

„Ohne Werbeaktionen geht gar nichts“

Großereignisse im Sport bringen den Vereinen im BNN-Hardtgebiet kaum neue Mitglieder

Von unserem Mitarbeiter
Alexander Werner

Große Turniere und Wettkämpfe ziehen zig Tausende von Sportfans in ihren Bann. Derzeit die Olympischen Winterspiele in Kanada, im Sommer steht die Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika an und im Januar ging die Handball-EM in Österreich zu Ende. Was aber bedeuten derartige Ereignisse für die Sportvereine im BNN-Hardtgebiet? Können sie davon profitieren, werben sie dadurch neue Mitglieder oder Publikum?

Die Handball-EM blieb weitgehend wirkungslos. Thomas Stober, Abteilungsleiter der HSG Linkenheim-Hochstetten-Liedolsheim registrierte weder gestiegene Zuschauerzahlen noch vermehrte Eintritte: „Es ist selten, dass während eines solchen Turniers plötzlich Kinder oder Jugendliche zu uns gelaufen kommen. Ohne gleichzeitige Werbeaktionen, etwa in Kooperation mit den Schulen, passiert überhaupt nichts. Das aber erfordert einiges an Manpower.“

Klaus Hoffmann, Jugendleiter bei der SG Stutensee, machte ähnliche Erfahrungen: „Neue Spieler gewannen wir durch die Handball-EM nicht. Bei der WM 2007 jedoch, da ging etwas.“ Wobei eher kurzfristig und unterstützt durch begleitende Aktionen. Damals ge-

wann die deutsche Mannschaft den Pokal im eigenen Land. „Wir erfuhren im Gegensatz zur EM doch einen erheblichen Zuwachs und Ansturm“, erinnert sich Daniel Kühn, stellvertretender Vorsitzender des TV Weingarten Handball. Die Werbetrommel rührt der Verein nicht nur eifrig bei einer WM, aber findet eine solche statt, dann versuche man das „wirksam auszuschlachten, was meistens auch von Erfolg gekrönt“ sei.

Fußball zieht immer noch am meisten

„Unsere Aktiven werden spürbar von Großereignissen wie der Handball-EM motiviert oder von Olympischen Spielen sensibilisiert“, resümiert Franz Müller, Vorsitzender des TSV Graben. „Auch Anfragen gibt es immer mal wieder.“ Absolut vorrangig und wesentlich aber sei die Werbung, die ganzjährig an den Schulen laufe. „Junge Leute müssen wir dort finden und uns selbst ziehen“, betont er.

Das gilt besonders im Volkssport Fußball. „Ein Selbstläufer“, berichtet Bernhard Fabry, Vorsitzender des FC Viktoria Jöhlingen. Dazu bedarf es keiner WM. Bei den Frauen indessen machen sich die Erfolge der deutschen Fuß-

balldamen bemerkbar. Ein Boom. In Jöhlingen treten mittlerweile drei Mädchenmannschaften an. Und die WM 2011 will der Verein nicht untätig vorüberziehen lassen.

Dass die Jugendlichen im Verein die WM im Sommer mit Spannung verfolgen werden, weiß Wolfgang Ott, Vorsitzender des FV 1936 Leopoldshafen. Mehr Eintritte erwartet er allerdings nicht. Sein Kollege Harry Werner vom FV Rußheim geht erfahrungsgemäß von zumindest einigen Jugendliche mehr als sonst aus. Leichtathletikmeisterschaften oder Olympiaden schlugen bislang bei den Turn- oder Gymnastikabteilungen beider Vereine nicht zu Buche.

„Eine WM alleine löst noch keinen Schub aus“, sagt Andreas Herbst, Jugendleiter bei der Fußballvereinigung Weingarten. Dass sich der aber einstellen kann, „wenn man etwas tut“, bewies die Kindergartenmeisterschaft während der WM vor zwei Jahren, die die Bambini-Truppe um ein Drittel verstärkte. Dieses bewährte Konzept soll auch im Juni wieder Kinder für den Fußball begeistern. Wie nachhaltig spontane Zuwächse während eines prominenten Wettstreits sind, ist jedoch eine andere Frage. Dessen Wirkung verpuffe meist schnell und manches Jungmitglied verliert mit fortschreitendem Alter einfach die Lust.