

Soziologie des Marathonlaufs

- I. Die Laufbewegung hat u.a. ihre Ursachen im allgemeinen Wandel von der Industriegesellschaft zur Dienstleistungs- bzw. Informationsgesellschaft. Dazu gehört auch eine regelrechte Mythenbildung rund um den Marathon. Die Distanz – 42,195 km – spielt dabei eher eine nebensächliche Rolle; tatsächlich ist es wichtig, einen „Marathon“ zu laufen.**

Der altgeschichtliche Vorläufer (sic!) des Marathonlaufs dürfte noch immer jedem Schüler bekannt sein: nach der Schlacht von Marathon lief ein Soldat in voller Uniform den gesamten Weg vom Schlachtfeld nach Athen, wo er noch ausrufen konnte, dass die Griechen gesiegt hatten, dann aber tot zusammenbrach.

Die Entfernung zwischen Marathon und Athen beträgt jedoch lediglich 35 Kilometer, ist also deutlich kürzer als die heute gelaufene Wettkampfstrecke. Diese wurde übrigens eher willkürlich bei den Olympischen Spielen 1908 in London festgelegt. 42,195 Kilometer entsprachen damals der Strecke zwischen Windsor Castle und der königlichen Loge des White City Stadions. Durch den Läufer von Marathon wurde ein Mythos geschaffen, der bis heute nichts an seiner Faszination eingebüßt hat, im Gegenteil. Gerade durch diese Geschichte erhielt der Langstreckenlauf im allgemeinen und der Marathon im speziellen einen Fixpunkt, der zugleich eine Identifikationsmöglichkeit darstellt: Marathon als „mörderische“ Distanz, bei der der Mensch bis an seine Grenzen gehen kann und diese evtl. sogar überschreitet.

Die genaue Distanz des Marathons ist im Vergleich zur Geschichte nur wenigen geläufig. Im Prinzip könnte ein Marathon 35 oder 50 Kilometer lang sein – die Symbolkraft des Wortes genügt jedoch, um die Menschen in seinen Bann zu ziehen. Diese „nostalgische“ Betrachtung kann durchaus als „postmodern“ bezeichnet werden.

Die Ursachen dafür liegen nicht zuletzt im Wandel von der Industrie- zur Dienstleistungs- oder Informationsgesellschaft. Dadurch haben sich auch die Arbeitsformen grundlegend gewandelt. Heute herrschen vor allem „sitzende“ Tätigkeiten mit einem geringen Bewegungsaufwand vor, während die Menschen früher durchaus 40 oder mehr Wochenstunden am Fließband verbrachten. (Sicherlich gibt es diese Berufsfelder auch heute noch, doch beschäftigen sich mittlerweile auch „Arbeiter“ intensiv mit Langstreckenläufen.) Dadurch hat die Freizeit bzw. die nicht am Arbeitsplatz verbrachte Zeit einen viel höheren Stellenwert erhalten: war man früher froh, sich nach der körperlich anstrengenden Arbeit ausruhen zu können, so haben sich viele Berufsfelder heute auf eine „geistige“ Tätigkeit verlegt. Dementsprechend liegt der Körper „brach“.

In Zusammenhang mit dem Wandel zur „Freizeitgesellschaft“ entwickelte sich außerdem ein neues Körperbewusstsein – die körperliche Ertüchtigung findet heute vornehmlich in der Freizeit statt und dient als Ausgleich zu den oben erwähnten sitzenden Tätigkeiten. Nicht zuletzt wird dies auch durch die Medizin propagiert, die dem Sport prophylaktische Wirkungen zuschreibt (u.a. Vorbeugung von Übergewicht, Bluthochdruck usw.). Diese Aspekte besitzen längst einen gesellschaftlichen Charakter, da ein gesunder, jugendlicher Körper mittlerweile ein (auch medieninduziertes) Ziel geworden ist.

Ein letzter erwähnenswerter Punkt: früher haben die Menschen ihre körperlichen Grenzen durch die Arbeit aufgezeigt bekommen, was heute jedoch nicht mehr der Fall ist. Wie sich in der Untersuchung von Kreitz (1996) zeigte, ist die Herausforderung des Langstreckenlaufs das am meisten genannte Motiv, mit dem Training zu beginnen. Dies hat u.a. identitätstheoretische Gründe: durch die gesellschaftliche Entwicklung hat eine zunehmende Individualisierung eingesetzt, die u.a. den Verfall traditioneller Werte und eine Verunsicherung des Individuums mit sich brachte. Aus diesem Grund wird die eigene Identität, das Selbstkonzept zu einem der zentralen Motive, solch „extremen“ Tätigkeiten zu beginnen. Erst die – durchaus belastende – Erfahrung des Langstreckenlaufs kann das Individuum dazu bringen, sich selbst zu „erlaufen“ und über sich ein wenig klarer zu werden. Insofern kann die Ausübung dieses Sports durchaus zur Positionierung der eigenen Identität in der Gesellschaft dienen.

2. Marathonläufe haben mittlerweile auch in Deutschland fünfstelligen Teilnehmerzahlen erreicht und besitzen somit den Charakter von Massenveranstaltungen. (Beispiel: Berlin-Marathon – 38.000 Teilnehmer; Köln-Marathon: 15.000 Teilnehmer). Neben einer Laufsubkultur hat sich somit ein gewisser „Mainstream des Marathonlaufs“ etabliert. Diese beiden Gruppen unterscheiden sich jedoch signifikant voneinander.

Wie die ständig steigenden Teilnehmerzahlen bei Laufveranstaltungen zeigen, ist die Laufbewegung mittlerweile zu einem regelrechten Massenphänomen geworden, das sämtliche Gesellschaftsschichten durchzieht. Doch war auch die Laufbewegung zu Beginn eine Subkultur weniger Eingeweihter, bis sie schließlich aus ihrem Schattendasein trat und massentauglich vermarktet wurde. Die Massenmedien und die Sportindustrie haben ihren jeweiligen Teil zu dieser Entwicklung beigetragen.

Eine Subkultur zeichnet sich durch eine Homologie, also eine relativ einheitliche Konzeption von Werten und Äußerungen aus. In Abgrenzung (der zentrale Begriff der Subkulturforschung) von der Massenkultur werden zu diesem Zweck kulturelle Codes aus ihrem üblichen Zusammenhang genommen und zu anderen Gruppen rekontextualisiert. Dies kann sich in einer eigenen Sprache bzw. eigenen Termini äußern, aber auch in Verhaltensweisen. Bezogen auf Langstreckenläufer können hier Fachbegriffe genannt werden, die Teil eines „Läuferslangs“ sind und daher von Nicht-Eingeweihten nur schwer zu verstehen sind (z.B. anziehen, durchstarten, Durchhänger, vor die Wand laufen). Teil einer Subkultur zu sein, bedeutet aber auch, evtl. seinen Lebensstil nach den Bedürfnissen dieser Gruppe zu justieren.

Mithilfe dieses Konzepts lässt sich auch die Entstehung von Ultralangläufen (100 km, 24 Stunden usw.) erklären: Man kann also davon ausgehen, dass gerade Marathonläufer zu Beginn der Laufbewegung eine Subkultur waren, die sich vom Rest der „Jogger“ abgrenzen wollten, da sie diejenigen waren, die diese mörderische Distanz mehr oder minder schadlos überstanden haben. Im Zuge des gesellschaftlichen Wandels widmen sich jedoch mehr und mehr „Normalos“ dem Marathonlauf – sie haben Zeit, sie haben die Motivation und evtl. auch das Geld (dies wird vor allem im Hinblick auf den Marathon-Tourismus zu einem wichtigen Faktor; diese Sonderform der Reisetätigkeit hat sich mittlerweile so ausdifferenziert, dass es dafür eigenständige Reiseveranstalter gibt). In diesem Moment gesellschaftlicher Legitimation verliert die Subkultur ihren Status und wird zur Massenkultur – ein Mainstream des Marathons. Die Popularisierung der Laufbewegung setzte übrigens bereits zu Beginn der 70er Jahre ein, die Sportartikelindustrie in Deutschland griff die Bewegung jedoch erst zum Ende des Jahrzehnts auf.

Die ursprünglichen Mitglieder der Subkultur haben sich jedoch bereits davon entfernt, noch bevor die großflächige Vermarktung begonnen hat. Um sich auch weiterhin von der großen Masse abgrenzen zu können, verlegen sie ihre subkulturellen Aktivitäten in Bereiche, die auch einem trainierten Marathonläufer Respekt einflößen – aus den 42 Kilometern sind 50, gar 100 geworden. Andere wiederum scheuen sich nicht, ganze 24 Stunden zu laufen. Und wiederum andere gründen Vereine wie den „100 Marathon Club Deutschland“, in dem nur Mitglied werden kann, der (oder die) nachweislich mindestens 100 mal die Marathonstrecke hinter sich gebracht hat.

Die Untersuchung von Kreitz (1996) zeigt die Unterschiede zwischen der ursprünglichen Subkultur und der Massenkultur deutlich auf:

- Die „Langstreckler“ sind zum einen Mitglieder der ursprünglichen Laufsubkultur; sie laufen teilweise bereits seit mehreren Jahrzehnten und besitzen eine dementsprechende Erfahrung, die bis in die Zeit vor dem Marathon-Boom reicht. Es kann sich jedoch auch um jüngere Läufer handeln, die ein hohes Trainingspensum verbuchen können (>5 Trainingseinheiten/Woche, mind. 20 km/Lauf). Sie laufen vor allem aus Gründen der Teilnahme an Wettkämpfen, aber auch aus gesundheitlichen Aspekten und zur Erreichung eines bestimmten Zeitziels. Von den Angeboten der Sportartikelindustrie zeigen sie sich weit

weniger „beeindruckt“ als die „Jogger“, vor allem, was die Anschaffung neuer Artikel angeht. Beim Laufen sehen sie es nicht als dringend notwendig an, dass ein Publikum zugegen ist.

- Die „Jogger“ verfügen über vergleichsweise geringe Lauferfahrung und ein durchschnittliches Trainingspensum (3mal pro Woche, bis zu 15 km/Lauf); sie gehören prinzipiell zu den „Normalos“, die sich erst später der Laufbewegung angeschlossen haben und eher Konsumenten sind. Ihnen kommt es vor allem auf den geselligen Aspekt des Laufens an: bei ihnen waren es vor allem Freunde, die sie zum Laufen bewegt haben. Sie kaufen sich überdurchschnittlich oft neue Sportartikel (pro gelaufenem Kilometer etwa doppelt so viel wie die „Langstreckler“) und laufen mit dem Ziel, eine gewisse Zeit zu unterbieten. Nicht zuletzt weisen „Jogger“ im Zusammenhang mit ihrer Laufaktivität einen gewissen Narzissmus auf – die Wertschätzung durch das Publikum ist für sie eines der wichtigeren Motive, einen Marathonlauf zu absolvieren. Die Konsumhaltung scheint ebenfalls damit zu korrelieren; „man zeigt, was man hat“, während man sich auf einer „42 Kilometer langen Bühne“ (Stach 1996) bewegt.

3. Bei dem derzeitigen Boom von Langstreckenläufen handelt es sich um ein gesamtgesellschaftliches Phänomen, das relativ unabhängig von sozialen Schichten auftritt. Der durchschnittliche Marathonläufer übt jedoch eine geistige Tätigkeit auf hohem Niveau aus und ist deutlich besser gebildet als der Bundesdurchschnitt.

Wie bereits erwähnt, ist es vor allem die Mittelschicht (Beamte, Angestellte – sie bildeten in der Untersuchung von Kreitz 72 Prozent der Stichprobe!), die sich zum Phänomen Marathon hingezogen fühlt. Im Unterschied zu den anderen sozialen Schichten verfügen sie über genügend materielle (Geld) und immaterielle Mittel (Freizeit) sowie Motive (Körpererfahrung), um sich eingehend mit dem Langstreckenlauf zu beschäftigen. Die Botschaft, dass es gesund und überdies gesellschaftsfähig ist, schwitzend durch Wälder und Parks zu rennen, hat aber die gesamte Gesellschaft durchdrungen. Gerade heute gilt mehr denn je das Motto „Ein gesunder Geist steckt in einem gesunden Körper“, in Deutschland vorgelebt durch Personen des öffentlichen Lebens (z.B. Joschka Fischer, Ulrich Strunz, wobei letzterer erst durch seine Rolle als Fitness-Papst zu einer solchen geworden ist).

Kreitz' Studie zeigt, dass Langstreckenlauf ein weitgehend alters- und schichtenunabhängiges Phänomen darstellt – demnach ist es gesunden Menschen auf jeden Fall bis ins hohe Alter möglich, diesen anspruchsvollen Sport zu betreiben. Es handelt sich jedoch größtenteils um Männer, die diesen Sport ausüben (in der Studie etwa 91 Prozent!). Erklärt wird dies durch die Mehrfachbelastung der Frau (Haushalt, Kinder, evtl. Beruf), die eine regelmäßige und intensive Beschäftigung mit Langstreckenläufen nicht zulässt.

Die Probanden der Studie gaben ein sehr breites Spektrum an Berufsfeldern an (über 100 Stück, wovon 98 ausgewertet wurden), die sich zudem über sämtliche Bildungsniveaus erstreckten. Vergleicht man aber die Bildungsabschlüsse der Marathonläufer mit denen des Bundesdurchschnitts, so fällt auf, dass die der Sportler signifikant höher ausfallen.

4. Marathonläufer sind in dem Feld zwischen Freizeit- und Leistungssport nur schwer zu klassifizieren, da ihre Beschäftigung mit dem Langstreckenlauf Elemente beider Ausrichtungen beinhaltet. Da die Motive und Aktivitäten aber sehr vielfältig und differenziert sind, ist es fraglich, die Unterscheidung zwischen Freizeit- und Leistungssport aufrecht zu erhalten.

Im Gegensatz zu vielen Sportarten, in denen eine Unterscheidung zwischen Freizeit- und Leistungssport durchaus legitim erscheint, ist diese beim Marathon eher schwierig zu bewerkstelligen. Das liegt nicht nur daran, dass Profithleten und Hobbyläufer im selben Feld an den Start eines Marathons

gehen. Ein Blick auf die Tabelle zeigt, dass Marathonläufer Elemente beider Formen des Sports beinhalten – auf allen Gebieten.

	Freizeit-/Breitensport	Leistungssport
Ziele	Freude, Spaß, Vergnügen, Geselligkeit	Höchstleistungen, Rekorde, Geldverdienst, öffentliche Anerkennung
Mittel & Formen	Alters-, geschlechts-, leistungsunabhängig; Regeln können u.U. verändert werden	Differenzierung nach Alter, Geschlecht, Leistung ⇨ absolute Vergleichbarkeit; Regeln einheitlich
Bedingungen	Unabhängig von Wettkämpfen, allgemeine Angebote, Möglichkeiten für alle	Wettkampfwänge, Talentförderung und –suche
Ausübung	Unregelmäßig, im Sinne eines Spiels, erlebnisbetont	Regelmäßig (arbeitsähnlich), Training, ziel- und ergebnisgerichtet
Betriebsweise	Mitbestimmung & Miteinander, normale Lebensweise, variable Organisationsstrukturen	Unterordnung (Athlet – Trainer), zielgerichtete Lebensweise, feste Organisationsstrukturen
Konsequenzen	Individualisierung im Miteinander, soziale Interaktionen, Kooperation als Erhöhung der Lebensqualität	Rivalität & Vereinzeln, soziale Interaktionen, Kooperationen als Faktor der Leistungsmaximierung
Kosten	Geringe finanzielle Kosten pro Sportler, Leistungen als Möglichkeit der Selbstbestätigung	Hohe finanzielle Kosten pro Sportler, Leistungen als Konsumgüter

Beispiele:

- Kosten können bei ausgedehntem Marathon-Tourismus sehr schnell ansteigen und Dimensionen erreichen, die sonst von Leistungssportlern erreicht werden
- Marathonläufer betreiben ihren Sport sowohl aus Motiven des Freizeitsports als auch des Leistungssports
- Ein nicht unbeträchtlicher Anteil der Marathonläufer stellt seine Lebensweise nach den Vorgaben des Laufes um (Ernährung, Schlaf usw.)
- Es gibt sowohl informelle als auch formelle Organisationsstrukturen, in denen Marathonläufer ihren Sport ausüben (allein oder mit Freunden im Wald, im Lauftreff, im Verein oder Betriebssport)
- Viele betreiben Langlauf als Hobby, trainieren also freiwillig auf das Ziel hin, einen Marathon zu bestreiten ⇨ eindeutig dem Freizeitsport zuzuordnen