

Spielverderber

Fangewalt – wie erfolgreich bekämpfen sie andere Länder?

Fussball — 27

Spielmacher

Ein Schweizer WM-Coup scheint nur dank NHL-Cracks möglich

Eishockey — 29

«Die Toten haben viele kein bisschen abgeschreckt»

Das Mount-Everest-Geschäft Lukas Furtenbach ist führender Anbieter kommerzieller 8000er-Expeditionen. Warum er auf Millionäre setzt, von Konkurrenten bedroht wird und Reinhold Messner kritisiert.



Christian Brünnger

Herr Furtenbach, Sie waren Shrimpfischer in den USA, Concierge in Belize, Hausmeister eines Campingplatzes in Mexiko. Wie wird man da zum Anbieter von Everest-Touren wie in diesem Mai?

Durch Zufall. Ich bin in Innsbruck und mit den Bergen aufgewachsen. Sie waren meine Leidenschaft. Aber ich hatte immer schon das Streben, auszubrechen. Das zog sich bereits durch meine Kindheit, war für mich und meine Eltern schwierig.

Darum später diese exotischen Berufe?

Genau. Zugleich hatte ich wegen meiner Herkunft ganz viel in den Alpen erklettert. Darum zog es mich zu grösseren Bergen, nach Südamerika und schnell auch nach Nepal. Ich musste aber ja etwas Sinnvolles lernen, also studierte ich Geografie – und organisierte für mich und Kollegen erste Expeditionen. Rasch sprach sich herum, dass ich das Organisieren im Griff habe, also stellte ich das Ganze auf eine rechtlich solide Basis. Zudem erkannte ich: Die Branche ist verstaubt, traditionell, hat wenig Innovationskraft. An Everest-Expeditionen aber traute ich mich nicht.

Warum?

Ich glaubte, als Kleiner keine Chance zu haben, in diesen hart umkämpften Markt hineinzukommen. Aber ich hatte ein Alleinstellungsmerkmal: Traditionell akklimatisiert man sich in circa zwei Monaten an diese enormen Höhen im Himalaja – vor Ort. Ich wählte einen anderen Ansatz: die Akklimatisation mittels Höhenzelt daheim. Dann fragte mich ein Sender der Pro-7-Gruppe an, ob sie mit mir eine Everest-Doku für 2016 machen könnten. Ich sagte zu. Um an Kunden zu kommen, boten wir ein so umfassendes Paket zu einem so tiefen Preis an, dass ich ins Geschäft hineinkam – mit einer ersten Lektion.

Welcher?

Sechs Kunden sollten wir auf den Everest führen, die einzige Frau, verheiratet noch dazu, brannte mit einem Sherpa durch. Das war zwar ein kleiner GAU. Aber wir brachten vier der fünf Kunden mit unserem neuen Ansatz auf den Gipfel. Seither setzen viele andere Anbieter solche Höhenzelte ein. Ich war 2016 erstmals selber auf dem Everest-Gipfel und erkannte, warum da so viele Menschen hochwollen.

Weshalb?

Mit Worten ist das schwierig zu beschreiben. Man muss fühlen, was für ein emotionaler Moment das ist. Ich hatte davor drei 8000er ohne zusätzlichen Sauerstoff bestiegen, den Gipfel des Nanga Parbat wegen Lawinengefahr jedoch nicht. Nun konnte ich den Everest-Gipfel mit dem Zusatz richtig geniessen, weil das Gehirn normal funktioniert. Ohne zusätzlichen Sauerstoff fühlt sich das da oben immer wie ein Überlebenskampf an. Man ist wie im Delirium, erinnert sich danach auch an viele Details

Fortsetzung

«Die Toten haben viele kein ...

nicht mehr. Darum war mir immer klar: Ich will nie alle diese 8000er ohne zusätzlichen Sauerstoff besteigen. Das ist gefährlich – und extrem ungesund. Der Sauerstoffmangel zerstört Gehirnzellen.

Haben Sie Langzeitfolgen?

Ich hatte zumindest das Gefühl. Ich hatte Gedächtnislücken, mein Denken war weniger scharf. Mir war darum klar: Wenn ich mich noch zu viele Male derart exponiere, wird meine Sprache vielleicht langsam, so wie von vielen Protagonisten, die man kennt und die wirklich Schwierigkeiten haben, sich normal auszudrücken. **Sie sagen: Wer zu viel Zeit auf über 8000 m ohne zusätzlichen Sauerstoff verbringt, schädigt sein Gehirn?** Das wollen viele nicht hören, aber es ist zweifelsfrei belegt. Ob Schäden auch an anderen Organen entstehen, wissen wir nicht. Das ist zu wenig erforscht.

Wer jedoch mit zusätzlichem Sauerstoff auf 8000er steigt, wird von mancher Grösse zum Leichtgewicht erklärt.

Dieses Dogma ist nur im deutschsprachigen Raum so dominant und geht auf Reinhold Messner zurück. Die anderen haben sein Narrativ übernommen. Es hat dazu geführt, dass man sich im deutschsprachigen Raum schon fast verteidigen muss, wenn man mit Sauerstoff unterwegs ist. Die Argumentation ist absurd.

Welche?

Messner und Nachahmer sagen: Eine solche Besteigung hat nur Wert, wenn sie gefährlich ist und das Potenzial besteht, dass man dabei stirbt. Aber wenn die Gefahr oder das potenzielle Sterberisiko das einzig Wertvolle ist, was bleibt dann noch übrig? Ich halte diese Argumentation gar für gefährlich.

Wieso?

Weil sie viele junge, ambitionierte Bergsteiger und Bergsteigerinnen unter Druck setzt. Denn Messner sagt wörtlich: Eine Besteigung zähle als alpinistische Leistung nur, wenn sie ohne zusätzlichen Sauerstoff erfolgte. Wer aber einen Stil einfordert, trägt eine enorme Verantwortung. Denn es gibt keinen tödlicheren Ansatz als den, ohne zusätzlichen Sauerstoff auf diese 8000er zu klettern. **Aber ein bisschen Abenteuer soll das Besteigen eines 8000ers schon noch sein. Ohne Risiko fehlt doch der Kitzel.**

Was ich sagen will: Zwar wird derselbe Berg bestiegen, aber wir reden in Bezug auf zusätzlichen Sauerstoff im Prinzip von zwei unterschiedlichen Welten. Ich als Anbieter kommerzieller Expeditionen will maximale Sicherheit. Darum prallt diese Kritik, wir würden Tourismus statt Alpinismus betreiben, an mir ab. Diesen Anspruch erheben wir gar nicht.

Was treibt Ihre Kunden an?

Ursprünglich dachte ich: Unsere Kunden lockt das Abenteuer, die Sehnsucht nach Ausbruch. Dann hatte ich ein Schlüsselerelebnis. **Welches?** Ich erlebte eine Kundin eines anderen Anbieters, wie sie am Gipfelgrat komplett erschöpft war und doch auf allen vieren vorwärtsrobbte. Fast gleich erging es beinahe an derselben Stelle auch Messner und Habeler 1978 bei ihrer Erstbesteigung ohne zusätzlichen Sauerstoff. **Was wollen Sie uns mit dieser Episode erklären?**

Die Frau hätte längst umkehren müssen. Auch Messner und Habeler hätten längst zurückmüssen und waren doch bereit, ihre Grenzen zu überschreiten. Und warum? **Sagen Sie es uns.**

Die Frau führte eine Firma mit 30'000 Leuten. Die hatte den gleichen Antrieb wie die beiden Pioniere: ihr Ego. Deshalb geben die da oben alles. Ich habe danach angefangen, mich auf eine neue Zielgruppe zu konzentrieren.

Welche?

Ich fragte mich: Wer definiert sich über sein Ego? Dann sind wir schnell bei Topmanagern, Unternehmern, Investmentbankern. Wir haben viele von ihnen. Und Ego ist ja an sich auch nichts Schlechtes. Für sie ist der Everest-Gipfel eine Trophäe. Aber: Die haben keine Zeit für eine lange Akklimatisation vor Ort. Die können vielleicht drei oder vier Wochen weg, haben jedoch Geld. Ich hatte mit der Akklimatisation mittels Hypoxie-Zelt das notwendige Werkzeug. Geld ist auch aus einem anderen Grund zentral.

Welchem?

Der Sicherheit. Ich will nie einen Toten haben, sonst steige ich wohl aus. Sicherheit kostet aber Geld. Billig und sicher geht nicht. Wenn ich aber der Sicherste sein will, kann ich nur der Teuerste sein. Somit brauche ich Kunden, die bereit sind, für diese Sicherheit zu zahlen.

Ein 80-m²-Zelt im Basislager? «Das ist bis zu einem gewissen Teil reine Provokation»

Sie frohlocken, die höchste Millionärsdichte zu haben. Dafür sind Sie bereit, moralische Fragen zu ignorieren. Sie fliegen Ihre Kunden etwa mit dem Helikopter ins Basislager. Einspruch! Mir war unser ökologischer Fussabdruck immer wichtig. Wir haben CO₂-Berechnungen gemacht. Darum wissen wir: Der Transport von Lebensmitteln etwa hat mittels traditioneller Art, den Yaks, einen siebenmal höheren CO₂-Ausstoss als mit modernen Helikoptern. Die Yaks haben als Wiederkäuer eine enorme Methanproduktion. Und wenn Sie die Herstellung eines Helikopters hinzunehmen? Auch das haben wir zu berechnen versucht. Das aber ist schwierig. Ein Grund: Es gibt zu wenige Yaks im Everest-Tal. Also muss man sie erst einmal ins Tal transportieren. Ich behaupte darum: Selbst wenn man die Herstellung dazurechnet, ist der CO₂-Ausstoss von Helikopter und Yaks ähnlich. Jedenfalls sind wir weit davon entfernt, dass man den Helikopter verteuern kann.

Die Yaks haben als Wiederkäuer eine enorme Methanproduktion. Und wenn Sie die Herstellung eines Helikopters hinzunehmen? Auch das haben wir zu berechnen versucht. Das aber ist schwierig. Ein Grund: Es gibt zu wenige Yaks im Everest-Tal. Also muss man sie erst einmal ins Tal transportieren. Ich behaupte darum: Selbst wenn man die Herstellung dazurechnet, ist der CO₂-Ausstoss von Helikopter und Yaks ähnlich. Jedenfalls sind wir weit davon entfernt, dass man den Helikopter verteuern kann.

Die Yaks haben als Wiederkäuer eine enorme Methanproduktion. Und wenn Sie die Herstellung eines Helikopters hinzunehmen? Auch das haben wir zu berechnen versucht. Das aber ist schwierig. Ein Grund: Es gibt zu wenige Yaks im Everest-Tal. Also muss man sie erst einmal ins Tal transportieren. Ich behaupte darum: Selbst wenn man die Herstellung dazurechnet, ist der CO₂-Ausstoss von Helikopter und Yaks ähnlich. Jedenfalls sind wir weit davon entfernt, dass man den Helikopter verteuern kann.

Lukas Furtenbach



Der Tiroler gilt als grosser, aber auch umstrittener Innovator der kommerziellen Besteigungsbranche. Der 46-Jährige ist verheiratet und Vater von zwei Kindern. Er führt in diesem Mai eine Gruppe von chinesischer Seite auf den Everest, dann wird er zum vierten Mal auf dem Gipfel stehen. Als junger Mann kletterte er unter anderem viele Routen in den Alpen und ohne zusätzlichen Sauerstoff auf drei 8000er. Am Cho Oyu (8188 m) in China/Nepal hatte er nach Erfrierungen und starkem Fieber am Gipfel grosses Glück. Furtenbach Adventures setzt pro Jahr einen mittleren einstelligen Millionenbetrag um. (cb)

Apropos verteuern: Ihr teuerstes Everest-Paket kostet 199'000 Dollar, darin enthalten sind im Basislager: ein 80-m²-Zelt, Wein, Fisch, Massagen. Was soll das? Ich gebe zu: Das ist bis zu einem gewissen Teil reine Provokation und Marketing. Ich lasse ja auch eine Barista-Kaffeemaschine einfliegen.

Pardon, aber das ist doch gaga. Für den Kunden ist es selbstverständlich, dass er dort einen guten Kaffee kriegt, dass er dort gut essen und feinen Wein trinken kann. Trotzdem befindet er sich auf einem Campingplatz und schläft in einem Zelt auf einer dünnen Matratze. Aber natürlich triggere ich Leute, wenn sie hören, dass ich eine Sterneköchin im Basislager beschäftige. Wirklich viel Geld kosten jedoch zwei andere Aspekte: die Sicherheit und der fast garantierte Gipfelerfolg. **Also anders: Warum Wein im Basislager? Immerhin geht es auch um sportliche Leistung, zudem betonen Sie ständig den Sicherheitsaspekt.**

Man muss das Setting bedenken: Das Basislager befindet sich auf rund 5000 Metern, es ist kalt, man leidet, auch wenn man nichts tut. Darum will ich meinen Kunden die bestmögliche Erholung gewährleisten, auch mental. Dazu gehört bei dem einen oder anderen ein Genussmittel wie Alkohol. Aber wir forcieren niemanden dazu. Wir brachten für die körperliche Regeneration gar eine Sauna mit Infrarotkabine ins Basislager, betrieben mit sauberer Energie. Die Regierung hat das dann verboten, weil andere nachzogen, aber mit Kohle heizten.

Nepal hat den Anbietern auf diese Saison hin weitere Auflagen gemacht. Zum Beispiel sind Kotsäcke nun obligatorisch. Wir benutzten von Beginn an welche, waren aber die Einzigen.

Was tat der Rest?

Erladigte seine Geschäfte wie in den letzten 90 Jahren: Man hat einfach alles liegen gelassen. **Sagten Sie auch darum: «Manchmal blicke ich skeptisch auf das, was geschieht.»** Ja. Denn Nepal versucht den Everest-Markt zu regulieren, verdient als armes Land aber Millionen an diesem Tourismus. Allein jedes Permit für die Besteigung kostet 11'000 Dollar, ab nächstem Jahr 15'000 Dollar. Zugleich herrscht am Everest auf der nepalesischen Seite noch immer eine Goldgräberstimmung. Es gibt ganz viele Player, die glauben, man könne schnell gutes Geld verdienen.

Früher war der Markt von Europäern und Angelsachsen dominiert. Jetzt sind es die Einheimischen.

In den letzten zehn Jahren sind fast alle grossen westlichen Veranstalter entweder verschwunden oder sie sind am Verschwinden. Wir und ein US-Team sind die Ausnahme – und wachsen gar. Die Nepalesen halten nun einen Marktanteil von circa 90 Prozent. Die Kundschaft ist zudem viel globaler geworden. Früher kam sie primär aus Europa und dem Commonwealth. Jetzt stärker aus dem asiatischen Raum und dem Nahen Osten. 2019 war der Kippunkt, als Chinesen und Inder erstmals mehr als 50 Prozent zu den Gesamteinnahmen beitrugen. **Diese Gruppen sind sehr preissensitiv.**

Sie suchen in der Regel das günstigste Angebot. Wir reden von circa 30'000 Dollar. Um sie buhlen viele nepalesische Firmen. Wir klassischeren Anbieter, dazu zählen auch nepalesische, verlangen eher zwischen 70'000 und 100'000 Dollar pro Kunde. **Diese neue Klientel hat oft keine Erfahrung am Berg.** Es gibt sowohl nepalesische Veranstalter als auch deren Kunden,



die öffentlich prahlen, dass der Everest ihr erster Berg sei.

Das ist Wahnsinn, oder? Ja, Wahnsinn, und zeigt, wie unreguliert diese Branche auf nepalesischer Seite ist. Es ist dann leider auch kein Wunder, wenn wie letzte Saison 18 Menschen am Everest starben.

Was wollen Sie damit sagen? Natürlich bleibt am Berg immer ein Risiko. Aber die meisten Toten hätten vermieden werden können. Nepal sagte: Das Wetter sei schuld gewesen. Das stimmt nicht. Es waren ganz normale Bedingungen. Also muss man schauen, wo und warum – die Sherpas ausgenommen – diese 13 Menschen starben.

Wo und warum? Sie sind in der Regel am Gipfeltag auf über 8000 Metern gestorben, weil sie allein gelassen wurden

oder verloren gegangen sind – auf geführten Expeditionen! Man muss sich das einmal vorstellen. Nur dies nebenbei noch: Wir hatten nach den vielen Schlagzeilen aber klar mehr Interessenten für dieses Jahr. Die Toten haben viele Menschen also kein bisschen abgeschreckt. **Zurück zu den Toten. Was heisst: Sie sind verloren gegangen?** Das sind die Aussagen der betreffenden Veranstalter. Plötzlich habe ein Kunde gefehlt, plötzlich sei einem Kunden der Sauerstoff ausgegangen. Dabei gilt es als Veranstalter zwei Grundregeln immer zu befolgen. Erstens: Ein Kunde darf nie allein gelassen werden. Zweitens: Es muss immer genug Sauerstoff für jeden vorhanden sein, für jeden Kunden, für jeden Sherpa.

Wie kann zu wenig Sauerstoff dabei sein?

Da unterstelle ich eine finanzielle Motivation. Es werden mehr Kunden aufgenommen, als Sauerstoff samt Flaschen gekauft werden. Diese sind zudem ein knappes Gut. Darum werden jedes Jahr am Berg solche Flaschen gestohlen. Uns kamen im letzten Jahr im finalen Lager auf 8000 m 14 Flaschen weg. Das ist der Vorrat für drei Kunden am Gipfeltag. Wir haben darum da oben einen Sherpa als Wachmann positioniert und arbeiten dieses Jahr allenfalls gar mit einer Überwachungskamera. Angekettet sind die Flaschen sowieso. Trotzdem kamen einem US-Veranstalter 80 Flaschen weg – das würde ich als Sabotage bezeichnen. **Brutale Missgunst in der Todeszone?**

Weil ich einen ausgeprägten Gerechtigkeitssinn habe, wählte ich zu Beginn oft die Konfrontation mit der Konkurrenz. Ich habe zum Beispiel als Erster alle Sherpas wie alle Teammitglieder versichert, ihnen die gleichen Menschen bezahlt usw. Aber weil ich innerhalb kürzester Zeit mit allen Anbietern Konflikte hatte und sogar von Mitbewerbern bedroht wurde, habe ich mich rausgenommen.

Wie bedroht?

Mit Sabotage – und verbalen Angriffen auf mein Leben. Ich habe die Nachricht noch auf meinem Handy gespeichert. Um in diesem Business zu bestehen, habe ich einen Weg finden müssen.

Welchen?

Ich konnte in der Covid-Pandemie diejenige Firma kaufen, welche den Grossteil des Sauerstoffs



Lebenswichtiges, rares Gut am Everest: Sauerstoffflaschen.

Wenn man Ihnen zuhört, fragt man sich: Warum passiert nicht mehr am Everest?

Das denke ich tatsächlich oft und staune selber, wie wenig passiert und wieso der Big Bang mit richtig vielen Toten ausbleibt. Damit sind wir beim Kern der Diskussion: Das Problem sind nicht diese Unerfahrenen, sondern diejenigen, die diese Unerfahrenen mitnehmen – und Nepal, das nicht einmal die minimal geforderten Standards durchsetzt. **Reden Sie mit Anbietern, die unverhältnissmässig handeln?**

«Einem US-Veranstalter kamen 80 Flaschen mit Sauerstoff weg – das würde ich als Sabotage bezeichnen»

Ich vermeide die Konfrontation mittlerweile. Trotzdem finde ich: Man muss kritisieren dürfen, wenn etwas falsch läuft, und nach Lösungen suchen. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Der Gletscher, den alle zu Beginn überqueren müssen, ist sehr gefährlich, viele Träger sind darin umgekommen. Ich plädierte dafür, die Sherpas inklusive Ausrüstung für das Vorbereiten der Höhenlager und der Routenpräparierung darüberfliegen zu lassen – aus Sicherheitsgründen. Würde abgelehnt. Kunden aber werden teilweise geflogen, getarnt als sogenannte Rettungsflüge. Ich kann in Nepal darum nicht so arbeiten, wie ich gerne möchte, und mich dabei aber auch an geltendes Gesetz halten. Deshalb bevorzuge ich die Nordseite, wo alles sehr streng reglementiert ist und sehr viel Wert auf Sicherheit gelegt wird. **Nur brauchen die Chinesen den Everest nicht, um Geld zu verdienen. Sie halten die Permits tief.**

Stimmt. Hinzu kommt jede Saison die Unsicherheit, ob wir überhaupt zum Everest dürfen, weil Tibet eine politisch sehr sensible Region ist.

China ist gut für Sie, aber unberechenbar, Nepal schlecht für Sie, aber zugänglich.

Darum sage ich in Bezug auf Regeln für die nepalesische Seite: Die Veranstalter müssen erstens die Verantwortung in die Hand gelegt bekommen, dann haften sie aber auch. Zweitens: Kein Kunde darf da oben allein gelassen werden, zu keinem Zeitpunkt. Drittens: Es muss Mindeststandards für den Sauerstoff und die Sicherheitsausrüstung geben. Diese drei Regeln würden ganz viele Tote verhindern.

Wie den Höhenträger letztes Jahr am K2. Dutzende liefen einfach weiter, als er am Fixseil regelrecht verreckte. Ein Sinnbild für die aktuelle Situation? Da muss man differenzieren. Auch früher ist es vorgekommen, dass man Sterbende einfach

zurückgelassen hat. Diesmal aber multiplizierte sich das Interesse, weil eine Drohne den Vorfall dokumentierte.

Es war die Drohne Ihrer Multimedia-Firma.

Ja, mein Kollege Philip Flämig hat die Drohne auf 8000 m starten lassen und beim Sichten des Materials zufällig dann diese traurige Situation entdeckt. Den Kunden mache ich keinen Vorwurf, die über ihn hinweggingen. Die hätten dem Träger nie helfen können. Aber es waren viele Erfahrene an jener Stelle, die ihn hätten abtransportieren können. **Warum halfen diese nicht?** Ich kann nur spekulieren, wir hatten wegen hoher Lawinengefahr ja abgebrochen: Der Druck, die Kunden auf den Gipfel zu bringen, war wohl zu gross. **Sie stoppten eine Everest-Expedition wegen der Coronapandemie – darauf wollten drei Kunden Sie einklagen.**

Zwei lenkten nach einem Gespräch rasch ein, beim dritten dauerte die Auseinandersetzung. Wir mussten seinen Anwälten alle Fakten vorlegen, bis sie erkannten: Da ist keine rechtliche Handhabe. Wenn uns aber grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen werden kann, ich rede jetzt eher von einem Todesfall, würde ich gar persönlich haften, nicht nur meine Firma. Ich wähle meine Kunden darum sehr genau aus. Aus China, Russland oder Indien nehme ich keine, das ist mir rechtlich zu heikel. Hinzu kommen kulturelle Unterschiede, manchmal sprachliche Schwierigkeiten.

Wenn Sie von Todesfall reden: Geht man am Everest wirklich an Toten vorbei?

Ja, auf nepalesischer wie chinesischer Seite – je nach Sicht und Schneemenge aber sieht man sie kaum. Zurzeit muss man Kunden besonders gut vorbereiten. **Warum?**

Auf der Südseite muss man aktuell über einen Toten hinwegsteigen. Er liegt unter der Hillary-Felsplatte auf rund 8'700 Metern. **Ist das ein makabrer Scherz?** Leider nein. Diese Felsplatte ist nur circa drei Meter breit, der Mann starb da 2019 und hängt noch am Fixseil, angefroren am Fels. Auf beiden Seiten geht es Hunderte von Metern hinunter, darum kann man nicht ausweichen. Die Unerfahrenen rutschen auf den Steigeisen auf der glatten Felsplatte bei ihm auch noch aus. Die Details erspare ich Ihnen.

Warum wird er nicht entfernt? Es fühlt sich niemand zuständig. Und es hat jeder sehr viel Respekt. Meist lässt man die Toten am Berg, es sei denn, Angehörige verlangen, dass ein Toter heruntergebracht wird. Da stellt sich wiederum die Kostenfrage. Ab Herbst verlangt Nepal nun, dass Tote abtransportiert werden müssen.

Wird das passieren? Das hängt bei Unterlassung wohl vom Strafmass ab. Sicher ist: Eine Rettung kostet viel Geld – und müsste in der Regel vom Veranstalter bzw. dessen Versicherung bezahlt werden.

Joggen für Sparfüchse II

Auf den Artikel in unserer Laufwoche von Mitte April haben wir etliche Rückmeldungen von Leserinnen und Lesern erhalten, wie und wo sie Geld im Laufsport sparen – sei es bei der Kleidung, der Verpflegung oder bei sonstigen Utensilien.



Dieses Tuch ist ein Alleskönner

Der Tipp von Andreas aus Graubünden ist ein sogenanntes Necktuche, ein dünnes, längliches Stofftuch, das vielseitig eingesetzt

werden kann bei Wind oder kühlen Temperaturen: Als Stirband, dünner Schal oder im Notfall sogar, um die klawmen Finger zu wärmen. Es gibt sie ab 5 Franken in den meisten Sportgeschäften.

Klein, leicht, handlich – einfach Durst löschen



Gerade wenn die Temperaturen gegen Sommer steigen, ist Trinken das A und O, vor allem bei längeren Läufen. Wer kein Rucksäckchen mitschleppen möchte, für den hat Michael aus Basel eine Empfehlung: Leichte und einfach zu verstauende Softflasks sind handlicher als normale PET-Flaschen oder Bidons und somit geeignet, um Flüssiges mitzuführen. Er empfiehlt die Softflasks von Decathlon, die es in den Grössen von 250 ml und 500 ml gibt und rund 12 Franken kosten.

Der Basler Energielieferant

Gleich mehrere Leserinnen und Leser haben ihre Sporternährungsstüps mit uns geteilt. Nicole aus Gwatt beispielsweise erhält die nötige Energie während eines langen Trainings durch Basler Läckeri, die sie im Plastiksäckchen mitführt. Sie gibt ihr Geld lieber für die Basler Spezialität aus als für überteuerte Produkte. Eine Kilopackung Läckeri reicht wohl für eine halbe Saison und kostet 24.50 Franken.

Diese Bären machen Jogger froh

Apropos preiswerte und leckere Sportnahrung:

Offenbar erfüllen ganz normale Gummibärchen aus dem Supermarkt den Zweck, damit es im Training nicht zum Hungerst kommt. Gleich mehrere Leser haben uns davon berichtet.



Mit teurer Kleidung Geld sparen

Zurück zur Sportkleidung. Robert aus Zürich sieht die andauernde Jagd nach den allergünstigsten Produkten eher kritisch. Er achtet beim Kauf auf Qualität und Nachhaltigkeit, solche Kleidungsstücke halten länger, im Endeffekt kann damit auch Geld gespart werden. Sein Extratipp: Jacken, Shirts und Hosen kaufen, die auch bei anderen Sportarten verwendet werden können. Eine spezifische Empfehlung hat uns Kathrin aus Rheinfelden mitgeteilt: Der Laufschuh Asics Novablast ist mit rund 140 Franken zwar definitiv kein Schnäppchen, aber ein Allrounder. Sie braucht den sehr leichten, gedämpften, aber dennoch stabilen Schuh für zügige Trainings auf der Strasse, für die Plauderrunde im Wald und auch für Wettkämpfe.