



ANDREAS KOOP

ist Grafikdesigner und führt seit 15 Jahren ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Unter dem Begriff »oekoop« werden dort zudem ökologisch sinnvolle Gestaltungslösungen entwickelt. Nebenbei engagiert sich Andreas Koop als Dozent, Autor und in einer sich derzeit konstituierenden Designforschung.

www.designgruppe-koop.de

Böses Fou!

Der Fußball ist schon ein merkwürdiges Phänomen – für die einen bedeutet er die Welt, den anderen entlockt er höchstens Verwunderung. Betrachtet man all dies so neutral wie möglich, irritiert zumindest eines, das aber recht grundsätzlich: die Embleme der Vereine.

Kreise (vorwiegend), Rauten und klassische Wappenformen – allen gemein ist eine Art »Geschlossenheit« der Form, vielleicht weniger einer symbolischen Einheit geschuldet als der zentralen Anwendung als Aufkleber, Aufnäher und eben einem Zeichen, das alleine für sich selbst stehen können muß. Womöglich hatte auch die Gründungszeit vieler Clubs einen elementaren Einfluß auf die Gestaltung der »Embleme«: eben wie die Wappenform, heraldische Elemente, Farben der Stadt oder Region et cetera. Das paßt durchaus zu den Namen wie »Ballspielverein Borussia 09« bei Dortmund, dem »Braunschweig(er) Turn- und Sportverein Eintracht von 1895 e.V.« oder zu Wolfsburg, dem »Verein für Leibesübungen«. Die meisten der großen Clubs entstanden in der zweiten Hälfte des Kaiserreiches. Jetzt wäre das alles ja nicht verwunderlich, würden sich nur ein paar Sportsfreunde am Samstag treffen, um ein wenig mit dem Ball zu spielen.

Immerhin gibt es ein paar Embleme, die eine gewisse visuelle Kraft haben, eine Dynamik und formale Konsequenz. Da wäre als bestes Beispiel wohl der »HSV« zu nennen, wo drei Rauten auf blauem Rechteck nicht nur das kühl Hanseatische zeigen, sondern echte »Branding«-Qualitäten entwickeln. Hannover 96 immerhin hat einen gewissen Schwung im Zeichen, visualisiert das ewige Hin und Her und verzichtet ebenfalls auf allzuviel Beiwerk. Beim BVB 09 weiß man nicht recht: Ist es Reduktion und Klarheit – oder doch nur eine Form der Einfallslosigkeit?

Ähnlich schlicht kommt »der Club« daher, wobei die Nürnberger auf Spatio- nierung deutlich weniger Wert legen. Selbst der Markt- und Tabellenführer FC Bayern München zitiert lediglich bayerische Heraldik und ergänzt einen roten Rand mit versaler Schrift, die etwas eckig um den Kreis läuft. Bayer 04 Leverkusen, gänzlich im Besitze der Bayer AG, ist eine Art Unternehmensverein. Das wird im Wappen auch sichtbar: In einem Kreis ist das Signet des Konzerns schwarz auf weiß zu sehen, gehalten und umrandet von heraldisch anmutenden Löwen und Spruchbändern.

Es gibt aber wirklich noch viel schlimmere Zeichen als die der momentanen Erstligisten; so der 1. FC Union Berlin mit einer nach links geneigten anti-dynamischen Schrift, rot mit gelber Outline, oder die Spielvereinigung Greuther Fürth mit dreiblättrigem Kleeblatt (kann ja kein Glück bringen) und einem historischen Schuh – witzigerweise steht bei Wikipedia zum Copyright dazu: »Erreicht nicht die nötige Schöpfungshöhe, um Urheberrechtsschutz zu genießen, jedoch markenrechtlichen Schutz«. Wohl wahr.

Blickt man auf den FC Ingolstadt, ein erst 2004 gegründeter Verein, bestätigt sich die anscheinende Notwendigkeit zur Tradition – ob es sie nun gibt oder nicht. Dabei sticht vor allem die Schrift ins Auge – die kennt man eher aus dem Motorsportbereich; für den Fußball ist sie, auch wegen des konsequenten Rot-Weiß-Schwarz, irritierend. Welches Emblem wirklich die Qualitäten eines »richtigen« Signets erreicht, ist das der 2000 neu gegründeten Fußballabteilung des SSV Jahn Regensburg (der ungute »Turnvater« gab 1907 den Namen). Mit einer formal auf das Minimum reduzierten Wappenform und typografischem Zeichenkonstrukt.

Tradition hat offensichtlich Gewicht. Denn so wenig, wie man den Namen des Vereins ändert, so vorsichtig agiert man auch bei den Zeichen und Emblemen. Ohnehin erscheinen die Vereinsfarben fast wichtiger, präsenter und gerade in der Masse wirkungsvoller. Für das Merchandising freilich ist das Wappen unverzichtbar – schaut man sich diese Produkte an, muß den Fans aber tatsächlich Respekt gezollt werden: Da ist ein Ding grauenvoller als das andere! Anders mag das bei »inhabergeführten Vereinen« sein, also dort, wo russische Ölmilliarden das zentrale Element (und Argument) sind. Wer zahlt, schafft an – Diskussionen sind weniger gefragt. Im Gegensatz zum VfB Stuttgart, der sein 1998 überarbeitetes Wappen in Kürze wieder zurücknehmen wird: die Fans konnten damit nicht leben! Vielleicht, weil es zu viele Tattoos mit dem alten gab oder andere irreversible Anwendungen. Jedenfalls hätte die Politik hier schon einen Vorgeschmack für wirkliche Großvorhaben bekommen können: Dem »Wutbürger« ging im Ländle der »Wutfan« voraus.

Doch wie auch immer, auf der einen Seite scheint die Tradition zu siegen – und auf der anderen ihr Kollege: die Gewohnheit. Über die Vereinsemlen denkt wahrscheinlich kaum ein Mensch nach, die eigenen Fans vermutlich schon gar nicht und die Zeichen der anderen sind ohnehin nur Feindbilder, egal wie gestaltet. Auch der sportliche Erfolg wird kaum an diesen Zeichen hängen. Schon eher ist dieser mit den Sponsoren verknüpft, bei denen man wenig wählerisch erscheint. Aufs Trikot kommt, wer genug zahlt. Anders wäre Gazprom kaum Geldgeber von Schalke 04 oder würden die Werder Bremen-Spieler dabei helfen, der Geflügel-Fabrik Wiesenhof ein positiveres Image zu verleihen. Selbst der Kaiser nimmt's von allen: Er ist »Sportbotschafter« des Verbandes Russischer Gasproduzenten!

Im Grunde ist das mit den merkwürdigen, durchwegs abstiegsgefährdeten Emblemen recht einfach: Sie alle kommen aus Zeiten, als es um den Sport ging, genauer gesagt, den Breitensport, um Spaß am Spiel ohne jede kommerzielle Dimension. Das hat sich grundlegend geändert. Heute sind die führenden Fußballvereine millionenschwere Firmen, börsennotierte Unternehmen – und wollen vermutlich genau deshalb lieber volksnah und bodenständig daherkommen.

Anmerkung: Aus Urheberrechtsgründen wurde darauf verzichtet, die Signets als Grafik abzubilden. Unter Wikipedia finden sich aber zu allen Vereinen die vollständigen Namen, das Gründungsdatum wie auch das Wappen/Emblem (nebst der ausführlichen Geschichte, den Erfolgen ...).