

„Wir haben Spaß am Anderssein“

Der „Akademiker-Fanclub 1899 Hoffenheim“ wurde 2007 gegründet – In Deutschland einmalig mit dem Motto „Vivere vincere est“

Von Hans-Joachim Of

Sinsheim-Hoffenheim/Heidelberg. „Als die TSG Hoffenheim im Jahre 2007 auch mit ihrem ganzen Konzept in der Republik relativ neu war, wollten wir dem in Nichts nachstehen und gründeten in Heidelberg den heute rund 50 Mitglieder zählenden Akademiker-Fanclub 1899 Hoffenheim“, erzählt Heiko Walkenhorst.

Der „Executive Chief Creative Officer“ ist hauptberuflich als Marketing-Konzepter, Dozent und Werbetexter mit eigener Kreativ-Agentur in der Neckarstadt tätig. „Schließlich waren wir alle über 40, hatten beruflich und privat in unserem Leben so manches erreicht. Da war es an der Zeit, etwas ganz anderes zu machen, einen Namen zu kreieren sowie ein passendes Erscheinungsbild zu finden“, sagt der Mann, der zusammen mit Silke Sauer und Karl Denz die Vorstandsspitze bildet.

Die Idee mit dem Clubmotto „Vivere vincere est“ („Leben heißt nicht nur leben, sondern gut leben“) sei ziemlich einzigartig in Deutschland. „Als wir vor 15 Jahren zusammenfanden, hatten wir neben der Liebe zum Fußball nur eines gemeinsam. Wir waren alle mal auf einer Hochschule“, teilt Walkenhorst mit, sagt klar und deutlich: „Ich gehe am Wochenende lieber ins Stadion, als auf eine Vernissage.“ Überhaupt: Die Akademiker haben Spaß am Anderssein und meinen augenzwinkernd: „Wer alles zu ernst nimmt, ist nicht ganz ernst zu nehmen.“ Auch ihre „Spielberichte“ sind anders und haben lediglich am Rande mit Fußball zu tun, wie es in ihrer „Constitutio“, lateinisch für „Verfassung“, auf ihrer Homepage heißt.

Walkenhorst philosophiert: Der klassische Fan gebe sich im Stadion gerne „latent proletarisch, obwohl es da ja auch nicht weniger Studierende gibt“. Die Kurve werde „als Sehnsuchtsort vergangener Jugendlichkeit aus der selbstrealen Konventionalität“ gesehen, in der man sich „den Mief des eigenen professionellen und womöglich privaten Seins“ mit „Worschd un Bia aus Körper und Geist“ verdränge, „wo man das einen sonst bestimmende Über-



TSG-Profi Sebastian Rudy (2. v. l.) und TSG-Geschäftsführer Prof. Jan Mayer (3. v. l.) mit Serena Schick (l.) und Dr. Wolfgang Schick (r.) vom Akademiker-Fanclub. Foto: privat

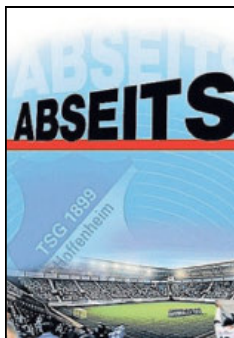
Ich des Alltags“ los werde und zum „reinen Ich“ zurückkehre. „In seltenen Fällen entdeckt da mancher das eigene Unter-ich“, findet er. „Wir hatten ein solches Bedürfnis nicht. Auch scheint uns die Selbstproletarisierung auch nicht so erstrebenswert. Warum es also nicht andersrum versuchen?“

Natürlich löse das zuerst bei manchen große Widerstände aus, aber das dürfe einen nicht kümmern. Viel schöner sei es doch, wenn man die durch „normales“ Auftreten auflöse. Alles in allem, meinen die Akademiker, leisten sie mit ihrem Namen und Wappen einen Beitrag zur Popularitätssteigerung der TSG Hoffenheim. „Und sei es nur, wenn man Popularität mit Bekanntheit übersetzt.“

Die Höhepunkte im Club bisher? „Unser Sein ist für uns noch immer ein Dauer-Highlight. Natürlich auch einzelne Erlebnisse wie das 1:2 in Dortmund, die Champions-League-Auswärtsfahrten und das Engagement einzelner Club-

mitglieder für die Aktion ‚TSG hilft‘“. Negative Erlebnisse hatte der Fanclub bei einer Reise nach Gelsenkirchen: „Beim Spiel um die Deutsche A-Jugend-Meisterschaft stürmten ein paar Schalker in den ungesicherten Block und bewarfen zudem den Bus mit Steinen.“ Am krassen sei jedoch der Angriff mit Jauche von einer Mannheimer Brücke gewesen, als der Fan-Tross mit dem Schiff zur Auswärtsfahrt nach Mainz unterwegs war: „Nicht schön“, kommentieren die Akademiker knapp.

Sie treffen sich bis zu zehn Mal im Monat „mal hier, mal da“ und bei den internen Weihnachtsfeiern wartet auf die Clubmitglieder stets der „Akademikertaler“. Ein festes Clublokal gibt es jedoch nicht. Bei den Heimspielen ist man im besten Fall im gleichen Block. Überhaupt: Die Fanszene bei der TSG sei in Sachen Außen-darstellung ziemlich moderat und nicht so schlimm, wie es manchmal scheint, wenn man die vermeintlich größte Fan-



gruppe auf Facebook verfolge. Walkenhorst: „Hier gibt es neben den ganz normalen Hosianna-Beiträgen und Wasserstands-meldungen, also Hinweisen aus der Gerüchteküche rund um den Verein, auch unglaublich viele Trolle, die ihre Aufmerksamkeit vor allem aus Inkompetenzvorwürfen gegenüber dem Trainer oder gegen Spieler erheischen wollen und diese auch bekommen.“

Und wofür steht die TSG Hoffenheim? Den sogenannten Dorfverein wolle man dort nicht hören, weil man befürchte, er mache das Erreichte klein. „Doch das Gegenteil ist der Fall. Hier entstand und entsteht immer noch aus etwas Kleinem etwas sehr Großes. Ein früherer Unterligist schaffte es bis in die Champions-League. Die Akademie bringt in schöner Regelmäßigkeit Profis und Nationalspieler hervor, und das Frauenteam ist auch erfolgreich.“ Walkenhorst kommt mit dem früheren Bonmot von Berti Vogts und sagt: „Bei der TSG ist die Dichte an der Spitze breiter geworden.“

Leider habe die TSG in der Republik nicht die Presse, die sie verdient hätte. „Dietmar Hopp als Hassfigur bietet als Narrativ wohl mehr Leserpotenzial als die des guten Mannes von nebenan“, vermutet Walkenhorst. Dabei meinen die Akademiker nicht all die Millionen an Spenden, die er für gemeinnützige Zwecke gerade zum Wohl der Älteren und Kinder ausgibt, da er dies bekanntlich außerhalb des Vereins mache. „Es gibt keinen Verein, der sich so sehr um die kleinen Clubs in der Nachbarschaft kümmert, als die TSG Hoffenheim. Mehr als eine Million Euro konnte die ‚TSG hilft‘ an diese Clubs vergeben. Durch das Geld des Vereins, der Spieler, der Vereinsführung, der Fans.“ Das sei gelebte Solidarität mit der Region. „Dies ist Verantwortungsübernahme statt Mundvollnahme.“

Und wo landet die TSG am Saisonende? „Hoffentlich nicht auf der Schnauze“, feixt Walkenhorst. „Zu Beginn sah es nicht so gut aus, dann hat man sich gefangen und gesteigert. Sie werden vielleicht auch wieder fallen. Vielleicht nicht in den Topf mit dem Zauberspruch, aber in einen der UEFA.“