



Golferin Wie

BRANDON MALONE / ACTION IMAGES / PHOTONONLINE

GOLF

Zuflucht in Stanford

Vor gut einem Jahr noch war Michelle Wie das Wunderkind des Golfsports: 16 Jahre alt, Platz zwei der Frauen-Weltrangliste. Seit drei Wochen ist sie Erstsemesterin an der Elite-Universität Stanford in Kalifornien, die sich, so sagt es ihr Pressesprecher Jesse Derris, freut über ihr „Leben im Studentenwohnheim“. Die Tochter koreanischer Eltern, geboren in Honolulu, verdiente allein rund zehn Millionen Dollar pro Jahr durch Werbeeinnahmen und spielte sogar bei Männerturnieren, weil die Damenkonkurrenz ihr zu schwach erschien. Anfang Februar aber brach sich Michelle Wie beim Jogging das Handgelenk und musste vier Monate pausieren. Im Juni machte sie ihren Abschluss an der Punahoa School in Honolulu, ihr Comeback in der Profiszene misslang. Wie musste enttäuscht feststellen: „Etwas stimmt mit meinem Körper nicht.“ Es folgten Niederlagen und offene Schuldzuweisungen, Wies Eltern wurde zu großer Ehrgeiz vorgeworfen. Ihr Trainer David Leadbetter begründete den ausbleibenden Erfolg damit, dass Wie zu viel zu schnell wollte. Die Psyche sei dabei auf der Strecke geblieben. Nun zieht sie sich erst mal nach Stanford zurück. Vier Jahre dauert ihr Studium, die ersten Seminare in Geisteswissenschaften und Japanisch hat sie schon besucht. Turniere wird die inzwischen 18-Jährige nur noch nebenbei bestreiten, wie in der vergangenen Woche in Palm Desert in Kalifornien.

DOPING

Brisanter Gipfel

Auf einem zweitägigen Anti-Doping-Gipfel, der am kommenden Montag in Paris eröffnet wird, soll der Radsport unter der Regie von Frankreichs Sportministerin Roselyne Bachelot einen Weg aus der Krise finden. Doch die Hoffnungen auf eine Lösung sind gering. „Sehr kontroverse Diskussionen und Machtspiele“ erwartet Rolf Aldag, Sportdirektor des T-Mobile-Teams. Ex-

perten rechnen damit, dass die Welt-Anti-Doping-Agentur (Wada) vorschlagen wird, eine unabhängige Institution zu gründen, die nicht nur Doping-Tests vornimmt, sondern auch Sanktionen verhängt. Bislang organisieren der Rad-sport-Weltverband UCI und die nationalen Verbände das Kontrollsysteem und entscheiden auch über Sperren, sie müssten ihre Zuständigkeit abgeben. Schon im Sommer hat der Tour-de-France-Veranstalter ASO dem Weltrad-sportverband gedroht, eine eigene Rennserie aufzuziehen.

SPONSORING

„Testballon in Hessen“



Holger Wittenberg, 64, Marketingmanager in der Deutschland-Niederlassung des südkoreanischen Autobauers Kia, über das Sponsoring des Konzerns im Amateurfußball

SPIEGEL: Herr Wittenberg, Kia stellt rund 2100 hessischen Kreisliga-Teams Trikots mit dem Schriftzug des Unternehmens zur Verfügung. Was soll dieses Sponsoring nach dem Gießkannenprinzip bringen?

Wittenberg: Wir wollen an die Basis ran. Vor ein paar Jahren waren wir auch schon mal auf den Trikots beim Bundesligisten Hansa Rostock. Solch ein Deal bringt Aufmerksamkeit und Markenbekanntheit. Mit den hessischen Kreisligen stellen wir den direkten Kontakt zu den Kunden her. Dort, wo gekickt wird, sitzen auch unsere Händler.

SPIEGEL: Nicht alle Clubs sind bereit, in Ihren Trikots zu spielen. Die Kicker von Dynamo Windrad Kassel fühlen sich vom Verband „verraten und verkauft“, andere Vereine wollen ihre alten Gönner nicht verprellen. Drohen den Widerspenstigen Strafen?

Wittenberg: Alle Vereine sind durch den hessischen Fußballverband verpflichtet, den Namen „Kia-Kreisliga“ auf den Trikots zu tragen – unabhängig davon, welcher Vertragspartner auf den Trikots steht. Wer also weiter mit seinem Versicherungsfachmann auf der Brust auflaufen will, muss dafür sorgen, dass unser Logo auf dem Ärmel erkennbar ist.

SPIEGEL: Und was passiert, wenn der langjährige Mäzen des Clubs der örtliche Mercedes-Händler ist?

Wittenberg: Das ist bei nur ganz wenigen der über 2000 Mannschaften der Fall. Auch diese Teams haben Trikots mit unserem Schriftzug erhalten, müssen sie aber nicht tragen. Sie können die Hemden im Verein weitergeben.

SPIEGEL: Wird demnächst in ganz Deutschland in Kia-Kreisligen gebolzt?

Wittenberg: Für uns ist das in Hessen ein Testballon. Ist diese Art des Sponsoring erfolgreich, können wir darüber nachdenken, ob das erweiterbar ist.



Kreisliga-Spieler