

Aus 13 500 Euro werden Millionen

Schon 16 Werbepartner – doch Hambüchen macht bald richtig Kasse

STUTTGART Gestern ging es für Fabian Hambüchen dann raus aufs Land. Ein Sponsorentermin bei seinem Ausrüster in Pfullingen in der Schwäbischen Alb, heute dann ein Show-Wettkampf in Albstadt-Ebingen mit japanischen Turnern. Eine Tingeltour durch die schwäbische Provinz. Auch das gehört zu den Pflichten des neuen Weltmeisters.

„Er ist nicht nur ein Turn-Star“, sagt sein Manager Klaus Kärcher, „er ist ein neuer Sportstar.“ Und den gilt es jetzt richtig zu vermarkten.

16 Werbepartner und vier Hauptsponsoren hat der 19-Jährige bereits, darunter einen Waschmittelkonzern und einen Energieversorger. Hambüchen, der Saubermann, der unter Strom steht.

Recht viel mehr Partner sollen es laut Kärcher erst mal nicht werden. „Die Verträge mit den Hauptsponsoren laufen alle bis 2008“, sagt der Manager, der auch Sportler wie Anni Friesinger (Eisschnelllauf) und Timo Boll (Tischtennis) betreut, „wir sind aber schon jetzt in Gesprächen über vorzeitige Verlängerungen.“

Dann freilich für mehr Geld. Denn auch Kärcher weiß: „Fabians Marktwert ist enorm gestiegen.“

Die 13 500 Euro, die Hambüchen für seine drei WM-Medaillen in Stuttgart von der Sporthilfe bekam, dürften bald für die Portokasse sein. Es werden Millionen draus. Denn auch Werbe-Experten sind angetan vom Auftre-

ten des Vorzeige-Turners. „Er ist strebsam, wirkt cool aber nicht arrogant, sympathisch und glaubwürdig“, sagt Mat-

tias Lung, der Direktor der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing: „Er erfüllt damit alle Voraussetzungen eines guten Testimonials.“ Ein Werbeträger, der sich gut verkaufen lässt. Aber nicht verheizt werden soll.

So blockt Kärcher derzeit alles ab, auch die TV-Anfragen, die gestern schon kamen. Ob von Pro 7 oder n.tv, von Canadian TV oder vom japanischen Fernsehen. Auch Einladungen zu Talk-Shows schmetterte der Manager ab, einzig den zugesagten Termin am Mittwoch Abend bei Günther Jauch in „stern.tv“ wird Hambüchen wahrnehmen. „Ich kann ihn doch nicht ein halbes Jahr von einer Show zur nächsten schicken“, sagt Kärcher zur

AZ, „denn bereits ab jetzt stehen die Olympischen Spiele im Mittelpunkt.“

Peking statt Beckmann, Gold bei Olympia statt Smalltalk bei Kerner.

Auch Marketing-Fachmann Lung warnt: „Hambüchen ist noch sehr jung. Er muss aufpassen, dass die Sache ihn nicht überrollt. So wie damals den Hannawald.“ Der Skisprung-Star, der sehr wohl verheizt wurde. Und ausgebrannt seine Karriere beendete.

Für Hambüchen geht es jetzt erst los, Freitag sticht er in See. Samt Freundin auf einem Luxus-Kreuzfahrtschiff, zwei Wochen im Mittelmeer. „Schließlich kann ich keine Reckstange mehr sehen“, sagte der neue Weltmeister.

Ab Oktober wird er daheim in der Turnhalle Wetzlar dann die Mission Peking angehen. Um dort endgültig den Olymp zu erklimmen. Weit weg von Pfullingen und Albstadt. **fk**



„Sein Marktwert ist enorm gestiegen“: Manager Kärcher gratuliert Hambüchen zum Gold. Foto: dpa