Beachvolleyball: Ludwig/Lippmann starten Abschied

Hamburg. Von den sechs deutschen Beachvolleyball-Teams bei Frauen (vier) und Männern (zwei), die am Mittwoch in der Qualifikation zum Elite-16-Turnier im Tennisstadion am Hamburger Rothenbaum in den zweimal gesiebten Sand gingen, hatten bei Redaktionsschluss dieser Ausgabe nur noch Anna-Lena Grüne/Chenoa Christ (Grizzlys Giesen/VC Wiesbaden) die Chance, sich ins Hauptfeld der jeweils besten 16 Teams blocken und baggern zu können (Aktualität in E-Paper).

In der Vorrundengruppe D schlagen an diesem Donnerstag Laura Ludwig/Louisa Lippmann (HSV/SCC Berlin) zu ihrer internationalen Abschiedsvorstellung auf. Erste Gegnerinnen sind die Schweizerinnen Anouk Vergé-Dépré/Joana Mäder (12 Uhr), vier Stunden später folgen die Brasilianerinnen Agatha/Rebecca. Die neuen Europameisterinnen Svenja Müller/Cinja Tillmann (ETV/Sponteent Düsseldorf) starten um 17 Uhr gegen Maria Gonzalez /Allanis Navas aus Puerto Rico in ihre drei Gruppenspiele. Die Olympiazweiten Nils Ehlers/Clemens Wickler (ETV) gehen um 15 Uhr ans Netz. *HA*

Kreisligist wirft Oberligist HEBC aus Lotto-Pokal

Hamburg. Kreisligist Hamburg Hurricanes hat in der dritten Runde des Lotto-Pokals mit einem 3:1 (2:0)-Sieg gegen den Oberligisten HEBC für die nächste Überraschung gesorgt. „Erstmals in unserer Vereinsgeschichte stehen wir in der vierten Pokalrunde“, jubelten die Hurricanes auf ihrer Webseite.

Auf dem Grandplatz kam HEBC nicht klar. Schnell führte das Team vom Stadtpark nach Toren von John Raji (5.) und Joshua Rymer (17.) 2:0. Der HEBC traf per Strafstoß durch Johann Buttler (80.). Raji machte mit dem 3:1 (90.+3) den Coup perfekt. „Bevor wir uns an die Bedingungen gewöhnt haben, stand es 0:2. Unser Traum ist gegen einen aufopferungsvoll kämpfenden Gegner geplatzt und fühlt sich jetzt an wie ein Albtraum“, sagte HEBC-Trainer Özden Kocadal. *misch*

Hamburg

Golf: Die Hamburgerin Esther Henseleit (25) startet am Donnerstag um 9.39 Uhr MESZ bei den Women's British Open, dem letzten Majorturnier des Jahres, im schottischen St. Andrews. Das Preisgeld beträgt neun Millionen Dollar. In der Weltrangliste ist die Olympiazweite auf Rang 29 vorgerückt, besser war sie noch nie.

Schach: Der Niederländer Nico Zwirs (29) vom Bundesligaclub Hamburger SK gewann mit 7,5 Punkten aus neun Partien die 51. Dortmunder Schachtage vor seinem Vereinskollegen Großmeister Frederik Svane (20/7,0).

Ergebnisse

Fußball: Regionalliga Nord: Kickers Emden – Werder Bremen II 5:1, VfB Lübeck – Weiche Flensburg 1:2, SSV Jeddeloh – SV Drochtersen/Assel 1:2.
Hamburg: Lotto-Pokal, 3. Runde: Niendorfer TSV – Eintracht Norderstedt 1:4, HH Hurricanes – HEBC 3:1, Harburger TB – Altona 93 0:9, Schwarzenbek – Dassendorf 0:6, Harburger SC – Klub Kosova 2:1, Eidelstedt – Rugenbergen 0:5, Cosmos Wedel – Hetlingen 1:3, Union 03 – Türkiye 0:5, Condor – V/W Billstedt 1:5, FC Elmshorn – Nikola Tesla 1:4, Heidgraben – Nienstedten 1:5.

Millerntor-Stadion und Totenkopf-Logo zählen zum Markenkern des FC St. Pauli. WITTERS

„Wir sind eine Top-6-Marke“

FC St. Pauli zählt bei der Markenstärke zu den Top-Cubs. Forschungsprojekt mit Uni Bayreuth

Maximilian Bronner

Hamburg. Athens ist eine beschauliche Kleinstadt im Südosten des US-Bundesstaats Ohio. Etwas mehr als 20.000 Einwohner, ein Großteil davon Studenten der Ohio University. Als Sportfan interessiert man sich hier vor allem für American Football, zweieinhalb Autostunden entfernt spielen die Cincinnati Bengals in der NFL, etwas näher wäre noch das Baseball-Team Columbus Blue Jackets, das in der Eliteliga MLB antritt. Fußball? Eine Randsportart. Und der FC St. Pauli? Was soll das sein? Den kennt sicher niemand.

Falsch gedacht. „Als ich 2014 Studierenden an der Ohio University in meiner Sportmanagement-Vorlesung den Totenkopf gezeigt habe, kam schnell die Assoziation mit dem FC St. Pauli auf“, sagt Tim Ströbel. Logisch, so der Professor für Marketing und Sportmanagement an der Universität Bayreuth, „Clubs wie Bayern München und Borussia Dortmund haben eine größere Reichweite und decken mehr Märkte ab. Spannend ist aber, dass auch der FC St. Pauli international kein unbeschriebenes Blatt ist.“

In Deutschland zählen die Kiezkicker seit vielen Jahren zu den größten Sportmarken. „Wir sind eine der Top-6-Marken im deutschen Profifußball“, sagt auch Präsident Oke Göttlich. „Der FC St. Pauli ist ein Aushängeschild.“ Was das bringt? „Zugespitzt generiert eine starke Marke über Ticketing, Vereinsmitgliedschaften und Merchandising auch Einnahmen, wenn es sportlich mal nicht ganz so gut läuft. Das ist ein sehr angenehmer Risikopuffer für den jeweiligen Club“, sagt David Woisetschläger. Zudem habe der Club als starke Marke eine bessere Verhandlungsposition bei Fernsehverträgen und sei attraktiv für Sponsoren.

Der Wissenschaftler der Technischen Universität Braunschweig erforschte bis 2019 in mehreren Studien die Markenlandschaft im deutschen Profifußball. Das Ergebnis: „In den Befragungen, die wir im Laufe der Jahre durchgeführt haben, ist St. Pauli in Bezug auf die Markenstärke durchgängig auf den Europapokalplätzen gelandet“, sagt Woisetschläger. Dies liege an Faktoren wie der politischen Haltung, Authentizität der Verantwortlichen oder auch einer Form des Rebellismus. Der Totenkopf als Ausdruck einer inneren Haltung.

Auch die Deutsche Fußball Liga (DFL) wird St. Paulis Aufstieg in die Bundesliga freuen, ist sich Woisetschläger sicher. „In der Bundesliga sind mittlerweile einige graue Mäuse vertreten. Deshalb denke ich, dass St. Pauli die Attraktivität der Liga steigern wird“, sagt er.

Die Kiezkicker selbst haben ebenfalls längst erkannt, dass die öffentliche Wahrnehmung des Clubs viele Vorteile mit sich bringt. „Wir sind eine Adresse, bei der Leute wirklich Interesse haben, zu uns zu kommen“, sagt Präsident Göttlich. Um die eigene Marke künftig weiter zu stärken, läuft bei St. Pauli seit 2022 ein großangelegtes Forschungsprojekt.

> Wir sind eine Adresse, bei der Leute wirklich Interesse haben, zu uns zu kommen.
>
> **FC-St.-Pauli-Präsident Oke Göttlich**
> über die Anziehungskraft der Marke

Die Initiative ging dabei von Tim Ströbel aus, der im Jahr 2021 Kontakt mit dem Club aufnahm. St. Pauli Marketingchef Martin Drust war sofort begeistert, ohnehin wollte der Club bis zu seinem 125. Geburtstag im Jahr 2035 eine langfristig angelegte Markenstrategie entwickeln. Seit 2022 führt Ströbel mit seinem Doktoranden Lars Brand verschiedene Interview-Studien im Club und dessen Umfeld, Workshops mit Club-Beteiligten sowie Diskussionsrunden mit der Vereinsführung durch.

„Ein Ziel unseres Forschungsprojekts ist, herauszufinden, welche Akteure auf welchen Plattformen Einfluss auf die Marke haben“, sagt Ströbel. Zeitnah soll noch eine größere quantitative Befragung durchgeführt werden, ehe das Projekt zum Abschluss kommt. Erste Ergebnisse konnte Ströbel bereits unter anderem auf internationalen Kongressen präsentieren.

„Der Club tut gut daran, weiter den partizipativen Charakter zu leben und möglichst viele Menschen einzubinden. Die Bundesliga bietet jetzt zudem eine große Chance, Inhalte der Marke auf einer noch größeren Plattform zu kommunizieren“, sagt Ströbel.

Der Fankongress im November 2023, bei dem sich Vereinsgremien, Sponsoren, Mitarbeiter und Fans des Clubs austauschen konnten, entstand ebenfalls aus dem Forschungsprojekt. „Der Club macht es sich nicht leicht, Entscheidungen werden in der Regel nicht von einer Person aus dem Bauch heraus getroffen. Stattdessen diskutiert man viele Dinge in großen Gremien und versucht, möglichst viele Menschen einzubinden. Das ist sehr aufwendig, kostet Zeit und Energie, trägt aber zu einer starken Marke bei“, sagt Ströbel. Sodass sogar Studenten in Ohio den Totenkopf kennen.

Einen exklusiven Video-Podcast mit Oke Göttlich sehen Sie auf dem Abendblatt-YouTube-Kanal.

HFV-Präsident Okun gegen illegale Wetten

Nach der ARD-Doku appelliert Hamburgs Fußball-Boss an Vereine

Hamburg. Der Präsident des Hamburger Fußball-Verbandes (HFV) Christian Okun hat den illegalen Sportwetten auf Amateurfußballspiele den Kampf angesagt. „Uns als Verband geht es um einen fairen Wettbewerb der Mannschaften. In diesem Sinne möchte der Hamburger Fußball-Verband für das Thema sensibilisieren“, sagte Okun. „Weiterhin prüfen wir als Verband, ob wir jeden Amateurspieler eine Vereinbarung unterzeichnen lassen müssen, die neben den bestehenden Regelungen in unseren Ordnungen die Aufklärung zum Thema illegale Sportwetten verstärkt.“

Hintergrund von Okuns Initiative ist zum einen die jüngst veröffentlichte ARD-Dokumentation „Angriff auf den Amateurfußball – Die Gier der Wettindustrie“. Die Dokumentation hatte aufgedeckt, dass das im Glücksspielstaatsvertrag verankerte Verbot, in Deutschland auf Amateurfußballspiele zu wetten, von Anbietern auf internationalen Webseiten, die teils mit deutscher Lizenz arbeiten, umgangen wird.

Okuns zweite Motivation sind die Sponsoren des HFV. Der Wettanbieter Lotto Hamburg (Lotto-Pokal) und das Unternehmen Gamesright (Gamesright Oberliga Hamburg) engagieren sich für legale Sportwetten.

Der Hamburger Amateurfußball erlebte seinen Wettskandal 2014. Unter anderem behauptete der Trainer des damaligen Oberligisten Germania Schnelsen, Florian Gossow, es werde „in der Oberliga Hamburg im großen Stil manipuliert“. Bewiesen werden konnte dies am Ende nicht. Der HFV schrieb aber ein Verbot der Wetten auf eigene Partien für Spieler, weitere Verantwortliche der Teams und Schiedsrichter in seine Spielordnung. Okun dazu: „Wir als HFV werden uns immer für einen sauberen Sport engagieren. Ich bitte alle unsere Vereine darum, das Thema mit ihren Spielern anzusprechen, für einen fairen Wettbewerb ohne Wetten auf Amateurfußballspiele einzutreten und auf die Gefahren von Spielmanipulationen hinzuweisen.“ *misch*

Christian Okun bekämpft illegale Wetten auf Amateurspiele. WITTERS

Sinner ein Sünder? Großer Aufruhr in der Tenniswelt

Der positive Dopingtest des italienischen Weltranglistenersten wirft vor den US Open in New York Fragen und Zweifel auf

New York/Hamburg. Sinner – das heißt auf Englisch: Sünder. Das Wortspiel wird kommen. Ganz sicher. Denn die „La Gazzetta dello Sport“ bringt es auf den Punkt. „Eine Nachricht, die die Erde beben ließ wie ein Vulkanausbruch“, schrieb die italienische Zeitung zum unter Dopingverdacht stehenden Tennisstar Jannik Sinner.

Kurz vor dem Start der US Open sorgen die positiven Dopingtests und der schnelle Freispruch des Weltranglistenersten aus Italien für große Diskussionen auf der Tour. Das Team des Australian-Open-Siegers beteuert die Unschuld des 23-Jährigen. „Er ist unfassbar professionell. Er würde nie etwas absichtlich tun. Er war in einer unglücklichen Situation“, sagte Sinners Trainer Darren Cahill einen Tag nach der Enthüllung in einem Interview mit dem US-Sender ESPN.

Sinner war im März zweimal positiv auf das verbotene anabole Steroid Clostebol getestet worden. Nach Angaben der International Tennis Integrity Agency (ITIA) ist der Südtiroler aber von einem unabhängigen Gericht freigesprochen worden. Er habe darlegen können, dass er durch seinen Physiotherapeuten kontaminiert worden sei.

Sinner hat am Montag das Turnier in Cincinnati gewonnen. IMAGO/

Für Fritz Sörgel hat Sinners Erklärung einer unverschuldeten Kontamination einen deutlichen Beigeschmack. „Das stinkt zum Himmel“, sagte der Doping-Experte bei Sport1: „Diese Methode der Ausrede, dass es über die Haut aufgenommen wird, wird in letzter Zeit verstärkt verwendet.“ Sörgel forderte nun Schritte der Welt-Anti-Doping-Agentur, die die Entscheidung „sorgfältig prüfen“ will. „Clostebol führt automatisch zu einer zwei- bis vierjährigen Sperre“, sagte der Pharmakologe Sörgel.

Gerade in Italien wurden schon mehrere Sperren nach Clostebol-Nachweisen ausgesprochen, wie bei dem norwegischen Skistar Therese Johaug. Sie gab an, die Creme zur Behandlung eines Sonnenbrandes eingesetzt zu haben.

Sinners prominenteste Kollegen hielten sich mit Äußerungen zu dem brisanten Fall bislang zurück. Das dürfte sich am Freitag ändern, wenn bei den US Open in New York der Medientag ansteht. Dann wird sich auch Sinner kritischen Fragen stellen müssen. *HA*