

„Semesterakte“ im Deutschen Sport & Olympia Museum

Ein Kalender der besonderen Art mit Studierenden der Deutschen Sporthochschule Köln

Es ist eine Momentaufnahme, eingefroren in schwarzweiß. Wie eine Gazelle läuft der junge Mann über die Hürde, das Schwungbein gestreckt, das Nachziehbein in perfektem Winkel abgespreizt. Eine Bewegung wie aus dem Lehrbuch, ein schöner Anblick nicht nur für versierte Leichtathletiktrainer. Doch etwas ist anders: Der junge Sportstudent, der sich so elegant über die Hürde schwingt, trägt weder Schuhe noch Hose – er ist nackt.

Für den guten Zweck

Diese Szene beschreibt nur eine von 25 professionell ins rechte Licht gerückten Sportarten. Studierende der Deutschen Sporthochschule Köln ließen Anfang des Jahres für den guten Zweck die Hüllen fallen und präsentierten sich als Boxer, Gymnastikerin, Snowboarder, Fechterin, Golfer, Segler und Leichtathleten. Das Ergebnis: Ein Aktkalender der besonderen Art. Unter dem Titel „Semesterakte“ kann man in einem semesterbegleitenden Kalendarium bis Ende März 2008 jeden Monat einen Studenten oder eine Studentin beim Sport bewundern. Der Wendekalender bietet dabei Hingucker für jedermann, denn jeder Monat präsentiert einen weiblichen Akt auf der einen Seite und einen männlichen Akt auf der anderen. Je nach Belieben und Monat darf also gewendet werden. Der Erlös des Kalenderverkaufs kommt dem „Netzwerkbüro Köln-Mühlheim“ zu Gute, welches ein Teil des Großprojektes „Sport in Metropolen“ ist. Dies wurde ins Leben gerufen, um (nicht nur) den Kölner Sport fit für die Zukunft zu machen. Das soziale Miteinander in den Stadtteilen soll gestärkt werden, vor allem durch verbesserte Sportangebote.

„Semesterakte“ auch in Hongkong beliebt

Der Kunstkalender der Fotografen Sonja und Michael Inselmann ist der vierte dieser Art. Das Paar aus Grasberg veröffentlichte bereits 2004 ihr Erstlingswerk „Semesterakte“, damals mit Sportstudierenden der Universität Bremen. In den folgenden Jah-



Der semesterbegleitende Kalender zeigt 25 Sportarten aus ungewöhnlicher Sichtweise.

ren setzten sie die Reihe mit Projekten in Kiel und Berlin fort. Das Engagement der unentgeltlich arbeitenden Modelle erfüllte dabei stets einen guten Zweck. Aufmerksamkeit erregten aber vor allem die außergewöhnlichen Aufnahmen von Teilnehmern/innen der Paralympics, festgehalten in dem Kalender „Fine Handicaps“. Die verschiedenen Kunstaktkalender finden nicht nur hierzulande guten Anklang. Von der letzten Auflage der „Semesterakte“ wurden Exemplare nach Amerika, Indien und nach Hongkong verkauft. Mit etwas Glück soll der Verkauf von 3.000 Stück dieses Jahr noch übertroffen werden.

„Sport macht sexy“

Mit der Idee, Bilder des Fotografenpaares in ihre Sonderausstellung „Sport macht sexy“ einzubinden, regte das Kuratorium des Deutschen Sport & Olympia Museums die Produktion eines eigenen Semesteraktkalenders mit Studierenden der Deutschen Sporthochschule an. Als Teil der Sonderausstellung, in deren Zentrum die Frage nach „der Sinnlichkeit des Sports und der Bewegung“ steht, richten die Schwarzweiß-Fotografien den Blick auf die Ästhetik typischer Bewegungen bekannter Sportarten. Verschiedene Themenwän-

de, mit berühmten Songs betitelt, beleuchten außerdem viele weitere Aspekte rund um die Fragestellung „Was ist sexy am Sport?!“. Die teils unbewusste, teils bewusst inszenierte Erotik und Ästhetik des Sports wird dabei zum einen beeinflusst durch die agierenden Akteure und ihr natürliches sportliches Umfeld, zum anderen durch Mode, Medien und Werbung. Neben der also fast obligatorischen Werbeaufnahme von David Beckham in knapper Jeans und freiem Oberkörper hängt hier ein Bild der erfolgreichen US-amerikanischen Paralympics-Teilnehmerin Aimee Mullins oder Portraits einzigartiger Persönlichkeiten wie Muhammad Ali und Dennis Rodman. Highlight ist eine Collage des Künstlers Howard Schatz mit 125

Fotografien von US-Spitzen Sportlern, die jeder für sich eine ganz eigene Definition eines „sexy“ Körpers präsentieren. Auf weiteren Wänden faszinieren Aufnahmen von Skatern und Basketballern, bei denen die Sportlerinnen und Sportler die physikalischen Grenzen des Machbaren zu überschreiten scheinen oder Tänzer und Gymnastikerinnen mit außergewöhnlicher Eleganz und Grazie beeindruckend. So spannt die Ausstellung einen breit gefächerten Bogen von der Sinnlichkeit der Bewegung bis zum gewinnbringenden Einsatz des trainierten Körpers.

Die Schönheit der Bewegung

Der „Semesterakte“-Kalender richtet einen besonders schönen Blick auf den Sport. Im Wechselspiel aus Licht und Schatten wirken die Protagonisten fast angezogen. Dennoch lassen sie jeden einzelnen der trainierten Muskeln erkennen. Damit zeigen die Bilder vielmehr als nur sexy Körper. Sie zeigen, wie sexy Bewegungen sind. Dieser Meinung ist auch Sportreporter Manni Breuckmann, von dem in der Museums-Sonderausstellung zu lesen ist „Sport machte auch mich sexy.“ Die „sinnlichen“ Vorführungen Breuckmanns reichten seinerzeit von diversen Turndisziplinen bis zur „unwiderstehlichen“ Picke-Schusstechnik beim Fußball.

Die Sonderausstellung „Sport macht sexy“ im Deutschen Sport & Olympia Museum am Kölner Rheinufer ist noch bis zum 1. Juli zu bewundern. Der Kalender mit Studierenden der Sporthochschule findet in einem eigenen Bereich Platz. Er kann über das Internet bestellt werden:

www.taseo.de

Zwei Kalender gibt's beim aktuellen KURIER-Quiz zu gewinnen. *Nf, Tk*



Das Cover des Aktkalenders.

Von der SpoHo ... in die Selbstständigkeit

SpoHo-Absolvent Christoph Damaske gründete ein Unternehmen für Personal-Training

Sein Studium an der Sporthochschule hat sich Christoph Damaske mit Reisen als internationaler Schiedsrichter (Silver Badge) auf der Tennistour verdient. Doch das Leben aus dem Koffer soll für den jungen Vater bald ein Ende haben. Und möglich machen soll es der Traum der eigenen Firma.

Der Fremdbestimmung ein Ende setzen

Zusammen mit seinem Freund und Partner Stefan Baumer (Absolvent SP Training und Leistung) haben die beiden Jungunternehmer das Unternehmen *B.fit – Business Fitness OHG Ende 2006* gegründet. „Nach meinem Studium mit Schwerpunkt Medien und Kommunikation und einem PR-Volontariat hat mich der Wunsch der eigenen Firma und Selbstständigkeit nicht mehr losgelassen“, so der 31-Jährige. „Nur mit der richtigen Idee hat es lange gehapert. Durch Stefans langjährige Erfahrung als Personal Trainer und seine Erfolge bei seinen Kunden haben wir uns Mitte 2006 gedacht, dass sich daraus eine durchsetzungsfähige Dienstleistung entwickeln lässt, und den ersten Businessplan geschrieben.“ Der Fremdbestimmung ein Ende setzen, das ist ein wesentliches Ziel eines jeden Unternehmers. Doch der Weg von der Idee bis zur Umsetzung am freien Markt ist lang. Behördengänge, Business-

plan-Wettbewerbe, Konzeptionierung, Aufbau der Infrastruktur, Konzeptverfeinerungen, Entwicklung der Marketingmittel, Aufbau von Kooperationen, Pilotkundengewinnung bis hin zum ersten offiziellen Marktauftritt auf der Rheingolf im März



B.fit Geschäftsführer Christoph Damaske.

2007 nehmen viel Zeit in Anspruch. Der Aufwand, ein fundiertes, professionelles Konzept zu entwickeln, das eine reelle Chance am Markt hat, scheint sich langsam auszuzahlen. So können die beiden

nach Monaten der Ausgaben die ersten Geldeingänge auf dem Firmenkonto verzeichnen. „Unser Ziel ist es, Ende 2007 den Break-Even erreicht zu haben“, zeigt sich Christoph Damaske angesichts der jüngsten Entwicklungen zuversichtlich. Die Firma *B.fit* steht auf drei Standbeinen: Personal Training, Gesundheitsmanagement von Unternehmen und Workshops. Bei der Auswahl der Personal Trainer setzt *B.fit* auf hohe Qualitätsstandards, die den langfristigen Erfolg am Kunden sichern sollen. Wer sich bei *B.fit* bewirbt, sollte neben Erfahrung als Personal Trainer einen akademische Abschluss und nach Möglichkeit eigene Leistungssportenerfahrung mitbringen. Stefan Baumer, der lange Jahre als Profi-Triathlet in der Bundesliga seinen Körper zu Höchstleistungen zwang, setzt weitere Voraussetzungen für den nicht geschützten Beruf des Personal Trainers: „Soziale Kompetenzen sind ebenso bedeutend wie die trainingswissenschaftlichen Kenntnisse. Kunden langfristig zu betreuen, stellt eine große Herausforderung dar. Neben Motivieren ist das genaue Zuhören eine wichtige Eigenschaft eines Personal Trainers.“ Zu einem erfolgreichen Unternehmen gehört immer ein gut funktionierendes Netzwerk. Der Vorteil von *B.fit* gegenüber den zahlreichen Einzelunternehmern unter den Personal Trainern ist der einheitliche Marktauftritt als Unterneh-

men. „Dadurch werden uns viele Türen geöffnet, die dem Einzelnen verschlossen bleiben. Der erfolgreiche Aufbau von Kooperationsvereinbarungen, u.a. auch mit einzelnen Instituten der Sporthochschule, hat uns immer wieder motiviert, an unsere Idee zu glauben“, so Damaske. Als Zielmarkt wurden die Besserverdiener formuliert. Daher wundert es auch nicht, dass *B.fit* allen Personal Trainern Platzreifeurse im Golfsport anbietet. „Nur wer sich 60 Minuten intensiv mit den Kunden auseinandersetzt, dazu zählen auch fachliche Gespräche über deren Hobbys, wird Kunden langfristig binden können“, weiß Stefan Baumer aus eigener Erfahrung.

„Mens sana in corpore sano“

Ein weiteres spannendes Projekt ist die Betreuung von Fußballprofis, sowohl in der Saisonvorbereitung, als auch während der Saison. Nach dem Vorbild der Verstegen-Crew um Klinsmann vor der WM 2006 soll den Profis die Möglichkeit gegeben werden, außerhalb des normalen Mannschaftstrainings an den persönlichen Defiziten zu arbeiten und die Stärken weiter auszubauen. Mit im Bunde und für den Bereich Workshops zuständig ist Nico Naeve, der gerade an der Universität Dortmund in der Naturphilosophie promoviert. Wie aber gelingt *B.fit* der Brückenschlag zwischen

sportlichem Gesundheitsmanagement und Philosophie? „Unser Ansatz ist die Ganzheitlichkeit des Menschen. Getreu nach unserem Leitmotiv „*Mens sana in corpore sano*“ funktioniert der Körper nur mit einem gesunden Geist und umgekehrt“, so Naeve. „Wir möchten den gestressten Manager abholen, ihn mit Begriffen wie Gesundheit und Selbsttäuschung konfrontieren, zur Ruhe kommen lassen in ländlich gelegenen Hotels. Dazu kommen die zwei Sporteinheiten täglich, als Anregung des Körpers und zur Entspannung.“ Weitere Seminarthemen wurden mit dem Psychologischen Institut entwickelt, wie z.B. die Frage, welche Techniken Manager von Spitzensportlern lernen können, für einen gesünderen Umgang mit Stress. Privatkunden sind ein wichtiger Bestandteil von *B.fit*, aber in der Entwicklung von professionellem Gesundheitsmanagement von Unternehmen sehen die Gründer das größte Potenzial. Kleinere Aktionen mit Mittelständlern, Vorträge und Befragungen zum Arbeitsplatzverhalten und zur Ernährung führt *B.fit* bereits durch. „Sobald wir die erste Unterschrift unter einem größeren Kundenvertrag haben, lassen wir die Korken knallen“, so Damaske. Aber bis dahin ist die Gründungsparty aufgeschoben. Denn für Start-up-Unternehmen gilt besonders: Erst die Arbeit und dann das Vergnügen! www.bfit.net *Jörg Birkel*