

Der besondere Kick im Herzen der Stadt

Wirtschaftsjunioren-Soccercup am Samstag – Erlös geht zur Hälfte an Jugendverkehrsschule

MAREK KLIMANSKI | PFORZHEIM

Einen Andrang wie noch nie habe es gegeben beim diesjährigen Soccer-Cup der Wirtschaftsjunioren, erzählt Holger Hermann. Er ist Projektleiter für die Veranstaltung, die am morgigen Samstag zwischen 9.30 und 16.30 Uhr auf dem Pforzheimer Marktplatz vor dem Rathaus stattfindet. 18 Mannschaften, allesamt von den Belegschaften hiesiger Unternehmen, haben sich angemeldet. „Innerhalb kurzer Zeit und ohne dass wir groß Werbung machen mussten“, sagt Andrea Grosse, die von Anfang an bei der Organisation der Soccer Cups mitgewirkt und stets die Öffentlichkeitsarbeit übernommen hat. „Es sind ganz viele zum ersten Mal dabei, zwei Drittel sind neu.“

Die Zuschauer können dabei erleben, wie im Menschenkicker je fünf Spieler pro Mannschaft wie in einem überdimensionalen Tischfußballspiel an Stangen festgebunden sind und um Tore und Punkte spielen. Damit wer-

den alleine schon über hundert Spieler den Marktplatz bevölkern, die erfahrungsgemäß noch ihren Anhang zur Unterstützung mitbringen. Falls der – insbesondere die Kinder – vorübergehend anderes im Sinn hat als

dem Kicker zuzuschauen, gibt es ein Kinderprogramm mit Hüpfburg, Torwandschießen, Bewirtung und Fahrradparcours. Denn der Erlös des Soccer Cups, der durch von der Sparkasse gespendete fünf Euro je geschossenem Tor und durch den Verkauf eines eigens kreierten Energy-Drinks namens „WJs gute Taten“ zustande kommt, geht an die Jugendverkehrsschule Pforzheim. Nicht für deren Neubau, das ist den Wirtschaftsjunioren wichtig, sondern für die Ausstattung mit Helmen und Fahrrädern. Die andere Hälfte des Erlöses fließt an JCI (Junior Chamber International – so heißen die Wirtschaftsjunioren international) in Cochabamba, Bolivien. Sie haben selbst vor vielen Jahren eine eigene Schule gebaut und bilden dort mittlerweile auch aus.



Die Wirtschaftsjunioren Andrea Grosse, Ana Kugli und Holger Hermann haben mit Unterstützung des Sparkassen-Marketing-Chefs Ulrich Haag (von links) den diesjährigen Soccercup auf die Beine gestellt.

FOTO: KETTERL