

Andrei Zhdaniuk / Андрей Жданюк (Осень / Herbst 2020)

Ein Bloggerteam fordert den traditionellen Fußball heraus

Es gibt in Russland mit jedem neuen Tag weniger Menschen, die über Amkal nichts gehört haben. Das ist ein Amateurverein, der einen vollständigen Vertrag mit Adidas hat, über einen millionenfachen Fankreis verfügt und Formalitäten immer wieder zerlegt. Dieses Team aus Moskau nimmt an internationalen Spielen teil, und seine Trikots kann man sogar in FIFA 20 sehen. Um ein Spiel von Amkal zu besuchen, muss man sich richtig anstrengen, denn die Eintrittskarten werden mit einer unglaublichen Geschwindigkeit ausgebucht, egal, wohin sie kommen. Manche geraten von diesem Hype in Verlegenheit, andere denken, das Projekt sei ein Phänomen für den russischen Fußball. Auf jeden Fall gibt es kaum Gleichgültige.

Der Ideengeber

Man kann ganz sicher sagen, ohne German Popkow hätte es keinen Amkal gegeben. Früher kannte diesen jungen Mann keiner, aber heute zählt sein Youtube-Kanal "German El Classico" über 2,6 Millionen Abonnenten. Das ist ein Rekord unter den russischen Sportbloggern.

Popkow hat seine Kräfte im Profi-Fußball versucht, er spielte für Rimini in der italienischen Serie C, aber hat sich eines Tages einen Bänderriss im Fußgelenk zugezogen. Nach der Rehabilitation entschloss er, seine Karriere zu enden, wurde Blogger und sammelte ein Team von seinen Kollegen.



Foto: Instagram von German Popkow

Am Anfang brauchte man keine fußballerischen Fähigkeiten, um in den Kader aufgenommen zu werden. Aber bereits im zweiten Jahr nach der Gründung schlossen sich Amkal junge Leute an, die Straßenfußball spielten, oder sogar Freestyler. Dank der großen Anzahl von kreativen Menschen bekam das Projekt eine schöne Gestalt.

Der Verein führte Spiele durch, in denen gegen Kommentatoren, Komiker oder ehemalige Profi-Fußballer gekämpft wurde. Die Kosten für die Organisation von so einem Treffen betragen bis zu 100 Tausend Rubel, aber der ganze Aufwand und Mühe waren des steigenden Interesses wert. Bei solchem Lauf der Dinge war der Medienerfolg nur eine Frage der Zeit.

Neue Horizonte

Als Adidas sich mit dem Team in Verbindung setzte, wurde es klar, dass man in die korrekte Richtung geht. Das Unternehmen wagte sich, mit so einem exotischen Projekt zu arbeiten und stellte für Amkar 500 Trikots her. Sie alle wurden innerhalb von 5 Tagen ausverkauft. Heutzutage bezahlt Adidas für Spielorganisation, Logistik und hat dem Verein einen Markenbus geschenkt.

2019 schloß sich dem Verein ein Profi-Trainer an. Das war Igor Subko, ein Ex-Fußballer von Zenit und Ural, der in mehr als 200 Spielen in der russischen Meisterschaft auftrat, Torpedo Wolzhskij, Karelien und Kolomna trainierte. Für seine Arbeit in Amkal bekommt er keinen Gehalt, aus Dankbarkeit unterstützt der Verein die Kinderschule von Subko finanziell und macht für sie Werbung in den Sozialnetzwerken. Bevor er gekommen war, waren die Trainings der Blogger eher formal, doch jetzt hat sich alles geändert: Spieler führen gründliche Komplexe der Übungen aus und sehen sich Lehrvideos an.

Es muss genannt werden, dass es im Verein keine Gehalte gibt, aber es stört die Motivation der Spieler nicht. Im Angesicht von solcher Popularität der Spiele wundert es auch keinen. Eins der Spiele von Amkal wurde mal von dem Sportsender in Russland "Match Premier" übertragen.

Über die Besucherzahl kann das Team besonders gelobt werden. In Kaliningrad hat Amkal einen persönlichen Rekord im Spiel gegen Baltika eingestellt - fast 5,5 Tausend Zuschauer auf den Tribünen! Blogger haben gegen den zweiten Kader gespielt, aber zu diesem Treffen kamen mehr Leute, als zu meisten Spielen von dem Hauptkader von Baltika in FNL.

Zusammenarbeit mit Fans

Den größten Teil der Anhänger von Amkal bilden junge Fans, die aktiv dem Verein in sozialen Netzwerken folgen. Zu ihrer Freude wird der Content ständig aktualisiert: Videos vom Training, Reisen und Zweikämpfen in FIFA werden regulär gepostet.

Das Interesse der jungen Leute ist logischerweise hoch. "German, Netschaj, Kefir und Stawr sind für mich auch Idole wie Asar oder Smolow. Aber sie sind näher. Ich kann ein Spiel besuchen und nach einem Autogramm auf dem Trikot fragen. Ich glaube nicht, dass mit Asar oder Smolow so was klappt" - sagt Roma, ein 13-jähriger Fan von Amkal. Heutzutage haben Jungen Leitfiguren, die ganz nah sind. Das ist doch ein Marketingdurchbruch, oder?

Der Verein sorgt maximal für seine Anhänger. Eintrittskarten sind kostenlos. Am schwierigsten ist es, sich rechtzeitig online zu bewerben und eine Einladung zu bekommen, weil ihre Anzahl von dem Stadion abhängt.



Foto: Instagram von German Popkow

Das organisatorische Niveau von allen Spielen, wo Amkal auftritt, ist nicht schlimmer, als im großen Fußball: ein Buffet, WC, Ambulanzwagen, Stewards. Nach jedem Spiel kann man mit 5 Spielern Fotos machen und ein Autogramm von ihnen erhalten. Die Nachfrage ist so hoch, dass die Aktion einige Stunden dauern kann.

Man muss aber nicht denken, dass keine Erwachsene Spiele von Amkal besuchen. Das Team ist auch außer der Blogger-Welt berühmt, sogar im großen Fußball. Zum Beispiel, der Verteidiger von Manchester City Alexander Sintschenko feierte eins seiner Tore mit einer Imitation vom Basketballwurf, das ist das Lieblingsding von Popkow. Der Ukrainer wollte auf solche Weise Popkow zum Geburtstag gratulieren und bestätigte die Vermutung der Zuschauer im Instagram.

Das erste Auswärtsspiel im Ausland

Am 28. September 2019 ging Amkal ins Nachbarland Belarus, wo er an einem Spiel mit Fans von Dinamo Minsk teilgenommen hat. Fast 3000 Eintrittskarten ins Stadion Minsk wurden innerhalb von 15 Minuten reserviert - nach dem Registrierungsstart zählte die offizielle Seite von Dinamo 22.000 Besucher! Die belarusische Seite wurde durch die Nachfrage dermaßen

beeindruckt, dass man sich über noch ein Spiel in der Zukunft Gedanken macht, aber auf dem größten Stadion des Landes, Dinamo, dessen Kapazität 23.000 beträgt.

Das Treffen mit dem Team "Made in Minsk" war an Ereignisse ziemlich reich. Die Gastgeber haben einen gut vorbereiteten Kader zusammengestellt, der in verschiedenen Amateurtournieren bereits Erfahrung gesammelt hat, er wurde noch mit dem ehemaligen Nationalverteidiger Artjom Tscheladinskij verstärkt. Die reguläre Spielzeit endete mit 3:3, im Elfmeterschießen gewann Minsker Team.

Nach dem Spiel war German nicht nur bei den Fans, sondern auch bei der Presse stark gefragt. Eigentlich hätte er in der belarussischen Meisterschaft spielen können, Neman aus Grodno interessierte sich für den Angreifer. German trainierte drei Monate lang mit dem zweiten Team, ging aber wegen der schwachen finanziellen Möglichkeiten des Vereins nach Russland zurück.

Rassismus-Skandal

Leider brachte die Reise nach Minsk nicht nur positive Emotionen. Ein typisches Problem des modernen Fußballs schlich sogar in ein Freundschaftsspiel. In der belarussischen Hauptstadt musste sich ein dunkelhäutiger Spieler von Amkal Jeff "Babatumba" Omorogbe rassistisches Benehmen seitens zwei Fußballer von "Made in Minsk" gefallen lassen, als sie beim traditionellen Händeschütteln ihn absichtlich ignoriert haben. Konservative Gesellschaft einiger Länder ist immer noch nicht bereit, die moderne Welt wahrzunehmen. Die Situation sorgte für Resonanz in der Presse und verletzte stark Gefühle der Gäste.

"Ich habe sowas zum ersten Mal im Fußball erlebt. Im Leben ist mir natürlich Umgangsrassismus zugestoßen, aber es ist schon lange her. Ich reagierte ruckhaft, ich konnte für mich selbst immer eintreten, als er nötig war. Hier musste ich mich gefasst halten, wir waren in einer fremden Stadt, die Situation hätte ein schlechtes Ende nehmen können. Die Emotionen störten mich im Spiel", - erzählte Jeff nach dem Spiel.



Foto: Instagram von Jeff Omorogbe

Interessant ist die Tatsache, dass man auf den Tribünen Ultras von Dinamo Minsk sehen konnte, die es auf eine Provokation abgesehen haben. Erwachsene Männer im Alter von etwa 40 Jahren imitierten das Affengeschrei und haben sich sogar die Freiheit genommen, Kinder zu beschimpfen, die Amkal angefeuert hatten. Spieler von "Made in Minsk" ließen auch nicht nach und grätschten hart, auch wenn es nicht notwendig war. Nach dem Spiel wurde Amkal zu einem gemeinsamen Abendessen von Dinamo eingeladen, aber die russischen Fußballer verzichteten auf die Einladung.

Adäquate Anhänger und der Sportdirektor von Dinamo entschuldigten sich für die Ereignisse und baten die Fußballer, die Stadt mit einem Haufen dummer Leute nicht zu assoziieren. Laut den Amkal-Spielern waren sie doch mit der Reise nach Minsk zufrieden, denn es hat trotzdem gelungen, ein Fußballfest zu veranstalten. Doch auf das zweite Spiel zwischen diesen Mannschaften gibt es kaum Hoffnung.

Wir sind Amkal, ihr aber nicht!

So klingt das Motto von dem Verein. Diese Worte hat zufälligerweise der Torwart Jewgenij Spirjakow ausgedacht, er rief sie auf einen Training aus, und sie sind so beliebt geworden, dass man sie auf allen Fan-Plakaten sehen kann. Amkal hat sogar eine eigene Hymne, in der diese Worte auch vorkommen. Das [Youtube-Video](https://www.youtube.com/watch?v=REe-jGj5cko) (<https://www.youtube.com/watch?v=REe-jGj5cko>) damit wurde über 6 Millionen Mal gedreht.



Foto: Soziale Netzwerke von Amikal

Momentan bereitet sich Amkal auf seine fünfte Saison, in der Regel gibt es 10-12 Spiele. "Wir haben kein globales Ziel. Die Rede ist von Bloggern, die den Zuschauern beweisen wollen, dass sie über Fußball nicht nur im Internet sprechen, sondern auch spielen können. Mit unserem eigenen Beispiel zeigen wir, dass man sich seine Liebingsache nicht nur fürs Geld, sondern zum Spaß machen kann", - so German Popkow.

Hier spricht der Gründer von Amkal nicht ganz aufrichtig. Viele Fußballer im Team wurden dank diesem Projekt finanziell sehr erfolgreich. Die Abonnentenzahl nimmt immer zu, dadurch wächst auch das Einkommen von Werbung. Der Verteidiger Artjom Netschajew erwähnte einmal, dass er ungefähr 500 Tausend Rubel pro Monat verdient - eine riesige Summe in Russland.

Trotz des Hypes um den Amkal, hat das Team viele Hater. Vielleicht ist es Neid, oder manche können die Spieler für Emporkömmlinge halten. Doch ist es wichtig? Der Verein spielt erfolgreich für fast drei Jahre seine Rolle und popularisiert Fußball im Land. Stellt ihn im ungewöhnlichen Format dar. Lockt Jugend in die Stadien an. Schenkt Aufmerksamkeit sozialen Problemen, nach der Reise nach Minsk besprachen die Fußballer das Thema von Rassismus öffentlich in seinen Blogs.

Man könnte eine lange Liste zusammenstellen. Aber die Tatsache bleibt bestehen: Solche Projekte machen die Sportwelt lebhaft und reichhaltig.