 144 Das ist die Kunst daran.

- 145 **Interviewer:**
Wie denkst du, verändert Social Media die BASE Szene langfristig?
- 146 Teilnehmer:
Einerseits positiv.
- 147 Mehr Aufmerksamkeit bedeutet mehr Menschen im Sport.
- 148 Mehr Leute springen, mehr Sprünge werden eröffnet und Hersteller verdienen mehr Geld.
- 149 Dadurch kann auch die Technologie weiterentwickelt werden.
- 150 Und je mehr Menschen springen, desto mehr kann man auch aus Fehlern lernen.
- 151 Andererseits gibt es auch negative Seiten.
- 152 Leute sehen online schwierige Dinge, die durch sehr gute Springer leicht aussehen.
- 153 Dann versuchen sie, das nachzumachen und merken erst später, dass es doch nicht so einfach ist.
- 154 Und manche machen den Sport vielleicht aus den falschen Gründen.
- 155 Nur für Social Media Klicks sollte man definitiv nicht BASE Jumpen.
- 156 **Interviewer:**
Was wird über BASE in sozialen Medien häufig missverstanden?
- 157 Teilnehmer:
Ich glaube, viele Menschen verstehen nicht, dass der eigentliche Sprung oft der kleinste Teil des ganzen Tages ist.
- 158 Wenn ich in die Berge gehe, wandere ich vielleicht stundenlang und der eigentliche Freifall dauert dann eine Minute.
- 159 Viele denken einfach:
"Das sind verrückte Adrenalin Junkies."
- 160 Vielleicht ist das am Anfang teilweise auch ein Motivationsgrund.
- 161 Aber wenn man lange dabei bleibt, dann vor allem wegen der Natur, den Bergen und den Menschen.
- 162 Die BASE Community bringt einen mit unglaublich vielen tollen Menschen zusammen.
- 163 Es geht um viel mehr als nur den Sprung selbst.
- 164 Und ich glaube auch, dass man den Sport sicherer betreiben kann, als es oft aussieht.
- 165 Auf Social Media bekommt negatives Zeug meistens die meiste Aufmerksamkeit.
- 166 Wenn jemand ein krasses Fuck Up Video postet, bekommt das brutal viele Klicks.
- 167 Die tausenden sicheren und unspektakulären Sprünge interessieren dagegen oft niemanden.
- 168 Dadurch entsteht ein verzerrtes Bild.
- 169 **Interviewer:**
Welche Botschaft würdest du neuen Springer:innen im Umgang mit Risiko und Social Media mitgeben?
- 170 Teilnehmer:
Ich glaube, Social Media kann motivieren und pushen, besser zu werden.
- 171 Man sieht ein Video und denkt:

"Boah, das will ich auch können."

172 Das kann positiv sein.

173 Aber ich würde niemals mehr Risiko eingehen nur für ein Video.

174 Und generell würde ich sagen:
Nicht zu schnell zu viel wollen.

175 Die langsame Progression ist die sichere Progression.

176 Man sollte alles auf dem Weg mitnehmen und geniessen.

177 Wenn man nach zwanzig Tracking Sprüngen direkt in den Wingsuit geht, verpasst man unglaublich viele Erfahrungen und Skills.

178 Diese Schritte sind wichtig, um später wirklich gut zu werden.

179 Und wenn man sich pusht oder ans Limit geht, dann sollte man diese Tage bewusst auswählen und nicht jeden Tag so springen.

180 Denn sonst kommt irgendwann der Unfall.

181 Und genau das sollte man vermeiden.

182 **[PHOTO_ELICITATION_INFO]**

183 **Photo Elicitation ID:** TN02_PE01

184 **Quelle:** Rope Swing Exit Gimmelwald

185 **Gepostet:** 13.02.2022 (Instagram)

186 **Beschreibung:** Schwingen am Seil in den Abgrund, relaxte Position beim Loslassen.

187 **[PHOTO_ELICITATION_START]**

188 **Interviewer:**
Vermutlich wirst du das kennen. Kannst du kurz erklären, was die Situation in dem Video war?

189 Teilnehmer:
Das ist hier drüben ein Gimmelwald.

190 Da ist ein Rope Swing an einem Baum.

191 In der Saison, in der das Video entstanden ist, habe ich den Sprung super oft gemacht.

192 Da war von einem Kollegen der Bruder da.
Er hatte eine große Kamera dabei. Er ist extra hier ins Tal gekommen, um uns zu filmen.

193 Da haben wir uns ein bisschen überlegt, was für coole Sprünge wir machen könnten.

194 Das war einer davon.

195 **Interviewer:**
Was ist der Grund, dass du das auf Social Media gepostet hast?

196 Teilnehmer:
Ja, ich fand einfach, war ein super cooles Video.
Und ich glaube, ich meine, klar, einerseits muss man ja irgendwo ehrlich sein.

197 Jeder Mensch genießt Aufmerksamkeit.

Manche mehr, manche weniger.

198 Und natürlich gefällt es einem auch, wenn man ein Video postet und es bekommt viel Aufmerksamkeit, viele Likes.

199 Das ist ja schon irgendwo eine Selbstbestätigung.
Das kann man nicht abstreiten.

200 Aber wenn man den Sport auf einem guten Level macht und da geile Videos produziert, finde ich es ja eigentlich auch cool.

201 Man kann das so, wie sagt man das auf Deutsch, so showcasen, sage ich mal, was so möglich ist, was man so machen kann.

202 Genau, das ist der Grund.

203 Ich finde es dann eigentlich schade, immer wieder mal trifft man Springer, die sind so krass und keiner kennt die

204 Wo ich mir dann so denke:
"Fuck, es wäre schön, wenn du mal ein paar geile Videos hochladen würdest, weil ich mir das auch gerne anschauen würde und ich mich vielleicht auch davon inspirieren lassen könnte."

205 Und ich finde:
Wenn man auch Fliegen auf einem sehr hohen Level ist für mich wie Kunst eigentlich. Das ist was sehr Schönes und das ist richtig Kunst.

206 Diese perfekten Bewegungen im Freifall finde ich was sehr Spezielles.

Anhang F: INT03 - Interviewtranskript TN03

1 Transkription: TN03

2 [INTERVIEW_INFO]

3 Interview-ID: TN03
Datum: 25.04.2026
Ort: Interlaken
Dauer: 43 min

4 [INTERVIEW_START]

5 Interviewer:
Magst du dich kurz vorstellen und erzählen, wie dein Weg ins Fallschirm und BASE Springen
verlaufen ist?

6 Teilnehmer:
Ich bin TN03 und komme aus Österreich.

7 Bei mir hat das Ganze schon sehr früh angefangen. Ich war immer inspiriert von
Freerunning und generell von schnellem Movement.

8 Mit fünf Jahren habe ich angefangen Motocross zu fahren und bin dann zehn Jahre
intensiv gefahren.

9 Durch meine Arbeit als Zweirad und Motorradmechaniker habe ich später den Weg in den
Rennsport gefunden und war dann auch für das Kawasaki Racing Team unterwegs.

10 Leider hatte ich einen Unfall, der mich etwas zurückgeworfen hat.

11 In dieser Zeit war ich dann alt genug, um mit dem Fallschirmspringen anzufangen.

12 Meine Mutter meinte immer:
"Du musst erst 18 sein."

13 Mit 20 habe ich dann angefangen zu skydiven.

14 Aber immer mit dem Ziel BASE Jumpen.

15 Damals, so 2013 oder 2014, habe ich die ersten Wingsuit Videos gesehen, in denen Leute
durch die Berge fliegen.

16 Und ich dachte einfach:
"Geil, das will ich auch machen."

17 Ich habe damals alles verkauft, was ich hatte, bin nach Portugal geflogen und habe
innerhalb eines halben Jahres etwa 400 Skydives gemacht.

18 Danach habe ich direkt mit BASE Jumpen angefangen.

19 Heute habe ich über 3000 BASE Sprünge und rund 2000 Wingsuit BASE Sprünge.

20 Das ist mein Weg bis jetzt.

21 Interviewer:
Wie sieht dein aktueller Bezug zum BASE Jumpen aus und welche Rolle spielt der Sport in
deinem Leben?

22 Teilnehmer:
BASE Jumpen und Wingsuitfliegen spielen eine riesige Rolle in meinem Leben.

23 Für mich ist das Ganze stark mit Freiheit verbunden.

24 Es geht nicht nur um den Sprung selbst, sondern um alles rundherum:

1/11

- den Berg hochlaufen, klettern, stundenlang draussen unterwegs sein, die Natur geniessen.
- 25 Dann oben ankommen, den Fokus finden, sich vorbereiten, springen, sicher landen und glücklich wieder nach Hause gehen.
- 26 Das ist für mich das grosse Ganze.
- 27 Die Natur, das Gefühl vom Fliegen und danach wieder sicher heimzukommen, das ist für mich das Wichtigste.
- 28 **Interviewer:**
Welche Bedeutung haben Sichtbarkeit, Social Media oder Sponsoring in deinem aktuellen Setup?
- 29 Teilnehmer:
Sponsoring und Social Media sind ein heikles Thema in unserem Sport.
- 30 Viele Leute springen mittlerweile für die Kamera.
- 31 Es gibt Leute, die spezifisch Stunts oder Moves nur für Social Media machen.
- 32 Jeder möchte irgendwie von dem Sport leben, was aber extrem schwierig ist.
- 33 Entweder du bist sportlich extrem stark, kannst dich sehr gut vermarkten oder du hast Glück mit Sponsorverträgen.
- 34 Viele riskieren deshalb sehr viel, um bekannt zu werden, mehr Follower zu bekommen und dadurch Sponsoren anzuziehen.
- 35 Für mich persönlich hat Social Media eigentlich keinen wirklichen Wert.
- 36 Am liebsten hätte ich es gar nicht.
- 37 Aber ich weiss auch, dass ich dadurch Schüler:innen bekomme, Sponsorverträge erhalte und Reichweite generiere.
- 38 Wenn du bei einem Sponsor anfragst, fragt heute kaum jemand:
"Wie gut bist du?"
- 39 Die Frage ist:
"Wie viele Follower hast du?"
- 40 Und das finde ich traurig.
- 41 Es geht nicht mehr primär um Können, sondern um Reichweite und Views.
- 42 Dabei gäbe es extrem viele starke Athlet:innen ohne Social Media, die wahrscheinlich nie davon leben können, weil sie online unsichtbar bleiben.
- 43 Und Social Media bringt auch Gefahren mit sich.
- 44 Viele fokussieren sich mehr auf die Kamera als auf den eigentlichen Sprung.
- 45 Sie überlegen:
"Ist die Kamera richtig?"
"Sieht die Line gut aus?"
- 46 Und genau das finde ich problematisch.
- 47 **Interviewer:**
Was bedeutet Risiko für dich im Kontext des BASE Jumpens?
- 48 Teilnehmer:
Das Risiko ist grundsätzlich überall vorhanden, egal was wir machen.

- 49 Aber ich finde trotzdem, dass man auch in diesem Sport sehr viel Risiko minimieren kann.
- 50 Für mich beginnt das mit der mentalen und körperlichen Verfassung.
- 51 Ich trinke seit zehn Jahren keinen Alkohol mehr, nehme keine Drogen und rauche nicht.
- 52 Das ist für mich die Grundbasis.
- 53 Ich frage mich:
Wie geht es mir mental?
Bin ich körperlich fit?
Habe ich Stress oder Probleme?
- 54 Dort beginnt für mich Sicherheit.
- 55 Wenn ich körperlich und mental fit bin, einen klaren Kopf habe und fokussiert bin, kann ich bereits sehr viel Risiko minimieren.
- 56 Dann kommt das Schirmpacken.
- 57 Wir haben nur einen Schirm, deshalb sollte man sich Zeit nehmen, ihn sauber zu packen.
- 58 Es macht einen grossen Unterschied, ob ich am Exit stehe und weiss:
"Der Schirm ist ordentlich gepackt."
- 59 Oder ob ich denke:
"Scheisse, wie habe ich den eigentlich gepackt?"
- 60 Dann spielt natürlich auch das Wetter eine riesige Rolle.
- 61 Ich analysiere Forecasts, Windrichtungen, Höhenwinde, Föhnlagen und die Bedingungen am Berg.
- 62 Da kann man schon extrem viel vorbereiten, bevor man überhaupt losläuft.
- 63 Natürlich bleibt immer ein Restrisiko.
- 64 Der Schirm kann sich verdrehen, Leinen können sich verhaken oder man kann am Exit ausrutschen.
- 65 Aber Restrisiko existiert überall im Alltag.
- 66 Am Ende geht es dann darum:
Wie viel zusätzliches Risiko will ich persönlich eingehen?
- 67 Wie tief will ich fliegen?
Wie nah an die Wand?
- 68 Das ist dann die individuelle Entscheidung.
- 69 **Interviewer:**
Wenn du an deine Entwicklung zurückdenkst: Wie hat sich dein Umgang mit Risiko im Laufe der Zeit verändert?
- 70 Teilnehmer:
Am Anfang, in den ersten 100 bis 200 Sprüngen, ist man extrem fokussiert.
- 71 Man kontrolliert alles:
Ist die Bridle richtig?
Ist der Schirm sauber gepackt?
Passt alles?
- 72 Und genau deshalb passieren in dieser Phase oft relativ wenige Fehler.

- 73 Die kritische Phase kommt eher zwischen 200 und 500 Sprüngen.
- 74 Dort denkt man:
"Okay, ich kenne den Sport jetzt."
- 75 Man beginnt Dinge zu ignorieren oder lockerer zu nehmen.
- 76 Vielleicht denkt man:
"Ach, der Backflip passt schon."
- 77 Und genau dort steigt das Risiko.
- 78 Wenn man über diese Phase hinwegkommt, beginnt man aus Fehlern und Close Calls zu lernen.
- 79 Man sieht Fehler bei anderen oder macht selbst welche.
- 80 Dadurch wird man wieder vorsichtiger.
- 81 Ab etwa 500 oder 1000 Sprüngen hat man bereits viel gesehen und weiss besser, worauf man achten muss.
- 82 Dann beginnt sich das Risiko wieder zu reduzieren.
- 83 Meine eigene Progression war extrem intensiv.
- 84 Ich habe praktisch mein ganzes Leben auf diesen Sport ausgerichtet.
- 85 Ich habe aufgehört normal zu arbeiten und den Sport zu meiner Arbeit gemacht.
- 86 Und ehrlich gesagt bin ich stolz darauf, dass ich trotz 3000 BASEsprüngen relativ wenige grössere Fuck Ups hatte.
- 87 Klar passieren Fehler, aber daraus lernt man.
- 88 **Interviewer:**
Kannst du von einer Situation erzählen, in der du dich bewusst gegen einen Sprung entschieden hast?
- 89 Teilnehmer:
Ja, definitiv.
- 90 Oft war das wegen dem Wind.
- 91 Zum Beispiel zeigt der Forecast Gegenwind an und am Exit kommt plötzlich Rückenwind.
- 92 Und Rückenwind ist etwas, das man auf keinen Fall möchte.
- 93 Dann springt man in den Rotor hinein und fällt zuerst einfach nur.
- 94 Ich bin deshalb schon oft wieder vom Berg heruntergelaufen.
- 95 Selbst nach langen Hikes.
- 96 Der Berg steht auch morgen noch dort.
- 97 Ich setze mir oft klare Regeln.
- 98 Zum Beispiel:
"Wenn sich die Bedingungen innerhalb einer Stunde nicht verbessern, gehe ich wieder runter."
- 99 Da muss man konsequent sein.
- 100 **Interviewer:**

Gibt es Momente, in denen du über die Wirkung eines Sprungs nachdenkst, etwa in Bezug auf Bilder oder Videos?

- 101 Teilnehmer:
Vor dem Sprung ja.
- 102 Wenn man ein Projekt plant oder mit Kameralenten arbeitet, dann überlegt man sich natürlich:
Wie fliege ich die Line?
Wo positioniert man Kameras?
Wie soll das Ganze aussehen?
- 103 Das kann man alles vorher planen.
- 104 Aber sobald der Sprung beginnt, ändere ich meinen Flugplan nicht mehr wegen der Kamera.
- 105 Man sollte immer einen klaren Plan und auch einen Plan B haben.
- 106 Während des Sprungs bin ich zu hundert Prozent auf den Flug, die Schirmöffnung und die Landung fokussiert.
- 107 **Interviewer:**
Beeinflusst die Präsenz einer Kamera deine Entscheidungen oder deinen Umgang mit Risiko?
- 108 Teilnehmer:
Für mich persönlich nicht.
- 109 Natürlich ist man nervös, wenn zehn Leute mit Kameras herumstehen.
- 110 Das ist normal.
- 111 Aber sobald ich meinen Helm aufsetze und zum Exit gehe, existiert nur noch der Flug.
- 112 Auch wenn ein Kameraflyer hinter mir ist:
Der macht seinen Job und ich fokussiere mich auf meinen.
- 113 Selbst wenn ein Produktionsteam sagt:
"Wir haben nur zwei Sprünge Zeit."
- 114 Dann sage ich trotzdem:
"Wenn das Video nicht perfekt wird, Pech gehabt."
- 115 Ich nehme kein zusätzliches Risiko nur für die Kamera.
- 116 Aber leider sehe ich das oft im Sport.
- 117 Viele Leute machen Dinge nur, weil eine Kamera dort steht.
- 118 Sie machen etwas zum ersten Mal nur für den Shot.
- 119 Das ist nicht meine Art.
- 120 **Interviewer:**
Wie erlebst du Vergleiche mit anderen Athlet:innen oder Peers im Sport?
- 121 Teilnehmer:
Ich bin eher ein Einzelgänger.
- 122 Ich bin nicht gerne in grossen Gruppen unterwegs.
- 123 Ich suche gezielt Leute mit dem gleichen Mindset.
- 124 Ich trinke nicht, nehme keine Drogen und mache keine Partys.

5/11

- 125 Deshalb gibt es nicht viele Menschen, mit denen ich wirklich vibe.
- 126 Mir ist wichtiger, dass das Mindset passt als das Skill Level.
- 127 Es ist schwierig Leute zu finden, die genau gleich denken.
- 128 **Interviewer:**
Entsteht Druck, wenn du Videos anderer Athlet:innen siehst und denkst: "Das will ich auch machen?"
- 129 Teilnehmer:
Ja, definitiv.
- 130 Das hängt stark vom Ego und vom mentalen Zustand ab.
- 131 BASE Jumpen ist schon ein grosser Ego Sport.
- 132 Viele wollen die Besten sein oder Sponsoren bekommen.
- 133 Wenn ich auf Instagram ein Projekt sehe, das ich selbst geplant hatte und plötzlich macht es jemand anderes zuerst, dann schmerzt das natürlich.
- 134 Gerade auch bei Sponsoren passiert das manchmal.
- 135 Du pitchst ein Projekt und plötzlich macht ein anderer Athlet genau dieselbe Idee.
- 136 Aber am Ende denke ich mir:
"Okay, dann suche ich etwas Neues."
- 137 Der Sport ist noch jung und das Potenzial riesig.
- 138 Es wird immer neue Ideen geben.
- 139 **Interviewer:**
Hast du aktuell Sponsoring Verträge?
- 140 Teilnehmer:
Ja, ich habe aktuell vier Sponsorverträge und bin natürlich immer offen für mehr oder grössere.
- 141 **Interviewer:**
Welche Erwartungen nimmst du im Zusammenhang mit Sponsoring wahr?
- 142 Teilnehmer:
Für mich ist das Wichtigste:
kein Druck.
- 143 Ich hatte schon Sponsoranfragen, bei denen klar war:
"Das Video muss jetzt sofort kommen."
- 144 Dann sage ich direkt:
"Nein."
- 145 Wenn Winter ist und das Wetter schlecht ist, springe ich nicht einfach nur wegen eines Sponsors.
- 146 Ich nehme kein zusätzliches Risiko für Sponsoring in Kauf.
- 147 Natürlich muss man Arbeit leisten.
- 148 Aber die Frage ist:
passiert das Ganze unter Druck oder nicht?
- 149 Und ich finde, in einem Sport mit so viel Risiko sollte alles möglichst ohne Druck passieren.
- 150 Dann bleibt auch der Kopf klar.

6/11

- 151 **Interviewer:**
Wenn du heute zurückblickst: Was würdest du anders machen?
- 152 Teilnehmer:
Eigentlich nicht viel.
- 153 Vielleicht würde ich ein oder zwei Ratschläge von Mentor:innen oder Freund:innen ernst nehmen.
- 154 Aber grundsätzlich würde ich meinen Weg genauso wieder gehen.
- 155 **Interviewer:**
Wie würdest du die Sicherheitskultur in der BASE Community beschreiben?
- 156 Teilnehmer:
Fifty fifty.
- 157 Es gibt einen grossen Teil, der extrem viel Wert auf Sicherheit legt.
- 158 Und es gibt Leute mit der Einstellung:
"No risk, no fun. Let's send it."
- 159 Viele Unfälle wären vermeidbar.
- 160 Gerade ältere Springer:innen mit 15, 20 oder 30 Jahren Erfahrung haben oft ein komplett anderes Mindset als viele Neueinsteiger:innen.
- 161 Ich persönlich identifiziere mich eher mit diesem Oldschool Mindset.
- 162 **Interviewer:**
Wie wird in der Szene mit Fehlern oder Close Calls umgegangen?
- 163 Teilnehmer:
Grundsätzlich lernen wir viel aus Fehlern anderer.
- 164 Es gibt Gruppen, in denen Leute ihre Fehler teilen.
- 165 Leider passiert das immer weniger, weil viele ihre Fehler nicht öffentlich machen wollen.
- 166 Aber wenn jemand einen Fehler postet, wird oft sehr detailliert analysiert:
Was ist passiert?
Warum ist es passiert?
- 167 Und genau daraus lernen andere.
- 168 Weil die Community relativ klein ist, kennt fast jede:r jede:n.
- 169 Dadurch lernt man automatisch extrem viel voneinander.
- 170 **Interviewer:**
Wofür erhalten Personen in der Community besonders Anerkennung?
- 171 Teilnehmer:
Leider oft für Bullshit.
- 172 Zum Beispiel wenn jemand in eine Wolkendecke springt ohne Sicht.
- 173 Solche Videos bekommen Millionen Aufrufe und die Person wird gefeiert.
- 174 Eigentlich sollte gutes Decision Making Anerkennung bekommen.
- 175 Wenn jemand wegen schlechter Bedingungen wieder herunterläuft, sollte das mehr gefeiert werden als der riskante Sprung.
- 176 Innerhalb der Community bekommen aber auch Leute Anerkennung, die starke Projekte ohne grosse Sponsoren umsetzen.

7/11

- 177 Also Menschen, die wirklich aus eigener Motivation und mit eigener Arbeit etwas Grosses erreichen.
- 178 **Interviewer:**
Wie erlebst du das Spannungsfeld zwischen spektakulärer Performance und verantwortungsvollem Risikomanagement?
- 179 Teilnehmer:
Ich distanziere mich bewusst von verantwortungslosen Sprüngen.
- 180 Planung ist für mich oberste Priorität.
- 181 Viele sehen auf Social Media nur das fertige Video.
- 182 Aber niemand sieht die hundert Vorbereitungssprünge davor.
- 183 Deshalb habe ich angefangen Behind the Scenes Videos zu machen, damit Leute sehen: Da steckt viel mehr dahinter.
- 184 Viele machen etwas einfach einmal und hoffen, dass es gut geht.
- 185 Ich halte nichts von diesem:
"Go and try."
- 186 Ich bereite mich lieber extrem gut vor.
- 187 Dann fühlt sich das Ganze auch viel kontrollierter an.
- 188 **Interviewer:**
Was wird über BASE in sozialen Medien häufig missverstanden?
- 189 Teilnehmer:
Viele Menschen denken automatisch:
"Der lebt sowieso nicht lange."
- 190 Das finde ich traurig.
- 191 Mit anderen Sportarten wie Rennsport oder Fussball können sich Leute identifizieren.
- 192 Mit BASE Jumpen nicht.
- 193 Dabei glaube ich, dass viele Menschen eigentlich schon einmal davon geträumt haben zu fliegen oder irgendwo herunterzuspringen.
- 194 Viele urteilen über den Sport, ohne jemals wirklich Einblick gehabt zu haben.
- 195 Wenn Menschen mal eine Woche mit BASE Jumper:innen verbringen würden und sehen würden, wie viel Vorbereitung dahintersteckt, würden sich viele Meinungen ändern.
- 196 Was ich auch schade finde:
Auf vielen Dropzones werden BASE Jumper:innen ausgegrenzt.
- 197 Dabei trinken Leute nach dem Fallschirmspringen Alkohol und fahren danach Auto.
- 198 Aber wenn ich BASE Jümpe und dabei nur mich selbst gefährde, wird das oft stärker verurteilt.
- 199 Das verstehe ich nicht.
- 200 **Interviewer:**
Inwiefern denkst du, dass Social Media und Sponsoring die BASE Szene langfristig verändern werden?
- 201 Teilnehmer:
Ich sehe langfristig eigentlich keine extrem grossen Veränderungen.

- 202 Sponsoring bleibt schwierig, weil sich viele Firmen nicht mit dem Sport identifizieren können.
- 203 Fussball oder grosse Motorsportarten haben viel mehr Reichweite.
- 204 Unser Sport findet hauptsächlich auf Social Media statt.
- 205 Vielleicht ändert sich das irgendwann, wenn der Sport grösser wird, mehr Wettkämpfe entstehen oder das Ganze stärker medial sichtbar wird.
- 206 Dann könnte auch Sponsoring interessanter werden.
- 207 Aber aktuell ist es extrem schwierig, wirklich gut bezahlte Athletenverträge zu bekommen.
- 208 **Interviewer:**
Welche Botschaft würdest du neuen Springer:innen im Umgang mit Risiko mitgeben?
- 209 Teilnehmer:
Take it easy.
- 210 Keep it simple.
- 211 Don't rush into things.
- 212 Man sollte keine Schritte überspringen, auch wenn andere das vielleicht tun.
- 213 Wir haben Zeit.
- 214 Viele beginnen zwischen 20 und 30 und können den Sport noch jahrzehntlang machen.
- 215 Warum also alles überstürzen?
- 216 Ich würde niemals extra Risiko eingehen nur für schnellere Progression.
- 217 Geniesst den Weg, bleibt fokussiert auf das langfristige Ziel und gebt euch Zeit.
- 218 Dann kommt man dort an, wo man hinwill.
- 219 **[PHOTO_ELICITATION_INFO]**
- 220 **Photo Elicitation ID:** TN03_PE01
- 221 **Quelle:** Death Star Proximity Flight Dolomiten
- 222 **Gepostet:** 19.02.2026 (Instagram)
- 223 **Beschreibung:** Extrem tiefe/nahe Proximity Flug einer bekannten Line in den Dolomiten
- 224 **[PHOTO_ELICITATION_START]**
- 225 **Interviewer:**
Magst du beschreiben, wann ein Video zu einem Bild wird, das andere inspirieren soll?
- 226 Teilnehmer:
Also in diesem Video sieht man eigentlich einen Sprung, den ich schon länger übe.
- 227 Der Originalsprung besteht hauptsächlich aus einem großen Spaltensprung.
- 228 Natürlich ist man als Springer in gewisser Weise auch ein kleiner Designer.
Man versucht, eine schöne Line zu finden, die gut aussieht und die man später gerne wieder anschaut.
- 229 Es ist ein bisschen ein Sprung in die Community.

- 230 Der Gedanke dabei ist:
"Das ist ein supercooler Jump."
- 231 Beispielsweise, wenn Leute links und rechts diese Wand sehen.
- 232 Man weiß:
Wenn ich dort einen Fehler mache beim Absprung oder beim Fliegen, dann ist das vorbei.
- 233 Aber trotzdem entsteht dadurch auch ein gewisser Nervenkitzel und etwas Außergewöhnliches.
- 234 Ich habe gemerkt, dass man selbst, wenn man eigentlich nur ganz normal springt und einen Canyon oder eine spezielle Line fliegt, automatisch versucht, den Sprung möglichst schön aussehen zu lassen.
- 235 Und ich war dann vor drei Jahren schon mal dort und habe dort das erste Mal eine Art Aerial Perspective mit einem Mavic 3 gemacht.
- 236 Das war damals vielleicht einer der ersten Wingsuit Follow Shots überhaupt.
- 237 Das heißt, ich selbst habe auch mit verschiedenen Distanzen gespielt.
- 238 Und grundsätzlich ist für mich die Motivation dabei:
Ich habe einfach Spaß daran, schöne Bilder zu machen.
- 239 Wenn ich heute einen neuen Sprung mache, denke ich gerne:
"Wie viel Meter ich verliere und wie nah ich irgendwo vorbeikomme."
- 240 Und gleichzeitig denke ich:
"Wie könnte ich das mit meiner GoPro am Helm oder mit einer anderen Perspektive noch besser darstellen?"
- 241 Das spielt bei meinen Projekten definitiv eine Rolle.
- 242 Natürlich steht die Sicherheit immer über allem.
- 243 Wenn ich aber entscheide:
"Das ist sicher genug."
Dann überlege ich gleichzeitig:
"Wie kann ich das möglichst ästhetisch umsetzen?"
- 244 **Interviewer:**
Kannst du dir vorstellen, dass wenn jemand dieses Video sieht, dadurch potenziell beeinflusst wird oder inspiriert wird?
- 245 Teilnehmer:
Auf jeden Fall.
- 246 Das Problem ist:
Wenn jemand durch Social Media nur das Endprodukt sieht, also die finale Line oder den fertigen Shot, dann denkt diese Person oft:
"Wow, das sieht krank aus. Das will ich auch."
- 247 Und dabei sieht man eben nicht die Vorbereitung dahinter.
- 248 Der ganze Aufbau, das Training, die Fehlversuche, die Planung oder die Bedingungen werden oft gar nicht sichtbar.
- 249 Und genau das ist das Problem bei solchen Projekten.
- 250 Viele sehen nur das perfekte Resultat und nicht die Arbeit dahinter.
- 251 Ich glaube deshalb, dass es extrem wichtig wäre, viel mehr den Prozess zu zeigen und

10/11

nicht nur das Endprodukt.

252 Dann würden Menschen besser verstehen, wie viel Aufwand und wie viele Schritte eigentlich hinter so einem Projekt stehen.

253 Im Endeffekt liegt es natürlich trotzdem bei jeder Person selbst, wie sie mit solchen Videos umgeht.

254 Aber grundsätzlich glaube ich schon, dass Social Media Menschen beeinflusst und gewisse Erwartungen oder Ziele erzeugt.

255 Und genau deshalb muss man meiner Meinung nach sehr reflektiert damit umgehen.

Anhang G: INT04 - Interviewtranskript TN04

1 Transkription: TN04

2 [INTERVIEW_INFO]

3 Interview-ID: TN04
Datum: 27.04.2026
Ort: Winterthur, ZH
Dauer: 37 min

4 [INTERVIEW_START]

5 Interviewer:
Kannst du dich kurz vorstellen und erzählen, wie sich dein Weg ins Fallschirmspringen und BASE Jumpen ergeben hat?

6 Teilnehmer:
Jawohl.

7 Mein Name ist TN04. Ich bin 27 Jahre alt und springe seit acht Jahren.

8 Ich bin mit Videos von Leuten aufgewachsen, die Wingsuits in den Bergen fliegen, vor allem auf YouTube.

9 Ein Freund von mir und ich haben uns diese Videos zusammen angeschaut und immer darüber fantasiert, das einmal selber zu machen.

10 Der Freund hat dann mit Fallschirmspringen angefangen.

11 Ich war zu der Zeit noch beschäftigt mit Dingen, die man als Teenager eben so macht: Skateboard fahren und Party machen.

12 Zwei Jahre später habe ich dann nachgezogen und relativ schnell für mich entdeckt: Beim Fallschirmspringen bin ich nicht ständig verletzt und habe überall Schürfwunden wie beim Skateboardfahren.

13 Und genau wie beim Skateboardfahren war ich relativ schnell komplett besessen davon.

14 Ich habe dann nichts anderes mehr gemacht und bin sogar während der Schulzeit arbeiten gegangen, um das Fallschirmspringen zu finanzieren.

15 Seitdem habe ich eigentlich nichts anderes mehr gemacht.

16 Nach drei Jahren Fallschirmspringen bin ich dann beim BASE Jumpen gelandet.

17 Und genau wie beim Skydiven war auch dort nichts anderes mehr präsent im Leben. Ich habe mich komplett darauf fokussiert.

18 Dadurch bin ich dann auch auf ein gewisses Level gekommen.

19 Ich glaube, die einzige Art und Weise, wie man wirklich gut in etwas wird, ist, wenn man sich komplett darauf konzentriert.

20 So lief das bei mir.

21 Interviewer:
Wie sieht dein aktueller Bezug zum BASE aus und welche Rolle spielt der Sport in deinem Leben?

22 Teilnehmer:
Im letzten Jahr hat das BASE Jumpen, was die Anzahl Sprünge angeht, etwas nachgelassen.

1/12

- 23 Ich habe angefangen, hier im Windtunnel zu arbeiten und wohne deshalb nicht mehr direkt in den Bergen.
- 24 Dadurch kann ich nicht mehr ganz so regelmässig springen.
- 25 Trotzdem ist es mit Abstand meine Lieblingstätigkeit. Ich mache eigentlich nichts lieber.
- 26 Mittlerweile fahre ich eher auf Trips, anstatt dass es mein tägliches Brot ist.
- 27 Ich bin vor drei Jahren nach Mürren gezogen, also direkt in die Jungfrau Region, wo ich die grossen Sprünge direkt vor der Haustür hatte.
- 28 Mittlerweile habe ich sie nicht mehr direkt vor der Haustür, aber ich gehe trotzdem regelmässig springen.
- 29 **Interviewer:**
Welche Bedeutungen haben Social Media und Sponsoring in deinem aktuellen Setup?
- 30 Teilnehmer:
Ein Stück weit sind sie Teil meiner Einnahmen.
- 31 Ich arbeite hier 50 Prozent und habe einen relativ günstigen Mietvertrag, aber trotzdem reicht das alleine natürlich nicht.
- 32 Deshalb muss ich nebenbei noch anderweitig Geld verdienen.
- 33 Über die letzten Jahre habe ich sehr viel gesprungen und viel Kameraarbeit gemacht.
- 34 Das ist natürlich sehr eindrücklich für Social Media Plattformen.
- 35 Dadurch habe ich mir eine relativ grosse Followerbase aufgebaut.
- 36 Und über diese Reichweite kamen dann öfter Projekte oder Coaching Anfragen über Social Media, weil die Leute mich dadurch kennen und von mir unterrichtet werden wollen.
- 37 Das heisst, Social Media ist mittlerweile schon essenziell für meinen Lebensunterhalt.
- 38 **Interviewer:**
Wie präsent ist Social Media in deinem Alltag als Springer?
- 39 Teilnehmer:
Ich denke, genauso wie viele andere Leute in meinem Alter bin ich ziemlich abhängig von Social Media.
- 40 Man verbringt einfach viel zu viel Zeit mit Kurzvideos.
- 41 Gleichzeitig ist es aber auch spannend, weil man sieht, was andere Leute machen.
- 42 Es ist ein Katalysator für die Progression im Sport.
- 43 Man kann in Echtzeit mitverfolgen, wozu andere Leute fähig sind.
- 44 Der Sport steckt eigentlich immer noch in den Kinderschuhen.
- 45 Wir sind noch nicht so lange ein aktiver Sport wie Fussball oder andere etablierte Sportarten.
- 46 Das heisst, wir befinden uns immer noch in einer Phase, in der der Sport wächst und die Progression immer weitergeht.
- 47 Was Leute heute im Wingsuit machen, war vor zehn Jahren völlig undenkbar.
- 48 **Interviewer:**
Was bedeutet Risiko für dich im BASE Jumping Kontext?

2/12

- 49 Teilnehmer:
Risiko ist allgegenwärtig.
- 50 Wenn man Dinge mit so hohen Geschwindigkeiten macht, egal ob beim BASE Jumpen oder Motorradfahren, muss man in kurzer Zeit die richtigen Entscheidungen treffen, um am Leben zu bleiben.
- 51 Deshalb ist Risiko eines der wichtigsten Themen im Sport für mich.
- 52 Vor jedem Sprung und vor jedem Plan mache ich mir Gedanken:
Wie viel Risiko gehe ich gerade ein?
Ist mir dieses Risiko wert?
- 53 Es hat viel mit Selbsteinschätzung zu tun.
- 54 Wie gut bin ich wirklich?
Wie realistisch ist meine Selbsteinschätzung?
Wie viel Risiko gehe ich mit meinem Skill Level ein?
- 55 Es ist wie ein Kampf gegen sich selbst, den man zu hundert Prozent gewinnen muss.
- 56 Eine Success Rate von 99,9 Prozent reicht nicht.
- 57 Bei tausend BASE Jumps wäre statistisch gesehen einer tödlich.
- 58 **Interviewer:**
Wie gehst du vor einem Sprung mit Risiko um? Oder wie entsteht eine gute Entscheidung für dich?
- 59 Teilnehmer:
Eine gute Planung.
- 60 Im Grunde ist der Sprung in meinem Kopf schon passiert, bevor ich ihn mache.
- 61 Ich habe mir genau Gedanken darüber gemacht:
Wie sieht die Klippe aus?
Was werde ich machen?
Worauf kommt es an?
- 62 Die Planung im Voraus ist das Essenziellste.
- 63 Bin ich in der Lage, diesen Sprung zu machen?
Wie viel Risiko gehe ich ein?
Wie gut muss ich performen?
- 64 All diese Fragen stelle ich mir vor jedem Sprung.
- 65 Und wenn ich ein signifikantes Risiko für eine Verletzung sehe, dann mache ich den Sprung nicht.
- 66 Deshalb fokussiere ich mich mittlerweile auch eher auf Tracking und Wingsuitfliegen als auf Slider Down Sprünge, bei denen man deutlich näher an den Objekten öffnet.
- 67 **Interviewer:**
Wenn du an deine Entwicklung zurückdenkst: Inwiefern hat sich dein Umgang mit Risiko verändert, seit du angefangen hast?
- 68 Teilnehmer:
Signifikant.
- 69 Als ich angefangen habe, war ich 22 Jahre alt.
Mein Gehirn war wahrscheinlich noch nicht vollständig entwickelt und meine Risikobereitschaft war extrem hoch.

- 70 Mit 22 Jahren und 400 Fallschirmsprüngen fühlt man sich am Berg relativ schnell unsterblich.
- 71 Zumindest war das bei mir so.
- 72 Selbstüberschätzung passiert sehr schnell und ist bei BASE Jumper:innen allgegenwärtig.
- 73 Denn BASE Jumper zu sein bedeutet grundsätzlich schon, zu denken:
"Ich kann mit einem Fallschirm von einer Klippe springen und habe alles im Griff."
- 74 Die Selbstüberschätzung ist deshalb nie weit entfernt.
- 75 Das ist ein schmaler Grat.
- 76 Über die Jahre habe ich mich dahingehend aber extrem weiterentwickelt.
- 77 Je älter man wird, desto mehr versteht man das grosse Ganze.
- 78 Und man sieht auch Menschen, die irgendwann nicht mehr da sind.
- 79 Das beeinflusst natürlich die eigene Entwicklung und den Umgang mit Risiko.
- 80 Ich bin heute definitiv konservativer als noch vor fünf Jahren.
- 81 **Interviewer:**
In welchen Momenten denkst du über die Wirkung eines Sprungs nach, zum Beispiel in Bezug auf Bilder, Videos oder Reaktionen?
- 82 Teilnehmer:
Ja, definitiv als Endprodukt.
- 83 Heute ist es extrem wichtig, dass etwas visuell stimulierend ist.
- 84 Bei Kurzvideos muss man die Aufmerksamkeit der Leute in den ersten zwei Sekunden gewinnen.
- 85 Ich habe dafür über die Jahre fast eine kleine Formel entwickelt, was im Algorithmus funktioniert.
- 86 Das Video muss sofort beginnen.
Direkte Action.
- 87 Wenn man zuerst Landschaft zeigt, sind schon die Hälfte der Zuschauer:innen weg.
- 88 Das heisst:
jemand rennt direkt von der Klippe und ich bin als Kameramann für die Inszenierung zuständig.
- 89 Ich mache mir viele Gedanken darüber, wie etwas spektakulär aussieht.
- 90 Zum Beispiel versuche ich oft, einen stärkeren Push zu haben und weiter entfernt zu kommen, damit ich von oben auf die Person filmen kann.
- 91 Dadurch sieht man im Frame den Springer, vielleicht bei einem Salto, und gleichzeitig die komplette Wand im Hintergrund.
- 92 Diese Perspektive lässt die Klippe deutlich intensiver wirken.
- 93 Wenn ich hingegen direkt hinter der Person fliege und die tatsächliche Flugbahn filme, wirkt das Bild oft weniger spektakulär.
- 94 Während des Fluges spielt Safety natürlich trotzdem die grösste Rolle.
- 95 Ich will möglichst auf Headlevel fliegen, damit die andere Person jederzeit den Fallschirm

- ziehen kann, ohne dass ich im Weg bin.
- 96 Gleichzeitig sieht die Footage dadurch meistens auch besser aus.
- 97 Am Anfang habe ich Leute hauptsächlich gefilmt, um mein eigenes Risiko etwas zu reduzieren.
- 98 Während andere geflogen sind, war ich eher in der Kamerarolle und habe weniger gepusht.
- 99 Mit der Zeit hat sich daraus dann aber eine richtige Leidenschaft entwickelt: Wie kann ich Dinge möglichst spektakulär und interessant einfangen?
- 100 Das heisst:
Ja, für Social Media mache ich mir Gedanken darüber, wie ein Sprung aussieht.
- 101 Aber mein grösstes Ziel ist eigentlich, einen richtig schönen, intensiven Shot zu bekommen.
- 102 Und dafür braucht es extrem viel Skill, Arbeit und Vorbereitung.
- 103 **Interviewer:**
Wenn du dir eine Situation ohne Publikum vorstellst, weder digital noch vor Ort oder durch eine Kamera: Würde sich das Springen verändern?
- 104 Teilnehmer:
In meinem Fall definitiv.
- 105 Weil ich Kameramann bin und das wahrscheinlich das ist, was ich am liebsten mache und auch am besten kann.
- 106 Das heisst:
Ein grosser Teil meiner Sprünge würde wegfallen, weil ich keine Kamerasprünge mehr machen würde.
- 107 Springen würde ich trotzdem weiterhin.
- 108 Ich mache auch heute viele Sprünge komplett ohne Kamera, vor allem wenn ich niemanden filme.
- 109 Die Footage von einem selbst wirkt oft gar nicht so spektakulär im Vergleich zu Kameraflügen.
- 110 Deshalb lasse ich die Kamera bei eigenen Sprüngen häufig einfach weg.
- 111 Grundsätzlich glaube ich aber, dass es ein Stück weit ein Mythos ist, dass Leute wegen der Kamera automatisch mehr Risiko eingehen.
- 112 Menschen in diesem Sport sind generell bereit, hohe Risiken einzugehen. Das gehört zum Charakter vieler BASE Jumper:innen.
- 113 Natürlich gibt es durch Social Media und Geld auch Leute, die Dinge machen, die sie eigentlich nicht tun sollten.
- 114 Nur für die Kamera.
- 115 Das existiert definitiv.
- 116 Aber ich glaube trotzdem nicht, dass der Sport ohne Kamera plötzlich massiv sicherer wäre.
- 117 BASE Jumpen bleibt gefährlich.
- 118 Schlussendlich führen die Entscheidungen der Springer:innen zu den Unfällen und weniger

- die Kamera selbst.
- 119 Und der Umgang mit der Kamera ist wiederum einfach eine dieser Entscheidungen.
- 120 **Interviewer:**
Wie erlebst du Vergleiche mit anderen in der Community in Bezug auf Leistung oder Stil?
- 121 Teilnehmer:
Ich denke, Vergleiche bringen den Sport voran.
- 122 Man sieht, was möglich ist.
- 123 Es gibt Leute auf absolutem Top Level, die im Wingsuittunnel oder im Vertical Tunnel arbeiten und die Latte extrem hoch legen.
- 124 Dadurch sieht man:
Okay, das ist möglich.
- 125 Ohne diesen Vergleich wäre der Sport viel individueller, weil man nur die eigene Leistung als Referenz hätte.
- 126 Aber die Art und Weise, wie wir als Sport vorankommen, ist genau dieser gegenseitige Vergleich.
- 127 **Interviewer:**
Kann dieser Vergleich auch gefährlich werden?
- 128 Teilnehmer:
Absolut.
- 129 Bevor man sich in wirklich gefährliche Situationen begibt, sollte man genug Erfahrung gesammelt haben, um ein Video richtig analysieren zu können.
- 130 Man muss realistisch einschätzen können:
Bin ich dazu in der Lage oder nicht?
- 131 Und da sind wir wieder bei der Selbsteinschätzung und den Entscheidungen, die daraus resultieren.
- 132 **Interviewer:**
Hast du einen Sponsoring Vertrag?
- 133 Teilnehmer:
Nein.
- 134 **Interviewer:**
Wenn Sponsoring vorhanden wäre: Glaubst du, deine Entscheidungsprozesse könnten sich verändern?
- 135 Teilnehmer:
Kommt auf den Sponsor an.
- 136 Es gibt die populäre Annahme, dass Leute höhere Risiken eingehen, weil sie zum Beispiel von Red Bull gesponsert werden.
- 137 Ich halte das ehrlich gesagt eher für einen Mythos.
- 138 Eine Firma wie Red Bull sucht sich sehr bewusst Leute aus, die langfristig gute Entscheidungen getroffen haben.
- 139 Red Bull hat kein Interesse an negativer Publicity durch Todesfälle.
- 140 Deshalb besteht dort eigentlich eher ein Interesse daran, dass die Athlet:innen sicher unterwegs sind.

6/12

- 141 Natürlich gibt es auch andere Sponsoren, denen Risiko relativ egal ist und die einfach spektakuläre Bilder wollen.
- 142 Vor allem kleinere Marken verstehen den Sport teilweise weniger als grosse etablierte Firmen.
- 143 Ich kenne viele Red Bull Athlet:innen und ehrlich gesagt gehören sie oft zu den sichersten Springer:innen überhaupt.
- 144 **Interviewer:**
Kannst du von einer konkreten Situation erzählen, in der Social Media oder die Produktion eines Videos deine Entscheidungen verändert haben?
- 145 Teilnehmer:
Wenn ich Videos produziere, denke ich zuerst an die Sicherheit der Person, die ich filme.
- 146 Nicht an meine Follower.
- 147 Denn wenn ich morgen verschwinde, geht für die Leute online das Leben ganz normal weiter.
- 148 Mein Fokus liegt deshalb auf der Sicherheit im Sprung.
- 149 Ich habe gewisse Regeln für mich definiert.
- 150 Wenn sich irgendetwas im Flug nicht richtig anfühlt oder ich zu nahe komme, fliege ich weg.
- 151 Ich versuche meistens über und vor der Person zu sein, damit ich genügend Range habe und die Person jederzeit den Schirm ziehen kann, ohne dass wir kollidieren.
- 152 Erst wenn diese Sicherheitskriterien erfüllt sind, denke ich an das eigentliche Video.
- 153 **Interviewer:**
Gab es Situationen, in denen du bewusst von einem Sprung zurückgekehrt bist?
- 154 Teilnehmer:
Ja.
- 155 Ich höre extrem stark auf mein Bauchgefühl.
- 156 Wenn sich irgendetwas nicht richtig anfühlt, selbst wenn die Bedingungen eigentlich perfekt wären, gehe ich meistens einen Schritt zurück.
- 157 BASE Jumpen ist extrem psychologisch.
- 158 Wenn im Kopf irgendetwas nicht stimmt, performt man automatisch schlechter.
- 159 Ein konkretes Beispiel:
Ich bin letztens nach viereinhalb Stunden Zustieg wieder heruntergelaufen, weil wir komplett in den Wolken sassen.
- 160 Für mich alleine wären die Bedingungen vielleicht noch okay gewesen, aber die Leute, mit denen ich unterwegs war, hätten sich damit nicht wohlfühlt.
- 161 Und dann war für mich die Verantwortung gegenüber der Gruppe wichtiger als unbedingt springen zu müssen.
- 162 **Interviewer:**
BASE wird oft als Einzelsport gesehen. Würdest du das auch so sehen?
- 163 Teilnehmer:
Teilweise schon.
- 164 In meinem Fall aber weniger, weil ich sehr viel mit anderen Leuten springe und filme.

7/12

- 165 Ich habe über die Jahre unglaublich enge Freundschaften aufgebaut.
- 166 Mittlerweile macht es mir oft mehr Spass, mit guten Freund:innen einfache Sprünge zu machen, als mein persönliches Performance Limit auszureizen.
- 167 Trotzdem bleibt BASE Jumpen in gewisser Weise ein Einzelsport.
- 168 Denn am Ende trägt jede Person die Verantwortung selbst.
- 169 Man trifft die Entscheidungen selbst und entscheidet auch selbst, wie viel Risiko zu viel ist.
- 170 Aber die Community ist trotzdem ein riesiger Teil davon und für mich fast genauso wichtig wie der Sport selbst.
- 171 **Interviewer:**
Wie würdest du die Sicherheitskultur in der BASE Community beschreiben?
- 172 Teilnehmer:
Ich würde sagen:
Sie wird besser.
- 173 Meine Generation hat das Glück, dass wir Zugang zu unglaublich viel Wissen und Coaching haben.
- 174 Es gibt viele erfahrene Leute, auf die man zugehen kann.
- 175 Natürlich muss jede Person selbst entscheiden, ob sie diese Möglichkeiten nutzt oder einfach komplett ihr eigenes Ding macht.
- 176 Und genau das ist gleichzeitig auch ein Teil der Kultur im BASE Jumpen: die Freiheit.
- 177 Viele schätzen genau das an diesem Sport.
- 178 Es gibt kein Tempolimit und niemand hält dich wirklich auf.
- 179 Das macht den Sport einerseits wunderschön, andererseits aber auch gefährlich.
- 180 **Interviewer:**
Wie wird in der Szene mit Fehlern oder Close Calls umgegangen?
- 181 Teilnehmer:
Wir haben Facebook Gruppen, in denen Leute ihre Close Calls posten.
- 182 Dann wird meistens relativ konstruktiv analysiert, woran es gelegen hat.
- 183 Es gibt auch die BASE Fatality List, in der Todesfälle archiviert werden.
- 184 Auch dort wird viel diskutiert:
Was ist passiert?
Warum ist es passiert?
- 185 Grundsätzlich gehen wir relativ offen mit Fehlern um, weil wir daraus lernen wollen.
- 186 Natürlich hängt das auch stark davon ab, mit welchen Leuten man unterwegs ist.
- 187 Es gibt Gruppen, die machen Witze darüber und gehen weniger konstruktiv damit um.
- 188 Aber die meisten versuchen, ähnlich wie in der Luftfahrt, aus Fehlern zu lernen und Prozesse zu verbessern.
- 189 **Interviewer:**
Wird eher darüber gesprochen als geschwiegen?
- 190 Teilnehmer:

- Ja, definitiv.
- 191 Natürlich kratzt das auch am Ego.
- 192 Aber genau das gehört irgendwie zum Prozess dazu, wenn man langfristig ein guter und langlebiger BASE Jumper sein will.
- 193 Man muss lernen, mit dem eigenen Ego umzugehen und die eigenen Grenzen kennenzulernen.
- 194 Und manchmal gehört auch dazu, dass einen ein guter Freund ehrlich zusammenfaltet.
- 195 **Interviewer:**
Wofür erhält eine Person in der Community besonders Anerkennung?
- 196 Teilnehmer:
Kommt darauf an, wen man fragt.
- 197 Viele respektieren die grossen Stunts und die Leute, die am absoluten Limit unterwegs sind.
- 198 Ich persönlich habe am meisten Respekt vor Leuten, die seit Jahrzehnten dabei sind und ein breites Spektrum an Fähigkeiten haben.
- 199 Leute, die tracken können, Wingsuit fliegen können, Slider Down springen können, gute Skydiver sind und sich über Jahre bewiesen haben.
- 200 Vor solchen Menschen habe ich den grössten Respekt.
- 201 **Interviewer:**
Videos mit den tiefsten Pulls und den engsten Proximity Flights bekommen oft die meiste Aufmerksamkeit. Ist das ein Teufelskreis?
- 202 Teilnehmer:
Was ich über Social Media gelernt habe:
Es muss nicht immer das Extremste sein, um viral zu gehen.
- 203 Mein viralstes Video ist einfach ein Freund, der normal von einer Wand wegfliegt.
Gefilmt mit dem iPhone vom Exit.
- 204 Das Video hat 56 Millionen Views bekommen.
- 205 Natürlich erzeugen grosse Stunts viel Aufmerksamkeit.
Und klar kann das Leute motivieren, noch extremere Dinge zu machen.
- 206 Ich selbst war früher deutlich aktiver auf Social Media.
- 207 Mittlerweile sind mir die Aufrufzahlen aber relativ egal.
- 208 Ich poste heute hauptsächlich das, worauf ich Lust habe.
- 209 Trotzdem bin ich als Kameraflieger natürlich extrem happy, wenn ein richtig schönes Video entsteht.
- 210 **Interviewer:**
Wie denkst du, verändert Social Media die BASE Szene langfristig?
- 211 Teilnehmer:
Das ist wahrscheinlich kontrovers, aber ich denke insgesamt eher positiv.
- 212 Social Media pusht das Level des Sports.
- 213 Man sieht, was möglich ist.
- 214 Und gleichzeitig gibt es die andere Seite:

- die Community Diskussionen über Fehler, Close Calls und Fatalities.
- 215 Auch das ist Social Media.
- 216 Heute können sich BASE Jumper:innen weltweit austauschen und voneinander lernen.
- 217 Vor 20 oder 25 Jahren war das so nicht möglich.
- 218 Heute hat man Wissen von extrem erfahrenen Leuten kostenlos verfügbar, egal auf welchem Level man sich befindet.
- 219 Dadurch wird der Sport langfristig auch sicherer.
- 220 Natürlich existieren negative Aspekte trotzdem.
- 221 **Interviewer:**
Was wird über BASE Jumpen auf Social Media häufig missverstanden?
- 222 Teilnehmer:
Weil der Sport visuell so spektakulär aussieht, wirkt jeder Sprung komplett geisteskrank.
- 223 Für viele Zuschauer:innen sieht es aus, als würde man jedes Mal sein Leben komplett aufs Spiel setzen.
- 224 Natürlich gibt es Risiko.
- 225 Aber wahrscheinlich deutlich weniger, als viele denken.
- 226 Wir haben heute unglaublich viele Möglichkeiten zu trainieren und uns vorzubereiten.
- 227 Tunneltraining, Fallschirmspringen, Wissen von anderen Springer:innen.
- 228 All diese Dinge sehen Aussenstehende oft gar nicht.
- 229 **Interviewer:**
Wenn du heute zurückblickst: Was würdest du anders machen?
- 230 Teilnehmer:
Ich würde definitiv mehr Fallschirmspringen und mehr Tunneltraining machen, bevor ich mit BASE Jumpen anfangen.
- 231 Ich hatte zwar doppelt so viele Fallschirmsprünge wie für viele Kurse notwendig gewesen wären, aber rückblickend hatte ich trotzdem noch nicht genug Fähigkeiten.
- 232 Und ich hätte mehr auf erfahrene Leute hören sollen.
- 233 Im Nachhinein hatten sie natürlich recht.
- 234 **Interviewer:**
Welche Botschaft würdest du neuen Springer:innen im Umgang mit Risiko und Social Media mitgeben?
- 235 Teilnehmer:
Was viele nicht wissen:
In meiner ersten BASE Saison hatte ich nicht einmal ein Smartphone.
- 236 Ich hatte einfach ein altes Klapphandy und habe im Zelt unter Monte Brento gelebt.
- 237 Ich habe mich komplett aufs Springen konzentriert.
- 238 Und ehrlich gesagt halte ich das gerade in den ersten ein oder zwei Jahren für einen extrem gesunden Ansatz.
- 239 Denn sobald man BASE Jumpen anfängt, bekommt man plötzlich Likes und Aufmerksamkeit.

- 240 Und das fühlt sich natürlich gut an.
- 241 Ich glaube deshalb, dass es sinnvoll ist, sich am Anfang wirklich nur auf eine sichere und saubere Progression zu konzentrieren und Social Media erst einmal auszublenden.
- 242 Und generell gilt:
Je langsamer und sauberer man Schritt für Schritt vorgeht, desto besser entwickelt man sich langfristig.
- 243 **[PHOTO_ELICITATION_INFO]**
- 244 **Photo Elicitation ID:** TN04_PE01
- 245 **Quelle:** Tracking von High Ultimate
- 246 **Gepostet:** 05.12.2025 (Instagram)
- 247 **Beschreibung:** Sehr langer "Track" von einem der bekanntesten und höchsten Exits im Lauterbrunnen Tal.
- 248 **[PHOTO_ELICITATION_START]**
- 249 **Interviewer:**
Du hast vorhin Videos erwähnt. Gibt es bei dir Situationen, in denen ein Moment oder ein Sprung speziell wird, weil du ihn filmst oder später teilen möchtest?
- 250 **Teilnehmer:**
Das hat zwei Ebenen.
- 251 Zum einen liebe ich es, Dinge zu filmen, weil ich mich kreativ ausdrücken kann.
- 252 Ich habe schon als Kind mit Kameras gespielt und später auch angefangen, Videos zu schneiden.
- 253 Beim BASEjumpen kommt dann einfach alles zusammen:
die Bewegung, die Berge, die Geschwindigkeit und die Kameraarbeit.
- 254 Das ist etwas, das mich extrem erfüllt.
- 255 Wenn ich jemanden filme, denke ich nicht zuerst:
"Das wird auf Social Media gut performen."
- 256 Ich denke zuerst:
"Wie kann ich diesen Moment möglichst intensiv und schön einfangen?"
- 257 Das ist für mich eigentlich der wichtigste Punkt.
- 258 **Teilnehmer:**
Es gibt aber auch Momente, bei denen ich genau weiss:
"Das wird ein richtig starkes Video."
- 259 Zum Beispiel wenn Licht, Wetter, Perspektive und die Fluglinie perfekt zusammenkommen.
- 260 Oder wenn jemand etwas macht, das ich selbst noch nie so gesehen habe.
- 261 Dann spürt man schon während dem Flug:
"Okay, das ist gerade etwas Besonderes."
- 262 Ich hatte auch Situationen, in denen ich wusste:
"Dieses Video wird online sehr wahrscheinlich viele Leute erreichen."
- 263 Und natürlich denkt man darüber nach.

11/12

- 264 Man weiss, wie Social Media funktioniert und welche Bilder Aufmerksamkeit erzeugen.
- 265 Trotzdem versuche ich immer, dass zuerst der Sprung und die Sicherheit stimmen und nicht das Video.
- 266 **Interviewer:**
Was bedeutet so ein Moment persönlich für dich?
- 267 Teilnehmer:
Es gibt Augenblicke, die einfach perfekt zusammenpassen.
- 268 Ein Sprung mit guten Freund:innen, schönes Licht, vielleicht ein besonders ästhetischer Flug.
- 269 Und wenn man das dann noch gut filmen kann, fühlt sich das fast an wie Kunst.
- 270 Das sind meistens die Momente, die mir persönlich am meisten bedeuten.
- 271 Nicht unbedingt die gefährlichsten oder extremsten Sprünge.
- 272 Oft sind es eher die emotionalen oder atmosphärischen Momente.
- 273 Und natürlich ist es schön, wenn andere Leute das später auch fühlen können, wenn sie das Video anschauen.
- 274 Aber der eigentliche Wert entsteht für mich zuerst im Erlebnis selbst.
- 275 **Interviewer:**
Wie triffst du die Entscheidung, gewisse Videos auf Social Media zu posten?
- 276 Teilnehmer:
Das ist schwierig.
- 277 Früher habe ich deutlich mehr gepostet und mir auch mehr Gedanken darüber gemacht, wie etwas performt.
- 278 Mittlerweile poste ich viel selektiver.
- 279 Teilweise poste ich Dinge gar nicht, obwohl sie vielleicht spektakulär wären.
- 280 Manche Videos behalte ich einfach für mich oder für enge Freunde.
- 281 Und manchmal poste ich etwas gerade deshalb, weil der Moment für mich persönlich wichtig war und nicht, weil ich glaube, dass es viral gehen wird.
- 282 Ich versuche mittlerweile weniger algorithmisch zu denken und mehr danach zu gehen, was sich für mich richtig anfühlt.
- 283 Teilnehmer:
Gleichzeitig weiss ich natürlich auch:
Wenn man professionell mit Kameraarbeit oder Coaching arbeitet, dann ist Sichtbarkeit wichtig.
- 284 Social Media bringt Arbeit, Projekte und Kontakte.
- 285 Das kann man nicht komplett ignorieren.
- 286 Aber ich glaube, der entscheidende Punkt ist:
Lässt man sich von den Plattformen kontrollieren oder kontrolliert man selbst noch, warum und was man postet?
- 287 Und genau diese Balance finde ich wichtig.

Anhang H: INT05 - Interviewtranskript TN05

1 Transkription: TN05

2 [INTERVIEW_INFO]

3 Interview-ID: TN05

Date: 25.05.2026

Location: Lauterbrunnen

Duration: 54 min

4 [INTERVIEW_START]

5 Participant:

I thought of that quote today, "Fear is the mind killer."

6 Interviewer:
Really?

7 Participant:

I was thinking about it today.

8 Interviewer:
That's funny.

9 Participant:

Yeah. But I messed it up.

10 I was thinking: "Doubt makes fear."

11 So I've messed up the phrase, but I wanted it to be similar to that phrase.

12 I kept thinking that the reason people have fear is because you doubt something.

13 Interviewer:
Yes.

14 Participant:

So if you have no doubt, if I know I can jump into that water and I'll be absolutely harmless, like it'll only be fun, then I don't have to be scared of it.

15 And if people say they're not scared of something, like a bungee jump, but they don't want to do it, it's because something tells them it's dangerous and there's a chance they can be injured.

16 So it's always the doubt.

17 Interviewer:
That's interesting.

18 Participant:
Yeah.

19 Because I think about these things a lot and I realize that it's always doubt that makes the fear.

20 And that's usually when things are in your control, that's when there's less doubt.

21 Interviewer:
Yeah.

22 Participant:

Yeah, exactly.

23 Which is why I also like the phrase: "Knowledge dispels fear."

1/20

24 Because the more knowledge you have, the less doubt you have and the less fear you have.

25 Anyway, that's me chatting shit.

26 **Interviewer:**
No, that's interesting.
All right.
Could you briefly introduce yourself and describe your path into skydiving and BASE jumping?

27 Participant:
Sure.

28 My name's *TN05*.
I'm 37.

29 I think I've always been attracted to some sort of element of risk.

30 Anything that involves challenging yourself and, if you mess it up, there's danger there. So you've got to get things right the first time.

31 Before I started skydiving and BASE jumping, I was always climbing or mountain biking, freeride mountain biking.

32 I really got into skydiving around the same time I joined the military, and skydiving was a means to an end for me.

33 I started skydiving so I could become a BASE jumper.

34 So when I started BASE jumping, I kind of stopped skydiving.

35 For me, BASE jumping is about freedom and exploration, particularly in the mountains.

36 Skydiving doesn't give that to me.

37 **Interviewer:**
Cool.
What role does BASE currently have in your life?

38 Participant:
What role?

39 **Interviewer:**
What role does BASE jumping have in my current life?

40 It keeps me occupied.

41 I don't know.
I finish one project in BASE jumping and then there's another one.
Or another three that come from one project.

42 So I never really finish my goals and ambitions in BASE jumping.

43 As I said earlier, it's always about challenging myself and overcoming things I might not be able to do without the knowledge, the skills, or the experience.

44 For me, there's a never ending list of things I want to accomplish.

45 **Interviewer:**
How would you describe social media or sponsorship in your current setup as an athlete?

46 Participant:
Yeah, so for me it is important.

47 Social media is important for what I do in BASE jumping.

2/20

48 I've probably got a lot to say on the subject.

49 I think there are three ways you can get sponsorship.

50 You can provide a sponsor with content and they can do what they want with your content. So they're using their audience.

51 They can use your audience by having a big Instagram following.

52 And a third one...
I've forgotten that one.

53 So there are people out there that don't necessarily have a big audience themselves, but they're doing incredible things in BASE jumping or climbing or whatever sport it is, and the brand wants to latch onto that.

54 I think a lot of people nowadays think that the only way to get sponsored is by having a big audience.

55 Oh, and the third one is creating your own professional content that you can give to the brand.

56 Because the brands that I work with often send out photographers themselves, but if I'm a mountain athlete as well as a photographer, I can provide the whole package for them.

57 I'm probably somewhere in the middle of all three of those ideas because I think I can use a camera pretty well.

58 I have a decent audience, and I'm doing what I like to think are pretty unique things that the sponsor wants to be part of.

59 So social media is important to me.

60 It's not the be all and end all.

61 I go on expeditions and I won't be on social media for a month.

62 Every day I'm on my fucking phone and I'm aware of that.

63 For me, I know that it potentially is an addiction, which I'm aware of.

64 Participant:
I think in Shane McConkey's documentary, one of the people interviewed said something interesting:
"You're only as good as your last stunt."

65 I think that's very applicable for BASE jumping.

66 There have even been friends of mine who passed away in the mountains.

67 You get a rush, even subconsciously, when you realize your video has gone viral and you think:
"Fuck, I need to do better next time.
I want to do more.
I want to do better.
I want to do that again.
I want to get closer."

68 And I think even if people don't admit that, it's there in the subconscious.
You realize what you're doing is being watched by millions of people and you want that feeling again.

3/20

69 **Interviewer:**
Interesting.
I recently listened to Caitlin Escott's podcast on Exit Point and she mentioned the fine line between being a sponsored athlete and having a marketing job.

70 Participant:
A hundred percent.

71 Why do companies sponsor you?
Because of marketing.

72 Product testing to a degree, but it depends who you're sponsored by and why they sponsor you.

73 But for me it is marketing.

74 Especially in terms of BASE jumping, but other sports as well.

75 What is sponsorship?

76 To me, if you're saying you're a professional athlete or professional sponsored athlete, it means you're making a living.
It means the money you're getting can sustain you and that's the only thing you do.

77 Having a free hat or a free bag is sponsored, but you're not living off it.

78 I think a lot of people get very excited when they get a ten percent discount on something and can say they're sponsored.

79 When I grew up skateboarding, it was a dream to be sponsored.

80 Now I can make a living off sponsorship.

81 But as Caitlin said, it's more marketing.

82 Participants:
I have to hustle.

83 I send a lot of emails.
I make plans.
I put my own money into projects so I can then sell them.

84 It's a proper job.

85 I think about marketing and how I sell myself.

86 I go to meetings with high end London commercial companies and stuff.

87 There's a lot more to it than just jumping off cliffs.

88 **Interviewer:**
Yeah, I see that.
What does risk mean to you in the context of BASE jumping?

89 Participant:
So I wouldn't be attracted to this sport if it wasn't for risk.

90 Everything I've ever done, all my jobs, all my careers, all my projects, involve some sort of risk.

91 Otherwise I wouldn't be interested in it at all.

92 That's why I don't play golf.
Things like that do not fulfill me.

4/20

93 And I think most people should experience risk in their life to become a better person.

94 Risk can mean different things to different people.

95 Climbing their local hill could be the same amount of risk as me climbing Everest. It's contextualized.

96 But I think risk is important.

97 And for me, as I said earlier, it's about training and getting the experience and the knowledge so that the risk becomes mitigated and reduced enough for me to say: "It's now worth it."

98 The reward outweighs the risk.

99 And that phrase, "the reward outweighs the risk," is a very personal thing.

100 Other people will have different levels.

101 You can look at other people and judge them and say:
"Well, that's really stupid.
You're very likely to hurt yourself for a very small amount of gain."

102 But it's personal.

103 At the end of the day, only you can choose how much risk and how much reward you get.

104 **Interviewer:**
How do you approach risk before a jump?
Or how does a good decision emerge for you?

105 Participant:
The jump we're going to do today for me is very minimal risk.

106 I've done it hundreds of times before.
It's an easy jump.

107 Whereas other jumps require more study, more knowledge, more information.

108 The more time you spend on a project, the more data you get, the more experience you gain.

109 That's why sometimes if I have a project in mind, I'll spend a lot of time just being there.

110 Maybe one day I'll climb up and stand there without a parachute and think:
"Okay, this is what it feels like."

111 There's more visualization involved.

112 So when I'm finally there about to do the project, the jump, the climb, or whatever it is, all the variables have disappeared.

113 I've visualized it so much that I feel like I've done it before.

114 My heart rate is calm.
Everything is in the zone and ready to go.

115 If you're doing something very technical for the first time, you have so much sensory overload that it can become overwhelming.

116 And that's when mistakes can happen.

117 If something goes wrong, it almost gets worse because you're not calm.

5/20

118 When I'm calm, I can react properly.
I can think clearly.

119 But when something goes wrong and my heartbeat is already elevated and I'm thinking about all these different things, it's very hard to react specifically to what you need to do.

120 **Interviewer:**
If you look back at your development since you started jumping, how do you think your risk management has changed over the years?
And what influenced that change?

121 Participant:
Great question.

122 Have you heard of the Kruger Dunning graph?

123 **Interviewer:**
I have not.

124 Participant:
Give it a Google.
It perfectly sums up BASE jumping.

125 About three years into my BASE jumping career, you kind of reach a peak of risk.

126 You know what you can get away with.

127 And I think it happens for a lot of people around the three year mark:
they have an accident.

128 A lot of my friends had an accident around three years in.

129 For me, I hit a cliff and managed to escape and land safely.

130 But a lot of people break themselves or they die.

131 For me it was an eye opener.

132 I realized that we're not mountain biking or skateboarding anymore.

133 I can't just say:
"Three, two, one, fuck it, let's see what happens."

134 With mountain biking I might break a collarbone.

135 Now I realize that I have to be in control the whole time and know the outcome with ninety nine percent certainty.

136 That changed my mindset.

137 That means more training, more knowledge, and more experience before I do things that are beyond my capability at that time.

138 I think a lot of people go through those first three years of doing crazier and crazier jumps, then something happens and they go:
"Oh, hang on."

139 Then it flattens out.

140 That's the Kruger Dunning graph.

141 It goes up, something happens, it comes down, and then they plateau.

142 Hopefully they don't have to go through it again.

6/20

143 That plateau is understanding the amount of risk you can take.

144 My experience and knowledge continue to improve, but I know how much risk I can take.

145 That definitely happened to me.

146 And then on top of that, being in the sport for fourteen years now, you see a lot of accidents.
You see a lot of people with bad mindsets.

147 Participant:
And I take away from that.

148 I read the BFL, the BASE Fatality List.
I see friends that hurt themselves or have a mindset where I think:
"These are people I don't want to jump with."

149 They're my friends, but I don't want to be around that mindset because for me it's not good.

150 And I don't think it's good for other people who want to stay in the sport for a long time.

151 So one thing that I think has changed a lot for me over the years is mindset.

152 **Interviewer:**
Yeah, we'll come back to part of this a bit later, but I'll continue with the questions about risk. Can you describe a situation in which you deliberately decided not to jump and what shaped that decision?

153 Participant:
Yeah.
Many times.

154 There have been big missions that I've done.
Lhotse twice now where I haven't jumped the first time.
Kilimanjaro, I didn't jump the first time.
Vietnam took three days to get to the jump point and I didn't jump.
Matterhorn twice.

155 We climbed it from the valley floor in one push.
You've got the heavy equipment with you.

156 Sometimes you get to the exit point and it's obvious:
cloud cover everywhere, too much wind.

157 On the Matterhorn jump, two of my friends had climbed the other side and were gearing up
and about to jump, but the conditions weren't good for me.

158 So I'm not going to judge their risk.
Maybe they were more experienced than me, but for me it wasn't good.

159 It wasn't good conditions for me.

160 And I don't want to be a lemming that just follows other people because they do it.

161 Sometimes the first wingsuit jump in Turkey...
everyone as a group said:
"No, it's too windy."

162 But one really experienced guy said:
"For me it's fine. I jump like this all the time."

163 He jumped.
Good for him.

7/20

Awesome.

164 But then one by one everyone goes:
"Oh, if he jumped, I'll jump."
"Oh, if he jumped, I jump."

165 And there were two of us left out of twelve.

166 I said:
"I'm going to make a point not to jump."

167 Even if the weather gets better or even if I've seen eight of my friends jump, I'm going to say:
"I'm in control."

168 And sometimes I can say:
"It's not an addiction. I'm in control. I can say no."

169 A lot of people can't do that.

170 Especially if you've got a heavy rig and you've got twelve hours to get back to the car, they're more likely to jump than put more effort in and go back to the car, which is potentially the safer way.

171 Some people will say for them it's safer to jump than to go back down, but yeah.

172 **Interviewer:**
Do you think the Matterhorn that you mentioned...
if you're in a group of three people and one decides not to jump, does that have an impact on the other two's decisions?

173 Participant:
For sure.

174 We were two groups of two and they jumped and we both were happy with not jumping.

175 I think it's important.

176 And this is also about what I said earlier regarding the mindset of people I jump with.

177 I want them to be very similar minded to me because if they're not, you can get yourself into situations like this where for them maybe the jump is the most important thing ever.

178 For me it's not.
I can walk an extra four hours.
I'm fine with that.

179 And it's the group mentality that can be very dangerous, especially when there's a very charismatic guy who's the leader and everyone looks up to him.

180 If he's the one that's not got the right mindset for jumping and everyone follows him, he might be very experienced.

181 But the other people that follow him try and do the same thing without having the experience or the skills.

182 And I see that a lot.

183 That's when people get hurt all the time.

184 **Interviewer:**
Do you think social media can amplify that?
If you see someone flying a line and think:

8/20

"I want to fly that same line."

- 185 Participant:
A hundred percent.
A hundred percent.
- 186 I had somebody the other day who posted a video and I asked him:
"Oh, can you give me some information?"
- 187 Yeah, I think social media can definitely influence people's decisions.
People following other people's lines, for sure.
- 188 And there's this sort of high and mighty attitude where I've talked to a few people and they
didn't want to share information with a group because they didn't want other people to
injure themselves.
- 189 They say:
"Oh no, if I show it to them, they'll go and they're not ready."
- 190 But at the same time they'll post videos of themselves doing these lines and people want to
copy that.
- 191 For me, information is key.
- 192 I think you give people the information and they can decide for themselves.
- 193 The onus is on them to a degree.
- 194 I'm not going to give somebody who's absolutely not ready a line and say:
"Hey, go jump this, it's perfect for you."
- 195 But I think people should make their own decisions to a degree.
- 196 Participant:
Dreamlines is a good example.
- 197 Dreamlines got opened and a lot of people went for it.
Potentially some people weren't ready.
- 198 Brevant back in 2016 became such a popular social media frenzy jump that everyone went
for it.
- 199 There were a lot of fatalities on Brevant in particular.
- 200 That was driven by people seeing the videos and seeing how amazing it looked.
- 201 Some people do keep these jumps secret.
Hats off to them.
- 202 If they opened it and put the effort in, fair enough.
- 203 I'm trying to think of other examples of social media having an effect.
- 204 Sponsorship.
I've got a few examples of sponsorship having serious effects on people.
- 205 **Interviewer:**
No, please.
Go ahead.
- 206 Participant:
I know of two, maybe three, and there are definitely more examples of people getting a
sponsorship and then wanting to show the logo on their new wingsuit.

9/20

207 And then that didn't last long.

208 There was an example quite a few years ago of a guy who got a brand new sponsored wingsuit with a logo on it.

209 He wasn't ready for that suit, but you buy the suit you want to fly because it's a new suit that the sponsor is paying for.

210 He wasn't ready but really wanted the footage.

211 I think he died on his first jump on that suit.

212 And there are quite a few examples of that sort of thing happening.

213 I think the pressure of the cameraman, money, and the hype to live up to your sponsor creates a lot of pressure on some people.

214 Some people, all they're doing is trying to get sponsors. That's their whole aim.

215 And I don't think it is for some people.

216 Just enjoy the game.
Just enjoy the jumping.

217 Maybe sponsorship comes with it.

218 But as I said earlier, it's not just about the jumping.

219 It's about creating projects, having a relationship with the brand, and the whole package of being marketing minded and corporate minded, as well as coming up with projects that other people aren't doing and that are visually unique.

220 Because everyone's fucking flying wingsuits off cliffs nowadays.

221 It's not hard.

222 So you might get a free hat.
That's it.

223 **Interviewer:**
Speaking about sponsors, what kind of expectations do you perceive in connection with sponsorship and how do you deal with them?

224 **Participant:**
I'm really fortunate that with all of my sponsors we have a really good relationship.

225 So there is no pressure.

226 There is no quota of what I need to do or not do.

227 And I think if there is, they know that some months I'm going to deliver more and some months less in terms of posts, photos, engagement, or whatever it is.

228 We've got such a good relationship that I'm always thinking about things I can offer them, whether it's talks at festivals, footage from expeditions, new ideas we can film, articles, whatever it is.

229 And I'm fortunate.

230 I think if you have pressure from a sponsor in such a high risk activity, they probably don't understand the sport, or you're not in a good position to accept that as a sponsor.

231 It shouldn't be like that.

10/20

232 **Interviewer:**
Would you say your sponsorship doesn't influence how you jump, present yourself, or make decisions?

233 Participant:
 It definitely affects decisions, but not in a bad way.

234 If I was standing on a jump and told my sponsors:
 "I'm going to do this jump this weekend,"
 I am not going to jump because of pressure if the jump isn't right.

235 When I was mountain biking a lot, I used to like the phrase:
 "Use pressure to fuel your motives."

236 If I had friends around saying:
 "Yeah, come on, do it, do it,"
 I'd get psyched up, listen to angry music, get my heart rate up, and send it.

237 But you can't act like that in BASE jumping.

238 Everything has to be calm.
 Your heart rate has to be down.

239 There should be no pressure in BASE jumping because of the potential fatality.

240 Participant:
 I don't think there is any pressure from my sponsors.

241 If I'm on a shoot for a brand that wants to film me doing something, they often understand that.

242 They often tell me:
 "There is no pressure. You don't have to jump."

243 And that kind of annoys me that they have to tell me that because I want to turn around and say:
 "I know."

244 It's good that they say it.
 It really is.

245 But I've been in this game long enough and I'm stubborn enough to say:
 "I'll tell you if I'm not jumping."

246 There is nothing anybody can tell me that's going to make me jump.

247 With somebody less experienced or more desperate for sponsorship, it's good they're saying that because that person might feel less pressure to jump.

248 But I'm stubborn and confrontational and I can say:
 "No, I'm not fucking jumping because you want me to."

249 There have been quite a few times where we've filmed over a weekend, or five days, or more, and we haven't got the jump.

250 Often the film is about risk mitigation and decision making.

251 So they film me saying:
 "I'm not going to jump."

252 Participant:
 I can't jump today.

11/20

253 And then we come back a week later and do the jump.

254 So it plays into the narrative of what we're expecting from a jump.
Everything has to be right.

255 **Interviewer:**
Can you describe a specific situation where social media or a sponsored project influenced your decision making?

256 Participant:
I think it would be less about decision making in terms of:
"Should I or shouldn't I jump?"

257 I don't think that comes into play ever.

258 The decision making comes into play when the sponsor says:
"Hey, I want to shoot something cool."

259 Instead of me going:
"Oh, I could jump this again for the 200th time,"
I think:
"Let me think about the brand and what it represents."

260 Then we'll think of a cool idea where the brand fits in.

261 So it's decision making, but maybe not the sort of answer you're looking for.

262 **Interviewer:**
More in a positive way in terms of motivation.?

263 Participant:
Yeah, exactly.
Motivation.

264 Often I have these really cool, unique project ideas and I could do them any day.

265 Maybe I need some training first, but sometimes I'm waiting for certain brands to say:
"Hey, this is perfect for us."

266 I almost sell them the idea.

267 And that then gives me motivation to train more for that particular project and finally tick that project off the list of things that I want to do.

268 But bearing in mind this is my job, my career, my profession, I need to have these sorts of projects that I don't just do for passion.

269 They are my passion, but sometimes I need to make money from them because that's how I work.

270 **Interviewer:**
How would you describe the safety culture in the BASE jumping community?

271 Participant:
Safety culture.

272 **Interviewer:**
Culture, yeah.

273 Participant:
I can phrase it this way:
when you do a BASE jumping course, I think the student is attracted to a certain type of course because of the mentor or instructor.

274 You get party courses.

12/20

You get super sensible older guys teaching BASE jumping.

275 You get people that want to climb and explore the world, and that attracts a certain type of person.

276 You also have absolute idiots teaching BASE jumping. That attracts idiots.

277 Maybe the country you're from also plays a role, but a lot of these courses are international.

278 So you get people from all over the world joining different courses.

279 I think the safety culture isn't just zero or one. There's a whole spectrum.

280 And I think who you jump with influences that.

281 **Interviewer:**
How are mistakes or close calls talked about within the community?

282 Participant:
Every fatality, except maybe one I can think of, comes down to your own decision making.

283 Directly.

284 You chose to do this.
You packed like this.
You made those decisions.

285 You ended up dead because of your fault.

286 It's that simple.

287 You fucked up, you're dead.

288 It is almost never somebody else's fault.

289 There was one freak accident example, but even then he still decided to jump with his friend that day.

290 So close calls and incidents fall into the same category.

291 Very, very often they're your own fault.

292 Participant:
And the same as in the military, I think BASE jumping has a lot of dark humor.

293 Every year I know between five and ten people that die.

294 When that becomes normalized, dark humor becomes a coping mechanism.

295 So we can talk about incidents seriously while at the same time taking the piss.

296 It's kind of fucked up.

297 But we do talk about them a lot.

298 We have debriefing pages.

299 If we see something on Instagram...

300 I have a whole Google Drive folder with thirty or forty incidents, not fatalities but incidents, that I talk to my students about.

13/20

301 More common things.

302 And it's important that we understand why they happen, how they happen, the mentality behind them, as well as the technicality behind them.

303 So we can learn from them and avoid making the same mistakes ourselves.

304 **Interviewer:**
What do you think tends to generate recognition within the sport?

305 Participant:
Recognition?

306 I think there are probably two avenues of recognition.

307 There's the technical side:
faster, closer, shorter starts, higher glides, whatever.

308 Then there's creativity.

309 And you can combine them.

310 I think there was a time when Red Bull started saying:
"Hey, we're not interested in proximity flying anymore.
We want creative projects."

311 And I think that's what you see now.
Very creative things.
Things that are visually stunning and appealing.

312 But honestly, a lot of people could technically do them.

313 They still require technical skill, but many wingsuit jumpers could do the same things that Red Bull athletes are doing.

314 But they don't have the budget, the brand behind them, the permits, or the idea.

315 Participant:
The problem for me with technical things, especially proximity flying...

316 I proximity fly a few times a year and I have fun.

317 But if that becomes your whole identity in BASE jumping, which for some people it has, it's not sustainable.

318 For me, I want to be jumping forever.
I want to jump until I can't walk anymore.

319 So I want sustainability.
And I want my friends to be sustainable too.

320 I want to jump with like minded people for a long time.

321 That's why I'm not necessarily interested in jumping with people who aren't sustainable.

322 If you get recognition for doing hardcore lines all the time, you can't do it forever.

323 Eventually you either realize it's not sustainable and stop, or it kills you.

324 And we've seen that happen.

325 **Interviewer:**
Do you think making smart decisions gets the recognition it deserves?

326 Participant:

14/20

No, probably not.

327 But the people making smart decisions probably aren't the people looking for recognition.

328 I like the word you're using though, recognition.
I've never really thought about it that way before.

329 That's where creativity comes in.

330 You can come up with really creative ideas that don't have to be technical but can still be sustainable.

331 Nobody else had the idea or put the time, effort, and money into building it.

332 And you can still get recognition, sponsors, Instagram followers, whatever, through creativity.

333 Participant:
There are a few friends I jump with who are very creative.

334 Philip Kubica is both very technical and very creative.

335 Even jumping with him the other day, he said:
"I'm calming down on the technical things."

336 And recently he posted something that just looked beautiful and creative.

337 He's got a mind for it.

338 That's also where my jumping comes in.

339 My jumps from Kilimanjaro and Aconcagua weren't technically difficult jumps themselves.

340 Reaching them was the hard part.
The climbing, mountaineering, and logistics.

341 That was the technical challenge.

342 For me those are more creative ideas than technical ideas.

343 And I can see myself doing those kinds of jumps for a long time because they are sustainable.

344 The rock drop is huge, the flight is easy, the landing is easy.

345 That's the sort of thing I'm interested in.

346 **Interviewer:**
How do you experience tension between spectacular performance and responsible risk management?

347 Participant:
Whoa.
Say it again.

348 **Interviewer:**
The tension.
Between performing something spectacular while managing risk sustainably at the same time.

349 Participant:
Well, I think that again comes down to creativity.

350 Because you can do something spectacular without having that much risk.

15/20

351 And when I say risk, obviously somebody who doesn't understand BASE jumping sees all of BASE jumping as risky.

352 But within our world of risk, there are riskier jumps and very, very limited risk jumps.

353 It also depends on your skill level and what risk means for you.

354 Because you could do something creative, but if you're a beginner BASE jumper, that's still going to be risky.

355 So for me, if I think about the jumps that I find spectacular, or the jumps my friends do that I find spectacular, it's the effort behind them that means not everyone can do them.

356 Sometimes it takes a month long expedition and endless hiking to do one jump.

357 Other projects my friends have done involve computer programming, building things, putting time and effort and mathematics into them.

358 So they've created something spectacular without just increasing the risk. Instead, they've increased the hard work.

359 And skill can also count as hard work because you've trained so hard to gain that skill.

360 **Interviewer:**
All right, we're about to close off soon.
A little bit of reflection and outlook.

361 **How do you see social media and sponsorship shaping the future of BASE jumping?**
Do you see potential?
Do you see risks?

362 Participant:
 I think there are definitely risks.

363 There are people in the sport that get burnt out or pass away really quickly, and I can see they were influenced by social media.

364 I get messages now and again saying:
 "How do you get sponsorship?"

365 And if that's your only focus, then you're probably not doing it for the right reasons.

366 I've probably been sponsored professionally for the last four years.

367 Before that there were ten years where I wasn't gaining any real financial benefit from jumping.
 Maybe a little bit here and there, but I had other jobs and other things.

368 So I think you've got to do it because you love it.
 You have to love building ideas and projects.

369 If you're only doing it because you want sponsorship, then it's probably not for you.

370 And often sponsors approach me.

371 So maybe if sponsors aren't approaching you, they're simply not interested in what you're currently doing.

372 Maybe you're not producing the kind of content or style they're interested in.

373 But honestly, just keep doing it because it's fun.

374 **Interviewer:**
What do you think is commonly misunderstood about BASE jumping on social media?

16/20

375 Participant:
From the public?

376 **Interviewer:**
Yes.

377 Participant:
Oh, fuck.
They think we're idiots.

378 When I do a normal jump, like ninety percent of jumps, my heart rate is down.
There is no adrenaline.

379 I'm doing it because flying is beautiful.
I love being in the mountains.
I love controlling my body.

380 The public sees a video on a newspaper article or social media and instantly thinks:
"Adrenaline junkie."

381 It isn't that.

382 If I wanted adrenaline, I would do things without practice or thought.
That's when people get adrenaline, because they don't have the knowledge.
They have doubt.

383 And that's where adrenaline comes from:
"Am I going to make this?"

384 Whereas when I jump, I know I'm going to make it.
I know I'm going to be fine.

385 There are some jumps where I think:
"Wow, this is pretty crazy."
And then there is adrenaline.

386 But then I calm myself down again.
I lower my heart rate and get ready.

387 Another thing I see a lot online is people saying:
"Think about the rescuers who have to risk their lives."

388 I've been involved in rescues.
A lot of my friends in the UK, here, and in America are volunteer rescuers as well as BASE
jumpers, climbers, or paragliders.

389 How do we know the mountains well enough to rescue people?
Because we spend time in them.

390 So I think it's arrogant when people know so little about the sport but still have such strong
opinions about it.

391 Participant:
I understand people naturally have opinions, but they are often such strong opinions that
are simply wrong.

392 If they spent time around BASE jumpers, I think they'd realize it's very different from what
they imagine.

393 A good example was my parents.

394 When I started BASE jumping they thought it was reckless and crazy.

17/20

395 Then about seven years ago I took them to a Via Ferrata.
My wife and I jumped together while my parents watched.

396 Later my mum said:
"This is just beautiful. It's calm. It's relaxed. It's more beauty than adrenaline."

397 That really changed how she perceived it.

398 Maybe if more people saw that side of the sport, they would understand that it's not all:
"Woohoo, adrenaline!"

399 Maybe the Americans are like that.

400 **Interviewer:**
If you look back today, is there anything you would have done differently?

401 Participant:
No.

402 I think that question applies to life in general.

403 If you're happy with where you are now, then everything you've learned led you here.

404 If I had done something differently, maybe I wouldn't be where I am now.
Butterfly effect and all that.

405 I've never been injured BASE jumping.

406 So all the mistakes and decisions I've made...
I could have changed them, but I'm happy with where I am now.

407 I still love jumping.
I've got great friends around me.
I've got a lot to look forward to.

408 So I wouldn't change anything.

409 **Interviewer:**
I love that perspective.

410 **Last question:**
What message would you like to share with newer jumpers regarding risk, pressure, and social media?

411 Participant:
When I finish teaching people to BASE jump, at the end of the course I always say:
"It's all about decision making."

412 From that point onward, every BASE jump you make in the future will be successful
because of your decision making.

413 So make the right decisions.
Think carefully about why you're making them.

414 And don't fuck up.

415 In terms of social media, I have friends who do incredible jumps and barely post online.

416 You just need to be aware of the effect social media can have.

417 Are you chasing something?
Or are you genuinely proud of your jumps and simply want to share them?

418 One thing that really annoys me is when people seriously fuck up because of terrible

18/20

decision making and then post it on Instagram for viral attention.

419 They'll say:
"Oh, I'm posting this so people can learn."

420 Bullshit.

421 You put a beatbox hip hop track over footage of yourself hitting a cliff and then caption it:
"Oh, I'm so hardcore. I'm lucky I survived."

422 Nobody learns anything from that.

423 If you genuinely break down what happened, explain the mindset behind it, and explain the mistake, then maybe people can learn from it.

424 But don't kid yourself that these posts are for anything other than clickbait.

425 Interviewer:
Clickbait.

426 Participant:
Exactly.

427 Some people genuinely do educational breakdowns and there are useful technical things we can learn from them.

428 But there are others who make stupid decisions in places like Lauterbrunnen, which could potentially get shut down.

429 We want Lauterbrunnen to exist forever.

430 People doing stupid things and posting them online saying:
"Look how crazy I am,"
is not what we want in the valley.

431 **[PHOTO_ELICITATION_INFO]**

432 **Photo Elicitation ID:** TN05_PE01

433 **Source:** Rope Swing Exit Gimmelwald

434 **Posted:** 16.05.2026 (Instagram)

435 **Description:** Arctic Trip with his wife, technical wingsuit jump from an icy cliff

436 **[PHOTO_ELICITATION_START]**

437 **Interviewer:**
I have one more video I brought that I'd like to talk about really quick. You're gonna know this.

438 Participant:
Oh yeah okay, sponsored post

439 **Interviewer:**
Can you describe what's to see in the video and what happened

440 Participant:
Yeah so this was maybe six years, ago my wife and I we wanted a jump where it would take a long hike.

441 We ski toured like a long big endurance mission to get one jump.

19/20

And this jump was in the Arctic Circle and we had to ski tour 140 kilometers and it was a chill jump.

442 It was big big landing, beautiful jump and I never posted it.
I didn't post it for since now, so five six years or whatever it was.

443 And this sponsor messaged me and say hey have you got something that would fit with our campaign and I thought,...

444 I looked into my hard drives from six years ago and I found this video and I thought this would be suitable because their whole thing is like supplements.

445 Like endurance and recovery.

446 And yeah I thought that the jump worked well with that sort of idea.

447 So yeah I'm glad I saved the video.

448 **Interviewer:**
It says "what people don't see behind the jump".
Can you talk about this a little bit?

449 Participant:
Yeah sure.

450 For me the jump is a small part of it.

451 Something like this jump here [points to exit point in Lauterbrunnen],
the main part of it takes 10 minutes on the gondola.
I walk for 10 minutes I gear up I jump, all good.

452 But most of the jumps that attract me like this one.

453 Like I was saying earlier, this is sort of creative in my eyes or spectacular in my eyes because of the amount of effort that goes into it you know.

454 The amount to sustain ourselves for a week,

455 hauling a polk on skis to access,
crossing frozen rivers,
all the equipment that we need in the arctic circle with the temperatures.

456 So people don't see and the calculations.

457 Not necessary for this jump but other jumps I need to know,
how far I can fly because my landing is three kilometers away.

458 I need to do trigonometry for the exit point.

459 I need to fly and have a data sample from previous jumps where I fly with a GPS and compare that data sample with what I want to jump in the future.

460 So there's so much that goes into it which I think also brings me back to the the public perception.

461 They do not see what goes behind a jump.

462 I think they think I roll the dice I I hope I'll make this one.

463 I doubt any of those guys would realize that, I mean my calculator does trigonometry, I don't do I. But I doubt that they think that trigonometry goes into calculating whether the jump is possible and maybe they would understand more if they knew how much work goes into a jump.

20/20

1 **BEOBACHTUNG: TN01, TN02**

2 **[BEOBACHTUNG_INFO]**

3 **Beobachtung-ID:** BEOB01
Datum: 17.03.2026
Ort: Lauterbrunnen
Pseudonyme: TN01, TN02
Dauer: ca. 2h
Setting: Begleitung auf 1 Sprung

4 **[BEOBACHTUNG_START]**

5 **1. DICHTe SITUATIONSDESCHEIBUNG**

6 *Beschreibe das Geschehen chronologisch und möglichst nah an der Situation.*

7 *Vermeide Interpretation und Bewertung.*

- 8 • *Was passiert?*
- 9 • *Wer interagiert mit wem?*
- 10 • *Welche Handlungen sind sichtbar?*
- 11 • *Welche Abläufe wiederholen sich?*
- 12 • *Welche nonverbalen Signale sind erkennbar?*

13 **Freitext:**

14 Wir laufen gemeinsam zur Gondelstation in Stechelberg. Während der Fahrt Richtung Mürren sprechen TN01 und TN02 über ihre bisherigen Erfahrungen im BASE Jumping, über Equipment sowie über die hohen Kosten ihrer Ausrüstung. Die Stimmung wirkt ruhig und locker. Weder Handy noch Kameras werden während der Anreise sichtbar benutzt.

15 Von der Gondel laufen wir ungefähr zwanzig Minuten durch den Schnee zur Absprungstelle. TN01 geht meistens voraus und bahnt eine Spur durch den teilweise tiefen Schnee. An mehreren exponierten Stellen befreit er Sicherungsseile vom Schnee, damit wir diese benutzen können. Beide bewegen sich schnell und routiniert durch das Gelände. Es entsteht der Eindruck, dass sie den Weg und die Umgebung sehr gut kennen.

16 An der Absprungstelle angekommen befreien TN01 und TN02 gemeinsam die Plattform vom Schnee. Dabei sprechen und scherzen sie miteinander. Anschliessend packen beide ihr Material aus, kontrollieren ihre Ausrüstung und ziehen Wingsuit sowie Fallschirm an. Mehrere Abläufe wirken stark routiniert und wiederholen sich in ähnlicher Form. Dazu gehören insbesondere wiederholte Materialkontrollen, kurze Kontrollblicke auf die Ausrüstung sowie klar strukturierte Vorbereitungsschritte.

17 TN01 montiert zwei GoPro Kameras an seinem Helm, vorne und oben. TN02 befestigt eine Insta360 Kamera. Nach dem Einschalten der Kameras werden diese bis zum Sprung kaum mehr beachtet oder erwähnt. Beide richten ihre Aufmerksamkeit danach fast ausschliesslich auf die Vorbereitung des Sprungs.

18 Kurz vor dem Exit verändert sich die Atmosphäre sichtbar. Gespräche reduzieren sich auf kurze und funktionale Kommunikation. TN02 erklärt TN01 nochmals kurz den geplanten Ablauf des gemeinsamen Sprungs sowie die Fluglinie. TN01 bestätigt

1/4

mit einem kurzen Nicken. Anschliessend klappen beide ihre Visiere herunter. TN02 zählt den Absprung herunter: „3, 2, 1, see ya.“
Nach dem Absprung ist es für einige Sekunden sehr still. Ich beobachte, wie sich die Wingsuits langsam mit Luft füllen und beide Athleten zunehmend Vorwärtsgeschwindigkeit aufbauen. Sie fliegen ungefähr zwanzig Sekunden entlang der Felswand ins Tal hinaus, bevor sich ihre Fallschirme öffnen. Nach ungefähr dreissig Sekunden Schirmflug landen beide Athleten neben dem Parkplatz bei meinem Auto.

2. INTERAKTIONEN UND GRUPPENDYNAMIK

- *Wie koordinieren sich die Beteiligten?*
- *Wer übernimmt Initiative oder Führung?*
- *Wie wird Zustimmung, Unsicherheit oder Widerspruch geäussert?*
- *Gibt es Hierarchien oder informelle Rollen?*

Freitext:

- Die Interaktion zwischen TN01 und TN02 wirkt kollegial und eingespielt. Beide koordinieren sich mit wenig verbaler Kommunikation und scheinen viele Abläufe implizit zu kennen. Während des Zustiegs übernimmt TN01 häufig die Führung, insbesondere beim Spuren durch den Schnee sowie beim Freilegen der Sicherungsseile. TN02 und ich folgen seinen Bewegungen.
- Am Exit verschiebt sich die Rollenverteilung teilweise. TN02 übernimmt dort die Koordination des gemeinsamen Sprungs und erklärt kurz den Ablauf sowie das Timing des Exits. TN01 bestätigt zustimmend. Entscheidungen wirken schnell, routiniert und erfahrungsbasiert. Unsicherheiten oder Meinungsverschiedenheiten sind nicht sichtbar.
- Zwischen den beiden entsteht der Eindruck einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit ohne klar erkennbare Hierarchie. Beide übernehmen Verantwortung für ihr eigenes Material, ihre Vorbereitung sowie ihre Entscheidungen. Gleichzeitig scheint gegenseitiges Vertrauen eine wichtige Rolle zu spielen.

3. ATMOSPHÄRISCHE EINDRÜCKE

- *Wie wirkt die Stimmung im Verlauf?*
- *Gibt es Spannungs oder Entlastungsmomente?*
- *Welche Emotionen sind wahrnehmbar?*
- *Verändert sich die Atmosphäre vor, während oder nach einem Sprung?*

Freitext:

- Vom Parkplatz bis zur Absprungstelle wirkt die Stimmung insgesamt ruhig und gelassen. Während der Gondelfahrt und des Zustiegs beobachte ich Vorfreude und eine entspannte Atmosphäre. Beide sprechen offen miteinander und scherzen teilweise während des Aufstiegs.
- Mit zunehmender Nähe zur Absprungstelle verändert sich die Atmosphäre spürbar. Während der Vorbereitung des Materials sprechen beide deutlich weniger. Die

Stimmung wirkt konzentrierter und fokussierter, jedoch nicht hektisch oder nervös. Besonders auffällig ist die ruhige und kontrollierte Art, mit der beide Athleten ihre Vorbereitung durchführen.

- 36 Kurz vor dem Exit entsteht ein intensiver, gleichzeitig aber kontrollierter Moment. Nach dem Absprung verändert sich die Atmosphäre erneut deutlich. Die zuvor konzentrierte Spannung weicht bei mir einer Mischung aus Begeisterung, Faszination und Erleichterung.

37 4. IRRITATIONEN, ÜBERRASCHUNGEN, OFFENE BEOBACHTUNGEN

- 38 • *Was hat mich überrascht?*

- 39 • *Wo passt etwas nicht zu meinen bisherigen Annahmen?*

- 40 • *Welche Situationen erscheinen erklärungsbedürftig?*

- 41 • *Welche Fragen entstehen spontan?*

42 Freitext:

- 43 Überraschend wirkt insbesondere die geringe Aufmerksamkeit, welche die Kameras während der Vorbereitung erhalten. Obwohl mehrere Kameras sichtbar montiert werden und die Aufnahmen offensichtlich Teil des Sprungs sind, stehen diese nicht im Zentrum der Situation. Nach dem Einschalten der Kameras werden sie kaum mehr überprüft oder thematisiert. Die Kameras wirken weniger wie ein spezielles Ereignis, sondern vielmehr wie ein selbstverständlicher Bestandteil der Praxis.

- 44 Ebenfalls überraschend ist die Ruhe und Routine während der gesamten Vorbereitung sowie unmittelbar vor dem Exit. Viele Abläufe wirken automatisiert und kontrolliert. Die Athleten bewegen sich an exponierten Stellen mit grosser Selbstverständlichkeit und wirken mit den Bedingungen sehr vertraut.

- 45 Nicht zu meinen ursprünglichen Erwartungen passt zudem, dass weder vor noch nach dem Sprung sichtbar Social Media Inhalte produziert, überprüft oder gepostet werden. Der Fokus scheint vor Ort stärker auf dem Sprung selbst sowie auf der situativen Durchführung zu liegen.

- 46 Fragen ergeben sich insbesondere hinsichtlich der Rolle von Erfahrung und Gewöhnung. Offen bleibt für mich, wie sich wiederholte Exposition gegenüber solchen Situationen langfristig auf Risikowahrnehmung und Nervosität auswirkt.

47 5. EIGENE POSITION UND REFLEXION

- 48 • *Wie werde ich wahrgenommen?*

- 49 • *Beeinflusst meine Anwesenheit das Geschehen?*

- 50 • *Welche Erwartungen bringe ich selbst mit?*

- 51 • *Welche emotionalen Reaktionen löst die Situation bei mir aus?*

52 Freitext:

- 53 Ich versuche während der Beobachtung möglichst passiv zu bleiben und den Ablauf nicht zu beeinflussen. Beim Zustieg warten TN01 und TN02 mehrmals auf mich. TN01 bietet mir aufgrund des tiefen Schnees sogar seine Steigeisen an. Während der Vorbereitung an der Absprungstelle halte ich bewusst Abstand und beobachte

hauptsächlich.

- 54 Kurz vor dem Exit frage ich die beiden, ob ich ebenfalls zur Plattform hinunterkommen kann. Sie reagieren offen und selbstverständlich auf meine Anwesenheit. Insgesamt habe ich den Eindruck, dass ich akzeptiert werde und meine Präsenz den Ablauf nicht wesentlich verändert.
- 55 Ich selbst nehme die Situation gleichzeitig mit Nervosität und grosser Begeisterung wahr. Besonders beim Absprung empfinde ich starke Anspannung und Faszination zugleich. Nachdem die beiden abgesprungen sind, reagiere ich spontan mit Lachen und Begeisterung. Der Kontrast zwischen meiner eigenen Wahrnehmung der Situation und der ruhigen Durchführung durch die Athleten bleibt für mich besonders eindrücklich.
- 56 Vor der Beobachtung erwartete ich stärkere sichtbare Nervosität sowie eine deutlich stärkere Fokussierung auf mediale Dokumentation und Social Media. Stattdessen wirkt die Situation insgesamt routinierter, ruhiger und stärker auf situative Kontrolle ausgerichtet, als ich angenommen hatte.

57 6. ANALYTISCHES MEMO

58 *Erste vorsichtige Verdichtungen und Hypothesen. Noch keine festen Kategorien festlegen.*

- 59 • *Welche Muster könnten sich andeuten?*
- 60 • *Welche Themen erscheinen wiederkehrend?*
- 61 • *Welche Aspekte sollten in Interviews vertieft werden?*

62 *Freitext:*

- 63 Die Beobachtung deutet darauf hin, dass Risiko innerhalb der Praxis stark über Erfahrung, Routine und situative Kontrolle verarbeitet wird. Der potenziell gefährliche Charakter des Sprungs steht in deutlichem Kontrast zur ruhigen und routinierten Durchführung.
- 64 Auffällig erscheint zudem die Normalisierung medialer Technologien innerhalb der Praxis. Kameras sind selbstverständlich Teil der Vorbereitung und des Sprungs, erhalten jedoch deutlich weniger Aufmerksamkeit als erwartet. Die mediale Dokumentation scheint weniger als eigenständiges Ereignis wahrgenommen zu werden, sondern vielmehr als integrierter Bestandteil der sportlichen Praxis.
- 65 Wiederkehrend zeigen sich Themen wie Erfahrungswissen, implizite Sicherheitspraktiken, lokale Szenekenntnis, Vertrauen sowie die Normalisierung von Risiko. Gleichzeitig deutet die Beobachtung auf eine informelle Sicherheitskultur hin, die weniger über explizite Regeln als über routinierte Handlungen, gegenseitiges Vertrauen und situative Einschätzung organisiert ist.
- 66 Für weitere Interviews erscheint insbesondere relevant, wie Athlet:innen den Zusammenhang zwischen Routine, Risikowahrnehmung, Kameranutzung, Sichtbarkeit und Social Media selbst beschreiben. Ebenfalls interessant erscheint die Frage, welche Rolle mediale Dokumentation tatsächlich während der Praxis spielt und wie stark diese Entscheidungen oder Wahrnehmungen beeinflusst.

Anhang J: BEOB02 - Beobachtungsprotokoll TN03

1 BEOBACHTUNG: TN03

2 [BEOBACHTUNG_INFO]

3 **Beobachtung-ID:** BEOB02

Datum: 25.04.2026

Ort: Meiringen & Isenfluh (Lauterbrunnen)

Pseudonym: TN03

Dauer: ca. 3h

Setting: Begleitung auf 1 Sprung

4 [BEOBACHTUNG_START]

5 1. DICHTe SITUATIONSBEschREIBUNG

6 *Beschreibe das Geschehen chronologisch und möglichst nah an der Situation.*

7 *Vermeide Interpretation und Bewertung.*

- 8 • Was passiert?
- 9 • Wer interagiert mit wem?
- 10 • Welche Handlungen sind sichtbar?
- 11 • Welche Abläufe wiederholen sich?
- 12 • Welche nonverbalen Signale sind erkennbar?

13 *Freitext:*

14 Nach dem Interview in Interlaken holt TN03 sein Material aus dem Van und fragt, ob wir gemeinsam mit meinem Auto zur Absprungstelle fahren können. Er verstaut seinen Wingsuit im Kofferraum und setzt sich neben mich ins Auto. Während der Fahrt Richtung Meiringen erzählt er von seiner Karriere, seinen bisherigen Sprüngen sowie seiner aktuellen Tätigkeit im Wingsuit BASE Jumping. Er spricht über seine Arbeit als professioneller Athlet und Instruktor sowie über seine Leidenschaft, Wissen weiterzugeben.

15 Die ursprünglich geplante Absprungstelle bei Axalp ist aufgrund einer Baustelle nicht erreichbar. Nach kurzer Überlegung entscheidet TN03 spontan, eine alternative Absprungstelle zu wählen. Während der Fahrt diskutieren wir verschiedene Optionen. Er fragt mich, ob ich Kletterausrüstung dabei habe, damit ich mich an der späteren Absprungstelle sichern kann.

16 Wir fahren anschliessend Richtung Lauterbrunnental nach Isenfluh. Dort parkieren wir bei der Gondelstation und fahren mit einer kleinen Gondel nach oben. TN03 scheint die Mitarbeitenden vor Ort zu kennen. Während des gesamten Aufstiegs spricht er ruhig und bewegt sich selbstverständlich in der Umgebung. Oben angekommen laufen wir weiter zur Absprungstelle. Unterwegs zeigt er mir eine weitere, weniger bekannte Exit Stelle, die er bewusst nicht öffentlich machen möchte.

17 Mehrere Abläufe wirken stark routiniert und wiederholen sich in ähnlicher Form. Dazu gehören insbesondere das wiederholte Kontrollieren des Equipments sowie kurze Phasen konzentrierter Vorbereitung unmittelbar vor dem Sprung. TN03 überprüft seinen Pilot Chute erneut, richtet sein Material mehrfach aus und bewegt sich insgesamt sehr kontrolliert und ruhig.

18 Während des gesamten Nachmittags nimmt TN03 sein Handy mehrmals kurz hervor. Teilweise überprüft er Winddaten über eine App, teilweise schreibt er kurze Nachrichten. Die Nutzung dauert jeweils nur wenige Sekunden, anschliessend verstaut er das Handy

1/5

wieder in der Hosentasche. Die Interaktionen wirken funktional und nicht länger ablenkend.

An der Absprungstelle bereitet TN03 sein Equipment vor. Er kontrolliert den Pilot Chute erneut, zieht den Wingsuit an und montiert seine Kamera am Helm. Er fragt mich, ob ich eine Aufnahme des Sprungs möchte und ob ich Hoch oder Querformat bevorzuge. Anschliessend bewegt er sich konzentriert Richtung Exit.

19 Kurz vor dem Exit verändert sich seine Körpersprache sichtbar. Er spricht deutlich weniger, bewegt sich langsamer und richtet seine Aufmerksamkeit fast ausschliesslich auf das Equipment sowie die Absprungstelle.

20 Über ein Sicherungsseil steigen wir gemeinsam einige Meter zur eigentlichen Absprungstelle hinunter. TN03 bleibt ruhig und konzentriert. Kurz vor dem Absprung gibt er mir ein High Five, zählt herunter und springt ab. Während des Flugs beobachte ich, wie er nahe an den Baumspitzen entlang Richtung Zweilütschinen fliegt, kurz Höhe gewinnt und anschliessend den Fallschirm öffnet. Nach der Landung schreibt er mir direkt, dass er sicher angekommen sei.

21 2. INTERAKTIONEN UND GRUPPENDYNAMIK

22 • Wie koordinieren sich die Beteiligten?

23 • Wer übernimmt Initiative oder Führung?

24 • Wie wird Zustimmung, Unsicherheit oder Widerspruch geäussert?

25 • Gibt es Hierarchien oder informelle Rollen?

26 *Freitext:*

27 TN03 übernimmt während des gesamten Nachmittags klar die Initiative. Er entscheidet über die Wahl der Absprungstelle, beurteilt die Bedingungen und erklärt mir situativ verschiedene Abläufe. Gleichzeitig wirkt die Interaktion offen und kollegial. Er beantwortet meine Fragen ausführlich und scheint grundsätzlich interessiert daran, Einblicke in seine Praxis zu geben.

28 In sicherheitsrelevanten Situationen übernimmt TN03 klar die Führung. Dies zeigt sich insbesondere bei der Auswahl der Route zur Absprungstelle sowie bei der Instruktion zur Verwendung des Sicherungsseils. Unsicherheiten oder Zweifel äussert er kaum sichtbar. Entscheidungen wirken schnell, routiniert und erfahrungsbasiert.

29 Zwischen uns entsteht im Verlauf eine klare informelle Rollenverteilung. TN03 übernimmt die Rolle des erfahrenen Athleten und lokalen Experten, während ich primär beobachte, Fragen stelle und seinen Einschätzungen folge. Zustimmung erfolgt meist direkt und ohne längere Diskussionen. Unsicherheiten werden kaum verbalisiert, sondern eher über kurze Überlegungsphasen oder situative Anpassungen sichtbar, beispielsweise bei der spontanen Änderung der Absprungstelle.

30 Auffällig ist zudem seine lokale Vernetzung. Er scheint Personen an der Gondelstation zu kennen und bewegt sich selbstverständlich in der Umgebung. Dadurch entsteht der Eindruck einer starken Vertrautheit mit Ort und Szene.

31 3. ATMOSPHÄRISCHE EINDRÜCKE

32 • Wie wirkt die Stimmung im Verlauf?

33 • Gibt es Spannungs- oder Entlastungsmomente?

- 34 • Welche Emotionen sind wahrnehmbar?
- 35 • Verändert sich die Atmosphäre vor, während oder nach einem Sprung?

36 *Freitext:*

37 Die Stimmung während der Autofahrt wirkt ruhig und entspannt. TN03 spricht offen über seine Erfahrungen und wirkt dabei reflektiert und routiniert. Mit zunehmender Nähe zur Absprungstelle verändert sich die Atmosphäre spürbar. Während TN03 zunehmend fokussiert und konzentriert wirkt, nehme ich selbst eine steigende Anspannung wahr.

An der Absprungstelle entsteht eine sehr ruhige und konzentrierte Atmosphäre. Gespräche reduzieren sich auf das Wesentliche. Besonders kurz vor dem Exit wirkt der Moment intensiv und angespannt, gleichzeitig aber kontrolliert.

Nach dem Öffnen des Fallschirms verändert sich die Atmosphäre deutlich. Die zuvor angespannte und konzentrierte Stimmung weicht bei mir einer Mischung aus Erleichterung, Faszination und Neugier. Besonders der Kontrast zwischen meiner Wahrnehmung der Situation und der ruhigen Durchführung bleibt für mich präsent.

38 4. IRRITATIONEN, ÜBERRASCHUNGEN, OFFENE BEOBACHTUNGEN

- 39 • Was hat mich überrascht?
- 40 • Wo passt etwas nicht zu meinen bisherigen Annahmen?
- 41 • Welche Situationen erscheinen erklärungsbedürftig?
- 42 • Welche Fragen entstehen spontan?

43 *Freitext:*

44 Überraschend wirkt insbesondere die Ruhe und Selbstverständlichkeit, mit der TN03 den gesamten Ablauf organisiert. Trotz der potenziell gefährlichen Situation entsteht kaum Hektik oder sichtbare Nervosität. Gleichzeitig fällt auf, wie flexibel Entscheidungen getroffen werden. Die ursprünglich geplante Absprungstelle wird relativ spontan geändert, ohne dass dies sichtbar Stress auslöst.

45 Ebenfalls auffällig ist die starke lokale Verankerung und Vertrautheit mit bestimmten Orten. Gleichzeitig existieren innerhalb der Szene offenbar informelle Regeln bezüglich geheimer oder weniger bekannter Absprungstellen, die bewusst nicht öffentlich kommuniziert werden.

46 Überraschend wirkt zudem die Rolle der Kamera. Obwohl die Aufnahme des Sprungs selbstverständlich Teil der Vorbereitung ist, steht sie nicht dauerhaft im Zentrum der Situation. Die Kamera wirkt weniger wie ein spezielles Ereignis, sondern vielmehr wie ein normalisierter Bestandteil der Praxis. Gleichzeitig bleibt für mich offen, welchen Einfluss die spätere Verwendung solcher Aufnahmen auf Entscheidungsprozesse oder Risikowahrnehmung haben kann.

47 Fragen ergeben sich insbesondere hinsichtlich der Rolle von Routine und Erfahrung. Der Sprung wirkt auf mich potenziell extrem gefährlich, wird von TN03 jedoch mit grosser Ruhe durchgeführt. Offen bleibt für mich, wie stark sich Risikowahrnehmung durch Erfahrung verändert und inwiefern mediale Dokumentation dabei eine Rolle spielt.

48 **5. EIGENE POSITION UND REFLEXION**

- 49 • *Wie werde ich wahrgenommen?*
50 • *Beeinflusst meine Anwesenheit das Geschehen?*
51 • *Welche Erwartungen bringe ich selbst mit?*
52 • *Welche emotionalen Reaktionen löst die Situation bei mir aus?*

53 **Freitext:**

- 54 Ich werde von P03 offen und freundlich aufgenommen. Meine Anwesenheit scheint den Ablauf grundsätzlich nicht stark zu verändern. Gleichzeitig nehme ich wahr, dass er mir gewisse Dinge erklärt oder zeigt, die möglicherweise ohne meine Anwesenheit weniger thematisiert worden wären.
- 55 Ich selbst begegne der Situation mit grosser Neugier, aber auch zunehmender Nervosität. Besonders beim Abstieg zur Absprungstelle sowie unmittelbar vor dem Sprung nehme ich meine eigene Anspannung deutlich wahr. Gleichzeitig fasziniert mich die Ruhe und Kontrolle, die P03 in dieser Situation ausstrahlt.
- 56 Vor der Beobachtung erwartete ich stärkere sichtbare Nervosität sowie eine deutlich stärkere Fokussierung auf mediale Dokumentation und Social Media. Stattdessen wirkt die Situation insgesamt ruhiger, routinierter und stärker auf situative Kontrolle ausgerichtet, als ich angenommen hatte.
- 57 Ich merke zudem, dass ich teilweise dazu neige, das Verhalten aus meiner eigenen Perspektive als stärker riskant wahrzunehmen, während P03 den Ablauf offensichtlich als kontrollierbar interpretiert.

58 **6. ANALYTISCHES MEMO**

59 *Erste vorsichtige Verdichtungen und Hypothesen. Noch keine festen Kategorien festlegen.*

- 60 • *Welche Muster könnten sich andeuten?*
61 • *Welche Themen erscheinen wiederkehrend?*
62 • *Welche Aspekte sollten in Interviews vertieft werden?*

63 **Freitext:**

- 64 Die Beobachtung deutet darauf hin, dass Risiko innerhalb der Praxis stark über Erfahrung, Routine und situative Kontrolle verarbeitet wird. Der potenziell gefährliche Charakter des Sprungs steht in deutlichem Kontrast zur ruhigen und routinierten Durchführung.
- 65 Auffällig erscheint zudem die enge Verbindung zwischen sportlicher Praxis und medialer Dokumentation. Die Kamera ist selbstverständlich Teil der Vorbereitung und wird situativ in den Ablauf integriert. Gleichzeitig scheint die mediale Aufnahme den Sprung nicht offensichtlich zu dominieren, sondern vielmehr als normalisierter Bestandteil der Praxis zu fungieren.
- 66 Wiederkehrend zeigen sich Themen wie Erfahrungswissen, informelle Sicherheitspraktiken, lokale Szenekenntnis sowie die Normalisierung von Risiko. Für die Interviews erscheint insbesondere relevant, wie Athlet:innen selbst den Zusammenhang zwischen Routine, Risikowahrnehmung, Sichtbarkeit und medialer Dokumentation beschreiben.
- 67 Darüber hinaus deutet die Beobachtung auf eine stark informell organisierte

Sicherheitskultur hin. Sicherheitspraktiken zeigen sich weniger über explizite Regeln, sondern vielmehr über routinierte Handlungen, Erfahrungswissen und situative Einschätzungen. Dazu gehören wiederholte Materialkontrollen, lokale Ortskenntnis sowie die bewusste Entscheidung, bestimmte Absprungstellen nicht öffentlich zu kommunizieren. Gleichzeitig scheint Vertrauen in die eigene Erfahrung eine zentrale Rolle bei der Wahrnehmung von Kontrolle und Sicherheit zu spielen.

1 **BEOBACHTUNG: TN05**

2 **[BEOBACHTUNG_INFO]**

3 **Beobachtung-ID:** BEOB03
Datum: 25.05.2026
Ort: Lauterbrunnen, BE
Pseudonym: TN05
Dauer: ca. 2h
Setting: Begleitung auf 1 Sprung

4 **[BEOBACHTUNG_START]**

5 **1. DICHTSITUATIONSBEREICH**

6 *Beschreibe das Geschehen chronologisch und möglichst nah an der Situation.*

7 *Vermeide Interpretation und Bewertung.*

- 8 • Was passiert?
- 9 • Wer interagiert mit wem?
- 10 • Welche Handlungen sind sichtbar?
- 11 • Welche Abläufe wiederholen sich?
- 12 • Welche nonverbalen Signale sind erkennbar?

13 **Freitext:**

14 Der Beobachtungstag begann um 14:00 Uhr in Stechelberg im Lauterbrunnental mit einem leitfadengestützten Interview mit dem Teilnehmer. Nach dem etwa einstündigen Gespräch bewegten sich der Beobachtende und der Teilnehmer gemeinsam Richtung Gondelstation und anschliessend mit der Gondel nach Mürren. Von dort aus erfolgte der Zustieg zu einem Wingsuit BASE Exit oberhalb einer Baumlichtung.

15 Der Teilnehmer bereitete sich routiniert auf den Sprung vor, zog seinen Wingsuit an, führte mehrere Material und Gear Checks durch und meldete den Sprung über die App der Swiss BASE Association an. Anschliessend erfolgte der Absprung innerhalb des zugewiesenen Zeitfensters. Der Flug verlief kontrolliert, der Fallschirm wurde sicher geöffnet und der Teilnehmer landete problemlos im Tal.

16 **Wer interagiert mit wem?**

17 Der Beobachtende und der Teilnehmer interagierten während des gesamten Nachmittags kontinuierlich miteinander. Bereits im Interview entstand ein offener und angenehmer Austausch. Während des Zustiegs fanden ruhige Gespräche statt. Am Exit reduzierte sich die verbale Kommunikation deutlich. Dort überwogen Konzentration, Routine und die unmittelbare Vorbereitung auf den Sprung.

18 Die einzige weitere indirekte Interaktion erfolgte über die digitale Anmeldung des Sprungs bei der Swiss BASE Association, welche die Koordination mit dem Luftraum und anderen Luftsportakteur:innen sicherstellt.

19 **Welche Handlungen sind sichtbar?**

20 Mehrere zentrale Handlungen waren sichtbar:

- 21 • Transport und Organisation des Equipments
- 22 • Vorbereitung des Wingsuits und des Materials

- 23 • Durchführung routinierter Sicherheitschecks
- 24 • Anmeldung des Sprungs via App
- 25 • Konzentrationsphase vor dem Exit
- 26 • kontrollierter Absprung
- 27 • Übergang in den Gleitflug
- 28 • sichere Schirmöffnung und Landung
- 29 Besonders auffällig war die Ruhe und Routiniertheit des Teilnehmers während sämtlicher Abläufe.
- 30 **Welche Abläufe wiederholen sich?**
- 31 Wiederkehrend sichtbar waren:
- 32 • strukturierte Materialkontrollen
- 33 • routinierte Sicherheitschecks
- 34 • bewusst ruhiges Verhalten vor dem Sprung
- 35 • standardisierte Abläufe bei der Vorbereitung
- 36 • kontrollierte und nicht hektische Bewegungen
- 37 Die Handlungen wirkten eingeübt und stark ritualisiert.
- 38 **Welche Atmosphäre, Signale oder Zeichen sind erkennbar?**
- 39 Die Atmosphäre war insgesamt ruhig, konzentriert und kontrolliert. Es gab keine sichtbare Hektik oder starke Nervosität. Der Teilnehmer wirkte fokussiert und gleichzeitig gelassen.
- 40 Auffällig war zudem die starke Präsenz von Sponsoren durch Kleidung, Wingsuit, Helm und weiteres Equipment. Obwohl keine Kamera verwendet wurde, waren die Sponsoring Strukturen materiell sichtbar.
- 41 Der Exit selbst wirkte ruhig und beinahe isoliert. Nach dem Absprung entstand beim Beobachtenden kurzzeitig ein Gefühl von Einsamkeit und Unheimlichkeit, als er alleine am Exit zurückblieb.
- 42 **2. INTERAKTIONEN UND GRUPPENDYNAMIK**
- 43 • *Wie koordinieren sich die Beteiligten?*
- 44 • *Wer übernimmt Initiative oder Führung?*
- 45 • *Wie wird Zustimmung, Unsicherheit oder Widerspruch geäußert?*
- 46 • *Gibt es Hierarchien oder informelle Rollen?*
- 47 **Freitext:**
- 48 **Wie koordinieren sich die Beteiligten?**
- 49 Die Koordination erfolgte informell, ruhig und effizient. Der Teilnehmer übernahm die Führung während des Zustiegs und orientierte sich sicher im Gelände. Entscheidungen und Abläufe mussten kaum verbal erklärt werden.
- 50 Vor dem Sprung koordinierte der Teilnehmer seinen Exit zusätzlich digital über die Swiss BASE Association App. Dadurch wurde der Sprung zeitlich mit anderen Luftverkehrsteilnehmenden abgestimmt.

51 **Wer übernimmt Initiative oder Führung?**

52 Der Teilnehmer übernahm klar die Führungsrolle:

- 53 • Er bestimmte das Tempo des Zustiegs.
- 54 • Er leitete die Vorbereitung am Exit.
- 55 • Er koordinierte den Zeitpunkt des Sprungs.
- 56 • Er entschied selbstständig über Material und Timing.

57 Der Beobachtende nahm primär eine begleitende und dokumentierende Rolle ein.

58 **Wird Zustimmung, Unsicherheit oder Widerspruch sichtbar?**

59 Unsicherheit oder Widerspruch waren kaum sichtbar. Das Verhalten des Teilnehmers wirkte routiniert und souverän. Zustimmung zeigte sich implizit über die ruhige Zusammenarbeit und das gegenseitige Vertrauen.

60 Lediglich beim Beobachtenden entstand situativ Überraschung darüber, dass der Teilnehmer keine Kamera mitführte, obwohl Sponsoring und Social Media zuvor im Interview thematisiert worden waren.

61 Gibt es Hierarchien oder informelle Rollen?

62 Es zeigte sich eine klare informelle Rollenverteilung:

63 Teilnehmer als erfahrene, routinierte Athletenperson

64 Beobachtender als begleitende dokumentierende Person

65 Die Expertise des Teilnehmers wurde insbesondere durch sein Verhalten im Gelände, seine Routine sowie seine Kenntnis der Abläufe sichtbar.

66 **3. ATMOSPHÄRISCHE EINDRÜCKE**

67 • *Wie wirkt die Stimmung im Verlauf?*

68 • *Gibt es Spannungs- oder Entlastungsmomente?*

69 • *Welche Emotionen sind wahrnehmbar?*

70 • *Verändert sich die Atmosphäre vor, während oder nach einem Sprung?*

71 **Freitext:**

72 **Wie wirkt die Stimmung im Feld?**

73 Die Stimmung wirkte ruhig, konzentriert und kontrolliert. Während des Zustiegs bestand eine entspannte Gesprächsatmosphäre. Je näher der Exit rückte, desto fokussierter und stiller wurde die Situation.

74 Am Exit dominierte Konzentration und Routine statt sichtbarer Nervosität oder Aufregung.

75 Gibt es Spannungen oder Entlastungsmomente?

76 Starke Spannungen waren kaum wahrnehmbar. Die Situation wirkte kontrolliert und routiniert.

77 Ein deutlicher Entlastungsmoment entstand beim Beobachtenden nach der sicheren Schirmöffnung im Tal. Erst in diesem Moment entstand das Gefühl, dass "alles gut gegangen ist".

78 **Welche Emotionen sind wahrnehmbar?**

79 Beim Teilnehmer waren vor allem folgende Emotionen erkennbar:

- 80 • Vorfreude
- 81 • Konzentration
- 82 • Ruhe
- 83 • Fokussierung

84 Kurz vor dem Absprung zeigte er ein Lächeln und wirkte positiv gespannt auf den Sprung.

85 Beim Beobachtenden entstanden:

- 86 • Bewunderung
- 87 • Faszination
- 88 • leichte Anspannung vor dem Exit
- 89 • Entlastung nach der Schirmöffnung
- 90 • kurzzeitiges Gefühl von Isolation nach dem Absprung

91 **Verändert sich die Atmosphäre vor, während oder nach einem Sprung?**

92 Ja.

93 Vor dem Sprung war die Atmosphäre kommunikativ und ruhig.
Am Exit wurde sie deutlich konzentrierter und stiller.
Während des Countdowns entstand ein fokussierter, fast ritualisierter Moment.
Nach dem Absprung wandelte sich die Atmosphäre in Ruhe und Leere, da der Beobachtende alleine am Exit zurückblieb.

94 Gleichzeitig blieb der Gesamteindruck kontrolliert und wenig hektisch.

95 **4. IRRITATIONEN, ÜBERRASCHUNGEN, OFFENE BEOBACHTUNGEN**

- 96 • *Was hat mich überrascht?*
- 97 • *Wo passt etwas nicht zu meinen bisherigen Annahmen?*
- 98 • *Welche Situationen erscheinen erklärungsbedürftig?*
- 99 • *Welche Fragen entstehen spontan?*

100 *Freitext:*

101 **Welche Sicherheitspraktiken sind sichtbar?**

102 Mehrere konkrete Sicherheitspraktiken waren während der Beobachtung sichtbar:

- 103 • strukturierte Vorbereitung des Materials
- 104 • mehrfache Gear Checks vor dem Sprung
- 105 • kontrolliertes und nicht hektisches Verhalten
- 106 • digitale Anmeldung des Sprungs über die Swiss BASE Association App
- 107 • Einhaltung des zugewiesenen Zeitfensters für den Luftraum
- 108 • routinierte Vorbereitung des Wingsuits
- 109 • bewusste Konzentrationsphase vor dem Exit

4/8

- 110 Die Sicherheitspraktiken wirkten stark ritualisiert und routiniert. Der Teilnehmer überprüfte sein Material sorgfältig und verhielt sich während der gesamten Vorbereitung kontrolliert.
- 111 **Wie wird mit Risiko umgegangen?**
- 112 Der Umgang mit Risiko wirkte reflektiert und kalkuliert. Der Teilnehmer beschrieb den Sprung bereits im Vorhinein als routiniert. Auch situativ war keine impulsive oder spektakelorientierte Handlung sichtbar.
- 113 Die Vorbereitung verlief ruhig und methodisch. Entscheidungen wirkten geplant und nicht spontan. Risiko wurde nicht sichtbar gesucht oder inszeniert, sondern eher kontrolliert verwaltet.
- 114 Gleichzeitig blieb das objektive Risiko des Sports stets präsent, insbesondere durch:
- 115 • die Umgebung am Exit
 - 116 • die Nähe zur Wand
 - 117 • den notwendigen präzisen Ablauf
 - 118 • die starke Konzentration vor dem Absprung
- 119 **Gibt es Hinweise auf implizite Regeln oder Normen?**
- 120 Ja.
- 121 Es wurden mehrere implizite Regeln sichtbar:
- 122 • sorgfältige Materialkontrollen gehören selbstverständlich dazu
 - 123 • Konzentration vor dem Exit wird respektiert
 - 124 • unnötige Gespräche kurz vor dem Sprung werden reduziert
 - 125 • Sprünge werden koordiniert und nicht spontan durchgeführt
 - 126 • erfahrene Springer:innen bewegen sich ruhig und kontrolliert
- 127 Zudem zeigte sich eine implizite Norm der Eigenverantwortung. Der Teilnehmer organisierte sämtliche Abläufe selbstständig und autonom.
- 128 **Welche Rolle spielen Erfahrung und Routine?**
- 129 Erfahrung und Routine waren zentral sichtbar.
- 130 Dies zeigte sich unter anderem durch:
- 131 • sichere Orientierung im Gelände
 - 132 • schnelles und routiniertes Vorbereiten des Equipments
 - 133 • ruhige Körpersprache
 - 134 • kontrollierte Bewegungsabläufe
 - 135 • fehlende sichtbare Nervosität
 - 136 • strukturierte Durchführung aller Schritte
- 137 Der gesamte Ablauf wirkte stark habitualisiert. Viele Handlungen schienen automatisiert und eingeübt.

138 **5. EIGENE POSITION UND REFLEXION**

139 • *Wie werde ich wahrgenommen?*

140 • *Beeinflusst meine Anwesenheit das Geschehen?*

141 • *Welche Erwartungen bringe ich selbst mit?*

142 • *Welche emotionalen Reaktionen löst die Situation bei mir aus?*

143 **Freitext:**

144 **Welche Rolle spielen Kameras oder Smartphones?**

145 Das Smartphone spielte funktional eine Rolle zur Anmeldung des Sprungs über die Swiss BASE Association App.

146 Auffällig war hingegen die Abwesenheit einer aktiven Kamera. Obwohl der Helm des Teilnehmers über einen GoPro Mount verfügte, war keine Kamera montiert. Dies widersprach teilweise der Erwartung des Beobachtenden, dass BASE Sprünge routinemässig aufgezeichnet werden.

147 Die einzige aktive Kamera vor Ort gehörte dem Beobachtenden.

148 **Wird der Sprung sichtbar für Social Media mitgedacht?**

149 Während der Beobachtung entstand nicht der Eindruck, dass der konkrete Sprung primär für Social Media produziert wurde.

150 Der Teilnehmer verhielt sich:

151 • ruhig

152 • routiniert

153 • wenig performativ

154 • nicht sichtbar kamerafokussiert

155 Auch wurden keine zusätzlichen filmischen Inszenierungen sichtbar.

156 Dennoch blieb Social Media indirekt präsent:

157 durch gesponsertes Equipment

158 durch Sponsor:innen Logos und Patches

159 durch die spätere Nutzung der Bilder in einer Instagram Story

160 **Welche Hinweise auf Sponsoring oder Selbstdarstellung sind sichtbar?**

161 Sponsoring war materiell sehr präsent:

162 • Wingsuit

163 • Helm

164 • Kleidung

165 • weiteres Equipment

166 Alle sichtbaren Marken entsprachen den Sponsor:innen, die der Teilnehmer bereits im Interview erwähnt hatte.

167 Der Teilnehmer verkörperte dadurch sichtbar die Rolle eines gesponserten Athleten, obwohl dies während des eigentlichen Sprungs nicht aktiv inszeniert wurde.

- 168 Selbstdarstellung wirkte insgesamt eher indirekt und nicht dominant performativ.
- 169 **Wie wirkt sich mediale Sichtbarkeit auf das Verhalten aus?**
- 170 Während der Beobachtung wirkte mediale Sichtbarkeit nur begrenzt handlungsleitend.
- 171 Der Teilnehmer zeigte:
- 172 • keine aktive Kameranutzung
 - 173 • keine offensichtliche Selbstinszenierung
 - 174 • keine zusätzliche Risikobereitschaft für Bilder oder Aufnahmen
- 175 Dies überraschte den Beobachtenden, insbesondere im Kontrast zur starken Präsenz von Sponsoring.
- 176 Im Nachgang wurden die vom Beobachtenden aufgenommenen Bilder jedoch in einer Instagram Story verwendet. Dadurch wurde sichtbar, dass mediale Sichtbarkeit zwar nicht zwingend den Sprung selbst beeinflussen muss, aber dennoch Teil der sportlichen Praxis bleibt.
- 177 **6. ANALYTISCHES MEMO**
- 178 *Erste vorsichtige Verdichtungen und Hypothesen. Noch keine festen Kategorien festlegen.*
- 179 • Welche Muster könnten sich andeuten?
 - 180 • Welche Themen erscheinen wiederkehrend?
 - 181 • Welche Aspekte sollten in Interviews vertieft werden?
- 182 *Freitext:*
- 183 **Welche zentralen Beobachtungen erscheinen besonders relevant?**
- 184 Besonders relevant erscheint die Diskrepanz zwischen sichtbarer Sponsoring Präsenz und gleichzeitig geringer aktiver Medieninszenierung während des Sprungs.
- 185 Obwohl der Teilnehmer stark in Sponsoring Strukturen eingebunden war, stand die Kamera während des eigentlichen Sprungs nicht im Zentrum.
- 186 Ebenso auffällig war:
- 187 • die starke Routinisierung der Abläufe
 - 188 • die ruhige Atmosphäre
 - 189 • die geringe sichtbare Nervosität
 - 190 • die ritualisierte Sicherheitsvorbereitung
- 191 Der Sprung wirkte insgesamt weniger spektakulär performativ als vielmehr kontrolliert und professionell.
- 192 **Welche Spannungsfelder werden sichtbar?**
- 193 Mehrere Spannungsfelder wurden sichtbar:
- 194 • Sponsoring versus authentische Sportpraxis
 - 195 • mediale Sichtbarkeit versus tatsächliche Alltagspraxis

- 196 • objektives Risiko versus subjektive Routine
- 197 • spektakuläre Aussenwirkung versus ruhige Durchführung
- 198 Besonders interessant war, dass der Teilnehmer trotz Sponsoring offenbar zwischen "alltagsroutinierten" und "medial relevanten" Sprüngen unterschied.
- 199 **Was überrascht oder irritiert?**
- 200 Überraschend war insbesondere:
 - 201 • das Fehlen einer Kamera trotz Sponsoring
 - 202 • die geringe mediale Inszenierung
 - 203 • die Ruhe vor dem Sprung
 - 204 • die scheinbar geringe Nervosität trotz objektiv hohem Risiko
- 205 Der Beobachtende hatte erwartet, dass der Sprung stärker dokumentiert oder performativ begleitet würde.
- 206 Ebenso entstand die Frage, ob erfahrene Springer:innen nach sehr vielen Sprüngen tatsächlich kaum mehr Nervosität empfinden oder ob diese Emotionen lediglich weniger sichtbar werden.
- 207 Welche ersten analytischen Interpretationen ergeben sich?
- 208 Die Beobachtung deutet darauf hin, dass Social Media und Sponsoring zwar strukturell präsent sind, aber nicht zwangsläufig jeden einzelnen Sprung direkt beeinflussen.
- 209 Der konkrete Sprung wirkte eher:
 - 210 • routiniert
 - 211 • habitualisiert
 - 212 • professionell
 - 213 • kontrolliert
- 214 Die Sichtbarkeit scheint selektiv hergestellt zu werden. Nicht jeder Sprung wird automatisch als medial verwertbarer Content verstanden.
- 215 Zudem deutet die Beobachtung darauf hin, dass Erfahrung eine wichtige Rolle bei der Normalisierung von Risiko spielt. Der Teilnehmer bewegte sich in einem objektiv gefährlichen Umfeld mit bemerkenswerter Ruhe und Routine.
- 216 Gleichzeitig blieb die symbolische Präsenz von Sponsoring während des gesamten Beobachtungstags sichtbar, selbst wenn keine aktive mediale Produktion stattfand.

Anhang L: Überblick über zentrale Studien des Forschungsstands

Themenbereich	Studie	Methode	Zentrale Erkenntnis
BASE Jumping	Allman et al. (2009)	Qualitativ	Motivation, Sinnstiftung und persönliche Entwicklung
	Monasterio et al. (2016)	Quantitativ	Risikobereitschaft, Selbstkontrolle und emotionale Stabilität
	Vande Vliet & Inglés (2021)	Literaturübersicht	Soziale Einflüsse auf Risikowahrnehmung und Sicherheitskultur
Soziale Medien	Thorpe (2017)	Qualitativ/ Literatur	Sichtbarkeit, Selbstinszenierung und digitale Öffentlichkeit
	Posner (2020)	Qualitativ	Soziale Vergleiche, Leistungsnormen und mediale Erwartungen
	Gilmore (2023)	Qualitativ	Actioncams, mediale Inszenierung und Deathlogging
	Frühauf et al. (2025)	Literaturübersicht	Vergleichsprozesse und Risikoverhalten in sozialen Medien
Sponsoring	Eustachi (2015)	Literaturanalyse	Sponsoring, Sichtbarkeit und ökonomische Anreizstrukturen
	Brasel & Gips (2011)	Experimentell	Einfluss von Marken auf Wahrnehmung und Verhalten

Anmerkung. Eigene Darstellung auf Grundlage der in Kapitel 3 diskutierten Literatur. Dargestellt sind ausgewählte Studien, die für die theoretische Herleitung der vorliegenden Untersuchung besonders relevant sind. Die Tabelle erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Anhang M: Dokumentation der KI Nutzung (Initialprompts)

Hilfsmittel / Tool	Zugriff am	Prompt
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	20.02.2026	„Erstelle eine mögliche Kapitelstruktur für eine Bachelorarbeit zu den Themen soziale Medien, Sponsoring und Risikokultur im BASE Jumping.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	28.02.2026	„Formuliere einen ersten Entwurf einer Einverständniserklärung für Interviews im Rahmen einer Bachelorarbeit inklusive Nutzung für ein Webprojekt.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	28.02.2026	„Formuliere offene Interviewfragen zum Einfluss von sozialen Medien auf Entscheidungsprozesse von BASE Jumper:innen.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	08.03.2026	„Hilf mir, ein Beobachtungsprotokoll für eine teilnehmende Beobachtung im BASE Jumping zu erstellen.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	10.03.2026	„Erkläre die Methode Photo Elicitation und wie sie in qualitativen Interviews angewendet wird.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	18.03.2026	„Optimiere folgenden Text nach wissenschaftlichen Kriterien (klar, präzise, neutral): ...“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	30.03.2026	„Unterstützung bei der Strukturierung eines Kapitels zu BASE Jumping als Extremsport mit Fokus auf Charakteristika, Abgrenzung und Risiko.“
NotebookLM (Google) notebooklm.google.com	31.03.2026	„Suche in der hochgeladenen Literatur nach Abschnitten zu Risiko und Risikowahrnehmung im Extremsport.“

ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	02.04.2026	„Hilf mir, einen wissenschaftlichen Abschnitt zu Entscheidungsprozessen unter Unsicherheit im Extremsport zu formulieren.“
NotebookLM (Google) notebooklm.google.com	05.04.2026	„Durchsuche die Literatur nach Studien zu sozialen Medien und Risikoverhalten im Extremsport.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	08.04.2026	„Überprüfung und sprachliche Optimierung eines Abschnitts zu sozialen Medien im Extremsport unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Kriterien.“
NotebookLM (Google) notebooklm.google.com	09.04.2026	„Suche nach Inhalten zu Sponsoring, Markenwirkung und ökonomischen Anreizen im Sportkontext.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	12.04.2026	„Hilf mir, ein Kapitel zu BASE Jumping als Extremsport zu strukturieren. Berücksichtige Charakteristika, Abgrenzung und Risiko.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	16.04.2026	„Überprüfung eines theoretischen Kapitels auf Konsistenz, Redundanzen mit konkreten Verbesserungsvorschlägen»
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	18.04.2026	„Hilf mir, den Forschungsstand zu BASE Jumping und Extremsport sinnvoll zu strukturieren.“
NotebookLM (Google) notebooklm.google.com	19.04.2026	„Identifiziere relevante Studien zu BASE Jumping mit Fokus auf Motivation, Risiko und Entscheidungsverhalten.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	19.04.2026	„Hilf mir, mehrere Studien zu BASE Jumping in einem wissenschaftlichen Text zusammenzuführen und einzuordnen.“
NotebookLM (Google) notebooklm.google.com	20.04.2026	„Suche nach Literatur zu sozialen Medien, Sichtbarkeit und Risikoverhalten im Extremsport.“

ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	20.04.2026	„Hilf mir, einen wissenschaftlichen Abschnitt zu sozialen Medien, Sponsoring und Risikoverhalten im Extremsport zu formulieren.“
NotebookLM (Google) notebooklm.google.com	21.04.2026	„Finde Studien, die Forschungslücken im Bereich Extremsport, Risiko und soziale Einflüsse aufzeigen.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	21.04.2026	„Hilf mir, auf Grundlage der vorhandenen Literatur eine Forschungslücke zu formulieren und meine Arbeit zu positionieren.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	04.05.2026	„Formuliere folgenden Abschnitt wissenschaftlich präziser und kombiniere doppelte Aussagen zur Rolle von Sichtbarkeit als ökonomische Ressource.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	10.05.2026	„Hilf mir, die Methode Photo Elicitation wissenschaftlich einzuordnen und passende Literatur für den Methodikteil zu finden.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	11.05.2026	„Hilf mir, den Abschnitt zur teilnehmenden Beobachtung sprachlich zu überarbeiten und Wiederholungen zum vorherigen Kapitel zu vermeiden.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	12.05.2026	„Hilf mir, Literatur zu visuellen Forschungsmethoden und Photo Elicitation mit korrekten APA Zitierungen und Seitenzahlen in meinen Methodikteil zu integrieren.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	16.05.2026	„Hilf mir, die Beschreibung der Stichprobe und des Untersuchungsfeldes wissenschaftlich präziser zu formulieren.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	24.05.2026	„Hilf mir, die Datenauswertung mittels thematischer Analyse nach Braun und Clarke wissenschaftlich zu beschreiben.“

ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	02.06.2026	„Hilf mir, codierte Interviewstellen zu den Themen Sichtbarkeit, Sponsoring, Risiko und Sicherheitskultur zu strukturieren.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	10.06.2026	„Hilf mir, auf Grundlage meiner codierten Interviewdaten und Beobachtungsprotokolle ein Ergebniskapitel wissenschaftlich zu formulieren.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	18.06.2026	„Überprüfe die Konsistenz von Kategorien, Zitaten und Argumentation innerhalb des Ergebnisteils.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	23.06.2026	„Überarbeite folgendes Ergebniskapitel sprachlich und strukturell auf Grundlage meiner codierten Interviewtranskripte.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	24.06.2026	„Hilf mir, direkte Interviewzitate thematisch zu bündeln und wissenschaftlich in den Ergebnisteil zu integrieren.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	03.07.2026	„Überprüfe die Zuordnung von Interviewziten und Beobachtungsprotokollen zu den gebildeten Kategorien der thematischen Analyse.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	05.07.2026	„Hilf mir, ein Synthesekapitel zu den Wechselwirkungen zwischen Sichtbarkeit, Sponsoring und Risikobereitschaft zu formulieren.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	06.07.2026	„Überarbeite das Ergebniskapitel hinsichtlich wissenschaftlicher Sprache, Redundanzen, Kapitelstruktur und klarer Trennung zwischen Ergebnissen und Diskussion.“
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	06.07.2026	„Beurteile das Empiriekapitel anhand qualitativer Gütekriterien und gib konkrete Verbesserungsvorschläge für Struktur, Argumentation und Forschungsbezug.“

ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	09.07.2026	<i>„Überarbeite die folgenden Abschnitte sprachlich und vereinheitliche Terminologie sowie wissenschaftlichen Schreibstil.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	14.07.2026	<i>„Überprüfe das theoretische Kapitel auf Kohärenz, Kapitelstruktur und Redundanzen.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	21.07.2026	<i>„Beurteile das Methodikkapitel und weitere Kapitel anhand wissenschaftlicher Qualitätskriterien und gib konkrete Verbesserungsvorschläge.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	22.07.2026	<i>„Kürze und verdichte das Ergebniskapitel, überarbeite es sprachlich und identifiziere Redundanzen.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	23.07.2026	<i>„Überprüfe die Kapitelstruktur und überarbeite Abstract, Danksagung und Glossar gemäss wissenschaftlichen Anforderungen.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	23.07.2026	<i>„Erstelle auf Grundlage der offiziellen Bewertungsrichtlinien der Hochschule ein Bewertungsraster für meine Bachelorarbeit.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	24.07.2026	<i>„Beurteile die vollständige Bachelorarbeit anhand der offiziellen Bewertungsrichtlinien der Hochschule und schlage konkrete Verbesserungen vor.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	28.07.2026	<i>„Beurteile die Bachelorarbeit hinsichtlich Kapitelstruktur, Argumentation und Redundanzen.“</i>
ChatGPT (OpenAI) chat.openai.com	02.08.2026	<i>„Lektoriere die vollständige Bachelorarbeit und identifiziere sprachliche, strukturelle und formale Verbesserungspotenziale.“</i>

Anmerkung. Die aufgeführten Prompts entsprechen den Einstiegsprompts der jeweiligen Konversationen. Sämtliche an KI Systeme übermittelten Interviewauszüge und Beobachtungsprotokolle wurden vor der Verarbeitung vollständig anonymisiert. Alle KI generierten Vorschläge wurden eigenständig geprüft und wissenschaftlich verantwortet.

Selbstständigkeitserklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich diese Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und erlaubten Hilfsmittel benutzt habe, einschliesslich der Verwendung von KI-Systemen. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäss aus Quellen entnommen worden sind, habe ich als solche gekennzeichnet. Ich bin den Vorgaben des Leitfadens wissenschaftliches Arbeiten gefolgt. Mir ist bekannt, dass andernfalls die Hochschulleitung zum Entzug der aufgrund meiner Arbeit verliehenen Qualifikation oder des für meine Arbeit verliehenen Titels berechtigt ist.

Bern, 7. August 2026

Ort, Datum



Unterschrift