



# Im Schlamm fühlen sich auch Bürogeheimnisse wie Helden

**Von Katja Schönherr**

**Hindernisläufe boomen. Jahr für Jahr gibt es mehr dieser Sport-Spass-Events. Was macht den Reiz aus, und wie viel Training braucht es dafür?**

Gefragt, welches Hindernis ihr liebstes sei, muss Sandra Grimm nicht lange überlegen: «Ganz klar: das Waten durch den Schlamm», sagt die 42-jährige Pöstlerin aus Suhr. Im Jahr 2017 hat sie an vier Hindernisläufen teilgenommen, dieses Jahr will sie am 26. Mai den Spartacus Run in Bern gemeinsam mit Bekannten absolvieren.

Sie wird ein selbstbedrucktes T-Shirt mit der Aufschrift «Sport ist Mord. Und wir sind unsterblich!!!» tragen, sechs Kilometer laufen - und es geniessen, bis zur Hüfte im Schlamm zu stehen. «Man wird schmutzig, aber das ist es ja, was das Ganze ausmacht.»

## **Lieggestütze als Strafe**

Durchs Schlammwasser waten, sich an Stangen entlanghangeln, über Heuballen klettern, in Betonröhren kriechen oder Container durchqueren, die mit PET-Flaschen gefüllt sind: Die Hindernisse sind der Fun-Faktor sogenannter Obstacle Course Races (OCR). Sandra Grimm trainiert dafür, indem sie zwei bis drei Stunden pro Woche joggt, Vitaparcours durchläuft und an ihrer Armkraft arbeitet. «Man sollte schon fit sein», erklärt sie, «sonst übersteht man so ein Rennen nicht, zumal man Straflieggestütze machen muss, wenn man an einem Hindernis scheitert.» Dennoch geht es ihr in erster Linie ums Dabeisein, um den Spass, und nicht darum, eine möglichst gute Zeit zu erreichen.

Bei Tamara Schläpfer, Treuhänderin aus Wilen bei Wollerau, ist das anders: Die 33-Jährige bereitet sich mit grossem Ehrgeiz vor. Sie hat einen Personal Trainer, joggt 40 Kilometer pro Woche und nimmt sogar an den besonders harten Hindernisläufen

im Winter teil, bei minus sechs Grad in Island zum Beispiel. Vergangenen Dezember hat sie dort innert 24 Stunden eine Strecke von 60 Kilometern zurückgelegt. «Danach war ich k. o.», sagt sie lachend.

Bis Ende Mai wird sie in diesem Jahr bereits 20 Läufe absolviert haben: «Ich nehme alles mit, was es in Europa gibt», sagt Schläpfer. Gerade hat sie sich dank einer Top-Ten-Placierung beim Strong-Viking-Race in den Niederlanden für die OCR European Championships (29. Juni bis 1. Juli in Dänemark) und die OCR World Championships (19. bis 21. Oktober in England) qualifizieren können. Was Schläpfer neben der körperlichen Herausforderung am OCR-Sport schätzt: «Die tolle Stimmung!»

Da die Events oft abgelegen stattfinden, herrscht meist eine regelrechte Festival-Atmosphäre. Viele Teilnehmer kommen kostümiert. Im Durchschnitt sind 10 bis 20 Hindernisse zu überwinden; für Frauen sind die Aufgaben etwas leichter. Zwischen den Hindernissen liegen längere Laufstrecken, oft mit Steigungen und widrigem Untergrund. Die Distanz variiert je nach Wettkampf. Als Mutter der modernen Hindernisläufe gilt der Tough Guy im britischen Wolverhampton. Seit 1986 findet er - mit einer Pause 2018 - immer Ende Januar statt.

## **Beweisen, wie tough man ist**

In der Schweiz gibt es beispielsweise den Strongman Run, den Survival Run, den Xtreme Run und den Spartacus Run. Letzterer wurde 2016 ins Leben gerufen mit zunächst nur einer Austragung in Sursee. 2017 waren es bereits vier Locations. Dieses Jahr finden fünf Läufe statt: in Canobbio/Lugano, St. Gallen, Bern, Sursee und Lüsslingen. Beim Run am 26. Mai in Bern rechnet die Veranstalterin, die Human Sports Management AG, mit 700 Teilnehmenden. Das in den vergangenen Jahren konstant gestiegene Interesse erklärt Mediensprecher Simon von Allmen folgendermassen: «Die Leute möchten raus in die Natur, haben



einen guten Grund, wieder mal dreckig zu werden. Gleichzeitig will jeder dem anderen beweisen, dass er ein harter Siech ist. Viel läuft via Social Media, die Fotos machen dort die Runde.»

Ein «sportliches» Foto von sich hat Raphael Gloor aus St. Gallen eingerahmt in seinem Büro an der Wand hängen, «als tägliche Motivation». Vor drei Jahren hat ihn ein Kollege überredet, sich für den Strongman Run anzumelden. Der Kollege kam schliesslich gar nicht mit, dafür ist Raphael Gloor seither im OCR-Fieber. «Ich mag die Abwechslung, jedes Rennen ist anders. Normale Läufe wie Halbmarathons sind mir zu

langweilig», sagt der 35-jährige Geschäftsführer einer Web-Agentur. Ein- bis zweimal pro Woche joggt er, zudem betreibt er Crossfit zum Kraft- und Muskelaufbau.

Bei Läufen der Serie «Spartan» gilt es meist, eine 25 Kilogramm schwere Eisenkette über mehrere hundert Meter hinweg zu schultern. «Das Gefühl, sie danach wieder abzulegen, ist unbeschreiblich», erzählt Gloor. Für ihn seien die Hindernisläufe «der ideale Ausgleich zum Bürojob». Manchmal kommt sogar sein achtjähriger Sohn mit. Zum Anfeuern des Papis hat er aber keine Zeit; er kämpft sich unterdessen durch den Kinder-Parcours.

**Wieder einmal richtig dreckig werden: Hindernisse mit Schlamm sind bei den Teilnehmern besonders beliebt.**





## Hinter dem Boom steckt viel kluges Marketing der Sponsoren

Viele Veranstalter von Sportevents haben heute grosse Mühe, genügend Sponsorgelder zu sammeln. Das gilt aber nicht für die Hindernisläufe. Hinter fast allen Veranstaltungen dieser Art steckt ein Sponsor. Der Strongman Run etwa wird vom Pastillen-Hersteller Fisherman's Friend getragen, der Spartacus Run von Trojka Energy, einer Marke der Distillerie Diwisa aus Willisau. Bei beiden Events tauchen die Markennamen bereits im Logo auf.

Ziel eines Sponsoring-Engagements im Sport ist es zum einen, den eigenen Bekanntheitsgrad zu erhöhen, und zum anderen die Imagepflege. Hindernisläufe sind vor allem für Firmen interessant, die ihre Marken mit Attributen wie «Herausforderung», «Härte», «Selbstüberwindung» oder «Teamegeist» verbunden wissen wollen.

«Im Gegensatz zu klassischen Laufveranstaltungen, die durch Vereine organisiert und durch Verbände reglementiert sind, nutzen Unternehmen wie Fisherman's Friend diese Wettkämpfe ganz gezielt, um die eigene Marke zu inszenieren und zu positionieren, indem die Veranstaltungen mitgestaltet werden», sagt Siegfried Nagel, Professor für Sportwissenschaft an der Universität Bern. Bei Hindernisläufen handle es sich daher um Sportmarketing-Events, wo der Spirit einer Marke zelebriert werden könne. Dreckig wird man ja auch bei Crossläufen, die in der Leichtathletik eine lange Tradition haben. Doch bei solchen klassischen Laufveranstaltungen sind die Inszenierungsmöglichkeiten für die Sponsoren deutlich kleiner.

Das wachsende Interesse an Hindernis-

läufen schreibt Siegfried Nagel gutem Marketing zu sowie der Tatsache, dass es sich bei diesen Events für einen Grossteil der Teilnehmer nicht um einen Wettkampf, sondern vor allem um ein Happening handelt, welches gut in den sozialen Netzwerken präsentiert werden könne. Neben der Eigenwerbung gelinge es den Sponsoren also auch, die Bedürfnisse einer Zielgruppe nach Abenteuer und Selbstüberwindung zu befriedigen. «Dabei geht es den Teilnehmenden nicht nur um das persönliche Erlebnis, sondern auch um die Präsentation innerhalb des persönlichen Netzwerks: Die Hindernisläufe werden damit zu einer Plattform der Selbstinszenierung», sagt Nagel.

*Katja Schönherr*



**Sponsoren platzieren nicht nur Werbung sondern gestalten den Wettkampf mit.**