

Konzept gegen Nachwuchsmangel im Sport

Baseball mit „Run“ auf Schulen

Die Major League Baseball versucht über ein Nachwuchsprogramm ihre Sportart in Deutschland zu pushen. Das Grassroot-Konzept „Play Ball!“ soll Kids schon in der Schule für Baseball begeistern. Sponsoren bietet das Programm Präsentationsmöglichkeiten in einer jungen Zielgruppe.

Durch das in den letzten Jahren stetig gestiegene Freizeitangebot für Jugendliche fällt es vielen Sportverbänden immer schwerer, die Kids in die Vereine zu bekommen. Neue Ideen sind gefragt. Einen interessanten Ansatz liefert da die Major League Base-

ball machen und stärken daher erst die Basis“, so der gebürtige Amerikaner.

Dreistufiges Konzept

Das dreistufige „Play Ball!“-Konzept der MLB beginnt an den Schulen. „Wir gehen mit Baseball direkt in die Schulen, stellen die Ausrüstung kostenlos zur Verfügung und bilden sogar die Lehrer aus“, berichtet Pascal. Die Akzeptanz, wenn auch noch auf kleinem Niveau, scheint enorm. Nach Aussagen der Organisatoren des Programms binden 95 Prozent der kontaktierten Schulen Baseball in den Sportunterricht mit ein. Insgesamt sind mittlerweile 900 schulische Einrichtungen in ganz Deutschland in das Projekt, das seit 1996 läuft, involviert. Rund 300 000 Kids kamen so bisher mit der in Deutschland kaum bekannten Sportart Baseball direkt in Berührung.

Doch die MLB will den Kids nicht nur eine Art Schnupperkurs für Baseball in den Schulen liefern. Im Idealfall sollen die Schüler auch für die deutschen Baseball-Klubs gewonnen werden. Dazu werden in einer zweiten und dritten Stufe über die Schulprojekte hi-

naus Roadshows in 18 Städten und eine „Play Ball!“-Liga, in der die örtlichen Baseball-Klubs miteinbezogen werden, veranstaltet. Mit Erfolg, wenn man einen Blick auf die Zahlen richtet. Laut ITMS Sports finden 30 Prozent der Jungs und Mädchen, die an der sechswöchigen „Play Ball!“-Liga teilnehmen, den Weg in den Verein.

Allerdings verschlingt die Umsetzung dieses Konzepts auch entsprechende Gelder. Mit genauen Etangaben halten sich die Beteiligten allerdings bedeckt. Der Jahresetat des „Play Ball!“-Programms der MLB liegt nach Angaben Pascals im „niedrigen bis mittleren sechsstelligen Euro-Bereich“. Ein Großteil wird dabei direkt von der MLB aus den USA beigesteuert.

Plattform für Sponsoren

Um die Finanzierung auf eine breitere Basis zu stellen, bemüht sich die MLB in Verbindung mit ITMS Sports in das Programm verstärkt Sponsoren einzubinden. Besonders bei den Programmstufen, die über die Schule hinaus gehen, bieten sich Werbepartnern Präsentationsmöglichkeiten im Umfeld einer jungen Zielgruppe. Die Schule selbst muss weitestgehend Tabuzone bleiben. Breit angelegte Werbe- und Promotionaktionen sind dort im Unterschied zu den USA rechtlich nicht möglich.

Noch trägt sich das Programm der MLB finanziell nicht selbst. Ein Titelsponsor wird weiterhin gesucht. Trotzdem dürfte das Konzept der Baseballer in Deutschland auch für die hiesigen Sportverbände interessant sein. Bisher halten sich Sportverbände an den Schulen sehr zurück. Zwar gibt es mit Kampagnen wie beispielsweise „Jugend trainiert für Olympia“ einige Versuche des Deutschen Sport-Bundes (DSB), Schüler für sich und die Sportverbände zu gewinnen. Doch wirklich breit angelegte Nachwuchskampagnen sind bisher kaum zu beobachten. Die MLB mit ihrem „Play Ball!“-Programm zeigt, wie es gehen könnte. (mw)



ball (MLB) in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Baseball- und Softballverband mit dem Nachwuchsprogramm „Play Ball!“. George S. Pascal, Executive Director der Agentur ITMS Sports, die für die Umsetzung in Deutschland zuständig ist, erklärt die Konzeptidee: „Das Ziel der MLB ist es, langfristig Baseball in Deutschland populär zu machen und hier zu etablieren. Aber wir wollten nicht den zweiten Schritt vor dem ersten

Das „Play Ball!“-Programm

„Pitch, Hit & Run“-Schulprogramm (rund 900 Schulen)

„Play Ball!“-Roadshow (18 Städte)

„Play Ball!“-Liga (18 Städte)

Partner: Franklin, McAfee, NewEra, Majestic, Rawlings, Wilson, Burger King

Agentur: ITMS Sports

Quelle: ITMS Sports