

27

DEUTSCHE HOCKEY ZEITUNG

Hockey

28. AUGUST 2018 | 71. JAHR | E3764

MAGAZIN



1. BUNDESLIGA
Personalien, Kader
und Saisonziele

SENIOREN
Deutsche WM-Teams
in Wort und Bild

1. BUNDESLIGA HERREN
Traumstart für
Aufsteiger Polo

Der Sportvermittler

PROJEKT: Der frühere Hockey-Nationaltorwart Nils Kowalczyk will Eltern systematisch helfen, die richtige Sportart für ihre Kinder zu finden

Der Name Nils Kowalczyk ist in Hockeykreisen zumindest jenen vertraut, die sich für das Spitzenhockey schon um die Jahrtausendwende herum interessiert haben. Als Torwart stand Kowalczyk in der Bundesliga für den Limburger HC (von 1994 bis 2000) und für Rot-Weiß München (2000 bis 2005) zwischen den Pfosten. Mit den Münchnern wurde er Deutscher Hallenmeister 2001, auch in die Nationalmannschaft schaffte es das große Talent. Kowalczyk hatte 34 Einsätze im A-Team und wurde Hallen-Europameister 1997. Sein großer Traum von einer Olympiateilnahme war im Sommer 2000 zum Greifen nah, aber ein gebrochener Zeh zerstörte die Aufnahme in den finalen Kader für Sydney.

Wer heute im weltweiten Netz nach Nils Kowalczyk sucht, bekommt gleichzeitig den Begriff Tinongo geliefert. „Der Name geht auf meine Tochter zurück“, sagt Kowalczyk. Eigentlich wollte er sein Projekt Flamingo nennen, doch dann erinnerte sich der Vater daran, dass seine inzwischen elfjährige Lena als kleines Kind zu einem Flamingo immer Tinongo gesagt hat. „Diesen Namen habe ich nie vergessen“, fand Kowalczyk die ungewöhnliche Wortschöpfung passend. „Wenn man etwas Selbstverständliches wie einen Flamingo nur ein klein wenig anders betrachtet, als Tinongo, wird er fast noch schöner. Und die Sportsuche wird vielleicht auch noch etwas schöner, wenn man sie nur ein klein wenig anders angeht. Das Wort gibt es auch in der afrikanischen Sprache und bedeutet in etwa: Du kannst es schaffen. Das fand ich gut“, so Nils Kowalczyk. Jetzt heißt es also: „Tinongo - finde den Sport für dein Kind“.

...WEIL ALLE VORHER WISSEN, WORAUF MAN SICH EINLÄSST

Der Marketingfachmann erklärt: „Bei dem Projekt geht es darum, Eltern und Kinder bei der Wahl des Sports so weit zu unterstützen, dass zum einen wieder mehr Kin-

Nils Kowalczyk hält sich heute mit ein bisschen Hockey und gelegentlichen Läufen, wie hier beim Spartan-Race 2017, fit.



Das Logo der Webseite www.tinongo.de. Über diese Internetplattform stellt Nils Kowalczyk seine Informationen vor.

der zum (Vereins-)Sport kommen und zum anderen diese auch länger dabeibleiben, weil alle vorher besser wissen, worauf man sich bei diesem Sport einlässt.“

Letztlich war seine Tochter auch Ausgangspunkt der ganzen Geschichte. Lena hatte eingefädelt, dass zwei ihrer Hockeyvereinstrainer an ihrer Grundschule in allen vierten Klassen Hockey vorstel-

len konnten. Rund zehn Kinder waren nach der Schnupperstunde so fasziniert, dass sie dabeibleiben wollten und diesen Wunsch natürlich auch ihren Eltern mitteilten. Der Mutter eines dieser Kinder begegnete Nils Kowalczyk dann zufällig im Supermarkt. Die Szene hat er noch gut in Erinnerung, wie die Frau ihn als Vater jenes Mädchens identifizierte, die „das mit

dem Hockey verbrochen“ habe: „Die Mutter sprach mich an. Ihre Tochter wolle nun unbedingt Hockey spielen, aber sie selbst hat gar keine Ahnung von dem Sport. Wo kann man denn überhaupt Hockey spielen? Und ist Hockey nicht teuer? Wie oft trainieren die? Ist Hockey außerdem nicht total gefährlich? Nun war ich in der für uns beide glücklichen Lage, ihr diese Fragen beantworten zu können. Denn im Internet finden sich solche Informationen nur sehr schwer und zwar nicht nur für Hockey, sondern für fast alle Sportarten.“

DIE TYPISCHEN FRAGEN DER ELTERN GESAMMELT UND BEANTWORTET

In dem Moment machte es bei Nils Kowalczyk Klick: „Wir brauchen ein Internetportal, welches Eltern bei der Sportwahl für ihre Kinder unterstützt, in dem es unterschiedliche Sportarten vergleichbar miteinander vorstellt und die typischen Fragen der Eltern beantwortet. Die Idee zu Tinongo war geboren.“

Dass Kinder zu jener Sportart geschickt werden, zu der ihre Eltern bereits selber einen Draht haben, ist ein gängiger Weg. Eine andere Realität ist, dass Kinder bei den typischen Sportarten landen, die eine hohe Medienpräsenz haben. „Aber sich gemeinsam mit dem Kind damit auseinanderzusetzen, welche Sportarten es gibt und welche in Frage kommen, das machen die wenigsten. Genau dies möchte ich mit Tinongo ändern“, hatte sich Kowalczyk vorgenommen.

Anfang vorigen Jahres hat er sich konkret dahintergeklemmt und die Sportfachverbände mit einem Fragebogen angeschrieben, sie dabei mit seiner Idee konfrontiert. „Die Rückläufe waren gut und positiv“, war Nils Kowalczyk vom Feedback angetan. Gerade kleinere Verbände und Randsportarten bissen schnell an. „Einer hat geantwortet: ‚Genau das brauchen wir‘“, erkannte Kowalczyk, dass er mit seinem Vorhaben offenbar „einen Nerv getroffen“ habe. Innerhalb der ersten vier Wochen waren die Infos zu 20 Sportarten beisammen und von ihm kundenfreundlich aufgearbeitet, inzwischen sind es knapp 70. Die Kategorien, mit denen Kowalczyk den jeweiligen Sport unter die Lupe nimmt, sind für alle gleich, damit auch eine möglichst objektive Vergleichbarkeit geschaffen wird. Es beginnt im-

» Ich habe damit einen Nerv getroffen.

Nils Kowalczyk über die positive Resonanz vieler Sportfachverbände zu seiner Idee

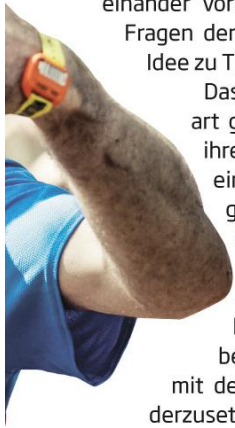
mer mit den Fragen: Was ist das Ziel beim X? Warum sollte man x betreiben? Danach werden die Rubriken Allgemeine Informationen, Zeitaufwand, Kosten, Verbreitung, Karriere(möglichkeit) und Gesundheit abgearbeitet. Natürlich gibt es auf der Webseite dann auch die üblichen Verlinkungen zu den einzelnen Fachverbänden oder weiteren Informationsquellen.

„Es gibt so viele wunderbare Sportarten, von denen viele noch nicht gehört haben oder an die sie nicht denken. Oder die eigenen Kinder kommen mit einer Sportart aus der Schule nach Hause, und man steht ratlos davor herauszufinden, ob dieser Sport organisatorisch überhaupt machbar ist“, versetzt sich Nils Kowalczyk

in Eltern hinein. Er hat dafür auch verschiedene Suchkriterien (zum Beispiel frühest sinnvolles Eintrittsalter) und Gliederungen (Einzelsportart/Mannschaftssport) eingebaut und ist ständig dabei, die Servicemöglichkeiten auf seiner Webseite immer mehr zu verfeinern. Da steckt ein riesiger Zeitaufwand dahinter, den der 43-Jährige, der seinen Lebensunterhalt mit dem Vertrieb von Marketinglösungen verdient, komplett ehrenamtlich leistet. Das Projekt Tinongo.de zu kommerzialisieren oder wenigstens einigermaßen zu refinanzieren, scheint vorerst ein frommer Wunschtraum des Vizepräsidenten Hockey beim Hockey- und Lacrosseclub Rot-Weiß zu bleiben.

Und trotzdem macht er gerne weiter. Positive Elternkommentare und das dahinterstehende Ziel treiben Nils Kowalczyk an: „Ich glaube, jedes Kind, das über Tinongo einen Sport findet, welcher zu ihm und seinem Umfeld passt, ist ein Gewinn. Selbst wenn es am Ende einen anderen Sport wählt als zum Beispiel Hockey.“

lim



Nils Kowalczyk als Torwart bei der Hallen-DM-Endrunde 2001 in Berlin. Mit seinem Team von Rot-Weiß München holte er den Meistertwimpel.

