

Rocky selbst in engster Umgebung hinreichend mißverstanden vorkommen. Wilkes gutgemeinte Übertreibungen, sein Musterschüler sei „ein absolut irrer Typ und aufs Boxen süchtig“, sind so eine glatte Falschinformation.

Ungläubig staunend sitzt der Champ auch dabei, wenn ihn sein „väterlicher Freund“ Volker Oster bramarbasierend porträtiert. Der 46jährige Gastronom, ein abgebrochener Volkswirtschaftler, der sich unentwegt mit Trümmerzitate alter Lateiner oder Schopenhauers schmückt, strickt am „Genius“ des eher schlichten Boxweltmeisters: Unbestritten, daß der „partiell eine Macke“ habe, sagt der Gastwirt – aber einsichtig doch auch, daß es „keine Größe ohne Beimischung von Wahnsinn“ gebe.

Da hebt der Gepriesene denn doch irritiert die Brauen. „Wat soll 'n det?“ fragt er gefährlich knurrend und wird einen Augenblick lang tatsächlich gesprächig. „Das Boxen“, nuschelt der Weltmeister in der ihm eigenen Tonlosigkeit, sei ihm „im Grunde scheißegal“.

Der Athlet entzaubert sich. Anders als sein betuchter Clan, der nun über die Knete hinaus nach Reputation und Festivitäten giert, steckt sich Rocky bescheidenere Ziele. Er will „'ne eigene Pizzeria“; möchte, daß sein Vater nicht mehr malochen muß. Denn: „Was braucht der Mensch außer Glotze gucken, 'n bißchen bumsen, 'n bißchen Anerkennung?“ Was hat der noch nötig, wenn er sich doch schon den Wunsch erfüllen konnte, einen Brill im Ohr zu tragen.

In 148 Amateurlämpfen und 26 Fights als Profi ist der wendige Techniker bislang bloß ein einziges Mal für Sekunden auf den Brettern gewesen. „Det war nur bis vier, aber ick war unten“ – und das bestimmte von Stund an seine Lebensphilosophie.

Boxen sieht er seither als brutales Geschäft, dem man sich durch schnelles Zuschlagen zu entziehen hat. „Mann am Boden – jutet Jefe“, sagt der Weltmeister mit einem Gesicht, in dem der Schmerz gleichsam vorempfunden wird. Denn im Kern hat diese von ihren Claqueuren heroisierte „Kampfmaschine“ Angst, sich schwere Verletzungen einzuhandeln. Als stets gefährdet gilt Rocchigiani so vor allem im Genitalbereich.

Trainer Wilke findet es prima, daß sich der Rocky seine Gedanken macht. Er weiß: „Das schärft“, und das werde dem Malinga

fürchterlich Prügel eintragen. Man müsse doch nur mal ganz genau hingucken, empfiehlt der Coach, der Champ laufe doch jetzt schon „wie 'ne Zeitbombe rum“.

Das tut er auch, wenngleich aus anderem Grund. Graciano Rocchigiani, der gerne viel ißt, muß noch Gewicht „abkochen“. Der Killer träumt von süßem Kuchen und Nudelbergen.

BASKETBALL

Jeans gegen Fernrohr

Mittelständische Unternehmer kaufen Bundesliga-Klubs und setzen sie weltweit zur Werbung ein.

Ein früher Versuch ging ins Auge: Der amerikanische Basketballer Curtis Wright, mit reichlich Vorschußlorbeeren beim Bundesliga-Klub USC Bayreuth eingetroffen, konnte die Hallenuhr nicht einmal aus drei Metern Entfernung entziffern. Starke Kurzsichtigkeit, so stellte sich heraus, behinderte den vermeintlichen Star.

* Beim Bundesligaspiel in Berlin, im schwarzen Trikot (2. v. l.) Bayreuth-Spieler Calvin Oldham, daneben der Charlottenburger US-Star Lew Hill.

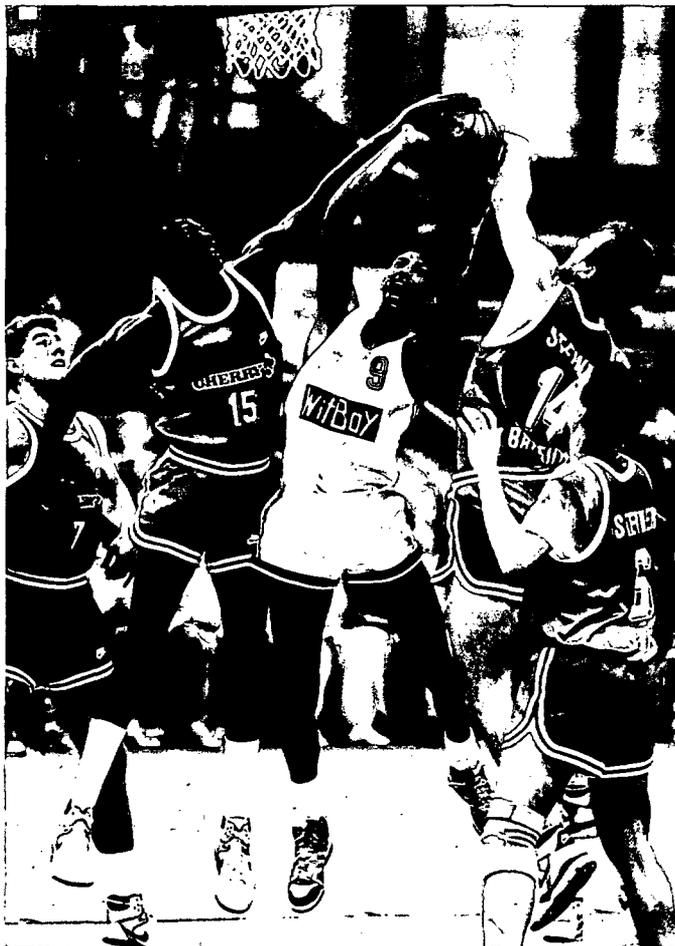
Die weiteren Versuche gelangen den Bayreuthern besser. Inzwischen werfen vier Amerikaner und ein Pole, drei von ihnen mit deutscher Staatsbürgerschaft, Körbe für den oberfränkischen Verein. In der Bundesliga führt Bayreuth gemeinsam mit dem DTV Charlottenburg Berlin, im Europapokal der Pokalsieger machte sich das Team des US-Trainers Lester Habegger bis zur Niederlage gegen Zagreb vergangenen Dienstag sogar Hoffnungen aufs Halbfinale.

Ursache für den Qualitätssprung des Provinzklubs ist der Einstieg eines reichen Geldgebers. Bayreuth spielt für die örtliche Firma Steiner, einen Hersteller von feinmechanisch-optischen Geräten.

Seit 1984 finanziert das Werk, dessen rund 200 Beschäftigte keinen Betriebsrat haben, die Mannschaft. Geschäftsführer Carl Steiner (Motto: „90 Prozent aller Kritik ist überflüssig“) ist seit Mai 1988 auch Klubpräsident. Auf 1,5 Millionen Mark im Jahr wird sein Engagement geschätzt.

Steiner Bayreuth, wie der Verein inzwischen heißt, ist kein Einzelfall. Die Inbesitznahme eines Sportklubs durch eine Firma ist im Basketball besonders flächendeckend fortgeschritten.

Seit 1987 legt sich der Jeansgrossist WitBoy für den Basketballsport in Berlin ins Zeug, in Leverkusen unterstützen die Bayer-Werke, in Köln – noch – das



Schlaks



Steiner

Konkurrenten Bayreuth und Charlottenburg*, Sponsoren: Für Peilgeräte in die Tropen

Ihre berufliche Alternative: Heilpraktiker



Akupunkturbehandlung

Die Naturheilkunde nutzt die körpereigenen Abwehrkräfte, statt Symptome zu kurieren.

Träger dieses Konzeptes: Deutschlands Heilpraktiker.

Als Heilpraktiker(in) verwirklichen Sie Ihre persönliche Neigung zum verantwortungsvollen Umgang mit Ihren Mitmenschen und deren seelischen und gesundheitlichen Problemen.

Wir vermitteln fundiert und seriös alle Kenntnisse, die Sie hierzu benötigen. Wenn Sie ernsthaftes Interesse haben, lassen Sie sich persönlich beraten von Deutschlands größtem Spezialinstitut für Heilpraktiker-Ausbildung. In 33 Städten Deutschlands und der Schweiz.

Deutsche PARACELSUS Schulen für Naturheilverfahren GmbH
Verbandschule FVDH
Sonnenstraße 19/20, 8000 München 2
Telefon: 089/55 89 61

Mach mit,
FKK
macht
Spaß!



FKK-Urlaub



'89

an den schönsten Stränden
Europas und in Übersee.

*...sportlich aktiv
oder ruhig und erholsam,
...hier werden alle
Urlaubswünsche
preiswerte Wirklichkeit!*

Sommerkatalog '89 anfordern
unter Kennziffer S 3

oder einfach anrufen:

☎ 069 32 - 89 84 o. 89 01

OBONA
REISEN

6350 Bad Nauheim, Postfach 1449

HiFi-Unternehmen Saturn maßgeblich ihre Vereine. „Ich wollte einen Klub besitzen“, so Geschäftsführer Rubin Schlaks von WitBoy, „und im Basketball geht das noch.“

Garantiegehälter von 5000 Mark netto im Monat, Auto und Wohnung frei sowie ein Arbeitsplatz, im Fall des Bayreuther Spielers Michael Koch sogar für die Freundin, sind für Spitzenspieler in der Bundesliga keine Seltenheit. Vor allem die meist amerikanischen Gaststars, daheim nur zweite Wahl, kommen teuer. Calvin Oldham, eine von zwei farbigen Bayreuther Zugnummern, ist, wie Steiner-Berater Manfred Hauser sagt, „natürlich nicht nur wegen der guten Luft bei uns“.

Nicht alle Vereine machen bei der Preistreiberei mit: Seit der Deutsche Basketball Bund (DBB) diese Saison den Einsatz von zwei Ausländern pro Fünfterteam genehmigte, ist die Bundesliga eine Zwei-Klassen-Gesellschaft. „Schwachsinn“ nannte Bundestrainer Svetislav Pesic die Entscheidung; vier Aufstiegsandidaten – Schalke, Paderborn, Hildesheim und der Hamburger Vorortverein Wedel – verzichteten prompt auf das kostenträchtige Abenteurer Erstliga.

Doch mittelständische Unternehmer wie Schlaks und Steiner haben eine völlig andere Kalkulation: Die Ballspiele dienen dem Geschäft. Bayreuths Steiner will mit seinem Team an die Spitze kommen, als „Mittel zum Zweck“.

Die US-Basketballer sind reine Marketing-Figuren. 80 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet Steiners Firma mit Auslandsaufträgen, die Hälfte davon kaufen Militärs. Vor zwei Jahren bestellte die U. S. Army für zehn Millionen Dollar tragbare Beobachtungsgeräte bei Steiner.

Um die Geschäfte in Gang zu halten, muß die Basketball-Mannschaft öfter auf Reisen. Im November vergangenen Jahres flog das Team mitten in der Saison zur Werbetour in die Vereinigten Staaten und absolvierte neun Begegnungen, unter anderem gegen Auswahlteams amerikanischer Militärakademien.

Zwei Bundesligaspiele mußten wegen der Steinerschen Exportinteressen verschoben werden, die Nationalspieler fehlten bei einem Lehrgang und brachen den USA-Trip lediglich für ein Länderspiel gegen Bulgarien vorzeitig ab. Das ging verloren, „die Bayreuther waren nicht die frischesten“, wie sich Generalsekretär Manfred Pelzer vom DBB erinnert.

Für nächsten Sommer ist zum dritten Mal eine Südostasien-Tournee geplant, denn in Singapur besitzt Steiner ein Zweigwerk. Attraktive Märkte, 15 000 Zuschauer pro Spiel und, vor allem, stundenlange TV-Übertragungen locken den Verein in die Tropen.

„Was interessiert einen Arbeiter in Taiwan die deutsche Steiner-Mann-

schaft?“ spottet Jeans-Händler Schlaks über solche Exkursionen. Doch auch seine Charlottenburger Basketballer sind keine Nesthocker. Um den Hosenerverkauf in Italien, wo die Firma bereits einen Zweitligisten sponsort, zu stimulieren, ist ein Betriebsausflug für kommenden Juni/Juli beim DBB angemeldet – zu einer Zeit, die der Verband für einen Nationalmannschaftslehrgang vorgesehen hat.

An attraktiven US-Stars mangelt es nicht. Bayreuths Coach Habegger weiß von „vier- bis fünftausend Spielern in den USA, die auf Auslandsofferten hoffen“. Notfalls hilft in Bayreuth auch der Spielervermittler Gene Looram, der im Hauptberuf als Psychologe bei den in Deutschland stationierten US-Streitkräften tätig ist.

Wie reibungslos das Beschaffungssystem auch in verzwickten Fällen funktioniert, bewies Bayreuths wertvollster Einkauf. Als Habegger bei Freunden in Chicago telefonisch nach „einem Playmaker“ fragte, verwies man ihn ins schwedische Södertälje, die Björn-Borg-Stadt. Dort führte im Basketball der nur 1,70 große dunkelhäutige Alvin („Bo“) Duker Regie. Habegger wagte die Verpflichtung: „Flo-Bo“ erwies sich in der neu erbauten Bayreuther Oberfrankenhalle (4000 Zuschauer Kapazität) sofort als Publikumslieblich.

Die Konkurrenz zwischen Spitzenmannschaften wie Bayreuth und Charlottenburg hat längst gängige sportliche Grenzen gesprengt: Wird in der Bundesliga ein Spieler geworben, herrschen die Freistilregeln der Marktwirtschaft.

„Bei uns in Berlin“, behauptet etwa der Jeans-Verkäufer Schlaks, „ruft täglich die gesamte Spielerspitze an.“ Sogar der allseits umworbene Bayreuther Star Michael Koch „will aus Bayreuth weg“.

In Charlottenburg würde der Wehrdienstverweigerer Koch nicht mehr für militärische Peilgeräte werben müssen, sondern allenfalls als Model für Jeans geradestehen. Einstweilen tröstet Koch sich, „daß es ein Unterschied ist, ob Waffen schießen oder es nur Fernrohre sind“.

In der zweiten Liga werden derart feinsinnige Differenzierungen nicht mehr getroffen. Ungeniert wirbt die Damenmannschaft des Godesberger TV auf der Trikotbrust für den staatlichen schwedischen Waffenfabrikanten FFV, die Förenade Fabriksverken, einen Konzern mit 10 000 Beschäftigten und zwei Milliarden Mark Jahresumsatz.

Ein Viertel der FFV-Produktion sind Rüstungsgüter, unter anderem sollen sie in Saudi-Arabien, Israel, Südafrika und Libyen aufgetaucht sein, die Panzerfaust „Carl Gustaf“ kam über australische Kanäle in Vietnam zum Einsatz.

Nun soll es, eine angeblich fünfstellige Summe hilft, mit dem Tabellenschlußlicht Godesberg wieder aufwärtsgehen, getreu dem Werbeslogan des Sponsors: „Immer an der Front.“ ♦