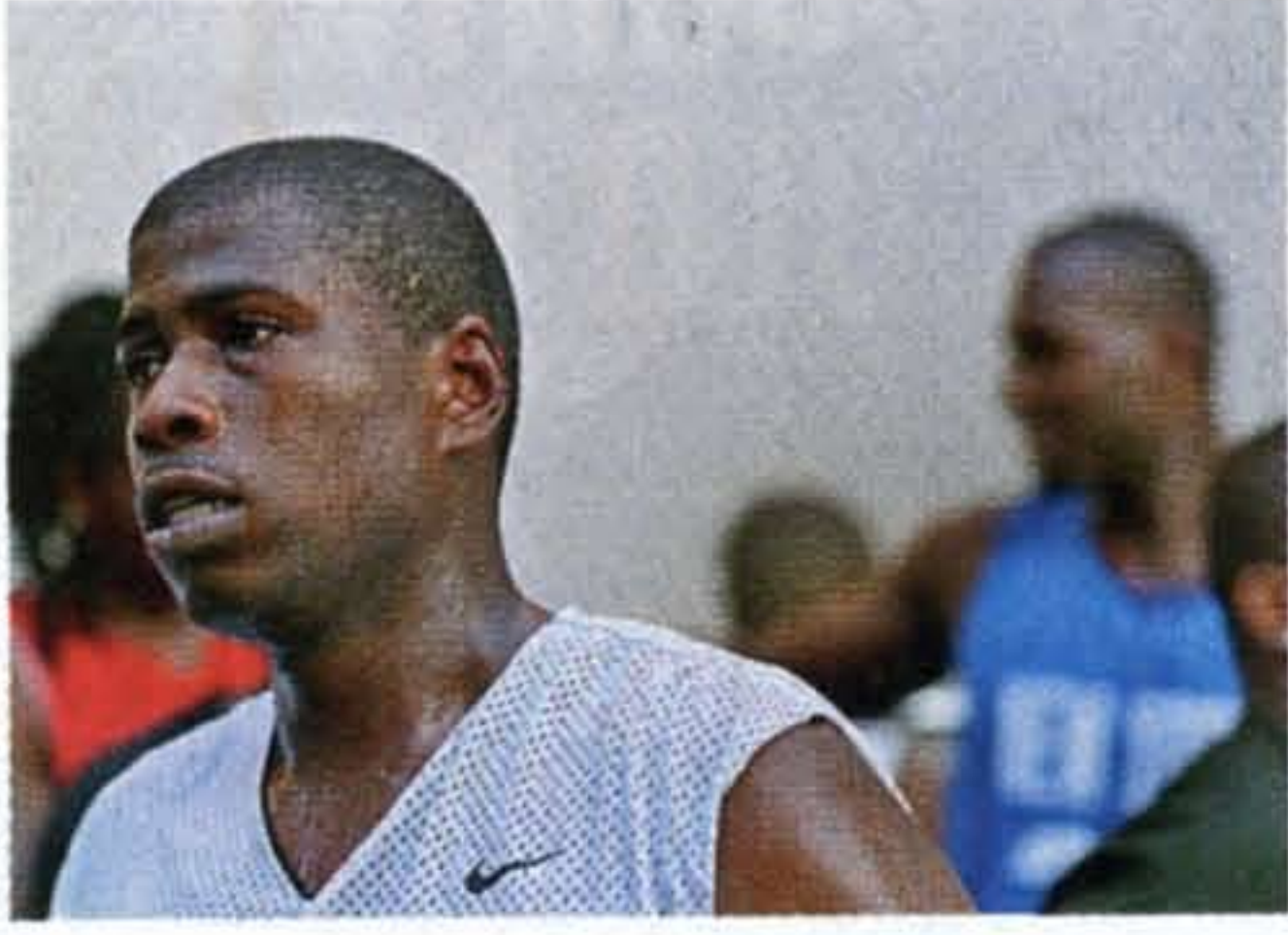


Foto: Alice Arnold



Basketball in Badelatschen

Die Doku **Sneaker Stories** begleitet die Hoffnungen von drei Street-Basketballern

„Wir verkörpern, was sie vermarkten“, sagt einmal ein Street-Basketballer aus dem Ghetto in Brooklyn über den Sportartikelhersteller Nike, „aber unterstützen tun die uns nicht.“ Tatsächlich verkaufen Firmen wie Nike heute in erster Linie einen „Lifestyle“ – und zwar zynischerweise genau den von Leuten, die sich die 200-Dollar-Schuhe gar nicht leisten können. Ihnen bleibt nur das Träumen, wie die dezent beobachtende und ästhetisch ansprechende Dokumentation „Sneaker Stories“ von Katharina Weingartner zeigt, die in drei Episoden die Hoffnungen des jungen rumänischen Migranten Adrian in Wien, des schwarzen Karl aus dem Ghetto in Brooklyn und des Ghanaers Aziz aus Accra auf eine lukrative Basketballkarriere in der NBA verfolgt. Dass ihre Chancen gering sind, wissen die jungen Leute, und die Werbekampagnen von Nike durchschauen sie locker, fallen aber – wie wir alle – dann doch ein Stück weit immer wieder darauf hinein: Am Ende drücken auch sie sich fachsimpelnd die Nase platt an den Schaufensterscheiben der Sportgeschäfte mit den unerreichbaren Schuhen. Einmal sieht man in Ghana einen jungen Mann Basketball in Badelatschen spielen. Er spielt genauso gut wie alle anderen.

Lars Penning

Sehenswert ●●

► **SNEAKER STORIES**

Österreich/USA 2008; Regie:

Katharina Weingartner;

95 Minuten; Kinostart: 7. Oktober