

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 Sauerteig“, 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-Team 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 erreicht Rekordumschlagquoten. Rennradausfahrten werden zu sozialen Events, und Radsportbekleidung avanciert zum Mo-

deaccessoire. Früher galten die engen, grellen Lycra-Outfits und die schnellen Brillen als unvorstellbar. Heute sind sie cool. 2022 rappte der Berliner Technorapper Ski Aggu: „Bae will wissen, ob ich dippe, aber fragt nicht, wieso. Bin am raven in nem Fahrradfahrer-Trikot.“ 2024 brachte der Star der Generation Z ein selbst designtes Trikot als Tour-Merchandise heraus.

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

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

Der Markt für Fahrradbekleidung boomt und erreicht weltweit Milliardenumsätze. Neben etablierten Marken wie Shimano, Gore oder Specialized setzen

jüngere Labels wie Rapha oder Café du Cycliste modische Akzente.

Brandes sieht die explodierenden Preise für Ausrüstung kritisch. „Es wird gefühlt vorausgesetzt, dass man teure Trikots braucht. Klar, ein gutes Trikot macht Sinn, aber 400 Euro müssen es nicht sein.“ Dass Radsport ein teures Hobby ist, wissen beide. Ein Rennrad kostet mindestens 2000 Euro, das sei die „Untergrenze“. Für Material, Kleidung und Zubehör kommen

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

„Es geht aber auch günstiger“, betont Bormann. „Für 500 Euro bekommt man ein gebrauchtes Rennrad, für 200 Euro Helm, Schuhe und Trikot – und los geht’s.“ Aber wird man als Rennradfahrer nicht automatisch zum Nerd, der mehr ausgibt, als nötig? Beide grinsen. „Wenn du den Leistungsgedanken entdeckst, passiert das

schnell“, sagt Bormann. Er vertieft sich gerne in technische Details, spricht über Carbonrahmen, Klickpedale und Reifenbreiten. „Außenstehende steigen natürlich sofort aus, wenn ich über den Luftwiderstand meiner Socken rede“, sagt er lachend.

Ob es am Nerdium liegt oder am kompetitiven Charakter: Der Radsport bleibt eine Männerdomäne. 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 Flinta-Rides, die ohne Männer fahren, zeigt das. Doch bei den sogenannten Fast Rides bleiben Männer oft unter sich. „Rennrad ist sehr Ego-getrieben“, sagt Brandes. Das schrecke 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 Gemeinschaft. 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 unterhalten 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 Kulturorte sind unverzichtbar“

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

HANNOVER. Die bunte Bierzeltgarnitur im vorderen Teil des Biergartens Gretchen in Linden ist verschwunden. Stattdessen bewegen sich dort hunderte Menschen rhythmisch zur Musik, 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 Mischpult aufgebaut. Zu dem Getschel der Besuchergrüppchen



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

mischt sich elektronische Musik, die aus Boxen über das Faustgelande schallt.

Was als Idee mit einem ganz normalen Biergartenbetrieb und elektronischer Hintergrundmusik begann, entwickelte sich zu einer Open-Air-Party mit DJ-Sets und massivem Besucherandrang an Freitag- oder Samstagabenden 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 Besucherinnen und Besucher entweder einfach die Biergartenatmosphäre genießen oder zu den Beats tanzen können. Überwiegend House oder melodischer Techno wird an den Abenden gespielt.

Während Corona kam Dominik Kiewewalter dafür die Idee, bereits zuvor hatte er Indoor elektronische Partys organisiert. 2022 startete die Reihe immer

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

Trotzdem war der heute 31-Jährige, der früher selbst in der Gastronomie im Lindener Biergarten gearbeitet hat, überzeugt von dem Konzept: „Ich wollte einfach versuchen, das Gretchen neu zu beleben, weil es für alle frei zugänglich ist.“ Sein Ziel: das Angebot so niedrigschwellig zu gestalten, dass wirklich alle partizipieren können, ohne dafür Eintritt zu zahlen. Und das funktionierte.

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

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

Auch wenn sie Geld mit dem Konzept verdienen könnten, ist das für die sieben ehrenamtlichen Organisatorinnen und Organisatoren nicht erstrebenswert. „Jede Veranstaltung hat eine Art DNA. Unsere ist, dass sie kostenlos ist. Und das soll auch so bleiben.“

Kiewewalter und seine Mitstreiter bekommen eine Projektförderung aus dem Topf „Junge Kultur Hannover“, eine kleine Zahlung vom Biergarten, ansonsten können Besuchende Spenden abgeben. Davon bezahlen sie die Gage für die DJ, dazu kommen Kosten unter anderem für Social-Media-Grafiken, Deko oder Technik.

Weil der Elektronische Biergarten ein Ort für alle sei, versu-

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

Doch das kostenlose Erfolgskonzept bröckelte: Bei der diesjährigen Saisonöffnung im April war kaum ein Durchkommen – darunter auch Menschen, die nicht verstehen würden, wofür die Veranstaltung eigentlich stehe. „In den ersten Jahren kamen viele Leute wegen der Musik und des offenen Raums. Jetzt hatten wir so ein bisschen das Gefühl, es ist ein Gesehen werden. Ziel des Elektronischen Biergartens ist es aber nicht, den bestmöglichen Content für Social Media zu erstellen“, erklärt Kiewewalter. Deswegen standen sogar Einlasskontrollen, Zäune

um den Biergarten und Eintrittsgelder im Raum.

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

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

Für das nächste Jahr will der Verein „Ihmegold“ den Elektronischen Biergarten weiterentwickeln – was das genau heißen möchte, Kiewewalter aber noch nicht vollends verraten. Nur so viel: „Wir wollen versuchen, das Programm diverser aufzustellen, nicht nur mit elektronischer Musik.“

Pflegedienst ASD eröffnet neue Büroräume in Hannovers Innenstadt

Am Freitag, den 2. August 2025, feierte der **Pflegedienst ASD, Atila Soziale Dienste GmbH** die offizielle Eröffnung seiner neuen Büroräumlichkeiten in der **Karmarschstraße 18, direkt im Zentrum von Hannover**. Zahlreiche Interessierte, Gäste und Wegbegleiter nahmen an der Eröffnung teil und informierten sich über das Angebot und die Philosophie des Pflegedienstes.

Mit dem neuen Standort verfolgt der Pflegedienst das Ziel, **Pflegeleistungen noch zentraler, zugänglicher 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 behördliche Prozesse.

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

Das Team von ASD steht nicht nur für eine fachlich hochwertige Intensivpflege, 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 serviceorientierte Pflege mitten in Hannover**.

