

Der Radsport erlebt ein überraschendes Revival

Zwischen Nerdium, Lifestyle und Wettkampflust: In Hannover haben zwei junge Männer den **VEREIN HANNOVER CRIT** gegründet, eine wachsende Community.

HANNOVER. Alexander Brandes (27) und Paul Bormann (27) kennen die Klischees über Rennrad fahrende Männer nur zu gut. In den sozialen Medien, auf TikTok und Instagram, sind die Memes längst ein eigenes Genre.

Die spöttische Erzählung: Männer um die 30, privilegiert und in der beginnenden Midlife-crisis, suchen sich ein teures Hobby, das sie zu ihrer Identität machen können. Radsport wird zum Lifestyle, über den sie ausschweifend reden. „Dazu kommen die Siebträgermaschine und der eigene Saurerteig“, sagt Bormann und lacht.

Die beiden leidenschaftlichen Hobby-Radsportler fühlen sich von solchen Witzen nicht getroffen. „Der Lifestyle ist uns ja nicht fremd“, gibt Brandes zu. Vor ihm steht ein großer Americano. „Und der Radsport profitiert davon.“ Die Branche wachse, Unternehmen und Sponsoren zeigten mehr Interesse, es gebe mehr Rennen und Events.

Die beiden Hannoveraner fahren Rennrad, seit sie 19 und 20 Jahre alt sind. „Da waren wir noch weit weg von der Midlife-crisis“, sagt Bormann schmunzelnd. Seit ein paar Jahren sind sie als Community Hannover Crit unterwegs. Zu sechs starteten sie mit der Idee, ein Fixed-Gear-Rennteam aufzubauen. Parallel dazu organisierten sie Social Rides – entspannte Gruppenausfahrten für Neulinge. Die Idee: gemeinsam ohne Leistungsdruck fahren, sich unterhalten und danach bei Kaffee und Kuchen einkehren.

Die Nachfrage übertraf alle Erwartungen. „Vor eineinhalb Jahren hatten wir 70 bis 80 Leute



Farbenfrohes Outfit: Radsport-Fans in Hannover gründen Vereine, veranstalten Events und kaufen auch kostspieliges Equipment. Optisch sind viele mit den Profisportlern absolut auf Augenhöhe. Foto: Tobias Woelki

bei einem Social Ride“, erzählt Brandes. „Da wurde uns klar: Wir müssen uns um Haftung, Sponsoren und unsere Organisation kümmern.“ Seit April ist Hannover Crit ein eingetragener Verein mit knapp 30 Mitgliedern.

Der Radsport erlebt derzeit ein Revival, das über den Sport hinausgeht. Die Tour de France erreichte Rekorderlösequoten. Rennradausfahrten werden zu sozialen Events, und Radsportbekleidung avanciert zum Mo-

deaccessoire. Früher galten die engen, grellen Lycra-Outfits und die schnellen Brillen als unvor-teilhaft. Heute sind sie cool. 2022 rappte der Berliner Tech-norapper Ski Aggu: „Bae will wissen, ob ich dippe, aber fragt nicht, wieso. Bin am raven in nem Fahrradfahrer-Trikot.“ 2024 brachte der Star der Gene-ration Z ein selbst designtes Tri-kot als Tour-Merchandise he-raus.

„Ich kenne Leute, die den Look cool finden und deshalb

mit dem Rennradfahren anfan-gen – nicht wegen des Sports“, sagt Bormann. Er belächelt das nicht. Der ausgebildete Designer hat für Hannover Crit eigene Tri-kots entworfen. Er zeigt auf sein pinkes Oberteil: „Das kostet 70 Euro. Das Standardtrikot vom gleichen Hersteller kostet das Doppelte.“

Der Markt für Fahrradbekleu-dung boomt und erreicht welt-weit Milliardenumsätze. Neben etablierten Marken wie Shima-no, Gore oder Specialized setzen

jüngere Labels wie Rapha oder Café du Cycliste modische Ak-zente.

Brandes sieht die explodieren-den Preise für Ausrüstung kri-tisch. „Es wird gefühlt vorausge-setzt, dass man teure Trikots braucht. Klar, ein gutes Trikot macht Sinn, aber 400 Euro müs-sen es nicht sein.“ Dass Radsport ein teures Hobby ist, wissen bei-de. Ein Rennrad kostet mindes-tens 2000 Euro, das sei die „Untergrenze“. Für Material, Kleidung und Zubehör kommen

jährlich weitere 2000 Euro hin-zu, rechnet Brandes vor. Dazu kommen Kosten für Rennen und Events.

„Es geht aber auch günsti-ger“, betont Bormann. „Für 500 Euro bekommt man ein ge-brauchtes Rennrad, für 200 Euro Helm, Schuhe und Trikot – und los geht’s.“ Aber wird man als Rennradfahrer nicht automa-tisch zum Nerd, der mehr aus-gibt, als nötig? Beide grinsen. „Wenn du den Leistungsgedan-ken entdeckst, passiert das

schnell“, sagt Bormann. Er ver-tieft sich gerne in technische De-tails, spricht über Carbonrah-men, Klickpedale und Reifen-breiten. „Außenstehende stei-gen natürlich sofort aus, wenn ich über den Luftwiderstand meiner Socken rede“, sagt er la-chend.

Ob es am Nerdium liegt oder am kompetitiven Charakter: Der Radsport bleibt eine Männerdo-mäne. Laut einer Umfrage des Allensbach-Instituts von 2023 sind 73 Prozent der rund sechs Millionen Rennradfahrer in Deutschland männlich. „Es ist weniger ein Männerhobby als früher“, sagt Bormann. Die wachsende Nachfrage nach Flin-ta-Rides, die ohne Männer fah-ren, zeigt das. Doch bei den so-genannten Fast Rides bleiben Männer oft unter sich. „Renn-radsport ist sehr Ego-getrie-ben“, sagt Brandes. Das schre-cke viele Frauen ab.

Anders sieht es bei den Social Rides aus. „Da fahren immer mehr Frauen mit“, sagt Brandes. „Es geht um das gemeinsame Fahren, es ist entspannter.“ Für die beiden Hannoveraner liegt der Reiz des Radsports in der Ge-meinschaft. Freundschaften entstehen, der Lebensstil am Wochenende verändert sich.

„Wenn ich am Samstagmorgen fahre, spare ich mir ein Bier am Vorabend, weil mir das mehr gibt“, sagt Brandes.

Das Rennrad wird zur Kneipe auf Rädern. „Man fährt nur so schnell, dass man sich unterhal-ten kann“, sagt Brandes. „Am Ende landet man in einem Café und quatscht noch eine Stunde über Gott und die Welt.“ Kaffee und Rennrad – das gehören eben doch zusammen.

„Solche Kulturrorte sind unverzichtbar“

Seit 2022 organisiert **DOMINIK KIESEWALTER** den Elektronischen Biergarten im Gretchen. Was ihn antreibt und wo die Probleme sind.

HANNOVER. Die bunte Bier-zeltgarnitur im vorderen Teil des Biergartens Gretchen in Linden ist verschwunden. Stattdessen bewegen sich dort hunderte Menschen rhythmisch zur Mu-sik, in ihrer Hand häufig ein Glas

mit Bier, Wein oder Aperol. Über ihnen baumeln die Lichterketten zwischen den Bäumen, Rauch steigt in den Himmel. Vor ihnen ist ein kleiner Pavillon mit Misch-pult aufgebaut. Zu dem Getu-schel der Besuchergrüppchen

mischt sich elektronische Musik, die aus Boxen über das Faustge-lände schallt.

Was als Idee mit einem ganz normalen Biergartenbetrieb und elektronischer Hintergrundmu-sik begann, entwickelte sich zu einer Open-Air-Party mit DJ-Sets und massivem Besucheran-drang an Freitag- oder Samstag-abenden zwischen April und September. Zum sogenannten Elektronischen Biergarten im Gretchen kann jeder kommen, die Veranstaltung ist kostenlos und ohne Einlasskontrollen. Meist drei DJs legen zwischen 16 und 22 Uhr auf, während die Be-sucherinnen und Besucher ent-weder einfach die Biergartenat-mosphäre genießen oder zu den Beats tanzen können. Überwie-gend House oder melodischer Techno wird an den Abenden gespielt.

Während Corona kam Do-minik Kieseewalter dafür die Idee, bereits zuvor hatte er Indoor elektronische Partys organisiert. 2022 startete die Reihe immer

donnerstags. „Im ersten Jahr ha-ben vereinzelt Leute getanzt. Aber es war schon sehr ruhig.“

Trotzdem war der heute 31-Jährige, der früher selbst in der Gastronomie im Lindener Bier-garten gearbeitet hat, über-zeugt von dem Konzept: „Ich wollte einfach versuchen, das Gretchen neu zu beleben, weil es für alle frei zugänglich ist.“ Sein Ziel: das Angebot so nied-rigschwellig zu gestalten, dass wirklich alle partizipieren kön-nen, ohne dafür Eintritt zu zah-len. Und das funktionierte.

Das Event sprach sich herum, auch durch Social-Media bekam es immer mehr Aufmerksam-keit. „Solche Kulturrorte sind in der heutigen Zeit unverzichtbar, gerade wo alles teurer wird“, sagt der Hannoveraner. Das Feedback der Gäste und DJs sei durchweg positiv. Zehn Veran-staltungen planen und organi-sieren die sieben Mitglieder vom Verein „Ihmegold“, zu denen Kieseewalter gehört, in diesem Jahr auf dem Biergartengelände

– neben ihren Jobs. Kieseewalter hat eine 40-Stunden-Woche, dazu kommen Planungstreffen oder beispielsweise Auf- und Abbau des Equipments auf dem Gretchengelände. „Also wir ste-cken hier locker auch noch mal im Monat 50 Stunden rein.“

Auch wenn sie Geld mit dem Konzept verdienen könnten, ist das für die sieben ehrenamtli-chen Organisatorinnen und Or-ganisatoren nicht erstrebens-wert. „Jede Veranstaltung hat eine Art DNA. Unsere ist, dass sie kostenlos ist. Und das soll auch so bleiben.“

Kieseewalter und seine Mit-streiter bekommen eine Projekt-förderung aus dem Topf „Junge Kultur Hannover“, eine kleine Zahlung vom Biergarten, an-sonsten können Besuchende Spenden abgeben. Davon be-zahlen sie die Gage für die DJ, dazu kommen Kosten unter anderem für Social-Media-Grafi-ken, Deko oder Technik.

Weil der Elektronische Bier-garten ein Ort für alle sei, versu-

che das Team das auch im Line-up abzubilden. „Die DJ-Szene ist immer noch sehr männlich do-miniert. Wir versuchen, dass im-mer eine Flinta-DJ aufgelegt.“ Flinta steht für Frauen, Lesben, Inter, Nicht-binäre, Trans und Agender-Personen. Zudem bie-tet der Verein beispielsweise einen kostenlosen Workshop für Veranstaltungstechnik speziell für Frauen an.

Doch das kostenlose Erfolgs-konzept bröckelte: Bei der dies-jährigen Saisonöffnung im April war kaum ein Durchkom-men – darunter auch Menschen, die nicht verstehen würden, wo-für die Veranstaltung eigentlich stehe. „In den ersten Jahren ka-men viele Leute wegen der Mu-sik und des offenen Raums. Jetzt hatten wir so ein bisschen das Gefühl, es ist ein Gesehen wer-den. Ziel des Elektronischen Bier-gartens ist es aber nicht, den bestmöglichen Content für So-cial Media zu erstellen“, erklärt Kieseewalter. Deswegen standen sogar Einlasskontrollen, Zäune

um den Biergarten und Eintritts-gelder im Raum.

„Und dann kommt die Angst, wie groß darf es noch werden darf, damit es umsonst bleibt und wir sagen können, wir ha-ben alles noch im Griff“, sagte Kieseewalter. Daher verfassten die Mitglieder des Vereins einen Post auf Instagram, indem sie genau diese Situation, mögliche Konsequenzen und ihre Wün-sche zusammenfassten.

Danach sei es grundsätzlich wieder leerer geworden. „Gera-de pendelt sich das alles wieder ein“, ist sich Kieseewalter sicher. „Aber wir behalten uns auch vor, Maßnahmen zu treffen, wenn es sich ändert.“

Für das nächste Jahr will der Verein „Ihmegold“ den Elektro-nischen Biergarten weiterent-wickeln – was das genau hei-ße, möchte Kieseewalter aber noch nicht vollends verraten. Nur so viel: „Wir wollen versuchen, das Programm diverser aufzustellen, nicht nur mit elektronischer Mu-sik.“



Im Gretchen: Dominik Kieseewalter (31) organisiert mit sechs weiteren Menschen den Elektronischen Biergarten. Foto: Ilona Hottmann

Pflegedienst ASD eröffnet neue Büroräume in Hannovers Innenstadt

Am Freitag, den 2. August 2025, feierte der **Pflege-dienst ASD, Atilla Soziale Dienste GmbH** die offizielle Eröffnung seiner neuen Bür-öräumlichkeiten in der **Kar-marschstraße 18, direkt im Zentrum von Hanno-ver**. Zahlreiche Interessier-te, Gäste und Wegbegleiter nahmen an der Eröffnung teil und informierten sich über das Angebot und die Philosophie des Pflege-dienstes.

Mit dem neuen Standort verfolgt der Pflegedienst das Ziel, **Pflegeleistungen noch zentraler, zugäng-licher und persönlicher**

anzubieten. Die moderne Innenstadtlage ermöglicht es, ratsuchenden Menschen unkompliziert und direkt zur Seite zu stehen – sei es bei Fragen zur Versorgung, bei der Organisation von Pflege oder bei der Unterstützung rund um Anträge und be-hördliche Prozesse.

„Pflege betrifft uns alle – früher oder später“, so die Geschäftsführung. „Umso wichtiger ist es, dass wir Menschen unabhängig von Sprache, Herkunft oder Reli-gion auf Augenhöhe bege-gen und ihnen mit Empathie und Kompetenz zur Seite stehen.“

Das Team von ASD steht nicht nur für eine fachlich hochwertige Intensivpfle-ge, sondern auch für eine **kulturübergreifende und respektvolle Begleitung im Pflegealltag**. Der neue Standort ist dabei nicht nur Arbeitsort, sondern auch Anlaufstelle für Angehörige, Interessierte und Partner im Gesundheitswesen.

Mit der Eröffnung setzt der Pflegedienst ASD ein starkes Zeichen für eine **moderne, inklusive und serviceori-entierete Pflege mitten in Hannover**.



Anzeige