

Mówcie wprost, bo pieniądze są motorem życia

Radosław Patroniak
dziennikarz działu Sport



W piłce ręcznej zakochał się cały kraj. Wystarczyło, że trzy lata temu na MŚ najpierw wygraliśmy z Niemcami, a potem przegraliśmy, ale dopiero w finale, by miłość do szczyptorniaka wybuchła niczym uśpiony wulkan.

W tym roku rozniecił ją ponownie słynny rzut Siódmiaka. Ogień nie gaśnie, o czym można się było przekonać w minionym tygodniu na meczach w Kaliszu i Poznaniu.

Obia miasta okazały się dobrym miejscem na wspieranie biało-czerwonych i na... protestowanie przeciwko związkowym władzom. Cztery lata temu kadrowicze paradowali z napisem „Prezes Budziak i Zarząd do dymisji”. W tym roku promowali nieco inne hasło – „Związku Piłki Ręcznej w Pol-

sce – szanuj naszą pracę”. Na jego czele stoi poznanianin Andrzej Kraśnicki, który może jest i dobrym negocjatorem, ale może mieć problemy z zażegnaniem konfliktu, bo brązowi medaliści MŚ są mało konkretni.

„Z głębokim ubolewaniem patrzymy na poczynania związku, który nie potrafi wykorzystać naszych sukcesów do popularyzacji i promocji dyscypliny. Sprawia wrażenie, jakby nasz sukces przerastał jego możliwości organizacyjne” – napisali m.in. w specjalnym oświadczeniu nasi gracze. Bogdan Wenta przyznał, że nie chodzi o rywalizowanie z siatkówką, ale o czerpanie z niej wzorów. – Nie mówię, że za kadencji Kraśnickiego nic nie zrobiono. Można było jednak zrobić więcej – zauważył selekcjoner.

W sumie to nie wiadomo, do czego się odnieść, bo jeśli zawodnicy mają żal do związku o zbyt niskie premie, to powinni mówić o tym, co im leży na sercu wprost, bez metafor i aluzji. W piątek grali z Rosją, a właśnie rosyjski pisarz, Lew Tołstoj stwierdził, że dziwne jest, jak wszyscy ukrywamy, że jed-

nym z głównych motorów naszego życia są pieniądze. Jeśli taki motor pchnął ich do ataku na władze, to szacunek wobec kibiców nakazuje używać szczerych słów, a nie tworzyć listę dyrdymałów. Moim zdaniem chodzi o banknoty NBP, tylko autorzy wstydzą się opinii, że są zbyt pazerni na kasę.

Jeżeli nawet ich umysły rzeczywiście zaprzatają kwestie promocji i marketingu, to może lepiej byłoby znaleźć sponsorów na własną rękę i pokazać działaczom, że są dobrzy w debatowaniu, picciu kawy, papierkowej robocie, a nie w rozruszaniu dyscypliny. Z drugiej strony niedawno miałem okazję rozmawiać o nowoczesnym obliczu piłki ręcznej z wiceprezesem związku, odpowiedzialnym w nim właśnie za marketing, i nic nie wskazywało, że on i jego koledzy z zarządu tkwią w przeszłości po uszy. Profesor Bogdan Sojkin przekonywał mnie, że we współczesnym sporcie nie ma miejsca dla społeczników. Jest natomiast dla dobrze opłacanych menedżerów. Widocznie mocno teoretyzował...