



Swatch-Chef sorgt für Schub im Bob

Zusammen mit Swiss Sliding will Nick Hayek wagemutige junge Leute für den schnellen Sport im Eiskanal begeistern. Im Monobob.

Peter Hegetschweiler

Der vom Schweizer Bob-Verband (neu Swiss Sliding) seit eineinhalb Jahren gesuchte neue Hauptsponsor ist er nicht. Zwar geht es beim eher überraschenden Engagement von Nick Hayek, das am Donnerstagmittag am Olympiarun St. Moritz-Celerina kommuniziert wurde, auch um Geld. Aber noch viel mehr um Idealismus. Und vor allem reizt es den 56-jährigen Chef der Swatch Group spür- und hörbar, ein Projekt mit anzuschauen, das ungewöhnliche Perspektiven bietet.

Konkret geht es um den Monobob. Einen Ein-Personen-Schlitten, wie er in St. Moritz in Bobschulen als Trainingsgerät eingesetzt wird: anschieben, in den Bob springen, das schmale Gefährt durch den 1722 Meter langen Eiskanal lenken, bremsen (per Fuss, wie im Auto). Alles macht der Pilot, die Pilotin, selbst.

Zurzeit zwölf private Einerbobs

Dass das optisch spektakuläre Gerät, rund 17 000 Franken teuer, auch anderen «Verwendungszwecken» dienen könnte, als Bobschülern Freude zu machen, hat man in St. Moritz natürlich erkannt. Zurzeit haben zwölf Privatpersonen einen Monobob, um ihren Mut im Eiskanal dann zu kühlen, wenn es ihnen gerade passt. Seit letztem Winter bietet Betriebsleiter Roberto Triulzi, der frühere Eishockey-Crack, sogar Feriengästen, die sich nicht mit einer Taxifahrt begnügen wollen, dieses Spektakel an. Allerdings erst ab dem zweiten Streckendrittel. Und selbstverständlich erst nach einem Briefing. Dies alles im Bestreben, den Bobsport insgesamt und natürlich, den Besuch des Olympiaruns als letzter Natureisbahn der Welt noch attraktiver zu machen.

Hier hakt, zumindest indirekt, auch das Hayek-Monobob-Projekt ein. Den

Bobsport popularisieren, in die Breite gehen, das ist das Ziel. Dabei nimmt der Swatch-Chef allerdings vor allem die Jugend, den Nachwuchs, der dem Bob-Verband immer mehr fehlt, in den Fokus. «Junge Leute für eine Sportart zu begeistern, in der sie in Eigenregie die Möglichkeit haben, etwas zu wagen, wo sie experimentieren und dank Mut und Geschick auch etwas erreichen, das ist mein vorrangiges Ziel», sagte Nick Hayek gestern in St. Moritz.

Doch Hayek wäre nicht Hayek, würde er nicht schon weiter vorausschauen und weiter planen. Zusammen mit Christian Meili, dem Chef von Swiss Sliding, und mit Ivo Ferriani, dem Präsidenten des Internationalen Bobverbands (FIBT), will er Monobob auch auf ausländischen Bahnen zum Thema machen. Ein Monobob-Rennzyklus in Europa und in Nordamerika wäre dafür ein nächster Schritt, Monobob als olympische Disziplin wohl die Krönung.

Aber so weit lehnt sich ein Unternehmer vom Format eines Hayek bei allem Enthusiasmus für die Sache natürlich nicht hinaus.

Vorerst für drei Jahre engagiert

Vorerst auf drei Jahre beschränkt ist das Engagement, das sich Hayek «einige Hunderttausend Franken» kosten lässt. Nach aussen sichtbar ist es nur durch die rote Farbe der Monobobs mit dem Logo Omega. Mehr wollte Hayek nicht. «Ich bin kein Sponsor, der einfach Geld dafür ausgibt, das irgendwo sein Name draufsteht», erklärt er. «Ich will immer etwas bewirken können.» Und fügt an: «Der Pioniergeist, der in diesem Monobob-Projekt steckt, der gefällt mir».

Direkt zum Zug kommt Omega, schon 1948 bei den Winterspielen in St. Moritz für die Zeitmessung (auch am Bobrun) zuständig, aber trotzdem. Weil man gemäss FIBT-Reglement derzeit noch keine elektrischen Teile in die Zweier- und Viererbobs einbauen darf, versucht man dieses Verbot über das Monobob-Projekt zu knacken. Konkret geht es darum, beispielsweise über einen Transponder Daten wie die Beschleunigung am Start

oder die Geschwindigkeit ausgangs grosser Kurven zu ermitteln und diese fürs Publikum an der Bahn oder am TV transparent zu machen. Letzte Konsequenz dieses Vorhabens wäre laut Peter Hürzeler von Swiss Timing wohl eine Bordkamera wie in der Formel 1.



Hayek mit dem Monobob. Foto: Photopress