



FASZINATION FANKURVE

Band 2: Die Bilder und Themen des Jahres 2005



FASZINATION FANKURVE

Band 2: Die Bilder und Themen des Jahres 2005

FASZINATION FANKURVE 2: Die Bilder und Themen des Jahres 2005

HERAUSGEBER:

Stadionwelt
Thomas Krämer (V.i.S.d.P)
Schloßstraße 23
D-50321 Brühl
Tel. (0 22 32) 57 72-0
Fax (0 22 32) 57 72-11
www.stadionwelt.de
info@stadionwelt.de

REDAKTION:

Stefan Diener
Ingo Partecke

MITARBEIT:

Maik Thesing
Matthias Ney
Matthias Bürgel
Pascal Göllner
Felix Guth
Johannes Mäling
Jens Presche

LAYOUT:

Kilian Schlang
Helga Wolf

BILDBEARBEITUNG:

x-tm, Michael Friebe

DRUCK:

Gebr. Klingenberg Buchkunst
Leipzig GmbH

Copyright © Stadionwelt,
1. Auflage, Dezember 2005

Sämtliche Texte und Fotos
sind urheberrechtlich
geschützt. Nachdruck,

auch auszugsweise, nur mit
schriftlicher Genehmigung

UNSER HERZLICHER DANK

gilt allen, die zu diesem
Buch beigetragen haben
– ob mit Fotos, Ratschlägen,
Informationen oder sonstiger
Hilfestellung. Besonders
herzlich möchten wir all jenen
Fan-Fotografen danken,
deren zuverlässige und
engagierte Arbeit eine große
Unterstützung für unsere
Projekte bedeutet.

TITELFOTOS: www.curva-massilia.com, fcb-fanfotos.de / Marco Schwanke, Stadionwelt

FOTOS: Alle Fotos © Stadionwelt (u. a. Stefan Diener, Ingo Partecke, René Galuba, Tobias Rathjen, Andy Sanders, Johannes Schäfer, Michael Seiss, Gerrit Starczewski, Michael Titgemeyer, Helga Wolf)

Weitere Fotoquellen:

Fanseiten im Internet: www.bielefeld-fotos.de / Thomas F. Starke (14), www.lostboys99.de / Markus Steiger (13), www.fcb-fanfotos.de / Marco Schwanke (11), www.pumuckl94.de (10), www.groudhopping.de / Ansgar Spiertz, Almut Schmoll (8), www.hfc-fanatics.de (7), www.gate13.gr (6), www.alarstufe-blau.de (5), www.curva-massilia.com (4), www.fotomarti.com / Roberto Martinelli (4), www.kultliga.de (4), www.super-fortuna.de (4), www.bfc-suedwestpfalz.de / Florian Schwarz (3), www.jawatt denn.de (3), www.lrahlenfans.de (3), www.rhein-main-fussball.de (3), www.super-sonics.com (3), www.ui96.net (3), www.ultrashapoel.com (3), www.anno1905-bielefeld.de (2), www.blue-army.com (2), www.borussiafotos.de (2), www.hallygally.ch / Aled Brooks Evans (2), www.hertha-inside.de (2), www.lev-rheinland.de / Andreas Mohr (2), www.rheinessen-on-tour.de (2), www.schalke-fotos.de / Andreas Seiler (2), www.svk1899.de / Sebastian Kreuzer (2), www.tsvsupport.de (2), www.vanontour.de.vu (2), www.veilchenpower.de / Sven Söllner (Sölly) (2), www.1848iger.de / Robert Falkenreck (1), www.96koelsch.de (1), www.aktive-guetersloher.org (1), www.clubfans-online.de (1), www.curvamonasteria.de (1), www.die-eisernen.de (1), www.dummkutten.de (1), www.eintr84ever.de (1), www.fcbworld.ch (1), www.forza-roma.de (1), www.glubb.tv (1), www.hachingfotos.de (1), www.kampftrinker.at (1), www.lauternfotos.de (1), www.los-estadios.de (1), www.losbremos.de (1), www.meenzer-metzger.de / Fabian Beyer (1), www.msvportal.de (1), www.ohaime.com (1), www.planete-lens.com (1), www.provinzler.de / Stefan Meier (1), www.red-northstar.de / Andreas von dem Berge (1), www.rodaworld.nl (1), www.rotblaufalken.de (1), www.schwatzgelb.de (1), www.sektion-essen-ultras-kr.de (1), www.supporters-wolfsburg.de (1), www.vfl4you.de (1), www.wobontour.de (1)

Gruppen und Fanclubs: Baden Maniacs (8), Bultas Dynamo (7), Suptas (6), Vak 410 (6), Fankreis VfB Lübeck (5), Supras / Philippe Bardant (5), Tornados Rapid / Andi Dietrich (5), Die feuchten Biber (4), MT96 (4), Wilde Horde '96 (4), Haching Supporters Crew (3), Red Fighters (3), Red Kaos (3), The Babis Crew (3), Ultras Aue / Illmatic (3), Violet Crew / Fabian Flohre (3), Wuppertaler Supporter Vereinigung (3), Brigade Rossonere (2), BU0912 (2), Eastside '97 / Vogel (2), Ehrenwerte Gesellschaft Aalen (2), Handtuchmafia (2), Pro-RHS (2), Reactive Support Group (2), Red & White (2), Viola Hurricanes (2), Blue Yankees '98 (1), Das rote Gen (1), Desperados (1), Diablos (1), Djangos Leverkusen / Flash (1), Fanbundesverband (1), Fly Agaric (1), Green Törtles Oldenburg (1), Horda Frenetik (1), HSV + SGW (1), Ilseder Löwen (1), Komakolonne Bocholt (1), Pfälzer Löwen (1), Red Firm (1), Rude Boys Augsburg (1), Saar United / Virage Est (2), The Unity (1), Ultras 1910 / Eike Schulze (1), Ultras Bochum (1), Ultras Fürth (1), Ultras Gelsenkirchen (1), Ultras Mannheim (1), Ultras Mönchengladbach (1), Ultras Regensburg (1), Ultraszene Mainz (1), Wild Boys Essen (1) **Fanzines:** Adeptos / Luis Monteiro (10), Ultras Magazine (8), Mentalita Fanzine (2), Blue Light / Sebastian Peckelsen (1), FANmagazin / Buchegger (1), (Pf)lästerstein (1) **Fotografen:** Mike Redmann (49), Deister-Pics / Stefan Zwing (14), Henryk Hoschkara (8), Claude Rapp (8), Andy McIntyre (FC United) (7), Marco Wedler (7), Robin Koppelman (6), Effi (5), Michael Bader (4), Sven Hornung (4), Robert Krippgans (4), PhotomafiA / Fabian Budde (4), Peter Reiser (4), Josef Gruber (3), Felix Poltermann (3), Rupert Bogensperger (2), FR-Schneegi (2), Christian Koller (2), Otto Kreissl (2), Philipp Lumma (2), Mazza (2), Stefan Paster (2), Lionel Raffin (2), Robert Schönenberger (2), Sebastian Strauch (2), Michael Strzelec (2), Matthias Bürgel (1), El Klugo (1), Christian Faubel (1), Matthias Fockmann (1), Ronni Frei (1), Dominik Fried (1), Marcus Gallinat (1), Christian Grenda (1), Sascha Grossenbacher (1), Thomas Grotheer (1), Holger Heinemann (1), Hussi (1), Frank Hüttenberger (1), Matthias Kaiser (1), Alexander Kipp (1), Thomas Lang (1), Lemi (1), Mike Louis (1), Christian Meister (1), PR-Di (1), Thomas Rudolf (1), Michael Schnelle (1), Marco Schorn (1), SportPresseFoto / Stefan Rittershaus (1), Dominik Stegemann (1), Bastian Trojahn (1), Emil Valentic (1), Marc Würdehoff (1), WoRü (1)

Der Herausgeber hat sich bemüht, alle Bildrechte ordnungsgemäß zu erwerben. In einigen Fällen blieb die Recherche nach etwaigen Rechten erfolglos. Eventuell noch abzugehende Ansprüche bitten wir dem Herausgeber mitzuteilen.

Bei Erscheinen des vorliegenden Bandes geht das Jahr 2005 zu Ende, nicht jedoch die Saison 2005/06. Diese war bislang, davon legen die folgenden Seiten ein eindrucksvolles Zeugnis ab, geprägt von etlichen Aktionen der aktiven Fans in ihren Kurven.

Ein großer Teil dieser mitunter aufwändig produzierten Tribünenkunstwerke beschäftigte sich kreativ mit jeweils vereinspezifischen Themen oder dem anstehenden Spiel – und einiges geschah einfach nur aus Spaß.

Ein weiterer großer Teil der Aktionen allerdings stand unter dem Zeichen des Protests. Dass vieles im Umfeld des Fußballs nicht im Sinne der Fans läuft, trat im abgelaufenen Jahr durch die immense Fülle von Meinungsbekundungen in den Stadien und angesichts der Demonstrationen wohl deutlicher hervor als in allen vorangegangenen Jahren.

Da Bilder zwar in vielen Fällen für sich sprechen, in bestimmten Fällen aber keine fanpolitischen Zusammenhänge erläutern können, bieten wir in einigen Artikeln Zusammenfassungen verschiedener zentraler Themenkomplexe des Jahres. Das Tauziehen der Fans mit den Vereinen und Institutionen um Änderungen beim Verfahren um Stadionverbote stand und steht weiterhin aus Fansicht ganz oben auf der Agenda. Ferner geht es immer wieder um die Verschärfung der repressiven Maßnahmen im Vorfeld der WM und die Unzufriedenheit mit dem »modernen Fußball«.

Wir haben uns bemüht, diese Themen, obwohl sie im Grunde miteinander in Zusammenhang stehen, zu sortieren und getrennt voneinander aufzuarbeiten. Hierbei handelt es sich um Bestandsaufnahmen zu Vorgängen, mit denen viele Leser selbstverständlich bestens vertraut sind. Die Artikel sollen aber dazu dienen, in einem oder in mehreren Jahren einen kompakten Zustandsbericht von 2005 zur Hand zu haben. (Wir sind gespannt, wie sich die Lage in einem Jahr, wenn der »WM-Hype« hinter uns liegt, darstellen wird). Zudem sei erwähnt, dass wir im Stadionwelt-Magazin regelmäßig aktuell über die neuesten Entwicklungen berichten.

Ein Wort zur Bildauswahl: Diese kann – besonders im internationalen Teil – keinen Anspruch auf lückenlose Dokumentation stellen. Andererseits dürfte es beinahe unmöglich sein, noch mehr Material zusammenzutragen als im vorliegenden Buch.

Stadionwelt, Dezember 2005

Impressum	2
Editorial	3



THEMEN DES JAHRES – DEUTSCHLAND

Stadionverbote	8
Sicherheitsdebatte	16
Zuschauerboom	20
Gegen den modernen Fußball	22
Dortmund: Not for sale!	26
Kurz berichtet	27



BILDER DES JAHRES – DEUTSCHLAND

Dezember 2004	32
Januar 2005	36
Februar 2005	42
März 2005	46
April 2005	52
Mai 2005	60
Juni 2005	70
Juli 2005	74
August 2005	76
September 2005	86
Oktober 2005	92
November 2005	98



THEMEN DES JAHRES – INTERNATIONAL

ManU-Fans gründen eigenen Verein	106
Red Bull Salzburg: Scheitern als Chance	110
Italien – Zuschauerrückgang und härtere Gesetze	114
Kurz berichtet	118



BILDER DES JAHRES – INTERNATIONAL

Belgien	124
Frankreich	124
Italien	134
Griechenland	144
Niederlande	146
Österreich	150
Polen	154
Portugal	158
Schweden/Dänemark	162
Schweiz	164
Aus aller Welt	168

THEMEN DES JAHRES – DEUTSCHLAND



8 Stadionverbote



16 Sicherheitsdebatte



20 Zuschauerboom



22 Gegen den modernen Fußball



26 Dortmund not for sale



27 Kurz berichtet



Demonstration im Juni 2005 in Frankfurt

»Fußballfans sind keine Verbrecher«

Demonstrationen, Flugblätter, Informationsveranstaltungen, Transparente, Stimmungsboykott – das Jahr 2005 stand im Zeichen zunehmender Proteste der Ultragruppen.

Während der letzten 15 Jahre hat das Engagement von Fußballfans deutlich zugenommen, und es beschränkt sich nicht mehr hauptsächlich auf die Unterstützung der eigenen Mannschaft und die Organisation von Auswärtsfahrten. Auch die Themenschwerpunkte haben sich gewandelt. Stand Mitte der 90er Jahre noch der Einsatz für den Erhalt der Stehplatzbereiche im Vordergrund, verschafften sich die Anhänger 2001 insbesondere mit der bundesweiten Kampagne *Pro 15:30*, die sich für fanfreundliche Anstoßzeiten einsetzte, zumindest für eine Weile Gehör bei Vereinen, Medien und Verbänden.

In den letzten Jahren ist jedoch ein anderes Thema in den Mittelpunkt gerückt. Fußballfans, hierbei vor allem die aktiven (Ultra-)Gruppen der jeweiligen Fanszenen, wehren sich gegen die gängige Stadionverbotspraxis und die repressive Behandlung durch Polizei und Ordnungsdienste. Dabei stehen weite Teile der aktuellen Sicherheitspolitik, so auch die Datei »Gewalttäter Sport«, im Zentrum der Kritik.

Anfangs machten in erster Linie lokale Aktionen auf Vorfälle beim letzten Spiel oder möglicherweise zu Unrecht ausgesprochene Stadionverbote aufmerksam. Nach und

nach blickten jedoch immer mehr Fans über den Teller und setzen sich für die Anhänger anderer Clubs ein, indem sie beispielsweise per Spruchband Solidarität mit anderen betroffenen Fangruppen demonstrierten.

Auch *Pro Fans*, die Nachfolge-Organisation von *Pro 15:30*, sowie das *Bündnis Aktiver Fußballfans (BAFF)* nahmen sich dieser Problematik an. Sie bemühten sich, Gruppen von verschiedenen Vereinen an einen Tisch zu bekommen, um gemeinsame Ziele zu formulieren und die Medien und die Öffentlichkeit durch Presseerklärungen und andere Formen von Informationsarbeit zu sensibilisieren. Es gab verschiedene Aktionstage, wie beispielsweise die Kampagne *in dubio pro Fans*, bei der in den Stadien bundesweit gleich lautende Transparente zu sehen waren. Am 6. und 7. Spieltag der Saison 2004/05 beteiligten sich Fans zahlreicher Vereine an der Plakat-Aktion »Jeder Kriminelle hat mehr Rechte. Für Anführungsrecht bei Stadionverbot!«

Damit wollte man insbesondere den Druck auf den DFB aufrechterhalten. Dieser hatte nach einem Treffen mit Fanvertretern zu Beginn der Saison zugesagt, die Stadionverbotsrichtlinien zu überarbeiten.

Anfang 2005 ließen die angekündigten Veränderungen jedoch noch auf sich warten. Das veranlasste *ProFans*, auf einem bundesweiten Treffen im Januar 2005 noch einmal die zentralen Forderungen zu formulieren: Verhältnismäßigkeit statt Willkür bei der Aussprache von Stadionverboten sei zwingend erforderlich. Daher müssten die Richtlinien klarer definiert werden. Eine Prüfung jedes einzelnen Sachverhaltes sei nötig, folglich dürfe nach Vorfällen kein Automatismus in Gang gesetzt werden. Eine Anhörung vor der Verhängung des Stadionverbotes sei erforderlich. Zudem müsse der Bezugsverein, also der, dessen Fan der Betroffene ist, die Möglichkeit haben, das Stadionverbot aufzuheben und im Idealfall sogar die Leitung des Verfahrens zu übernehmen. Weiter stellten die Fanvertreter die Forderung auf, dass im Falle der Einstellung eines möglichen strafrechtlichen Verfahrens nach einer Prüfung auch das bundesweite Stadionverbot aufzuheben sei.

Gemeinsame Demonstration zum Jahresbeginn in Mainz

Gleich zum Auftakt der Rückrunde kam es im Januar dann zu einer Aktion mit Seltenheitswert. Vor dem Bundesligaspiel des FSV Mainz 05 gegen den VfB Stuttgart demonstrierten Anhänger beider Vereine gemeinsam. Rund 800 Fans versammelten sich am Mainzer Hauptbahnhof und hielten dort eine Kundgebung ab, in deren Rahmen Vertreter der *Ultraszene Mainz* und des Stuttgarter *Commando Cannstatt* sowie der VfB-Fanbeauftragte in Redebeiträgen die Verfahrensweise bei Stadionverboten kritisierten. Anschließend setzen sich die Teilnehmer der Versammlung als Demonstrationzug in Richtung Stadion in Bewegung.

Eine weitere gebündelte Aktion folgte im März. »Fanemotion statt/trotz DFB-Repression« war zwischen Hamburg und München in vielen Stadien zu lesen. Ein Protest auch vor dem Hintergrund, dass es noch immer keine Änderun-



Besonders in Stuttgart waren Protestbanner ständige Begleiter der Spiele

gen in den Stadionverbotsrichtlinien gab. Jedoch blieben Signale aus der Frankfurter DFB-Zentrale weiterhin aus, und neue Vorfälle in den Stadien verschlechterten das Klima deutlich. Es fand kaum noch ein Spieltag ohne Protestaktionen statt.

Beim Spiel der Mainzer in Mönchengladbach attackierte die Polizei einen Bus der Gästefans, als Folge waren mehrere Verletzte zu verzeichnen. Auch ein Mitarbeiter des Fanprojekts wurde niedergeschlagen. Beim Auswärtsspiel von Hannover in Schalke wurde der Fanbeauftragte von Hannover 96 beim Versuch, deeskalierend zu vermitteln, von der Polizei brutal verprügelt. Und bei den Fans von

reit waren, unter dem Namen von *ProFans* zu agieren. Im Rahmen der Demonstrationsvorbereitungen gerieten dann die lange erwarteten Änderungen der Stadionverbotsrichtlinien zum 1. Juni ein wenig in den Hintergrund. Möglicherweise auch, weil das Ergebnis nicht rundum für Zufriedenheit sorgte; nicht alle Forderungen von Fanseite waren umgesetzt worden. Immerhin: Teilerfolge wurden erzielt. So geben die Richtlinien bezüglich der Dauer von Stadionverboten explizit nur noch Höchstmaße vor, bisher hatten die meisten Vereine die Empfehlungen des Katalogs als festgelegte Frist aufgefasst. Zudem hat der Betroffene nun das Recht, nach Festsetzung eines Stadionverbots ge-



Frontransparent der Frankfurter Demonstration

Eintracht Frankfurt wurde die Freude über den Aufstieg durch harte Polizeieinsätze und massenhaft Stadionverbote getrübt. Nur wenige Beispiele von vielen, in den sich Fußballfans ungerecht behandelt fühlten.

Trotz neuer Richtlinien Protestmarsch in Frankfurt

Den organisierten Fangruppen reichte es. Für den Tag der Eröffnung der Confed-Cups meldeten sie in unmittelbarer Nähe des Frankfurter Stadions eine Demonstration unter dem Motto »Fußballfans im Abseits« an. Hierfür hatten sich verschiedene Fangruppen bundesweit vernetzt, allerdings nicht unter dem Namen *ProFans*, sondern als Zusammenschluss *Netzwerk für Fanrechte*. So wollten die Initiatoren möglichst viele Gruppen zur Teilnahme bewegen, da einige Gruppen nicht be-

hört zu werden. Das war zuvor nicht vorgesehen. Ein Erfolg, auch wenn die Forderung, eine Anhörung müsse vor der Verhängung erfolgen, nicht durchzusetzen war. Künftig können Fans nach der Hälfte des abgebußten Stadionverbots eine Aufhebung beantragen, über die dann der zuständige Verein in Absprache mit Polizei, Fanbeauftragtem und Fanprojekt entscheiden kann – eine Chance für Betroffene, die seither nicht mehr negativ aufgefallen sind. Bei einer Einstellung eines möglichen polizeilichen Ermittlungsverfahrens ist künftig auch das Stadionverbot aufzuheben. Allerdings nur im Falle einer Einstellung aus Mangel an Beweisen. Fans kritisieren, dass beispielsweise der Grund »aus Geringfügigkeit« nicht aufgenommen wurde. Ebenso wird eine Sonderregel für jugendliche Ersttäter vermisst sowie eine Stärkung des Bezugsvereins, der das Stadionverbot beispielsweise für Heimspiele aufheben könnte.



Eine von vielen Fragen am Rande der Demonstration



Das Banner der Wolfsburger



Dortmunder Block auf der Fandemo



Fans des VfB Stuttgart



Die Braunschweiger Fans in Frankfurt



Aus München angereist: Anhänger des FC Bayern

DEUTSCHLAND



Proteste beim Spiel 1. FC Köln – Rot-Weiss Essen, ...



... in Hamburg, ...



... bei der Partie 1. FC Nürnberg – VfL Bochum, ...



... VfB Stuttgart – Bayern München (gemeinsame Aktion der beiden Kurven), ...



... beim Gastspiel der Rostocker in München, ...



... in Braunschweig beim Match gegen Offenbacher Kickers ...



... und beim Spiel Karlsruher SC – Eintracht Frankfurt

Innenminister reagiert auf Proteste

Am Tag der Demo kamen rund 2.000 Fans von mehr als 40 Vereinen mit Bussen und PKW nach Frankfurt. Diese Zahl ist umso beachtlicher, als keine öffentliche Mobilisierung stattgefunden hatte. Geworben wurde lediglich innerhalb der Gruppen.

Mit T-Shirts in Vereinsfarben und dem Aufdruck »Getrennt in den Farben, vereint in der Sache« zog die Demonstration in die Frankfurter Innenstadt. Viele der Parolen wie »Fußballfans sind keine Verbrecher!« sind seit diesem Tag auch in den Stadien zu hören. Die Tatsache, dass es friedlich geblieben ist sowie das positive Medienecho sorgten dafür, dass die Veranstalter im Anschluss an die Demonstration ein positives Fazit ziehen konnten. Und schon am selben Abend lud Otto Schily Fanvertreter für die kommende Woche zu einem Gespräch ins Innenministerium ein.

Zu diesem Treffen erschienen neben der *Koordinationsstelle Fanprojekte (KOS)*, *Pro Fans*, *BAFF* und dem *Netzwerk für Fanrechte* auch Vertreter der Polizei sowie des Organisationskomitees WM 2006. Zentrales Ergebnis: Es sollte eine Ombudsstelle geschaffen werden, an die sich Fußballfans wenden können, die ihrer Meinung nach zu Unrecht ein Stadionverbot erhalten haben, beziehungsweise deren Daten in die Datei Gewalttäter Sport aufgenommen worden sind. Die Stelle sollte dann zwischen allen Beteiligten vermitteln.

Stillstand verursacht neuen Unmut

So positiv der Vorschlag von Fanseite aufgenommen wurde, so groß war auch die Enttäuschung, dass das Vorhaben in der Folgezeit stagnierte. Das Innenministerium hielt sich sehr bedeckt bezüglich der weiteren Vorgehens-



In Berlin richten sich die Proteste besonders gegen die »Einsatzgruppe Hooligans« (EGH) der Berliner Polizei



Frankfurt: Dauerkampagne nach massenhaften Stadionverboten

weise, und zwischen Fans, WM-OK und DFB gab es deutliche Differenzen in der Frage, wo diese Stelle angesiedelt wird, wie sie arbeitet, wer sie finanziert und welche Kompetenzen bei ihr liegen.

Das Ergebnis: Ende November folgten weitere Protestaktionen. Mit Flugblättern und Stimmungsboykott machten die enttäuschten Fans ihrem Unmut Luft. Sie sind ihren Zielen im Jahr 2005 nicht entscheidend näher gekommen. Nach wie vor hängen Woche für Woche Transparente in den Stadien. Im Oktober demonstrierten rund 700 Anhänger des 1. FC Nürnberg gegen Kommerzialisierung und Repression. Zum Protest hatten 30 Fanclubs aufgerufen. Im Dezember erschien eine CD »Freiheit für die Kurve«. Von den Einnahmen sollen Prozesse gegen Stadionverbote finanziert werden.

Bei einer Stadionwelt-Umfrage im September 2005 (5.376 Teilnehmer) waren 84,3 Prozent der Befragten der Meinung, dass Stadionverbote oft willkürlich ausgesprochen werden. In diesem Zusammenhang fanden 73 Prozent der Befragten die Maßnahmen zur Bekämpfung von Fußballgewalt übertrieben. Das Verhältnis zwischen Fans und der Polizei wurde mit einem Notendurchschnitt von 4,69 äußerst schlecht bewertet, mehr als 60 Prozent antworteten mit »mangelhaft« oder »ungenügend«.

Auch im Jahr 2006 werden die Diskussionen und Proteste weitergehen. Auf viele Fragen gibt es bislang keine Antworten, auch auf die, unter welchem Namen die Fans künftig agieren. Die Frage ob als *Pro Fans* oder *Netzwerk für Fanrechte* ist sehr umstritten.

Derartige Nebenschauplätze lähmen bisweilen die Arbeit der Gruppen und sind auch für die Außendarstellung wenig förderlich.

»Ich erwarte eine sehr protestreiche Rückrunde«

Matthias Bettag (34) ist Fan von Werder Bremen und beim *Bündnis Aktiver Fußball-Fans (BAFF)* sowie bei *Pro Fans* aktiv.

Stadionwelt: Seit wann ist das Thema »Repression« akut?

Bettag: Seit mindestens zwei bis drei Jahren. Im Grunde hat es begonnen, nachdem feststand, dass die WM nach Deutschland kommt.

Stadionwelt: An welchen Symptomen ist diese »Repression« festzumachen?

Bettag: Polizeikontrollen und Überwachung hat es immer gegeben. Neu ist die Qualität. Es werden gezielt die Ultras, beziehungsweise solche Fans, die als »Kategorie B« eingestuft sind, kontrolliert und schikaniert.

Stadionwelt: Woran liegt das?

Bettag: Es geht einher mit dem Image, dass das WM-Logo ausdrückt. Ziel ist eine sterile, kommerziell verwertbare Ausrichtung. Mit der WM als Pilot gerät der Profifußball immer mehr vom Sport, der gesponsert wird, zur Plattform der Werbeindustrie.

Stadionwelt: Wo siehst du einen Zusammenhang zwischen Sponsoring und Repression?

Bettag: Die Industrie hat auch Einfluss darauf, wie der Fußball sich präsentiert. Der Sponsor hat das Bedürfnis nach Massenkompatibilität. Da gibt es keine Bereitschaft, sich mit Fanfragen oder der gesellschaftlichen Rolle des Fußballs auseinander zu setzen. Hinzu kommt eine in der Gesellschaft relativ anerkannte und von verschiedenen Stellen propagierte Notwendigkeit zur Verschärfung von Sicherheitsmaßnahmen. An Fußballfans kann gut geübt werden, was eher in den Bereich »Aufstandsbekämpfung« und öffentliche Kontrolle gehört. Stimmen, die übertriebene Sicherheitsmaßnahmen anprangern, sind selten geworden – und ihnen wird mit »worst-case«-Drohzenarien begegnet.

Stadionwelt: Normalerweise gilt bei fast allen Konflikten, dass immer zwei dazu gehören – provozieren Fans nicht auch repressive Maßnahmen?

Bettag: Es gibt durchaus Provokationen durch Idioten, die sich nicht disziplinieren können, die sich provoziert fühlen, wenn sie die Polizei nur sehen. Man könnte dem allerdings begegnen, wenn nicht eine »Kategorie B« oder ein ganzer Sonderzug pauschal behandelt würde – sondern, wenn man die eigentlichen »Zielgruppen« auch in die Verantwortung nehmen würde. In einem Dialog mit den Repräsentanten der Fangruppierungen könnte einiges bestimmt geklärt werden.

Stadionwelt: Die müssen dann aber auch wirklich in der Szene anerkannt sein und sich sehr verantwortungsbewusst verhalten...

Bettag: Wenn man Leute, die nun wirklich nicht an fragwürdigen Aktionen beteiligt sind, gezielt rauszieht und mit Stadionverboten belegt, sind sie irgendwann außen vor und verlieren auch die Lust zu diesem Dialog. Zudem entsteht der Eindruck von Willkür und Ohnmacht.

Stadionwelt: Merkt der »Normalo-Fan« oder Außenstehende etwas von dem, was da vorgeht?

Bettag: Der Durchschnitt bekommt die entsprechenden Szenen eher zufällig mit, nimmt wahrscheinlich aber die Diskussionen und Unterstellungen nicht wahr, die auf Geschehnisse folgen. Da gibt es auch einiges, was von den Vereinen kommuniziert wurde, wie z. B. bei uns in Bremen, dass in der Gruppe *Eastside* Neonazis aktiv seien. Da ist man dann stigmatisiert und hat kaum eine Möglichkeit, sich zu wehren.

Stadionwelt: Welche Haltung haben die Vereine in der Regel zum Geschehen? Sie sind ja maßgeblich bei der Thematik Stadionverbote eingebunden.

Bettag: Das ist sehr unterschiedlich. Viele Vereine halten sich strikt an den DFB-Maßnahmenkatalog, wobei die Auslegung aber sehr unterschiedlich ausfällt. Positiv ist es dort zu bewerten, wo der Fanbeauftragte oder das Fanprojekt die Frage des Stadionverbots an den Verein des Betroffenen zurückgeben. Manche Vereine wiederum nehmen das Anhörungsrecht nicht nur als Alibi wahr, sondern versuchen wirklich, die Strafe zu mildern, falls sich herausstellt, dass das Stadionverbot überzogen oder unberechtigt ist. Das ist natürlich schwierig, weil die DFB-Richtlinien eigentlich keine Ausnahmen erlauben.

Stadionwelt: Welche Möglichkeiten sehen die Fans, sich zu äußern? Die breite Öffentlichkeit nimmt in erster Linie Berichte über »Hooligans« wahr, die Aktionen seitens der Fans wie Demos dringen nur bedingt ins Bewusstsein der Öffentlichkeit vor.

Bettag: Das Bewusstsein hat sich wirklich nicht entscheidend verändert. Wer sich nicht aktiv solidarisiert, fällt aber auch nicht auf. Ein passives Verständnis ist durchaus vorhanden, wie ich meine. Es ist aber sehr themenabhängig. Es gibt viele Kleinigkeiten auf lokaler Ebene, wo die Fans dann mit Pressemitteilungen reagieren. Es kommt darauf an, wie welcher Redakteur damit umgeht. Im Stadion werden oftmals kritische Spruchbänder oder ähnliches verboten.

Stadionwelt: Könnte man das von Fansseite aus koordinierter, professioneller angehen?

Bettag: Das Grundproblem liegt darin, dass die Fans das alles ehrenamtlich machen und in diesem Sinne keine Profis sind. Wir haben keine Marketing- oder Presseabteilungen mit hauptberuflich Angestellten. Wir müssen es irgendwie neben unseren Jobs hinbekommen.

Stadionwelt: Und worin liegt das Grundproblem bei der oft tendenziösen oder falschen Berichterstattung in den Medien?

Bettag: Ich schätze, dass 80 Prozent dieser Informationen in der Presse nur aus Polizeiberichten stammen. Die Polizei muss natürlich ihre Einsätze rechtfertigen – und so sind selbstverständlich niemals irgendwo kritische Töne in einer Polizeimeldung vorgekommen.

Ein weiteres Problem liegt in der Begrifflichkeit: Wenn die Allgemeinheit meint, »Fan-Interessen« bezieht sich nur auf Dinge wie TV-Übertragungszeiten oder WM-Karten, das geht an dem vorbei, was die Leute beschäftigt, die ich meine, und für die vor allem der direkte Umgang mit Sicherheitskräften und den zugestandenen (Bürger-) Rechten eine Rolle spielt.

Stadionwelt: »Fan« ist nicht gleich »Fan« – und die Polizei kennt die Unterschiede eigentlich recht gut, wie einige Vereine auch...

Bettag: Die Vereine können durchaus Einfluss nehmen auf die Polizei; es findet aber kaum eine befriedigende Diskussion zwischen Fans und Vereinen statt. Es gibt natürlich lokale Unterschiede, generell aber fällt das »Kategorie B = Kategorie C«-Denken der Polizei auf. Es gibt kaum noch einen Unterschied zwischen der Behandlung von Ultras und Hooligans. Und so kann es einem schnell passieren, dass man bei der Polizei in eine falsche Schublade gerät.

Wer mal laut brüllt oder einfach nur mit in einem Sonderzug fährt, der kann diese Erfahrung ganz schnell machen. Dadurch staut sich Ärger an, und das führt zu Solidarisierungseffekten und Aggression.

Stadionwelt: Gehen die Fanforderungen an der Realität vorbei?

Bettag: Wenn man akzeptiert, dass der Profi-Fußball eine Projektion für die Werbeindustrie ist: Okay, dann sind die Forderungen unrealistisch. Aber wir aktiven Fans haben eine andere Priorität. Aus Marketingsicht sind die vielleicht 500 bis 2.000 Hartgesottene in jeder Kurve eine absolute Randgruppe. Aber ich akzeptiere nicht, dass die Gewinnoptimierung Sinn und Zweck des Fußballs sein soll. Auch viele andere, weniger »auffällige« Fans sind genervt von der Kommerzialisierung.

Stadionwelt: Aber die Fans haben keine Lobby, es kommt nicht das in Bewegung, was man sich wünscht.

Bettag: Die optimale Organisationsform wäre eine bundesweite Supporters-Organisation, etwas wie lokal beim HSV, aber ligaweit und mit Kompetenzen. Diese traumhafte Form sehe ich aber nicht – und sie ist schließlich von der DFL auf keinen Fall gewollt. Die DFL hat sich ausgegliedert, um optimale Bedingungen für die Geldoptimierung zu schaffen. Warum sollte man dann Leuten Mitspracherecht geben, die dagegen sind und andere Interessen vertreten?

Stadionwelt: Wie sieht deine Prognose für die Rückrunde 2005/06 und die Zeit nach der WM aus?

Bettag: Ich erwarte in der Tat eine sehr protestreiche Rückrunde. Und nach der WM gehen die Probleme weiter, vielleicht verschärfen sie sich noch. Es rücken andere neue Stadien nach, immer mehr Vereine geben sich dieser Vermarktung preis. Und so lange die Verkaufszahlen steigen, wird man sich nicht um die Faninteressen kümmern. Man setzt sich erst wieder mit dem harten Kern der Fans auseinander, wenn der Trend abwärts zeigt. Ich sehe eine Tendenz in Richtung englischer Verhältnisse, einer virtuellen Liga über Decoder, wo der Stadionbesuch für Jugendliche unbezahlbar ist.

Stadionwelt: Gibt es keinen Ansatz für einen positiven Ausblick?

Bettag: Aus solchen Verhältnissen können schon neue Wurzeln sprießen – wie bei ManU oder in Salzburg, wo die Fans selbst neue Vereine gegründet haben. Vielleicht gibt es eine Vision einer Gegenentwicklung, wo Fans sich etwas Neues aufbauen. Das ist ein konsequenter Weg, aber ich sehe auch, dass es sehr spekulativ ist, darüber zu reden.



Matthias Bettag als BAFF-Vertreter bei Innenminister Schily



Polizeiempfang am Bahnhof: Ob Risikospiegel oder nicht, die Polizei ist fester Bestandteil des Geschehens

Über das Ziel hinaus

Die Diskussionen um Fußballgewalt und Sicherheit sorgten 2005 für Schlagzeilen. Obwohl die Zahl der Gewalttaten beim Fußball nicht gestiegen ist, soll das Sicherheitsbedürfnis der WM Maßnahmen rechtfertigen, die am Rande der Rechtsstaatlichkeit einzuordnen sind.

Behauptete man, Deutschland freue sich nicht auf die Fußballweltmeisterschaft 2006 im eigenen Land, läge man gründlich daneben. Und mit der paradoxen Steigerung, Deutschlands Fußballfans freuten sich nicht auf die Fußball-WM, erst recht. Dennoch: Es ist etwas dran. Weil ausgerechnet jene, unter ihnen, die als »aktive Fans« vermeintlich mit dem größten Eifer bei der Sache sind, keine Gelegenheit auslassen, sich demonstrativ nicht auf die WM zu freuen. Sie tun ihre Meinung auf T-Shirts mit Kund und auf Transparenten. »Eure WM zerstört unsere Fan-Kultur« ist dann unter anderem zu lesen.

Die WM ist für die meisten aktiven Fans zum Feindbild geworden. Der kleinste gemeinsame Nenner bei der Ablehnung lässt sich auf einen Begriff reduzieren: »Repression«. Denn seit Deutschland als WM-Gastgeber feststeht, wurden die polizeilichen Maßnahmen im Fußballumfeld drastisch verschärft. Im Visier befinden sich im weitesten Sinne die Ultras.

Das Unterfangen, eine hoch sichere Weltmeisterschaft zu gewährleisten, hat stets von höchster Stelle der Bun-

desminister des Innern, Otto Schily, vorangetrieben. Am Rednerpult dem Hooliganismus den Kampf anzusagen und im Stadion solche zu finden sind indes Aufgaben unterschiedlichsten Schwierigkeitsgrades. Und wenn oben der Kopf den Mund auf tut und »Sicherheit« herauskommt, geht der Befehl nach unten zum Arm, der gar nicht anders kann, als zum Schlag auszuholen.

Der Clou: die Anzahl von Gewalttaten im Fußballumfeld war zwar nicht auf Null, aber im Vergleich zu den 80er und 90er Jahren auf ein Minimum zurückgegangen, lange bevor Deutschland den WM-Auftrag erhielt. Das »Nationale Konzept Sport und Sicherheit«, Anfang der 90er Jahre verabschiedet, bot die Handhabe. So konnte der DFB-Sicherheitsbeauftragte, Dr. h.c. Alfred Sengle, 2005 im Stadionwelt-Interview feststellen: »Insgesamt hat sich die Situation in den Stadien deutlich gebessert, die Maßnahmen haben Wirkung gezeigt.« Den Worten der Politik im Jahr vor der WM mussten dennoch Taten folgen. Mangels echter Hooligans drängten sich als zentrale Randgruppe die Ultras geradezu als Zielobjekt auf. Wilde Gebärden,

martialische Banner, Pyro und viel Gebrüll – jeder Bürger würde Maßnahmen gegen diese vermeintlichen Krawallbrüder begrüßen. Mit der Folge, dass für anreisende Fangruppen der Polizeikessel zum Alltag gehört, dass ganze Sonderzüge in Sippenhaft genommen werden und die »Datei Gewalttäter Sport« anschwillt. Es hagelt Stadionverbote, und mit ein bisschen Pech werden auch Frauen und Kinder zum Opfer polizeilicher Übergriffe.

Dass eine gewisse Affinität von Ultragruppen zur Hooliganszene und zu gewissen Teilen auch Überschneidungen bestehen, ist ebenso wenig zu leugnen wie die Tatsache, dass in einer Parallelwelt zu der im Stadion Scharmützel geradezu als sportliches Hobby »auf der grünen Wiese« verabredet werden. Die Anzahl der hieran Beteiligten jedoch erreicht bei weitem nicht die Ausmaße, die ein Blick auf die Statistik der Stadionverbote vermuten ließe. Und auch Alfred Sengle weiß, dass »die Großzahl der Fans« nicht an Ausschreitungen beteiligt ist, aber dass »die Gefahr der Solidarisierung mit der gewaltbereiten Seite be-



Durchsuchung: Schikane oder Verbrechensprävention?



Stuttgart: Galgenhumor bei den Ultras

steht«. Eine verstärkte Polizeipräsenz auf dem Weg zum Stadion schürt in diesem Sinne Aggression und birgt die Gefahr der Eskalation, selbst wenn sie demonstrativ passiv nur als (in heiklen Situationen durchaus willkommene) Eskorte im Einsatz ist. Ein bewaffneter Polizist im Kampfanzug muss einem freien Staatsbürger nicht sympathisch sein – ebenso wenig allerdings dem Polizisten ein pöbelnder Staatsbürger.

Was Otto Schily und dem Normalbürger nicht bekannt ist, wissen andere. So ist es ein Ergebnis Jahre währender Zusammenarbeit der Koordinierungsstelle Fanprojekte mit den »szenekundigen Beamten« der beim Fußball eingesetzten Polizeieinheiten und den Fanbeauftragten, dass die Einsatzleiter in den meisten Fällen sehr wohl wissen, in welchem Bus »Normalos« und in welchem die Kategorie B oder C zum Spiel kommt. Verwechslungen sind möglich, aber unwahrscheinlich. Vor diesem Hintergrund erscheinen gelegentliche Exzesse, zu deren Leidtragenden völlig Unbeteiligte gehören, als Folge des politischen Drucks auf die Polizei.

Die Rechtfertigung für repressive Maßnahmen aller Art lieferte allerdings das Fanal des Jahres 2005 im April. Ausschreitungen einiger Deutscher beim Länderspiel in Slowenien gingen live über den Sender in deutsche Wohnzimmer. Wenngleich deutlich überbewertet, lösten die Vorfälle eine Lawine medialer Empörung und damit auch die Ankündigung der Durchsetzung des staatlichen Gewaltmonopols aus. Kaum ein Redakteur jedoch verfüg-



KSC – Cottbus: Der Polizeieinsatz verhindert Schlimmeres



Hannover: »Hooltras« machten Schlagzeilen

te über die erforderlichen Fakten zum Thema, mit schlammiger Recherche und gefährlichem Halbwissen sowie unter Verwendung missverständlicher Aussagen wenig medienscheuer Fanforscher zusammengestrückte Beiträge verzerrten das Bild von Fans in der Öffentlichkeit. Der Bürger sah eine Welle der Gewalt über WM-Deutschland hereinbrechen.

In der Tat kann die Motivation für die Vorfälle in Slowenien in der Ventilfunktion gesehen werden. Wer zu Hause unter der Knute steht, lässt halt woanders die Sau raus. Eine Hooliganheimsuchung im großen Stil sieht aber anders aus. Die hatte zum Beispiel im Dezember zuvor Basel erlebt, als der extrem gewalttätige Rotterdamer Mob die Innenstadt zerlegte. Zum Spiel des FCB gegen Feyenoord, in das Stadion an sich hingegen, drangen keine Ausschreitungen vor. In einem deutschen WM-Stadion wären ausufernde Gewaltszenen erst recht kaum denkbar. Schon die Zugangswege stehen unter der Beobachtung von Überwachungskameras, auch können die Sicherheitskräfte jeden Platz auf den Tribünen und den Umgängen beobachten.

Dass die – von Terroranschlägen abgesehen – eigentlich bedrohlichen Szenarien die Städte und nicht die »Hochsicherheitstrakte« der Stadien betreffen, gibt den Verantwortlichen Anlass zur Sorge. Nur ist die deutsche Polizei in dieser Hinsicht auf einem anderen Niveau vorbereitet als die Kollegen in der Schweiz und Slowenien. Und dies nicht allein, weil man auf die Erfahrung aus etlichen »Großkampftagen« der Hooliganära blicken kann, sondern auch, weil man das Vorgehen gegen Störer und Randalierer in Großübungen gezielt probt. So geschehen unter

anderem bei einer gemeinsamen Übung mit der niederländischen Polizei auf einem stillgelegten britischen Luftwaffenstandort am Niederrhein im September 2005. Vor den Kameras der Medien demonstrierte die Polizei, mit welchen Mitteln sie Horden von hunderten außer Rand und Band geratener Aggressoren beizukommen gedenkt. Ob es während der WM in den deutschen Innenstädten zu Krawallen kommt, weiß freilich niemand vorausszusagen. Während des Confed Cups waren vereinzelt Vorfälle in den für das »Public Viewing« abgesteckten Zonen zu verzeichnen. In Köln etwa randalierten Betrunkene, die jedoch in keinem Bezug zur Fußballszene standen. Um Szenarien in den Städten zu projizieren liegt ohnehin das geläufige Beispiel Oktoberfest näher, das wohl innerhalb weniger Tage mehr reale Gewalt produziert als eine ganze Fußballsaison. Echte »Gewalttäter Sport« und potenzielle Störenfriede sind bei den Behörden registriert und katalogisiert. So erhalten aktenkundige Hooligans im Vorfeld Besuch oder Post von der Polizei mit Platzverboten für sensible Bereiche der Innenstädte oder Ausreiseverbot. Dass es hierbei zu Irrtümern und Datenmissbrauch kommt, ist keine Seltenheit. Es stellte sich unter anderem heraus, dass Fluggesellschaften über Listen von Stadionverboten Betroffener vorliegen, um diesen den Check-In zu Flügen in Länderspielorte zu verwehren. Dergleichen gilt heute nicht mehr als Skandal. Dass jeder einzelne während der WM in einem Stadion Tätige sich damit einverstanden erklären muss, durch den Verfassungsschutz überprüft zu werden, quittiert man mit einem Achselzucken. Der gläserne Bürger ist längst keine Sci-Fi-Vision mehr, sondern Realität. Der Rechtsanwalt und Pu-

blizist Dr. Rolf Gössner, Präsident der Internationalen Liga für Menschenrechte meldete im Stadionwelt-Interview im Juni 2005 ernsthafte Bedenken an: »[...] Allerdings werden etwa im Zusammenhang mit Fußballspielen und Fußballfans – massenmedial und auf parteipolitischer Ebene – oft Gefahrenszenarien gezeichnet, die mit der Realität noch wenig zu tun haben. Mit der fatalen Folge, dass dann mit schöner Regelmäßigkeit überzogene Polizeivorkerungen, Gesetzesverschärfungen und extensive staatliche und auch private Kontroll- und Überwachungsmechanismen legitimiert werden. In diesem Zusammenhang spielen etwa die Datei ›Gewalttäter Sport‹ oder die RFID-Chips auf den Eintrittskarten, die der Überwachung

dienen können, eine besondere Rolle, die unter datenschutzrechtlichen Aspekten höchst problematisch ist. Vor allem spüren die Betroffenen diese Maßnahmen nicht, die aber weitreichende Auswirkungen auf ihr Dasein haben können.«

Fußballfans haben der Mehrheit der Gesellschaft eines voraus: Sie spüren schon jetzt, welche Weichen die Politik gestellt hat.

Ob es bei der WM Ausschreitungen geben wird? Unwahrscheinlich, aber wer weiß das schon... Möglicherweise sogar hätte man die Hooligans insgeheim doch lieber wieder im Stadion. Dort, wo sie gar nicht anders können, als brav in die Überwachungskamera zu lächeln.



Großübung: Die Polizei übt das Einkesseln und Festnehmen von Störern mit Statisten



Neue Stadien, neues Publikum: Der Fußball ist familientauglich geworden und mobilisiert, wie hier in Dortmund, die Massen

Die Bundesliga auf der Überholspur

Mehr Zuschauer denn je sehen Fußballspiele im Stadion – jedenfalls in Deutschland, denn der Bauboom bei den Stadien schuf die Grundlage für einen anhaltenden Zuschauerboom.

Während der WM 1974 war das Hamburger Volksparkstadion, wo sich niedrige Zuschauerzahlen ohnehin wie ein roter Faden durch die Jahrzehnte zogen, beim Gruppenspiel Deutschland–Australien kaum mehr als halb gefüllt. Auch in der Saison 1996/97, als Nr. 1 der größten Bundesliga-Stadt, als Hausherr im drittgrößten Stadion der Liga, lag der HSV unter dem Zuschauerschnitt der 18 Bundesligisten. Und in der darauf folgenden Saison blieben beim Gastspiel des amtierenden Meisters FC Bayern, mitten im Hochsommer, 10.000 Plätze leer. Das wäre heute unvorstellbar.

In den beiden Spielzeiten zwischen 2003 und 2005, in denen die Bundesliga den sportlichen Anschluss an die europäische Elite verlor, setzte sie sich allerdings souverän an die Spitze der Zuschauertabellen. Während 2004/05 (nach Einschätzung des *kicker*) so wenige Weltklassespieler wie nie (nämlich kein einziger) in der Bundesliga aktiv waren, kamen so viele Zuschauer wie nie zuvor in die Stadien. 37.771 besuchten durchschnittlich ein Bundesligaspiel. Deutlich wie lange nicht mehr lag die englische Premier League (Platz 2 mit 33.890 Zuschauern im Schnitt) zurück. Dabei war die abgelau-

fene Spielzeit das dritte Bundesliga-Rekordjahr in Folge. Und vieles deutet darauf hin, dass dieser Rekord in der Saison 2005/06 mit über 40.000 Besuchern pro Spiel noch einmal überboten werden könnte.

Es kann nicht die Vorfreude auf die WM alleine sein, die die Zuschauerzahlen in die Höhe treibt. Viele – insbesondere regelmäßige Stadiongänger und aktive Fans – sehen die WM 2006 in Deutschland ohnehin skeptisch. Kaum eine aktive Fanszene, die nicht mit Problemen wie der Sicherheitshysterie und den immer geringer werdenden Freiräumen in den fast lückenlos vermarkteten Stadien konfrontiert wird.

Doch das Event Fußball und die Neugierde auf die neuen Fußballtempel lockt auch immer mehr Zuschauer mit weniger ausgeprägter Fußballbegeisterung in die Stadien. Viele von ihnen kommen wieder, manche gar als Fan. Der Komfort der Neubauten spielt hierbei ebenso eine Rolle wie die dichte Atmosphäre und das Ambiente der meist gut gefüllten Sportstätten.

So setzt ein Multiplikatoreffekt ein, der die Zuschauerzahl stetig wie auf dem Jahrmarkt nach oben schraubt: Schaulustige unterstützen den Eventcharakter und lo-

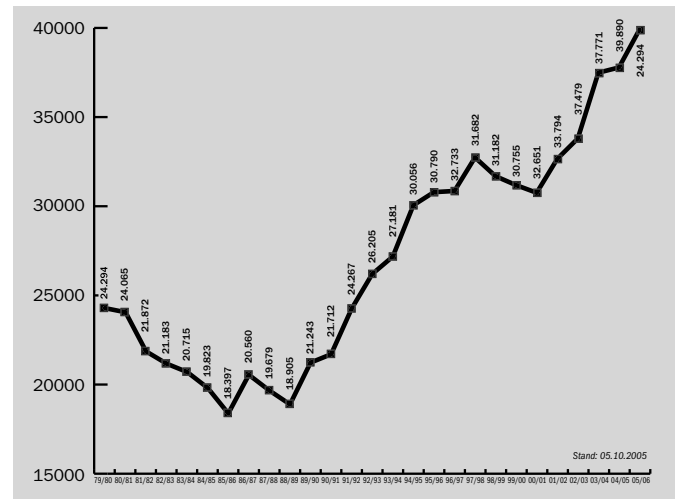
cken weitere Neugierige an. Auch die Verknappung des Angebots durch steigende Nachfrage hat wiederum positive Auswirkungen auf die Verkaufszahlen. Die Aussicht, bei den wichtigen Spielen möglicherweise keine Karte mehr zu erhalten, veranlasst immer mehr Interessierte, sich sicherheitshalber gleich eine Dauerkarte zuzulegen. Schon vor Saisonbeginn setzte jeder Bundesligist durchschnittlich 20.700 Saisontickets ab. Damit sind erstmals ligaweit über die Hälfte der Zuschauer Dauerkarteninhaber.

Mehr Komfort, mehr Zuschauer

Die niedrigeren Zuschauerzahlen der Vergangenheit lassen sich nur in wenigen Fällen mit der Kapazität der Bundesligastadien begründen. 1990/91, in der Saison nach dem WM-Triumph von Rom, kamen durchschnittlich 21.700 Zuschauer zu den Spielen, obwohl die Stadien Platz für 45.600 Fans pro Spiel geboten hätten.

Wie sehr die Zuschauerzahl im Fall Mönchengladbach durch den Neubau des Borussia-Parks in die Höhe schnellte, dürfte viele überrascht haben, die allein auf der Grundlage älterer Zahlen kalkulierten. Denn abgesehen von Topspielen kamen jahrelang nur gut 25.000 Zuschauer zu Heimspielen der Borussia auf den Bökelberg. Seit dem Umzug in den Neubau am Stadtrand strömten selten weniger als 40.000 Fans durch die Stadiontore, die durchschnittliche Auslastung des Stadions erreichte auf Anhieb 92 Prozent.

Hier zeigt sich der Hauptgrund des Zuschauerbooms: der gestiegene Komfort, insbesondere durch die Überdachung und bessere Sitzplätze. Ein Trend, den auch eine



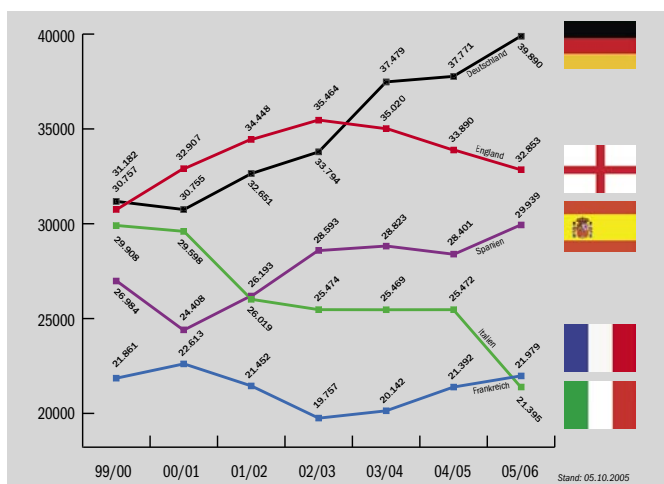
Zuschauerdurchschnitt/Spiel der 1. Fußball-Bundesliga seit 1980

Fanbefragung des TSV München 1860 bestätigt: Seit dem Umzug in die Allianz Arena sind über 20 Prozent der Fans weiblich, 63 Prozent jünger als 40 Jahre. Die Steigerung des Komforts hat mit Frauen, Kindern, Familien völlig neue Zielgruppen erschlossen.

Deutschland bleibt Spitze

Die Bundesliga wird ihre weltweite Spitzenposition behaupten, voraussichtlich sogar den Rekord der italienischen Serie A von 1984/85 (38.800) überbieten. Es wäre der letzte noch fehlende Weltrekord, nachdem die Liga am 30. Spieltag 2004/05 mit 46.303 Besuchern pro Spiel auch ihren eigenen Spieltagsweltrekord überboten und der BVB in der Saison 2003/04 mit 79.647 Zuschauern pro Spiel den AC Mailand (1991/92: 77.868) von der Spitzenposition verdrängt hatte.

Sicher wurde die jüngste Steigerung hierzulande auch durch den Aufstieg der Zuschauer magneten Köln und Frankfurt bei gleichzeitigem Abstieg von Freiburg, Rostock und Bochum begünstigt. Sicher trägt auch das insgesamt niedrige Preisniveau der deutschen Eintrittskarten zur weltweiten Vormachtstellung bei. Zwar sind die durchschnittlichen Ticketpreise in den letzten zehn Jahren um knapp 50 Prozent gestiegen, aber sie liegen mit knapp 17 Euro noch immer deutlich unter den Preisen anderer großer Ligen. Ferner trägt die Tatsache, dass Deutschland die letzte große europäische Liga mit großem Stehplatzangebot ist, zu den hohen Zuschauerzahlen bei. Dennoch: Der Hauptgrund für die Zuschauerentwicklung ist ohne Frage die Qualität der Stadien.



Zuschauerzahlen aus fünf ersten Ligen seit 2000



Der moderne Fußball besteht zu 100 Prozent aus Kunststoff

Kampf gegen die Windmühlen

»Gegen den modernen Fußball« ist in den Fankurven einer der am meisten verwendeten Slogans. Was aber ist modern am Fußball, und was haben die Fans dagegen?

Wenn, wie im zurückliegenden Jahr, die Fußballfans in den Stadien nicht müde werden »gegen den modernen Fußball« zu protestieren, mag sich manch ein unbedarfter Zuschauer wundern, was denn falsch sein soll am Spielgerät. Es wurde und wird gelegentlich über dessen bisweilen irritierendes Design oder unberechenbare Flugeigenschaften diskutiert. Aber sollen die hoch bezahlten Profis etwa eine ausgebeulte Lederkugel treten wie anno dazumal Sepp Herbergers Helden von Bern?

Nein – und das wird wohl jedem Beobachter schnell bewusst –, es geht nicht um den Ball, sondern um den professionellen Fußballsport generell mit all seinen Begleiterscheinungen.

Mit »moderner Fußball« ist im Großen und Ganzen die Kommerzialisierung – mit ihren vielfältigen Auswirkungen auf die Fankultur – gemeint. Diese prägte früher neben dem Spiel das Fußballerlebnis; heute hingegen räumt man ihr allenfalls eine Nebenrolle im Regieplan des Stadion-TV ein. Dennoch: Das bunte Treiben in den neuen Fußballarenen finden mindestens 90 Prozent der Stadionbesucher prima. Wie sonst kämen immer neue Zuschauerrekorde zustande? Andererseits ist festzustellen, dass

ohne die Schar unentwegter »aktiver Fans«, die jeder halbwegs namhafte Verein aufbieten kann, in deutschen Stadien des 21. Jahrhunderts auf den Tribünen allmählich gar nicht mehr gesungen würde.

Doch der Ball scheint nicht mehr wegen des Fußballspiels an sich zu rollen. Vielmehr ist er jetzt ein Bestandteil der Geldmaschine Profi-Fußball. Einst ein Volkssport, ist er nun ein Spielball von Wirtschaftskapitänen. Kommerz total also, und die FIFA macht vor, wie das funktioniert. Der von den Fans viel gescholtene DFB mochte sich von Beginn an nicht recht mit dem Profifußball anfreunden. Erst mit Abspaltung der DFL konnten die Clubs die Vermarktung der Profi-Ligen insbesondere im Bereich der Übertragungsrechte konsequent vorantreiben.

Ganz weit oben in der Liste von Anlässen für Fanproteste steht die Vermarktung der Stadionnamensrechte. Als in Leverkusen der gute alte Ulrich Haberland auf den Nebenplatz abgedrängt wurde zu Gunsten der BayArena, hat man sich beim »Traditions-Werkverein« nicht wirklich aufgeregt. Schließlich ist diese Namensgebung eine der unauffällig-kommerziellsten in Deutschland. Das sah in Hamburg schon anders aus, als ein US-Internetprovider

die lange Volkspark-Ära beendete. Aber im Zuge der Neubauwelle wurde die Vermarktung von Namensrechten nach und nach zum Tagesgeschäft. Dass in Gelsenkirchen aus der Arena AufSchalke jüngst die Veltins-Arena wurde, erregte dort, wo von Beginn an jede Tribüne einen Sponsornamen getragen und die Pilsmarke ohnehin in Schalke höchste Präsenz hatte, kein Aufsehen.

Als hingegen im Sommer 2005 die Commerzbank als Namensgeber des Neuen Waldstadions in Frankfurt bekannt gegeben wurde, war dies geradezu ein Schlag ins Gesicht einer der traditionsbewusstesten wie auch selbstbewusstesten Fanszenen Deutschlands. Und in der Tat kann, wer will, einen gewissen Zynismus in diesem Vorgang sehen. Letztlich ist er aber in der Finanzmetropole »Bankfurt« zeitgemäß und konsequent.

Das Beharren auf Traditionen scheint in vielen Fällen zum Prinzip geworden zu sein. Dahinter steht die Angst vor dem Ausverkauf, vor der totalen Kommerzialisierung. Die

Vereine sind keine eingetragenen Vereine mit gemeinnützigem Auftrag mehr, sondern Kapitalgesellschaften, die nach den Gesetzen des Marktes agieren müssen. Hierbei indes kommt es auch zu Auswüchsen. Manchester United und Austria Salzburg gehören wohl zu den krassesten Beispielen.

Fast hätte es auch Borussia Dortmund getroffen. Die wirtschaftlichen Folgen des ohne Netz und doppelten Boden waghalsig vorangetriebenen Stadionausbaus drohten dem BVB das Genick zu brechen; somit mussten die Fans spätestens in der folgenden Konsolidierungsphase mit einer Namensänderung rechnen. Dortmund wandelt mit dem Stadionnamen Signal-Iduna-Sportpark, der zwar Geld in den Kassen klingeln lässt, aber nicht erwarten kann, ernst genommen zu werden, auf einem schmalen Grat.

In Nürnberg gab es eine über das Internet organisierte Abstimmung gegen eine Umbenennung des Franken-Stadions, 3.000 Meinungsäußerungen legten die Fans der



Hannover: in die Ecke gedrängt durch den Sponsor



Bremen: keine Akzeptanz für die Zusatzfarbe Orange



Nürnberg: »Gegen den modernen Fußball« in den traditionsreichen Vereinsfarben

Stadt vor. Aber Julius Neumann von den Ultras Nürnberg betont, dass im Themenkomplex »moderner Fußball« viele Aspekte mit hineinspielen: »Für uns ist die Sache mit den Stadien keine Sache, die man von der Repression trennen kann. Es geht letztendlich darum, zum Beispiel durch Stadionverbote die aktive Szene tot zu machen, damit man Sachen wie die in Salzburg durchboxen kann.« Eine paradoxe wechselseitige Hassliebe besteht so gut wie überall zwischen dem harten Kern der Fans und dem Verein – oder präziser: der vom e.V. abgetrennten Kapitalgesellschaft für den Betrieb und die Vermarktung des Profi-Fußballs.

Ein sportlich besonders erfolgreiche GmbH & Co KG aA ist Werder Bremen. Da läuft, wie man meinen sollte, alles rund. Auch mit den Fans, denn viel mehr als Meister, Pokalsieger und offizieller Bayernjäger zu werden, kann man denen ja wohl nicht bieten. Aber nein. Dort, wo alles so nett sein könnte, machen sich wieder jene wichtig, denen Fußball ohne Proteste scheinbar keinen Spaß macht. Dies oder Ähnliches mögen wohl die übrigen Zuschauer im Stadion denken, die Spiel für Spiel Banner vorgehalten bekommen. »no!range – Bremen ist grün-weiß« lautet das Motto, und die Aktivisten stellten gar die Seite www.norange2005.de ins Netz. Dort findet man klare Worte



Stuttgart: Querverweis auf englische Verhältnisse



Demo in Frankfurt: Auch die WM verkörpert den modernen Fußball



Frankfurt: klares Statement gegen den Stadion-Sponsor



Dortmund: Solidarität mit den Bremern

zum neuen »Papageien-Look«: »Wie lange noch werden wir im ›Weserstadion‹ spielen, wenn sich die Vereinsobere schon jetzt selbstgefällig über alles hinwegsetzen? In der Satzung ist Grün-Weiß fest verankert. Offenbar finden manche Marketingexperten diese Farben nicht mehr zeitgemäß. Weg damit, auf in eine noch kommerziellere Ära! Hin zu einem karnevalistisch gekleideten und jeden Mode-Mist anbetenden Publikum. Hin zu Laolawellen produzierenden Melkkühen, die glücklich sind, wenn sie von der Last dicker Geldbündel befreit werden. Ist das die Zukunft bei Werder? Nicht mit uns!«

Es ließe sich trefflich darüber streiten, ob es in den Möglichkeiten einer Farbe liegt, kommerziell zu sein. Dass die Kombination Grün-Orange im Bemühen Modernität auszustrahlen ein wenig übermotiviert daherkommt, ist hingegen klar ersichtlich. Hätte allerdings der SV Werder irgendwann 1960 die Zusatzfarbe angenommen, wäre sie heute Tradition ...

Heutzutage sind Modifikationen am Erscheinungsbild für die überaus kritischen Fans eine Todsünde und kön-

nen partout nicht akzeptiert werden. Dass eine farbliche Auffrischung oder die Verjüngung des Signets durchaus berechtigt sein kann, beweisen viele Gruppen mit ihrem eigenen Style: Die dritte Farbe, die für die Identität der Gruppe im Zusammenspiel mit den Farben des Vereins steht sowie die ausgefeilte Grafik sind auch aus den Szenen nicht mehr wegzudenken.

Der Bremer Protest findet breite Unterstützung in anderen Fanszenen, so wie es auch bei anderen Themen Wellen der Solidarität gibt. Ende 2005 ist indes nach wie vor festzustellen, dass eine – wenngleich kreative und auffällige – Minderheit in den Fankurven ihre Botschaft nicht an die Masse der Zuschauer bringen kann. Diese weiß schlicht und einfach nicht, warum es um alles in der fantastischen Fußballwelt Probleme geben sollte, die tiefer gehen als Abstiege, Lizenzprobleme und Trainerwechsel.

Zumal der Fußball schon vor Generationen seine Unschuld verloren hat. War er nicht schon modern, als Eintracht Braunschweig am 24. März 1973 als erster Verein überhaupt mit Trikot-Werbung aufstieg (die Jägermeister-Jerseys sind heute Kult) und sich damit aus der Krise retten konnte – oder als 1986 erstmals nicht mehr »das runde Leder« getreten wurde, sondern der Schaumstoff-WM-Ball?

All dies waren über die Jahre eher punktuelle Erscheinungsformen. Jetzt aber, mit der neuen Stadionlandschaft, kommen sie geballt, jetzt erst kann sich die Kommerzialisierung so richtig ausbreiten mit Videowalls, VIP-Logen und Dauerbeschallung selbst auf den Toiletten.

Die Stadien sind besser als jemals zuvor, das kann im Ernst niemand bestreiten. Dass erst jetzt vielerorts die Versammlungsstättenverordnung greift und jedem Fan ein Ordner und ein Trennzaun an die Seite gestellt werden, hat allerdings nichts mit Kommerzialisierung zu tun. Die Patina, die die Kurve erst richtig gemütlich macht, setzt der Beton aber schnell an – und in 20 Jahren werden die Commerzbank-Arenen unserer Tage schon Nostalgiker rühren.

Der Begriff »moderner Fußball« mag heute zwar sehr undifferenziert verwendet werden – so wie auch »Kommerz« schon zur Bezeichnung für alles geworden ist, das nicht schimmelt – aber die Fans, denen etwas an der ursprünglichen Bedeutung und damit den Werten und Verdiensten des Fußballs liegt, werden geradezu in die Anti-Haltung getrieben. Schließlich ist der Sport an sich gar nicht einmal so interessant. Spieler sind größtenteils austauschbar, Funktionäre auch. Was bleibt, ist die Leidenschaft für den Verein, die Pflege seiner Tradition und oft genug eine sentimentale Glorifizierung der Historie.



Mainz: Auch der 1.FSV Mainz 05 erschließt die Geldquellen der Stadionvermarktung



Bannermarsch: 1.500 BVB-Fans, das Westfalenstadion im Blick, Manchester United in Gedanken, nahmen teil

»Not for sale!«? – Not yet!

In der Finanznot hat Borussia Dortmund die Namensrechte verpfändet.
Dass diese heilige Kuh geschlachtet werden sollte, brachte die Fans auf die Straße.

Der Dortmunder Friedensplatz hat große schwarz-gelbe Feste erlebt. Hier feierte der BVB seine Triumphe. Am Samstagmorgen des 12. Februar 2005 aber ist das Wetter so mies wie die Stimmung der rund 1.500 Fans, die sich hier versammelt haben. An großen Fußball verschwenden sie jetzt keinen Gedanken.

Borussia Dortmund ist pleite. Die meisten hatten erstmals Ende 2003 durch die Presse davon erfahren. Später hörten sie dann, dass der BVB ein Jahresminus von 67,7 Mio. eingefahren hatte. Wie das bei dem höchsten Zuschauerschnitt Europas, besten Vermarktungsaussichten und Börsengang-Geldschwemme überhaupt möglich war, darauf haben sie bis heute keine Antwort. Nur bei einem sind sie sicher: Die letzte Horrormeldung war diejenige, die das Fass zu überlaufen brachte. Die Namens-

rechte gehören nicht mehr dem Club, eine Umbenennung ist nicht auszuschließen. Das war zu viel!

So lautete das Schlagwort der Wintermonate »Not for sale!«. Auf den Rängen bot sich das passende Schauspiel, tausende Kehlen schmetterten dem drohenden Untergang das Vereinslied »Wir halten fest und treu zusammen« entgegen. Aber was konnten die Fans wirklich tun? Demonstrationen beeindruckten nüchtern rechnende Investoren oder Insolvenzverwalter wenig.

Für den Profi-Fußball zu spenden, können sich auch viele der leidenschaftlichsten Fans nicht vorstellen, wohl wissend, dass jeder überflüssige Euro ohnehin in die Lizenzkader investiert wird. Und wie lange steht man sich eigentlich mit der Spendendose die Beine in den Bauch, um 1.000 Euro zu sammeln? Was wäre der Nutzen? Im Falle der Insolvenz flösse alles ohnehin nur in die Kassen der Gläubiger. Also muss das Großkapital herhalten, doch wird dieses seine Rechte einfordern – der Verkauf des Clubnamens darf es aber nicht sein. Gedankenspiele, die sich im Kreise drehen. Immerhin: Die in dieser Zeit etablierte Fanabteilung erhielt zusätzlichen Aufwind, ist heute eine starke Kraft innerhalb des BVB.

Für die Rettung – oder zumindest für eine Verzögerung des Niedergangs sorgten die Investoren einer Fondsgesellschaft. Sie stimmten dem Rückkauf des Westfalenstadions durch den Club zu, dieser spart enorme Pachtsummen ein. Nun wird der Stadionname vermarktet. Das hätten die Fans bei anderer Vorgeschichte wohl nicht ohne Protestwelle und Boykotte in Kauf genommen.



Auswärts in Hannover: Auch hier Protest

Anpfiff für »Unsere Kurve«

Nach einem halben Jahr der Debatten und Diskussionen gründeten Vertreter der größten Fanabteilungen, Fanprojekte und Supporters Clubs einen neuen Dachverband.

Es gibt in Deutschland mittlerweile viele Beispiele, wie erfolgreiche Fanarbeit aussehen kann. »Kräfte bündeln« heißt dabei die vielfach ausgesprochene Zauberformel als Grundvoraussetzung für die Arbeit. Die Organisationsformen variieren auf lokaler Ebene, doch egal ob Dachverband, Fanprojekt, Supporters Club oder Fanabteilung – in allen Fällen geht es darum, Faninteressen möglichst wirksam zu vertreten und Einfluss auf die Entwicklung des Vereins und dessen Handlungen zu nehmen. In den letzten Jahren geschah dies verstärkt in der Form, dass Fans in den Verein eintraten und sich als kritische Mitglieder organisierten.

Der Wille, sich zusammenzuschließen, war auch im Jahr 2005 wieder die Keimzelle für Neugründungen unterschiedlichster Couleur. Einigen kommt es dabei eher auf eine lose Vereinigung aktiver Fans mit dem Ziel der Supportverbesserung an (Saarbrücken), andere klassifizieren sich als »Initiative« (Kaiserslautern), wieder andere verfolgen umfassendere fanpolitische Ziele (Mainz) und agieren deshalb weitaus formaler, verteilen Ämter und führen ein Mitgliedersystem ein. In Hannover und Dortmund befinden sich die *Rote Kurve* und die *BVB-Fanabteilung* nach erfolgreicher Gründung in ihrem zweiten Jahr und sind auf einem guten Weg.

Agieren aus den Vereinen heraus

Was bisher fehlte war der Versuch, die Kraft der lokalen Organisationen auch effektiv für bundesweite Fanpolitik einzusetzen. Mit dem nun gestarteten Projekt *Unsere Kurve* wird ein Versuch unternommen, Anhängervertretungen zu vernetzen, um auf überregionaler Basis zusammenzuarbeiten. Vorbild ist das englische *Supporters Direct*.

Die Tatsache, dass allein die Gründungsorganisationen aus Hamburg, Bielefeld, Dortmund, Frankfurt, Mönchengladbach, Leverkusen und Köln zusammen rund 50.000 Mitglieder vertreten, verdeutlicht, welches Gewicht der neue Verband haben kann, sofern die Arbeit funktioniert. *Unsere Kurve* sieht sich selbst als Interessenvertretung der Fans und tritt ein für den Erhalt der Fankultur und deren Freiräume. Fans sollen als aktiver Bestandteil



Gründungsveranstaltung des neuen Fanverbands

des Fußballs gefördert und »humaner« behandelt werden. Zudem fordert *Unsere Kurve* einen Ausgleich von Faninteressen und Kommerzialisierung und möchte die Entwicklung des Fußballs in Deutschland konstruktiv begleiten.

Aber sind neben *BAFF*, *Pro Fans* und dem ebenfalls 2005 ins Leben gerufenen *Netzwerk für Fanrechte* weitere vereinsübergreifende Bündnisse sinnvoll? Mathias Scheurer von der Fan- und Förderabteilung Eintracht Frankfurt sieht den Verband nicht als Gegenbewegung: »Wir werden sicher Gespräche mit den anderen führen. Da soll keine Konkurrenzsituation geschaffen werden. Unser Ansatz ist ein ganz anderer: Wir werden aus den Vereinen heraus agieren.«

Aus diesem Grund ist eine Mitgliedschaft von Einzelpersonen nicht vorgesehen. Vielmehr »sollen es die Organisationen sein, die ein Standing, eine Lobby in ihrem Verein haben, im Idealfall in den Gremien sitzen und Entscheidungsprozesse beeinflussen«, erklärt Scheurer. Solch eine formale Interessenvertretung gibt es längst nicht bei jedem Verein, bei manchen fehlt ein Dachverband vollends. »Aber da vermitteln wir aus unserer Erfahrung gerne das notwendige Handwerkszeug«, bietet Scheurer jungen Organisationen Hilfe beim Aufbau der Strukturen vor Ort an.

Neue Stadien, neue Möglichkeiten?

Fans beteiligen sich aktiv an der Planung.

Ob ein neues Stadion in der Fanszene auf Zustimmung stößt, hängt unter anderem davon ab, ob neben VIPs und Sponsoren auch die Interessen der Anhänger berücksichtigt wurden. Das ist beispielsweise in Mönchengladbach der Fall, wo die Fans voll und ganz hinter dem neuen Stadion stehen. Der mit Stehplätzen ausgestattete Fanblock ist nach ihren Wünschen gestaltet und eigene Räumlichkeiten sind vorhanden. Das ist das Ergebnis einer konstruktiven Zusammenarbeit zwischen dem Verein und Fanvertretern, die bereits in der Planungsphase begonnen hatte. Anders sieht es im nahe gelegenen Düsseldorf aus. Beim Bau der neuen Multifunktionsarena gab es keinen Dialog mit den Fans, da die Fortuna aufgrund der sportlichen Misere zumindest offiziell nicht als Hauptnutzer vorgesehen war. Heute spielt der Club fast jedes seiner Regionalligaspiele dort, die Fans vermissen Stehplätze und Anlaufstellen.

Ist ein Stadion erst einmal fertig gestellt, sind Veränderungen wenn überhaupt nur noch mit Mühe zu erreichen. So standen 2005 die Bayern-Fans im ständigen Dialog



Demonstration für ein reines Fußballstadion in Stuttgart



Die Dynamo-Anhänger schickten ihre Stadion-Wünsche per Postkarten an den Dresdner Bürgermeister

Benny – ein Name wurde zum Symbol

Die schwere Erkrankung des aktiven Mitglieds der Berliner Harlekins löste eine Welle der Hilfsbereitschaft aus.

Die schockierende Nachricht traf den Betroffenen unvorbereitet. Im August 2004 erfuhr Hertha-Fan Benny: Er hat Leukämie. Eine Chemotherapie wurde umgehend eingeleitet.

Es waren naturgemäß die Fans von Hertha BSC, die die Hilfsaktionen in Gang setzten. Was aber dann in den Herbst- und Wintermonaten folgte, war eine nie da gewesene Solidarität. Die Anzahl der Fanszenen, die sich mit Spruchbändern, Sammelaktionen und Typisierungen (die Bestimmung der Gewebemerkmale, aufgrund derer sich jemand als Knochenmarkspender eignet) einreihete, ist nahezu unüberschaubar. Ob Fans aus der Oberliga, dem Ausland, von Vereinen aus anderen Sportarten, ja sogar von Klubs, zu denen die Fans von Hertha ein eher schlechtes Verhältnis pflegen, unterstützten die Hilfskampagne. Gelder im sechsstelligen Bereich kamen zusammen, rund 6.000 Menschen ließen sich Blut für eine Typisierung abnehmen – eine stolze Bilanz. Wie viele Blutkrebspatienten durch eine nun umfangreichere Knochenmarkspenderdatei geholfen werden konnte, lässt sich nicht feststellen. Auch für Benny wurde ein Spender gefunden. Doch nach erfolgreicher Transplantation verschlechterte eine Infektion in der Lunge seinen Zustand. In der Universitätsklinik Hannover verstarb Benjamin Bienert am 28. Mai 2005. Er wurde 21 Jahre alt.

mit Vereinsführung und Allianz Arena, um zumindest Teile ihrer Anliegen umsetzen zu können. Die Fans des VfB Stuttgart gingen sogar auf die Straße, um für ein reines Fußballstadion zu demonstrieren.

Nach dem Bauboom zur Fußball-WM werden in den nächsten Jahren einige Städte nachziehen müssen, da sie unter einem gewissen Zugzwang stehen, der Entwicklung nicht zu lange hinterherzulaufen, wie etwa Aachen, Karlsruhe, Essen und Dresden.

In Aachen hat die Stadion-Initiative ein Positionspapier ausgearbeitet und eingereicht. Der Tenor: so viel Tradition wie möglich, so viel Moderne wie nötig. Auch in Dresden beziehen die Fans offiziell Stellung – und schon ist die Forderung nach Artenschutz für die »Giraffen«-Flutlichtmasten Bestandteil der öffentlichen Diskussion. Nach derzeitigem Stand wird dieser Punkt nicht verwirklicht. Doch Detailplanungen der Fanbereiche im Neubau sind durchaus beeinflussbar.

Das Dilemma mit den WM-Tickets

Eine zufriedenstellende Verteilung der 3,5 Millionen WM-Tickets ist schon rein rechnerisch nicht möglich, trotzdem bleiben Enttäuschungen nicht aus.

Chancen, an Karten für die WM zu kommen, wurden 2005 mindestens genau so heiß diskutiert wie die Frage, zu welchen Leistungen die Mannen von Jürgen Klinsmann bei der WM überhaupt fähig sein werden. Fast jeder Fußballfan, und das sind laut Umfragen allein rund 30 Millionen Deutsche, will bei der WM im eigenen Land live im Stadion dabei sein. Aus dem Ausland anreisende Fans müssen noch hinzugerechnet werden. Somit war frühzeitig klar, dass die Mehrheit die Spiele lediglich am Fernseher verfolgen kann, trotz großer neuer Stadien.

Fußballvereine, bei denen Kartenengpässe in der Liga ein Alltagsproblem sind, haben längst ihre Verteilungsschlüssel gefunden: Vorfahrt für Jahreskarteninhaber, Auswärtsfahrer, Vereinsmitglieder sowie ein Kontingent an Einzeltickets, um auch den einen oder anderen Gelegenheitsfan bedienen zu können.

Dass die FIFA dieses Prinzip der Belohnung der treuesten Fans nicht selbst verfolgt (oder aus organisatorischen Gründen nicht verfolgen kann), ist hier und da Grund für Irritationen. Daher erarbeitete das WM-OK ein hoch kompli-

ziertes Verteilsystem mit mehreren Verkaufsphasen, die über das Internet abgewickelt wurden. Trotz umstrittener Geschäftsbedingungen, die auch von Verbraucherschutzverbänden kritisiert wurden, gab es deutlich mehr Anfragen als Karten. Was zur Folge hatte, dass die Verlosung ein wenig an die Ziehung der Lottozahlen erinnerte. Der glückliche Gewinner von zwei Tickets für die Paarung F3 gegen F4 zum Preis von 90 Euro konnte sich des Neids seiner Freunde sicher sein.

Die hohen Kontingente für Sponsoren, Hospitality-Kunden und die »DFB-Familie« stoßen vielerorts auf Unverständnis. Immerhin entschloss sich der DFB im November, für die treuen Fans noch einmal ein Kontingent freizugeben, bestückte den *Fan Club Nationalmannschaft* und die Fanbeauftragten, Fanprojekte und Dachverbände der Vereine. Diese konnten dann selbst über die weitere Verteilung entscheiden und ermöglichten einigen aktiven Fans, die auch ohne WM regelmäßig ins Stadion gehen, doch noch in den Besitz von Tickets zu kommen. Trotzdem wird das Rennen um WM-Karten, auch auf dem Schwarzmarkt, bis zum Tag des Endspiels andauern.



Public Viewing statt Stadionerlebnis: Die Kartenbesitzer sind die Minderheit unter den WM-Fans

DEZEMBER 2004



Borussia Dortmund – FC Schalke 04



Rot-Weiss Essen – LR Ahlen



1. FC Köln – Rot-Weiß Erfurt



Rot-Weiß Erfurt – Dynamo Dresden



Hannover 96 – Hertha BSC

Große Unterstützung für Benny

Zum Spiel zwischen Hannover und Hertha laufen die Mannschaften mit einem „Gemeinsam Helfen“-Transparent ins Stadion ein. Vor beiden Fanblöcken hängen Solidaritätsspruchbänder für den an Leukämie erkrankten Hertha-Fan.



Arminia Bielefeld – Hansa Rostock



Eintracht Braunschweig – FC St. Pauli



1. FC Nürnberg – Bayern München



Borussia Mönchengladbach – Bayer Leverkusen



VfB Stuttgart – Dinamo Zagreb



Eintracht Trier – 1. FC Saarbrücken

JANUAR 2005



Eintracht Frankfurt – Alemannia Aachen



Arminia Bielefeld – Hannover 96



Dynamo Dresden – Energie Cottbus

Beim Ost-Schlager zwischen Dynamo Dresden und Energie Cottbus setzen die Gästefans massiv Feuerwerkskörper ein. Beim anschließenden Ordner-Einsatz werden im Block mehrere Personen verletzt, die daraufhin Strafanzeige stellen.





Rot-Weiss Essen - Eintracht Frankfurt



SpVgg Unterhaching - TSV München 1860



Hamburg – Kaiserslautern
 Der Wettskandal um Schiedsrichter Hoyzer wird in den Stadien mit Transparenten und Spruchbändern kommentiert. Die Fans des HSV, der in besonderem Maße betroffen war, haben eine gute Quote für einen Heimsieg ermittelt.



FC Erzgebirge Aue – Rot-Weiss Essen



VfB Stuttgart – 1. FC Nürnberg

Mit einer großen Choreografie demonstrieren die Anhänger des VfB Stuttgart für ihren Vorsänger. Dieser hatte zuvor aufgrund ei-

nes äußerst umstrittenen Vorfalles ein Stadionverbot erhalten. Die Proteste der VfB-Fans ziehen sich wie ein roter Faden durch das Jahr 2005.



Bayern München–Hamburger SV

Beim Heimspiel gegen den HSV organisieren die *Schickeria München*, *Red United* und der *Club Nr. 12* eine Protestaktion. In der Heimkurve des Olympiastadions bleiben viele Plätze unbesetzt, sodass ein großes Herz sichtbar wird. Die Aktion richtet sich dagegen, dass

viele Dauerkartenbesitzer in der neuen Allianz Arena keine Karten mehr für die Südseite bekommen. Auf dem Spruchband steht: »Wer Faninteressen ignoriert, reißt der Südkurve das Herz raus.« Die Aktion ist jedoch nur eine von vielen, mit der sich die Fans um Einfluss bei der Gestaltung ihrer neuen Kurve bemühen.



DEUTSCHLAND



Arminia Bielefeld – Hannover 96



Alemannia Aachen – LR Ahlen



Borussia Mönchengladbach – Arminia Bielefeld



Karlsruher SC – Eintracht Frankfurt



Bayer Leverkusen – VfL Bochum



1. FC Nürnberg – 1. FC Kaiserslautern

FEBRUAR 2005



VfL Bochum – SC Freiburg



VfB Stuttgart – Hertha BSC



Karlsruher SC – Dynamo Dresden

Ein Spiel mit Folgen

Nachdem während der Zweitliga-Begegnung mehrfach Leuchtraketen auf Zuschauer geschossen werden, erhalten beide Verei-

ne harte Strafen: Der KSC muss 7.000 Euro bezahlen, Dynamo 40.000 Euro. Zudem dürfen die Dresdener beim Heimspiel gegen Aachen keine Stehplatzkarten verkaufen.



Rot-Weiss Essen – MSV Duisburg



Hertha BSC Berlin – 1. FC Nürnberg



VfL Wolfsburg – Werder Bremen



Alemannia Aachen – Erzgebirge Aue



FC Parma – VfB Stuttgart



Borussia Dortmund – VfL Bochum



MSV Duisburg – Rot-Weiß Oberhausen



MSV Duisburg – TSV München 1860



TSV München 1860 - Rot-Weiß Erfurt



Dynamo Dresden - Eintracht Frankfurt



Werder Bremen - Olympique Lyon

MÄRZ 2005



VfL Bochum – Borussia Dortmund



Dynamo Dresden – 1. FC Köln



Fortuna Düsseldorf – VfL Osnabrück



FC Augsburg – Sportfreunde Siegen



Holstein Kiel – VfB Lübeck



LR Ahlen – Eintracht Frankfurt



Rot-Weiss Essen – Karlsruher SC



Erzgebirge Aue – FC Rot-Weiß Erfurt



Arminia Bielefeld - Hamburger SV



1. FSV Mainz 05 - FC Schalke 04



Hannover 96 – Hansa Rostock



Hamburger SV – Borussia Dortmund



Hertha BSC Berlin – 1. FC Kaiserslautern



Hamburger SV – Bayer Leverkusen

DEUTSCHLAND



1. FC Köln U23 – Fortuna Düsseldorf



FSV Zwickau – VFC Plauen



1. FC Köln – 1. FC Saarbrücken



1. FC Nürnberg – Werder Bremen



Arminia Bielefeld – FC Hansa Rostock (DFB-Pokal)



Preußen Münster – VfL Wolfsburg

APRIL 2005



TSV München 1860 – 1. FC Köln



LR Ahlen – 1. FC Köln



VfL Wolfsburg – Bayern München



Eintracht Frankfurt – SpVgg Unterhaching





Hertha BSC – FC Schalke 04



SV Darmstadt 98 – Kickers Offenbach



Eintracht Frankfurt – Eintracht Trier



1. FC Nürnberg – Borussia Mönchengladbach



VfL Bochum – 1. FSV Mainz 05



Arminia Bielefeld – Bayer Leverkusen



SG Wattenscheid 09 – VfL Bochum (A)



Borussia Mönchengladbach – 1. FSV Mainz 05



Arminia Bielefeld – SC Freiburg



Arminia Bielefeld – Bayern München (DFB-Pokal)



Arminia Bielefeld – FC Schalke 04



KFC Uerdingen – Wuppertaler SV Borussia



FSV Zwickau – FC Carl Zeiss Jena



SpVgg Greuther Fürth – Karlsruher SC



1. FC Köln – SpVgg Greuther Fürth



FC Sachsen Leipzig (A.) – FC Sachsen Leipzig (Sachsenpokal)



Chemnitzer FC – FC St. Pauli



Hamburger SV – Werder Bremen



1.FC Kaiserslautern – Hannover 96



Borussia Mönchengladbach – VfL Bochum



Eintracht Braunschweig – Wuppertaler SV Borussia



FC Schalke 04 – Hamburger SV

DEUTSCHLAND



Rot-Weiss Essen – Dynamo Dresden



VfL Osnabrück – SC Paderborn 07



FC St. Pauli – VfB Lübeck



FC St. Pauli – Borussia Dortmund (A)



FC St. Pauli – Hamburger SV (A)



Preußen Münster - VfL Osnabrück



VfL Osnabrück - Eintracht Braunschweig



Hallescher FC - FC Sachsen Leipzig

MAI 2005



Dynamo Dresden – Erzgebirge Aue



TuS Koblenz – Kickers Offenbach



VfB Auerbach 1906 – FSV Zwickau



FC Gütersloh 2000 – SG Wattenscheid 09



VFL Osnabrück - Wuppertaler SV Borussia



FC Schalke 04 - Borussia Dortmund



Stuttgarter Kickers - VFR Aalen



1. FC Nürnberg - 1. FSV Mainz 05

DEUTSCHLAND



Hertha BSC – Hannover 96



Hamburger SV – VfL Bochum



Hannover 96 – Hamburger SV



1. FC Köln – Eintracht Trier



Stadionverbote in Frankfurt

Beim Auswärtsspiel in Ahlen sitzt ein Fahnschwenker auf dem Zaun. Als die Polizei in den Block kommt, um ihm zum Heruntersteigen aufzufordern, eskaliert die Situation. Die Folge des harten Polizeieinsatzes sind rund 30 Stadionverbote für Eintracht-Fans.



Eintracht Trier – Karlsruher SC



VfB Stuttgart – Hannover 96



Karlsruher SC – Energie Cottbus

DEUTSCHLAND



Arminia Bielefeld – VfL Wolfsburg



LR Ahlen – Rot-Weiss Essen



Eintracht Trier – Karlsruher SC



FC St. Pauli – Eintracht Braunschweig



SC Freiburg – 1.FC Kaiserslautern



VfB Lübeck – Fortuna Düsseldorf



Rot-Weiß Erfurt – 1.FC Köln



Hansa Rostock – Arminia Bielefeld



Energie Cottbus – Eintracht Frankfurt



Die gelbe Wand

Faszinierendes Schauspiel beim Dortmunder Heimspiel gegen Hansa Rostock: Rund 4.000 Doppelhalter haben die Fans der Bo-

rusia angefertigt. Aus der größten Stehtribüne Europas wird eine gelbe Wand. Vorausgegangen waren wochenlange Bastelarbeiten, die rund 10.000 Euro verschlangen.



Pokalfinale 2005: FC Schalke 04 – Bayern München





1. FSV Mainz 05 – 1. FC Kaiserslautern



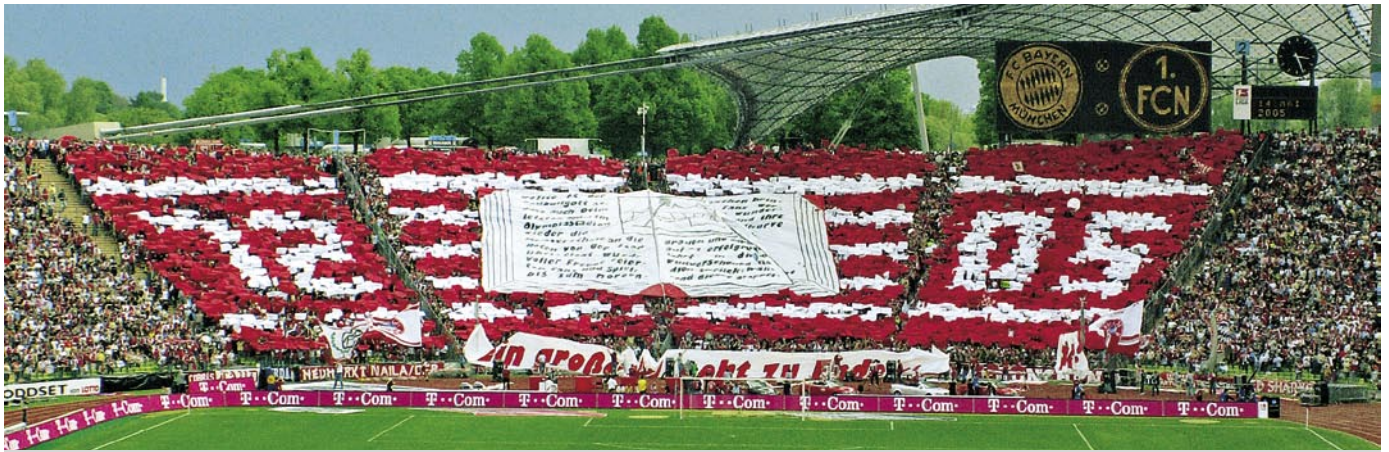
1. FC Kaiserslautern – Werder Bremen



SpVgg Unterhaching – Rot-Weiß Oberhausen



1. FSV Mainz 05 – Bayern München



Abschied vom Olympiastadion

Ausgerechnet der alte Rivale aus Nürnberg war zu Gast beim letzten Heimspiel der Bayern im Münchener Olympiastadion. Und passend zum Anlass wurde den Bayern – mal wieder – die Meisterschale überreicht. »Ein großes Kapitel geht zu Ende... Die Erfolgsgeschichte geht weiter!« lautete das Motto der Choreografie

der Bayern-Fans. Im aufgeklappten Buch ist zu lesen: »(...) wollte es der Fußballgott so, dass auch beim letzten Spiel im Olympiastadion wieder die Meisterschale an die Roten von der Isar überreicht wurde. Voller Freude feierten Fans und Spieler bis zum Morgengrauen und schauten auf die erfolgreichen Jahre in diesem wunderschönen Stadion zurück.«



Abschied aus Giesing

Im Olympiastadion hatten sich viele 60-Fans lange nicht wohl gefühlt. Nach dem Abstieg in die 2. Liga kehrte der Verein heim ins traditionsreiche »Städtische Stadion an der Grünwalder Straße«. Jedoch nur für ein Jahr, dann folgte der Umzug in die Allianz Arena.





Eröffnung der Allianz Arena

Einen Eröffnungsmarathon erlebte die neue Allianz Arena: Einem Spiel der Traditionsmannschaften folgte der Auftakt mit 1860 gegen

Nürnberg, bevor der FC Bayern die deutsche Nationalmannschaft herausforderte. Im vierten Spiel kam es dann zum Stadtderby. Die Fans beider Vereine nutzen den Auftakt für erste große Aktionen.



JUNI 2005



SV Darmstadt 98 – Sportfreunde Siegen



VfL Wolfsburg (A) – SC Paderborn 07



Bayern München – TSV München 1860



1. FSV Mainz 05 – Kickers Offenbach





Eintracht Braunschweig - Arminia Bielefeld (A)



SV Lippstadt 08 - VfL Bochum (A)



Wuppertaler SV Borussia - Hamburger SV (A)

DEUTSCHLAND



Confederations Cup: Argentinien – **Deutschland**



Confederations Cup: Mexikanische Fans in Hannover



Confederations Cup: Argentinien – **Tunesien**



Confederations Cup: **Griechenland** – Mexiko



Confederations Cup: **Japan** – Brasilien



Confederations Cup: Brasilien – **Griechenland**



Confederations Cup: **Tunesien** - Deutschland



Confederations Cup: **Deutschland** – Brasilien

JULI 2005



Fortuna Düsseldorf – VfL Osnabrück



Werder Bremen II – FC St. Pauli



Rot-Weiß Oberhausen – Holstein Kiel



Kickers Emden – Rot-Weiss Essen



Wuppertaler SV Borussia – Carl-Zeiss Jena



Rot-Weiß Erfurt – 1. FC Köln II

AUGUST 2005



Erzgebirge Aue – Alemannia Aachen



Bayern München – Borussia Mönchengladbach



Wuppertaler SV Borussia – Rot-Weiss Essen



Wuppertaler SV Borussia – TSV München 1860



Alemannia Aachen – Karlsruher SC



1. FC Union Berlin – BFC Dynamo



SSV Reutlingen – SSV Ulm 1846



VfR Aalen – Stuttgarter Kickers

DEUTSCHLAND



Fortuna Düsseldorf – FC St. Pauli



Borussia Dortmund – FC Schalke 04



Energie Cottbus – Eintracht Braunschweig



Karlsruher SC – Sportfreunde Siegen



SpVgg Greuther Fürth – Dynamo Dresden

DEUTSCHLAND



Hannover 96 – Hertha BSC Berlin



Waldhof Mannheim – VfR Mannheim



Bayer Leverkusen – Bayern München



Hansa Rostock – Kickers Offenbach



Werder Bremen – Arminia Bielefeld



1. FC Kaiserslautern – MSV Duisburg



1. FC Nürnberg – Hannover 96

DEUTSCHLAND



Sportfreunde Siegen – SpVgg Unterhaching



VfB Stuttgart – 1.FC Köln



MSV Duisburg – VfB Stuttgart



VfL Wolfsburg – Borussia Dortmund



FC Augsburg – TSV München 1860 II



Eintracht Braunschweig – Borussia Dortmund (DFB-Pokal)



Eintracht Braunschweig – LR Ahlen



SV Darmstadt 98 – SC Pfullendorf



FC Sachsen Leipzig – Dynamo Dresden



1. FC Union Berlin – Berliner AK

DEUTSCHLAND



Hallescher FC – FC Oberlausitz Neugersdorf



SV Stuttgarter Kickers – Hamburger SV (DFB-Pokal)



VfL Osnabrück – Preußen Münster



SG Wattenscheid 09 - Fortuna Düsseldorf



FC Eilenburg - Hallescher FC



Rot-Weiss Essen - Rot-Weiß Oberhausen



1. FC Eschborn - 1. FC Nürnberg (DFB-Pokal)



1. FC Magdeburg - VfB 09 Pößneck



SC Paderborn 07 - VfL Wolfsburg (DFB-Pokal)

SEPTEMBER 2005



Kickers Offenbach – VfL Bochum



Fortuna Düsseldorf – Kickers Emden



Hallescher FC – ZFC Meuselwitz



VfL Wolfsburg – 1. FC Nürnberg



Rot-Weiß Erfurt II – Hallescher FC



SV Babelsberg 03 – BFC Dynamo



TSV München 1860 – Eintracht Braunschweig



TSV München 1860 – Dynamo Dresden

DEUTSCHLAND



Energie Cottbus – Erzgebirge Aue



Dynamo Dresden – Eintracht Braunschweig



Dynamo Dresden – Eintracht Braunschweig



SC Freiburg – Karlsruher SC



TuS Koblenz – SSV Jahn Regensburg



VfB Lübeck – Fortuna Düsseldorf



MSV Duisburg – 1.FC Nürnberg



Hannover 96 – Eintracht Frankfurt



VfB Stuttgart – Arminia Bielefeld



Hamburger SV – Bayern München

DEUTSCHLAND



1. FC Kaiserslautern – 1. FSV Mainz 05



1. FC Nürnberg – Bayern München



1. FC Köln - Borussia Mönchengladbach



Bayer Leverkusen - 1. FC Köln

OKTOBER 2005



Carl Zeiss Jena – Rot-Weiß Erfurt



Erzgebirge Aue – LR Ahlen



Holstein Kiel – Rot-Weiss Essen



Holstein Kiel – FC St. Pauli





Rot-Weiss Essen - VfL Osnabrück



1. FC Bocholt - 1. FC Kleve



FC Gütersloh 2000 - Westfalia Herne



VfB Stuttgart - Hertha BSC



1. FC Köln - Bayern München





FSV Zwickau – Erzgebirge Aue II



Hamburger SV – FC Schalke 04



Bayern München – VfL Wolfsburg



SV Grimma – Hallescher FC



Arminia Bielefeld – Hertha BSC



Arminia Bielefeld – Hannover 96



Werder Bremen – Eintracht Frankfurt



MSV Duisburg – Eintracht Frankfurt



VfL Osnabrück – 1. FC Köln II



SpVgg Unterhaching – LR Ahlen



SG Wattenscheid 09 – FC St. Pauli



1. FC Saarbrücken – Energie Cottbus



Hannover 96 – Werder Bremen



Karlsruher SC – Energie Cottbus



Hamburger SV – VfL Wolfsburg



1. FC Nürnberg – Arminia Bielefeld

NOVEMBER 2005



Dynamo Dresden – Erzgebirge Aue



Wochenende 26. bis 29. November: Bundesweiter Protest unter dem Motto »Mehr Freiheit für Fans – Für eine unabhängige Ombudsstelle«, u.a. bei den Spielen Erzgebirge Aue – Eintracht Braunschweig, Wacker Burghausen – VfL Bochum, Rot-Weiss Essen – Rot-Weiß Erfurt, Hannover 96 – 1. FC Kaiserslautern



Hansa Rostock – Energie Cottbus



TSV München 1860 – Alemannia Aachen



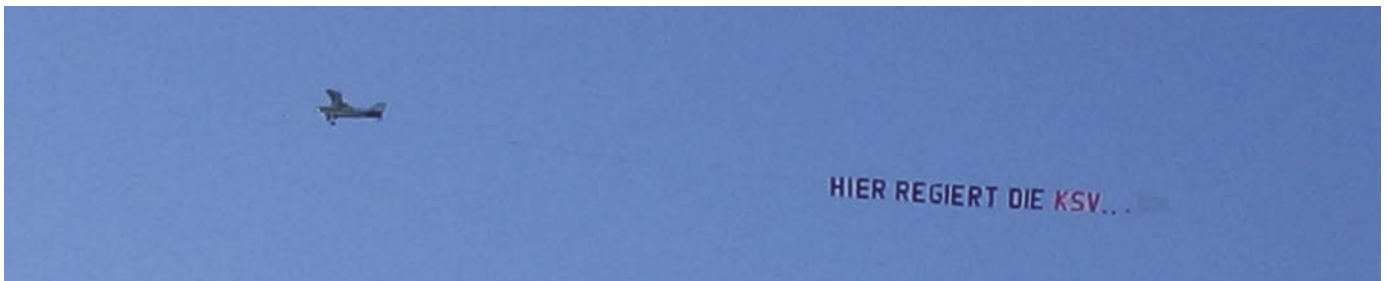
Hannover 96 – 1. FSV Mainz 05



Champions League 2005/06: FC Schalke 04 – PSV Eindhoven



Sachsen Leipzig – Halle FC



VfB Lübeck - Holstein Kiel



1. FC Saarbrücken – Hansa Rostock



Alemannia Aachen – Eintracht Braunschweig



SpVgg Greuther Fürth – 1. FC Saarbrücken



1. FSV Mainz 05 – Eintracht Frankfurt



FCUM statt ManU

Nachdem die ManU-Fans die Übernahme des gesamten Aktienpaketes von Manchester United durch den amerikanischen Milliardär Malcolm Glazer nicht verhindern konnten, gründeten sie ihren eigenen Club.

Die Asche von verbrannten Jahreskarten steigt in die Luft, Fußballfans aller Generationen säumen mit wut- und tränenerfüllten Gesichtern den Weg zum Stadion Old Trafford in Manchester. Es ist Mai 2005, ein für englische Verhältnisse sonniger Wonnemonat. Doch von Frühlingsgefühlen ist hier in Nordengland nichts zu spüren. Die Zeit ist für einen großen Teil der Fans von Manchester United vielmehr mit den dunkelsten Stunden ihres Fanlebens verbunden. Es ist die Zeit, in der ein großer Verein den Ausverkauf seiner Identität zu weit treibt.

Und ein Teil der Fans wendet sich entfremdet ab von seinem Club und von Old Trafford. Dem Ort, der ihnen über Jahrzehnte hinweg unvergessliche Fußballerlebnisse beschert hatte.

Doch seit Juni 2005 existiert in Manchester ein zweiter Club mit einem kraftvollen »United« im Namen: Der FC United of Manchester. Ein Verein, ins Leben gerufen als Konsequenz aus der ausufernden Kommerzialisierung des ursprünglichen »United«. In der Neugründung kulminierte der Konflikt mit dem US-Milliardär Malcolm Glazer, dessen Übernahme des gesamten Aktienpaketes die Fansseele bis ins Mark traf.

Mit einem bescheidenen Anteil von 2,9 Prozent wurde er 2003 in der nordenglischen Metropole vorstellig. Den NFL-Club Tampa Bay Buccaneers hatte Glazer in seiner Heimat groß gemacht, doch sein Interesse an Manchester speiste sich offenbar nicht aus einer besonderen Fußballbegeisterung oder Verbindung zum Club. Vielmehr machte Glazer von Anfang an deutlich, dass er von den gut laufenden Geschäften des bereits vor Jahren in eine Aktiengesellschaft umgewandelten Vereins profitieren will. So fasste er eineinhalb Jahre nach seinem Einstieg einen aus seiner kaufmännischen Sicht klugen, für die Fansseele aber mehr als perfiden Plan: Mehrere Darlehen über insgesamt 850 Millionen Euro sollte ihm die Möglichkeit zum Kauf des gesamten Aktienpaketes für 1,2 Milliarden Euro gewähren. Der Club wiederum, so sah es seine Planung vor, käme dadurch zu dem zweifelhaften Vergnügen, einen großen Teil des Schuldenstandes zu übernehmen.

Als am 30. Mai die beiden irischen Geschäftsleute JP McManus und John Magnier als letzte Anleger ihre Anteile an Glazer veräußerten, war das Schicksal von Manchester United besiegelt.

Denn die Vision, die sich den Anhängern darbot, war alles andere als verlockend: Von nun an war Glazer der allein herrschende Meister der Zahlen. Das ohnehin in den letzten Jahren schon geschwächte Bewusstsein für Tradition und Faninteressen in Manchester war an einem Tiefpunkt angelangt. Konnte die United-Anhängerschaft 1999 die Übernahme durch den britischen Medienmogul Rupert Murdoch durch monatelangen Einsatz bis in höchste gerichtliche Instanzen noch verhindern, stand sie nun der neuen Situation scheinbar machtlos gegenüber. Dabei hatten die Fanorganisationen mit höchstem Engagement und Leidenschaft ihren Standpunkt deutlich gemacht. Seit dem Bekanntwerden der Pläne kämpfte eine Union aus der Independent Manchester United Supporters Association (IMUSA), der Kleinaktionärsvertretung Shareholders United (SU) und den wichtigsten Fanzines gegen die Übernahme an. Mit Aufsehen erregenden Protestaktionen gegen Banken, Vorstandsmitglieder und die Glazer-Familie

und den öffentlichen Boykott von ManU-Sponsoren wie Nike oder Vodafone versuchten die Fans das Unheil abzuwenden. Verhindern konnte dies die Übernahme ebenso wenig wie die Planungen der SU, sich über Kredite selbst einen 25-prozentigen Anteil zu sichern, der Glazer hätte stoppen können. Doch einige United-Fans dachten nicht daran, vor den Tatsachen zu kapitulieren. Sie zogen die ultimative Konsequenz aus ihrer Ablehnung der Entwicklungen in ihrem Verein. Im Juni 2005 war der FC United of Manchester geboren.

In der Konzerthalle »Apollo Theatre« in Manchester schmiedeten 2.000 frustrierte Fans die Grundidee für einen Club, in dem alles anders sein sollte. Rechtsanwälte, Manager wie auch einfache Arbeiter feilten gemeinsam an ihrer Vision. Ohne jede konkrete Vorstellung freilich, wie ein Fußballverein eigentlich zu führen sei. Doch die Sache entwickelte rasch eine rasante Eigendynamik. Bereits Anfang Juni hatten sich rund 4.000



Kundgebung nach dem ManU-Ausverkauf...



...und symbolische Verabschiedung vom alten Klub



Die Gründungsversammlung des neuen »United«...



...und das Selbstverständnis in Zaunfahnen

Unterstützer gefunden, die durch ihre Mitgliedsbeiträge die Gründung des FC United ermöglichten. Bei der inhaltlichen Ausgestaltung der Vision stand das Beispiel des AFC Wimbledon Pate. Der AFC wurde vor drei Jahren von Fans des Londoner Vorortclubs Wimbledon FC als Reaktion auf die Umzugspläne des Vorstands gegründet. Auf der ersten Generalversammlung des FC United verabschiedeten 700 Mitglieder die Vereinssatzung. Formal registrierte der Club sich als »Industrial and Provident Society«. Diese Gesellschaftsform legt eine Gemeinwohlorientierung des Gewinns fest und garantiert eine basisdemokratische Vorstandswahl und gleiche Stimmverteilung. Den formalen Regelungen wurde ein Grundsatzprogramm zur Seite gestellt. Dort heißt es: »Unser Ziel ist es, einen langfristig überlebensfähigen Verein zu schaffen, der seinen Mitgliedern gehört und von ihnen demokratisch geführt wird, der allen Bevölkerungsteilen zugänglich ist, ein Verein, an dem diese vollumfänglich teilnehmen können.« Für das FC United-Vorstandsmitglied Andy Walsh liegt der Zweck der Vereinsgründung nicht allein im reinen Protest gegen die Glazer-Übernahme. »Es geht darum, für die vielen, vielen Fans, die es sich nicht mehr leisten können zum Fußball zu gehen, Stellung zu beziehen«, sagt er. Denn nur an wenigen Orten scheint der monetäre Größenwahn so weit fortgeschritten zu sein wie in Manchester. Horrende Ausgaben für Spieler und Marketing werden aus den Taschen der Zuschauer rückfinanziert. In den letzten

Jahren waren stetig steigende Kartenpreise die Folge. Es ist keine allzu unrealistische Befürchtung, dass sich dies angesichts des Schuldenstandes durch den Glazer-Deal noch weiter fortsetzen wird.

Zurück in die Zukunft: der Neubeginn

Sportlich bewegt sich der FC United am anderen Ende des englischen Fußball-Universums. Der Club kickt in der Division Two der Moore & Company Construction Solicitors League, der zehnten und untersten Spielklasse. Die Gegner heißen nicht Chelsea, Arsenal oder Real Madrid, sondern Blackpool Mechanics, Daisy Hill und Holker Old Boys. Doch für die Beteiligten verkörpert der FC United of Manchester ein Ideal vom Fußballsport, das dem alten »United« schon lange abgeht. »Hier haben wir eine Alternative zu dem, was aus Manchester geworden ist. Dies hier ist Fußball am Samstag um drei, so wie er früher war. Fußball, bei dem die Fans es sich leisten können, ihre Mannschaft zu Hause zu sehen«, sagte Trainer Karl Marginson bei seinem Amtsantritt im Juli. In der Liga läuft es für die aus mehr oder weniger renommierten Amateurspielern zusammengesetzte Mannschaft rund. Mit weitem Abstand führt sie nach einem Drittel der Saison die Tabelle an, die neunte Liga winkt. Ganz abgesehen davon, dass der FC United mit knapp 2.500 Besuchern pro Spiel sämtliche Zuschauerrekorde der Amateurligen bricht. Einen geeigneten Spielort zu



Volle Tribüne in Liga 10: Der FC United of Manchester sorgt im Amateufußball für Zuschauerrekorde



Gejubelt wird häufig beim FCUM – das Team gewinnt oft und hoch

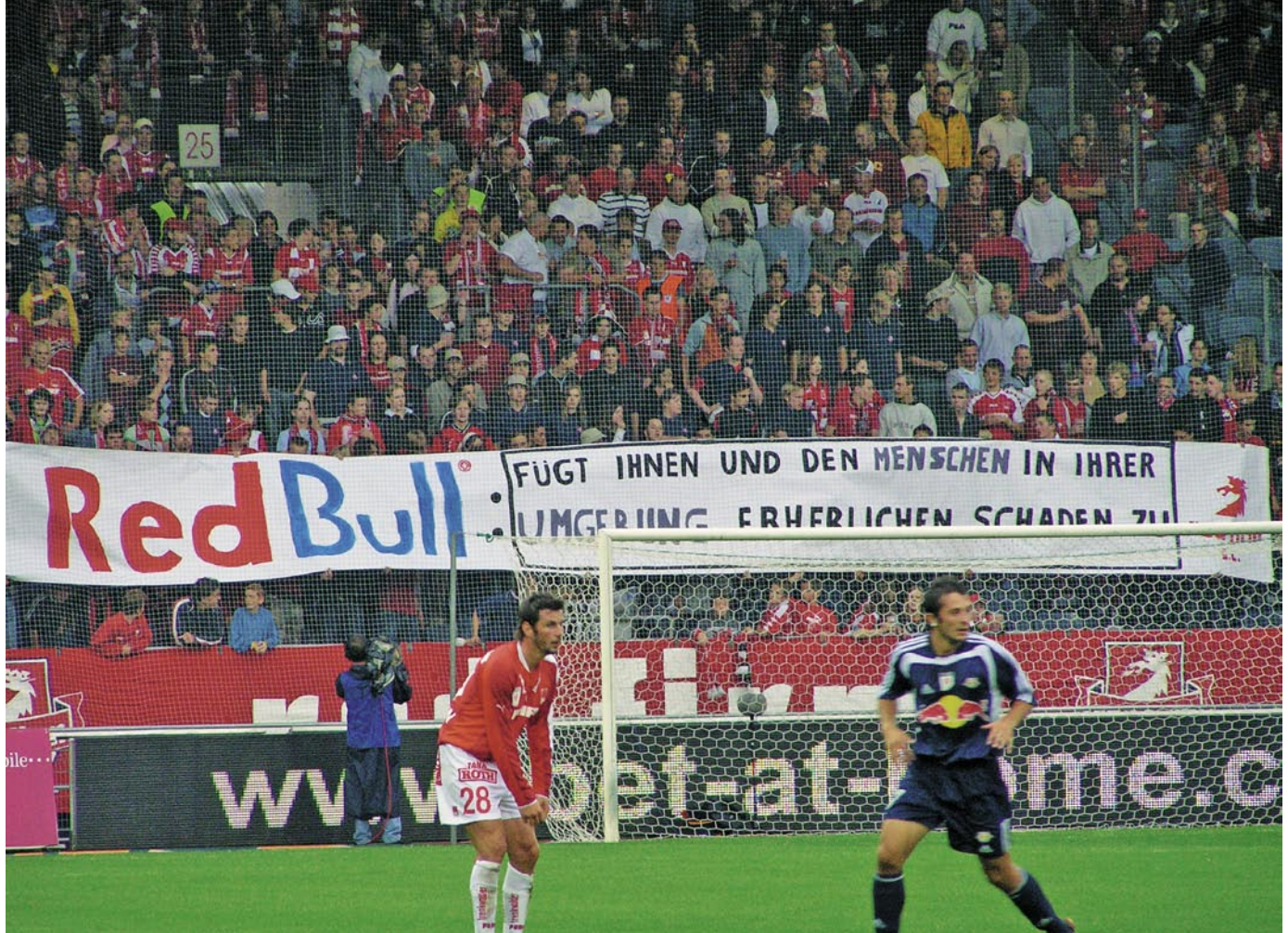
finden, wurde dabei zu einem der größten Probleme der Gründungsphase. Mittlerweile hat der neue Club seine Heimstatt im 9.000 Zuschauer fassenden Stadion des Viertligisten FC Bury an der Gigg Lane in Manchester gefunden.

Vor dem Hintergrund des großen Enthusiasmus, den die Verantwortlichen an den Tag legen, ist die Hoffnung berechtigt, dass der FC United keine medienwirksame Eintagsfliege ist. Wieder mit Blick auf den AFC Wimbledon, der mittlerweile über 20 Mannschaften aufgebaut hat, soll der Club in den nächsten Jahren weiter wachsen. Im Sinne des Grundsatzprogramms sollen dabei alle Gesellschaftsschichten eingebunden werden. Für die nächste Saison peilt der FC United die Einrichtung jeweils einer Reserve-, Jugend- und Damenmannschaft an.

Und welche Konsequenzen hat die Initiative für Manchester United? Zunächst wohl keine unmittelbar spürbaren. Noch immer strömt das Publikum zu den Auftritten der Rot-Weißen in der Premier League oder Europas Königsklasse. Längst ist der Verein, der seine Absatzmärkte durch Werbetourneen nach Asien oder in die USA zu erweitern sucht, nicht mehr direkt von seiner Basis abhängig. Angesichts von 70 Millionen ManU-Fans in der gan-

zen Welt, vermögen die wenigen tausend Abtrünnigen die Existenz nicht zu gefährden. Und dennoch: Der Schaden, den das Ansehen von Manchester United genommen hat, ist irreparabel. Bei den großen Sponsoren entwickelte sich durch die Protestaktionen, die plötzlich auch ihre Interessen trafen, zumindest eine gewisse Skepsis. Für Fangruppen weltweit steht Manchester United nunmehr als Symbol für die negativen Folgen der ungezügelter Kommerzialisierung von Fußballvereinen.

Konflikte mit den weiterhin zahllosen Getreuen im »Old Trafford« nehmen die FC United-Anhänger in Kauf. Denn für sie ist die Neugründung nicht Ausdruck einer Ablehnung des Gesamtphänomens Manchester United. Spiele von Rooney, van Nistelrooy & Co gehören noch immer zum samstäglichem Pflichtprogramm. Doch für sie geht die Faszination des Clubs über das sportliche Event hinaus. »What I love about this club is the identity, the philosophy«, heißt es im Anti-Glazer-Programm der SU. Diese Identität und Philosophie haben die FC United-Gründer in ihrem Sinne umgeschrieben. So haben die Beteiligten ihr eigenes Alternativprogramm geschaffen, das von einer spontanen Idee mehr und mehr zur Vollzeitaufgabe geworden ist.



In Anlehnung an Tabak-Warnungen: Fans gegen Red Bull

Scheitern als Chance

Die Fans von Austria Salzburg kämpften 2005 vergeblich um den Erhalt ihres Clubs. Inzwischen engagieren sie sich für die Wiederbelebung – ein Projekt mit kleinem Etat und großer Vereinsliebe.

Jede Subkultur, das lehrt die Soziologie, hat ihre eigene Sprache, ihre verbalen Codes. Diese sind höchst veränderlich – neue Ausdrücke entstehen, andere sind bald antiquiert und verschwinden aus dem Szenewortschatz. Ein Beispiel des Jahres 2005: »Pimp my ride« nannte MTV seine Sendung, in der es um das Aufmotzen von Autos ging. Sie gewann eine begeisterte Fangemeinde. »Pimp my Club« war unterdessen das Motto, das Red Bull, ein Getränkehersteller mit nicht geringer Zielgruppenschnittmenge mit MTV, verfolgte. Einziger Unterschied: Die Fangemeinde bestand schon vorher und war über das Tuning des SV Austria Salzburg entsetzt.

»Leiberl« sagen sie dort zu den Trikots – das hört sich weniger nach Trendsprache, sondern eher wie eine Verniedlichung an. Doch der Streit um die Leiberl, genauer gesagt, um deren Farbe, war der Auslöser für einen handfesten Konflikt.

Violett – diese Farbe hatten die Väter des Clubs im geschichtlich belasteten Gründungsjahr 1933 gewählt, weil sie für politische Neutralität stand. Violett waren seither die Vereinsfarben und die Trikots. Auch heute noch steht in den Statuten des inzwischen in Red Bull

Salzburg umbenannten Vereins, dass Violett und Weiß die offiziellen Vereinsfarben sind. Jedoch werden sie nirgendwo mehr verwendet.

Der Zwist um die Farben war indes nur der erste Schlagabtausch zwischen den Fans und dem Verein, an dessen Ruder nun Red-Bull-Chef Dietrich Mateschitz steht, denn den rot-weißen Trikots folgte eine Umgestaltung des gesamten Vereinsauftritts.

Dass Red Bull den Sport als Werbeträger nutzt, ist nicht neu. Man erinnert sich an Motorrad-Hasardeure, die einen immer steiler werdenden Berg hochfahren, auch beim Selfmade-Flugdrachen-Contest mit möglichst kuriosen Abstürzen in Berlins Wannsee war die Marke präsent, ebenso wie bei den Kunstfliegern, die zwischen Torbögen über Flussläufe fliegen. Diese Szenen wurden vielfach ausgestrahlt, fast jeder kennt sie. Für die Markenbekanntheit der Trend-Brause waren sie ein Segen.

Inzwischen hat der rote Bulle die heimische Weide der Funsport-Events verlassen und tastet sich an den großen Sport heran. Zum Beispiel an die Formel 1, wo sich die Fans von Minardi per Internet-Petition dagegen wehren, dass ihr Team, allseits als das Tasmania unter der Kons-

trakteuren bekannt, durch Red Bull vereinnahmt und zum Rookie-Team des bereits bestehenden Red Bull-Rennstalls (ehemals Jaguar) gemacht wird.

Salzburg im Fokus der Fußballwelt

Thema der Schlagzeile zu sein ist wichtig, der Inhalt sekundär, denn dass für die Marke getrommelt wird, darauf kommt es an. Damit jonglieren Fachleute für Öffentlichkeitsarbeit. Eine Klaviatur, die Red Bull beherrscht, und selbst mit dem Einkauf von Luis Figo wurde medienwirksam spekuliert. Immerhin: Thomas Linke und Alexander Zickler sind gekommen. Obendrein erhält Franz Beckenbauer einen Beratervertrag. Man merkt: Gelder sind vorhanden und werden auch gerne investiert, um aus einem Fußballspiel eine Promotion-Veranstaltung zu machen. Jetzt bestimmen im Rahmenprogramm Stelzenläufer und Toreros die Szenerie.

Die Presse nahm das Schauspiel dankbar an. Fußball gnadenlos aufgepeppt und Fans, die dagegen Sturm laufen – damit war die eine oder andere Schlagzeile zu machen. Vom »Beschallungszentrum Kleßheim« sprachen sie, von der »größten Bauerndisco der Welt« war zu lesen – allerdings auch von der »Verbeachvolleyballisierung« und vom »Event-Stadl«. Und sogar das ZDF und der »Spiegel« schickten ihre Reporter in die Mozartstadt.

Kreativ wie kritisch waren die Solidaritätsbekundungen an die Fanszene aus dem In- und Ausland. »Red Bull verdient Prügel« hieß es unter anderem, in Anlehnung an den bekannten Werbespruch des Unternehmens.

Schon bevor es zum internationalen Aktionstag kam, gab es Unterstützung von anderen Fanszenen aus Österreich und den Nachbarländern. Und selbst in China und den USA waren Transparente zu lesen. Doch sowohl die mediale Aufwertung der Fan-Bewegung als auch der Schulterchluss anderer Fangruppen kümmerte Red Bull we-

Einmal Euphorie, Entsetzen und zurück

Die Chronik eines Überlebenskampfes

6.4.05: Die Salzburg Sport AG, Betreiberin von Austria Salzburg, wird von Red-Bull-Chef Mateschitz übernommen. Anfänglich sind die Reaktionen, verbunden mit der Hoffnung auf bessere Zeiten, positiv.

23.4.05: Inzwischen fürchten viele Anhänger, dass der Besitzwechsel drastische Veränderungen mit sich bringen wird und organisieren zum Spiel gegen Austria Wien eine an die Tradition erinnernde Choreografie unter dem Motto »Unser Verein: Austria Salzburg, unsere Farben: violett-weiß«.

7.5.05: Insgesamt 9.000 Unterschriften werden der Vereinsführung überreicht. In Anlehnung an das Gründungsjahr bleibt die Südkurve für 19:33 Minuten gesperrt. »Austria Salzburg – Violett-Weiß seit 1933« liest man gegenüber – als erste bekunden die Gästefans von Sturm Graz ihre Solidarität.

10.5.05: Fanclubvertreter und Club-Offizielle treffen sich zu ersten Gesprächen. Ergebnis: Die Trikotfrage wird auf die anstehende Sommerpause vertagt.

29.5.05: Das letzte Heimspiel von »Austria Salzburg« – ein 2:1-Erfolg gegen Bregenz.

3.6.05: Nach der Generalversammlung ist nun auch die Umbenennung offiziell. Fortan nennt sich der Club »Red Bull Salzburg«.



Heute ein Sitzplatzbereich: Der ehemalige Fanblock



Blocksperrung als Protestform

14.6.05: Die neue Homepage geht online. Auf violette Farben wird durchgehend verzichtet, ebenso findet sich kein Wort zur Vereinsgeschichte von Austria Salzburg.

1.7.05: Als fanclubunabhängiger Zusammenschluss wird die »Initiative Violett-Weiß« gegründet, die eine Rückkehr zu den alten Farben als ihr oberstes Ziel ausgegeben hat.

13.7.05: Die halbe Südkurve des Stadions wird in Sitzplätze umgewandelt. Für die Fans ein deutliches Zeichen, dass ihre Interessen nicht mehr gefragt sind.

22.7.05: Zum ersten Heimspiel verteilt Red Bull Plastikbrillen, die dem Sichtfeld eine violette Färbung verpassen. Die Aufschrift »Durchsicht – Klarsicht – Einsicht« werten die Fans als Verharmlosung und Provokation.

15.9.05: Die Fans brechen die Gespräche mit Red Bull endgültig ab – »aus Sinnlosigkeit«.

17.9.05: Durchführung eines europaweiten Aktionstags, zu dem die Salzburger Fans in den Wochen zuvor aufgerufen haben. Zum letzten Mal greifen sie selbst in das Geschehen im Stadion ein: in der Südkurve werden unzählige bengalische Fackeln abgebrannt.

31.10.05: Anhänger haben sich die Namensrechte für »SV Austria Salzburg« gesichert.

nig. Der Imageschaden der Marke in Fußballfankreisen scheint nicht zu stören. Das Problem der quengelnden und nervenden Fanaktivisten wird sich bequem aussitzen lassen, schließlich hat sich der österreichische Fußball längst an die kommerziellen Vereinsnamen gewöhnt – auch Austria Salzburg trug schon die Namen »Casino« und »Wüstenrot«.

Verhärtete Fronten

»Das ist nicht das Publikum, das wir uns im Stadion wünschen«, sagte Mateschitz über die protestierenden Fans im Gespräch mit der Frankfurter Rundschau. Nicht ins Bild passende Meinungen wurden als »Rowdytum« abgestempelt, Hausverbote en masse waren schnell ausgesprochen. Unter anderem betroffen: eine Mutter, die ihrem Sohn auf ihren Namen eine Jahreskarte geschenkt hatte und seit 1994 nicht mehr im Stadion war.

Man verwehrte gar traditionell violett gekleideten Fans den Eintritt ins Stadion. Die Distanz zum angestammten Anhang war schnell gewachsen. Der Verein hat zudem durch den völlig überraschenden Abbau der Stehplätze längst deutlich gemacht, dass es ihm gar nicht unrecht ist, wenn sich die Traditionalisten aus freien Stücken verabschieden.

»Wer sich nicht kritik- und bedingungslos dem Red-Bull-Diktat unterworfen hat, ist daraufhin rausgeschmissen worden«, sagt Harald Mittermaier von der »Initiative Violett-Weiß«. Der beliebte Stadionsprecher wurde ausgetauscht, der Fanbeauftragte schmiss freiwillig hin, unter anderem, weil er nicht mehr autorisiert war, Fanbusse zu organisieren. Nicht nur was die Symbole angeht, sondern auch was das Personal (nur acht Spieler aus dem alten Kader überlebten die Zäsur) oder den Trikotaus-



Der rote Bulle: überall im Stadion präsent

rüster betrifft – bei der Umgestaltung des Vereins im Sommer blieb kein Stein auf dem anderen. Das bestehende Gebilde wurde eingerissen und völlig neu wieder aufgebaut.

Die Fans persiflierten das Prinzip Red Bull, indem sie alsbald ihre eigene Kampagne mit frappierenden Bildmotiven starteten: Sie zeigten das Mozart-Geburts- haus in Red-Bull-Anstrich und Pommes Frites mit blauer Mayonnaise.

Doch es sollte nicht gelingen, Red Bull mit den eigenen Waffen zu schlagen. Der Kampf um die Erhaltung von Violett, »1933« und »Austria« war nicht zu gewinnen. Trotz umfassender Aufklärungsarbeit war es nicht möglich, die verbleibenden und neuen Fußballkonsumenten im Stadion für ihren Weg zu gewinnen. Red Bull Salzburg wird mittlerweile von den meisten Zuschauern akzeptiert.

Der Neubau

Die traditionelle Fanszene hat jedoch nicht aufgegeben. Sie sammelte die Überreste ihres alten Vereins auf und setzte sie zu einem neuen Austria Salzburg zusammen, nachdem die Namensrechte gesichert waren.

Diese Wiederbelebung ist eine Herausforderung. Das Ziel ist ein Verein mit den basisdemokratischen Prinzipien, die man den Anhängern zuvor verwehrt hat. Mit Hochdruck leisten die Fans Pionierarbeit – Sponsorensuche, Verbandsstatuten wälzen, Spieler sichten – alles, was dazugehört.

Spannender, als sich Gedanken darüber zu machen, mit welcher Supportrichtlinie beim nächsten Spiel Protest kundgetan wird, ist das allemal.



Die neue Fangeneration

»Ich weiß nicht, gegen wen Red Bull am Wochenende spielt.«

Harald Mittermaier ist einer der Aktivisten der Fanszene, die in den letzten Monaten für die traditionellen Werte von Austria Salzburg eingetreten ist und schlussendlich dem Verein Red Bull Salzburg den Rücken zugewendet hat. Heute fungiert er als Sprecher der *Initiative Violett-Weiß*.

Stadionwelt: Für Salzburgs Fans waren es bewegende Monate. Wie fällt eure Bilanz aus?

Mittermaier: Sehr bitter, sehr ernüchternd. Am Ende stand eine völlige Entfremdung der Fanszene. Unser Verein wurde getötet, aber wir setzen alles daran, dass er wieder aufersteht.

Stadionwelt: Und aus ganz persönlicher Sicht: Wie schmerzhaft ist so eine Entwöhnung?

Mittermaier: Ich persönlich habe in über 17 Jahren eine enorme Identifikation mit dem Club aufgebaut. Zu dieser Zeit hätte ich es nicht für möglich gehalten, wie gleichgültig mir das heute alles ist. Und es wäre undenkbar gewesen, dass ich irgendwann nicht mehr weiß, gegen welchen Gegner Salzburg am Wochenende antritt. Das geht jedoch jetzt vielen langjährigen Anhängern so, die nun an den Wochenenden Groundhopping betreiben oder zur Nationalmannschaft fahren.

Stadionwelt: Gibt es eine Chance, dass ein Umdenken stattfindet? Bei dir oder bei Red Bull? Der neue Verein hat jetzt immerhin einen Schnitt von 14.000 Zuschauern, und sein Konzept scheint aufzugehen.

Mittermaier: Im Grunde nicht – die beiden einzigen Möglichkeiten bestehen darin, dass der ganze Fußball-Hype nach der Euro 2008 abebbt, oder dass es Red Bull irgendwann zu teuer wird, eine Mannschaft für die Champions League zu finanzieren. Da aber nun erwiesen ist, dass sich Zuschauer kaufen und für die Konzerninteressen einspannen lassen, kann es noch lange dauern. Wir haben eine Menge darüber gelernt, wie Propaganda und Meinungsbildung funktionieren. Wir als traditionelle Fans sind mit einer Öffentlichkeit konfrontiert, die in großen Teilen kein Verständnis für unser Anliegen hat, denn viele Medien sind von den Red-Bull-Werbegeldern abhängig und nicht frei in ihrer Berichterstattung. Zudem gilt in Österreich das Prinzip: »Wer Erfolg hat, hat Recht.« Und es gehen nun halt 10.000 Leute ins Stadion, die vorher nie da waren.

Stadionwelt: Ist das eine Kritik an der Mentalität der Salzburger oder der österreichischen Fußballfreunde?

Mittermaier: Man spricht immer davon, dass die österreichische Mentalität zur Unterwürfigkeit neigt, und dazu, nur die Nummer 1 zu akzeptieren. Wenn ich mich an die Zeit unserer großen Europacup-Auftritte Mitte der 90er erinnere, als zu den Spielen Sonderzüge aus ganz Öster-

reich kamen und plötzlich jeder ein Salzburger war ... in anderen Ländern ist es bei weitem nicht so, dass man seinem größten Rivalen die Daumen drückt, weil sie international gegen irgendwelche Bulgaren spielen.

Stadionwelt: Dann habt ihr aber denkbar schlechte Voraussetzungen für euren neuen Club.

Mittermaier: Das ist richtig. Wir erwarten auch keine 15.000 Zuschauer. Das ist eher ein Projekt für 3.000 Leute, vielleicht 5.000, wenn es gut läuft, denn so lange Red Bull so ein Drumherum bietet, werden sie die Masse binden – jedoch niemals die leidenschaftlichen Fans.

Stadionwelt: Welchen Fahrplan verfolgt ihr mit dem neuen Verein?

Mittermaier: Wir versuchen jetzt als wesentlichen Punkt, die Finanzierung auf die Beine zu stellen.

Stadionwelt: Über welche Größenordnung reden wir da?

Mittermaier: Wenn wir einen Etat von 250.000 Euro realisieren können, kann man in der vierten oder fünften Liga schon sehr ambitioniert auftreten. Es gibt einige lokale Sponsoren, die sich sehr interessiert zeigen. Wir sind mit Personen im Gespräch, die viel für Austria Salzburg getan haben, Identifikationsfiguren sind und Leute an den Verein binden können. Außerdem wird es darum gehen, eine Spielgemeinschaft zu bilden, damit wir nicht ganz unten anfangen müssen. Wenn es schnell geht, dann können wir möglicherweise schon in der Winterpause einsteigen und 2007 erstmals aufsteigen. Bis 2010 oder 2012 wollen wir es dann bis in die 2. österreichische Liga geschafft haben. Aber das wollen andere auch. Man kann es nicht exakt auf dem Reißbrett planen.



Unterstützung aus Graz



Ligaweiter Aktionstag, hier Juve-Fans in Parma, Motto: »Mehr Dekrete, weniger Zuschauer: Sind die Fans das Übel des Fußballs?«

Der verkaterete Stiefel

Im einstigen Fußballparadies Italien läuft vieles aus dem Ruder. So viel, dass die Tifosi dem Sport den Rücken kehren.

Was waren das noch Zeiten. Um einen romantisch-verklärten Blick auf die Blütejahrzehnte des italienischen Fußballs zu werfen, muss man nicht allzu lange zurückschauen. Für eine inzwischen zurückgetretene Spielergeneration galt das Credo »Hauptsache Italien«; gleich acht deutsche Lire-Milliardäre standen im Kader, der 1990 den WM-Titel nach Deutschland holte – und die Fans setzen ebenso Maßstäbe. Seinerzeit waren sie in punkto Organisationsgrad und Kreativität allen anderen Ländern um Längen voraus. Heute ist die Party vorüber, in den Kurven des Stiefels zeigt sich ein anderes Bild.

Noch immer ist Fußball in Italien das Gesprächsthema überhaupt. Dafür sorgen schon die drei täglich erscheinenden Sportzeitungen. Über deutsche Legionäre gibt es nichts mehr zu schreiben, selbstverständlich aber gehen die Themen so schnell nicht aus. Denn beim Calcio herrscht das Chaos.

Wenn beispielsweise, wie in dieser Saison, ein Streit um die Anstoßzeiten der Serie B entbrennt, dann sind die Interessenkonflikte inzwischen so verworren, dass ein Ausweg unmöglich erscheint. Insgesamt vier Pay-TV-Kanäle mit rund 7,5 Millionen Abonnenten verlangen nach exklu-

siven Übertragungs- und Anstoßzeiten. So kam es schon im letzten Jahr dazu, dass die Serie B vorwiegend am Samstagabend spielte. Die aktuelle Verlegung auf den Samstagmittag ist nicht nur den Fans ein Dorn im Auge, sondern auch den Bürgermeistern der Städte. Die einen beklagen, dass sie nicht wie gewohnt zum sonntäglichen Spiel gehen können, da der Samstag in Italien häufig ein regulärer Arbeitstag, oder aber der Familie und dem Shopping gewidmet ist. Die anderen befürchten Umsatzeinbußen, wenn einerseits die Fußballinteressierten nicht mehr zum Einkaufen in die Städte fahren, oder sie andererseits zu viel »Spieltagsaction« in den City-Trubel bringen. Letztendlich haben auch die Lokalpolitiker erkannt, dass sich hier Wählerstimmen gewinnen lassen.

Jeder äußert seinen Unmut in der ihm eigenen Art und Weise. Boykotte und Spruchbänder hier, dort die Autorität des Amtes. Gleich während der Startphase der laufenden Saison verweigerten einige Bürgermeister die Freigabe der Stadien, sorgten so für Rumpf- oder »Salami-Spieltage«. Später setzte sich schließlich der Verband mit einer Klage durch, und die Gerichte sorgten für einheitliche, wenn auch unpopuläre Anstoßzeiten.

Am spannendsten bleibt in Italien allerdings das klassische Schauspiel des Lizenzlottos. Oft dramatischer als jedes Spiel ist das Hoffen und Bangen, das Hin und Her, welcher Club in welcher Liga antreten wird. Mitten in der Ferienzeit stapeln sich auf den Schreibtischen der Gerichte die Akten, während sich diejenigen, die den Spielplan basteln, bequem bis September zurücklehnen können. Möglicherweise droht wieder einmal eine Aufschiebung des Saisonstarts.

Im Sumpf der Korruption

Was jedoch bis dahin passiert, ist mit den Gesetzen der Logik nicht mehr erklärbar. Das kann es auch nicht sein; denn wenn alle Vereine mit leeren Konten den Weg nach unten antreten müssten, blieben dem Profi-Fußball kaum Clubs erhalten. Also greift das System, das sich in Italien stets aktiviert, wenn der letzte und entscheidende Spieltag ansteht. Wer hier gewinnen muss, um drin zu bleiben, der gewinnt in aller Regel auch. Die Verbands- und Clubpatrone erinnern sich an ihr Geflecht von Gefälligkeiten, Gegengefälligkeiten sowie unbeglichenen Rechnungen. Das Geheimnis ist so offen, dass die Wettanbieter derartige Spiele meist gar nicht in ihr Programm aufnehmen. Einige Ergebnisse der letzten Jahre: Neapel, Florenz und

der AC Turin fanden sich in der Serie C1 oder C2 wieder, während die Pleitegeier in Parma oder bei Lazio weiterhin über Serie-A-Arenen kreisen. Warum auch immer.

Der gemeine Fan fragt sich, welchen Sinn es noch hat, ins Stadion zu gehen, wenn die Entscheidung ohnehin nicht auf dem Rasen, sondern im Juli am grünen Tisch fällt. Empoli ist als einzige Mannschaft im Sommer sportlich in die erste Liga aufgestiegen. Aus der Serie B gab es keinen einzigen sportlichen Absteiger, die Spiele waren also praktisch wertlos. Und wer erinnert sich nicht an die gedopten Spieler von Juve? Ernsthafte Konsequenzen für den Club gab es keine.

Bei Genua 1893 ist der Fall eigentlich klar. Dem Aufsteiger in die Serie A wurde nachgewiesen, dass er sich den 3:2-Heimsieg gegen Venedig erkaufte. Und trotzdem fand gerade hier der schwerste Krawall statt. In mehreren Nächten zogen bis zu 3.000 Tifosi durch die Stadt, um gegen den Zwangsabstieg zu protestieren. Eine Anmaßung? Ein klares »Jein«, denn sie haben schon längst verinnerlicht, dass Rechtsmaßstäbe nicht mehr gelten. Das macht es möglich, sich als Fans eines »Täter-Vereins« wie solche eines »Opfer-Vereins« zu fühlen und sich entsprechend zu benehmen.

Vielleicht ist der Verlust der Glaubwürdigkeit des Fußballs das zentrale Problem. Dass der Fußball nicht mehr sauber



Sampdoria: Blocksperrung beim Spiel gegen Inter Mailand: »Die Ziele verfehlt, die Stadien leer: Dieses Dekret ist ein Schuss in den Ofen«



Sampdoria: »Nein zum namensbezogenen Ticket«

ist, ist allseits bekannt. Manch einer stört sich wenig daran, andere kämpfen für die Werte und malen ihre Banner, wieder andere resignieren und kehren dem Geschehen den Rücken. Die entsprechenden Fakten sind eindeutig: Von 1998 bis 2003 sank der Zuschauerschnitt der Serie A kontinuierlich von 31.160 auf 25.474. Danach folgten zwei Jahre der Stagnation. 2005/06 wird es allerdings dramatisch. Nur noch 22.117 Biglietti werden im Schnitt verkauft – ein Absturz um 13 Prozent.

Der Rückgang verändert die aktiven Fans und ihre Gruppen. Einige haben sich in den letzten Jahren stark politisiert und nutzen den Fußball diesbezüglich als Bühne – ein Spiel etwa von Livorno gegen Lazio führt allein deshalb schon zu Zusammenstößen –, auch wenn es wie bei Neapel oder Sampdoria weiterhin Kurven gibt, die sich betont unpolitisch geben. Bei anderen Gruppen geht die Entwicklung an die Substanz. Während der laufenden Saison lösten sich zunächst Atalantas *Brigade Nerazzurre*, später noch Milans *Fossa dei Leoni*, zwei Urgesteine der Ultra-Bewegung, auf, ohne sich bei den Gründen zu sehr



Aktionstag in Mailand. Oberes Spruchband: »Akzeptable Preise versprochen – namensbezogene Tickets eingeführt«

in die Karten schauen zu lassen. Waren dies Einzelfälle oder der Auftakt zu einer landesweiten Entwicklung?

Doch wäre es zu eindimensional, den Abwärtstrend auf den Tribünen allein mit einer Frustrationsthese zu erklären. Weitere Ursachen liefern die Stadien, die seit der WM 1990 ein weitestgehend vernachlässigtes Dasein fristen, und vor allem die extrem teuren Ticketpreise. 20 Euro kostet ein Platz im Gästesektor von Livorno und 22 Euro bei Reggina. Empoli verlangt für einen Platz in der Heimkurve 25 Euro, und wer bei Juve–Inter dabei sein will, muss in der günstigsten Kategorie gar 50 Euro bereithalten. Und die Preise auf den Tribünen liegen noch weit höher.

Es ist indes gar nicht mehr so einfach, überhaupt eine Eintrittskarte zu bekommen. Seit dieser Saison greift ein von Innenminister Giuseppe Pisanu erlassenes Dekret, das eine verstärkte Videoüberwachung der Ränge fordert.



Sampdoria: »45 Minuten draußen bleiben, um nicht für immer draußen zu bleiben«

Zudem hat auf jeder Karte der Name und in einigen Fällen die Steuernummer des Käufers zu stehen. Die Zeiten, in denen man in Italien die Kurven weitgehend sich selber überließ, gehen ihrem Ende entgegen.

Die Regierung schaltet sich ein

Der durch die Fackelwürfe der Interisti provozierte Spielabbruch des Champions-League-Viertelfinales gegen Milan sowie der Münzwurf bei Roma–Kiew, der Schiri Anders Frisk außer Gefecht setzte, führten der internationalen Öffentlichkeit vor Augen, dass sich der Fußball falsch entwickelt. Die Regierung, derzeit läuft die Bewerbung für die Austragung der Euro 2012, fürchtet um ihr internationales Renommee. Sie schaltete sich ein und



Aktionstag in Padova beim Spiel Treviso – Milan. Das zweite Spruchband richtet sich gegen die vom Verband verhängte Heimspielsperre.

gab eine Untersuchung der Fankultur in Auftrag. Diese brachte zu Tage, dass enge politische und wirtschaftliche Verbindungen zwischen Clubs und Fangruppen bestehen, zudem wird eine »Militarisierung der Gruppen« beschrieben. Infolgedessen blieben in der ablaufenden Saison die Kurven vielerorts leer. Zum einen, weil die Fans sie aus Protest nicht betraten, zum anderen, weil die Polizei bei der Umsetzung des Dekrets Erfolg hatte – wengleich auch dies nicht mit letzter Konsequenz durchgeführt wird. Der Zutritt zum Stadion ohne im Vorverkauf erworbene Tickets soll unterbunden werden. Es wird jedoch durchaus von Kassenhäuschen berichtet, die wie eh und je an Spieltagen frei verkäufliche Karten anbieten. Weil sich die Registrierung der nachrückenden Zuschauer nur schwer bewältigen lässt, und letzten Endes, weil die schiere Finanznot die Clubs dazu zwingt, ihre Karten offensiv zu verkaufen, wird die Umsetzung der neuen Richtlinien eher lax gehandhabt.

Wie kann der italienische Fußball das Dilemma überwinden? Patentrezepte gibt es nicht, denn die Fans haben

längst den Überblick darüber verloren, was die Ursachen und was die Symptome des kränkelnden Fußballs sind. Egal, ob Verband, Vereine, Fans oder Fernsehen – sicher muss jede beteiligte Gruppe ihre Interessen ein Stück weit zurückschrauben, wieder Vertrauen in die anderen Institutionen aufbauen, um das Gesamtkunstwerk zu retten. Das allerdings kann noch Jahre oder Jahrzehnte dauern.

Nicht, dass es keine Gegentrends gäbe – bei den zurückgestuften Clubs aus Neapel, Turin oder Florenz kommen die Zuschauer in Massen. Auch Messina und die aufgestiegenen Treviso und Ascoli verzeichneten zuletzt einen Aufschwung. Im sizilianischen Palermo füllen regelmäßig 37.500 die Ränge, sodass Karten nur noch für den Gästesektor erhältlich sind.

Italien-Klischees arbeiten mit Begriffen wie »heißblütig« oder »leidenschaftlich«, und es gilt die alte Regel: In jedem Klischee steckt immer auch ein Stück Wahrheit. Diese Mentalität kann sich als Rettungsanker erweisen. So schnell ist der Fußball in Italien nicht totzukriegen.



Atalanta Bergamo – AC Mailand

Erster ligaweiter Protest in Holland

Die Fans in den Niederlanden haben in der Saison 2004/2005 damit begonnen, sich vereinsübergreifend zu organisieren. Erste Aktionen gab es, doch der Durchbruch steht noch aus.

Zu Beginn der Spielzeit 2005/06 breiteten die Anhänger von insgesamt 15 Vereinen in den Niederlanden ein Spruchband vor ihren Rängen aus: »Vrijheid voor tifo en supporters« – Übersetzung überflüssig.

Mit ihrer weit gefassten Forderung wehren sich die niederländischen Supporters gegen das negative Image der Fans, und sie prangern die schlechte Behandlung durch die Sicherheitsorgane an. Die in den Niederlanden übliche »Combi«-Regelung, die Koppelung von Auswärtskarten an die Teilnahme an der offiziellen Reise ohne Rücksichtnahme auf den Wohnort, wurde von den Fans schon immer vehement kritisiert, ist also nach wie vor Bestandteil der Protestnoten der Fans. Darüber hinaus fordern sie eine Lockerung des Verbotes von Fahnen und weiteren Tifo-Materialien bei Auswärtsspielen.

Angesichts der ausgeprägten Feindschaften zwischen einigen Fanszenen ist der erste Schritt zu einer gemeinsamen Aktion als solcher bereits eine Leistung. »Im Interesse der gemeinsamen Sache haben wir uns zusammengerissen«, sagt Tim von der Choreo-Gruppe bei Ajax. So konnte ein Treffen mit Ultras, Fanprojektlern und Fanvertretern aller maßgeblichen Vereine stattfinden. Die kleinen Clubs der Liga ohne nennenswertes Fanaufkommen blieben der Natur der Sache gemäß außen vor.

Es bleibt allerdings festzustellen, dass das, was eine Initialzündung sein sollte, als Misserfolg endete. »Es gab

auf die Aktion in den Stadien keine Medienresonanz«, beklagt Tim.

Zudem sei es bislang nicht gelungen, die nötigen organisatorischen Strukturen aufzubauen. Dies ist unter anderem darin begründet, dass in den jeweiligen Szenen nur Gruppen von bis zu zehn Fans komplett für die Choreos zuständig sind. »Die wenige Zeit, die da noch übrig bleibt, investieren wir natürlich lieber in Aktivitäten bei unserem Verein als in übergeordnete Aktionen«, erklärt Tim.

Ob sich in Holland Fanbündnisse, die in der Lage sind prägnant aufzutreten, herausbilden werden, ist offen. Zunächst jedenfalls befinden sich keine weiteren gebündelten Aktionen in Planung.

Ultra-Kultur auf dem Vormarsch

In der traditionell eher nach britischem Vorbild ausgerichteten holländischen Fankultur hat sich in den letzten Jahren, weitaus später als in anderen zentraleuropäischen Ländern, die Ultra-Kultur etabliert. Mit *dutchtifo.com* gibt es inzwischen eine Internet-Seite, die sich darauf spezialisiert hat, Atmo-Bilder zu veröffentlichen. *Ultras Magazine* nennt sich das entsprechende Projekt im Print-Bereich. Die Fotos belegen, dass die Fans von Ajax Amsterdam, Willem II Tilburg und Twente Enschede aktuell auf dem Choreo-Sektor in Führung liegen.



Ligaweiter Aktionstag im September unter dem Motto »Freiheit für Choreos und Fans«, hier in Amsterdam und De Graafschap

Belgien: Tribunes Libres

Die Forderungen des vereinsübergreifenden Bündnisses belgischer Fangruppen ähneln denen anderer Länder, doch haben sie es bei der Formulierung ihrer Interessen ungleich schwerer.



Aktionsbanner bei Standard Lüttich

Die Forderung »Freie Tribünen!« gibt es in Belgien in mehr oder weniger organisierter Form seit Anfang 2005. Sie mit Nachdruck in der Öffentlichkeit zu vertreten, gelang bisher jedoch nicht. »Belgische Fans sind sehr auf ihren Verein fokussiert«, sagt Wim Geerts, ein Anhänger des KV Mechelen. Hinzu komme die spezifisch belgische Schwierigkeit, dass das Land in Flamen (Nordwesten) und Wallonen (Südosten) aufgeteilt ist. Somit durchzieht Belgien eine sprachliche Trennlinie, und die

unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen pflegen längst nicht in allen Belangen ein freundschaftliches Verhältnis. »Tribunes Libres«, beziehungsweise »Vrije Tribunes« ist zwar allen bekannt, aber eine landesweite Aktion, die der Initiative echte Präsenz verleihen könnte, hat bisher noch nicht stattgefunden«, erklärt Geerts. Bisher bestehe gerade einmal eine Internetseite, und Banner hängen in erster Linie bei den Spielen von Lüttich, Charleroi und St.Truiden. Geerts: »So weit wie *Pro Fans* sind wir hier noch nicht.«

Die Anliegen der Belgier sind einheitliche Anstoßzeiten ohne TV-Diktat, wie auch mehr Bewegungsfreiheit auf den Rängen. Darüber hinaus haben sich die Anhänger zwischen Eupen und Oostende aber auch mit in Deutschland bisher unbekanntem Kontrollmechanismen auseinander zu setzen: Tickets erhält man nur bei Besitz einer Fancard, und die An- und Abreise bei Spielen wird deutlich schärfer überwacht. Eine hierzulande übliche Regelung, nach der den Gastvereinen zehn Prozent der Karten zustehen, wäre für belgische Verhältnisse eine traumhafte Quote – fünf Prozent wünscht sich die »Freie Tribüne«.

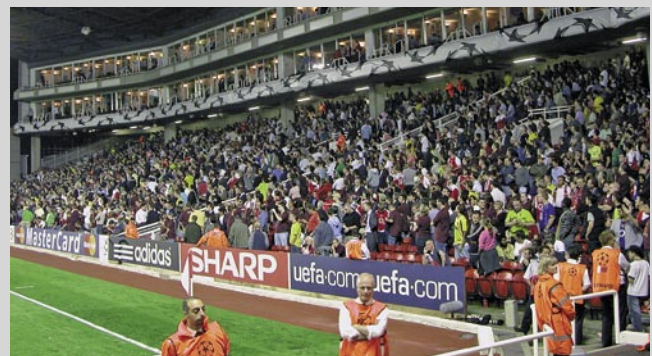
»Zero tolerance«

Der Vergleich der Anzahl von Ingewahrsamnahmen in Deutschland und England wirft Fragen auf.

In England, so sind sich Sicherheitsexperten einig, ist es der Polizei weitgehend gelungen, die Gewalt bei Fußballspielen zu unterbinden. Die Politik der teuren Tickets und strenge Verhaltensregeln – bereits das Stehen auf Sitzplätzen lässt Stewards einschreiten – haben dafür gesorgt, dass das Land für Verfechter der »Null-Toleranz«-Linie als Paradebeispiel gelten kann.

Die englischen Behörden lassen sich gerne in die Karten schauen und veröffentlichen die »Statistics of football-related arrests«. Innerhalb des Profi-Ligabetriebs gab es in der vergangenen Saison 2.725 Festnahmen. Das sind 11 Prozent weniger als in der Vorsaison, während mit 29.245.870 Zuschauern (in den englischen Ligen spielen 92 Clubs mit Profi-Status) so viel Publikum in die Stadien kam wie seit 35 Jahren nicht mehr. Unter dem Strich macht das eine Festnahme auf 10.732 Stadionbesucher, bei 67 Prozent der Spiele klickten keine Handschellen.

Demgegenüber stehen in Deutschland die Zahlen der »Zentralen Informationsstelle Sporteinsätze« (ZIS), deren aktuellste veröffentlichte Statistik sich auf die Saison 03/04 bezieht. In den 788 hier erfassten Spielen wurden 5.079 »freiheitsentziehende Maßnahmen«



England: Stehen im Allseater ruft die Ordnungskräfte auf den Plan

durchgeführt – eine deutlich höhere Zahl als in England, obwohl es dort weitaus mehr Anlass für das Eingreifen der Polizei gibt. Denn in englischen Stadien führen etwa rassistische Äußerungen, Alkoholmissbrauch oder der Schwarzhandel mit Tickets konsequent zu Ingewahrsamnahmen. Woran mag es liegen, dass in Deutschland doppelt so viele Fans in Polizeigewahrsam genommen werden wie in England?

Paris: Vertrag zwischen Fans und Verein

Während beim PSG Anhang und Club eine partnerschaftliche Basis erarbeiten, verschärft Frankreichs Innenminister Nicolas Sarkozy landesweit die Maßnahmen.

In Frankreich sorgte 2005 das Geschehen um den Club Paris Saint-Germain (PSG) und seine Fans fortwährend für Gesprächsstoff. Dass Innenminister Nicolas Sarkozy kein Vertreter liberaler Grundsätze sondern der härteren Gangart ist, wurde jüngst anhand seiner Aussagen zu den Ausschreitungen in den französischen Vorstädten deutlich. Aber schon vor einem Jahr hatte er sich mit Jugendlichen beschäftigt – indem er beim PSG einen Sicherheitsbeauftragten installierte. Somit waren Konflikte sowie Proteste seitens der Fans vorprogrammiert. Diese richteten sich dann auch gegen PSG-Präsident Francis Gaillie, der zwar kein Freund der Maßnahme des Ministers war, sie aber akzeptierte.

Sobald der Sicherheitsbeauftragte sein Amt aufgenommen hatte, erlebten die PSG-Ultras eine Reihe merkwürdiger Maßnahmen. Sie fanden etwa die ihnen zugestandenen Räume im Stadion verschlossen vor, ein anderes Mal war bei Choreografien das Licht auf den Rängen ausgeschaltet und die Aktionen somit kaum zu erkennen.

Aber nicht nur bei Heimspielen häuften sich die Vorkommnisse. Auswärtskarten wurden nur im Tausch mit dem Personalausweis ausgehändigt – obwohl dazu eigentlich nur die Polizei befugt gewesen wäre. Fans, die ohne Karten zu Auswärtsspielen fuhren, wurden dort nicht ins Stadion gelassen. In Saint-Etienne standen 900 von ihnen vor dem Stadion.

Schließlich schalteten die Fans aus beiden Kurven im Prinzenparkstadion gemeinsam Anwälte ein und gingen mit einer Pressemitteilung an die Öffentlichkeit. Mit Erfolg, denn seither regelt ein Vertrag das Verhältnis zwischen dem Verein und den insgesamt fünf großen Fangruppen. Darin ist unter anderem fixiert, welche Räume im Stadion die Fans für ihre Zwecke nutzen können. Die Freigabe für den Pyro-Einsatz im Stadion strich man nachträglich aus der Abmachung, da der Verein sich nicht über das Gesetz stellen kann. Zum jetzigen Zeitpunkt ist das Verhältnis zwischen Fans und Verein vorbildlich. Es gibt regelmäßige Treffen, und beide Parteien bemühen sich, die Partnerschaft zu pflegen. (Handfeste Auseinandersetzungen zwischen Gruppen der beiden rivalisierenden Kurven untereinander stehen hingegen auf der Tagesordnung.)

Unterdessen hat Nicolas Sarkozy eigens für Fußball-Einsätze mit Pariser Beteiligung eine zivile Polizeieinheit (COBP) gegründet, die Unruhestifter aufspüren und identifizieren soll. Vergleichbare Maßnahmen folgten in anderen großen Städten Frankreichs. In Marseille wurde ebenfalls eine Polizeigruppe (BVU) gegründet, weitere Städte wie Saint-Etienne sollen folgen.

Der Innenminister verspricht sich von diesem Maßnahmenkatalog eine Eindämmung der Gewalt und des Einsatzes von Pyrotechnik. Täter haben mit einem Stadionverbot und Geldstrafen zu rechnen.



Proteste in Paris: »Vorstand raus!«, »Grailie, tritt zurück!« und »Grailles PSG: Hinsetzen, Mund halten!«

Fußballfans gegen Rassismus

Im Juli 2005 fand im italienischen Städtchen Montecchio bei Parma die neunte antirassistische Fan-WM, die *Mondiali Antirazzisti*, statt. Aus einem Insider-Tipp ist im Laufe der Jahre ein Fan-Festival geworden.



Konzert in der Open-Air-Arena: Pogo und Pyro mit Los Fastidios



Am Rande der Zeltstadt: Botschaften in allen Farben und Sprachen



Das Fußballturnier: Stollenschuhe sind untersagt.



Abschlusskundgebung: Mit Fackeln und Fahnen auf den Marktplatz

Dass es bei einem antirassistischen Fußballturnier nicht in erster Linie um sportliche Leistungen geht, liegt auf der Hand. Vielen Gruppierungen, die ihre Mannschaft anmelden wollten, musste ohnehin abge sagt werden. Mehr als 192 Teams sind einfach nicht zu bewältigen.

»Jedes Jahr erreicht die Teilnehmerzahl einen neuen Rekord«, so Organisator Carlo Balestri vom *Progetto Ultra* aus Bologna. Dieses Jahr kampierten rund 4.000 Menschen auf dem Zeltplatz, die abendlichen Konzerte zogen zusätzlich geschätzte 2.000 Zuschauer an.

Neben dem völkerverbindenden Sport und dem Kulturprogramm legt man – auch wenn die Ultra-Gruppen aus ganz Europa bis ins Morgengrauen miteinander feiern – nach

wie vor großen Wert auf die Kerninhalte. Und so finden am *Mondiali*-Wochenende zahlreiche Diskussionsveranstaltungen statt, es präsentieren politische Gruppen an Ständen ihr Informationsmaterial, und die zentrale Ausstellung dokumentiert antirassistische Projekte rund um den Fußball.

Die *Mondiali Antirazzisti* sind mittlerweile zur größten Fan-Veranstaltung überhaupt avanciert, und immer mehr deutsche Gruppen nehmen teil. Schließlich bietet sich nirgendwo sonst die Gelegenheit, sich in entspannter Atmosphäre mit unzähligen Gruppen aus dem Ausland auszutauschen. Als Reaktion auf die stetig steigenden Teilnehmerzahlen schauen sich die Veranstalter bereits nach einem größeren Areal um.

BELGIEN



FC Brugge - RSC Anderlecht (Saison 2004/2005)



FC Brugge - Standard Lüttich



Standard Lüttich – FC Brügge (Saison 2005/2006). Spruchband: „Unsere Leidenschaft ohne Repressionen leben, das ist unser Ziel!“



Standard Lüttich – Sporting Charleroi (Saison 2005/2006). Spruchband oberes Bild: „Heute Abend brennt die Stadt zum Ruhm des RSCL“

FRANKREICH



AS St. Étienne – RC Lens (Saison 2004/2005). „Gegen den modernen Fußball“



AS St. Étienne – OSC Lille (Saison 2004/2005)



AS Monaco – AS St. Étienne (Saison 2004/2005). Links: Gästekurve, rechts: Heimkurve



UI-Cup 2005/2006: **AS St. Étienne** – Xamax Neuchâtel. „Lasst uns Europa unsere Krallen zeigen!“



UI-Cup 2005/2006: Xamax Neuchâtel – **AS St. Étienne**



AS St. Étienne – FC Metz (Saison 2005/2006). Spruchband: „Eine ganze Region lebt für euch“



AS St. Étienne – FC Istres (Saison 2004/05). Oben: „Unseren Farben ergeben, werden wir immer eure Ehre verteidigen“,
Mitte: Halb Engel, halb Dämonen, habt ihr euch geschlagen wie die Teufel. Vielen Dank für diese Saison!“, unten: „Vom Traum zur Realität...“



AS St. Étienne – FC Metz (Saison 2004/05). Spruchband links: „In Grün und gegen alle“



AS St. Étienne – Paris St. Germain (Saison 2004/05). Spruchband: „Wir sind nicht aus einem Land... wir sind aus einer Stadt!“



RC Lens – Girondins Bordeaux (Saison 2004/2005). Spruchband: „Seit einem Jahr Galiboy, für immer Lens-Fans“



FC Metz – FC Toulouse (Saison 2004/2005)



FC Sochaux – FC Nantes (Saison 2004/2005)

INTERNATIONAL



Ligapokalfinale 2004/2005: **Racing Straßburg** (oben, Choreotext: „Siegen“) – **SM Caen** (unten)



Racing Straßburg – Olympique Marseille (Saison 2004/2005).
„Die Zukunft wird glorreich sein“



Coupe de France (Pokal) 2004/05: **Olympique Nîmes** – AS Saint Étienne.
„Unser Stolz geht im Osten auf“



FC Toulouse – Girondins Bordeaux (Saison 2004/2005)



FC Toulouse – **OGC Nizza** (Saison 2005/2006)



Olympique Lyon – FC Metz (Saison 2004/2005). Choro: „Kämpfen und Siegen“



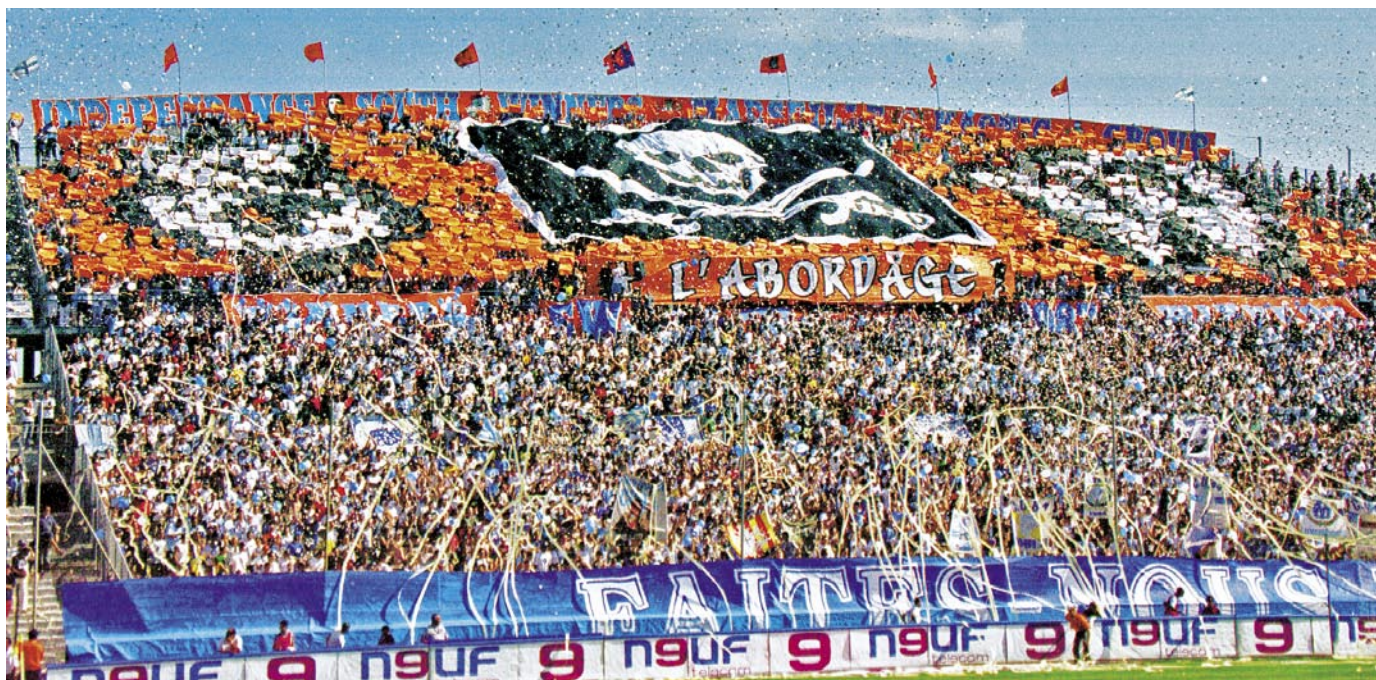
Champions League 2004/2005: Olympique Lyon – Werder Bremen: „Stolz auf euch“



Paris St. Germain – AS Monaco (Saison 2005/2006). „Nur diese Farben machen uns glücklich“



Paris St. Germain – FC Nantes (Saison 2005/2006)



Olympique Marseille – Girondins Bordeaux (Saison 2005/2006)



Olympique Marseille – OGC Nizza (Saison 2004/2005)



Olympique Marseille – Stade Rennes (Saison 2004/2005)



Olympique Marseille – Paris St. Germain (Saison 2005/2006)



Olympique Marseille – Paris St. Germain (Saison 2004/2005)

GRIECHENLAND



AEK Athen – Olympiakos Piräus (Saison 2004/05)



Panathinaikos Athen – Olympiakos Piräus (Saison 2005/06)



Champions League 2005/2006: Udinese Calcio – Panathinaikos Athen



Champions League 2005/2006: Panathinaikos Athen - FC Barcelona

ITALIEN



FC Bologna – Lazio Rom (Saison 2004/2005). „Wir wenden uns ab“



AC Perugia – Ternana Calcio (Saison 2004/05). „Mit dem Schnabel und der Krallen, um zu herrschen – wo der Adler fliegt, kann der Schuss nicht treffen“



Brescia Calcio – Atalanta Bergamo (Saison 2004/2005)



Champions League 2004/05: Juventus Turin – FC Liverpool. „Was man im Herzen trägt, wird niemals sterben.“



Champions League 2004/05: Juventus Turin – Real Madrid. „Schach matt Real“



Inter Mailand – AC Mailand (Saison 2004/2005). Spruchband zur Choreo: „Lasst uns die dunklen Kräfte des Bösen bekämpfen!“



Inter Mailand – AS Rom (Saison 2004/2005)



Champions League 2004/05: Inter Mailand – FC Porto



Inter Mailand – AC Mailand (Saison 2004/05)



Inter Mailand – **AC Mailand** (Saison 2004/2005). „Mathematik ist keine Meinung...“ Fortsetzung (zweites Spruchband): „...keine Chance für Inter, Meister zu werden“



Champions League 2004/2005: Inter Mailand – **AC Mailand**. „Kämpft mit der Kurve“



Champions League 2004/2005: **Inter Mailand** – AC Mailand. „Das Ziel: Die rot-schwarzen Armeen zerstören und Europa erobern“



Champions League 2004/05: **AC Mailand** – Inter Mailand. „11 Löwen – heute mehr denn je“



Champions League 2004/05: **AC Mailand** – **Inter Mailand**. „Wer wagt gewinnt ...und wir werden gewinnen!“



AC Mailand – **AC Siena** (Saison 2005/2006). Proteste gegen die Dekrete des italienischen Innenministers Pisanu. „Nein zum Dekret – Sind Fans das Übel des Fußballs?“



AC Mailand – Juventus Turin (Saison 2004/2005). „Mit vollen Segeln zum Sieg“



Champions League 2004/05: AC Mailand – Manchester United



AC Florenz – Juventus Turin (Saison 2004/2005)



AC Florenz – AS Rom (Saison 2004/2005)



Atalanta Bergamo – AC Florenz (Saison 2004/2005)



AC Siena – AC Florenz (Saison 2004/2005)



AC Arezzo – FC Empoli (Saison 2004/2005)



FC Empoli – AC Arezzo (Saison 2004/2005)



FC Empoli – FC Genoa 1893 (Saison 2004/2005)

INTERNATIONAL



FC Parma – Juventus Turin (Saison 2004/2005), „Nur wer glaubt, kämpft weiter“



Pisa Calcio – US Cremonese (Saison 2004/2005)



Chievo Verona – FC Bologna (Saison 2004/2005)



Frosinone Calcio – US Cremonese (Saison 2004/2005)



FC Messina – Juventus Turin (Saison 2005/2006)



Inter Mailand – Sampdoria Genua (Saison 2004/2005)



Sampdoria Genua – Inter Mailand (Saison 2004/2005)

NIEDERLANDE



Ajax Amsterdam - Feyenoord Rotterdam (Saison 2005/2006). Spruchband oben: „Angetreten, um Geschichte zu schreiben“



Ajax Amsterdam – Twente Enschede (Saison 2005/2006)



Ajax Amsterdam – FC Groningen (Saison 2004/2005)



Feyenoord Rotterdam – Ajax Amsterdam (Saison 2005/2006)



Ajax Amsterdam – FC Groningen (Saison 2004/2005)

INTERNATIONAL



SC Heracles Almelo – PSV Eindhoven (Saison 2005/2006)



FC Groningen – De Graafschap (Saison 2004/2005)



De Graafschap – Maastricht VV (Saison 2005/2006). „Kämpft für uns“



Roda JC Kerkrade – FC Twente (Saison 2004/2005)



SC Heracles Almelo – BV Veendam (Saison 2004/2005)



FC Twente Enschede – AZ Alkmaar (Saison 2004/2005)



ADO Den Haag – FC Den Bosch (Saison 2004/2005)

ÖSTERREICH



VfB Admira Wacker Mödling – **Rapid Wien** (Saison 2004/2005)



Champions League 2005/2006: **Rapid Wien** – FC Bayern München



VfB Admira Wacker Mödling – **Rapid Wien** (Saison 2004/2005)



Rapid Wien – VfB Admira Wacker Mödling (Saison 2004/2005)



Sturm Graz – Rapid Wien (Saison 2004/2005)



Österreichischer Pokal 2004/2005: Rapid Wien – Grazer AK



Rapid Wien – Austria Wien (Saison 2005/2005)

INTERNATIONAL



Grazer AK – Sturm Graz (Saison 2004/2005)



SV Ried – DSV Leoben (Saison 2004/2005)



Austria Wien – Rapid Wien (Saison 2005/2006)



Uefa-Cup 2004/05: Austria Wien – FC Brügge



Austria Salzburg – FC Wacker Tirol (Saison 2005/2006)



Austria Wien – Grazer AK (Saison 2005/2006)



Austria Wien – Rapid Wien (Saison 2004/2005)

POLEN



Uefa-Cup 2005/2006: FC Zürich - Legia Warszawa



Legia Warszawa - Polonia Warszawa (Saison 2005/2006)



Lechia Danzig - Jagiellonia Białystok (Saison 2004/2005)



Chrobry Głogów – Miedź Legnica



Lech Posen – Wisła Krakau (Saison 2004/2005)



Wisła Krakau – Zagłębie Lubin (Saison 2004/2005)



Zagłębie Sosnowiec – Lechia Danzig (Saison 2005/2006)



Zagłębie Lubin – Lech Posen (Saison 2004/2005). Gemeinsame Aktion der befreundeten Fangruppen



Ślask Wrocław – Zagłębie Sosnowiec (Saison 2005/2006)



Ruch Chorzów – Szczakowianka Jaworzno (Saison 2005/2006)



Radomiak Radom – Kolporter Korona Kielce (Saison 2004/2005)



Widzew Łódź – Łódzki KS (Saison 2004/2005)

PORTUGAL



Academica Coimbra – Benfica Lissabon (Saison 2005/2006)



Academica Coimbra – Vitória Guimarães (Saison 2005/2006)



Benfica Lissabon – FC Porto. „Bereit für die Schlacht“



Benfica Lissabon - SC Beira Mar (Saison 2004/05)



Champions League 2005/2006: Benfica Lissabon - OSC Lille



Benfica Lissabon - Sporting Lissabon (Saison 2004/2005)



Sporting Lissabon - Benfica Lissabon (Saison 2004/2005)



Uefa-Cup 2004/2005: Sporting Lissabon - Newcastle United



Uefa-Cup-Halbfinale 2004/2005: **Sporting Lissabon** – AZ Alkmaar



Uefa-Cup-Finale 2004/2005: **Sporting Lissabon** – ZSKA Moskau

SCHWEDEN / DÄNEMARK



Schweden: **Örgryte IS** (oben) – **IFK Göteborg** (unten) (Saison 2005)



Dänemark: **Brøndby IF** – **Aalborg BK** (Saison 2004/2005)



Schweden: Landskrona Bols - **Malmö FF**, „Schonens Mannschaft“ (Saison 2005)



Schweden: Helsingborgs IF - **Malmö FF** (Saison 2005)



Schweden: **Malmö FF** - Helsingborgs IF (Saison 2005)



Champions-League-Qualifikation 2005/2006, Schweden: **Malmö FF** - FC Thun. „Wir wollen. Ihr könnt - nach Europa! Für Malmö. Für Skåne!“

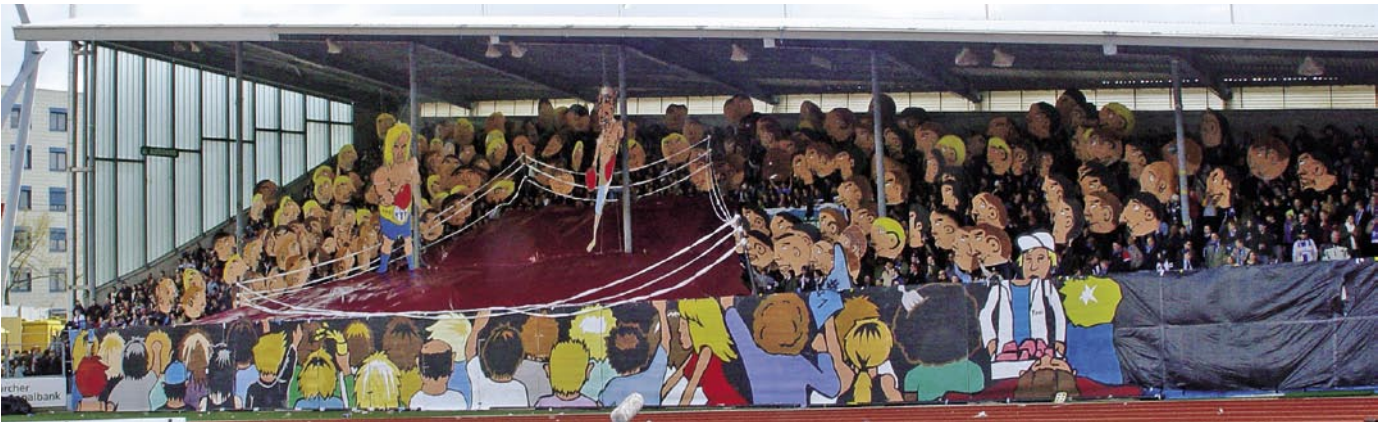
SCHWEIZ



FC Zürich – FC Basel (Saison 2005/2006)



Grasshopper Club Zürich (unten) – FC Zürich (oben, mitte) (Saison 2005/2006)



FC Zürich – Grasshopper Club Zürich (Saison 2004/2005)



FC Zürich – Grasshopper Club Zürich (Saison 2005/2006)



Pokalfinale 2004/2005: FC Zürich (oben) – FC Luzern (unten)

INTERNATIONAL



Young Boys Bern – FC Zürich (Saison 2004/2005)



Champions-League-Qualifikation 2005/2006: FC Basel – Werder Bremen



Grasshopper Club Zürich – FC Basel (Saison 2004/2005)



FC Basel – Young Boys Bern (Saison 2004/2005)



Grasshopper Club Zürich – FC Zürich (Saison 2004/05)



FC Sankt Gallen – FC Basel (Saison 2005/2006)



FC Sankt Gallen – FC Zürich (Saison 2005/2006)



FC Luzern – SC Kriens (Saison 2005/2006)



Champions-League-Qualifikation 2005/2006: FC Thun – Sparta Prag

AUS ALLER WELT



Israel: **Hapoel Tel Aviv** – Hapoel Petah Tikva (Saison 2005/2006)



Israel: **Hapoel Tel Aviv** – Makkabi Tel Aviv (Saison 2005/2006)



Ligapokal Israel: Makkabi Haifa – **Hapoel Tel Aviv** (Saison 2005/2006)



Japan: **Kawasaki Frontale** – Urawa Red Diamonds (Saison 2004/2005)



Kroatien: **NK Rijeka** (oben) – **Dinamo Zagreb** (unten) (Saison 2004/2005)



Kroatien, Pokalfinale 2004/2005: **NK Rijeka** – Hajduk Split



Kroatien: **Dinamo Zagreb** – Hajduk Split (Saison 2005/2006)



Rumänien: **Steaua Bukarest** – Dinamo Bukarest (Saison 2004/2005)



Serbien: **Roter Stern Belgrad** – Partizan Belgrad (Saison 2004/2005)



Spanien: **Real Madrid** – Atlético Madrid (Saison 2004/2005)



Spanien: **FC Barcelona** – FC Villareal (Saison 2004/2005)



Spanien: **UD Las Palmas** – Real Valladolid (Saison 2004/2005)



Champions-League-Qualifikation 2005/2006: **Lokomotive Moskau** – Rapid Wien



Russland: **Lokomotive Moskau** – ZSKA Moskau (Saison 2005)



Tschechien, Pokalfinale 2004/2005: 1. FC Slovácko – FK Baník Ostrava



Tschechien: Sparta Prag – Slavia Prag (Saison 2005/2006)



Tschechien: 1. FC Brno – FK Baník Ostrava (Saison 2004/2005)



Tschechien: 1. FK Drnovice – FK Baník Ostrava (Saison 2004/2005)



Champions-League-Qualifikation 2005/2006, Ungarn: **Debreceni VSC** – Hajduk Split



Ungarn: **FC Fehérvár** – Újpest Budapest (Saison 2005/2006)



Ungarn: **Ferencváros Budapest** – Újpest Budapest (Saison 2005/2006)



Ungarn: **Ferencváros Budapest** – FC Fehérvár (Saison 2004/2005)

FASZINATION FANKURVE

Band 2:

**600 eindrucksvolle Fotos der Fankurven
in Deutschland und Europa.**

**Ein umfassender Rückblick auf das
Fan-Jahr 2005 in Wort und Bild.**



Stadionwelt