

Körper in Bewegung

Immer mehr Menschen betreiben Sportarten, bei denen die Gesundheitsaspekte die Leistungsaspekte überwiegen. Selbsterfahrung und die sportliche Betätigung in der Natur stellen die so genannten „Soul Sports“ in den Vordergrund. Zu den Vorreitern dieser Sportarten gehören SurferInnen, Skate- und Snow-BoarderInnen. Im Zuge des Soul-Sport-Trends“ erleben aber auch klassische Ausdauersportarten wie Wandern, Klettern, Langlaufen und Running einen neuen Boom.⁶⁷ Nordic Walking – also das flotte Gehen mit verlängerten Stöcken – ist der neueste Hit.

Ähnliches gilt für „Ethno Sports“ mit fernöstlichem Hintergrund. In Disziplinen wie Tai Chi oder Qi Gong stehen Körperbeherrschung und Körpererfahrung im Mittelpunkt. Die wachsende Beliebtheit asiatischer Sportarten ist u.a. mit dem steigenden Interesse für den fernen Osten zu erklären (z.B. Meditationstechniken, chinesische Medizin, Ethno-Läden). Neben einer Asiatisierung ist auch eine gewisse Amerikanisierung der Sportarten zu beobachten (Cheer-Leading, Body-Styling oder American Football). Der Trend zur Internationalisierung der Sportarten wird aller Voraussicht nach weiterhin anhalten, nicht zuletzt, weil durch Globalisierung und Medialisierung Sportarten aus anderen, fremden und exotischen Ländern immer bekannter werden.

Deutlich am Abflauen ist die Organisation von sportlichem Freizeitverhalten in Form von Vereinen – immer weniger junge Menschen sind an dieser Form der geselligen Fitness interessiert. Sportliche Aktivitäten werden häufig in Klein- und Kleinstgruppen privat organisiert, es kommt in der Folge zu einem Anwachsen der Freizeitmobilität, die sich im Winter an den Staus in den Schigebieten und im Sommer an den überfüllten Parkplätzen rund um die Badeseen zeigt.

Im Bereich der Sportausrüstung spielt die High-Tech-Industrie eine immer wichtigere Rolle. Der Markt für Monitoring-Produkte (Messung von Puls, Atmung, Blutwerten) wächst kontinuierlich, außerdem werden neue technische Geräte und neue Materialien (z.B. atmungsaktive Bekleidung) entwickelt.⁶⁸

Auch der passive Sportkonsum entwickelt sich in neue Dimensionen. Bei Sportveranstaltungen wird neben dem Sportereignis selbst die Erlebnisqualität und der Funfactor immer wichtiger. Aufgrund eines gesteigerten Wunsches nach „Erleben“ soll bei den Sportevents ein bestimmtes Lebensgefühl inszeniert werden (z.B. beim Air & Style Snowboard Contest in Seefeld). Eine wichtige Rolle bei dieser Inszenierung kommt den Medien zu, die das Image einer Veranstaltung schon in ihrem Vorfeld transportieren (z.B. das Hahnenkammrennen als das härteste Abfahrtsrennen der Welt). Einen immer größeren Stellenwert erhält bei diesen Events auch das Merchandising, da die Identifizierung der/des Einzelnen mit seinem jeweiligen Sportidol den Verkauf fördert (z.B. Hermann Maier und Atomic Ski).

Literaturverzeichnis

Horx, Matthias, Thomas Huber, Corinna Mühlhausen, Joseph Scheppach und Oona Horx-Strathern: 100 Top Trends. Die wichtigsten „Driving Forces“ des kommenden Wandels, o.O. 2001.

⁶⁷ Horx, Huber, Mühlhausen, Scheppach, Horx-Strathern, S. 45-46.

⁶⁸ Horx, Huber, Mühlhausen, Scheppach, Horx-Strathern, S. 48.