



FCI vs. FSV FRANKFUR]

VORWORT

(MB) Servus Schanzer!

Willkommen zum Barthelmarktsonntag im Sportpark. Bevor wir uns heute Abend in Oberstimm noch die ein oder andere Maß gönnen dürfen, geht es heute für unseren FCI gegen den FSV Frankfurt. Nach dem 1:1 beim großen FC St. Pauli folgte vergangene Woche der Rückschlag mit dem Pokalaus in der ersten Runde beim VfR Aalen. Es wurde viel verbreitet negative Stimmung vergangenen Woche, weshalb wir hier mehr auf das positive eingehen wollen: Bei beiden Auswärtsspielen haben überdurchschnittlich viele Schanzer unseren FCI unterstützt etwas auf das wir aufbauen können!

Lasst uns jetzt nicht gleich beim ersten Misserfolg zurück stecken – diese Mannschaft hat Potential und kann mit uns in ihrem Rücken Spiele gewinnen! Diese Niederlage hat lediglich gezeigt, dass die größenwahnsinnigen Stimmen, die permanent von Bundesliga-Aufstieg sprechen, mal wieder in ihre Löcher zurück kriechen sollten.

Nichtsdestotrotz ist unsere Mannschaft in der Bringschuld: Gegen den FSV Frankfurt zählt – wie jedes Jahr – nur ein Sieg! Dass das schwer genug ist haben die letzten Jahre gezeigt, weshalb wir euch dazu aufrufen, von Anfang bis zum Ende hinter der Mannschaft zu stehen und sie zu unterstützen – auch bei Rückschlägen!

In der heutigen INamorado "Barthelmarkt Sonderausgabe" warten auf euch 12 vollgepackte Seiten mit jeder Menge Berichten und Themen. Viel Spaß damit!

Fanszene-Bus zum Spiel

SG PADERBORN US FG INGOLSTADU

am: 2. September 2012

Abfahrt: 5:00 Uhr Treffpunkt: 4:30 Uhr Parkplatz Hallenbad



Preis:



Anmeldung:

per E-Mail: auswaerts@brc08.de Telefonisch: 0176/64650055 oder am Fanstand

Bus fährt erst bei 35 Anmeldungen. aktuelle Informationen: www.brc08.de

MATTORDO

GEGNERINFO FSV FRANKFURT

gegründet: 1899 **Farben:** Schwarz-Blau

Stadion: Stadion am Bornheimer Hang (10.826)

Trainer: Benno Möhlmann

Aktuelle Saison: Platz 4: 2 Spiele – 1 Sieg – 1 Unentschieden – 0 Niederlagen – 4:2 Tore –

4 Punkte

Bester Torschütze: John Verhoek (2 Tore) **Vorsaison:** 2. Bundesliga: 13. Platz, 35 Punkte

Bilanz gegen den FCI: 8 Spiele – 1 Sieg FCI – 3 Siege FSV – 4 Unentschieden



Bundesland: Hessen

Einwohner: 691.518 (Stand: 31.12.11)

Entfernung zu Ingolstadt: 249 km (Luftlinie)



(FD) Dass Hamburg und insbesondere St. Pauli ein Anziehungspunkt für Touristenfans sein würde, war jeden von uns klar. Dass allerdings 600 Gästefans den FCI in die Hansestadt begleiten würden, überraschte, vor allem, wenn man sich die niedrige Mitfahrerzahl vom letztjährigen Gastspiel in Lübeck gegen die St. Paulianer vor Augen führt.

Die Company und ihr Umkreis war mit 11 Personen gut vertreten, auch die SU war mit einem Neunsitzer angereist. An sich wären diese 20 eine gute Anzahl an Aktiven. Nichtsdestotrotz ist sie ausbaufähig, schließlich befinden wir uns mitten in den Sommerferien und die Schülerschaft hätte ja genügend Zeit. Zusammen sammelte man sich hinter der Südtribünenfahne im Gästeblock mitten in der prallen Sonne.

Um den Gästeblock allerdings zu finden, musste man eine komplette Runde mit

Fahnen Stadion laufen. Von ums hilfsbereiten Angestellten des Vereins geschweige denn einer Ausschilderung kann keine Rede sein. Ordnungsdienste, die sich selbst nicht im Stadion auskennen und Polizisten, die sich selbst zu wichtig nehmen, sind zwar schon öfter aufgetaucht, aber St. Pauli markiert von nun an den Spitzenreiter in Sachen unqualifizierte Organisation. Auf diesem Weg durchquerte man auch den "Dom", ein Hamburger Volksfest, das den Namen nicht verdient hat, denn ein Bierzelt sucht man hier vergebens, da ist uns der Barthelmarkt schon lieber.



Nach dem Einlauf versammelten sich die



MAMORDO

Spieler um den Mittelkreis, um dem verstorbenen St. Pauli- Urgestein Günther Peine zu gedenken. Ihm zu Ehren hing in der ersten Halbzeit ein Banner vor Südkurve. Im Gästeblock hingegen startete die Meute mit gutem Support, der aber wahrscheinlich gerade noch von den Auswechselspielern wahrgenommen wurde. Die bereits angesprochenen Fantouristen waren zwar im Supportbereich gestanden, konnten sich aber nicht mal zum rhythmischen Ineinanderschlagen der zwei Handflächen durchringen und beschwerten sich lieber über die Sichtbehinderung durch Fahnen. Das mitgebrachte Megaphon wurde also nicht wirklich benötigt.

Zugegeben, die Sicht unserer Hintermänner und -frauen war tatsächlich behindert durch einen guten Fahneneinsatz, der aber in der zweiten Halbzeit aus Rücksicht etwas zurückgeschraubt wurde.

Nichtsdestotrotz sollte sich die angesprochene Personengruppe in Zukunft an anderen Stellen im Block positionieren oder sich auf Sitzschalen bequemen, schließlich fällt ein schlechter Support auf die führenden Gruppierungen zurück und nicht auf jene, die unorganisiert und inaktiv im Block stehen.



Zum Spiel auf dem Rasen gibt es nicht viel zu sagen. Der Führungstreffer erzielt von Eigler, aber rasch ausgeglichen - natürlich nach einer Standardsituation. Die Braun-Weißen waren sogar überlegen, man kann also mit dem zweiten Unentschieden der Saison zufrieden sein.

1. FC HEIDENHEIM 1846 VS. VFL BOCHUM (POKAL 1. RUNDE) 0:2 (0:2)

(CV) Das von allen sehnsüchtig erwartete Pokalwochenende war endlich da. Geplant waren zwei Tage auf der Ostalb. Der FC Heidenheim musste Samstag gegen den VfL Bochum ran und wir einen Tag später gegen den VfR Aalen. Als wir nach 3 Stunden endlich in Heidenheim angekommen waren, warteten schon die HS-Jungs mit einem kleinen Feuerwerk auf uns am Bahnhof wir machten uns übers Schloss auf zum Albstadion. Bald darauf ging's dann schon ins Innere. Zu Beginn des Spiels konnte man am Zaun des Gästeblocks ein Banner bezüglich der erhöhten Ticketpreise des

FCHs im DFB-Pokal erblicken: "Topzuschlag für den Pokalfinalisten von 68 & 88!" war darauf zu lesen. Auf der Heimseite sollte eine gut ausgeführte Choreo über die ganze Osttribüne das Tageslicht erblicken. Links von der Tribüne sollten lauter Heideköpfe (Stadtwappen) verteilt werden, rechts das Logo des Fußballclubs aus Heidenheim. Am Zaun bannte ein Spruchband mit der Aufschrift "Wir sind weit gereist – haben viel gesehen – doch nichts kann gegen das hier bestehen!" Bei schon fast unmenschlichen Temperaturen legte die "Ost" einen guten Start hin.

Obwohl die Mannschaften eigentlich beide noch in der Findungsphase waren und noch keine fünf Minuten gespielt hatten, konnte man schon das 0-1, nach einer Flanke von Iashvili auf Dedic,

auf der Anzeigetafel im Süd-Westen des Stadions lesen. Ein Rückschlag gleich zu Beginn, aber Schnatterer & Co zeigten weiter den Willen und den Kampfgeist, das Spiel noch zu Gunsten des FCHs zu drehen. Unermüdlich verschafften sie sich – unter anderem auch auf Grund der Bochumer Passivität – immer mehr Spielanteile, Zählbares sollte jedoch für die Schmidt-Elf bis zum Pausenpfiff nicht herausspringen. Dafür legten die Nordrheinwestfalen noch vor der zweiten Halbzeit nach. Wieder sollte es Dedic sein, der das Runde ins Eckige beförderte.

Auch nach dem 0-2 aus Heidenheimer Sicht, stand die Osttribüne weiter hinter ihrer Elf und versuchte sie weiter nach vorne zu peitschen, um das Spiel doch noch zu drehen. Die circa 1000 Bochumer überzeugten lediglich mit gutem Fahneneinsatz. Zu vernehmen waren die



Anhänger des Zweitligisten im Osten des Stadions nahezu gar nicht.

der zweiten Hälfte drängten In die Hausherren immer mehr auf den Anschlusstreffer, Gefühlte 100 Eckbälle und ein Angriff nach dem anderen. Aber an manchen Tagen hat man kein Glück und es kommt auch noch Pech dazu. So blieb es beim 0-2.

Für uns 9 aus Ingolstadt und die HS-Jungs sollte der Tag allerdings noch nicht vorbei sein. Ein Mitglied der Hellenstein Supporters lud zur Grillparty ein. Gefeiert wurde bis in die frühen Morgenstunden. Hier noch mal ein Dankeschön für die Einladung! Nachdem wir zusammen noch gefrühstückt hatten, ging es weiter nach Aalen - das zweite Spiel des Wochenendes stand ja auch noch an.

VFR AALEN VS. FC INGOLSTADT (POKAL 1. RUNDE) 3:0 (2:0)

(CV) Nach dem Abend in Heidenheim fuhren wir mit 22 Leuten weiter nach Aalen. Dort angekommen trafen wir uns mit den Zugfahrern Ingolstadt, aus um uns zusammen bei Todeshitze zur Scholz-Arena zu schleppen. Im Stadion sollte es aufgrund des nicht vorhandenen Dachs und der brennenden Sonne inklusive 40°C nicht besser werden. Konnte man nicht ändern es ist halt Sommer. Dass aber das Wasser an dem Getränkestand bereits 10 Minuten vor Anpfiff aus war, lies einige (ver)zweifeln, ob dieser Verein wirklich zweitligatauglich ist.

In Aalen hat man zudem anscheinend noch nie einen Verein mit den Vereinsfarben Schwarz-Rot (und Weiß) als Gast gehabt. Waren Ordner wirklich am diskutieren, ob man denn solche (Zitat) "Reichs-Fahnen" (Zitat Ende) in den Block lassen dürfte. An dem Punkt wusste ich echt nicht mehr ob ich lachen oder weinen sollte...

Da man schon relativ spät dran war, wurde noch schnell der erste Wellenbrecher von uns beflaggt und dann ging's auch schon los. Guter Start mit einigen Schwenkern im

MAMORDO

Gästeblock. Ähnliches Bild auf der im Bierzelt oder wie man die Heimtribüne auch immer nennen will. Fahnenmeer in Schwarz und Weiß. Doch so plötzlich es gekommen war, genauso plötzlich war es auch wieder weg.

Das Spiel verlief für unseren Fußballclub ziemlich unglücklich. Verfügte man das ganze Spiel über über die besseren Spielanteile, musste man bereits in der 15. Spielminute das 0-1 hinnehmen. Als "Weckruf" verstanden das unsere Schwarz Roten allerdings auch nicht. Der VfR zog ein ähnliches Spiel auf, wie der FCI in der Rückrunde. Sie standen hinten kompakt und nutzen vorne die wenigen Chancen, die sich boten. Wir versuchten unsere Elf weiter nach vorn zu peitschen und die Feuerwehr uns mit kühlem Wasser vor dem Hitzetod zu bewahren. Wie neu belebt gaben wir noch mehr Gas. Es ging schließlich um den Einzug in die Zweite Runde. Plötzlich verließen die



Spieler das Feld, nachdem man sich kurz gewundert hatte, wurde man aufgeklärt, dass es lediglich eine kurze Trinkpause geben sollte. Nach 32 Minuten zeigte Schiri Unger vor nur 3027 Zuschauern (ging ja um nix für Aalen) auf den Elfmeterpunkt. Nur leider gegen uns. War das schon die

Vorentscheidung? Dausch gegen "Rambo" Özcan. Gehalten! Normal müsste man denken, eine Aktion wie diese beflügelt die Mannschaft noch einmal. Jedoch nutze Aalen nach nur 2 weiteren Minuten in Form von Dausch die Gelegenheit zum 2-0. Unser FCI weiterhin überlegen.



Auch in der Zweiten Hälfte sah es mehr nach Handball wie Fußball aus. Immer wieder wurde aus Ingolstädter Sicht um den Kasten der Schwaben gespielt. In der 93 schossen die Schwarz-Weißen noch das zum Endstand führende 3-0. Aus Fansicht muss man sagen,

> dass der Support gegen Ende der zweiten Hälfte aus unserer Sicht extrem nachließ, was wohl zum einen dem Wetter und zum andern dem **Ergebnis** zuzuschreiben ist. Der Aalener Anhang begnügte sich damit, unsere Freunde gegen Heidenheim und uns zu pöbeln. Ansonsten ist auch wirklich nicht viel bei uns angekommen. Nach dem Abpfiff und dem damit verbunden Frust bei vielen

Gästefans ging's zügig wieder Richtung Bahnhof, wo wir uns recht bald von unseren Freunden verabschieden mussten. Danke für ein extrem geniales Wochenende – auch wenn es sportlich alles andere als von Erfolg gekrönt war!

HS & BRC!

MAS HAT DAS NOCH MIT FUBBALL ZU TUN? WIE RED BULL UNSEREN SPORT ZERSTÖRT

(FD) Für Dienstag hatte unsere Elf ein kurzfristig anberaumtes **Testspiel** vereinbart. An sich keine große Sache, schließlich wurde das schon öfter so gemacht und dient letztendlich Trainingseinheit für Reservisten und Wiedergenesene. Der Gegner hingegen dürfte so manch einem Fußballfan die Gesicht treiben. In Schamesröte ins Aschheim traf auf den man österreichischen Ableger der Red Bull Vereinsarmada aus Salzburg, der 2005 aus der Austria Salzburg entstanden ist. Damals ließ der Investor verlauten: "Keine Kompromisse. Das ist ein neues Team, ein neuer Klub. Es gibt keine Tradition, es gibt keine Geschichte, es gibt kein Archiv." (fri, DER STANDARD Printausgabe 2. August 2005). Man gab somit alle Elemente eines Fußballvereins auf, mit denen sich Fans identifizieren konnten. Als Fan des echten Volkssport Fußballs muss dies kritisch beleuchtet werden, was ich mit den folgenden Zeilen tun möchte.

Die Austria aus Salzburg stand am Anfang ganzen Übernahmeserie einer von durch Vereinen den Brausegetränkehersteller. Mittlerweile ist Bull bei Eishockev-Fußballvereinen in der ganzen Welt tätig. New York Red Bulls, Red Bull Brasil, Red Bull Ghana, EC Red Bull Salzburg, RB Leipzig und neuerdings auch EHC Red Bull München: Bei allen handelt es sich Sportunternehmen, die fremdgesteuert die Werbetrommel rühren sollen. Wenn man sich die Gemeinschaftshomepage dieser Vereine *redbulls.com* ansieht. bekommt man ein Gefühl dafür, wie wenig Platz für ein sonst typisches individuelles

Auftreten der jeweiligen Vereine ist. Auf jedem Emblem sind die roten Bullen vor dem gelben Kreis auf weißen Grund zu sehen, darüber der Schriftzug Red Bull und darunter der jeweilige Name des Ortes. Zwischen den zwei Bullen wird ein für die Sportart signifikantes Symbol (Fußball, Eishockeyschläger) verwendet, um zu zeigen, welchen Sport dieser "Verein" betreibt. Komplementiert wird das Ganze von einer dunkelblauen Umrandung. Alleine dieses Beispiel zeigt auf, wie sich angesprochene Clubs in das Red Bull Marketingkonzept aus Österreich zwängen müssen.

Der Konzern Red Bull will kein herkömmlicher Sponsor sein. Er will mehr. Normale Geldgeber nehmen in der Regel keinen oder nur wenig Einfluss auf die Geschicke des Vereins. Red Bull hingegen reißt sich einen ganzen Verein unter der Nagel und steuert diesen nach Belieben.

Um das gesamte Engagement von Red Bull zu beschreiben, bräuchten wir vermutlich mehr Platz, aber allein am Beispiel der gekauften Vereine sollte deutlich werden, welchen Anspruch Red Bull hat: Einen Club aufzusaugen und ihm einen völlig neuen Stempel aufdrücken, nämlich den Hierbei ist Gegenwind oder eigenen. Kritik nicht erwünscht und wird radikal unterdrückt. Bei Austria Salzburg wurden damals willkürliche Stadionverbote für Mitglieder der "Initiative Violett Weiß" verhängt, auch der Fanbetreuer wurde aus dem Verein geekelt. Der deutsche Red Bull Vertreter Leipzig hatte Stand RB September 2011 nur neun wahlberechtigte Mitglieder, da ein

immens hoher Mitgliedsbeitrag zu zahlen war, den sich "normale Fans" nicht leisten können. Auch bei Neuaufnahmen werden Anträge ein halbes Jahr oder länger bearbeitet und können ohne weitere Probleme abgelehnt werden. Hier wird deutlich, dass die Verantwortlichen keinen Wert auf Mitbestimmung von außen (also den Fans) legen.

RB Leipzig stellt einen Sonderfall dar, denn die Verantwortlichen mussten hier einige Umwege auf sich nehmen, um tatsächlich für den Spielbetrieb zugelassen werden. Laut §15 der DFB-"die Änderung[...], Satzung wäre Ergänzung[...] oder Neugebung von Vereinsnamen und Vereinszeichen zum Zwecke der Werbung [...] unzulässig.". Genau dies tat Red Bull. Irritierenderweise verstoß der Sächsische Fußballverband (SFV) gegen die eigenen Gesetzen auf eklatante Art und Weise und winkte einen leicht veränderten Entwurf nach einer vorher abgelehnten Version ab und auch die 50+1 Regel wurde durch findige Rechtsverdreherei umschifft. Unbefangenheit des SFVs kann hier definitiv infrage gestellt werden, denn Red Bull könnte der ansonsten maroden ostdeutschen Fußballlandschaft neuen Glanz verleihen.

Nicht nur die Sportwelt wird von Red Bull unsicher gemacht: Auch mehrere Medien werden direkt vom Unternehmen herausgegeben. Servus TV, der hauseigene Fernsehsender, erwarb die DEL-Übertragungsrechte zur etwa gleichen Zeit mit dem EHC München. Ein Schelm, wer Böses dabei denkt.

The Red Bulletin (Magazin) berichtet über Sport, Lifestyle und richtet sich in erster Linie an eine männliche Zielgruppe. Es wird an deutschen Hochschulen verteilt und erscheint zudem als Beilage in der *Leipziger Volkszeitung*. Es hat momentan eine 406.000 fache Auflage, und das alleine in Deutschland. Berichtet wird selbstverständlich aus der Sicht von Red Bull. Aber das nur nebenbei.

Das Marketing von Red Bull ist sehr stark auf Assoziationen ausgelegt. Positive, aufregende Momente, die bei Sport, Konzerten und ähnlichem auftreten, sollen mit Red Bull in Verbindung gebracht und damit positive Gefühle vermittelt werden. Zudem will sie in iede Pore des menschlichen Lebens eindringen und veröffentlicht Neuigkeiten eigens geschaffenen Informationskanäle. Dafür soll die Marke stehen, für eine konsumorientierte. hedonistische Abenteuergesellschaft.

Im Prinzip sind dies aber alles keine tatsächlichen Emotionen, sondern lediglich künstlich Geschaffene, die herbeigeführt werden sollen, um das Produkt, die blau- weißen Dosen, besser vermarkten zu können. Dies steht im Gegensatz zu realen Gefühlen, wie man sie in anderen Stadien vorfindet, in denen Emotionen keinen direkt kommerziellen Zweck erfüllen.

Und da auch das Fußballgeschehen teilweise total langweilig ist und das doch so gar nicht zu Red Bull passt, müssen eben Sportarten gefunden werden, die irgendwie noch aufregender sind. Was liegt da näher, als solche zu erfinden, die nicht zu kompliziert, damit für jeden verständlich und zudem möglichst extrem und waghalsig sind. So geschehen bei "Red Bull Crashed Ice", wo Menschen auf Schlittschuhen einen Hang hinunterrasen. Dabei ständig im Bild: Dieses ominöse Logo mit zwei Bullen und der auf- (oder unter-)gehenden Sonne. Unterschwellig

IAMORDO

werden damit die Marke und das Event miteinander verknüpft, um beim Beobachter einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

Fans und Verantwortliche anderer Vereine sehen dieses Engagement durchaus kritisch. Christian Heidel vom FSV Mainz 05 äußerte sich in 11Freunde kritisch gegenüber RB Leipzig. befürchtet, dass durch die akzeptierte Übernahme des SSV Makränstadts durch Red Bull (daraus wurde dann RB Leipzig gegründet) ein Exempel für andere Investoren statuiert wurde, welche die 50+1 Regel des DFB weiter untergraben könnten.

Fans vieler Vereine wie etwa Union Berlin oder Hessen Kassel verhinderten bereits Testspiele gegen Red Bull Vereine durch E-Mails, Spruchbänder u. Ä. an den Verein, nahezu jede Fanszene läuft Sturm, sobald bekannt wird, dass ihre Mannschaft gegen eine Bullenelf spielt. Die Zahl der Sympathisanten des Red Bull- Models dürfte sich daher auf ein Minimum beschränken.

Diese Einstellung ist nicht auf Neid des Geldes oder Erfolges wegen zurückzuführen, viel eher soll es den Verantwortlichen des Fußballunternehmens jederzeit vor Augen

führen, wie wahre Fußballfans das Konzept dieser Marketinggenies verabscheuen, in jeder Saison, bei jedem Spiel, in jeder Sekunde.



Denn eines unterscheidet die Red Bull Vereine ganz deutlich von anderen Clubs: leder dieser traditionellen Vereinen sehen Sponsoren als Mittel zum Zweck des sportlichen Erfolgs. Red Bull hingegen sieht den Sport und erfolgreiche Mannschaft als Mittel zu gesteigerten Verkaufszahl, zu höherem Absatz und einer stärkeren Markenprofilierung. Dies Spieler degradiert die zu bloßen Werbefiguren und ist nicht mit unserem Verständnis von Fußball (-kultur) zu vereinbaren.

Aus diesem Grund durfte jeder der Red Bull Söldner aus Salzburg am Mittwoch unsere Meinung zu ihrem "Verein" lesen. Neben der Sektion Allesfahrer- Fahne hing das Spruchband mit dem klaren Signal: "ANTI RB!".

IMPRESSUM

Das Magazin INamorado ist kein Erzeugnis im presserechtlichen Sinne, sondern ein Rundschreiben an Mitglieder und Freunde der Gruppe BRC '08 sowie Fans und Anhänger des FC Ingolstadt 04. Herausgeber ist die Fangruppe Black Red Company, nicht der Verein FC Ingolstadt 04. Für die Inhalte der Texte sind ausschließlich die Verfasser der Texte verantwortlich. Die Redaktion distanziert sich von jeglicher Form von Gewalt, Sachbeschädigung und sonstiger Straftaten.

Das Magazin ist bei Heimspiel des FC Ingolstadt im Sportpark auf der Südtribüne (Blöcke U+V) und am Fanstand erhältlich, sowie als Download in digitaler Form auf der Homepage www.brc08.de Alle Rechte vorbehalten.

Bilder: brc08.de, aquileia.blogsport.de, facebook.com/Ralph.Gunesch

Redaktion: Martin B., Chrisi V., Flo D. **Kontakt:** <u>inamorado@brc08.de</u>

IAMORDO

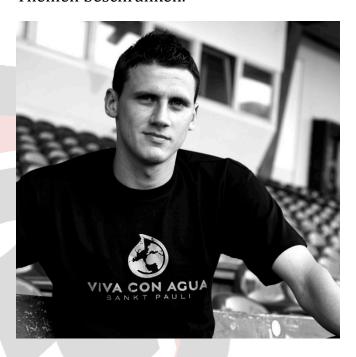
IM GESPRÄCH MIT RALPH GUNESCH

(MB) Es gibt solche und solche Spieler: Die Spieler, die kommen und gehen, die ihren Job mehr oder weniger gut machen und irgendwann weiter ziehen und maximal eine sportliche Lücke hinterlassen und anderswo eine bessere (finanzielle) Perspektive gesehen haben. Aber es gibt sie noch, die "Typen", Identifikationsfiguren, Publikumslieblinge.

Genau so einer ist Ralph "Ralle" Gunesch beim FC St. Pauli, den Verein den er immer im Herzen tragen wird, wie er selbst sagt. Dass es Ralph um mehr geht als nur mal durch Fußballspielen Geld eben verdienen merkt man schnell, wenn man mit ihm spricht. Genau das haben wir nur einen Tag nach der Pokal-Niederlage in Aalen getan. Es ist kein starres Interview kurz nach dem Training sondern Abends Innenstadt eine zweieinhalb der stündige Diskussion über die verschiedensten Themen von sportlichen Aussicht des FCI über den St. Pauli-Kult und die einzigartige Fanszene bis hin zu seiner Vision in Ingolstadt, seinem Autotick und die klassische Frage nach dem Thema Pyrotechnik.

Man hat nicht das Gefühl mit einem abgehobenen Fußballprofi zu sprechen, sondern vielmehr mit einem sympathischen Mann, der sich voll mit seinem Beruf identifiziert und sich für alles was damit zusammenhängt begeistert. Für uns ist es eine komplett neue Erfahrung einen so faninteressierten -kompetenten Spieler beim Ingolstadt zu haben. Es macht Spaß mit ihm zu diskutieren, seinen Erfahrungen aus acht Jahren St. Pauli zu lauschen und

gleichzeitig über die vorhandenen Strukturen in Ingolstadt zu sprechen. Es würde zu weit gehen, das gesagt Gespräch hier zu dokumentieren, weshalb wir uns auf einige Aussagen zu verschiedenen Themen beschränken.



Ralph Gunesch über...

... die Trikot-Aktion zusammen mit Fabian Boll (siehe Kasten):

"Ich habe mit Fabian Boll über Jahre hinweg zusammen gespielt und wir sind immer noch beste Kumpels und haben gemeinsam viele Höhen und Tiefen erlebt. Für das Spiel in St. Pauli war klar, dass wir die Trikots tauschen würden, jedoch haben wir überlegt, ob wir daraus nicht noch etwas machen können. Da ich immer noch sehr viel Bezug und Kontakt zur Fanszene des FC St. Pauli habe und mich sehr dafür interessiere habe ich von den Fanräumen im Millerntorstadion erfahren, die finanzielle Unterstützung für Miete etc. benötigen.

Ich habe aber von Anfang an gesagt, dass

wir das Geld aufteilen, sodass die eine Hälfte nach St. Pauli und die andere Hälfte hierher nach Ingolstadt geht, weil ich jetzt hier spiele und ich schnell gemerkt habe, dass es auch hier einen Kern gibt, der nicht nur ins Stadion kommt, um sich das Spiel anzuschauen sondern der auch mitgestalten möchte. Wie wir das Geld letztendlich hier verwenden klären wir zur Zeit noch - das Ziel ist, dass so viele Fans wie möglich davon profitieren können."

... den Wechsel von St. Pauli zum FCI:

"Ich war fast acht Jahre bei St. Pauli und ich trage den Verein immer noch im Herzen und Hamburg ist für mich meine Wahlheimat. Aber so wohl ich mich dort fühle – ich bin immer noch Fußballer und noch in einem Alter, in dem ich noch für einige Zeit auf einem körperlich hohem Niveau spielen kann. Dieses Spielen wurde mir allerdings in der letzten Zeit bei St. Pauli immer weniger ermöglicht, sodass ich mich über den Anruf aus Ingolstadt

sehr gefreut habe. Ich muss dazu sagen, dass wenn der Anruf von woanders gekommen wäre ich wahrscheinlich nicht gegangen wäre. Aber hier sehe ich eine gute Perspektive und vor allem auch eine klare Aufgabe für mich, die ich hier angenommen habe und deshalb war es für mich rein der sportliche Reiz."

... die sportlichen Ziele mit dem FCI:

"Die letzten beiden Jahre haben gezeigt wie es laufen kann, deswegen ist vielleicht erst einmal ein bisschen Bescheidenheit angebracht. Es ist immer nett sich hohe Ziele zu setzen, aber es geht vor allem darum dort anzuknüpfen, wo wir in der Rückrunde aufgehört haben und darauf aufzubauen. Aber vor allem bei Aussagen wie in ein bis zwei Jahren erste Liga zu spielen möchte ich mich zurück halten, weil ich weiß wie schwer ein solcher Prozess ist und den nächsten sportlichen Schritt zu machen und sich zu etablieren."



Fabian Boll und Ralph Gunesch verlosen ihre Trikots vom Aufeinandertreffen am zweiten Spieltag . Jeder der 5€ (oder mehr) auf das Konto von Ralph Gunesch mit der Nummer 062648102 bei der Deutschen Bank (BLZ 20070024) überweist, nimmt automatisch an der Verlosung teil. Einsendeschluß ist der 2.9.212. Der Erlös geht zu 50% nach St.Pauli (Fanräume/Fanladen) und zu 50% nach Ingolstadt (Fanraum).

Weitere Informationen:

http://www.facebook.com/Ralph.Gunesch

