

TROPEN

ABSOLUTE

HOLGER
VON
KROSIGK

SKATEBOARD
STREETSTYLE
BOOK

HEIGE
TSCHAN

ÜBER 650
FOTOS UND
TRICKS
ZUM SELBER
LERNEN

STREET



9 783100 000204



SACHBUCH

Buches so wie beim Skaten.

Eigentlich will man nur die Tricks lernen. Alles andere schnappt man nebenbei auf. Irgendwann verknüpfen sich beide Seiten und machen auf einmal Sinn.

Skateboarding ist kein elitärer Sport für einen kleinen Kreis von Auserwählten. Aber ohne die richtige Einstellung kann man schnell die Lust verlieren. Im Vordergrund sollte immer der Spaß an der Sache und das gemeinsame Skaten stehen.

Wer Skateboarding nur durch intensives Training lernen will, hat einen schweren Stand. Man macht immer wieder Rückschritte und verlernt Tricks, die man vor einiger Zeit noch konnte. Das geht selbst

Profis so. Wirkliche Fortschritte macht man oft nebenbei, und nach ein paar Jahren merkt man plötzlich, daß man eigentlich doch ziemlich gut geworden ist. Ich möchte Anfänger und Interessierte an Skateboarding heranzuführen und etwas von dem Gefühl vermitteln, das Skater so lange bei der Stange hält.

Skater fühlen sich in der Öffentlichkeit oft mißverstanden, weil viele Menschen diese Motivation nicht verstehen. „Ihr verschwendet eure Zeit“ hört man dann. Und wieder andere stellen Skateboarding auf eine Stufe mit anderen Trendsportarten. Aber woher sollen es Außenstehende

auch wissen? Genau wie viele Anfänger stehen sie vor Bewegungsabläufen und Fachbegriffen, die niemand auf die Schnelle erklären kann. Trotzdem ist Skateboarding heute so populär wie nie zuvor. Die Medien interessieren sich dafür, und viele junge Leute wollen Skaten lernen. Deshalb ist es gerade jetzt wichtig, den richtigen Zugang zu dieser Welt zu ermöglichen.



Skateboarding gets big. X-Games, New York

In letzter Zeit begegnen mir immer wieder Werbeplakate, auf denen Skater zu sehen sind. Früher wäre das undenkbar gewesen, heute wird unser Sport herangezogen, um alles Mögliche zu verkaufen – vom

Deo über Fast Food bis hin zum Handy. Das ist so, weil Skateboarding viele Dinge auf einmal verkörpert und mehr ist als ein Sport. Es ist Freiheit, Rebellion, Mode und Lifestyle – einer, der sich in den Medien scheinbar sehr gut verkaufen lässt. Traurig ist es dann, wenn man spürt, dass diese Popularität im Widerspruch mit dem steht, was man draußen auf der Straße erlebt. Zum Beispiel dann, wenn wachsame Bürger die Skatesession beenden, weil sie mal wieder die Polizei rufen. Da hilft dann auch der Skater im Werbespot nicht weiter.

Denselben Medien ist aber andererseits zu verdanken, daß die