

FUSSBALL

„Sie nannten mich Tussi“

Fatmire „Lira“ Bajramaj, 22, deutsche Nationalspielerin, über ihre Vermarktung vor der Weltmeisterschaft in Deutschland

SPIEGEL: Fünf Monate vor Beginn der WM sind Sie die gefragteste Werbefigur des deutschen Teams. Kommen Sie überhaupt noch zum Trainieren?

Bajramaj: Ich habe täglich bis zu drei Termine, die nichts mit Fußballspielen zu tun haben: Fotoshootings, Interviews und Werbeevents. Kürzlich war ich mit einer Hilfsorganisation in Tansania, dann zu Filmaufnahmen in Südafrika. Alle wollen gerade etwas von der Lira.

SPIEGEL: Wie erklären Sie sich das?

Bajramaj: Das liegt wohl an meiner Persönlichkeit und meinem Lebensweg. Ich bin eben anders: offen, ein bisschen ausgeflippt, dazu Migrantin und die erste Muslimin im Nationalteam. Da werden die Menschen hellhörig und denken: Krass, die spielt Fußball?

SPIEGEL: Sie legen nach eigener Aussage großen Wert auf Ihr Äußeres. Muss eine Fußballerin, die sich erfolgreich vermarktet, schön sein?

Bajramaj: Als ich ins Nationalteam kam, nannten mich manche Tussi, weil ich vor dem Training Lippenstift benutze. Mir ist das wichtig. Sponsoren schauen nicht nur auf das Talent.

SPIEGEL: Ihre sportlich erfolgreichste Mitspielerin Birgit Prinz, dreimal Weltfußballerin, meidet die Öffentlichkeit, wann immer sie kann. Wäre Ihnen das zu langweilig?

Bajramaj: Präsenz zu zeigen gehört im modernen Sport dazu. Für den Frauenfußball zu werben macht mir Spaß – und die Zeit war nie besser als vor der WM im eigenen Land. Deswegen bringe ich mit meinem Ausrüster bald eine eigene Marke heraus. Sie steht für Sport und Integration und soll junge Mädchen zum Fußball bringen.

SPIEGEL: Leidet Ihre sportliche Leistung unter diesem Engagement?



Bajramaj

OLAF HEINE / AGENTUR FOCUS

Bajramaj: Nein. Das Fußballspielen steht für mich immer an erster Stelle. Wenn im April die Vorbereitung auf die Weltmeisterschaft losgeht, gibt es für mich auch keine Termine mehr neben dem Platz.

FORMEL 1

Zahlende Piloten

Die Rennställe der Formel 1 tun sich schwer, Sponsoren zu finden. Etwa die Hälfte der zwölf Teams



Maldonado

ARIANA GUBILLOS / AP

kämpft finanziell ums Überleben. Deshalb werden in dieser Saison mehr Rennfahrer als sonst starten, die für ihren Arbeitsplatz zahlen, indem sie üppige Sponsorengelder mitbringen. Leidtragender dieses Trends ist vor allem ein Deutscher: Nico Hülkenberg, 23, muss trotz vielversprechender Leistungen nach nur einer Saison sein Cockpit bei Williams räumen. „Das Geld wird immer wichtiger“, sagt Hülkenberg. Ihn ersetzt der Venezolaner Pastor Maldonado, 25, der schätzungsweise 30 Millionen Dollar vom staatlichen Ölkonzern PDVSA mitbringt. Williams ist zwar einer der erfolgreichsten Formel-1-Rennställe überhaupt, verlor jedoch Ende 2010 fast alle Hauptsponsoren – ohne Maldona-

dos Mitgift hätte die Pleite gedroht. Der Belgier Jérôme d'Ambrosio, 25, hat sich seinen Platz bei Marussia-Virgin mit angeblich sieben Millionen Dollar erkaufte. Das Sauber-Team fand neue Geldgeber in Mittelamerika und lässt dafür das mexikanische Talent Sergio Pérez, 21, fahren. Für Hispania Racing startet nun der mäßig begabte Narain Karthikeyan, 34. Er soll Sponsoren aus seiner Heimat anlocken, wo im Oktober erstmals ein Grand Prix stattfinden wird. Nico Hülkenberg muss sich nach seinem Abschied bei Williams vorerst damit begnügen, als Test- und Ersatzfahrer beim Team Force India zu arbeiten. Er hofft, dort spätestens 2012 sein Comeback als Rennpilot zu geben. Zurück zu Williams wird kaum ein Weg führen. Hülkenberg fühlt sich brüskiert: Das Angebot, nach einem Jahr Pause wieder einzusteigen, hat er abgelehnt.