

Trainer Smith tritt zurück – und Lugano schlägt die SCL Tigers 4:2

Barry Smith hat nach der 0:9-Niederlage von Lugano am Freitag gegen Kloten die Konsequenzen gezogen. Der 59-jährige Amerikaner trat als Coach zurück – womit sich eine unschöne Tradition fortsetzt. Kontinuität ist auf Luganos Trainerstuhl ein Fremdwort, seit der letzten Meistersaison 2005/06 wurden elf Trainer verschlissen.

Smith hatte als Assistent bei den Pittsburgh Penguins und den Detroit Red Wings fünf Stanley-Cups gewonnen. Die Mission, die chronisch erfolglose Starttruppe aus Lugano wieder auf Kurs zu führen, liess sich für ihn nicht schlecht an. Nach einem akzeptablen Start mit phasenweise vielversprechendem Spiel und einem Platz über dem Trennstrich folgte im Oktober aber der Einbruch. Neben dem Sieg bei Schlusslicht Rapperswil und der grossen Aufholjagd im Derby gegen Ambrì (5:4 n. P. nach 0:4-Rückstand) resultierten sechs Niederlagen. Das 0:9 in Kloten wurde selbst auf der Homepage des Klubs als «Horror-Festival» bezeichnet. Der Einbruch des Teams, das seit fünf Jahren keine Play-off-Serie mehr überstanden hat, ist unverständlich, zumal vor der Saison noch einmal kräftig aufgerüstet worden war. Mit Jaroslav Bednar, Kimmo Rintanen, Rob Niedermayer und Daniel Steiner kam viel offensive Stärke ins Tessin, zudem schien Benjamin Conz auf der Goalieposition eher stärker als David Aebischer, und Petteri Nummelin glänzte wie seit Jahren nicht mehr.

An der Medienkonferenz vor der Partie gegen Langnau erläuterte Smith seine Motive: «Es war allein mein Entscheid. Ich hatte das Gefühl, das Team stehe nicht mehr hinter mir. Ich habe versucht, die Tendenz in den letzten Tagen zu ändern, aber vor allem in den letzten beiden Spielen habe ich gesehen, dass es nicht klappt. Mein Credo ist nicht mehr durchgedrungen, ich habe das Team nicht mehr erreicht.»

Der Nächste, der sich in Lugano versucht, ist Patrick Fischer – zumindest vorübergehend. Der Ur-Zuger wurde einst als Spieler mit den «Bianconeri» Meister, ehe er in der NHL für die Phoenix Coyotes spielte. Zuletzt wirkte der langjährige Internationale als Assistent von Smith, den er durch seine früheren Auslandstationen sehr gut kennt. Fischer stand schon am Samstag gegen Langnau als Chef an der Bande. Dank einer starken Leistung in den letzten zehn Minuten gewann sein Team 4:2. Philippe Rytz war in der 52. Minute der Ausgleich für die Ementaler gelungen, dann drehte Lugano auf. Steiner erzielte mit seinem zweiten Powerplay-Treffer des Abends den Führungstreffer (58.), Bednar sicherte den Sieg 45 Sekunden vor Schluss mit einem «empty netter». Es war die neunte Niederlage der Tigers in den letzten zwölf Spielen. (si)

Nachschuss



Wie der Vater – und wie Streit?

In Montreal kennt die Begeisterung fürs Eishockey kaum Grenzen. Seitenweise berichtet die Presse täglich über die Canadiens. Mittendrin steht der Zuger Verteidiger Rafael Diaz mit seinem Einjahresvertrag. Der 25-Jährige verdrängte in der Vorbereitung zehn Konkurrenten und eroberte sich, begünstigt durch Verletzungen von Arrivierten, einen (temporären) Platz bei den «Habs».

Der Start in die Saison ist dem Rekordmeister mit fünf Niederlagen in sechs Spielen aber deutlich missglückt. Trotz Niederlagen zu überzeugen vermochte Diaz, dem am Dienstag sein erstes Goal in der NHL gelungen ist. Zeitungen und Blogs beleuchten den Hintergrund des «neuen Schweizer». Etwa, dass er es seinem spanischen Vater gleichtat, als er in die Ferne zog, um sich eine neue Existenz aufzubauen.

Wichtiger für Diaz' Zukunft scheint aber die Parallele zum ehemaligen Canadian Mark Streit. Ihn gab man ab – und trauert ihm heute noch nach. Vermutlich zu Diaz' Vorteil: Den Fehler wollen die «Habs» kaum wiederholen. (tay.)

Rasende Litfasssäulen

Für die alpinen Skirennfahrer beginnt mit dem Weltcup auch der Kampf ums Geld. Wer auf welche Weise mit ihnen werben darf, ist detailliert geregelt. Von Remo Geisser

Verbandssponsoren

Die grösste Werbefläche auf dem Athleten wird vom Verband genutzt. Insgesamt sind das 400 Quadratmeter, die Swiss Ski auf die Sponsoren Swisscom, Raiffeisen, Helvetia und Alpiq sowie den Ausrüster Descente verteilt. Swisscom als Hauptsponsor kann zudem den Rennanzug in seinen Farben gestalten. Der Verband nimmt von Sponsoren, Partnern und Lieferanten 20 Millionen Franken pro Jahr ein, was die Hälfte seines Umsatzes ausmacht. Sponsoren und Partner können dafür Bilder der Athleten in Gruppen ab drei Personen für Werbezwecke verwenden.

Ausrüster

Wer Skifahrer mit Material ausrüsten will, muss dem Ski-Pool beitreten. Dafür bezahlt die Firma eine Jahresgebühr. Einzelne Ausrüstungsgegenstände wie etwa die Renn- und Wärmeanzüge werden an den Verband geliefert. Die Athleten können jedoch individuelle Verträge für Ski, Schuhe, Bindung, Stöcke, Brille usw. abschliessen. In den letzten Jahren wurde der Spielraum dadurch eingeschränkt, dass die grossen Firmen Ski, Schuhe und Bindung im Paket anbieten. Trotzdem generieren die Spitzenfahrer mit dem Material ein jährliches Einkommen von mehreren hunderttausend Franken.



Carlo Janka beim offiziellen Fototermin des Verbands.

Individualsponsoren

Die einzige Werbefläche, über die der Athlet verfügt, sind 50 Quadratmeter auf dem Kopf. Der Verband könnte auch diese beanspruchen oder beispielsweise einen Teil der Fläche auf dem Rennanzug für individuelle Werbung freigeben. Mit dem Kopfsponsor kann ein Spitzenfahrer jährlich einige hunderttausend Franken verdienen, aufgeteilt in Fixum und Erfolgsprämien. Er muss dafür jedoch dem Verband einen fixen Betrag abliefern, der davon abhängt, welchem Kader der Sportler angehört. Im Maximum ist das eine tiefe fünfstellige Summe.

Weitere Partner

Die Sportler haben die Möglichkeit, Verträge mit einer unbeschränkten Anzahl Sponsoren abzuschliessen, die nicht mit einem Logo auf der Skibekleidung in Erscheinung treten. Allerdings sind die Branchen der Verbandssponsoren grundsätzlich tabu: Telekom, Banken, Versicherungen, Energie und Fahrzeuge. Carlo Janka zum Beispiel arbeitet mit Rolex, Hugo Boss, Inventx, dem Grand Resort Ragaz, Swiss Jets und der Tourismusregion Surselva zusammen.

Sportler sehen aus wie Litfasssäulen, sie sind von oben bis unten mit Werbung zugepflastert. Bei den Skifahrern ist in einer Athletenvereinbarung festgelegt, wer was darf. Dieser Kontrakt sorgt immer wieder für heisse Köpfe. So unterschrieb ihn Lara Gut letzte Woche mit dem Zusatz: «Weil ich dazu verpflichtet bin.» Auch der Manager Giuseppe Fry, der Carlo Janka und viele weitere Schweiz Skifahrer vertritt, ist kein Freund der Vereinbarung. «Die Einschränkungen zulasten der Athleten gehen meines Erachtens zu weit.» Ein Skisportler sei ein Selbständigerwerbender, der vom Verband keinen Lohn erhalte. Trotzdem müsse er diesem viele Rechte abtreten. «Ich nehme nicht an, dass diese Vorschriften vor einem Gericht standhalten würden.»

Aus Sicht des Verbandes sind die Regelungen extrem wichtig. Denn mit den Geldern der Sponsoren und Partner wird nicht nur das Training der Stars finanziert, sondern auch die ganze Nachwuchsförderung. Der Ausrüster Descente zum Beispiel liefert Jahr für Jahr über 3000 Kleidungsstücke, die einem Wert von rund zwei Millionen Franken entsprechen. Das lohnt sich nur dann, wenn sich auch die Stars in der Öffentlichkeit in Descente-Textilien präsentieren. Gerade im Bereich der Bekleidung hat es jedoch zuletzt öfter Grenzfälle gegeben: Daniel Albrecht lancierte zum Beispiel mit Albright eine eigene Kollektion von Skibekleidung, und Lara Gut unterschrieb einen Vertrag mit der Firma Lasse Kjus. Bei beiden zeigt sich Swiss Ski insofern kulant, als die Sportler die Kleider der Descente-Konkurrenz tragen dürfen, wenn sie privat auftreten – also nicht als Skifahrer. Hier klare Grenzen zu ziehen, ist heikel. Gut will Kjus mehr Präsenz verschaffen, was Konfliktpotenzial birgt. Einfacher ist der Fall bei Carlo Janka, der für Freizeitbekleidung von Hugo Boss wirbt.

Die Sponsoren und Partner dürfen Bilder von Athleten für ihre Werbung nutzen, allerdings nur in Gruppen ab drei Personen. Sponsoren haben zudem ein Anrecht auf die Präsenz von Athleten für spezielle Anlässe. Dreht aber zum Beispiel Swisscom einen TV-Spot mit Janka, muss der Fahrer separat entschädigt werden. Die Tarife dafür sind festgelegt und weniger hoch, als wenn ein Nicht-Sponsor den Champion buchen würde. Selbstverständlich hätte jeder Sponsor gerne Auftritte der Stars. Doch Stefan Brüttsch, Chef Marketing von Swiss Ski, sagt: «Wir achten darauf, dass die Top-Athleten nur auf Top-Plattformen erscheinen.»

Wichtigste Einnahmequellen für die Sportler sind: Privatsponsor, Ausrüster und Drittsponsoren, wobei in den Verträgen oft ein Fixum und erfolgsabhängige Prämien festgeschrieben sind. Hinzu kommen Preisgelder von den Rennen. Die Allerbesten der Branche kommen so auf einen niedrigen einstelligen Millionenbetrag.

Vonn carvt in die fünfte Dimension

Die US-Amerikanerin gewinnt den Riesenslalom von Sölden. Gisin überrascht als Elfte

Remo Geisser, Sölden

Im ersten Saisonrennen hat Lindsey Vonn gleich eines ihrer prioritären Ziele des Winters erreicht: Sie gewann im Riesenslalom von Sölden und gehört nun zur kleinen Gruppe Athletinnen, die in allen fünf Disziplinen gesiegt haben. Zugleich setzte die Amerikanerin ein deutliches Zeichen. Sie ist bereit, den Kampf um den Gesamtweltcup auf höchstem Niveau zu führen. Die Deutsche Maria Höfl-Riesch, die letzten Winter drei Punkte vor Vonn gewann, wurde in Sölden nach einem verpatzten zweiten Lauf nur als 24. klassiert.

Vonn tat sich nach drei Gesamtsiegen in Serie sehr schwer mit der knappen Niederlage gegen Höfl-Riesch. Sie arbeitete nach eigenen Angaben noch mehr und noch härter, um Schwächen vor allem in den technischen Disziplinen auszumerzen. Neuerdings hat sie



Lindsey Vonn setzt ein deutliches Zeichen.

innerhalb des US-Teams mit Jeff Ferguson eine Art Privattrainer, der in allen Disziplinen ihr erster Ansprechpartner ist. In Sölden trat sie erstmals auch im Riesenslalom mit Männer-Ski an – und war vor allem in den flachen Passagen eine Klasse für sich. Ihr Sieg mit diesem Material im schwierigsten Riesenslalom des Frauen-Weltcups dürfte der Konkurrenz zu denken geben.

Eine, die definitiv keinen Grund zum Grübeln hat, ist Dominique Gisin. Die Engelbergerin begeisterte im Training schon die Trainer mit ihren Fahrten im Riesenslalom, startete in Sölden erstmals auf Weltcup-Niveau in dieser Disziplin und stiess mit der zweitbesten Zeit des zweiten Durchgangs in den elften Rang vor. Jahrelang habe sie auf dieses Ziel hingearbeitet, immer wieder habe sie gehofft – und manchmal den Glauben an ein glückliches Ende verloren, sagte sie. Und dann

ging alles wie von selber. Gisin fuhr einen soliden ersten Lauf und katapultierte sich dann auf einer besseren Piste und mit mehr Selbstvertrauen nach vorne. Nebenbei bescherte sie dem Schweizer Team einen fünften Startplatz, der es Nachwuchsathletinnen möglich macht, vermehrt Erfahrungen im Weltcup zu sammeln.

Gisins Durchbruch ist auch die Frucht einer cleveren Planung. Die Engelbergerin fährt im Riesenslalom schon lange stark, hätte aber noch letzte Saison mit sehr hohen Startnummern antreten müssen. Deshalb baute man neben ihrer Spezialdisziplin Abfahrt auch den Super-G und später die Super-Kombination auf und ermöglichte ihr, das Punktekonto zu öffnen. Ende des letzten Winters übertraf sie die 500-Punkte-Marke, weshalb sie nun in allen Disziplinen unmittelbar nach den ersten 30 starten kann.