

Ja, ja, die armen, armen **Leipzischer** sind sooo froh, dass endlich wieder hochwertiger Fußball bei ihnen im Angebot ist. Deshalb kamen stolze 17.000 zahlende Kunden in das hochsubventionierte Toitsche Nazionalstadion in der Heldenstadt – immerhin mehr als gewöhnlich bei **Legida** mitmarschieren. Ach so, die Abendlandretter sind ja hier gar nicht mehr das Volk und haben das Marschieren aufgegeben. Dafür kassieren sie jetzt als Fan-Imitatoren pro Partie 24,75 Euro von Red Bull. Also so viel wie Antifa-Gegendemonstranten, die brave Abendländer beim Spatzenrasieren bedrohen pro Stunde kriegen. Tatsächlich soll es ja sogar Fortunen gegeben haben, die vom „Support“ der RBL-„Fans“ (eine **Contradictio in adiecto** – Abdenlandretter sprechen schließlich alle fließend griechisch-römisch) beeindruckt waren. Und von der Leistung der Red-Bull-Söldner in kurzen Hosen auch. Es soll sogar Fortuna-Angestellte in ebenso kurzen Hosen gegeben haben, die auch sehr beeindruckt waren und deshalb den Trikottausch mit den gewissenlosen RBL-Spielern zelebrierten. Merke: Wer mit einem RB-Stricher das Trikot tauscht, ist selbst ein Stricher. Vielleicht handelt es sich um eine vorausseilende Bewunderung, denn beeindruckt waren vor allem solche Fortuna-Anhänger, die sich gern bei Champignons-Liga-Partie irgendwelcher Geldsack-Soccer-Franchises selfieren. Widerlich das alles... Kommen wir zurück zur dumpfen Masse auf den Tribünen im Volksstadion von Leipzisch. Wie wenig deren Treiben mit dem hat, was entsprechend des Vorbilds des guten, alten und englischen Oldschool-Fußballs „Support“ heißt, lässt sich allein daran ablesen, dass die beschalteten RBListen wahllos imitierten, was ihnen Spocht1 aka DSF so in die Wohnstuben projiziert. Kein Gassenhauer wurde ausgelassen – sei er nun beim BVB erfunden worden oder bei Schalke, sei er zuerst bei den Bayern gesungen worden oder beim Äff-Zeh.

Das alles war ungefähr so authentisch wie Heino als Metallrocker. Aber das muss auch so, denn im Premium Produkt „Erste Bundesliga“ sind authentische Fans à la longue nicht mehr gefragt. Dort wird der klatschpappen-konforme Kunde gewünscht, der einerseits viel Geld für Ticket, Frass und Merschandscheiß rauswirft und andererseits (verdammtnochmal!) Stimmung zu machen hat. Denn Stimmung macht Soccer-Entertainment medientauglich. Und darum geht's – wie sagen die verblödeten Sprechpuppen in der Glotze gern? – „am Ende des Tages“: Dass immer teurere Fernsehrechte immer mehr Kohle in die Franchisekassen spülen. Deshalb steht ja hinter diesem betrügerischen Projekt nicht der „Brausehersteller“ (der er nie war) Red Bull, sondern das Red Bull Media House. Das ist das eigentliche Zukunftsprojekt des Mateschitz: ein global agierender Medienkonzern, der sich seinen Content selbst schafft und vermarket. Die Strategie lautet: Weg von den Extremsportarten,

hin zu den Biersportarten. Drum eben das, was früher mal Fußball war. Was sich weltweit vermarkten lässt – mehr als jede andere Massensportart. Und dazu muss zunächst ein RB-Soccer-Franchise in die Champignon-Liga. Weil's die gemütlich Ösis in Salzburg verkackt haben, wird das Experiment dort sukzessive runtergefahren, damit der böseste aller Fußballkiller, die Heulsuse Rangnick, jetzt RBL MIT ALLEN MITTELN und vor allem unter maximaler Umgehung dessen, was so schön euphemistisch „Financial Fairplay“ heißt.

Wenn dieser Küpper, der Sprechsöldner des Tittensenders, über die „Wintertransfers“ des RBL filosofiert, dann hört sich das fast so an, als sei das alles normal. Gut, immerhin lässt er kurz fallen, dass der nämliche RBL insgesamt so viel für Neuverpflichtungen ausgegeben hat, wie alle anderen Zweitligisten zusammen. Er erwähnt auch, dass die teuersten Spieler dabei von RB Salzburg kamen, vergisst aber hinzuzufügen, dass da einfach Spielermaterial nach Belieben hin und her geschoben wird – alles bleibt im Konzern, Geld fließt quasi virtuell. Aber vielleicht ist das alles auch Teil der Rettung des Fußballs. Denn das Schisma des deutschen Fußballs zeichnet sich ja bereits seit der WM im eigenen Land an, sodass Ihr sehr Ergebener eine Trennung von Fußball und Soccer-Entertainment schon vor längerem prophezeit hat. Dass die aber einfach durch Auf- und Abstiege zwischen den oberen beiden Ligen vollzogen würde, darauf war auch er nicht gefasst.

Realistisch betrachtet muss RBL in die erste Liga aufsteigen wie eben auch Audi Ingolstadt. Die Erfahrung zeigt, dass die sogenannten „Traditionsvereine“, die nach längerer Abwesenheit wieder in die erste Liga aufsteigen, mittelfristig keine Chance auf den Verbleib dort haben. Dies haben Clubs wie Alemannia Aachen, der FC St. Paul, Eintracht Braunschweig und letztlich auch unsere Fortuna eindrücklich bewiesen. Diese Vereine, die weder Projekte, noch Franchises sind, schleppen eben einfach zu viel Traditionsballast mit sich herum, der eine Durchprofessionalisierung im Sinne des Soccer-Entertainments nicht erlaubt. Wenn Vorstand Paul Jäger den Verein TSV Fortuna Düsseldorf 1895 als „familiär“ bezeichnet, dann hat er Recht, sagt aber damit auch, dass EL und CL für die Fortuna in unerreichbare Sphären verschwunden ist, in denen Fans in Vereinen nichts zu sagen haben bzw. unerwünscht sind, in denen der Kontakt zwischen Spielern und Offiziellen einerseits und Anhängern andererseits nur noch formalisiert und ritualisiert stattfindet und insgesamt eine Atmosphäre wie in einem Unternehmen der Unterhaltungsbranche herrscht: hier die Akteure, da die Konsumenten.

Dass nun im aktuellen Vorstand zwei völlig unfamiliäre Nasen versuchen, die launische Diva

auf langfristigen Erfolg in der ersten Bundesliga zu trimmen, ist eine Tragödie. Wenn ein Kall permanent von Nachhaltigkeit schwafelt und ein gewisser Schulte nach aler Schalke-Schule auf ebendiese Nachhaltigkeit schießt, indem er den Kader mit Söldner auflädt, dem eigenen Nachwuchs aber keine Chance bietet, dann erreichen die damit weder den erträumten Erfolg, noch können sie damit den speziellen Fortuna-Geist am Leben erhalten. Journalisten, die zu Phrasen neigen, könnten erneut titeln: „Fortuna am Scheideweg?“ – denn die Saison 2014/15 kann nach der gestrigen Niederlage getrost abgehakt werden. Jetzt wird man den Emotionsallergiker aus dem Sauerland wieder einen Trainer kaufen lassen, der diesem dann ein paar neue Spieler schenkt, und der Vorstandsvorsitzende wird das wieder als „nachhaltig“ etikettieren. Da bleibt dem Freund der Fortuna, der Fußball haben will und nicht irgendeinen abstrakten Erfolg nur die Hoffnung, dass der neu zusammengestellte Aufsichtsrat, in dem sich eine Menge sehr engagierter Fortunen tummeln, diesem Treiben der beiden Vorstände des Grauens Einhalt gebietet – und endlich mal die Grundsatzfrage klärt: Was soll Fortuna wirklich werden? Lautet die Entscheidung „Soccer-Entertainment“, wird man auf ein Großteil der engagierten Fans verzichten und auch ohne diesen speziellen Fortuna-Geist, der in den dunklen Jahren in den untersten Ligen entstanden ist, auskommen müssen.