

## Au ... Aufschrei 4

RAG: LUMPEN, LAPPEN; TO RAG: ÜBEL MITSPIELEN

### ***Blau-weißes Logo, schwarz-gelbe Werbung: Man vermutet „RAG“ dahinter!***

Neschle legt Wert darauf: Den Aufschrei hat er vor dem Sieg von Borussia Dortmund geschrieben. Den Nachtrag nicht! Das Ergebnis gilt unabhängig davon:

Wenn sich ein Konzern angesichts der Weltsprache Englisch „RAG“ nennt, zeugt das nicht von Gespür für die Wortwahl bei denen, die dort „die Hauptwörter“ sprechen. „LUMPEN“ kommt nicht gut! Bei den „Tuwörtern“ wird es eher schlimmer: „TO RAG“ heißt „RANDALIEREN“, „ANSCHNAUZEN“ oder „ÜBEL MITSPIELEN“. Zu welcher Übersetzung man auch greift: Es wird nicht besser als „PIESACKEN“!

In den PIE-SACK greift seit einiger Zeit die Werbung der RAG. Seit sie sich den Preußen aus Lüdenscheid-Nord (für Laien „Borussia Dortmund“) mit Geld erkenntlich zeigt<sup>1</sup> und das mit Ausrufezeichen kenntlich macht. So sieht das Neschle. Er ist nämlich voll geouteter Schalke-Fan, obwohl er auch im Trikot des BVB 09 gesichtet wird<sup>2</sup>.

Schon beim Hinspiel zeigte die RAG (Übersetzung siehe oben!) das Ortsschild von Gelsenkirchen und behauptete, auch Schalke sei irgendwie Schwarz-Gelb. Bei der Gründung als Westfalia Schalke waren die Schalker mal Gelb-Rot. Aber Schwarz-Gelb? Diese „Blindenfarbe“ tut der Schalker Seele ziemlich weh! Dort herrscht etwa folgende Meinung über darüber:

Der Gesetzgeber der Straßenverkehrsordnung hat die Autobahnen Blau-Weiß gemacht und die Bundesstraßen Schwarz-Gelb. Das war für ihn eine Frage der Rangordnung. Daher hat ein Schalke-Fan als Antwort auf die RAG-„Werbung“ sämtliche Autobahnschilder um Dortmund herum fotografiert, um zu beweisen, dass Dortmund

---

<sup>1</sup> Das ist gerade bei der RAG nicht unsensibel. In dieser Woche verlangten die Grünen im Landtag mehr Aufklärung über deren Subventionen. Böse Zungen könnten sagen, die würden nun an den Profi-Club durchgereicht und der Steuerzahler begleiche damit überzogene Spielergehälter!?

<sup>2</sup> Neschle hatte eine Diskussion zwischen Fußballmanagern moderiert, die Trikots ihrer Vereine für eine Tombola spendeten. Neschle gewann das Trikot des BVB. Das musste er unter lauten Rufen „Anziehen! Anziehen“ anlegen. Bei den Alumnis der Uni Essen gibt es ein Foto davon. Danach hat Neschle es an einen Dortmund-Fan verschenkt, der mit einer „Schalkerin“ zusammenlebt.

in Wirklichkeit Blau-Weiß sei. Und wer auf der A 40 nach von Bochum nach Dortmund fährt, erlebt wie sich die Schilder von Blau-Weiß in Schwarz-Gelb verwandeln und aus der Autobahn eine Bundesstraße wird. B1(!) immerhin, doch immer noch unter dem Rang der Autobahn!

Es wäre schön, hätte die RAG auf dem Trikot der Borussia aus Dortmund wenigstens Corporate Identity gezeigt mit ihrem eigenen Blau-Weißen RAG-Logo. Das Ruhrgebiet wäre irgendwie „geeint“! Stattdessen ein gelbes Ausrufezeichen! Dagegen setzt Neschle mal ein blaues Fragezeichen?

In der Werbung vor dem Derby am 12.Mai sagt die RAG: „Wir stehen hinter dem BVB“. Beim aktuellen Tabellenstand bedeutet das: „*Wir freuen uns, wenn die Deutsche Meisterschaft nach Stuttgart oder Bremen geht!*“ Oder: „*Wir sind glücklich, wenn die Meisterschale nicht im Ruhrgebiet landet!*“

So kommt die Botschaft in dieser Lage an, nicht nur bei Schalke-Fans. Fans von MSV Duisburg und VFL Bochum sagten zu Neschle am Samstagvormittag: „Wie kann eine Firma, die sich mal *Ruhrkohle AG* nannte, *Stimmung dafür machen, dass die Deutsche Meisterschaft nicht an die Ruhr kommt?* Ist das Pro-Ruhrgebiet?“

Was treibt die RAG, auf Borussen-Trikots ein „Ausrufezeichen für den Aufbruch eines neuen, starken und zukunftssicheren Ruhrgebiets“ zu setzen und zugleich diese Botschaft zu senden? Mit dieser Werbung setzt die RAG zwar ein Ausrufezeichen! Aber zur Schwächung der Einheit des Reviers! Der Widerspruch zwischen dem, was die RAG sagt, und dem, was sie tut, ist dabei unverkennbar. Das kommt nicht nur bei Schalke-Fans böse an.

Was wünscht die RAG nicht alles den Dortmundern: „Weltklasse, Herz, Spielfreude, Teamgeist, Mut, Entschlossenheit, Kampfgeist, Laufstärke, Selbstvertrauen, Angriffslust, Siegeswille“. „Verstand“ oder „Vernunft“ sind nicht dabei. Wahrscheinlich hat man davon nichts und kann daher auch nichts abgeben!

Nicht jede Werbung, die Aufmerksamkeit erregt, schafft auch Sympathie. Die Benetton-Werbung hat es einst vorgemacht: Geschmacklosigkeit und Widersprüche zwischen Reden und Tun haben sich noch nie ausgezahlt! Das wird bei der RAG nicht anders sein! Und das hängt nicht vom Ausgang dieses Spiels ab! Da sagt Neschle mit Beckenbauer: Schauenwerma!

Trauriger Nachtrag von Neschle am Abend : Borussia Dortmund – Schalke 04 2:0.

Verdienter Sieg!

Mit der RAG „auf ein neues, starkes und zukunftssicheres Ruhrgebiet“! Vermutlich nun ohne deutsche Meisterschaft für das Ruhrrevier! Schade für das Revier und dessen Aufbruchs- und Fortschrittsgeist! Wir sehen ja bei der Weltmeisterschaft, dass Fußball etwas bewirken kann!

Neschle hat sich übrigens sehr gefreut, als Dortmund damals Meister wurde. Für das Revier, in dem er geboren wurde! Erinnert Neschle sich richtig, dass Schalke dafür mit einem Sieg gegen die Bayern den Boden bereitete?!

Liebe RAG: Wie wäre es angesichts dieser Tatsache gewesen, dieselbe Werbung „Wir stehen hinter dem BVB!“ vor den Spielen des BVB gegen Bremen oder Stuttgart zu platzieren? *Habt Ihr aber nicht gemacht!* (Nur bei den Spielen des BVB gegen Schalke?!) Dann hätte man Euch Euer Engagement für das Ruhrgebiet vielleicht noch geglaubt? Aber so wirklich nicht! Schalke ist genauso „Ruhr“ wie Ihr und der BVB. Bei diesem Verhalten sogar mehr! *YOU RAG! IHR SPIELT DA ÜBEL MIT!*

Wer verschont uns also künftig vor dieser dämlichen Werbung der RAG? - Wie klingt „RAG“ noch für Engländer? ... Vielleicht klingt es so bald auch für einen großen Teil des Ruhrgebiets! Auch das wäre schade! Doch sie wissen wohl nicht, was sie tun bei der RAG!