

Der Teufel steckt mal wieder im Detail

Das Team Nürnberg will junge Talente unterstützen, wichtige Fragen müssen aber noch ausgefochten werden



Mehr Aufmerksamkeit: Auch der Fechterring hofft auf positive Impulse durch das Team Nürnberg.

Foto: Hippel

VON SEBASTIAN GLOSER

Als im vergangenen Herbst das Team Nürnberg ins Leben gerufen wurde, um hiesige Sporttalente zu fördern, wussten die Verantwortlichen, dass es „noch viel zu tun“ geben würde. Ein halbes Jahr später heißt es: „Es gibt immer noch viel zu tun.“ Immerhin haben die Beteiligten inzwischen einige Probleme erkannt.

Es ist ein schöner Satz, den sich Tobias Hell da ausgedacht hat: „Es geht darum, aus einer kleineren Sportart etwas Größeres zu machen.“ Das ist die Antwort vom Vorsitzenden des Fechterrings auf die Frage, was er sich vom Team Nürnberg für seinen Sport erhofft.

Es sind große Worte, die er da wählt, aber Hell ist Realist genug, um nicht zu viel zu erwarten. „Ich erhoffe mir frischen Wind für unseren Sport durch das Netzwerk“, sagt er, aber

keine Wunder. Das sagt er so nicht wörtlich, aber man kann es zwischen den Zeilen herauslesen. „Ich bewerte diese Initiative positiv“, fügt Hell noch hinzu, „aber den Worten müssten nun auch Taten folgen.“

Und da ist Hell bereits schnell an Grenzen gestoßen.

Als der Fechterring im März die Deutsche Meisterschaft im Säbelfechten in Nürnberg veranstaltete, wollten sie auch ein Turnierheft drucken. Sie haben dieses Turnierheft am Ende auch gedruckt, aber nur weil sich viele Bekannte überreden ließen, mit ihren Firmen Anzeigen in dem Heft zu schalten; mehr eine Hilfe unter Freunden, weniger ein echtes Sponsoring.

Zunächst hatten sie beim Fechterring die Partnerunternehmen und Mitglieder im Team Nürnberg angesprochen – lediglich drei von ihnen sind im Heft vertreten. „Ich finde, diese kleine Unterstützung wäre eine schöne Geste gewesen“, sagt Hell und

äußert einen Verdacht: „Vielleicht haben manche Firmen Angst, dass dann plötzlich alle bei ihnen vor der Tür stehen.“ Vielleicht, weil sie immer noch nicht genau wissen, was das eigentlich ist, dieses Team Nürnberg.

Hierin liegt eines der Probleme des neuen Ansatzes der Sportförderung. Inzwischen gibt es Kugelschreiber mit der Aufschrift „Team Nürnberg“, es gibt Flyer, einen Internetauftritt und demnächst Poster. Wirklich bekannt ist die Initiative, die vom Sportservice der Stadt Nürnberg koordiniert wird, aber noch nicht. „Wir müssen die Marke bekannter machen“, sagt Jürgen Thielemann vom Sportservice. „Wir stehen am Anfang, es gibt immer noch viel zu tun.“

Was die möglichen Sponsoren und Partnerunternehmen, die aktuell einen Mitgliedsbeitrag von 750 Euro bezahlen, betrifft, betrachtet Thielemann das Team Nürnberg als „offene Plattform ohne festen Rahmen“.

Gleichzeitig ist ihm bewusst, dass die Zahl der Sportler und Mannschaften, die in absehbarer Zeit unterstützt werden sollen, begrenzt sein muss.

Hierin liegt bislang das zweite große Problem: Die Gruppe von Vereinen, Sportarten und Athleten, die darauf hofft, vom Team Nürnberg zu profitieren, ist eine absolut heterogene Gruppe. Die Bedürfnisse und Erwartungen unterscheiden sich zum Teil grundlegend.

Es gibt Vereine, die dringend Unterstützung für ihre Auswärtsfahrten bräuchten und denen mit einem kleinen Mannschaftsbus schon sehr viel geholfen wäre. Es gibt Sportarten, die sich lediglich mehr Aufmerksamkeit wünschen. Und es gibt Athleten, die auf dem Sprung in den Spitzensport sind und die vielseitige Unterstützung benötigen.

Wer fördert wen?

Am Ende steht die große Frage im Raum: Wer soll gefördert werden?

Wer darüber entscheidet, da sind sich fast alle einig. „Dafür wird es ein Expertengremium geben“, sagt Thielemann; Fachverbände, der Sportbürgermeister, Vertreter der Bertolt-Brecht-Schule, Leistungssportler wie Hockey-Olympiasieger Max Müller, der als Ideengeber für das Team Nürnberg gilt.

Wer allerdings gefördert werden soll, da gibt es bei den Beteiligten noch keinen Konsens. Jürgen Thielemann plädiert dafür, auch noch relativ unbekannte Talente zu unterstützen. Max Müller empfiehlt dagegen, zunächst mit der Strahlkraft einiger weniger Spitzensportler Sponsoren anzulocken. „Ich bin skeptisch, ob Sponsoren auf das aktuelle Konzept einsteigen“, sagt er.

Sinnvoller erscheint ihm, vier bis acht potenzielle Olympiateilnehmer auszuwählen, deren Unterstützung sei auch mit beschränkten Mitteln möglich. „Denn der Gedanke, als Unternehmen, das in der Region verwurzelt ist, einen Spitzensportler aus der Region zu unterstützen, ist doch ein unglaublich sympathischer“, findet Müller.

Nun gilt es, das Konzept des Team Nürnbergs weiter zu konkretisieren. Damit aus einer kleinen Idee irgendwann etwas ganz Großes wird.