

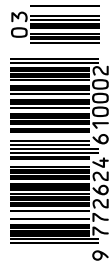
Nr. 3 / August 2025

TYPISCH

Schwingen und Brauchtum

LETZTE
TYPISCH-AUSGABE.

AB NOVEMBER 2025:
SCHLUSSGANG.
DAS SCHWINGER-
MAGAZIN.



CHF 15.-

WICKI WILLS WIEDER WISSEN

SCHWINGEN

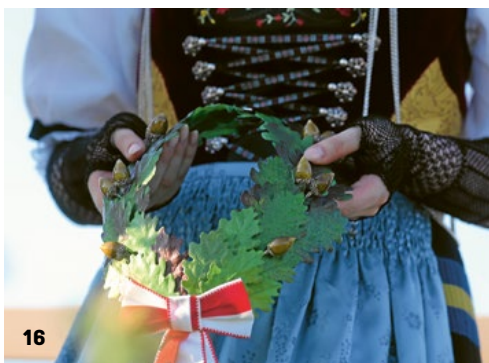
Das grosse Fest.
Alles Wissenswerte zum
ESAF Glarnerland+.

LAND

Fridolin und der
Zigerschlitz. Das macht
den Kanton Glarus aus.

SCHLUSSGANG

Das letzte TYPISCH.
Doch es geht weiter, mit
ganz viel Schwung.



SCHWINGEN

- HINTERGRUND**
6 MATHE UND MONETEN
Geschwungen wird seit vielen Jahrhunderten. Doch das einst urtümliche Kräfteressen hat sich längst zum Spitzensport und Wirtschaftszweig entwickelt. Alles Wissenswerte zum Nationalsport.
- PORTRÄT**
10 JOEL WICKI
Seit seinem Königstitel vor drei Jahren ist viel gegangen im Leben von Joel Wicki. Am Eidgenössischen von Mollis will es der Entlebucher nochmals wissen.
- KÖNIGSKANDIDATEN**
16 DIE FAVORITEN AM ESAF
Ein Eidgenössisches kennt seine eigenen Gesetze. Nicht immer wird jener Schwinger König, der die Saison dominiert hat. Wem gelingt der ganz grosse Wurf? Eine Übersicht.
- GALERIE**
30 ALLE KÖNIGE
Die Galerie der ganz Bösen. Alle Könige der letzten 130 Jahre.
- ANLEITUNG**
32 GRIFF FASSEN
Über dreihundert Schwünge und Griffe können Schwinger anwenden, um ihren Gegner ins Sägemehl zu befördern. Wir stellen die wichtigsten davon vor.
- HISTORIE**
46 KRÄNZE, KÖNIGE UND KALORIEN

AUSLAGE

- 50 TOTAL TYPISCH**
28 TYPISCH-Ausgaben auf einen Blick. Und unsere liebsten Geschichten zum Nachlesen.

INTERVIEW

- 58 SCHWINGERMAGAZIN**
Aus TYPISCH wird das Schlussgang Schwingermagazin. Was darf die Leserschaft erwarten? Die Verantwortlichen liefern erste Informationen.

RUBRIKEN

- 3 EDITORIAL UND IMPRESSUM**
14 A-Z
29 DAS REGLEMENT
37 DIE FRAGE
45 MUNDART
49 DIE STATISTIK
63 ZITAT
64 DAS ERSTE MAL
66 MENÜ

TYPISCH SERVICE

- 69 TYPISCH PARTNER**
70 RÄTSEL
76 AUS DER SZENE

LAND

- HINTERGRUND**
38 ZIGERSCHLITZ
Das Glarnerland schafft es nicht häufig in die Schlagzeilen. Was macht den Kanton, der zum ersten Mal ein Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest ausrichtet, aus? Eine Zeitreise.

MUSKELN, MATHE UND MONETEN

Sie gewinnen Schönheitspreise, studieren Mathematik und machen Millionen. Die Schwinger sind längst in der Neuzeit angekommen.

TEXT FLAVIAN CAJACOB



Der Schwingsport hat sich in den letzten Jahrzehnten stark gewandelt. Und mit ihm all jene, die Wochenende für Wochenende ins Sägemehl steigen. Die Männer im Zwiilch sind heute Spitzenathleten und wissen sich zu vermarkten. Aus der ehemaligen Randsportart ist ein Publikumsmagnet geworden. Eine kleine Zeitreise durch acht Jahrhunderte Hosenlupf.

«Turner»* gemäss Art. 2 Abs. b «zweckmässig, sauber und frei von Werbung» zu sein. «Mode- und Fantasiehemden» sind verboten. Zuwiderhandlungen können mit dem Ausschluss vom Wettkampf geahndet werden. Bis heute sind zudem Werbebotschaften und Reklametafeln innerhalb der Arena und rund um die Sägemehlringe verboten.

Einst oben ohne, heute reglementiert

Geschwungen wird in der Schweiz seit dem 13. Jahrhundert. Weshalb wir das wissen? Weil ein Relief auf dem Chorgestühl der 1275 eingeweihten Kathedrale von Lausanne zwei Figuren zeigt, die in einen Ringkampf steigen. In der Art und Weise, wie sie dies tun, sehen Fachleute das charakteristische Griffassen im Schwingsport. Die beiden Ur-Schwinger tragen im Zweikampf übrigens lediglich eine kurze Pluderhose. Aus heutiger Warte unvorstellbar! Denn das «Technische Regulativ» des Eidgenössischen Schwingerverbandes ESV regelt penibel, was neben und im Sägemehl erlaubt ist. So hat beispielsweise die Kleidung der «Sennen» und



*Das Feld der Schwinger teilt sich auf in Sportler, die einem Schwingklub angehören («Sennenschwinger») und solche, die Mitglied in einem Turnverein sind («Turner»). Unterscheiden lassen sich diese relativ einfach: Während Sennen häufig im Edelweisschemd zum Wettkampf antreten, tragen Turner weisse Hose und weisses T-Shirt.

Vom Kartoffelsack zum Topathleten

Bis vor zwanzig Jahren galt Schwingen mehr oder weniger als Randsportart. Ausgeübt von behäbigen Bauern, die nach ein paar Minuten wie nasse Kartoffelsäcke ins Sägemehl plumpsen – so die landläufige Meinung. Doch dann kam er: Kilian Wenger, breiter Rücken, kräftige Oberarme, ein durchtrainierter Vor-

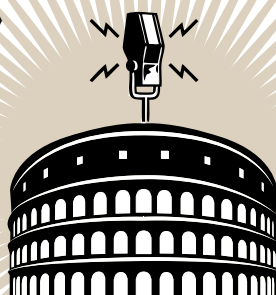
zeigeathlet. 2010 schwang sich der damals erst zwanzigjährige Zimmermann aus dem Diemtigtal in Frauenfeld zum Königstitel. Mit «Kilu» brach im Nationalsport eine neue Ära an. Fortan erkannte die breite Öffentlichkeit im «Bösen»* den Spitzensportler, der er eigentlich bereits seit der Regentschaft des dreifachen Königs Jörg Abderhalden (1998, 2004, 2007) aus dem Toggenburg SG ist. Heute sind Schwinger mehr als Sportsmänner. Sie sind Modellathleten mit Gardemassen, Identifikationsfiguren im Sennenhemd, Posterboys mit und ohne Sägemehlpanade. Der 2013 erstmals erschienene Schwingerkalender «Die Bösen», in dem die gestandenen Mannsbilder oben ohne und mit eingöhlten Muskeln posierten, ging weg wie frische Weggli. Doch dem nicht genug: Vor zwei Jahren wurde der äusserst erfolgreich schwingende Silberfuchs Samuel Giger, 27, von einem Peoplemagazin gar zum schönsten Schweizer gekürt. Manchmal, da sind Schwinger eben nicht nur «böse», manchmal sind sie sogar sexy.

* Mit «Böse» sind die besten Schwinger im Lande gemeint, in der Regel haben sie an einem Schwingfest mit eidgenössischem Charakter einen der begehrten Kränze eingeschwungen – weshalb man sie auch «Eidgenossen» nennt.

Ballermann statt Fachtreffen

Das wirkt sich logischerweise auch auf den Publikumszuspruch aus. Fanden Schwingfeste während Jahrhunderten praktisch im Beisein eines ausgewiesenen Fachpublikums und unter Ausschluss der breiten Öffentlichkeit statt, änderte sich dies mit dem Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest (ESAF) von Luzern im Jahre 2004. Erstmals wurde der Monsteranlass vom Schweizer Fernsehen live übertragen. 43 000 Plätze fasste die Arena, das Rahmenprogramm vermochte 120 000 Besucher auf die Allmend zu locken. Kostenpunkt: 7,9 Millionen Franken. Seither überbieten sich die Veranstalter gegenseitig mit immer grösseren Stadien und längeren Partymeilen. In Mollis GL, dem Austragungsort des nächsten ESAF (29.–31. August 2025), soll eine Arena mit 56 500 Sitzplätzen entstehen. Über 350 000 Menschen dürften dem Zigerschlitz an den drei Festtagen einen Besuch abstatten. Frauen- und Städteranteil: wachsend. Das Budget von «Glarnerland+» beläuft sich auf gegen 40 Millionen Franken. Die «Schwingerfamilie»* zeigt sich ob der Entwicklung zwiegeteilt: Während die einen den Boom als Chance zur Erhaltung und Weitergabe eines schönen Stücks Schweizer Tradition sehen, fürchten die anderen ob der Kommerzialisierung und «Ballermannisierung» gerade deren Verlust.

* Aktive, Ehemalige und Angehörige sowie ganz eingefleischte Anhänger des Nationalsports bezeichnen sich nicht als Fans, sondern als «Schwingerfreunde» oder in globo als «Schwingerfamilie».



Amateure gegen Profis

Der Schwingsport geht mit der Zeit. Und mit ihm die Schwinger selbst. Reichte vor fünfzig Jahren das reguläre Tagwerk auf Hof und Baustelle mehrheitlich aus, um genügend Power für einen Hosenlupf zu entwickeln, setzen die Sägemehlathleten von heute auf modernste Trainingsmethoden, auf Ernährungslehre und nicht selten auch auf mentales Coaching. Acht Trainingseinheiten unter der Woche sind keine Seltenheit, hinzu kommt am Wochenende ein kräftezehrender Wettkampf. Wer an der Spitze mitschwingen will, reduziert deshalb häufig sein Arbeitspensum, um mehr Zeit für die äusserst wichtige Regeneration einzusetzen. Während sich Traditionalisten gegen den Profistatus im Schwingen stemmen, leben viele Spitzenschwinger längst nach dessen Regeln und Pflichten. Und so ist das Schwingen weltweit* wohl die einzige Sportart, in der Profis gegen Amateure antreten.

* Geschwungen wird nicht nur in der Schweiz, sondern auch in den USA und Kanada. Hinzu kommen rund um den Globus zahlreiche Ringkampfformen, die dem Schwingen ähnlich sind. So etwa «Glimax» auf Island, «Laamb» in Senegal oder «Ranggeln» im Tirol.

Studieren statt misten

Marcel Bieri ist Lehrer, Armon Orlik Ingenieur, Fabian Staudenmann studiert Mathematik – und alle gehören sie zur absoluten Spitze im Nationalsport*. Längst entstammen die Schwinger nicht mehr allein den traditionellen Berufen wie Landwirt, Förster oder Zimmermann. Einer der ersten «studierten» Schwinger war der Agronom Dr. Ernst Schläpfer, zweifacher Schwingerkönig (1980 und 1983) aus Appenzell Ausserrhoden, der später das Amt des Obmanns, also des Präsidenten des Eidgenössischen Schwingerverbandes, innehatte. Auffallend ist, wie viele junge Schwinger der Lehre eine zweite Aus-



bildung anhängen oder sich anderweitig weiterbilden und beruflich umorientieren. So bewirtschaftet der gelernte Baumaschinenmechaniker und Schwingerkönig Joel Wicki inzwischen im Entlebuch einen Landwirtschaftsbetrieb, derweil der ausgebildete Zimmermann Samir Leuppi am Bahnhof Zürich als Polizist auf Patrouille geht und der einstige Zuger Metzger Pirmin Reichmuth als Physiotherapeut arbeitet. Jeder vierte Schwinger bleibt indes auch weiterhin seiner Scholle treu und gibt als Beruf Landwirt an.

* Jahrhundertlang galt das Schwingen als Spiel, nicht als Sport. Erst 2010 wurde aus dem «Nationalspiel» im Zuge einer Statutenänderung ein «Nationalsport». Diesen Status führen heute zudem auch das Steinstossen und das Hornussen.

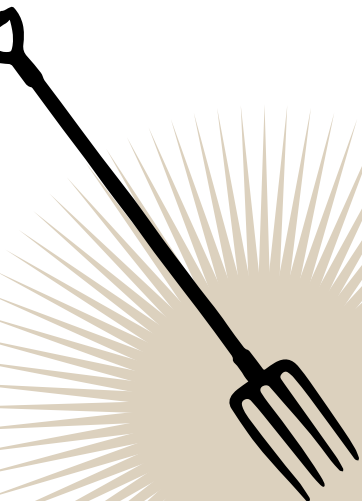


Einst Holzstuhl, heute heisser Hobel

Eigentlich lässt sich mit dem Schwingen kein Geld verdienen. Mit Betonung auf «eigentlich». Denn wenn gleich Siege und gute Klassierungen an Schwingfesten mit Naturalgaben und Lebendpreisen* honoriert werden, fliesst inzwischen rund ums Sägemehl viel Geld. Das Zauberwort: Sponsoring. Schwinger verkörpern in ihrer Funktion als Werbeträger Tradition und Bodenständigkeit; Werte, mit denen sich gut Kasse machen lässt. Davon profitiert indes nicht allein der einzelne Schwinger und das von ihm repräsentierte Unternehmen, sondern auch die übrigen Schwinger: Zehn Prozent seiner durch Sponsoring erzielten Einnahmen muss ein Aktivschwinger an den Verband abliefern, für einen Ehemaligen gilt der Ansatz von fünf Prozent in den ersten drei Jahren nach seinem Rücktritt. Das Geld kommt unter anderem dem Nachwuchs zugute. Fachleute gehen davon aus, dass ein Schwingerkönig während seiner dreijährigen Regentschaft inzwischen gut und gerne eine Million Franken an Werbegeldern einnehmen kann.

* Zu den beliebtesten Preisen im Gabentempel gehören seit je Treicheln, Glocken und Stabellen (reich verzierte Holzstühle), welche mit Datum und Austragungsort versehen sind. Aber auch Rasenmäher, Sprudelwannen und Motorräder finden sich jeweils in der Auswahl. Bei Lebendpreisen handelt es sich um Pferde und Rinder – und natürlich um den Siegermuni. Die Tiere können die Schwinger mit nach Hause nehmen oder sich deren Gegenwert auszahlen lassen. Aufgrund der teilweise langen Transportwege und beschränkten Platzverhältnisse verzichtet beispielsweise der Brünig-Schwinget auf Lebendpreise und zahlt den Sieger in bar aus: 2500 Franken für einen gewonnenen Schlussgang.

GESCHWUNGEN WIRD IN DER SCHWEIZ SEIT DEM 13. JAHRHUNDERT.



Schwingen – seit bald achthundert Jahren gehört der Hosenlupf zur Schweiz wie der Käse und das Matterhorn. Einiges hat sich in dieser Zeit im Nationalsport verändert, und trotzdem ist vieles gleich geblieben. Der Faszination für die «Bösen» und ihr archaisches Kräfteressen im Sägemehl scheint dies keinen Abbruch zu tun. Ganz im Gegenteil.



Glarus



REDEWENDUNGEN UND SPRICHWÖRTER

Besser e Mogge Brot im Schlitz as e Fädere uffem Huet.

Es ist besser, das Wenige, das man hat, nicht zu zeigen,
als sich mit dem Reichtum zu schmücken.

Dr Brever isch gääre dr Bschisse.

Der Bravere wird oft übers Ohr gehauen.

Dr Gschwinder isch dr Hantlicher.

Der Schnellere gewinnt.

Dr Sorg haa isch au schu d Stägen abegchiit.

Auch wer gut aufpasst, kann Unglück haben.

Dr Sparer mues e Güüder haa.

Wer spart, braucht einen, der viel ausgibt.

Grosshanset isch glii gschmalbartnet.

Wer gross angibt, muss bald unten durch.

Gschtoles fueret selte.

Was gestohlen ist, macht nicht satt (=glücklich).

Mä sött nie vorem Brot i Ofe schlüüfe.

Man sollte immer warten, bis die Zeit reif ist.

Ring aagreiset, isch halbe gwerchet.

Mit guter Vorbereitung ist die halbe Arbeit getan.

Schluu gaat ringer as anehäbe.

Schlagen ist einfacher als geschlagen werden.

Wer immer obsi lueget, stürchlet gääre.

Wer nicht auf den Weg schaut, stolpert oft.

Lose we d Schwii am Füü.

sehr gut zuhören, hinhören

EIDGENÖSSISCHES, WIE HAST DU'S MIT DEN ZAHLEN?

Schwingen boomt. Das zeigt ein Blick auf die Besucherzahlen vergangener Eidgenössischer Schwing- und Äplerfeste. Am Anfang der Entwicklung hin zum Mega-Event stand das ESAF von Luzern im Jahre 2004 – es markiert den Aufbruch in ein neues Zeitalter im Schwingsport. Grund dafür sind unter anderem die Direktübertragungen am Fernsehen und die Schwinger selber, welche nach und nach mediale Bedeutung erlangt haben.

		BESUCHER	FASSUNGS- VERMÖGEN ARENA	KOSTEN IN MIO CHF
2001	NYON	110 000	27 000	7,9
2004	LUZERN	200 000	43 000	7,9
2007	AARAU	280 000	47 000	18
2010	FRAUENFELD	260 000	47 500	20,9
2013	BURGDORF	300 000	52 013	25,7
2016	ESTAVAYER- LE-LAC	280 000	52 016	29
2019	ZUG	420 000	56 000	35
2022	PRATTELN	300 000	51 000	30
2025	GLARNERLAND ⁺	350 000 [*]	56 500	40 [*]

^{*}geschätzt

QUELLE: EIDGENÖSSISCHER SCHWINGERVERBAND, ANGABEN VERANSTALTER

ZURÜCK ZUM KERNGESCHÄFT

Mit der 28. Ausgabe von TYPISCH endet eine 2018 geschlossene Fusion zwischen «Schwingen. Das Magazin.» und «Land und Musig». Ab Herbst 2025 widmet sich das Nachfolgeprodukt «SCHLUSSGANG. Das Schwingermagazin.» wieder vollumfänglich dem Nationalsport Schwingen. Die Macher geben Auskunft.

INTERVIEW UND BILD ELIA HENDRY



Zuversichtlicher Blick nach vorne: Manuel Rösli (links), Geschäftsführer SCHLUSSGANG Medien AG und Beat Reichenbach, Verleger.

Beat Reichenbach, unter Ihrer verlegerischen Leitung wurde im Frühling 2012 erstmals ein Magazin über den Schwingsport herausgegeben. Was waren die Beweggründe?

Beat Reichenbach: Unser Hauptprodukt, die Schwingerzeitung SCHLUSSGANG, hatte sich seit 2004 sehr gut entwickelt und wir haben möglichen Konkurrenten im Bereich der Fachzeitschriften die Türe quasi zugemacht. Im Magazinmarkt sah ich noch Potenzial für andere Verleger und wollte mit dem vorhandenen Know-how der SCHLUSSGANG-Redaktion diesen Bereich auch abdecken.

Manuel Rösli, als Redaktionsleiter trugen Sie so ab 2012 also die inhaltliche Verantwortung für zwei Produkte?

Manuel Rösli: Die Leitung für die Inhalte beim SCHLUSSGANG liegt seit 2011 und bis heute bei mir. Beim Magazin, welches 2012 als «Schwingen. Das Magazin.» erstmals erschien, hatten wir das grosse Glück, dass Flavian Cajacob die redaktionelle Leitung übernahm. Bereits die erste Ausgabe war auch dank ihm ein voller Erfolg.

Reichenbach: Ich muss an dieser Stelle noch ergänzen, dass von Anfang an klar war, dass «Schwin-

«WIR HABEN MIT DEM EIDGENÖSSISCHEN SCHWINGERVERBAND EINE ABMACHUNG GETROFFEN, DASS SICH DIESER IN JEDER AUSGABE VOM SCHWINGER-MAGAZIN PRÄSENTIEREN DARF.»

BEAT REICHENBACH

gen. Das Magazin.» ab der ersten Ausgabe «chlöpfen» muss. 2004 bei der Erstausgabe vom SCHLUSSGANG hatten wir ungeplant noch viel Mut zur Lücke bewiesen; hätte es sich um ein Magazin und nicht um eine Fachzeitung gehandelt, wäre kaum eine zweite Ausgabe erschienen. Dank Flavian Cajacob, dessen Schreibstil mir seit je aussergewöhnlich gut gefällt, war gesichert, dass «Schwingen. Das Magazin.» von Anfang an funktionieren wird.

Zwischen Frühling 2012 und Frühling 2018 erschienen 13 Ausgaben von «Schwingen. Das Magazin.» Wieso hat man sich 2018 für einen Wechsel entschlossen?

Röösli: «Schwingen. Das Magazin.» war nicht als Abonnenten-Zeitschrift konzipiert worden. Die Ausgaben wurden den SCHLUSSGANG-Abonnenten zusätzlich zugestellt, und einzeln war «Schwingen. Das Magazin.» nur am Kiosk erhältlich. Über die Jahre reifte bei uns aber der Entscheid, dass auch das Magazin ein Abonnement benötigt. Mit zwei Ausgaben pro Jahr rentierte ein solches aber nicht. Wir sondierten den Markt, und so entstand schliesslich die Fusion mit «Land und Musig».

Reichenbach: Es war eine Fügung, dass Stefan Schwarz und Hanspeter Eggenberger, die Macher von «Land und Musig», nach einer Lösung für die Zukunft suchten. Mit der grossen Welle der Begeisterung der Schweizerinnen und Schweizer für Brauchtum und Traditionen erachteten wir einen Zusammenschluss als beste Lösung. So wurde aus zwei Produkten eines und «TYPISCH. Das Magazin für Tradition.» erschien im Herbst 2018 erstmals mit den Hauptinhalten Schwingen, Land und Musik.

Wie haben Sie den Start des neuen Produkts im Herbst 2018 erlebt?

Röösli: Wir bekamen zum Start durchwegs positive Rückmeldungen aus der Leserschaft, aber auch von den Werbetreibenden. Inhaltlich blieben die Komplimente bis zuletzt immer sehr positiv, doch trotz der grossen Reichweite konnten wir die Leserschaft nicht nach un-

seren Wünschen ausbauen. Zudem blieb auch die Wirkung in der Werbelandschaft aus, was zuletzt sicher auch mit der allgemein sinkenden Werbepräsenz in Printprodukten zu tun hatte.

Reichenbach: Es zeichnete sich früh ab, dass TYPISCH zum grossen Teil von den Kombiabonnenten lebt, auch weil es uns nicht gelang, mit Verbänden aus der Brauchtumsszene Partnerschaften einzugehen. Das führte auch dazu, dass beim Inhalt vermehrt der Schwingsport ins Zentrum rückte.

«DIE LESERUMFRAGE HAT GEZEIGT, DASS 80 PROZENT UNSERER ABONNENTEN UND ABONNENTEN NUR DIE SCHWINGSPORT-INHALTE GELESEN HABEN.»

MANUEL RÖÖSLI

Wann fiel der Entscheid, TYPISCH nicht mehr weiterzuführen?

Reichenbach: Das war ein Prozess über eine längere Zeit. Wir haben verschiedene Massnahmen getroffen, damit wir im Anzeigen- und Lesermarkt eine bessere Position erhalten. Diese Massnahmen fruchteten leider nicht so, wie wir uns dies gewünscht hatten. Und im Sommer 2024 gab uns eine Leserbefragung deutliche Rückmeldung.

Röösli: Ja, diese Leserumfrage hat gezeigt, dass unsere Kombiabonnenten, die über 80 Prozent der TYPISCH-Abos ausmachen, nur die Schwingsport-Inhalte im Magazin wirklich gelesen haben. Das hat uns deutlich gezeigt, dass es nur eine Lösung geben kann: zurück zu den Wurzeln.

Reichenbach: Nicht nur punkto Magazin, sondern auch in unseren anderen Bereichen haben wir 2024 beschlossen, dass der Schwingsport für uns wieder ins Zentrum gerückt wird. Unser Schlussgangshop wird beispielsweise in den kommenden Monaten und Jahren sukzessive auf Produkte umgestellt, die einen Zusammenhang mit dem Schwingsport haben.

Der Rhythmus mit den Ausgaben wird nicht verändert. Es gibt also weiterhin vier Ausgaben pro Jahr.

Aber nur mit Schwingen, geht das?

Röösli: Der Schwingsport hat so viele verschiedene Facetten, vor allem neben dem Sägemehl, da bin ich sicher, dass wir unseren Abonnenten viele spannende Geschichten erzählen können und auch mal Personen in den Vordergrund rücken, die sonst nicht im Fokus stehen.

Reichenbach: Die Redaktion hat eine grosse Aufgabe vor sich, zumal Flavian Cajacob die redaktionelle Leitung an Manuel Röösli weitergibt. Mit ihm geht viel Wissen

verloren. Ich hoffe, dass wir aber seine journalistischen Künste auch im neuen Magazin das eine oder andere Mal bewundern dürfen.

Wie heisst eigentlich das neue Produkt? Und ändert sich für die Abonnenten etwas?

Röösli: Das neue Produkt heisst SCHLUSSGANG. Das Schwingermagazin. Diese Benennung war zuerst ein Arbeitstitel, aber schnell einmal haben wir im Projektteam gemerkt, dass der Produktname so absolut passend ist. Für die bisherigen Kombiabonnenten ändert sich nichts. Sie werden weiterhin den SCHLUSSGANG und das Magazin zum selben Preis erhalten, es gibt also keine Erhöhung des Abonnementspreises. Die einzige Änderung für die Kombiabonnenten ist, dass sie das Magazin zusammen mit einer SCHLUSSGANG-Ausgabe erhalten werden. Neu sind also die Printausgabe vom SCHLUSSGANG und das Schwingermagazin ein gemeinsames Produkt. Der Einzelversand des Magazins, wie bisher mit TYPISCH, wird also wegfallen.

Reichenbach: Änderungen gibt es dagegen für die Abonnenten, die bisher nur den SCHLUSSGANG oder nur TYPISCH abonniert haben. Da es in Zukunft kein Kombiabonnement mehr gibt, werden alle

bisherigen SCHLUSSGANG-Solo-Abonnenten in Zukunft auch das Schwingermagazin erhalten. Alle TYPISCH-Solo-Abonnenten werden die Erstausgabe im Oktober 2025 zugestellt erhalten und bekommen so die Möglichkeit, ebenfalls SCHLUSSGANG-Abonnent zu werden.

Wie unterscheiden sich die beiden Printprodukte?

Röösli: Der SCHLUSSGANG wird weiterhin die Aktualität im Schwingsport abdecken. Wir haben inhaltlich beim SCHLUSSGANG im Frühling 2025 leichte Anpassungen vorgenommen. Das Schwingermagazin wird die Hintergründe im Schwingsport beleuchten, aber auch Personen aus und rund um den Schwingsport ins Zentrum stellen.

Gibt es schon ein Design vom ersten Schwingermagazin? Was sind die ersten Inhalte?

Reichenbach: Natürlich haben wir den Prozess des Layouts und Designs schon vor längerem in Gang gesetzt und bereits Entscheidungen getroffen, doch wir wollen die Erstausgabe zu einer Überraschung machen. Aber, das kann ich schon einmal verraten, wir werden Elemente aus TYPISCH übernehmen, aber auch neue Elemente einbauen. Es freut uns sehr, dass die Erstausgabe von unserem TYPISCH-Grafikteam Janine Tanner und Evelyn Bernhard erarbeitet wird.

Röösli: Inhaltlich liegt der Fokus auf dem Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest 2025. Und natürlich wird der neue oder vielleicht auch alte Schwingerkönig ins Zentrum gerückt. Auch inhaltlich will ich nicht zu viel verraten, aber wir werden beispielsweise in einer über mehrere Ausgaben laufenden Serie Schwinger präsentieren, die sonst (noch) nicht für die grossen Schlagzeilen sorgen.

Reichenbach: Und etwas dürfen wir auch noch verraten: Wir haben mit dem Eidgenössischen Schwingerverband eine Abmachung getroffen, dass sich dieser in jeder Ausgabe vom Schwingermagazin präsentieren darf. Diese Zusammenarbeit freut uns sehr und zeigt, dass sich die SCHLUSSGANG-Familie

in der Schwingerszene mehr als nur etabliert hat.

Blicken wir nochmals zurück auf die 28 Ausgaben TYPISCH. Was wird am meisten in Erinnerung bleiben?

Röösli: In Erinnerung bleiben mir viele Inhalte über die vergangenen Jahre. Eine Geschichte rauszuziehen, ist schwierig. Natürlich bleiben aber die Geschichten, zu denen ich selber etwas beigetragen habe, am meisten haften. Ich habe in dieser Zeit viele neue Personen kennengelernt, aber auch Schwinger, die ich Woche für Woche auf den Schwingplätzen beobachte, von einer anderen und ganz neuen Seite erleben dürfen.

Reichenbach: Jede Ausgabe brachte etwas Spezielles hervor. Ich habe alle Ausgaben mit Hoch-

genuss gelesen. An dieser Stelle gebührt allen, die zu den Ausgaben beigetragen haben, ein grosses Dankeschön, besonders natürlich Flavian Cajacob, dem redaktionellen Leiter, sowie Stefan Schwarz, der bis zuletzt unser Bindeglied in die Verbände war. Ich bedauere sehr, dass sich dieses tolle Werk im Anzeigen- und Lesermarkt nicht durchsetzen konnte.

Röösli: Ich möchte mich zum Abschluss den Worten von Beat Reichenbach anschliessen und ebenfalls meinen grossen Dank zum Ausdruck bringen. Flavian Cajacob hinterlässt Spuren, die ich zu füllen habe. Es freut mich aber gleichzeitig auch sehr, dass uns Stefan Schwarz über 2025 hinaus als Berater weiterhin zur Verfügung stehen wird.

SCHLUSSGANG – EIN MEDIALER FESTSIEG

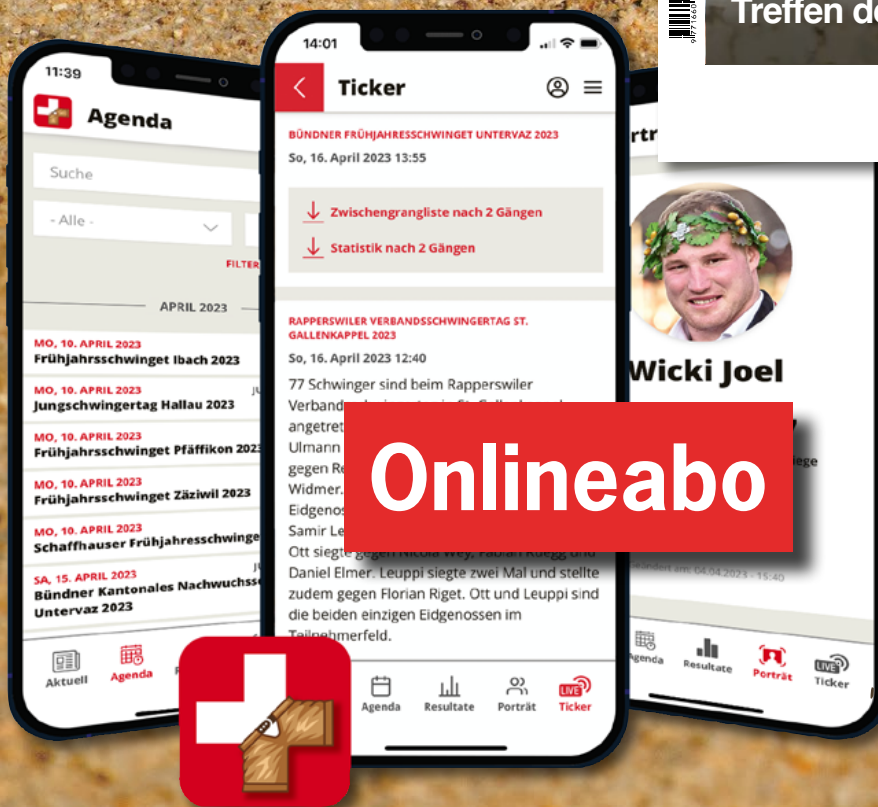
(ehe) Was im Herbst 2003 als Idee an einem Mittagessen entstanden ist, hat sich seither zu einer Erfolgsgeschichte entwickelt. Die Schwingerzeitung SCHLUSSGANG ist seit Mai 2004 schon über 400 Mal erschienen. Seither hat sich die Redaktion zum Ziel gesetzt, über alle Schwingfeste der Aktiven in der ganzen Schweiz zu berichten. Und bis heute ist dieses Ziel immer erreicht worden. Der SCHLUSSGANG hat sich in der Schwingerszene einen festen Platz erarbeitet und ist als Informationskanal für Schwinger, Zuschauer, Funktionäre und Werbetreibende nicht mehr wegzudenken.

Neben den 19 bis 20 Ausgaben der Schwingerzeitung SCHLUSSGANG, die jährlich erscheinen, hat man sich auch im immer wichtiger werdenden Online-Markt entwickelt. 2007 starteten die ersten Versuche mit aktuellen Resultaten der Schwingfeste auf der Website. Laufend entwickelte sich www.schlussgang.ch weiter. Heute kommt an dieser Seite nicht vorbei, wer sich über den Schwingsport informieren will. Auch die 2013 lancierte Schwinger-App hat sich laufend entwickelt und ist heute im Sommer jeweils eine der meistbesuchten Applikationen der Schweiz im Bereich Sport. Zudem hat der SCHLUSSGANG an allen fünf Ausgaben vom Sammelalbum «Der Schwingerkönig» tatkräftig mitgewirkt, 2019, 2022 und 2025 gar als Co-Herausgeber. Zum führenden Medium im Schwingsport gehört seit 2017 auch der Schlussgangshop.

Und zuletzt hat man sich auch geschäftlich weiterentwickelt. Mitte 2023 wurde die bewe medien GmbH in die SCHLUSSGANG Medien AG umgewandelt. Schon zu Beginn des Jahres 2023 übernahm Manuel Röösli neben seiner Funktion als Redaktionsleiter auch die Rolle als Geschäftsführer und ist seither Mitinhaber. Beat Reichenbach fungiert seither als Verwaltungsratspräsident, Berater und Unterstützer der Geschäftsleitung sowie Leiter von Projekten. Reichenbach ist Hauptaktionär der SCHLUSSGANG Medien AG.

Sichere dir deine SCHLUSSGANG-Abos

+ 4 Magazine



www.schlussgang.ch/abos

