



Noah im Trikot von Noah: Namensgeber Noah Tittjung trägt im Tor die von seinem Vater Siegmart gegründete Sportmarke.

Foto: Heldenbilder/Sven Pries

Für Noah ist Jako der größere Konkurrent als Adidas

Neue Sportmarke aus dem Murgtal: Staufenberger Siegmart Tittjung will Vereine mit zusätzlichem Service überzeugen

Von Hartmut Metz

Gernsbach/Baden-Baden. Die Olympischen Spiele in Paris haben es wieder einmal vor Augen geführt: Es gibt Sportmarken wie Sand am Meer. Braucht da ausgerechnet das Land der Platzhirsche Adidas und Puma noch eine weitere? Zumal die Siegesgöttin aus den USA auf dem großen Markt auch mitspielt und Nike sogar demnächst die deutsche Fußball-Nationalmannschaft ausrüstet.

Siegmart Tittjung ist kein Traumtänzer. Der vierfache Unternehmensgründer aus Staufenberg hält die Frage für berechtigt und hat eine Antwort: „Gegen Adidas, Puma und Nike haben wir keine Chance“, zeigt sich der 51-Jährige mit Blick auf die Kräfteverhältnisse wenig blauäugig. Dennoch: „Die vernachlässigten den Amateurbereich“, glaubt Tittjung, dass sein jüngstes Baby namens Noah im Schatten der Großen eine Daseinsberechtigung findet – und überlebt!

Als Haupttrivale ruft der Chef von knapp zehn Mitarbeitern, der anfangs Gaggenau als Sitz der Sportmarke hat eintragen lassen, ehe er diesen nun auf den Firmensitz in Baden-Baden umschreiben ließ, andere aus: „Von Jako & Co heben wir uns ab“, verweist Tittjung auf den schwäbischen Rivalen aus Hollenbach, der sich 1989 zwischen Jagst und Kocher gründete und die Flüsse zur Namensfindung heranzog. Rudi Sprügel trat vor 35 Jahren mit ähnlichen Zielen an wie jetzt der Staufenberger: Zunächst sollten Sportvereine der Region gut, aber günstig ausgerüstet werden. 2014 durchbrach Jako rechtzeitig zum 25-jährigen Bestehen die Schallmauer von 100.000 Partnervereinen in zahlreichen Sportarten. Auch in die Riege der Traditionsfußballclubs stieß der Newcomer irgendwann vor und rüstete den SC Freiburg, den Karlsruher SC und Bayer Leverkusen aus. Beim VfB Stuttgart stieg Jako vor zwei Jahren sogar als Investor mit einem Millionen-Betrag ein.



Der Staufenberger Siegmart Tittjung gibt sich als ehemaliger Torhüter in der KSC-Jugend sportlich und trägt selbst seine eigene Sportmarke Noah. Foto: Patrick Werner

Die Erfolgsgeschichte des auserkorenen Erzivalen spendet Tittjung Zuversicht, zumal er Vorteile für Noah bei den Amateurreinen sieht: „Jako hat keinen Direktvertrieb, keine individuellen Designs und keinen Mehrwert für die Vereine“, sieht der Staufenberger all dies bei seiner Marke Noah gegeben. So entwirft das kurstädtische Unternehmen die Trikots und Hosen für die Klubs, bei einer Bestellung ab fünf Teilen aufwärts, zusammen mit den Kunden. Die Preise, die natürlich bei größeren Stückzahlen günstiger werden, gibt Tittjung mit „ab 25 Euro“ an. Positiv ist dabei vor allem für die Vereine: „Alle Aufdrucke sind dabei unbegriffen“, betont der Noah-Boss. Als langjähriger Vereinsfußballer weiß

er nur zu gut: „Bei Werbeflockung kostet diese an der Brust fünf Euro, dann die Ärmel drei Euro und vier Euro für den Rücken“, nennt er Kleckerleseträge, die zusammen aber ins Geld gehen. Erfreulich zudem: Da bei der Beflockung gerne mal Buchstaben in der Wäschetrommel abgehen, setzt Noah auf „Thermosublimationsdruck, sprich wir drucken in den Stoff, sodass der Druck erhalten bleibt und sich keinen Buchstaben lösen“.

Und ganz wichtig für Vereine mit Jugendabteilungen: „Wir bieten eine langjährige Nachbestellmöglichkeit“, verspricht Tittjung. Sportvereine kennen das leidige Problem zur Genüge: Jugendliche wachsen schnell aus den neuen Trikots raus – und weil die Sportmarken alte

Designs nach ein paar Jahren aus dem Sortiment schmeißen, kann man keine größeren Trikots mehr nachordern für die in die Höhe geschossenen Talente. Oder man disponiert langfristig, indem man deutlich mehr Trikots ordert, aus preislichen Gründen gleich mitbeflocken lässt und alles auf Halde legt für einen späteren Gebrauch. So haben Vereine die Qual der Wahl zwischen Vorkasse oder der noch teureren Neubeschaffung alle paar Jahre, wenn es die alten Leibchen nicht mehr gibt ...

Die Textilien fühlen sich gut an und wirken hochwertig: „Für uns war wichtig, dass wir nicht in Fernost, sondern in Europa produzieren lassen“, hebt Tittjung hervor und lässt sich wenigstens das Herstellerland „Italien“ entlocken. Die Trikots enthalten kein PVC und sollen komplett aus recyceltem Polyester bestehen, wirbt die Marke. Damit aber nicht genug: Noah greift den Funktionären tatkräftig unter die Arme, indem die im Murgtal gegründete Marke einen Online-Shop für jeden Verein aufsetzt. „So können die Eltern die Trikots direkt bestellen und bezahlen“, erspart das doch die aufwendige Vorkasse für die Jerseys samt Eintreiben bei Eigenbeteiligung.

All diese Vorzüge hat bisher ein halbes Dutzend Kunden überzeugt, die laut Tittjung bereits für einen „sechsstelligen Umsatz“ sorgen: Die Rheinstettener Fußballschule Frieboße Hofmeier, der SV Sinzheim, der Rastatter SC/DJK, der FV Ottersdorf und neuerdings der FV Malsch nutzen das Angebot. Nicht zu vergessen der TV Nöttingen als Mehrspartenverein mit mehr als 2.000 Mitgliedern.

In dem sportlichen Örtchen kickt auch Tittjungs Sohnemann in der U15-Oberligamannschaft. Er steht wie der Herr Papa im Kasten. Die Konkurrenz in Sachen Durchbruch ist bei Noah beim FV Nöttingen ungeachtet aller Ambitionen garantiert kleiner als einst bei Siegmart Tittjung. Der galt zu Beginn der 90er Jah-

re als Torwarttalent und bekam beim Karlsruher SC nur einen Vertrag für die Amateure vorgelegt. „Oliver Kahn erhielt damals den Profivertrag“, berichtet Tittjung von der Aussichtslosigkeit, von Winfried Schäfer statt des späteren „Titans“ zwischen die KSC-Pfosten gestellt zu werden.

So hofft der 51-Jährige nun auf mehr Karriereglück bei seinem Sohn. Einen Namen hat sich der U15-Spieler in Sportkreisen schon gemacht: Der Vater hat die Marke Noah nämlich nach seinem Sohn benannt. Erstaunlicherweise waren in Deutschland alle Namens- und Markenrechte noch frei.

„

Gegen Adidas, Puma und Nike haben wir keine Chance.

Siegmart Tittjung
Gründer der Sportmarke Noah

Ein Rechtsstreit ist aber noch in Frankreich anhängig – Yannick Noah strengte es an. Der French-Open-Sieger von 1983 erzielte bei Le Coq Sportif minimale Umsätze mit seinem Namen. Tittjung traf den Tennisspieler in Kamerun. Anfangs sei das Verhältnis herzlich gewesen. Er konnte sich sogar vorstellen, den früheren Sympathieträger mit den Rasta-Locken als Markenbotschafter zu verpflichten. Doch Noah forderte „8.000 Euro im Monat“, berichtet Tittjung. Angesichts einer verschwindend geringen Umsatzen bei Le Coq Sportif verzichtete Tittjung aber lieber auf den Tennis-Coup. Danach zog der mittlerweile 64-Jährige vor den Kadi. „Wir kriegen den Fall bald gelöst“, zeigt sich der Noah-Chef zuversichtlich. Als neuer schlagkräftiger Mitspieler ist nun der ehemalige Europameister im Thaiboxen und Porsche-Betriebsratschef Uwe Hück bei Noah an Bord.

Nach Kabelbrand 3.000 Euro Schaden

Gaggenau-Ottenau (red). Ein Kabelbrand hat in Ottenau einen Schaden von etwa 3.000 Euro verursacht. Die Feuerwehr löschte den Brand schnell, teilte die Polizei mit. Nach ersten Erkenntnissen hat ein technischer Defekt an einer Wallbox am Montagmittag zu dem Brand im Keller eines Hauses in der Josef-Vogt-Straße geführt. Laut Feuerwehr brach das Feuer gegen 13.30 Uhr aus.

Malscher Straße halbseitig gesperrt

Gaggenau-Freiolsheim (red). Aufgrund von Bauarbeiten muss die Malscher Straße im Stadtteil Freiolsheim noch bis voraussichtlich Ende August halbseitig gesperrt werden. Grund ist das Verlegen einer 20-KV-Leitung mit Leerrohren, heißt es in einer Mitteilung aus dem Rathaus. Die Stadtverwaltung bittet die Anwohner um Verständnis für etwaige Einschränkungen.

Fest auf dem Mittelberger Hof

Außenstelle des Hauses Bodelschwingh in Karlsruhe besteht seit 35 Jahren

Gaggenau-Mittelberg (red). Auf dem Mittelberger Hof in Mittelberg bei Moosbrunn findet am Sonntag, 1. September, von 11 bis 18 Uhr ein Hoffest mit buntem Rahmenprogramm statt. Anlass ist das 35-jährige Bestehen der Einrichtung.

Die großen und kleinen Besucher erwartet ein abwechslungsreiches Programm für die ganze Familie, heißt es in einer Pressemitteilung. „Das Fest bietet die perfekte Gelegenheit, einen schönen Spätsommertag in idyllischer Landschaft und geselliger Atmosphäre zu verbringen.“

Folgende Highlights sind geplant: Auf dem Hofgelände lädt eine bunte Auswahl an Marktständen mit regionalen Anbietern zum Verweilen ein. Dabei reicht die Palette der Produkte von Handgefertigtem bis hin zu verschiedenen Naschereien. Für das leibliche Wohl ist gesorgt. Es werden leckere Speisen und erfrischende Getränke zum Genießen unter freiem Himmel angeboten.

Ein besonderes Glanzlicht des Tages wird die Schafschurvorführung mit Jan René Hartmann aus Bretten sein, bei der alle Interessierten hautnah miterleben können, wie aus flauschigen Wollträgern sommerlich gestylte Schafe werden. Zudem wird die Rettungshundestaffel des Deutschen Roten Kreuzes in Pforzheim eine beeindruckende Präsentation geben und zeigen, wie ihre vierbeinigen Helden in Notfällen Leben retten.

Das Mittelberger Hoffest bietet nicht nur Spaß und Unterhaltung, sondern auch die Gelegenheit, den Hof als Außenstelle des Haus Bodelschwingh in Karlsruhe näher kennenzulernen. Auf dem Hof leben bis zu sieben Erwachsene mit psychischen und/oder Suchterkrankungen. Sie werden im Rahmen der tiergestützten Sozialarbeit vom Assistententeam des Mittelberger Hofes darin begleitet und unterstützt, eine abstinente und möglichst selbstbestimmte Lebensperspektive zu entwickeln.

Auf dem Hofgelände gibt es zur Strukturierung des Tagesablaufs viel zu tun. Die Bewohner bereiten gemeinsam ihr Mittagessen zu und halten ihre Räume sauber. Sie versorgen die Tiere, den Gemüsegarten sowie Haus und Hof. In der Werkstatt können Produkte für den hofeigenen Laden hergestellt werden, oder kreativ an eigenen Projekten gearbeitet werden. Bestseller stellen natur- und tierbezogene Produkte dar, wie zum Beispiel eine Hundebar oder Nistkästen. Im Hoflädle kann man maßgeschneiderte Bestellungen aufgeben.

Auch die Zubereitung gesunder Lebensmittel aus dem Hofgarten sowie die naturnahe Umgebung gehören zum Konzept und sind wie geschaffen zur Entwicklung von förderlichen Wohnheiten und zu einem möglichst gesunden Lebensstil.

Internet
www.bodelschwingh.de

WIR FÜR SIE

Badisches Tagblatt

76571 Gaggenau
Hauptstraße 36 a

Redaktion Gaggenau

Sekretariat 07225 96963721
E-Mail redaktion.gaggenau@bnn.de

Anzeigen

Telefon 07225 96960
E-Mail anzeigen.gaggenau@bnn.de

Vertrieb

Leserservice 07221 93963434
E-Mail vertrieb.gaggenau@bnn.de

Abo-Preise

Abonnement € 54,40
Abonnement bei Postbezug im Inland € 58,20
ePaper-Abonnement € 38,50
BNN+-Abonnement € 9,90

Alle monatlichen Preise inkl. gesetzlicher USt. Einbezogen in das Abonnement (Ausnahme BNN+) ist das dienstags beiliegende TV-Magazin „Prisma“ – zzt. gültige Anzeigen-Preisliste Nr. 76 vom 1. 1. 2024

bnn.de/mittelberg/gaggenau
[bnn.de/facebook-gaggenau](https://www.facebook.com/gaggenau)