

erstellt am: 27.02.2008

URL: www.rp-online.de/public/article/viersen/537588/So-entsteht-das-Fohlenecho.html

Kreis Viersen

So entsteht das Fohlenecho

VON CHRISTIAN SPOLDERS

Seit mehr als 40 Jahren gibt es das Stadionheft der Borussia regelmäßig zu jedem Heimspiel. Die Auflage ist mittlerweile auf 40 000 Exemplare gestiegen. Wir haben den Machern des Hefts über die Schultern geschaut.

Vor dem Anpfiff eines Heimspiels haben die meisten Zuschauer im Borussia-Park es schon zusammengerollt in den Händen, gefaltet in der hinteren Hosentasche oder ordentlich verstaut im Rucksack: das Fohlenecho. Seit mehr als 40 Jahren gibt es das Stadionheft des Fußball-Zweitligisten regelmäßig zu jedem Heimspiel. Bereits am Freitag vor dem Spielwochenende flatterte die Vorschau auf den Start in die Rückrunde in mehrere tausend Briefkästen in ganz Deutschland. „Seit etwa sieben Jahren schicken wir das Fohlenecho kostenlos an unsere Mitglieder“, sagt Markus Aretz, Borsussias Pressesprecher. „Seitdem ist die Auflagenzahl in die Höhe geschossen.“ Ganze 40 000 Exemplare werden vor und während des Spiels an die Fußball-Fans verteilt. Im Stadion kostet das knapp 80-seitige Magazin einen Euro.

Einer, der nicht ganz unbeteiligt am Inhalt des Fohlenecho ist, ist eben Markus Aretz. Seit 1999 ist der 41-Jährige, gemeinsam mit Markus Friebe aus der Marketing-Abteilung Borsussias, verantwortlich für die Zeitschrift. Andere Bundesligisten lassen ihr Stadionmagazin von Agenturen schreiben. Das Fohlenecho entsteht in den Räumen der Geschäftsstelle. „Wir sind im Borussia-Park ganz nah dran an den Teams und bekommen alles mit“, sagt Aretz. „Wir schreiben die Texte selbst.“ Wir – das sind Aretz, Patrik Domanski, Ingo Rütten und Timm Rüb.

Zweieinhalb Wochen vor einem Heimspiel entscheidet die Redaktion, wer welche der in der Sommerpause festgelegten Rubriken mit Geschichten füllt. Wer führt das Interview mit einem Spieler? Wer kümmert sich darum, die Gäste-Mannschaft vorzustellen? Wer blickt auf die Spiele der Jugendteams zurück? „In unserem Archiv können wir bis 1965 genau nachschlagen, welche Themen in welcher Größe behandelt wurden“, sagt Aretz. So würde gewährleistet, dass das Heft abwechslungsreich bleibt und niemand zu kurz komme. Darum gibt es alle zwei, drei Jahre einige Veränderungen. „In ‚Im Fokus‘ nehmen wir seit dieser Saison Zweite Ligen im Ausland unter die Lupe“, sagt Aretz. „Außerdem haben wir die Informationen über die Gäste und die nächste Auswärtsfahrt ausgeweitet.“

Bis eine Woche vor dem Heimspiel müssen die Texte fertig sein. Dann gehen die Artikel gemeinsam mit den Fotos an „ProSatz“. Das Unternehmen gleich in der Nachbarschaft des Nordparks fügt alles zu einer Rohfassung des Fohlenecho zusammen. Eine Düsseldorfer Agentur schickt Ideen zur Titelseite mit Sprüchen wie „Die Mannschaft brennt – und ihr feuert sie an“. „Wir entscheiden aber, ob wir den Vorschlag noch verändern möchten und welcher es schließlich auf die Titelseite schafft“, sagt Aretz. Am Montagabend, nach der Korrektur und der Aktualisierung der Statistiken, steht die Ausgabe. Zuletzt wird das Vorwort des Präsidiums oder der Sportlichen Leitung geschrieben. „Spätestens Dienstag müssen die Seiten bei der Druckerei in Aschaffenburg sein.“ Mittwochnacht wird gedruckt, am frühen Donnerstag ist die fertige Stadionzeitschrift in Gladbach. „Und dann geht das Fohlenecho auch schon raus an die Mitglieder“, sagt Aretz.

Die anderen Zuschauer kaufen es im Stadion. Und wer das Fohlenecho beim Anpfiff noch nicht ausgelesen hat, der steckt es ein und liest es in Ruhe zu Hause weiter.

© RP ONLINE GmbH 1995 - 2008

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der RP ONLINE GmbH

Nachrichten aus **Viersen**, Brüggen, Nettet, Niederkrüchten, Schwalmatal

Artikel drucken [»](#)