



Die
Avantgarde
der
spanischen
POP
KULTUR

M
E
C
A
N
O



NEW ALBUM:

AIDA LAI

CD: PD 75069

LP: PL 75069

MC: PK 75069

CD 5:

EL 7 DE SEPTIEMBRE
PD 44838

SINGLE:

NATURALEZA
MUERTA

7"

PB 44999

CD 5:

PD 45000



TV:

Kulturweltspiegel 6. 10. 91
Peters Pop Show Dezember



die erst zwölf Jahre alte Fu Mingxia jüngste Weltmeisterin im Turmspringen. Und seitdem die „phänomenalen Chinesinnen“ (*Süddeutsche Zeitung*) auch im Schwimmen, im Gewichtheben und in der Leichtathletik innerhalb kürzester Zeit in die Weltspitze vordrangen, gilt China als Doping-Eldorado.

Schon fühlen sich Athleten gegen das anabole Aufrüstungsprogramm der Asiaten, die als einzige große Sportnation neben den Kubanern die Doping-Charta der Unesco nicht unterzeichnet haben, machtlos. „Soll ich ihr an die Gurgel gehen?“ fragte die deutsche Kugelstoßerin Stephanie Storp resigniert, als die Chinesin Huang Zhi-shong bei der Weltmeisterschaft in Tokio über einen halben Meter weiter stieß als ihre Konkurrentinnen.

Als Dopingsünder wurden bisher nur die Kugelstoßerin Sui Xinmei und die 800-Meter-Läuferin Sun Suimei erwischt. Seit Dezember 1989 arbeitet in Peking ein neues Dopinglabor, und chinesische Trainer lassen schon mal durchblicken, daß „jetzt keiner mehr auffällt“. Schon vor der Wende in Deutschland waren die Chinesen detailliert über die Arbeitsweise einer geheimen Unterdruckkammer in der Sportschule Kienbaum informiert, in der DDR-Athleten Höhentraining simulierten. Jetzt schützt sie ihr Wissen über das perfekte System von Ausreisekontrollen, das in der DDR erfunden wurde, vor der Enttarnung der manipulierten Sportler.

In China wie in anderen sozialistischen Ländern gilt Doping auch weiterhin als Kavaliersdelikt. „Ich weiß gar nicht, warum ihr in Deutschland so viel Wirbel darum macht“, wunderte sich bei der Gewichtheber-Weltmeisterschaft in Donaueschingen der sowjetische Ex-Weltrekordler und Cheftrainer Wassilij Alexejew. Doping sei doch „nur ein kleines Problem“.

Das Idol des UdSSR-Sports sprach im Namen vieler: Bei einer Befragung von 240 sowjetischen Spitzensportlern hielten 44 Prozent Doping für „notwendig oder sogar unvermeidbar“.

Geil aufs Gewinnen

Bayern Münchens Bruno Labbadia hat mit seiner konsequenten Selbstvermarktung Erfolg: Er ist auf dem Weg, ein neuer Volksheld der Bundesliga zu werden.

Wenn Bruno Labbadia im Strafraum angespielt wird, schirmt er den Ball mit herausgestelltem Steiß ab, dreht sich blitzschnell und schießt sofort aufs Tor.

Trifft der Mittelstürmer des FC Bayern München ins Netz, springt er seine Kollegen an, küßt sie wild, winkt zum Trainer, stürmt zur Fankurve, brüllt und fordert mit geballten Fäusten den Jubel auf den Rängen heraus.

Und nach dem Spiel, wenn er auch noch seine Stutzen an Souvenirjäger verschenkt hat, stapft er barfuß vor die Fernsehkameras, blickt treuherzig von unten wie ein Cockerspaniel und fragt frech: „War ganz gut, oder?“

Mit Bruno Labbadia, so scheint es, ist der volksnahe Fußball der sechziger Jahre zurückgekehrt. Der langmähige Stürmer, der in seiner zielstrebigen wie unberechenbaren Spielweise an Gerd



Mittelstürmer Labbadia

„Deutscher Kampfeswille, italienisches Denken“

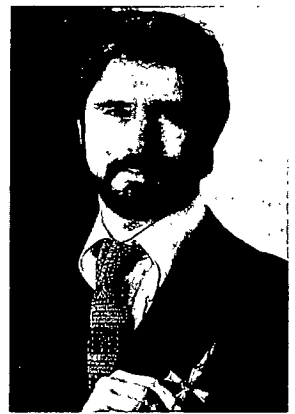
MARKUS LÜPERTZ

ICH MAS
krimis

Die „Edition Zsolnay“ präsentiert herausragende literarische Werke unseres Jahrhunderts in ausgesucht künstlerischer Umschlaggestaltung. Den Anfang machen zehn der besten Krimi- und Thriller-Autoren von le Carré bis Ludlum. Die Cover entwarf Markus Lüpertz, eine der wichtigsten Persönlichkeiten der internationalen Kunstszene.

David Osborn • Jagdzeit
Peter Zeindler • Der Schattenagent
Graham Greene • Der dritte Mann
Irving Wallace • Eva, das 7. Geheimnis
Jeffrey Archer • Kain und Abel
John le Carré • Der Spion, der aus der Kälte kam
Marvin H. Albert • Operation Lila
Joseph Wambaugh • Der Rolls Royce Tote
Craig Thomas • Auge um Auge
Robert Ludlum • Die Borowski Herrschaft

10 Titel im Holzschuber DM 198,-
Limitierte, nummerierte Auflage:
5000 Kassetten ISBN 3-552-04329-2



Labbadia-Vorbilder Walter, Seeler, Müller*: Universell geliebte Volkshelden

Müller erinnert, wird von Fans und Teamkollegen gefeiert wie schon lange keiner mehr beim FC Bayern. „Unseren Bruno“, sagt Kapitän Raimond Aumann, „geben wir nicht mehr her.“

Während es andere Profis in den letzten Jahren allenfalls zur Regionalgröße wie etwa der Pfälzer Stefan Kuntz oder auch nur zum Stadtteilhelden wie der St.-Pauli-Torhüter Volker Ippig brachten, verkörpert „Bruno Volkstribuno“ (*Süddeutsche Zeitung*) einen der wenigen universell geliebten Volkshelden des deutschen Fußballs.

Labbadia tut auch alles, um als der legitime Nachfolger großer Stars zu gelten: Die verwaiste Position des klassischen Mittelstürmers hat er im Stile Müllers wiederbelebt, dabei das bodenständig Sympathische von Uwe Seeler gepflegt und unablässig auch noch seine Bewunderung für Fritz Walter kundgetan.

Selbst die Experten sind sich einig. Trainer Jupp Heynckes imponiert Labbadias „insgesamt positive Einstellung“, und der einstige Bayern-Libero Klaus Augenthaler bewundert, wie clever er aus „wenigen Chancen Tore macht“. Bundestrainer Berti Vogts lobt die „Schlitzohrigkeit“, für ihn ist Labbadia „ein sympathischer Spieler, der was rüberbringt zum Zuschauer“, kurz ein „Kandidat für die Zukunft“.

Mit schlichtem, kämpferischem Spiel und simplen Parolen („Man muß sich immer wieder behaupten“) repräsentiert Labbadia eine neue Einfachheit. Er liebt seine Familie und den Fußball, er ist „geil aufs Gewinnen“, gibt als Hobby Fernsehen an und fährt am liebsten Cabrio.

In einer Branche, in der sich vieles um Prämienpoker und Ablösezockereien dreht, scheint Labbadia nicht die Angestelltenmentalität des Profitfußballers entwickelt zu haben, sondern befriedigt eine tiefempfundene Sehnsucht der Fans nach ehrlicher Arbeit.

Labbadia rackert und kämpft („Ich gebe nie auf“), plaudert charmant wie ein Vorstadtkonferencier und klimpert zur Freude seiner jugendlichen Verehrerin-

nen mit den Lidern kokett wie ein Popstar. Geduldig schreibt er 2000 Autogramme die Woche und genießt im Gegensatz zu seinen scheuen Mitspielern die hautnahen Liebkosungen der Fans – „das brauche ich einfach“.

Im Team des FC Bayern heißt Labbadia längst „Mister Hollywood“ – weil ihn Fernsehkameras keineswegs ängstigen. Vielmehr zelebriert er seine Auftritte, „da habe ich keine Hemmungen“.

Das perfekte Auftreten, bei dem es immer irgendwie menschelt, hat Labbadia sich minutiös erarbeitet. Sensibel wie ein Seismograph hat der Medien-Autodidakt ein feines Gespür dafür entwickelt, „was so ankommt“. Herz, Schmerz, Bescheidenheit, Euphorie, Bodenständigkeit – Bruno Labbadia bietet bei seiner Selbstvermarktung einen Bauchladen gezielter Gefühlsäuerungen feil.

Mit sicherem Instinkt für Details und reichlich Pathos erzählt der Emotionsbomber, daß ihn erst neulich wieder „eine Gänsehaut“ überfiel, als er ganz allein auf dem Trainingsplatz des FC Bayern stand und dachte: „Mensch, Bruno, daß du das geschafft hast.“ Oder er berichtet ergriffen, wie ihm, als er verletzt war, zwei Frauen zur Aufheiterung eine Clownspuppe schenkten. Und sollte es ihm wirklich mal schlechtgehen, will er sich der hessischen Lebensweisheit erinnern, daß „alles Schlechte immer noch für was gut ist“.

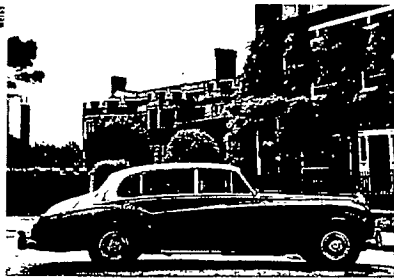
Vor Fernsehinterviews denkt sich Labbadia im Stile eines amerikanischen Showmasters regelmäßig einen Einstiegsgag aus. ZDF-Moderator Bernd Heller legte er einst nahe, „bloß keine oberflächlichen Fragen zu stellen“. Schließlich, das weiß er genau, „muß man sich immer profilieren“.

Und er hat auch erkannt, daß für einen Fußballer die Zeit knapp ist, das große Geld zu machen, „deswegen nutze ich das jetzt aus – gnadenlos“.

Schon Labbadias Biographie ist wie gemacht für eine Karriere als volkstüm-

* Mit Bundesverdienstkreuz.

Das Format dieser Anzeige sagt etwas über das Format unserer Kunden.



1. Die Möglichkeiten des Magazins, welches Sie in den Händen halten, sind mit der Anzeige, die Sie gerade lesen, bei weitem nicht erschöpft.

2. So nutzen Automobile, die nach dem Gesetz der großen Serie gebaut und verkauft werden in der Regel die imposante Doppelseite und die üppige Pracht des vierfarbigen Drucks.

3. Das werbetechnisch Machbare läßt jedoch noch mehr zu, und eines nicht allzufernen Tages werden wir den Achselsschweiß eines Querlenkers als Geruchsprobe schnuppern dürfen.

4. Auf jedwede raffinierte Überzeugungsarbeit können wir verzichten: wir brauchen keine Verführung, sind doch unsere Automobile selbst Inbegriff der Verführung.

5. Die gute Stimmung unserer Kunden erübrigt auch jenen Teil Werbung, die man Kaufbestätigung (Trost spenden) nennt.

6. So bleibt es bei diesen fast unscheinbar kleinen Anzeigen, drücken sie doch das aus, was auch das Format unserer Kunden bestimmt: Understatement.



Authorized Sales & Service
ASTON MARTIN · BENTLEY · LAGONDA · ROLLS-ROYCE

Friedr.-Ebert-Damm 110 · 2000 Hamburg 70
Telefon 040-69 69 500 · Fax 040-69 69 50 50

SPORT

liches Idol. Mitte der fünfziger Jahre kamen seine Eltern mit der ersten Gastarbeiterwelle von Italien ins hessische Schneppenhausen, nahe Darmstadt. Der Vater arbeitete im Tiefbau, die Mutter in einer Gardinenstangenfabrik. Bruno wuchs in einfachsten Verhältnissen als jüngstes von neun Kindern auf, das Wirtschaftswunder zog schlicht an ihm vorbei.

Mit leichtem Sentiment erinnert sich der Fußballprofi, der inzwischen rund 400 000 Mark im Jahr versteuert, wie er als Kind mithalf, den Bolzplatz zu planen. Hinter dem kleinen Bauernhof, auf dem die Familie lebte, habe er die Tore gezimmert – „und dann immer Gerd Müller und Klaus Fischer nachgemacht“.

Früh bewies der Italo-Hesse auch sein Anpassungstalent. Gekränkt, weil er in

Versicherungskaufmann ausbilden, anstatt nur auf die Fußballerkarriere zu hoffen. Die ließ sich auch keineswegs so glänzend an. Noch vor vier Jahren wurde Bruno Labbadia beim Hamburger SV als „Winterschlußverkauf“ geschmäht.

Doch stets gelang es dem Stürmer, im Umgang mit der öffentlichen Sympathie ähnlich gewandt wie am Ball, die Zuschauer auf seine Seite zu ziehen. Selbst bei seinem Wechsel vom Meister Kaiserslautern zum FC Bayern stand Labbadia nicht etwa als Verräter an der Pfalz da. Die Fans sahen in ihm vielmehr einen wehrlos Abgeschobenen, der, zutiefst getroffen, nicht einmal die Meisterfeier mitmachen wollte.

Auch bei seinem neuen Arbeitgeber zeigt sich Labbadia als Meister der kontrollierten Offensive. Mit devot



Medienstar Labbadia: „Stellen Sie bloß keine oberflächlichen Fragen“

der Schule als „Spaghettifresser“ titulierte, weigerte er sich, Italienisch, seine Muttersprache, zu lernen. Mit 18 nahm er die deutsche Staatsbürgerschaft an, als ein Einsatz in der Jugendländmannschaft U 21 winkte.

Zwischen der Nestwärme der italienischen Großfamilie und dem knochenharten Profigeschäft hat Labbadia einen eigenartigen Mischcharakter aus gehobener deutscher Biederkeit und kontrollierter südländischer Emotion entwickelt. „Guten deutschen Kampfeswillen“ und das „lockere italienische Denken“ betrachtet der Fußballer als mentale Basis seines Fortkommens. So trainierte er in Sonderschichten verblissenen Fallrückzieher, doch nach einem verlorenen Trainingsspiel begann er plötzlich „wie bescheuert loszuheulen“.

Bei seinem ersten Profiklub, Darmstadt 98, ließ er sich vorsichtshalber zum

niedergeschlagenem Blick verrät er seine „wahnsinnige Angst“ vorm Versagen, die ihn zu Beginn dieser Saison umtrieb, und er erzählt, wie er sich im Training vorsorglich gequält hat. Ohne die „tollen Fans“ jedenfalls hätte er es sicher nicht so schnell geschafft bei diesem „europäischen Spitzenverein.“

Labbadia hat sich konsequenterweise auch überlegt, welches Image ihm besonders steht. „Nicht Engel oder Samariter wie Jürgen Klinsmann oder Stefan Kuntz“, aber auch nicht so polterig wie Stefan Effenberg, sondern irgendwo dazwischen. Innerlich glatt, aber wenigstens unrasiert. Seit kurzem ist ihm sogar eine Werbeagentur bei der Persönlichkeitsfindung behilflich. Denn Labbadia würde gern auch noch als Modell arbeiten, „für Mode oder so.“