





Unter Wasser brennt es: Rugby verliert auch unter der Wasseroberfläche nicht an Härte

Eigene Regeln

Traditionelle Sportarten differenzieren sich immer mehr aus. Hinter manch neuer Disziplin steckt die Vision von Wachstum und globalem Wettbewerb

VON ANDRÉ GÄRISCH

Hier den Durchblick zu bewahren, ist fast unmöglich. Rund um den Ball entbrennt ein scheinbar zielloses Chaos aus fliegen-

den Händen, paddelnden Beinen und verhakten Körpern. Einige der Spieler tragen blaue Wasserballkappen, andere schwarze – so lassen sich immerhin die Mannschaften auseinanderhalten. Tief entschlossen rauscht einer der Akteure an einem gegnerischen Verteidiger vorbei und versenkt den mit Salzwasser gefüllten Ball im Korb.

Weil ihnen einfache Schnorchelübungen zu langweilig waren, haben Mitglieder eines Kölner Tauchvereins vor 60 Jahren Unterwasserrugby erfunden. Wie beim „echten“ Rugby ist äußerster Körpereinsatz gefragt – gleichzeitig sind Übergriffe auf die Ausrüstung sowie Tritte und Schläge verboten. Zwei Teams mit je sechs Spielern

versuchen durch cleveres Passspiel oder Ballführung den gegnerischen Korb am anderen Ende des Beckens zu erreichen; zweimal 20 Minuten haben sie dafür Zeit. Neben den Wasserballkappen, die das Trommelfell schützen, sind Schnorchel, Taucherbrille und Flossen im Einsatz.

„Im richtigen Moment Luft zu holen und wieder abzutauchen, ist entscheidend im Unterwasserrugby – sonst verpasst man wichtige Situationen. Der dreidimensionale Raum erschwert die Übersicht“, erklärt Hannes Hofmann, der beim zwölfmaligen deutschen Meister TC Bamberg stürmt. Über Playoffs, in denen die besten Mannschaften der Bundesligen Nord, Süd und West konkurrieren, wird der Meister ermittelt. Unabhängig davon spielen in der European Underwater Rugby League (EURL) die führenden Teams des Kontinents. „Es handelt sich dabei um das professionellste Projekt in unserem Sport. Kameras sind in der Halle und unter Wasser

fessionellste Projekt in unserem Sport. Kameras sind in der Halle und unter Wasser angebracht. Die Begegnungen werden auf Youtube in Full-HD übertragen. Redakteure, Kommentatoren und Cutter bereiten die Inhalte professionell auf“, sagt Hofmann. Der EURL-Kanal erreicht knapp 1400 Abonnenten.

Jede Mannschaft bezahlt 5000 Euro Startgebühr, die deutschen Vertreter aus Krefeld und Malsch treffen auf Clubs aus Schweden, Dänemark, Norwegen und Russland. Die Liga verpflichtet die Mannschaften, einen leuchtend gelben Ball zu verwenden, um eine bessere Sichtbarkeit zu gewährleisten, und experimentiert derzeit mit dem Videobeweis. Nach jeder Partie werden Interviews geführt; die Spieler stehen vor einer mit den Clublogos bestückten Wand. „Sponsoren hätten dort auch Platz, finden sich in unserer Sportart aber nur schwer“, bedauert Hofmann.

Ein grundsätzliches Problem teilen alle Unterwasserdisziplinen: die fehlende Möglichkeit für physisch anwesende Zuschauer, das Geschehen problemlos zu verfolgen. Daher sind die Hallen meist leer, zu wichtigen Spielen erscheinen wenige Dutzend Fans. Um ein größeres Publikum anzusprechen, ist eine Video-Übertragung unabdingbar.

Aus England stammt eine weitere „tiefergelegte“ Sportart: Unterwasserhockey. Mit 1,5 Kilogramm wiegt der eingesetzte Puck zehn Mal so viel wie beim Eishockey, dafür ist der 30 Zentimeter messende Schläger deutlich kleiner als beim traditionellen Hockey. Drei Meter lange Edelstahlrinnen bilden die Tore. Ähnlich wie beim Unterwasserrugby, kommt es darauf an, die Aktionen der anderen zu interpretieren, da eine mündliche Kommunikation unmöglich ist. Seit 1985 finden alle zwei Jahre im Wechsel Europa- oder Weltmeisterschaften statt. 2017 wurde erstmals ein deutschlandweiter Spielbetrieb aufgenommen, aus dem der TCO Weinheim als Sieger hervorging.



FOTO: SASCHA BIEN

Auf einen Schlag hipper

Crossgolf – auch Urban Golf genannt – stellt das elitäre Image von Golf auf den Kopf. Es kommt ohne Etikette, Regelbuch und Clubanlage aus. Gespielt wird im Wald, auf Feldern, in Einkaufspassagen oder U-Bahn-Höfen. Als Löcher dienen Hydranten, Tonnen und Baumstämme. Solange Gesetz und Sicherheit der Fußgänger beachtet werden, ist alles denkbar. Ein Ligasystem hat sich in Deutschland bisher nicht etabliert, jedoch werden kleinere Turniere von Crossgolfvereinen veranstaltet. In Paris, Köln, London, Amsterdam und Prag fanden ab 2013 die Europameisterschaften statt; bei den vergangenen Cups spielten bis zu zwölf Nationen um den Sieg. Um Länder mit einer wachsenden Szene besser in die internationale Crossgolf-Familie zu integrieren, gab es dieses Jahr gar eine Weltmeisterschaft. Der Austragungsort, ein ehemaliger Pariser Bahnhof, der gerade zur Shopping-Mall umgebaut wird, barg gewisse Hürden: „Einige ursprünglich eingeplante ‚Löcher‘ wurden überbaut, sodass wir auf die Straßen ausweichen mussten“, sagt Sascha Bien vom Urban Golf Collective, dem ehrenamtlich strukturierten Weltverband. Lokale Sponsoren wie Brauereien und Versicherungen unterstützten das Event. Und auch Porsche hat den anarchistischen Charme der Sportart für sich entdeckt: Bei der Porsche Urban Golf Challenge treten seit 2017 Golfprofis inmitten von Sankt Pauli an. Der Erstplatzierte darf alle Fahrten während der Porsche European Open, die im Anschluss stattfinden, in einem Porsche 911 GTS zurücklegen.

Aus dem Fußball-Labor

Die Spieler nennen sich „Headsinfarkt“, „Nosegrinder“ oder „Pressure Pete“. Mit blitzartigen Kopfbewegungen jagen sie einen Gummiball von der einen Hälfte der Tischtennisplatte auf die andere. Sie hechten über das Rechteck, um den Ball besonders früh zu nehmen, werfen sich seitwärts ins Gras, um den besten Winkel zu erwischen. Headis verbindet Fußball mit Tischtennis – und befindet sich im Übergang vom Trend zum Massenphänomen. Mitte 2006 begann die Idee als Notlösung. Im Freibad waren alle Fußballplätze belegt, also wählte der damalige Sportstudent René Wegner die Tischtennisplatte – mittlerweile spielen weltweit rund 100000 Menschen Headis. Die Regeln leiten sich vom Tischtennis ab – gespielt wird auf drei Gewinnsätze, jeder Satz geht bis elf. Ein grundlegender Unterschied zählt zum Markenkern: Die Spieler dürfen mit sämtlichen Körperteilen die Platte berühren, sie sogar erklimmen. „2008 lud uns Stefan Raab zu ‚TV Total‘ ein. Anschließend meldeten sich erste Sponsoren, Hersteller von Tischtennisplatten, um mit uns zu kooperieren. Durch weitere Auftritte bei ‚Schlag den Star‘ und Headis-Spezialausgaben von ‚TV Total‘ konnten wir unsere Bekanntheit ausbauen“, erinnert sich Wegner. Zwölf Events, die bis zu 500 Zuschauer anlocken, bilden den Weltcup. Fast genauso wichtig wie die Matches ist das Rahmenprogramm. Youtube-Videos zu den spektakulärsten Ballwechseln erzielen bis zu 250000 Aufrufe, Eurosport kündigte für den Herbst Übertragungen an: „Durch unsere steigende Präsenz gewinnen wir immer mehr Sponsoren, darunter bekannte Namen wie Citroën oder Tag Heuer“, sagt Wegner. Für werbetreibende Unternehmen sei nicht nur die enorme Reichweite ein bedeutender Faktor, sondern auch die Garantie, nicht übersehen zu werden: „Das Markenlogo wird vollflächig auf die Platte geklebt, so kommt der Zuschauer am Sponsor nicht vorbei.“



FOTO: RALF ARBOLD