





DER MANN IST EINE MARKE

Der Münchner Chris Zehetleitner prägt die zeitgenössische Laufszene wie kaum ein anderer – aber nicht etwa durch überragende sportliche Leistungen, sondern weil ihm die gängige Laufmode nicht gefiel und er deshalb kurzerhand eine eigene Sportmarke gründete: Willpower. Ein Porträt eines echten Machers

Text HENNING LENERTZ • *Fotos* STEPHAN WIESER



Fünf große Kartons, Dutzende Versandumschläge, ebenso viele T-Shirts sowie Hunderte Aufkleber und Postkarten liegen in Chris Zehetleitners Wohnzimmer. Die frisch renovierte Dreizimmerwohnung in München nahe des Olympiaparks sieht aus wie ein hemdsärmelig aufgezogener Versandhandel – und genau das ist sie an diesem Tag auch. Gemeinsam mit seiner Freundin Lisa Mehl packt Chris Bestellungen ein. „Zurück zu den Wurzeln“, sagt er, während ihm eine Katze über den Schoß läuft. So sei das zu Beginn jeden Tag gewesen, erinnert er sich an die Anfänge von Willpower, seiner eigenen Laufmarke: Bestellungen prüfen, Ware verpacken,

Pakete verschicken. „Da gab es auch schon mal E-Mails von Kunden, die fragten, warum denn Katzenhaare an ihren Zusendungen kleben.“ Aber die Zeit sei zum Glück vorbei. Zwar ist seine Wohnung immer noch die Firmenzentrale, aber jetzt kümmert sich ein Fulfillment-Dienstleister um Lagerung und Versand. Höchstpersönlich in der Schlange bei der Post stehen und Pakete aufgeben, wie an diesem Tag, muss Chris nur noch bei Sonderkollektionen.

Der Mann mit den zwei Leben

„Im Grunde führe ich eine Art Doppelleben“, sagt der 41-Jährige, im Hauptberuf Referatsleiter der zentralen Universitätsverwaltung der Uni München. Chris arbeitet im öffentlichen Dienst, ist also fast so was

wie ein Beamter – ein laut eigener Aussage spannender und abwechslungsreicher, aber für Außenstehende todlangweiliger Job. Viel spannender ist das, was Chris meint, wenn er von seinem Doppelleben spricht. Denn neben seinem 40-Stunden-Job, den er selbst als Brot-und-Butter-Job bezeichnet, weil er davon leben kann, arbeitet Chris an unzähligen Projekten vornehmlich in der Musikbranche. „Mitte der 90er-Jahre habe ich ein Fanzine rausgebracht und ein Plattenlabel gegründet.“ Später kamen noch ein weiteres Label sowie eine Management-Agentur hinzu. Zudem spielte er Gitarre in mehreren Bands wie The Blackout Argument und GWLT. Ach, und für das Musikmagazin „Fuze“ schreibt er eine Kolumne. Was zusammengenommen für eine Voll-



01 02

zeitbeschäftigung ausreichen sollte, lief bei Chris immer parallel zum Studium oder Beruf. Und nun hat er dazu noch seine eigene Sportmarke: Willpower.

Rebellion gegen die Rebellion

Wer verstehen möchte, wie Chris tickt und warum er so viele „Side Hustles“ hat, wie er seine Projekte nennt, muss etwas über seine Kindheit und Jugend wissen. Als Achtjähriger kam er mit Punkmusik in Kontakt. Mit 16, einem Alter, in dem andere sich an Alkohol und Drogen probieren, wandte er sich einer Jugendkultur namens Straight Edge zu. Die tief in der Musikrichtung Punk beziehungsweise Hardcore verwurzelte Lebensphilosophie sagt sich von allen Süchten frei. Die Maxime: Verzichte auf

alles, was dich in irgendeiner Art beeinflusst und wodurch du die Kontrolle über deinen Körper verlierst. Wer Straight Edge lebt, trinkt keinen Alkohol, raucht keinen Tabak und nimmt keine Drogen. Letztlich geht es darum, die eigene Person positiv zu verändern, denn, so die Überzeugung der Anhänger, nur so könne man auch die Gesellschaft positiv beeinflussen. „Dass es so etwas wie Straight Edge gibt, wusste ich damals schon länger, hatte aber immer das Bild von spaßbefreiten Mönchen im Kopf, die ein langweiliges Dasein fristen“, sagt Chris. Doch der Auftritt der Edge-Band Strife zog ihn in den Bann. So verzichtet er seitdem auf Drogen, Alkohol, Tabak und lebt vegan. „Straight Edge war die beste Entscheidung meines Lebens.“

01 Den Münchner Olympiapark bezeichnet Chris gern als seinen Vorgarten

02 Lisa und Chris sind seit anderthalb Jahren ein Paar – und beim Laufen fast auf Augenhöhe: Im Gegensatz zu ihm ist sie schon einen Marathon in unter drei Stunden gelaufen

Dieser Hang zur Subkultur, zum Dagegensein, klingt nach Rebellion, Anarchie, Punk. Doch wer Chris auf der Straße begegnet, sieht ihm das nicht an: Adidas-Schuhe, Jeans, schwarze Outdoor-Jacke. Optisch tritt Chris' Straight-Edge-Zugehörigkeit erst zutage, wenn er seine Kleidung ablegt. Er hat szenetypische Tattoos auf der Haut – aber nicht nur die. So prangt auf seinem linken Oberschenkel das Motiv »

einer Tartanbahn mit der Zeile „Never fast enough“, während rechts Berge und die Zeile „Never far enough“ zu erkennen sind.

Sportler, aber kein Superheld

Diese Tattoos hat er einer zweiten lebensverändernden Phase zu verdanken, die damit begann, dass ihm ein Kumpel von einem schlechten Lauf erzählte. „Das war 2013. Ich war Mitte 30 und glaubte, Sportler wären immer fit, immer gut drauf, immer motiviert. Sie waren für mich so was wie Superhelden – etwas, das ich definitiv nicht bin.“ Die Erkenntnis, dass Laufen auch eine Komponente menschlicher Fehlbarkeit hat, holte den Sport von einem Podest und machte ihn für Chris nahbarer. Er traute sich, es selbst mal auszuprobieren. „Ich habe dem Laufen von Beginn an einen enormen Stellenwert in meinem Leben zugeordnet. Nichts sollte wichtiger sein.“

Und siehe da, die schnellen Fortschritte, die man gerade zu Beginn einer Laufkarriere macht, weckten seinen Ehrgeiz. Chris meldete sich für Wettkämpfe an. „Ich war unglaublich stolz, als ich über 10 Kilometer in unter 50 Minuten ins Ziel kam.“ Es folgten Halbmarathons (2014) und der erste Marathon (2015). Auf die Frage, was ihn bis heute am Laufen fasziniert, nennt er den Dualismus, der dem Sport innewohnt: „Laufen öffnet mir Türen, zeigt mir aber ebenso klar Grenzen auf. Teile davon sind planbar, andere absolut unberechenbar. Es verbindet mich mit anderen Men-



01



01 Die neueste Leidenschaft: eine waschechte italienische Espressomaschine

02 Als Teil seiner Lebensphilosophie lebt Chris vegan – und kocht gern frisch

03 Die Katzen sind Chris sogar noch wichtiger als Waffeln, seine Boston-Marathon-Medaille und die Musik

schen und gleichzeitig gibt es nichts Persönlicheres. Laufen kann dafür sorgen, dass ich mich unfassbar stark oder völlig am Ende fühle. Laufen ist in vielerlei Hinsicht ein Abbild des Lebens.“

Vom Anhänger zum Vorreiter

Die Initialzündung, derentwegen er vom Anhänger zum Wegbereiter des Laufsports wurde, schildert Chris so: Zwei Jahre, nachdem er mit dem Laufen begonnen hatte, blätterte er durch eine Ausgabe von RUNNER'S WORLD. Sein Blick fiel auf



03

eine Anzeige, die einen Läufer auf einem Berg zeigt, der auf eine Stadt hinunterblickt. „Mir gefiel die Anzeige. Doch der Läufer war von oben bis unten in Neongrün gehüllt.“ Niemals würde er solche Sachen tragen! Doch ein Blick in seinen eigenen Kleiderschrank zeigte ihm, dass er es beim Sport sehr wohl tat. Und so reifte ein Gedanke: „Wieso verkleide ich mich beim Laufen und renne herum wie ein Clown?“ Also tat Chris das, was wohl nur wenige machen würden: Er beschloss, seine eigenen Laufklamotten zu gestalten und auf den Markt zu bringen.

„Ich habe mich hingesetzt und überlegt, wie ich das aufziehen kann, ohne mich zu verschulden.“ Durch seine Verwurzelung in der Musikbranche kannte er sich mit der Produktion von Handelsware aus – und er hatte die nötigen Kontakte. Ein befreundeter Designer aus den Niederlanden übernahm die optische Gestaltung der

„Wieso verkleidet man sich beim Laufen, rennt rum wie ein Clown?“

ersten Shirts, ein Fotograf, mit dem Chris zusammen auf Tour gegangen war, sorgte für Bilder, und die Website samt Shop erstellte Chris selbst. Im Herbst 2015 war es dann so weit: Willpower ging mit zwei Shirts im Shop online. Innerhalb eines halben Jahres war aus einer Idee etwas Greifbares, ja, sogar etwas Tragbares geworden.

Aber woher nimmt man den inneren Antrieb, sich neben all den Pflichten des Alltags noch so viel zusätzliche Arbeit aufzuhalsen? Das habe etwas mit seiner Sozialisation durch die Hardcore-Subkultur zu tun, mutmaßt Chris. Auf Konzerten waren meist nicht nur die Band und der Veranstalter, sondern auch ein Tierrechts-Info-Stand, ein Typ mit einem handkopierten

Fanzine und noch jemand mit veganen Energieriegeln vertreten. Dazu wurden Demo-Tapes ausgetauscht. Und Leute, die Fotos und Videos machten, gab es natürlich auch. Es war üblich, dass jeder „etwas macht“, so Chris. „Dabei war es nicht wichtig, dass das Ganze möglichst professionell rüberkam. Es ging einfach darum, etwas zur Gemeinschaft beizusteuern.“ Dieses Prinzip ist bei allem, was Chris seitdem auf die Beine gestellt hat, erhalten geblieben.

Die Marke für Individualisten

So legt Chris bei seinen Klamotten wenig Wert auf die Funktion, dafür umso mehr auf das Lebensgefühl, das sie vermitteln sollen. Dafür nutzt er dezente Farben, »



01

meist Schwarz, Grau oder Weiß. „Man soll sie sowohl beim Sport als auch im Alltag tragen können. Sie sollen die Liebe zum Laufen nach außen darstellen.“ In den darauf abgedruckten Motiven und Textzeilen finden sich Einflüsse aus der Hardcore-Szene. Ihre Messages sind von Mottoshirts weit entfernt. So steht etwa auf einem der Bestseller-Shirts „Run till death“, was sich sowohl als „Lauf bis zum Ende deines Lebens“ oder „Sei ein Lebensläufer“ interpretieren lässt wie auch als „Lauf, bis du tot umfällst“ beziehungsweise „Gib alles, was in dir steckt“. Das Shirt entstand in Anlehnung an die Band Chain of Strength. „Leute mit einem Bezug zur Hardcore-Szene erkennen das sofort. Alle anderen finden vielleicht einfach die wörtliche Übersetzung cool“, so Chris. Und eben das sei ihm wichtig: dass Willpower nicht nur etwas für Hardcore-Kids ist, sondern für jeden.

„Anfangs dachte ich primär an Wachstum: Wie erreiche ich noch mehr Menschen?“ Inzwischen ist ihm aber etwas anderes wichtiger: Chris will „die richtigen Leute“ ansprechen, Leute, die sich bei großen Marken nicht aufgehoben fühlen. Dafür setzt er auf Influencer – die Willpower

01 Whiteboards hängen überall in Chris' Wohnung. So kann er Ideen gleich festhalten, hat sie stets vor Augen

02 Die Willpower Athletes sind Freunde von Chris und Freunde von Freunden

03 Sonderkollektionen packt Chris immer noch von Hand ein und nutzt sein Wohnzimmer als Packstation

Athletes. „Dahinter steckt aber kein Sponsoring-Programm. Es gibt keine festen Regeln oder Verpflichtungen“, sagt Chris. „Es sind vielmehr ein Haufen Freunde und Freunde von Freunden. Wundervoll schräge Individualisten, mit denen ich die verrücktesten Sachen erlebe. Sie prägen das Image, die Außenwirkung von Willpower.“



02

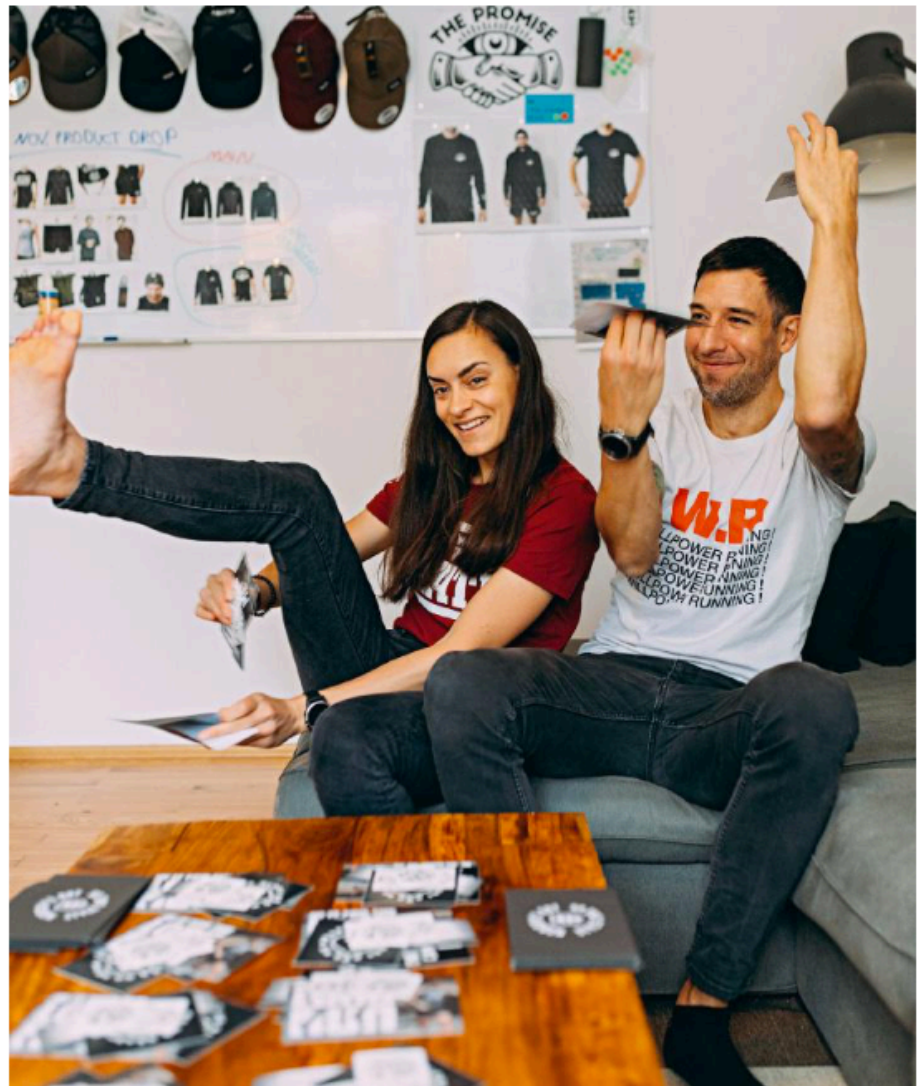
„Wundervoll schräge Individualisten prägen das Marken-Image“

Obwohl Chris die „Firma“ Willpower parallel zu seinem Hauptberuf betreibt, ist sie für ihn weit mehr als nur ein Hobby. „Wenn gerade ein Produkt-Launch ansteht, arbeite ich manchmal mehrere Stunden täglich daran.“ Es gibt natürlich auch ruhigere Phasen, dann feilt er an neuen Ideen. Dabei überlässt er nichts dem Zufall. Ein Ausdruck dieses planerischen Denkens sind Whiteboards mit Listen, Plänen und Fotos, die überall in seiner Wohnung hängen.

Professionell unkommerziell

Chris weiß genau, was er tut und wie er seine Marke nach außen tragen möchte. Die unregelmäßigen Treffen mit seinen Athleten nutzt er für Workshops, bei denen gemeinsam neue Produktideen erdacht und diskutiert werden. Damit das Brainstorming nicht aus dem Ruder läuft, setzt Chris Methoden des agilen Arbeitens ein, die er aus seinem „normalen“ Job kennt: Es gibt klare Regeln und vorgegebene Zeitslots. Man darf sich das so vorstellen, dass ein Dutzend Freunde, die sich für einen Wettkampf in eine Ferienwohnung eingemietet haben, sich zu vorgegebenen Zeiten ganz konzentriert um einen Tisch setzen und über die geschäftliche Entwicklung der Marke sprechen.

Dass Chris gern von „wir“ spricht, wenn er etwas, was Willpower betrifft, nach außen kommuniziert, ist also durchaus begründet, obwohl er keinen einzigen festen Mitarbeiter hat und die Fotografen und Designer nur das bekommen, was er ihnen geben kann. „Ohne diese Unterstützung von außen wäre Willpower nie über den einen Bauchladen mit zwei Shirts hinausgewachsen.“ Er selbst zahlt sich kein Gehalt und erzielt keinen Gewinn. „Vom ersten Tag an habe ich das Geld, das ich mit Willpower verdiene, voll reinvestiert. Es ist mir bereits zweimal passiert, dass jemand auf mich zukam und mir einen Betrag X geboten hat, um bei Willpower einzusteigen“, sagt er. Beide Male habe er darüber nachgedacht, was man mit dem Geld an-



03

stellen könnte, um Willpower größer zu machen. „Aber mir ist nichts eingefallen.“

Ein zweiter, noch wichtigerer Grund, warum er die Marke nie verkaufen würde, ist der, dass er zu große Sorgen hätte, dass der Investor nicht versteht, worum es ihm bei Willpower geht, nämlich „um ein Lebensgefühl, eine Gemeinschaft“, erklärt Chris. Mit dem Willpower Circle, einer Facebook-Gruppe für seine Kunden, hat er ein Marketinginstrument gefunden, das diese Gemeinschaft fördert und Läufer an die Marke bindet. Der Austausch innerhalb des Circle ist groß, die Identifizierung mit Willpower ebenso: Es gibt Menschen, die sich, obwohl sie Chris noch nie persönlich kennengelernt haben, das Willpower-Logo haben tätowieren lassen. So eine Treue und Verbundenheit ist unbezahlbar.

Zwischen Ehrgeiz und Ironie

Wo Chris mit Willpower hinwill, ist nicht ganz klar. „Ich habe ja keinen Druck, muss

davon keine Familie ernähren“, sagt er. Druck verspürt er nur beim Laufen. Von 3000 Metern auf der Bahn bis hin zu Ultratrails hat er schon alles ausprobiert. Am wichtigsten scheint ihm aber eins zu sein: einen Marathon in unter drei Stunden zu finishen. Vor zwei Jahren wagte er in Hamburg den ersten Versuch – und stieg bei Kilometer 17 aus. Seitdem probierte er es noch einige Male, wechselte vor jedem neuen Anlauf die Trainingsphilosophie, arbeitete mit Trainern zusammen und wechselte auch diese.

Für jemanden, der sonst fast alles selber macht, fällt es Chris beim Laufen erstaunlich leicht, Verantwortung aus der Hand zu geben: Er hält sich akribisch an den Trainingsplan. Nach außen versucht er dabei stets locker zu wirken, doch innerlich macht er sich einen enormen Druck, den seine Ironie, mit der er durchs Leben geht, nicht immer ganz verbergen kann. Der Mann weiß eben, was er will. Willpower. 🏃