



Velojournal
8004 Zürich
044/ 242 60 35
www.velojournal.ch

Medienart: Print
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften
Auflage: 18'799
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 323.7
Abo-Nr.: 323007
Seite: 52
Fläche: 18'404 mm²

Verrückt werden

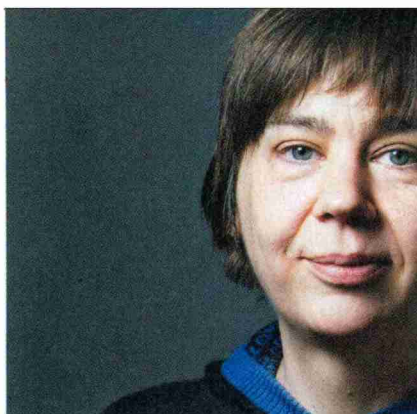
Nicole Soland fährt mit dem Velo die Grenzen der Normalität ab.

«In die Pedale treten ... für eine bessere Welt», verkündet der Newsletter von Helvetas: Der 38-jährige Rechtsanwalt Maurizio Ceraldi will in zwei Jahren mit dem Velo Afrika umrunden und mit dieser Aktion für Helvetas Geld für ein Wasserprojekt in Mali sammeln.

Von solchen Aktionen wird ab und zu berichtet; meist sind die Menschen für bekannte Hilfswerke unterwegs, meist zu Fuss oder mit dem Velo – oder haben Sie schon von jemandem gehört, der sich in sein Auto setzt und durch Afrika fährt und so Spenden generiert? Eben.

Doch warum ist das so? Spenden die Leute nicht oder weniger, wenn sich jemand nicht mindestens ein bisschen körperlich anstrengt? Liegt es daran, dass die Reise im Auto so viel kürzer wäre, dass die Leute zu wenig Zeit hätten zum Spenden? Oder ist eine Autofahrt in den Augen der SpenderInnen etwas derart Stinknormales, dass man sie damit schlicht nicht aus dem Busch klopfen kann?

Wahrscheinlich trifft alles mehr oder weniger zu, sicher aber Letzteres: Normal



ist heutzutage vieles, aber Velofahren gehört nicht dazu. Wer normal ist, fährt mit dem Auto oder fliegt mit dem Flugzeug in die Ferien. Nur wer verrückt ist, pedalt friedlich von Basel nach Köln – und fährt mit fünf verschiedenen Bummelzügen, meist eingeklemmt stehend, in gut zwölf Stunden wieder retour. Denn es gibt auf dieser Linie genau einen direkten Schnellzug pro Tag, der Velos mitnimmt – und der war fünf Wochen vor der geplanten Rückreise ausgebucht.

Fürs Auto gibts tonnenweise Werbung à la «kaufen Sie diese oder jene Marke».

Aber Werbung dafür, das Auto zu nehmen? Wer normal ist, nimmt doch eh das Auto ... Fürs Velofahren hingegen gibts solche Werbung, etwa von der Gesundheitsförderung des Kantons Zürich: «Bremsen Sie Übergewicht aus. Fahren Sie Velo». Was da genau von einem verlangt wird, steht in dieser Werbung natürlich nicht, nämlich verrückt zu werden statt weiterhin normal zu sein. Aber die Leute sind nicht dumm, sie riechen den Braten – und nehmen die Karre.

Würden die WerberInnen hingegen Klartext schreiben und «mehr Verrückte» fordern, die nicht wie gewöhnliche Normalos Auto fahren, könnten sich durchaus mehr Leute angesprochen fühlen, als wenn man sie brutal vom Plakat herab an ihr Übergewicht erinnert. Ich freue mich jedenfalls auf den Tag, an dem so viele verrückt geworden sind, dass es bei Helvetas und anderswo heisst, Velofahrten für einen guten Zweck seien durch andere Events abgelöst worden. ■

Nicole Soland ist Redaktorin bei der Zürcher Wochenzeitung «P.S.».