

Sportdirektor. „Sie regenerieren dann besser, sind leistungsfähiger. Dann ist es möglich, sie noch ein bisschen besser zu machen.“

Aber viele Spieler kamen diesmal überlastet an, einige wie Philipp Lahm oder Manuel Neuer verletzt. Eigentlich müsste man die Spieler in die Ferien schicken, nach dem Ende einer solchen Saison auf Spitzenniveau, meint ein Betreuer.

Wer im modernen Hochgeschwindigkeitsfußball ständig schnell denken sollte, der müsse erholt sein, klagt Urs Siegenthaler, Löws Chefscout. Das intensive Spiel auf engem Raum, eine Aneinanderreihung von Kampfhandlungen und schnellen Richtungswechseln, fordert am Saisonende Opfer: Kniebeschwerden bei Bastian Schweinsteiger, bei Portugals Star Cristiano Ronaldo, Uruguays Luis Suárez, Chiles Arturo Vidal sind kein Zufall. Ermüdete Spieler verletzen sich eher.

Man könnte ein paar Tests machen. Der Laktattest erlaubt Rückschlüsse zur Grundlagenausdauer. Der Shuttle-Run, ein Pendellauf, bei dem die Laufgeschwindigkeit durch Signaltöne vorgegeben wird, gibt Hinweise auf die Fähigkeit zur Sauerstoffaufnahme. Aber die Tests kosten auch wieder Energie. Löw hat keine angeordnet.

Immerhin gibt es die Daten vom Fliewatüt. Flick läuft auf dem Platz mit seinem Tablet durch die Reihen, nach der Sprinteinheit erscheinen auf dem Display die Laufwerte. „Ich hab gar nicht draufgeguckt“, sagt Boateng. Er wisse selbst, wie schnell er sei.

Im Erholungs-Belastungs-Test füllen die Nationalspieler Fragebögen aus: Schlafen sie gut, sind sie übertrainiert? Die Trainer müssen darauf vertrauen, dass dabei keiner schummelt, weil er fürchtet, die Wahrheit könnte seine Aufstellung gefährden.

Ermüdete Spieler sind anfällig für das, was die Reporter Konzentrationsfehler nennen. Die Koordination im Abspieles stimmt nicht mehr, die neuronale Muskelsteuerung für die Bewegung, für den sauberen Pass kommt zu spät, weil das Gehirn mit den Anforderungen des Spiels nicht mehr Schritt hält. Das hat mit den Stresshormonen zu tun. Soll man auch noch die Hormone steuern?

Bernhard Peters sagt, man solle sie wenigstens messen. Peters, 54, ehemals Hockey-Bundestrainer, ist Direktor für Sport und Nachwuchsförderung beim Fußball-Bundesligisten 1899 Hoffenheim. Dort will er nun Stressprofile der Spieler anlegen lassen, sie beginnen jetzt bei der U-19-Jugend. Speicheltests sollen kontinuierlich die Werte von Testosteron und Cortisol ermitteln, den Hormonen mit muskelaufbauender und -abbauender Wirkung. „Der psychische Druck, der sich in den Hormonen zeigt, scheint ein wichtiger Indikator für Überbelastungen zu sein“, sagt Peters.

In seinem Büro trägt er Badelatschen, als wäre er im Trainingslager. An der Wand hängt ein Plakat vom Hockey-Weltpokal, den er zweimal mit Deutschland gewann. Vor acht Jahren war er Jürgen Klinsmanns Kandidat für den Posten des Sportdirektors beim DFB, der Verband lehnte ab. Peters will im Fußball nicht als Besserwisser auftreten. In der wissenschaftlichen Trainingssteuerung könne generell mehr gemacht werden in deutschen Sportsportarten, meint er. Hinter der sogenannten Leistungsdiagnostik verberge sich viel Marketing und Pseudowissenschaft.

Manches wirkt tatsächlich semiprofessionell. DFB-Arzt Meyer hat eine Fußball-Verletzungsdatenbank aufbauen lassen. Eine studentische Hilfskraft seines Instituts wertet dazu die Ausgaben der Fachzeitschrift „Kicker“ der vergangenen sieben Jahre aus.

„Das Geheimnis im Spitzensport ist immer die richtige Balance zwischen Be- und Entlastung“, sagt Peters, „und was es so kompliziert macht: Sie ist bei jedem Menschen anders.“ Die Frage sei, ob man sich im Verlauf eines Turniers noch steigern könne.

Auch das ist eine Frage der Fähigkeit zur Erholung. Gegen zu viel Stress hilft die mentale Regeneration. Dies ist bei der Nationalelf das Gebiet von Hans-Dieter Hermann, dem Teampsychologen. Früher hat er mit Peters im Hockey zusammengearbeitet, jetzt also Fußball, die Aufgabenstellung ist immer dieselbe: dem Spieler zu „helfen, dass er seine Mitte findet“, sagt Hermann, 54.

Der Psychologe muss für Abwechslung sorgen. Bei der WM in Südafrika gingen die Spieler auf Löwen-Safari. Yoga und Atemübungen gehören zum Standard-Entspannungsprogramm.

Auch Konzentrationsübungen helfen, um nach dem Spiel wieder runterzukommen. Die Profis korrigieren dabei ihre Laufwege vor dem geistigen Auge. Boateng lernte, während des Spiels mit sich selbst zu kommunizieren, um immer hellwach zu bleiben.

Hermann hält nichts davon, über hohe Luftfeuchtigkeit oder Flugverspätungen zu jammern. „Wenn man dauernd über die Belastungen spricht, hat man immer ein Auswärtsspiel.“ Man müsse das Land annehmen, „die Strömungen und Schwingungen“. In Südafrika erkor die Mannschaft auf Anweisung der Betreuer das Zulu-Wort „Yebo“ zu ihrem internen Motto, es heißt Ja und bedeutet auch so etwas wie „easy going“.

Jetzt tragen die ersten DFB-Leute zumindest schon brasilianische Glücksarmbändchen, nach dem Brauch der Region Bahia dreimal geknotet. Für jeden Knoten hat man einen Wunsch frei.

Die Wünsche müssen geheim bleiben.

Jörg Kramer

Rumpeln in der Matrixwelt

Marketing Mercedes-Benz und der DFB – wie weit darf Werbung bei der Fußball-Nationalmannschaft gehen?



Mercedes-Benz ist der Hauptsponsor der deutschen Nationalmannschaft. Es könnte aber auch andersherum sein.

Vorigen Dienstag fand im Trainingslager der deutschen Fußballmannschaft in Südtirol die tägliche Pressekonferenz statt. Auf der Tribüne saßen jedoch keine Fußballer, sondern zwei Autorennfahrer und ein Golfspieler sowie der Teammanager Oliver Bierhoff. Zusammengebracht wurden die vier Männer von der Firma Mercedes-Benz, deren Markenbotschafter sie sind.

Die Journalisten im Saal waren alle nur wegen der deutschen Nationalmannschaft dort. Es ist bald Weltmeisterschaft, die Aufregung ist groß. Es passiert noch nichts, aber es gibt das Bedürfnis nach viel Vorbereitungsleistung.

Das ist die Idee: Mercedes-Benz nutzt die Aufmerksamkeit der traditionellen Medien, um seine Produkte und Visionen an den Mann zu bringen. Es klingt ein bisschen wie die Matrixwelt, wo die Menschen nur noch als Batterien der Maschinen funktionieren und keiner mehr genau weiß, was wirklich ist und was falsch.

In der Marketingwelt nennen sie das die Vermittlung von Content.



Abtransport eines Unfallopfers in Südtirol
Der größte Horror erwächst aus der Idylle



Teammanager Bierhoff: Sponsor und Mannschaft noch enger zusammengebracht

Der Golfspieler Martin Kaymer redete ein bisschen über Fußball, der Formel-1-Pilot Nico Rosberg redete über die tollen Silberpfeile, die im Moment alles gewinnen, Oliver Bierhoff redete später über seinen Ex-Schwager, der auch Rennfahrer war. Alle hatten einen Stern auf der Brust. Sie wirkten sehr sympathisch, auch wenn die ganz Situation natürlich unwirklich war. Ein Zelt in den Bergen Südtirols, draußen rauschte ein Gebirgsbach, auf den Gipfeln lag Schnee, in zwei Wochen beginnt die Weltmeisterschaft in Brasilien.

Am Nachmittag fuhren dann ausgewählte Fußballer neben den Rennfahrern mit zwei dicken, neuen Mercedes-Autos durch die Bergwelt Südtirols. Sie wurden dabei von Filmteams begleitet, die für die Firma Mercedes-Benz arbeiten. Die Filme sollten irgendwann ins Fernsehen und ins Internet geraten, wo der Unterschied zwischen redaktionellem Beitrag und Werbeclip verschwimmt, wenn es gut läuft. Auf den Beifahrersitzen hatten die Nationalspieler Julian Draxler und Benedikt Höwedes Platz genommen, die Landschaft bildete den Hintergrund. Auch Südtirol ist ja gewissermaßen Sponsor der deutschen Mannschaft. Grüne Wiesen, Vogelgezwitscher, gewundene Straßen, Kuhglocken. Die Motoren brummen. Der größte Horror erwächst aus der Idylle.

Ein Mercedes wich dem anderen aus, kam von der Strecke ab, fuhr zwei Passan-

ten an und verletzte einen schwer. Ein Rettungshelikopter flog ein, brachte den Mann ins Krankenhaus.

Es rumpelte in der Matrixwelt. Der Content geriet für ein paar Stunden komplett durcheinander.

In Kommentaren der traditionellen Medien wurde der Unfall mit den beiden anderen großen Nachrichten der Woche verknüpft. Bundestrainer Joachim Löw hatte seinen Führerschein abgeben müssen, und der Dortmunder Fußballspieler Kevin Großkreutz hatte im Suff gegen die Säule eines Berliner Hotels gepinkelt. Hing das nicht alles miteinander zusammen? Waren das nicht die Gründe, warum Deutschland wieder nicht Weltmeister werden würde? Wie alt war eigentlich Miroslav Klose? Was war mit Manuel Neuers Schulter? Wo waren die Führungsspieler? Und wieso trainierten die Engländer mit Mütze, Handschuhen und langen Unterhosen, um die brasilianische Hitze zu simulieren, und wir nicht? Wieso hielt sich niemand an den großen Wertekatalog des Teammanagers? Es waren die Stunden der Moralisten. Mit den beiden Mercedes schien ein Fußballvolk von der Straße gerutscht zu sein.

Am folgenden Tag erschienen vier zerknirschte Menschen auf der Bühne des Südtiroler Medienzelts und lieferten neuen Content. Es war wieder kein Fußballspieler dabei. Dafür ein Polizeihauptkommissar aus Bozen und die Medienbeauftragte

von Mercedes-Benz. Dazu der DFB-Pressesprecher und Oliver Bierhoff.

Der Pressesprecher sagte: „Es war ein Unfall. Wir sind nicht mehr Herr des Handelns.“ Mit „Wir“ meinte er den DFB und Mercedes. Die Mercedes-PR-Dame sagte, dass sie tief betroffen sei. Oliver Bierhoff sagte, dass er nicht am Unfallort gewesen sei, sondern bei der Golfaktion mit Martin Kaymer. Der Polizeikommissar aus Bozen sagte so gut wie nichts, hatte aber einen lustigen Kinnbart. Der DFB-Sprecher sagte, dies sei eher ein Pressegespräch als eine Pressekonferenz. Oliver Bierhoff sagte, Fahrrad fahren sei auch gefährlich.

Langsam schüttelte sich der Content wieder zurecht. Es hieß, alle Fußballer führen gern Auto. Es sei kein Rennen gewesen. Die Strecke sei ordnungsgemäß abgesperrt gewesen. Die Veranstaltung sei eine klassische Sportler-Sportler-Begegnung gewesen. Nico Rosberg wollte sein „Sieger-Gen“ weitergeben. Die Spieler wollten die Produkte kennenlernen. In Brasilien gibt es womöglich eine Aktion mit einem Segler. Aber die Sicherheit stehe im Vordergrund. Es hieß, der DFB-Psychologe musste mit den Spielern Draxler und Höwedes reden, aber auch mit den Autofahrern. Es gehe ihnen besser. Alle waren geschockt. Die Gedanken seien bei den Familien der Verletzten. 2010 sei Thomas Müller bei einer Freizeitveranstaltung vom Fahrrad gefallen. Anschließend wurde er WM-Torschützenkönig.

Neben der Bühne stand ein Mercedes-Auto, als bewachte es die Veranstaltung.

Irgendwann sagte die PR-Dame von Mercedes-Benz: Seien Sie sich sicher, wir werden niemanden zurücklassen. Es klang wie das Versprechen eines amerikanischen Soldaten.

Je länger die Pressekonferenz dauerte, desto mehr hatte man den Eindruck, der Unfall habe Sponsor und Mannschaft noch enger zusammengebracht.

Später erschien Sami Khedira, der geneigte deutsche Führungsspieler, auf der Bühne und fasste alles noch einmal zusammen: „Die Berge strahlen eine unheimliche Ruhe aus. Der DFB hat eine Topleistung im Vorfeld abgerufen, damit wir uns perfekt vorbereiten können“, sagte Khedira und prüfte seine Frisur, die so perfekt saß wie ein Helm. Er schien direkt aus dem Poster schräg hinter ihm getreten zu sein, auf dem verschiedene deutsche Spieler einen Mercedes der C-Klasse bejubeln wie ein Tor.

In der Ruhe der Berge plätscherte der Content wie ein klarer Gebirgsbach.

Am nächsten Morgen, es war Himmelfahrt, stand der Polizeihauptkommissar aus Bozen, der die Ermittlungen des Unfalls leitet, auf der Tribüne des Südtiroler Sportplatzes und schaute der deutschen Nationalmannschaft beim Aufwärmen zu. Er sah aus wie ein Fan. Alexander Osang