

Der Mensch ist in emotionalen, euphorischen Momenten wehrlos. Wer auch immer ihm was auch immer in diesen Situationen andrehen will, der wird es ihm auch andrehen. Der Aufstieg eines Fußballvereins ist für die Anhänger des Clubs sicher ein extrem emotionaler Moment voller Euphorie. Das gilt auch dann, wenn sich – wie bei der Fortuna anno 2018 – die Feierlichkeiten sich über fast drei Wochen hinziehen werden. Die Freude ist riesengroß, und ganz, ganz viele Fans können in den sozialen Medien nicht einhalten, ihre ganz persönliche Freude in Wort und Bild kundzutun – gern mit einem flammneuen Aufstiegs-T-Shirt auf dem Leib. In solchen Fällen lohnt es sich, genauer hinzuschauen.

## Aufstiegsleibchen

Ja, es gibt offizielle Aufstiegsleibchen von Fortuna selbst und vom SCD (Supporters Club Düsseldorf) sowie halboffizielle und autorisierte von Marken wie „Forteng“ und anderen. Wenn man aber die Google-Shopping-Suche bemüht, wird man buchstäblich Dutzende Angebote anderer T-Shirts mit diesem oder jenem Aufstiegslogan samt Illustration finden, darunter auch Fälschungen der offiziellen und der autorisierten Ware. Natürlich sind Fortuna, SCD, Forteng und die anderen im Rahmen der Möglichkeiten hinterher. So wurden dieser Tage bereits vier Angebote von plumpen Fälschungen minderwertiger Qualität auf Amazon gesperrt, und auch auf Ebay wurde zugeschlagen. Es ist ja auch so einfach: Billigste T-Shirts aus unfairen Herstellung für um einen Euro pro Stück ordern; Grafik im Internet klauen, und dann beim nächstgelegenen T-Shirt-Bedrucker Bild und Schrift aufbringen lassen; Kosten pro Shirt unter 3 Euro, Verkaufspreis gern 19,90 Euro – macht 17 Euro Profit, wenn der Besteller den Versand selbst zahlen muss.

Kann gut sein, dass mancher dieser Fälschungsverbrecher sich vom Gewinn rund um Fortunas Aufstieg eine schicke Karibikkreuzfahrt leistet. Übrigens: Auch wenn Ereignis-T-Shirts den größten Gewinn versprechen, auch mit Schals kann man so manchen Euro machen... Also sieht man auf Facebook die eine oder andere Anhängerin, den einen oder anderen Fan stolz mit einem „Wir 1. Liga, ihr 2. Liga“ (Seeehr beliebt!) oder dem offiziellen Aufstiegshemd („Und alles nur, weil wir dich liebe“) posieren und hört überall die Kasse klingeln. Denn nicht nur die Fälscher verdienen, die offiziellen und autorisierten Anbieter sahen auch kräftig ab. Denn auch im Verein und drumherum gibt es Geschäftemacher, die in einem solchen Aufstieg wenig mehr sehen als eine Möglichkeit, den Jahresumsatz zu steigern. Glaube doch niemand, das Anfertigenlassen von T-Shirts, Schals und anderen Merchandising-Produkten rund um das große Ereignis habe etwas mit großer Freude zu tun

oder damit, den Fans eine Freude zu machen – nein, es geht ums Geld.

## Imbissbuden, Änderungsschneidereien und Nagelstudios

Da mag Uerige-Baas Michael Schnitzler auch gern mittun und lässt ein Aufstiegs-Dröppke abfüllen – ja, klar, ganz bestimmt, weil sich das Altbierschlitzohr so doll darüber freut, dass die glorreiche Fortuna in der kommenden Saison erstligisch spielen wird. Immerhin hat die Sonderabfüllung des leckeren Stoffs noch ein bisschen was mit Fantasie zu tun. Dämmlich dagegen die Bäcker bzw. Bäckereikettenbetreiber, die nun rasch Brötchen mit F95-Muster auf dem Markt werfen oder ein Brot, das es schon immer gibt, kurzerhand in „Aufstiegsbrot“ umbenennen. Natürlich kleben sich Dutzende Imbissbuden, Änderungsschneidereien und Nagelstudios jetzt das Logo der launischen Diva auf die Fensterscheiben – auch wenn weder Chefin, Chef oder irgendein Mitarbeiter in der kaufenden Saison auch nur einmal im Stadion war. Das Gute daran ist: Wenn es alle tun, haben die Wetterwendischen und Zuspätkommenden keinen Vorteil mehr davon.

Am meisten aber profitieren die Gastronomen an den Fan-Hotspots der Stadt – und zwar deutlich mehr als sie sich in den kühnsten Träumen vorgestellt haben. Denn dieses Jahr wird der Aufstieg ja mindestens viermal gefeiert. Nach dem Auswärtssieg in Dresden floss das Alt nicht nur am Uerige und in und vor den anderen Hausbrauereien in Strömen, die Wirte an den Kasematten meldeten bereits Rekordumsätze, und auch in den diversen Viertelskneipen, in denen Hunderte Fans das Spiel verfolgten und anschließend Sieg und Aufstieg feierten, klingelten die Kassen wie blöde. Das wird so weitergehen: Als nächstes am kommenden Sonntag nach dem letzten (ausverkauften) Heimspiel gegen Kiel, dann eine Woche später nach dem Auswärtssieg in Nürnberg und final dann am Montag, 14. Mai nach der offiziellen Aufstiegsfeier auf dem Marktplatz (ab 17:00).

Seien wir fair und subsumieren wir die Altbier-Dealer nicht unter die Geschäftemacher, denn die tun ja den Feiernden wirklich einen Gefallen, indem sie ihnen den Platz und den Stoff bereitstellen, den man in Düsseldorf braucht, um eine wirklich große Aufstiegsparty zu veranstalten.