

STEVE MARCUS / REUTERS / E-LANCE MEDIA

WM-Kontrahenten Klitschko (r.), Brewster: *„Zu viele Sachen im Kopf“*

BOXEN

Halbiertes Lottchen

Faustkämpfer im Doppelpack – das war bislang das Erfolgsrezept der Marke Klitschko. Der jüngere Bruder hat nun erneut verloren: ein Niederschlag fürs PR-Konzept.

Als älterer Bruder ist er natürlich gewöhnt, auf den kleineren aufzupassen. Früher, als sie noch Kinder waren, gab Witalij Klitschko, 32, darauf Acht, dass Wladimir, 28, nicht mit den Fingern in die Steckdose griff oder mit Rasierklingen spielte.

Aber wie sollte er ihn jetzt noch schützen?

Wieder mal hatte „Wowa“ seine Karriere als Faustkämpfer leichtfertig aufs Spiel gesetzt, diesmal durch eine Niederlage gegen den boxerisch eher limitierten Amerikaner Lamon Brewster. Der technische K.o. in der fünften Runde vorvergangenes Wochenende in Las Vegas, schon die dritte Niederlage in Wowas Laufbahn, kam unerwartet, der Spott danach war ätzend. „Weichei“, so höhnten Medien wie Zuschauer.

Also trat Witalij mit eisiger Miene vor die Presse. Es sei nun an ihm, am kommenden Wochenende im WM-Kampf gegen den Südafrikaner Corrie Sanders, auch einer von denen, die schon gegen Wladimir gewannen, die „Familienehre zu retten“. Doch überzeugend klang er nicht.

Denn die Frage ist ja, ob da überhaupt noch was zu retten ist. Sicherlich: Es gibt Boxgeschichten, die müssen immer weitergehen, weil es einfach keine besseren gibt. Und die der beiden Kampfkolosse aus der Ukraine, die nicht nur mit einem harten Bums, sondern auch mit Manieren und einem Doktortitel ausgestattet sind, war eigentlich so eine.

Doch nun hat der Boom um die beliebten Hauer einen herben Dämpfer erlitten. Der ehrgeizige Versuch, in Amerika innerhalb von zwei Wochen zwei Weltmeistertitel zu ergattern, ist vorzeitig gescheitert – unvermittelt ist nun die Marke Klitschko beschädigt.

Denn das Erfolgskonzept der Klitschkos war ja immer, dass es zwei von ihnen gibt. Ob bei „Wetten, dass …?“ oder in Werbefilmen für Papiertaschentücher, stets wurden sie als launiges Duo präsentiert, das im Gleichschritt an seinem Aufstieg feilt. Auch bei den Managern des US-Senders HBO, der zuletzt Millionen investierte, um die Klitschkos in Amerika zu positionieren, galt als Gesetz: „Entweder beide oder keiner.“



BOB MARTIN / SPORTIMAGE

Box-Brüder Wladimir und Witalij Klitschko
„Entweder beide oder keiner“

Doch nun ist das „doppelte Lottchen im XXL-Format“ (das Marketing-Fachmagazin „Horizont“) gesprengt. Immer deutlicher zeigt sich nämlich, dass die vermeintlich gleichen Brüder gar nicht so gleich sind. Auch wenn die Fachwelt Wladimir mehr Talent und Eleganz attestierte, er in den USA gar schon als „weißer Ali“ angekündigt wurde, vermochte der Gerühmte sein Potenzial nie auszuschöpfen – was auch daran lag, dass ihm die Zielstrebigkeit des großen Bruders fehlt.

Boxen war für den schönen Wladimir „eher ein Hobby“, wie er nach der Niederlage gegen Sanders im März 2003 reumütig bekannte. Während Witalij, verheirateter Vater zweier Kinder, den Mangel an Begabung durch Eifer und ein stabiles Umfeld kompensierte, erlag Wladimir den Verlockungen des Ruhms. In Edel-Clubs und auf Galas war er zeitweise genauso oft anzutreffen wie beim Training. „Er hat zu viele Sachen im Kopf, die nichts mit Sport zu tun haben“, sagt sein Hamburger Promoter Klaus-Peter Kohl und rüffelt die Arbeitsmoral seines Klienten: „Er versteht sich als Sonnyboy und Hollywood-Star.“

Dass Wladimir mit der Schlappe nun auch das erfolgreiche PR-Konzept der Klitschkos ins Wanken gebracht hat, betrübt Kohl vor allem deshalb, weil er es hat kommen sehen. Die Brüder wollten die Versilberung ihres Erfolgs in die eigenen Hände nehmen, taten sich mit Beratern zusammen, die ihnen „die Welt versprachen“ (Kohl). Mit Vehemenz drängten sie auf den amerikanischen Markt, weil dort dank Pay-TV noch höhere Millionenbörsen winken. Um Promotergagen einzusparen, gründeten sie in Los Angeles die Agentur K2, über die sie ihre Auftritte künftig selbst organisieren wollen. Parallel dazu zogen sie vor Gericht, um aus dem Vertrag mit Kohl herauszukommen.

Doch auch dort haben sie vergangene Woche verloren. Wobei sich der einstweilige Verbleib beim hanseatischen Impresario am Ende als Glücksfall entpuppen könnte. In einem nach dem Rücktritt von Sven Ottke weitgehend abgebrannten Boxland Deutschland scheint der Markt auch für Verlierer offen.

Wegen ihrer hohen Präsenz abseits des Rings, zum Beispiel als Unesco-Botschafter oder als heitere Talkshow-Gäste, seien die Klitschkos hier zu Lande nämlich „resistent“ gegen sportlichen Misserfolg, wie Robert Müller von Vultejus von Klitschko-Vermarkter Sportfive glaubt: „Die werden hier doch schon lange nicht mehr als Boxer wahrgenommen.“

GERHARD PFEIL