

Nordic Walking droht in Vergessenheit zu geraten

AUSGEWALKT?

Ende der 90er-Jahre eroberten Walking und Nordic Walking die Schweiz im Sturm. Zehn Jahre später erlebte das schnelle Gehen den Boomerang-Effekt vieler Trendsportarten: Auf der einen Seite ein zusammengebrochener Markt, auf der anderen nach wie vor viele begeisterte Anhänger. Eine Standortbestimmung.

TEXT UND FOTOS: ANDREAS GONSETH

42

Fast zwanzig Jahre ist es her, als der Frauenverein Uster einen Informationsabend zum Thema Walking initiierte. Vorbeugen statt heilen, lautete die Vorgabe. Jogging schien für Einsteiger zu anspruchsvoll, zu sportlich, und so versuchte man es eben mit Walking. Zur Überraschung aller erschienen 200 Interessierte. Der verantwortliche Leiter war der begeisterte Triathlet und Biker Urs Gerig, der zwar in diversen Sportarten bewandert war, bis zu diesem Zeitpunkt allerdings keine konkrete Vorstellung besass, was Walking sein sollte. In Amerika hatte das Walking, wie sie dort das schnelle Gehen nannten, hingegen bereits ein beachtliches Echo ausgelöst.

Nach dem Pionierkurs war Handeln angesagt, denn die Walkerinnen waren hell begeistert. Und für Urs Gerig war schnell klar: Wenn man die Leute durch eine sanfte Bewegungsform dazu begeistern kann, das Herz-Kreislauf-System mit einer sinnvollen Trainingsintensität zu fordern und gleichzeitig praktisch die gesamte Körpermuskulatur aktiviert ist, ohne den Bewegungsapparat stark zu belasten, dann ist das eine gute Sache, egal, wie auch immer

man diese sportliche Tätigkeit benennen will.

Vom Exercise zum Nordic Walking

So kam die Geschichte ins Rollen bzw. eben ins Walken. Der Schweizerische Leichtathletik Verband nahm sich der Sache an und produzierte mit Urs Gerig zusammen die Broschüre «Exercise Walking». Es wurden Leiterkurse angeboten und erste Walking-Instruktoren ausgebildet. Vor allem die Gesundheitsszene und Präventivmedizin interessierten sich schnell für die sanfte Bewegungsform, die bezüglich Intensität und Krafteinsatz fast beliebig variiert werden kann. Als dann kurz vor der Jahrtausendwende in der Form von Stöcken noch ein Zubehör ins Spiel kam und aus dem Walking ein Nordic Walking wurde, stürzte sich auch die Sportartikelindustrie auf schnelle Gehen. Es wurden spezielle Walking-Schuhe entwickelt, Walking-Handschuhe, Hüfttaschen und ganze Walking-Bekleidungslinien. Neben Bikern, Joggern und Hündelern gehörten immer selbstverständlicher auch die Walker zur gewohnten Aktivgruppe auf Feldwegen und in Wäldern. 2003 bewegten unter dem Markennamen Allez Hop 1200 ausgebildete Leiter über 30000 zuvor meist inaktive

Menschen. Und kaum eine Laufveranstaltung, die keine spezielle Walking-Kategorie einführte. Es kam sogar noch besser: Der erste reinrassige Walking-Anlass, der Swiss Walking Event in Solothurn, wuchs zu einem veritablen Grossanlass mit über 7000 Teilnehmern und heizte damit manch etabliertem Lauevent gehörig ein. Und auch die Nachfrage nach Kursen wuchs und wuchs. 2006 wurden an über 2000 Kursorten jährlich 3500 Nordic Walking-Kurse durchgeführt. Und schweizweit schätzungsweise um die 80000 Paar Stöcke pro Jahr verkauft!

Ernüchterung nach rasantem Aufstieg

Die Erfolgsstory beeindruckte. Nordic Walking füllte ein Vakuum. Und gab bislang kaum oder nur sehr gemässigt bewegungsaktiven Menschen eine sportliche Identität. Nordic Walking als moderne Weiterentwicklung von Altbewährtem, ein zeitgemässes Kleid für bereits Bekanntes, gelobt von Gesundheitsmedizinerinnen und gefördert von den Sportartikelherstellern, die einen neuen Markt erkannten und diesen selbstverständlich erschliessen wollten. Der geschickte Imagewandel vom Spazieren oder Wandern zum Walken gelang, das schnelle Gehen mit Stöcken wurde gesellschaftsfähig.

Und ist es bis heute geblieben. Ob für Sport-einsteiger, Hobby- oder Spitzensportler, Übergewichtige oder Rekonvaleszente – das Stocktraining entspricht praktisch allen Kriterien einer schonenden und doch fordernden Sportart. Die Nordic Walker haben sich nahtlos ins Schweizer Breitensportbild eingefügt. Wer im Freien unterwegs ist, begegnet landesweit und zu jeder Tageszeit Nordic Walkern, einzeln oder in Gruppen. Und dennoch hat in den letzten Jahren die Realität die immer noch junge Bewegungsform hart auf den Boden der Realität zurückgeholt. Die Euphorie ist gewichen, die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit sowie die Präsenz in der Sportartikelbranche stark gesunken, Nordic Walking aus der Werbung verschwunden. Warum? Die Gründe sind ebenso nachvollziehbar wie einschneidend:

Markt-Sättigung: Wenn ein gänzlich neuer Trend aufkommt, können damit gleich mehrere Generationen gleichzeitig «infiltriert» werden, von jung bis alt. Sobald die Durchdringung hingegen gelungen und eine Sportart einer breiten Öffentlichkeit bekannt ist, verkleinert sich die Zahl der Neuzugänger merklich und kann allenfalls gar kleiner sein als die Zahl der Abgänger, was beim Nordic Walking aktuell wohl der Fall ist. Bei jeder neuen Sportart gibt es zudem Leute, die in erster Linie auf einen Trend aufspringen und nicht wegen der Sache an und für sich. Kommt der nächste Trend, springen sie ab und sind auch schon wieder weg.

Wartungsfreie Hardware: Nordic-Walking-Stöcke sind kein Verschleissmaterial wie Laufschuhe oder Mountainbikes. Wer einen guten Stock kauft, kann eine Lebensdauer von gut und gerne 10 Jahren oder gar länger erwarten. Man rechne. Geht man von einer Schätzung von schweizweit rund 150000 regelmässigen Walkerinnen

und Walkern aus und haben diese in den letzten zehn Jahren alle ein Paar Stöcke gekauft, benötigen demnach jährlich nur noch rund 15 000 einen neuen Stock – wenn überhaupt. Die Folge: Nachdem alle potenziellen Walkinginteressierten einen Stock erworben hatten, brach der Stockmarkt dermassen ein, dass sich die Industrie schnell von der Sportart abkehrte und sie heute kaum mehr aktiv beworben wird, zumal sich eine spezielle Nordic-Walking-Bekleidung – anders als z. B. spezielle Lauf-, Rennvelo- oder Bike-Mode – nicht durchsetzen konnte. Die Industrie pusht immer nur solange, wie sie sich in einem Wachstumsmarkt wähnt.

Soft-Image: Ebenfalls ein ganz entscheidender Grund, der über Erfolg oder Nichterfolg einer Sportart entscheidet, ist der Imagefaktor. Nordic Walking ist als aktive Gesundheitsmassnahme und sanfte Bewegungsform breitflächig akzeptiert, aber gerade diese beiden Bezeichnungen haben wohl auch dafür gesorgt, dass Nordic Walking den Image-Transfer zur Sportart nie ganz geschafft hat. Zwar benutzen Leistungssportler die Stöcke vor allem im Lauf- oder Langlaufsport gerne als Trainingsalternativen, aber im Hobbysport sind die

Überschneidungen gering. Entweder man läuft oder man walkt, aber beides zusammen betreiben nur sehr wenige Ausnahmen. Jogger und Walker sind zwei nicht kompatible Bewegungstypen. Tatsächlich spricht Nordic Walking eher Menschen an, die sich nicht zur Leistungsgrenze treiben wollen und auch nicht zwingend die umfassenden Anstrengungen eines kraftvollen Stockeinsatzes ausschöpfen möchten. Kommt dazu, dass definitiv mehr Frauen Nordic Walking betreiben. Und so hält sich hartnäckig das Image, dass Nordic Walker entweder aus konditionellen (zu wenig sportlich) oder gesundheitlichen Gründen (Gelenkbeschwerden) nicht joggen können oder wollen.

Fehlender Prestigewert: «Sportlichsein» ist in einer Leistungsgesellschaft mit positiven Assoziationen behaftet und vermittelt ein dynamisches Image. Umso besser, wenn die sportliche Leistung auch von Aussenstehenden leicht einschätzbar ist. Alle wissen, was ein Marathon, ein Gigathlon oder Ironman bedeuten. Der «Wow-Effekt» ist jedem Finisher gewiss. Bei einem Swiss Walking Event hingegen ist der sportliche Wert kaum bekannt, obwohl auch da von vielen ein Marathon bewältigt wird.

Kein Wettkampfsport: Nordic Walking ist kein Wettkampfsport und wird es nie werden. So hoch der Erlebnisfaktor bei Walking-Events auch sein mag, ein mindestens ebenso hoher Anreiz zur Teilnahme an Breitensportveranstaltungen ist der Vergleich mit der Konkurrenz, der Wettkampfgedanke. Man will wissen, wie man im Vergleich zu anderen steht. Beim Nordic Walking ist das unmöglich. Würde es da nicht mehr ausschliesslich um die Freude an der Bewegung, den Spass in der Gruppe und die gesunde Ausübung eines Breitensports gehen, sondern um Sekunden und Ränge oder gar um Preisgelder, würden die Anreize zunehmen, den natürlichen und harmonischen Bewegungsablauf zu beschleunigen, sprich in die Laufbewegung zu verfallen. Die Folge davon: Die Sportart müsste in ein Regelwerk gezwängt und von Schiedsrichtern kontrolliert werden.

Fehlende Akzeptanz bei Laufanlässen: Zu Beginn des Nordic-Walking-Booms nahmen die Veranstalter die neue Bewegungsform schnell und dankbar in ihr Programm auf; doch schon bald zeigte sich, dass die Läufer ihre Vorbehalte den Walkern gegenüber nur schwer ablegen konnten. Vor allem dann nicht, wenn sich aufgrund zeitlicher



Ein Paar Stöcke halten fast ewig – der Hauptgrund, dass Nordic Walking bei der Sportartikelindustrie in Vergessenheit geriet.

Überschneidungen die beiden Kategorien ins Gehege kamen und sich Läufer durch stockbewehrte Walkermassen schlängeln mussten. So verschwanden die Nordic-Walking-Kategorien bei vielen Veranstaltungen wieder aus dem Programm oder mussten im Laufe der Zeit einen herben Teilnehmerschwund hinnehmen. Dies zum Teil allerdings auch aus einem durchaus positiven Grund. Denn viele Walkerinnen und Walker brauchen heute nicht mehr den geschützten Rahmen einer Sportveranstaltung, um selbstbewusst ihren Sport

ausüben zu können. Nordic Walking hat sich als Sportart emanzipiert, die man gerne auch für sich alleine betreibt.

Es ist gut so, wie es ist

Betrachtet man alle Argumente, ist es durchaus eine Frage der Sichtweise, ob man findet, Nordic Walking sei in der Krise oder vielmehr nach einem rasanten Senkrechtstart mittlerweile auf derjenigen Flughöhe angekommen, die dem Potenzial der Sportart und dem aktuellen Bewegungs- und Freizeitverhalten der Schweizer

entspricht. Man könnte auch sagen: Nordic Walking hat die Konsolidierung nach dem Trend geschafft, ist akzeptiert und allerorten präsent. Die Nordic Walker haben sich im Schweizer Sportalltag weit mehr etabliert als in anderen Ländern. Die Schweiz ist in Sachen Nordic Walking eines der aktivsten Länder überhaupt, und mit immer noch über 3000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ist der Swiss Walking Event der weltweit grösste reinrassige Event seiner Art.

Die Industrie wird sich mangels Hardware-Absatz auch in Zukunft weit mehr um andere Sportarten kümmern als ums Nordic Walking. Aber vielleicht ist gerade diese Materialunabhängigkeit und Zeitlosigkeit eine noch unerkannte Stärke der Sportart, die sie zu einem späteren Zeitpunkt wieder ausspielen kann. Denn Nordic Walking ist zwar nicht mehr trendig, dafür einfach nur gut. Und wetten, dass bereits in wenigen Jahren immer noch zahlreiche gut gelaunte Menschen mit Stöcken durch die Wälder walken, aber nur noch ganz wenig wissen, was Zumba einmal war? **F**



Verschenkissimo
Ob CLASSIC oder DUO: eine behalten, eine verschenken

1+1 Gratis

mindestens **89.-** sparen
weitere Farben erhältlich!

Cafissimo
100% TCHIBO ARABICA IN DER AROMAKAPSEL

www.tchibo.ch

Beim Kauf einer Cafissimo CLASSIC (Fr. 99.-) oder Cafissimo DUO (Fr. 89.-) erhalten Sie zusätzlich eine weitere Cafissimo CLASSIC oder DUO geschenkt (günstigere Maschine). Gültig bis 14.10.2012. Solange Vorrat. Preis in Fr. inkl. VRG.

Körperfreundliches EXPRESS Magnesium

Unterstützt die Muskelfunktion

Das neue Direktgranulat mit Magnesiumcitrat wie es als Baustein im Körper vorkommt.

- Schnell. Stark. Direkt.
- Ohne Zucker und ohne künstliche Süss- und Farbstoffe
- Nur 1 x täglich

Erhältlich in Apotheken und Drogerien.




Löst sich im Mund ganz ohne Wasser auf

Auch als Brausetablette erhältlich.

www.diasporal.ch

DOEWSCH GREYHER AG · BASEL