

Der Fussball Corner Oechslin ist schweizweit die prominenteste Adresse für Hobbykicker und Fans. Für Kinder ist der Laden eine Traumfabrik, älteren Semestern führt er schonungslos vor Augen, dass sie ihren Zenit überschritten haben.

So manche Sünde wert

Text
BENJAMIN ROTHSCHILD
@bro_zh

Bild
RETO SCHLATTER
www.retoschlatter.ch

Im Fussball Corner Oechslin habe ich gesündigt. Es war kurz vor der WM 98, ich war noch ein Knirps und verbrachte einen meiner schulfreien Nachmittage in diesem Fussball-Schlaraffenland am Zürcher Schaffhauserplatz. Wo Kindheitsträume in Textilform Wirklichkeit wurden und die Reizüberflutung für einen fussballverrückten Dreikäsehoch schon damals grösser war als an jeder Chilbi oder Kinderdisco.

Allein die Trikots: Superhelden-Uniformen für Pausenplätze: Seleção, Ronaldo, Nummer 9. Italien, Maldini, Nummer 3. Aber auch Japan, Nakata, Nummer 8. Und wer wollte, konnte sich gar das Saudi-Arabien-Shirt bedrucken lassen. Al-Owairan, Nummer 10. Von den unzähligen Klubtrikots ganz zu schweigen. Ob Porto, Parma oder Panathinaikos: Der Fussball Corner bot Stoffe aus ganz Europa feil. Und wo gab es das sonst schon? Mit seiner schieren Auswahl und der puren Reduktion auf den Fussball stellte der Laden schon bald nach der Eröffnung 1974 sämtliche des Landes in den Schatten. Schon die Generation vor mir

konnte nicht umhin, für ein Trikot in den Oechslin zu pilgern – aus allen Teilen der Schweiz.

Bei einem Stadtkind wie mir häuften sich die Besuche erst recht. Man brauchte dabei nicht einmal etwas zu kaufen (was ohne zahlungskräftige Erwachsenenbegleitung ohnehin schwierig war, schliesslich kostete ein Originaltrikot ohne Name und Nummer schon damals 99.90 Franken – immerhin: Poster nach Wahl inklusive). Für die Ausschüttung von Glücksgefühlen reichte es, zuerst die Nase ans Schaufenster zu pressen und sich anschliessend drinnen durch die vollgepferchten Trikotreihen und Schuhregale durchzuarbeiten, zu schauen, zu fühlen, zu riechen.

Aber zurück zum besagten Nachmittag im Sommer 98: Damals blieb es nicht bei den Sinneseindrücken. Ich langte zu. Ich klaute beziehungsweise «strutzte». Und zwar ein paar Päckchen Panini-Bildli, die schlecht beaufsichtigt in einer Box an der Verkaufstheke auslagen. Der Verkäufer, ein warmherziger älterer Herr mit Schnauz (es könnte Laden-

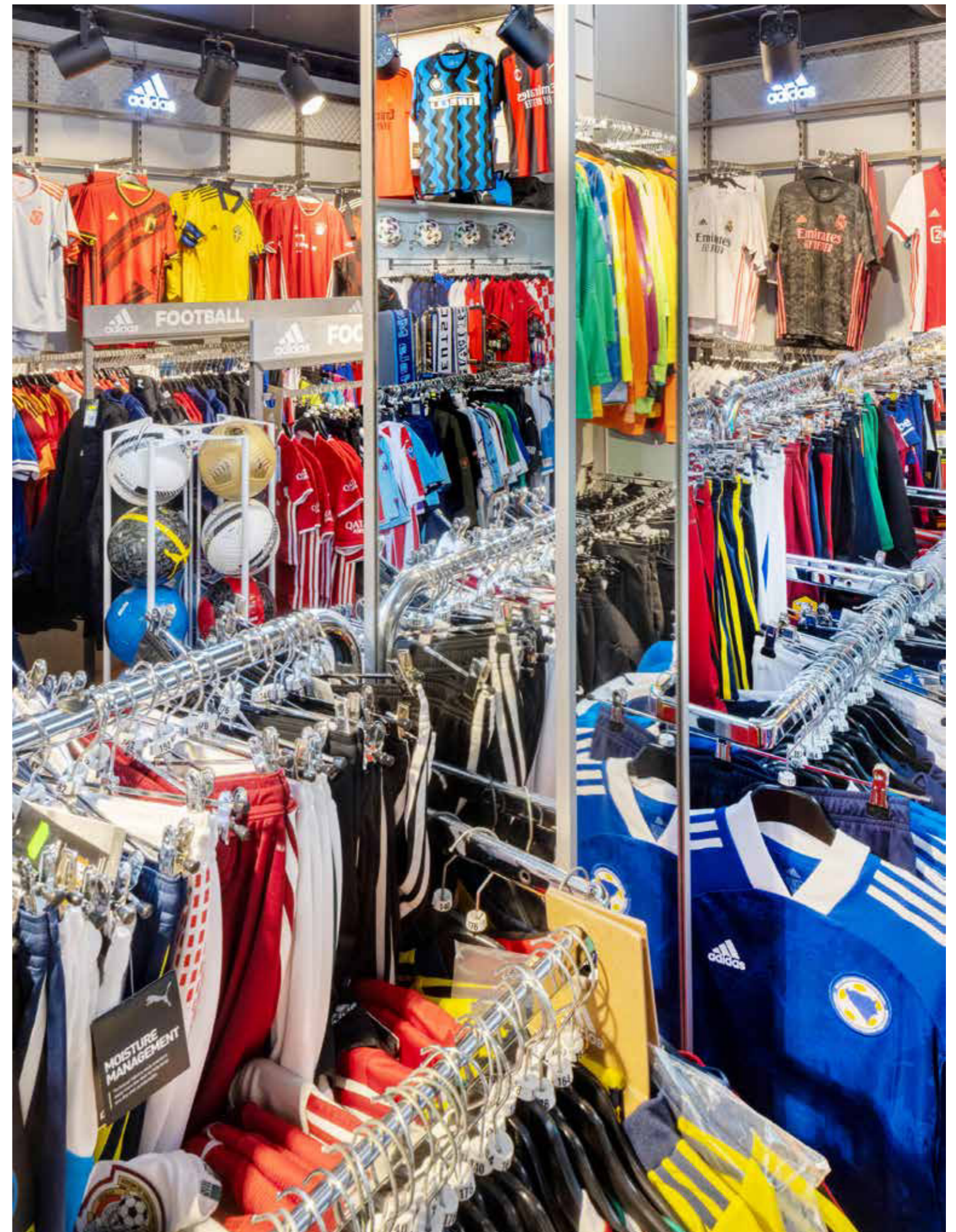
gründer Heini Oechslin himself gewesen sein), merkte nichts. Er wünschte mir zum Abschied gar noch eine «schöne WM». Das schlechte Gewissen plagte mich tagelang.

Allerdings waren die Schuldgefühle nicht derart stark, dass sie mich in den folgenden Monaten und Jahren von weiteren Besuchen des «Tatorts» abgehalten hätten. Mittlerweile ist der Diebstahl nicht nur verjährt, er ist für mich auch durch zahlreiche Einkäufe ziemlich teurer Trikots und Ganzkörpertrainer abgegolten. Die geklauten Panini-Bildli könnten somit als vorgängig bezogener Treuebonus durchgehen.

So viele Farben!

In den letzten Jahren sind die Besuche seltener geworden. Vielleicht auch deshalb, weil sie mir immer schonungsloser den eigenen Alterungsprozess vor Augen führen.

Als ich den Fussball Corner jüngst an einem Samstagnachmittag wieder einmal betrat, keimte die kindliche Begeisterung zwar sofort wieder auf. Jedoch verstand ich einige Dinge nicht mehr und fühlte mich ein wenig so, wie sich Ludovic



Magnin nach seinem Transfer zum FCZ als Spieler gefühlt haben muss, als ihm plötzlich der junge Ricardo Rodriguez vor der Sonne stand: wie ein alter Mann, überfordert vom Tempo und den Launen der Jugend.

Die Farben und Muster erschlagen mich mittlerweile förmlich. Real Madrid ist nicht mehr länger nur das weisse Ballett, sondern trägt nun auch knalliges rosa. Das Juve-Ausweichtrikot hat mit seinen schwarzen Farbklecken auf orangem Hintergrund eine fast schon hypnotische Wirkung. Die Streifen auf dem Inter-Shirt können nicht mehr gradlinig verlaufen, sondern müssen im Zickzack angeordnet sein. Und das Dortmund-Trikot sieht nicht nur im TV hässlich aus, es vermag aus der Nähe gar kurz den Anflug eines epileptischen Anfalls auszulösen.

Ein Junge, der an diesem Nachmittag mit seinem Vater und seiner Schwester den Laden verlässt, ist da offenbar weniger empfindlich: Er hat das BVB-Shirt eben er-

worben, ohne Namen und Nummer, dafür gabs auch noch ein CR7-Poster dazu. Der Junior des FC Neukirch-Egnach ist extra aus der Ostschweiz angereist. «Wir wollten eigentlich an eine E-Sport-Ausstellung im FIFA-Museum. Aber die wurde wegen Corona abgesagt», sagt der Vater. Die Alternative: der Fussball Corner, noch immer eine schweizweit bekannte Attraktion.

Schoner wie SIM-Karten

Nun betreten zwei Hobbyfussballer den Laden. Sie sind eigentlich schon umgezogen für ein paar Ballwechsel auf dem Platz («Mätschlen» liegt in diesen Zeiten bekanntlich nicht drin). Der eine trägt Juve-Shorts und einen Ball mit sich. Fehlen nur noch die Schuhe. Früher hatten nur wenige Kunden spezifische Wünsche («Nike, Lars Ricken»). Die meisten begaben sich relativ ahnungslos in den Laden und gingen nach eingehender Beratung mit einem klassischen Paar «Puma King» oder dergleichen nach Hause, wie mir Mitarbeiter Jimmy erklärt. Heute kommen sie mit dem exakten Modell ihres Idols auf dem Zettel. Als mir der eine Tschütteler wenig später seine neu erworbenen Treter präsentiert, halte ich diese erst für Socken oder eng anliegende Thrombosestrümpfe. Ich muss genau hinschauen, ehe sich mir offenbart, dass so das fussballerische Schuhwerk der Gegenwart aussieht. «Die haben sich schon verändert, sie sind deutlich leichter als früher», sagt einer der Käufer und gibt mir damit zu verstehen, dass bei all meiner Überforderung im Hier und Jetzt immerhin noch das Erinnerungsvermögen intakt ist. Die Eigenmarke «Oechslin Super Cup» in ganz schwarzem Känguruleder verkauft der Fussball Corner noch immer, den Hipster freuts.

Ein Blick auf die Schienbeinschoner bestärkt dann wieder das Gefühl des Abgehängtseins. Waren die Dinger früher klobige Panzer mit allerlei Bändel und «Gschleif», so sind sie heute schlichte Plättchen, nur unwesentlich grösser als SIM-Karten. Die Intention ist klar: weniger Schutz, aber mehr Raum für Kabinettstückchen und Zuckerpässchen. Aber wie sollen Eisenfüsse so noch herzhaft reinholzen können? An Stéphane Henchoz' These, dass die Verteidiger von heute keine blutgrätschenden Krieger, sondern phlegmatische Schönspieler sind, muss etwas dran sein!

Vereinstreue ist out

Doch so sehr sich manche Dinge auch verändert haben, das Erfolgsrezept des Fussball Corner ist über die Jahre dasselbe geblieben: Der Laden ist einerseits Grundversorger und Ausrüster für Tschütteler aller Altersklassen und Leistungsstufen und strömt dabei einen mässig glamourösen Breitensport-Groove aus. Andererseits ist er aber auch eine Traumfabrik, ein Tor zur Glitzerwelt des Fussballs, durch das die Kunden als Junioren des FC Bischofszell, des FC Rütli oder von Oerlikon/Polizei eintreten und als kleine CR7, Neymars oder Dybalas wieder rauskommen.

Die Möglichkeit, Trikots noch vor Ort und innert nützlicher Wartezeit bedrucken zu lassen, ist gemäss Geschäftsführer Ralph Greile eines der Alleinstellungsmerkmale des Geschäfts. «Das kann in der Schweiz bei einer solchen Auswahl keiner bieten», sagt er. Die Beflockung mit Nummer und Spielernamen sei im Zusammenhang mit einzelnen Spielern wie Beckham oder Zidane bereits in den 80er-Jahren hoch im Kurs gestanden. In

«Früher kauften die Leute ihre Trikots teambezogen, heute stehen die Spieler noch stärker im Fokus.»

den letzten Jahren sei die Nachfrage aber weiter gestiegen: «Früher kauften die Kunden ihre Trikots stark mannschaftsbezogen, die Vereinstreue war grösser. Heute stehen die Spieler noch stärker im Fokus.» Verkäufer Jimmy nennt das Beispiel Diogo Jota: Liverpools Neuzugang erzielte jüngst zwei Tore an einem Wochenende. «In den Tagen darauf mussten wir seinen Namen einige Male auf Trikots drucken.»

Ein Junge, der mit seiner Mutter strahlend den Laden verlässt, hat derweil einen anderen Favoriten. Eben noch quengelte er in der Umkleidekabine, weil das Puma-Unterziehtrikot zu eng war. (Das wiederum hätte ihm selbst ein alter Mann wie ich sagen können!) Nun scheint er auf einer Wolke der Glückseligkeit zu schweben, das Mami ist erleichtert. Das Unterziehleibchen blieb liegen, dafür wurde ein neues Bayern-Trikot gekauft, Nummer und Name sind schon drauf. Wer das Idol ist? Man hätte es angesichts der Afrofrisur des strahlenden Jungen errahnen können: Leroy Sané.

Dass im Fussball Corner im Umgang mit Trikotnummern auch der umgekehrte Weg möglich ist, zeigt an diesem Nachmittag eine andere Episode: Ein stämmiger Herr mit Glatze betritt zackig den Raum, er trägt einen Barca-Trainer aus den 80er-Jahren. Äusserlich erinnert er an Lausanne-Trainer Giorgio Contini, was man allerdings nur errahnen kann, weil sein Gesicht von einer Barça-Schutzmaske bedeckt ist. In einem Plastiksack führt er zwei alte Barça-Auswärtstrikots mit sich. Farbe Türkis, Saison 89/90. Sein Anliegen: Er möchte die Nummer 11 auf beiden Shirts wegmachen lassen. Nicht deshalb, weil er Txiki Begiristain, den Träger von damals, nicht

mehr leiden kann. Sondern weil die Nummern seinerzeit nicht im Originaldesign aufgedruckt wurden. «Wir versuchen es, aber es könnte Schlinggen geben», sagt Jimmy. Der Kunde nimmt es in Kauf, auch weil er weiss: «Wenn das hier nicht klappt, klappt es nirgends.»

Fischer und Longo hinter dem Tresen

Dass der Fussball Corner Oechslin auch im Internet-Zeitalter der Schweizer Trikot-Platzhirsch ist, zeigt sich nicht nur daran, dass hier die Sonderwünsche von Barça-Fans behandelt werden. Weiterhin hat man auch ein Herz für die Anhänger von Getafe. Oder von Vasco da Gama. Ja sogar von Bate Borisow. Auch diese Originaltrikots finden sich irgendwo aufgehängt, nach ihnen gefragt werde aber – wenig überraschend – selten. «Es ist für uns eine Sache des Prestiges, sie anzubieten», sagt Geschäftsführer Greile. Tradition verpflichtet. Und im Gegensatz zu einer Onlinebestellung im Ausland hält man selbst das dritte Trikot von Tottenham sehr bald in den Händen – und wegen ausbleibender Versandgebühren

und Zollformalitäten erst noch zu einem besseren Preis.

Prestige verschafft hat dem Laden einige Jahre nach seiner Gründung in den 80er-Jahren auch Ruud Gullit, der für eine Autogrammstunde vorbeischaute. Es war bis heute der letzte Besuch eines Weltstars in Zürich-Unterstrass. Zuvor waren da immerhin noch Urs Fischer und Urs Schönenberger, die sich in ihren ersten FCZ-Jahren nach dem Training als Teilzeitangestellte im Fussball Corner einen Zustupf verdienten.

Und ja, auch die Fussballkone schlechthin hat am Schaffhauserplatz 10 seine Spuren hinterlassen: Über dem Tresen wacht ein Trikot von Diego Armando Maradona, das «El Dios» für den Fussball Corner mit eigenen Händen signiert hat. Es hängt seit den 80er-Jahren dort.

Das bedeutet wiederum, dass Schutzpatron Diego mich mittels dieser Reliquie damals, an einem Sommernachmittag im Jahre 98, beim Bildli-Klau beobachtet hat. Und er mir nun, rund 22 Jahre später und kurz vor seinem Tod, die Beichte abgenommen hat. 🐾

Bestseller Sommer

Gegründet wurde der Fussball Corner Oechslin 1974 von Heini Oechslin, der anfangs vor allem aus London Replika-Trikots importierte und sich entgegen allen Ratschlägen auf Fussball spezialisierte. Heute zählt das Sortiment Artikel von über 120 Mannschaften. Mittels Maschine können die Trikots noch im Laden mit Namen und Nummer des Lieblingspielers bedruckt werden – im Originaldesign. Der Bestseller? Cristiano Ronaldo und unter den Teams – seinetwegen – das Juve-Trikot. Real Madrid hat nach Ronaldos Weggang einen markanten Einbruch im Popularitätsranking erfahren. Die Nummer 1 unter den Schweizern ist die Nummer 1: das mit «Sommer» bedruckte Nati-Goalie-Leibchen. Der Fussball Corner rüstet zudem zahlreiche Juniorenmannschaften aus, vor allem solche aus den umliegenden Quartieren. Trotz der unbestrittenen Popularität und der breiten Abstützung blickt Geschäftsführer Ralph Greile der Zukunft mit gemischten Gefühlen entgegen. Die Konkurrenz im Internet wachse stetig an. Darüber hinaus treten die Ausrüster immer häufiger die Verkaufsrechte an die Klubs und deren eigene Fanshops ab und versorgen die Sportartikelläden nicht mehr direkt. Und dann ist da natürlich das Coronavirus. «Es ist sicher keine Jubelzeit», sagt Greile. «Wir hoffen schwer, dass wir noch einige Jahre bestehen können.»



Schaufenster der Träume und Tor zur Sehnsucht: der Oechslin am Zürcher Schaffhauserplatz.



BIO-METZGETE 欲望无休止
Januar/Februar **Schiwago**
RESTAURANT
ZÜRICH
Bertastrasse 76, 8003 Zürich, Telefon 044 241 22 28