

# Stadionwelt

Das Fan- und Stadionmagazin [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)

Nr. 3

August 2004

2,90 €



## Das neue Fußballjahr

Rück- und Ausblick: Saison 03/04, EM, Interviews, Choreos, Fanszene...



### Weitere Schwerpunkte:



Fan-News und Fotos



Neubau Allianz Arena



Fanszene RW Essen



Stadionporträt Köln

KSK

**Liebe Leser,**

die dritte Ausgabe unseres Magazins ist in der Sommerpause zwischen den Fußball-Spielzeiten 03/04 und 04/05 entstanden. Somit bieten wir im Titel-Thema einen Rückblick auf die gesamte Saison. Es werden viele Fan-Aktionen, die vor der Erstausgabe des Heftes in den Stadien zu sehen waren, an dieser Stelle noch einmal gewürdigt.

Die Stadionwelt-Umfrage zu den Fanszenen der ersten und zweiten Liga lieferte in Form vieler interessanter Aussagen aus den Szenen die Grundlage für den Ausblick. Ab sofort erscheint das Heft monatlich, wir werden also zeitnah über die Ereignisse und Entwicklungen berichten können.

Die Euro 2004 in Portugal war, wie alle Stadionwelt-Mitarbeiter vor Ort erlebten und Gesprächspartner, die weitere Spiele sahen, bestätigten, ein unvergessliches Ereignis. Dies in sportlicher Hinsicht, vor allen Dingen aber auch in Anbetracht der Atmosphäre in den Austragungsorten. Zudem fanden die Stadien großen Anklang. Vielleicht war einiges improvisiert, aber gelegentliche Mängel konnten der Stimmung keinen Abbruch tun. Die Euro war in dieser Hinsicht ein Maßstab für alle weiteren großen Turniere, also auch die WM 2006 in Deutschland.

Bei den Stadionthemen kommt in dieser Ausgabe das Porträt einer Halle ausnahmsweise nicht vor. Anstatt dessen bieten wir auf vier Seiten Informationen und Fotos zu den Sportstätten der Olympischen Spiele in Athen.

Mit der Amsterdam ArenA stellen wir einen außerordentlichen Schauplatz vor, der sicher nicht der landläufigen Vorstellung von einem Fußballstadion entspricht, und dies ja durch die multifunktionale Ausrichtung auch nicht zu hundert Prozent ist. Das „Stadionporträt Deutschland“ zeigt Ihnen das kürzlich fertig gestellte RheinEnergieStadion in Köln. Im historischen Teil wird die Geschichte des Müngersdorfer Stadions, wo vor der Errichtung des neuen WM-Stadions seit 1923 Sportgeschichte geschrieben wurde, in Wort und Bild rekapituliert. Als „Stadion-Neubau“ Deutschland folgt im Heft ein weiterer Hochkaräter: Die Allianz Arena in München, die verspricht, eines der führenden Fußballstadien der Welt zu werden.

Wir hoffen, dass Ihnen diese Themenauswahl gefällt und freuen uns schon jetzt auf das nächste Heft!

**Ihre Redaktion****In dieser Ausgabe****10****50****76****Titel****Rückblick & Ausblick**1.–4. Liga, Österreich/  
Schweiz, Euro 2004

die besten Choreos

Stadionumbau

Stadionwelt-Fan-Umfrage

**Porträt Fanszene****Rot-Weiß Essen**Porträt, Interview, Chronik,  
Infos, Freunde und Feinde**Stadion-Neubau****Allianz Arena**

Tempel der Erleuchtung

**Fan-News**

Mainz: Neuer Fan-Treff . . . . .	4
Cottbus-Dresden: Kartenvorverkauf . . . . .	4
Union Berlin: Kraftakt Lizenzerteilung . . . . .	5
Uerdingen: Clublegende geht in Ruhestand . . . . .	6
Bochum: Kinostar VfL . . . . .	6
Wuppertal: Supporter Vereinigung . . . . .	6
Zürich: „Adieu Maladière“ . . . . .	6
Italien: Marsch für die Ultra-Bewegung . . . . .	7
Meppen: Fanbeauftragter mit 19 . . . . .	7
Zwickau: Probleme beim Fan-Projekt . . . . .	7
Oldenburg: Fans fegen ihre Plätze . . . . .	7
Athen: AEK-Fans wehren sich . . . . .	8

**Titel**

Nach der Saison ist vor der Saison . . . . .	10
„Wo geht's denn hier zum Mannschaftsbus?“ . . . . .	12
Interview: Ralph Klenk, Sprecher der Fanbeauftragten . . . . .	15
Nachgefragt: Meinungen aus der Fanszene . . . . .	16
Rückblick/Ausblick: 1. Bundesliga . . . . .	18
Stadien im Umbau: . . . . .	18
Rückblick/Ausblick: 2. Bundesliga . . . . .	28
Regionalligen . . . . .	34
Oberligen . . . . .	36
DFB-Pokal . . . . .	38
Österreich . . . . .	40
Schweiz . . . . .	41
Rückblick Euro 2004 . . . . .	42

**Porträt Fanszene**

Rot-Weiß Essen – Licht am Ende des Tunnels . . . . .	50
Chronik . . . . .	51
Freunde und Feinde . . . . .	52
Interview: Lothar Dohr, RWE-Fanbeauftragter . . . . .	53
Infos zur RWE-Fanszene . . . . .	54

**WM 2006**

Noch 22 Monate bis zur WM . . . . .	56
-------------------------------------	----

**Spieler-Interview**

Jörg Al bertz „Hier gibt es keine Fanbetreuung“ . . . . .	58
--------------------------------------------------------------	----

**Stadionwelten**

Olympics coming home . . . . .	60
--------------------------------	----

**Stadion-News**

Darmstadt: Bewegung in der Stadionfrage? . . . . .	64
Dresden: Dringend notwendiger Umbau . . . . .	64
Mainz: 1.600 weitere Plätze . . . . .	64
Frankfurt: Das „Cabrio-Dach“ wird aufgesetzt . . . . .	64
Berlin: Olympiastadion fertig gestellt . . . . .	65
1860 München: Zurück ins „Grünwalder“ . . . . .	65

**Stadion-Porträt**

Köln, RheinEnergieStadion Schönstes Zweitligastadion der Welt? . . . . .	66
Interview: Hans Rütten, Köln Sportstätten GmbH . . . . .	69
Historie: Am Anfang stand Adenauer . . . . .	70
Interview: Wolfgang Overath . . . . .	73
Verordnungen und Vermarktung: Gespräch mit Thomas Polte . . . . .	73
Daten & Fakten . . . . .	74

**Stadion-Neubau**

München, Allianz-Arena Tempel der Erleuchtung . . . . .	76
Daten & Fakten . . . . .	79
Chronik . . . . .	81

**Arena-News**

Bamberg: Kapazität reicht nicht mehr aus . . . . .	82
Düsseldorf: Multifunktionshalle beschlossen . . . . .	82
Mannheim: Arena-Naubau verläuft nach Plan . . . . .	82
Magdeburg: Entscheidung steht bevor . . . . .	82
Bremen: Stadthalle wird zum AWD-Dome . . . . .	83
Köln: NHL-Bedingungen in der Kölnarena . . . . .	83
Wolfsburg: Ausnahmegenehmigung bis 2005 . . . . .	83
Bonn: Baubeginn im kommenden Jahr . . . . .	83

**Stadion-Porträt International**

Amsterdam ArenA: Das Original . . . . .	84
Daten & Fakten . . . . .	87

Hier gibt es das Stadionwelt-Magazin . . . . .	88
Impressum . . . . .	89
Rätsel . . . . .	90

Mainz

## Neuer Fan-Treff

Die Mainzer Aufstiegs-Euphorie hält an. Mehrere tausend Mainzer werden zum ersten Spiel nach Stuttgart fahren und das Limit von 13.000 Dauerkarten ist längst ausgereizt, so dass in den Ecken mit Zusatztribünen nachgerüstet wird. Nur an einem adäquaten Treffpunkt für Fans mangelt es, seit im Zuge des Haupttribünen-Neubaus vor zwei Jahren die Holzhütte des Fan-Projekts weichen musste.



Fancontainer in Mainz

Dessen Mitarbeiter Dirk Weber (28): „Unser Grundgedanke ist: Ein Spiel dauert mehr als 90 Minuten. Wir wollen auch vor und nach dem Spiel noch einen Anlaufpunkt bieten“ – ein neuer Treffpunkt muss her, denn die bisherige, knapp zehn Quadratmeter große Übergangslösung an der Ecke Süd-/Haupttribüne, genügt schon längst nicht mehr den Ansprüchen. Und diese sind keinesfalls gering: Dem Fan-Treff soll hinter der Südtribüne sowohl ein Biergarten angegliedert werden, er soll aber auch Lagermöglichkei-

Foto: Fanprojekt Mainz

ten für die Materialien der Mainzer Ultras bieten. Ursprünglich wurden die Kosten auf 15.000 Euro kalkuliert, aber dann wären nur Container mit einer Minimalausstattung möglich gewesen, und „es soll ja zumindest auch ein Fernseher drin stehen“, sagt Weber. Die Chancen auf bewegte Bilder vom Rasen auf der anderen Seite der Tribüne schätzt er als gut ein: „10.000 Euro haben wir über Spenden eingenommen, dazu noch einmal fast 6.000 bei einer Tombola, bei deren Ausrichtung uns der Südwestrundfunk prima unterstützt hat.“

Die Umsetzung rückt näher: „Bis zum ersten Heimspiel wird das nichts, aber innerhalb der nächsten Wochen geht das wohl über die Bühne.“ Zumal viele Handwerker unter den 05ern mithelfen wollen. Auch zwei Architekten haben sich schon gemeldet. Der Verein will dem Fan-Projekt ebenfalls keine Steine in den Weg legen, stellt aber die Bedingungen, dass der neue Fan-Treff zum einen optisch ins Bild passen und zum anderen mobil sein muss. Denn wenn der Boom am Bruchweg anhalten sollte, dann könnte der Platz erneut für Tribünenerweiterungen benötigt werden.



Die „1:5-Fahne“ Foto: Hitching

England

## 1:5 als Foto-Blockfahne

Auch wenn aus deutsche Sicht ein wenig erfreuliches Ereignis zugrunde lag, aber die Blockfahne, die zwölf Mitglieder des „Football Supporters Federation“, des vereinsunabhängigen englischen Fan-Verbandes, erstellt haben und jeweils nach dem Abspielen von „God save the Queen“ präsentieren, verdient Beachtung. Laut Gary Hitching ist es die weltweit einzige Fahne mit einem Fotomotiv, zusammengestellt aus Bildern vom 5:1-Sieg der Engländer 2001 in München. Er und seine elf Mitstreiter ließen sich die Erstellung jeweils rund 120 Euro kosten, 150 Euro trug die FA bei.

Cottbus/Dresden

## Strenge Regelungen beim Vorverkauf

Bereits am 2. Spieltag dieser Zweitligasaison steht im Cottbusser „Stadion der Freundschaft“ das „Spiel mit erhöhtem Risiko“ zwischen dem FC Energie und Dynamo Dresden an. Nach den Wünschen einer aus Polizei-, Stadt- und Vereinsvertretern bestehenden Sicherheitskonferenz soll eine strikte Trennung der Fanblöcke gewährleistet sein. Für den Vorverkauf wird es deshalb strenge Regelungen geben: Karten wird es nur an fünf Tagen und nur am Stadion, jedoch nicht über das Internet geben und anhand des Ausweises wird die Herkunft des Käufers überprüft – nur „Einheimische“ werden dann maximal vier Karten kaufen können. In Dresden zeigt man sich empört. Nur 2.200 Fans sollen Tickets erhalten. Es ist die Rede vom „Stadionverbot für 8.000 Dresdner“. Ronny Gersch, Pressespecher von Energie Cottbus, zu den Hintergründen:

**Stadionwelt:** Fans aus Dresden sollten auch keine Sitzplatzkar-

ten angeboten werden? Wie verhält sich das mit den DFL-Richtlinien, welche vorsehen, dem Gastverein Mindestkontingente von 10%, verteilt auf alle Kategorien, zur Verfügung zu stellen?

**Gersch:** Die Stadt Cottbus hat als Eigentümer des Stadions aus Sicherheitsgründen eine Ordnungsverfügung erlassen, wonach es dem FC Energie nicht erlaubt ist, Sitzplatzkarten für Gäste zu verkaufen. Dabei bezieht sich die

Stadt auf Erfahrungen aus den Spielen gegen Hertha, Rostock und Union Berlin. Gästefans haben seinerzeit erhebliche Schäden auf der Tribüne angerichtet und mehrere Zuschauer verletzt.

**Stadionwelt:** Wie werden Sie sicherstellen, dass Energie-Fans aus Sachsen eine Karte bekommen, andererseits aber Dynamo-Fans aus der Cottbusser Gegend nicht in die Heimblöcke gelangen?



Dynamo-Fans in Uerdingen

Foto: Stadionwelt

**Gersch:** Wir werden alle uns zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen, um unseren Fans den Stadionbesuch zu ermöglichen. Dazu gehört die Verwendung unserer Kundenkartei ebenso wie Sonderverkäufe in ausgewählten Regionen mit hohem Anteil an Energiefans.

**Stadionwelt:** Viele Cottbusser wissen jetzt um den Wert der Karten und werden ihr „Kaufrecht“ möglicherweise zum Schwarzhandel nutzen. Wird der Verein Testkäufe, beispielsweise bei e-bay, machen? Wenn ja, wie wird man mit solchen Fans verfahren, die das Verteilungskonzept „unterwandern“?

**Gersch:** Der FC Energie Cottbus setzt auf eine Sicherheitspartnerschaft mit seinen Fans. Fans und Verein haben das gemeinsame Ziel, dass Spiele reibungslos ablaufen. Wir gehen deshalb nicht von einem Schwarzhandel durch Energie-Fans aus. Schwarzhandel ist im Übrigen strafbar.

Mainz

## Neuer Fan-Treff

Die Mainzer Aufstiegs-Euphorie hält an. Mehrere tausend Mainzer werden zum ersten Spiel nach Stuttgart fahren und das Limit von 13.000 Dauerkarten ist längst ausgereizt, so dass in den Ecken mit Zusatztribünen nachgerüstet wird. Nur an einem adäquaten Treffpunkt für Fans mangelt es, seit im Zuge des Haupttribünen-Neubaus vor zwei Jahren die Holzhütte des Fan-Projekts weichen musste.



Fancontainer in Mainz

Dessen Mitarbeiter Dirk Weber (28): „Unser Grundgedanke ist: Ein Spiel dauert mehr als 90 Minuten. Wir wollen auch vor und nach dem Spiel noch einen Anlaufpunkt bieten“ – ein neuer Treffpunkt muss her, denn die bisherige, knapp zehn Quadratmeter große Übergangslösung an der Ecke Süd-/Haupttribüne, genügt schon längst nicht mehr den Ansprüchen. Und diese sind keinesfalls gering: Dem Fan-Treff soll hinter der Südtribüne sowohl ein Biergarten angegliedert werden, er soll aber auch Lagermöglichkei-

Foto: Fanprojekt Mainz

ten für die Materialien der Mainzer Ultras bieten. Ursprünglich wurden die Kosten auf 15.000 Euro kalkuliert, aber dann wären nur Container mit einer Minimalausstattung möglich gewesen, und „es soll ja zumindest auch ein Fernseher drin stehen“, sagt Weber. Die Chancen auf bewegte Bilder vom Rasen auf der anderen Seite der Tribüne schätzt er als gut ein: „10.000 Euro haben wir über Spenden eingenommen, dazu noch einmal fast 6.000 bei einer Tombola, bei deren Ausrichtung uns der Südwestrundfunk prima unterstützt hat.“

Die Umsetzung rückt näher: „Bis zum ersten Heimspiel wird das nichts, aber innerhalb der nächsten Wochen geht das wohl über die Bühne.“ Zumal viele Handwerker unter den 05ern mithelfen wollen. Auch zwei Architekten haben sich schon gemeldet. Der Verein will dem Fan-Projekt ebenfalls keine Steine in den Weg legen, stellt aber die Bedingungen, dass der neue Fan-Treff zum einen optisch ins Bild passen und zum anderen mobil sein muss. Denn wenn der Boom am Bruchweg anhalten sollte, dann könnte der Platz erneut für Tribünenerweiterungen benötigt werden.



Die „1:5-Fahne“ Foto: Hitching

England

## 1:5 als Foto-Blockfahne

Auch wenn aus deutsche Sicht ein wenig erfreuliches Ereignis zugrunde lag, aber die Blockfahne, die zwölf Mitglieder des „Football Supporters Federation“, des vereinsunabhängigen englischen Fan-Verbandes, erstellt haben und jeweils nach dem Abspielen von „God save the Queen“ präsentieren, verdient Beachtung. Laut Gary Hitching ist es die weltweit einzige Fahne mit einem Fotomotiv, zusammengestellt aus Bildern vom 5:1-Sieg der Engländer 2001 in München. Er und seine elf Mitstreiter ließen sich die Erstellung jeweils rund 120 Euro kosten, 150 Euro trug die FA bei.

Cottbus/Dresden

## Strenge Regelungen beim Vorverkauf

Bereits am 2. Spieltag dieser Zweitligasaison steht im Cottbusser „Stadion der Freundschaft“ das „Spiel mit erhöhtem Risiko“ zwischen dem FC Energie und Dynamo Dresden an. Nach den Wünschen einer aus Polizei-, Stadt- und Vereinsvertretern bestehenden Sicherheitskonferenz soll eine strikte Trennung der Fanblöcke gewährleistet sein. Für den Vorverkauf wird es deshalb strenge Regelungen geben: Karten wird es nur an fünf Tagen und nur am Stadion, jedoch nicht über das Internet geben und anhand des Ausweises wird die Herkunft des Käufers überprüft – nur „Einheimische“ werden dann maximal vier Karten kaufen können. In Dresden zeigt man sich empört. Nur 2.200 Fans sollen Tickets erhalten. Es ist die Rede vom „Stadionverbot für 8.000 Dresdner“. Ronny Gersch, Pressespecher von Energie Cottbus, zu den Hintergründen:

**Stadionwelt:** Fans aus Dresden sollten auch keine Sitzplatzkar-

ten angeboten werden? Wie verhält sich das mit den DFL-Richtlinien, welche vorsehen, dem Gastverein Mindestkontingente von 10%, verteilt auf alle Kategorien, zur Verfügung zu stellen?

**Gersch:** Die Stadt Cottbus hat als Eigentümer des Stadions aus Sicherheitsgründen eine Ordnungsverfügung erlassen, wonach es dem FC Energie nicht erlaubt ist, Sitzplatzkarten für Gäste zu verkaufen. Dabei bezieht sich die

Stadt auf Erfahrungen aus den Spielen gegen Hertha, Rostock und Union Berlin. Gästefans haben seinerzeit erhebliche Schäden auf der Tribüne angerichtet und mehrere Zuschauer verletzt.

**Stadionwelt:** Wie werden Sie sicherstellen, dass Energie-Fans aus Sachsen eine Karte bekommen, andererseits aber Dynamo-Fans aus der Cottbusser Gegend nicht in die Heimblöcke gelangen?



Dynamo-Fans in Uerdingen

Foto: Stadionwelt

**Gersch:** Wir werden alle uns zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen, um unseren Fans den Stadionbesuch zu ermöglichen. Dazu gehört die Verwendung unserer Kundenkartei ebenso wie Sonderverkäufe in ausgewählten Regionen mit hohem Anteil an Energiefans.

**Stadionwelt:** Viele Cottbusser wissen jetzt um den Wert der Karten und werden ihr „Kaufrecht“ möglicherweise zum Schwarzhandel nutzen. Wird der Verein Testkäufe, beispielsweise bei e-bay, machen? Wenn ja, wie wird man mit solchen Fans verfahren, die das Verteilungskonzept „unterwandern“?

**Gersch:** Der FC Energie Cottbus setzt auf eine Sicherheitspartnerschaft mit seinen Fans. Fans und Verein haben das gemeinsame Ziel, dass Spiele reibungslos ablaufen. Wir gehen deshalb nicht von einem Schwarzhandel durch Energie-Fans aus. Schwarzhandel ist im Übrigen strafbar.

**Uerdingen:  
Die Clublegende geht in den Ruhestand**

Uerdingens Fans verabschieden Peter Bresselschmidt. Über die Grenzen Krefelds hinaus mag sein Name nur selten einen größeren Bekanntheitsgrad gehabt haben, doch beim KFC Uerdingen war der heute 76-jährige in seinen fast sechs Jahrzehnten Mitgliedschaft im Verein in vielen Funktionen tätig: aktiver Spieler, Mannschaftsbetreuer, zuletzt als Leiter des Kassendienstes, aber auch als



Foto: Stadionwelt

„Empfangsdame“ oder im Fan-Artikel-Verkauf. Stefan Heinrich (33) vom „Chaos Club Crefeld“: „Er war immer loyal zum Verein, immer freundlich und hat viel für Uerdingen getan.“ Nach überstandener Krebserkrankung war nun der Zeitpunkt gekommen, die Vereinsarbeit auf den Ehrenrat zu beschränken. Die Fans würdigten ihn im Spiel gegen Dresden mit einer aus einigen hundert PC-Ausdrucken zusammengesetzten Blockfahne.

**Bochum:  
Kinostar VfL**

„Wer braucht schon ein Sekstfrühstück bei Real Madrid – Ein Film über Fans des VfL Bochum“ heißt die Dokumentation, die am 26.8., 19 Uhr im FiegeKinoOpenAir 6.0 ihre Premiere feiert. Der Film zeigt tiefgehende Emotionen, Anekdoten die zum Schmunzeln anregen und natürlich ein großes Stück blau-weiße Begeisterung. Begeisterung, wie sie Fans und Hauptdarsteller wie Uwe Fellensiek, Jo Hartmann, Frank Goosen, Christoph Biermann oder Frank Benatelli seit vielen Jahren aufbringen. Sie und viele andere haben schöne und traurige, spannende und ereignisreiche Momente mit ihrem VfL erlebt, und sie lassen die Zuschauer daran teilhaben.

Wuppertal  
**Supporter Vereinigung wird aktiv**

Manchmal sind die Wurzeln einer Fanorganisation banaler Natur: „Als unser Präsident im Zusammenhang mit der Fusion zwischen dem Wuppertaler SV und der Borussia fragte, wer eigentlich Mitglied des Vereins sei, mussten wir mit Bedauern feststellen, dass es nur sehr wenige waren.“ So jedenfalls fasst Andreas Wirtz die Diskussion um eine Supporters Vereinigung in Wuppertal zusammen.

Um dies zu ändern, ergriffen einige Fans die Initiative und gründeten Ende April die „Wuppertaler Supporters Vereinigung“, der mittlerweile WSV-Fans aus allen „Richtungen“ angehören. Bereits nach wenigen Tagen wurde die 100-Mitglieder-Marke erreicht.

Der Mitgliedsbeitrag liegt bei 24 Euro im Jahr. Dafür bekommen Mitglieder Ermäßigungen bei Eintrittskarten und Ausfahrtfahrten. Besonderer Anreiz: Jedes Mitglied der SV soll auch automatisch als Mitglied im Verein geführt werden. Jetzt streben die WSV-Supporter auch einen Platz im dreizehnköpfigen Verwaltungsrat des Vereins an

um sich dort für die Interessen der Fans einsetzen.

Nach der Gründung dauerte es nicht lange, bis die Vereinigung das erste Mal aktiv wurde. Als das Ligaspiel im Westfalenstadion gegen Dortmunds Amateure wegen Unbespielbarkeit des Platzes durch den BVB abgesagt wurde, war die Empörung in Wuppertal groß. „Durch diese Spielabsage konnte der Aufstiegskampf der Regionalliga Nord maßgeblich beeinflusst werden“, so die Vereinigung.

In Anbetracht der Tatsache, dass dies am Tag der einzige Spielausfall in Nordrhein-Westfalen war, das Westfalenstadion nicht gerade für Spielausfälle bekannt sei und der BVB bereits im Vorfeld versucht habe, das Spiel zu verlegen „erscheint uns dieser Vorfall ungeheuerlich“, hieß es dazu von der SV. Zum Nachholspiel rief sie dazu auf, mit Badekleidung und Schnorchel nach Dortmund zu reisen und viele Fans schlossen sich dem Motto an.



Mottofahrt der WSV-Fans

Foto: Wuppertaler Supporters Vereinigung

Grasshopper Zürich  
**„Adieu Maladière“**

Dass die Fans einer Gastmannschaft ein ausgedientes Stadion verabschieden, kommt selten vor. Zur Abschiedsvorstellung im Stade de la Maladière von Xamax Neuchâtel erinnerten die angereisten Fans von Grasshopper Zürich mit Transparenten an die Momente, die sie mit dem Stadion verbinden: „Sonderzug“ als Erinnerung an die immense Zahl von 2.000 Zürchern, die im Frühjahr 1997 mit eben diesem in die Westschweiz fuhren, sowie „Cuphalbfinale“, da Zürich

hier in der Saison 02/03 mit einem legendären 10:11 nach Elfmeterschießen die Endspieleteilnahme verpasste. Zum Abschluss folgte das Spruchband „Adieu Maladière“.

Auch wenn nun die Abrissbagger das Bild bestimmen: 2006, nach zwei Jahren im Ausweichquartier in La Chaux-de-Fonds, beginnt in Neuchâtel die Zeit für neue außergewöhnliche Momente.

Das von der „Hauser Rutishauser Suter AG“ umgesetzte Bauvorhaben, welche bis 2006 auch

das neue FIFA-Gebäude in Zürich errichtet, wird dann das neue Maladière mit seinen 12.500 Plätzen als Kernstück eines umfassenderen Komplexes präsentieren.

Dann wird auch die angrenzende Rundsporthalle dem neuen Stadion gewichen sein. Ein Einkaufszentrum mit einer Größe von 25.000 Quadratmetern, sechs Turnhallen, 930 Parkplätze sowie eine Zentrale für Feuerwehr und Rettungsdienste finden dann hier ihren Platz.



Stimmungsvoller Abschied aus dem Maladière Foto: gc-zone.



Erinnerungen an den Sonderzug von 1997 Foto: gc-zone.ch

Italien

## Marsch für die Ultra-Bewegung

Nach der letztjährigen Premiere in Mailand war es am 19. Juni dieses Jahres die „Federossoblu Bologna“, welche die Ultra-Gruppierungen des Landes in die Emilia Romagna einlud. Fans von insgesamt 84 italienischen Vereinen (davon auch sieben vom Basketball) folgten dem Aufruf, um an einem Aufmarsch teilzunehmen, der in dieser Größe hierzulande nur schwer vorstellbar wäre.

Alphabetisch nach den Städtenamen ihres Vereines geordnet zogen die Gruppen durch die Straßen, die meisten in T-Shirts, deren Aufdrucke die Ziele der Demonstration verdeutlichen sollten: Gemeinsam gegen die Missstände des modernen Fußballs. Auf mitgebrachten Transparenten waren Slogans wie „Schaltet das Fernsehen aus, schaltet die Stadien ein“ oder „Ihr klaut unser Geld und sperrt uns ein, wir werden jetzt und immer Ultras sein“ zu lesen, sowie solche, die die Einheit der Bewe-



Marschieren für Fan-Rechte: Fans aus Bologna ... alle Fotos: federossoblu.com

gung heraufbeschwören: „Getrennt durch unterschiedlicher Farben, vereint in den Werten“. Am Martiri-Platz, dem Zielpunkt des Umzuges, fanden sich so insgesamt 8.000 Fans ein, um ein „Manifest der Ultra-Bewegung“ zu verabschieden. Die Kernpunkte sind die altbekannten Themen: Keine anreisefeindlichen Anstoßtermine, „Entmilitarisierung“ der Stadien und die Forderung einer Supervision für die in Italien oft ruinöse Finanzpolitik der Club-Vorstände gefordert.

Carlo Ballestri erstellte für die Organisatoren eine Bilanz: „Es sind rund 3.000 Fans mehr gekommen als im letzten Jahr. Lei-

der haben die Medien nicht ganz so viel darüber berichtet. Ob es den Marsch 2005 geben wird, ist noch offen. Zunächst einmal hat die Liga uns ein Treffen zugesagt, in dem die Probleme diskutiert werden. Und schwebt aber vor, so etwas mal europaweit zu organisieren, denn die Probleme sind überall die gleichen. Es wäre doch ein gute Sache, wenn dann auch Gruppen aus Deutschland dabei wären.“

Zum positiven Fazit der Veranstaltung zählt weiterhin, dass es keinerlei Probleme der Gruppen untereinander gab, und dies obwohl einige anwesend waren, die sonst einen wenig freundlichen Umgang miteinander pflegen.



... von Atalanta Bergamo, ...



... von Sambenedettese ...



... und aus Ascoli.

Meppen

## Fanbeauftragter mit 19

Noch nicht lange volljährig und schon Fanbeauftragter. Michael Schortemeier (Geburtsdatum: 26.8.84) aus Baccum ist Deutschlands jüngster Fanbeauftragter. Seit einem halben Jahr besetzt der 19-Jährige dieses Amt beim Nord-Oberligisten SV Meppen. „Schorty“ erklärt, wie es hierzu kam: „Als es sportlich bergab ging gab es ein Fanclub-Treffen. Hierbei wurde ich dann von den Fanclubs gewählt. Die Aufgaben bestehen darin, Chores und Busfahrten zu organisieren. Allerdings wird dies auch immer gemeinschaftlich bei unseren wöchentlichen Treffen besprochen.“

SVM-Geschäftsführer Guido van Zoest spart nicht mit Lob: „Der

Mann hat die nötige Power, um diesen Job zu machen und passt zum neuen Geist des Vereins. Es herrscht Aufbruchstimmung, nachdem wir vor einem halben Jahr mit mehr als nur einem Bein schon in der 5. Liga waren.“ Denn sechs Jahre nach dem Abstieg aus der 2. Bundesliga kann sich



M. Schortemeier

Foto: Privat

der Verein (wieder) auf seine Fans verlassen. In den entscheidenden Spielen der letzten Saison war die Hütte voll, allein 6.532 kamen gegen Nordhorn ins Emslandstadion und zum letzten Spiel begleiteten über 1.000 Anhänger ihre Elf nach Oberneuland und feierten nach dem 5:0-Sieg den Klassenerhalt. Es stellt sich die Frage, inwiefern man in dem Alter von den anderen Fans respektiert wird, insbesondere dann, wenn es zu brenzlichen Situationen kommt. „Das ist nicht immer leicht, aufgebraute Fans zu beruhigen, aber das klappt schon“, sagt Schortemeier, „zudem fahre ich seit ich 15 bin zu den Auswärtsspielen. Da kennt man sich.“

Zwickau:

### Probleme beim Fan-Projekt

Durchschnittlich nur 777 Fans besuchten in der abgelaufenen Saison die Spiele des ehemaligen Zweit- und jetzigen Viertligisten FSV Zwickau. Zu wenig, um die ABM-Stelle beim Fan-Projekt Zwickau aufrecht erhalten zu können.

Das Engagement der Fans ist gefragt: Sechs FSV-Anhänger, darunter der jetzt Arbeit suchende René Löbel, haben es sich zur Aufgabe gemacht, das Fan-Projekt ehrenamtlich weiterzuführen. „Wir können keine festen Bürozeiten mehr garantieren, aber es schaut jeden Tag jemand vorbei, um die Emails und die Post abzuarbeiten“, erklärt Markus Stapke (24).

Auch das bisherige Programm (Fanclubturnier, Busorganisation, Konfliktberatung) soll bestehen bleiben. Für ihn steht es außer Frage, bei der Fan-Arbeit Eigenverantwortung zu übernehmen: „Für die Fans, die jetzt noch da sind, setzen wir uns gerne ein. Das ist eine verschworenen Gemeinschaft und da macht das richtig Spaß.“

Oldenburg:

### Fans fegen ihre Plätze

Der ehemalige Zweitligist VfB Oldenburg muss nach seinem Abstieg in die Verbandsliga die Kosten minimieren.

Die Idee des Vereins: Sperrung der Gegengeraden, um die Reinigungskosten zu sparen. Die dort stehenden Fans sollen dafür zu Stehplatzpreisen auf den Außenblöcken der Haupttribüne untergebracht werden. Die Gegengeraden-Fans wollen allerdings ihren Platz behalten und trafen sich deshalb mit Vertretern von Stadt und Verein um ein alternatives Konzept zu entwickeln. Dies sieht nicht nur die Sperrung der Rasenwälle des Marschwegstadions vor, sondern auch die weitere Nutzung der Stammplätze im Block J.

Im Gegenzug versprochen die Fans, diese nach den Spielen eigenverantwortlich zu reinigen. Sandra Musiol (22) von der Oldenburger Faninitiative: „Bei mindestens drei Heimspielen müssen wir zeigen, dass das in uns gesetzte Vertrauen berechtigt ist, um einen Zwangsumzug auf die Haupttribüne zu vermeiden.“

**Hannover :**

**Ärger um §2, Abs. 4, (c)**

Erst seit wenigen Monaten besteht in Hannover die Fan-Dachorganisation „Rote Kurve“. Während die Mitgliederzahl inzwischen auf 900 anstieg, gibt es im formalen Bereich noch Startschwierigkeiten.

Wie es sich gehört, stattete sich die Organisation mit einer dazugehörigen Satzung aus. In dieser wird in §2, Absatz 4 festgehalten, dass sich die Rote Kurve gegen Rassismus und Diskriminierung ausspricht, sich von jeder Form von Gewalt im Fußball distanziert, bis man schließlich unter (c) lesen kann: „Sie pflegt Kontakt zu den Fans und Fanclubs anderer Fußballvereine im In- und Ausland mit Ausnahme des Braunschweiger Turn- und Sportvereins Eintracht.“

Für Gunther Pilz (59), umtriebiger Fan- und Gewaltforscher an der Universität Hannover, ein Stein des Anstoßes: „Die Rote Kurve wird natürlich vom Verein gefördert, agiert auch in deren Auftrag. Die Vereine sind aber durch die satzungsmäßigen Bestimmungen der Liga dazu aufgefordert, Feindbilder abzubauen. Mein Vorwurf ist: Wenn es mal ‚knallt‘, gibt man den Beteiligten hierfür eine Legitimation. Ich habe den Verein dann darauf aufmerksam gemacht und weil ich auch im Beirat der KOS und der Kommission Gewaltprävention des DFB sitze, war das keine Willkürentscheidung. Auch die Polizei hat sich beim Registergericht mit der Bitte eingeschaltet, die Satzung so nicht zu genehmigen.“

„Rote-Kurve“-Beiratsmitglied Robin Krakau (23): „Da werden doch Probleme geschaffen, die gar keine sind. Hier in Hannover sind wir natürlich das Hauptforschungsgebiet von Gunther Pilz und dieser eher überspitzt gemeinte Absatz ist sicher deshalb zum Thema geworden. Unser Verein, der zuvor kein Problem darin gesehen hat, hat uns gebeten diesen Passus raus zu nehmen. Da wir keinen Stress in dieser Richtung haben wollen, werden wir das auch machen.“ Im Endeffekt sei es eine Diskussion ohne Inhalt gewesen: „Das Gericht hatte ohnehin noch Rückfragen und bevor es die Satzung genehmigt, müssen wir noch ein paar andere Formulierungen ändern. Der umstrittene Paragraph ist also nie wirksam geworden und wird es auch nicht werden. Das war viel Lärm um nichts.“

**Athen**

**AEK-Fans wehren sich gegen Viertklassigkeit**

Die Situation der Fans von AEK Athen scheint ausweglos. Ihren Verein plagen 165 Millionen Euro Verbindlichkeiten und nachdem ein Gericht den Antrag auf Schuldenerlass ablehnte, stehen die Insolvenz und der Zwangabstieg des elfmaligen Meisters in die 4. Liga im Raum.

Als drittgrößter Verein Griechenlands mobilisiert dies natürlich die Massen: 6.000 Fans gingen in Athen auf die Straße und zogen vor das Parlament, um Rufe gegen Sportsekretär Georgios Orfanos zu skandieren. Auch auf Kreta sowie in den nordgriechischen Städten Kavala und Karditsa gab es Kundgebungen, selbst auf Zypern trafen sich 500 Fans vor der griechischen Botschaft.

Dabei sind die jüngsten Vorkommnisse nur der Höhepunkt einer inzwischen dreijährigen Vereinskrise, in der die Fans schon einige Male spektakulär auftraten. So wurde bereits vorübergehend das Clubhaus besetzt und für mehrere Monate weigerten sich viele, die Stadien zu betreten, um vor den Toren ihre Lieder zu singen und Fackeln abzubrennen.

„Das galt auch für Auswärtsspiele“, erklärt Athanasios Kaplanis (32) vom 20 Fans umfassenden Düsseldorfer Ableger von „Original 21“, der größten Fan-Gruppe beim AEK. Man spricht von bis zu 7.000 Mitgliedern,

doch dies kann niemand genau beziffern, denn eine Liste wird nicht geführt. „Original 21“ als Fanclub zu bezeichnen wäre ohnehin nicht treffend – es ist nach eigener Aussage eher eine Art „Lebenskultur“, die sich seit 1975, dem Jahr der Gründung des Vorläufers „Gate 21“ (dem damaligen Stimmungsblock) entwickelt hat.

„Im Moment ist die Lage ja noch vergleichsweise friedlich“, so Kaplanis, „einige Spieler haben mit der EM viel Geld verdient und werden nicht durch ausstehende Forderungen an den Verein den Niedergang forcieren. Das beruhigt etwas.“ Dabei könnte die Rettung ausgerechnet in Form eines der aus Portugal heimgekommenen

Helden wahr werden: Demis Nikolaidis, der 30-jährige Stürmer, der gerne seine AEK- und Original-21-Tätowierungen zeigt, will seine aktive Laufbahn beenden, um sich als Präsident um den AEK zu kümmern. In ihn setzt man Hoffnung: „Er ist kein reicher Großreeder wie bei anderen Vereinen, aber ungeheuer beliebt“, sagt Kaplanis. Und vielleicht kann er ja die Weichen stellen, um den AEK-Fans einen ihrer größten Wünsche zu erfüllen: Ein eigenes Stadion. Seit dem Abriss des „Nikos Goumas“ vor drei Jahren befindet sich der Klub auf einer Odyssee durch die Stadien von Panionios und Panathinaikos. Demnächst soll wahrscheinlich im Olympiastadion gespielt werden.



Bald eine Viertliga-Kulisse?

Foto: Redmann

**Schweiz**

**Zürich: Derby zum Saisonauftakt 04/05**



Choreografie der Fans des FC Zürich beim Grasshoppers Club Zürich

Foto: CN Claude

Dieses und viele weitere Atmobilder der neuen Saison finden Sie auf [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)



# Kölnarena



Die Kölner Fans belegen in der Stadionwelt-Umfrage gemeinsam mit den Frankfurtern Platz eins in Sachen Heimsupport

Foto: Stadionwelt

# Nach der Saison ist vor der Saison

Im Sommer 2004 befindet sich die deutsche Fanszene im Wandel. Im Bestreben mehr Mitspracherecht zu erhalten, werden Dachorganisationen gebildet. Die Supporter-Vereinigungen treten mit den Klubs in einen konstruktiven Dialog.

## Titelthema:

- Einführung . . . . . S. 10
- Saison der Proteste . . . . . S. 12
- Interview mit Ralph Klenk, Sprecher der Fanbeauftragten der 1. und 2. Liga . . . . . S. 15
- Nachgefragt  
Meinungen von Vertretern führender Fangruppen . . . . . S. 12
- Rückblick/Ausblick 1. Liga . . . S. 18
- Zwischen Baukran & Fanblock . S. 24
- Rückblick/Ausblick 2. Liga . . . S. 26
- Saisonrückblick Regionalliga . . S. 31
- Saisonrückblick Oberliga . . . . S. 36
- DFB-Pokal . . . . . S. 38
- Saisonrückblick  
Österreich/Schweiz . . . . . S. 40
- EM-Rückblick . . . . . S. 42

■ Ingo Partecke, Maik Thesing,  
Stefan Diener, Thomas Krämer

Die 1. Bundesliga stellte einen neuen Zuschauerrekord auf - sie „boomt“. Die Zweite Liga wird ebenfalls ein Rekordjahr erleben. Zu verdanken hat Deutschland dieses Vergnügen dem Zuschlag für die WM 2006; ohne den FIFA-Auftrag für das Weltvent stünde mancherorts noch die triste Schüssel, wo jetzt der Stadion-Stimulus für Euphorie sorgt. Die neue deutsche Stadionlandschaft entfaltet offenbar eine magische Anziehungskraft.

Der Boom an sich ist nur insofern ein Fan-Thema, als sich die alte Stammkundschaft der Vereine in einem veränderten Umfeld wieder findet. Gälte es ein „Fan-Wort der Saison“ zu küren, stünden „Kommerzialisierung“ sowie auch die „Polizei- und Ordner-Willkür“ ganz oben auf der Liste. Der vermeintliche „Kommerz“ wird sicher etwas pauschalierend angeprangert - ohne Vermarktung ist schließlich kein Profisport möglich. Wie das in einzelnen Fällen geschieht, könnte aber sehr wohl ein Punkt sein, bei dem die Fans konstruktiv in die Diskussion einsteigen. Auf der anderen Seite wären die Marketing-Experten gut beraten, sich eingehender

mit Fan-Themen und -Sichtweisen zu befassen.

Die Willkür-Debatte könnte vielleicht weniger hitzig geführt werden, wenn seitens der Ordnungskräfte ein besseres Verständnis fantypischer Verhaltensweisen vorläge. Ein mitunter provokantes Auftreten der Fans, und sei es nur von einzelnen, ist jedoch auch in der Lage, die Bereitschaft zum Dialog deutlich zu reduzieren.

Aber es gibt differenzierte Auseinandersetzungen und durchaus ernsthaft geführte Argumentationen in diesen Dingen, darüber darf der Stammtisch nicht hinwegtäuschen.

Der drohende Werteverlust durch den Übergang des Fußballs in einen von marktwirtschaftlichem Denken und Handeln geprägten Wirtschaftszweig mit seinen Begleiterscheinungen ist und bleibt schließlich zentraler Faktor aller Konflikte, die dem aktiven, engagierten Fan in der heutigen Zeit auf der Seele liegen.

Konflikte mit Ordnungskräften mögen dem Außenstehenden profan erscheinen, leiten jedoch zu tiefer greifenden Missständen oder politischen

Versäumnissen über. Wo Jugendliche in Scharen den Glauben an den Rechtsstaat verlieren, besteht in jedem Falle Handlungsbedarf.

Fan-Fußball-Deutschland mag aber nicht jammern, sondern erschließt mit großem Engagement Wege, Frust-Potenzial in positive Energie umzuleiten.

Ein sich in der Saison 2003/2004 weiter manifestierender Trend ist der zum Zusammenschluss. Die Fans streben danach, die verschiedenen Strömungen in ihren Gruppen zu kanalisieren und erreichen nicht selten den Konsens mit ihrem Verein bis hin zur geregelten Zusammenarbeit. Hier wird der Anspruch erfüllt, nicht als Beiwerk der Fußballveranstaltung zu posieren, sondern als mündiger Anhänger des Vereins aktiver eingebunden zu werden.

### Ultras etabliert

Vor mehr oder weniger zehn Jahren gab es kaum noch lebendige, innovative Fankultur in Deutschland. Die großen traditionellen Fan-Clubs, die über lange Jahre das Bild der Kurven geprägt hatten, waren schlicht überaltert und lebten in Erinnerungen an legendäre Fahrten.

Mitte der 90er Jahre kamen durch die Ultras nach italienischem Vorbild Farbe und neue Gesänge in die Kurven, die sich in einigen Fällen spalteten. Der Großteil der Fans empfand den neuen Stil als übertrieben, das Auftreten der Ultras als arrogant. Die Vereine wussten ebenfalls nicht recht mit der neuen Subkultur in ihrem Stadion umzugehen, bei den Sicherheitskräften waren die „Rebellen“ ebenso schnell wie missverständlich als Gewalttäter abgestempelt.

Die erste deutsche Ultra-Generation ist mittlerweile selbst im gesetzteren Fan-Alter. Jugendlicher Aktivismus hat sich zu konstruktivem, verantwortungsbewusstem Handeln gewandelt. Die Pioniere können nun schon auf eigene Tradition zurückblicken, die Fanaktionen werden substanzieller. Den Anhängern wird seitens der Vereine mehr und mehr Anerkennung und Respekt gezollt. Gerade in der letzten Saison haben zahlreiche Fankurven mit den Ultras oder Supporter-Gruppen als treibende Kräfte imponierende Huldigungen in Form riesiger Choreografien realisiert. Ein vor laufenden Kameras vor Ergriffenheit heulender „Kult-Physio“ Herrmann Rieger in Hamburg, eine 100-Jahre-Choreo der Schalker, Derby-Choreos der Kölner oder Aktionen der Stuttgarter, die wegen der gelungenen Werbung für die Stadt und den Verein Eingang in die offiziellen Jahrbücher und Marketing-Prospekte fanden, die Mönchengladbacher, die mit Aktionen auf vier Tribünen der Ab-

## Die Stadionwelt-Fanumfrage

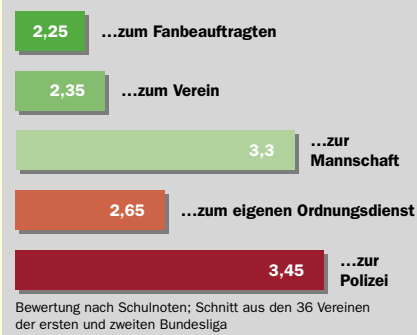
Stadionwelt wird in Zukunft regelmäßig Umfragen in der Fan-Szene durchführen, um Aufschluss über die aktuellen Meinungen, Entwicklungen und Tendenzen zu erhalten. Die erste Umfrage fand nach der Saison 2003/2004 statt, wobei die Köpfe der aktivsten Fan-Gruppierungen aller 36 Erst- und Zweitliga-Vereinen befragt wurden. Hierbei ging es um Themen, die öffentlich diskutiert wurden und solche, die jeweils szenen-intern von Bedeutung waren.

Nach dem besten Heimsupport der 1. Liga gefragt, stimmten die Szene-Kenner klar für Frankfurt und Köln - bemerkenswert für Fans von Traditionsvereinen auf dem Weg in Liga 2. Auch auswärts lag Frankfurt ganz vorne, auf Platz eins mit den Schalkern. Hertha BSC und Mönchengladbach erhielten Platz 2. Im eigenen Stadion enttäuschten 1860 und Wolfsburg am meisten - wie auch auswärts deren Support nicht überzeugend war.

In der zweiten Liga ergab sich zum Beispiel, dass die Nürnberger mit ihrem Auswärts-Support mit deutlichem Abstand den größten Respekt bei ihren Gegenübern erzeugten. Mit einigem Abstand folgen Aachen und Karlsruhe. Auch im Frankenstadion wussten die FCN-Fans zu überzeugen, sie lagen vor den Unionern und den Mainzern, die jedoch ebenfalls recht ansehnliche Werte erzielten. Nürnberg ist offensichtlich gut vorbereitet, um in den Stadien der Ersten Liga für erstklassige Stimmung auf den Rängen zu sorgen.

Auch das Verhältnis zu Vereinen, den Fanbeauftragten und den Ordnungskräften wurde abgefragt. Die Info-Grafiken mit den Darstellungen der Umfrageergebnisse finden Sie auf den folgenden Seiten.

### Wie war das Verhältnis...

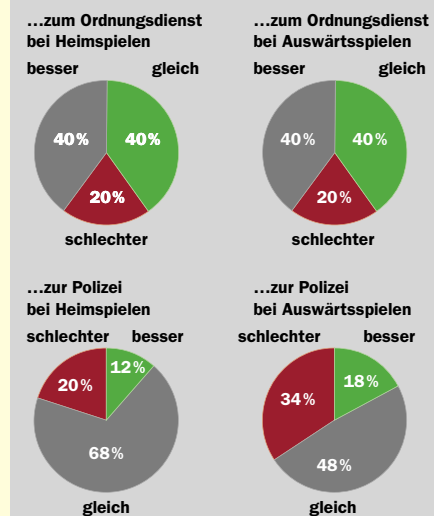


## Diese Gruppen wurden befragt

Führende Vertreter folgender ultra-orientierter Gruppen, die den Kern der Szene aktiver Fans in Deutschland bilden, wurden von Stadionwelt zu Fan-Themen befragt:

- Aktive Alemanniafans (Alemannia Aachen)
- Baltic Boyz, Suptras (Hansa Rostock)
- Boys Bielfeld (Arminia Bielfeld)
- Chosen Few (Hamburger SV)
- Club Nr. 12 (Bayern München)
- Commando Cannstatt (VfB Stuttgart)
- Cosa Nostra (1860 München)
- Dat Ruhrpottzebra (MSV Duisburg)
- Die Fanaten (Wacker Burghausen)
- Eastside 97 (Werder Bremen)
- Generation Luzifer (1. FC Kaiserslautern)
- Handtuchmafia (Rot-Weiß Oberhausen)
- Harlekins (Hertha BSC Berlin)
- Irahlenfan.de (LR Ahlen)
- Natural Born Ultras (SC Freiburg)
- Phönix Sons (Karlsruher SC)
- Rot-Blaue Falken (SpVgg. Unterhaching)
- Supporters Club (Eintracht Trier)
- Supporters Wolfsburg (VfL Wolfsburg)
- The Unity (Borussia Dortmund)
- Ultima Raka (Energie Cottbus)
- Ultras Aue (Erzgebirge Aue)
- Ultras Bochum (VfL Bochum)
- Ultras Frankfurt (Eintracht Frankfurt)
- Ultras Fürth (Greuther Fürth)
- Ultras Gelsenkirchen (Schalke 04)
- Ultras Hannover (Hannover 96)
- Ultra Kollektiv Lübeck (VfB Lübeck)
- Ultras Leverkusen (Bayer Leverkusen)
- Ultras Mönchengladbach (Borussia Mönchengladbach)
- Ultras Nürnberg (1. FC Nürnberg)
- Ultras Regensburg (Jahn Regensburg)
- Ultra Szene (Mainz 05)
- Violet Crew (VfL Osnabrück)
- V.I.R.U.S. (Union Berlin)
- Wilde Horde (1. FC Köln)

### Im Vergleich zum Vorjahr war das Verhältnis...



schiedszeremonie „Bye, Bye, Bökelberg“ die Kulisse bereiteten - all dies Beispiele für eine Entwicklung, die sich immer nachhaltiger manifestiert. Die Fans erarbeiten sich das Vertrauen der Vereine, werden zur Durchführung der Spektakel nach Bedarf ausgestattet mit Arbeitsausweisen für den Innenraum, wie zum Beispiel Köln, Frankfurt, Stuttgart oder Karlsruhe der Fall und erhalten auch anderweitige Privilegien.

**Freiwillige Selbstkontrolle**

Die Gegenseitigkeit, das partnerschaftliche Geben und Nehmen, ist ein klarer Trend und sollte nicht als scheinheiliger Kompromiss verstanden werden. Der mittlerweile fast überall seitens der Gruppen - bei Heimspielen auf jeden Fall - konsequent in den eigenen Reihen durchgesetzte Verzicht auf Pyrotechnik basiert zumeist tatsächlich auf einem Verständnis der Position des Vereins. In dem Wissen, dass dieser Strafen zu entrichten hat, wenn Ordnungswidrigkeiten jeglicher Art zu verzeichnen sind. Ohnehin ist das Abbrennen von „Sinnlos-Pyro“ etwa in der Ausprägung schwarzer Rauchsäulen vor dem Hintergrund eines Nachthimmels mittlerweile verpönt. Es fallen fast nur noch „Einzeltäter“ durch solche Aktionen auf - es sind sogar „Fans“ bekannt, die fremde Stadien aufsuchen, nur um dort zu zünden, aber keine Kontakte zur dortigen Szene haben. Vor diesem Hintergrund ist die aktuelle Anti-Pyro-Kampagne von DFB und DFL eigentlich hinfällig, sofern sie sich an die aktive Fanszene der Ersten Liga und Zweiten Liga richtet.

Dass es üblich ist, mit demonstrativ zur Schau getragenen Emotionen auf den Zaun zu steigen, daran haben sich die Verantwortlichen längst gewöhnt. Wer hierin noch eine Bedrohung sieht, unterliegt einer Fehleinschätzung.

Dass die Vereine als Ausrichter von Großveranstaltungen aber selbst auf schmalstem Grad wandeln, ist wiederum nicht jedem Fan bewusst. Für jeden Schatten, der droht, einen frei zu haltenden Fluchtweg zu versperren, haben die Aufsichtsbehörden ein Bußgeld im Katalog. Auch Fans hinter Gittern und Netzen sind in den seltensten Fällen eine Idee der Vereine. Denen liegt manchmal viel mehr am originären Fußball-Erlebnis, als sie zugeben oder zulassen dürfen.

Mit der Sektorentrennung - man darf sich nicht mehr frei im Stadion bewegen, sondern hat in dem Sektor zu bleiben, für den man die Karte besitzt - machten viele Fans in der vergangenen Saison das erste Mal Bekanntschaft. Hieran wird man sich, so man denn ein WM-Stadion besucht, gewöhnen müssen, wie auch an veränderte Eingangssituationen mit Drehkreuz-

**Proteste**

**„Wo geht's denn hier zum Mannschaftsbus?“**

**2003/04 wurde in der Bundesliga protestiert, demonstriert, interveniert – fast überall, fast zu jedem Zeitpunkt der Saison. Und dies in einem Ausmaß, das inflationär erscheint.**

Fußball ist ein Spiel von Gesetzmäßigkeiten. So wie manche Spieler sich ein Familienfoto unter den Stützen schieben oder Fans nur dann die Spieltags-Kleidung wechseln, wenn in den alten Klamotten verloren wurde, so sehr hat es sich in der vergangenen Saison etabliert, die Unzufriedenheit über die Trefferquote der eigenen Stürmer oder die Zweikampfbilanz der Lieblingself möglichst plakativ zum Ausdruck zu bringen. Überspitzt formuliert: Zwei mal verloren ... und schon wird die Abfahrt des Mannschaftsbusses verhindert - einerseits!

**Ob bei Protesten gegen die Funktionäre ...**

Andererseits gab und gibt es auch eine Reihe von „fanpolitischen“ Themen, welche den (berechtigten) Widerspruch, in manchen Punkten sogar den Widerstand der Fans provozierten. Die beiden Fälle mit der größten Tragweite spielten sich schon vor der Saison ab:

In Hannover gingen die Fans auf die Barrikaden, um gegen die drastische Erhöhung der Kartenpreise zu demonstrieren und in München konnten die Anhänger, denen der FC Bayern aufgrund von „Meinungsverschiedenheiten“ keine Dauerkarten

verkaufen wollte, auf eine bundesweite Solidarität anderer Fans und die Unterstützung fast aller überregionalen Medien zählen. Bei 96 wie auch beim FCB erzielte man eine Einigung, denn alsbald wurden die Preise gesenkt und kollektive Aussperrung aufgehoben.

Hinzu kommen eine Reihe schwelender Konflikte, die in regelmäßigen Abständen immer wieder thematisiert und aufgrund einer inzwischen eingetretenen Alltäglichkeit eben so schnell wieder aus dem Blickpunkt verschwinden: „Montagsspiele“ heißt hier das Schlagwort. Auch gegen einzelne Stadionverbote oder das Finanzgebahren anderer Vereine (bevorzugter Adressat: Schalke Manager Rudi Assauer) wird protestiert.

Doch für die Themen abseits des Platzes scheint man sich erst in den letzten Jahren zu interessieren. Es mag ein Zeichen einer gewachsenen Mündigkeit der Fans sein, wenn es eine größere Bandbreite an Punkten gibt, in die man sich einmischen möchte. Ihr Motto lautet: „Wir sind nicht nur das folkloristische Beiwerk des Events. Wir mischen uns in das Schicksal unseres Vereins ein!“ Die vor derartigen Hintergründen organisierten Demonstrationen finden deshalb oftmals in größerem und organisierterem Rahmen als jene statt, deren Auslöser eine schlecht spielende Mannschaft ist. Die viel verspre-



Die Busblockade der BVB-Fans war Auftakt einer Serie von Unmutsäußerungen

Foto: Desperados



Protest gegen die Leistung der Mannschaft: FSV Zwickau-Fans in Jena

Foto: Horda Azzuro

chende gemeinsame bundesweite Aktion „In dubio pro Fans“ in der abgelaufenen Saison zeigte dies. Die Unterstützung durch viele größere Fan-Projekte oder Dachverbände bleibt allerdings eher die Ausnahme, da diese in der Regel eng mit dem Verein kooperieren und eine entsprechend diplomatische Position einnehmen.

Je nach Thematik und Zeitpunkt der Saison ziehen die Aktionen eine höchst unterschiedliche Resonanz nach sich. Bestimmte die Dauerkartenproblematik in München mehr als nur ein paar Tage die Schlagzeilen, so ist manches Spruchband auf dem Heimweg wieder vergessen. Was in den Fan-Foren, Vereinskneipen und Medien durchaus häufiger diskutiert wird, was weitaus häufiger einen Protest nach sich zieht, ist und bleibt die sportliche Leistung.

### ... oder bei Protesten gegen die eigenen Spieler ...

Ein Blick zurück: Schon Mitte der 80er haben die Fans in Nürnberg oder Mönchengladbach Blöcke geräumt. „Keine Leistung – keine Fans“ waren damals die Schlagworte auf den Transparenten. Am 29. Spieltag der Saison 1987/88 entstand bei einer 1:3-Niederlage des Tabellenletzten Schalke 04 beim Tabellenvorletzten FC Homburg der immer wieder gebrauchte Schlachtruf „Wir sind Schalker und ihr nicht!“ – seit damals von allen anderen mit dem Namen ihres Vereins übernommen.

Mit der immer stärker zunehmenden Bereitschaft, Fan-Unmut kundzutun, wuchs parallel dazu auch das Repertoire und die Schärfe der Aussagen: Von „Wir ham’ die Schnauze voll!“ über „Scheiß Millionäre“ bis hin zu „Wenn Ihr absteigt, schlagen wir Euch tot!“ Die Gesänge, wie auch die Bereitschaft zum Protest an sich verbreiteten und verbreiten sich lawinenartig über das Land.

Doch oftmals ist der Ärger, der sich über die Leistung während des Spiels aufgestaut hat, in den Stunden nach dem Spiel wieder verfliegen. Es mag Teil einer generellen Fan-

Mentalität sein, schnell zu verzeihen und den Schalter auf „Unterstützung“ umschalten zu können. Nicht selten beginnen so die Gespräche Fan/Spieler mit ein paar schnell formulierten Vorwürfen, setzen sich mit dem Lippenbekenntnis, es demnächst besser zu machen, fort und enden binnen Minuten in Schulterklopferei und mit einer improvisierten Autogrammstunde.

### ... die Medien greifen es gerne auf ...

In jedem Falle gilt aber eines: Proteste liefern den Medien gute, ausdrucksstarke Bilder, erleichtern ihnen zudem immens ihre redaktionelle Arbeit. Bei einer Berichterstattung, in der Randgeschichten ebenso wichtig wie die Ergebnisse sind, bietet es sich immer an, wenn man zeigen kann, wie im Vordergrund Fans auf dem Boden hocken, im Hintergrund ein Mannschaftsbus in die Höhe ragt und dazwischen ein paar gelangweilte, frustrierte oder diskutierende Spieler in eleganten Clubanzügen stehen. Der allgemeine Eindruck einer zehntausendfach rebellierenden Fan-Gemeinde ist somit auch dann etabliert, wenn sich nur 20 Leute um den Bus versammelt hatten. Die Wahrheit der Medien ist nicht immer die der Fans.

Der Vorwurf an die Protestierenden, das alles nur aus einer gewissen „Mediengeilheit“ heraus zu organisieren, ist da schnell formuliert, denn sie haben die Möglichkeit, Randerscheinungen zum Skandal zu machen. Und wenn die Medien wiederum Szenen einfangen können wie die, in denen ein Frankfurter Fan in Wolfsburg das von Guimien in die Menge geworfenen Trikot zurückschmeißt, dann werden diese im Fernsehen gleich dutzendweise wiederholt. Spielen Fans und Medien sich also gegenseitig in die Hände? Transportieren die Medien nur eine Geltungssucht? Oder anders gefragt: Instrumentalisieren sich Fans mit ihren Protesten für die Medien?

„Wir wollten die Medien nicht. Wir haben das nicht für die gemacht und so geht es sicher allen, die irgendwo protestieren!“ Jens Vol-

ke (32) vom Fanclub „The Unity“ erinnert sich an die Sitzblockade der Fans von Borussia Dortmund beim Spiel in Stuttgart: „Wir haben dort mit 150 Fans protestiert und versucht, die Kameras abzudrängen, was aber nicht so richtig geklappt hat.“ Als einer der ersten Proteste der Saison, zudem als einer der in der Presse breite Beachtung fand, hatte er eine durchaus „ermutigende“ Wirkung für die Fans vieler anderer Vereine, diese Form der Meinungsäußerung zu wählen.

### ... mit manchmal ungewollte Nebenwirkungen.

Durch anwesende Journalisten erhält so manche Missfallenskundgebung auch eine gewisse Eigendynamik. So wie im Falle der Fans des Hamburger SV, die mit Nico-Jan Hoogma nach dem Heimspiel gegen Borussia Dortmund diskutieren wollten. Jojo Liebna (22) von HSV-Fanclub „Chosen Few“ erklärt: „Keiner von den Fans hat ihn berührt, er wurde aber plötzlich von fünf Ordnern weg gezogen. Die Zeitungen standen daneben und dann war am nächsten Tag zu lesen: ‚Hoogma von HSV-Hooligans attackiert‘ und er selber sprach von ‚Todesangst‘, wodurch er noch Öl ins Feuer geschüttet hat.“ Was folgte war ein Schlichterschluss zwischen den Fans und dem HSV-Vorstand. „Der Vorstand schaltete sich ein, weil die Geschichte auf kleiner Flamme gekocht werden sollte. Wir haben da natürlich zugestimmt, weil es ja letztendlich um den Verein geht“, so Liebna. Zugleich mag es für jede Gruppe, die einen Protest organisiert, eine starke innere Wirkung geben: Man demonstriert und stärkt den Zusammenhalt, etabliert die Fan-Gemeinschaft, indem man sein gemeinsames Interesse kundgibt. Immerhin: Heute haben sich, im Vergleich zu früheren Jahren, viele Gruppen den Einfluss auf die Szene erarbeitet, um Proteste überhaupt erst organisieren und durchsetzen zu können und um andere Fans zum Mitmachen zu bewegen. Dabei ist es sicher nicht leicht, diejenigen, die nur zwei Mal im Jahr zum Spiel kommen können, zu überzeugen, dies auch noch draußen vor dem Block zu verbringen.

Unabhängig davon, ob es um die Arbeit der Spieler oder um die Vorhaben der Funktionäre geht, bleiben Fragen: Gibt es so viele Missstände, gegen die es sich anzugehen lohnt? Oder ist das Thema zweitrangig und nur der Protest um des Selbstzwecks Willens wichtig?

Es gab viele Busblockaden, geräumte Blöcke und Spruchbänder. Aber vielleicht ist es immer noch die einfachste Form des Protests, wenn das ganze Stadion pfeift.



Fan-Proteste waren ein zentrales Thema der Saison

Foto: Zwing

zen und Chip-Karten, wie sich etwa in Gelsenkirchen und Kaiserslautern bereits im Einsatz befinden. Die Maßnahmen mögen überzogen und praxisfremd erscheinen, zumal die Bauweise der Stadien ohnehin gegenüber früher deutlich verändert ist, an einer Eindämmung von potenzieller Gewalt im Stadion gehen sie im Grunde auch vorbei. Die Spielstätten sind, was mittlerweile allgemein bekannt ist, mit Überwachungskameras übersät. Wer ins Stadion kommt, um Böses zu tun, hat schlechte Karten, denn die Überwachung beginnt oft schon an der Bahnhofstestelle und zieht sich bis in den Block. Die Taktik der Polizei in Kooperation mit den Vereinen greift meist auch schon weit vor dem Stadion, rivalisierende Gruppen treffen im Umfeld von Fußballspielen selten überhaupt noch aufeinander.

In der nächsten Saison darf man auch wieder auf die Leistung der Ordnungskräfte gespannt sein. Welcher Arbeitgeber sucht nicht händeringend nach qualifiziertem Personal. Und wer als Security-Unternehmer Jobs ausschreibt, hat es selbstverständlich nicht leicht. Es mag zu viel verlangt sein, denen, die am Ende der Befehlskette stehen, Intensivkurse in sozialer Kompetenz angedeihen zu lassen, aber es bleibt zu hoffen, dass in Zukunft mehr Wert auf Schulungen des Personals gelegt wird, das letztendlich ja auch der Verein repräsentiert. Fußballfans sind und werden nie pflegeleicht sein, aber bei einer Deeskalations-Strategie verflüchtigt sich jede Aggression: Ohne Gegner kein Stress. Diese Strategie wurde bei der EURO 2004 erfolgreich umgesetzt.

Die Stimmung, die beim Fußball als Hauptattraktion gelten kann, breitete sich von jeher aus der Stehkurve im Stadion aus. Deutschland kann sich glücklich schätzen, nicht flächendeckend „versitzplatz“ worden zu sein. Die Vereine planen auch heute noch mit enormen Stehplatzkontingenten, vielerorts nur gehemmt durch die Bauaufsicht. Mit den neuen Stadien - die Vermarktung der Namensrechte erzeugt allerdings nirgends ein positives Echo - erhalten Fans, die bislang in weitläufigen Kurven verschwanden, neue Bühnen im

Geschehen, das sie mehr und mehr selbst prägen.

Auch hier hat sich 2003/2004 ein Trend aus der Ultra-Szene durchgesetzt: Zur Inszenierung gehört das Megafon. Mittlerweile verfügt fast jede große Kurve sogar über eine fest installier-

te Lautsprecheranlage, um der Tribüne die Gesänge vorzugeben. Abgeschaut hat man sich das in Italien, wo in den Kurven tatsächlich Tausende singende Tifosi zu koordinieren sind. Hierzulande wird heftig über Sinn und Zweck der Beschallung diskutiert. Traditionalisten, die mit den meisten Ausprägungen der Ultra-Kultur nichts anfangen können und den englischen Stil bevorzugen, vertrauen auf die Kraft ihrer Kehlen, andere fühlen sich von den Ultras bevormundet, genügend andere sind irgendwie immer dagegen. Fakt ist: Fällt einmal das Mikro aus, herrscht ohne die Vorgaben des Animateurs vielerorts betretenes Schweigen.

Stärkster Trend der vergangenen und auch der nächsten Saison ist das Bestreben der aktiven Fans, gewonnenen Einfluss zu untermauern und auf eine feste Basis zu stellen. In diesem Sinne werden in vielen Städten Dachorganisationen gegründet. Karlsruhe hat dies mit dem Supporters Club schon eine Weile vorgelebt, vergangene Saison entstand in Hannover die „Rote Kurve“, auch Wolfsburg gründete einen Supporters Club. Ähnliche Modelle sind unter anderem auch in Dortmund, Leverkusen und Stuttgart im Gespräch.

Der Kern der aktiven Szene konsolidiert sich durch quantitative Reduzierung - dies soll die Qualität gewährleisten. In

der Vergangenheit machten viele Gruppen „auf Masse“, gewannen Mitglieder, die jedoch auswärts keine Präsenz und auch bei Heimspielen kein Engagement zeigten. Viele Kurven sind in Gruppen zersplittert, die ihren eigenen „Style“ verwirklichen wollen, aber dennoch am Erreichen gemeinsamer Ziele stark interessiert sind. Die Dachmarke schafft Identifikation auch für die vielen Individualisten, Sympathisanten und passiv fördernde Mitglieder.

Es wird sogar eine bewusste Kommerzialisierung der Kurve angestrebt. Durch den Verkauf von Schals, Shirts, Postern und einer ansehnlichen Palette an Fan-Merchandising-Artikeln lässt sich Geld für Aktionen anhäufen. Auch in Eigenregie organisierte Auswärtsfahrten sind in anderen Dimensionen als bisher möglich. In der nächsten Saison wird es bei mehr Vereinen als bisher Auswärts-Dauerkarten geben. Hiermit reagiert man auf konkrete Ansprüche der treuesten Anhänger.

### Ein großes Wir-Gefühl?

Das Bestreben hinter all diesem Engagement gilt der Erfüllung einer Sehnsucht, das Schicksal des Vereins mit zu tragen und das Wir-Gefühl zurück zu gewinnen. Ein Blick auf die Identität der Clubs, die Suche nach dem, was sie im Innersten zusammenhält, führt zurück zu den Anhängern als Konstante, wenn nicht sogar Essenz. Und möglicher Weise hat eine Entwicklung eingesetzt, in der die Vereine durch ihre Fans tatsächlich Identität zurück gewinnen, spüren, dass eine Wiederbelebung von den Wurzeln her sogar die Marke stärkt.

Seitens der Fans gilt es, Vertrauen zu rechtfertigen und Verantwortungsbewusstsein an den Tag zu legen. Vielleicht bringt es Erfolg, mehr Kompetenz in ihre Hände zu legen. In vielen Städten ist man schon auf einem sehr viel versprechenden Weg.



Erfurter tragen ihre Fahne ins Stadion

Foto: Ruge

# Meinung respektieren

Ein Interview mit dem Fanbeauftragten-Sprecher  
Ralph Klenk

**Stadionwelt:** In der 1. Bundesliga gab es in der vergangenen Saison wieder mal einen neuen Zuschauerrekord und die alte Bestmarke wurde deutlich überboten ...

**Klenk:** Bei den Fans setzte es sich immer mehr durch, in die Stadien zu gehen. Fußball live im Stadion zu erleben ist durch nichts zu ersetzen, auch nicht durch Fußball im Fernsehen. In den Stadien ist es ja nicht wirklich preisgünstig, insbesondere wenn die Familie mitkommt. Aber das Erleben der Atmosphäre steht über allem.

**Stadionwelt:** Welche Rolle spielen hierbei die Stadien?

**Klenk:** Durch die ganzen Umbauten, durch den Trend „Weg von den Tartanbahnen“, wurden viele Leute in die Stadien gelockt. Für mich persönlich ist die AOL-Arena das schönste Stadion in Deutschland. Letztens war ich in München und hatte Gelegenheit, das neue Stadion zu besuchen. Das ist schon gigantisch, was da auf uns zukommt. Wenn man sich im Vergleich dazu die Stadien anschaut, die es früher gab, die waren teilweise schlimm heruntergekommen. Es ist toll, was daraus gemacht wurde. Auch der normale Fan legt heute Wert auf einen gewissen Komfort. Man will das Stadion rundum genießen und nicht nur ein Bier trinken.

**Stadionwelt:** Noch nie gab es auf Seiten der Fans so viele Proteste wie in der abgelaufenen Saison. Worin siehst Du die Ursachen?

**Klenk:** Die Fans lassen sich nicht mehr alles gefallen – sie sind mündig geworden und wehren sich, denn sie haben ein Bewusstsein entwickelt, dass man sich engagieren und damit Erfolge haben kann. Sie tragen vor allem viel Geld in die Vereine und sind sich ihrer Machtposition bewusst. Es kursieren zwar immer Zahlen, dass durch ihre Eintrittskarten nur 20 Prozent der Einnahmen gedeckt werden, aber indirekt hängt da noch das Merchandising dran und ohne Zuschauer in den Stadien würde das TV niemals so viel Geld für die Übertragungsrechte zahlen. Und ohne Fans keine Stimmung, ohne Stimmung kein Fußball. Fans sind mit das wichtigste Gut eines Vereins.

Die Vereine müssen die Meinung der Fans respektieren und ihnen die Mög-

lichkeit geben, diese Meinung zu vertreten. Man muss sich nicht immer auf das Hausrecht berufen und unbequeme Dinge untersagen. Jeder kann seine Meinung frei äußern und da haben die Leute ein Anrecht auf Protest. Sie haben immer die Möglichkeit zu sagen: Ich bin mit der Einstellung der Mannschaft nicht einverstanden.

**Stadionwelt:** Rechtfertigt das immer einen Protest?

**Klenk:** Mal die Abfahrt eines Mannschaftsbusses um eine Stunde zu verzögern ist an sich doch eine harmlose Sache. In der Regel bleibt es doch auch friedlich. Vielleicht muss man attestieren, dass, wenn es so weit kommt, schon vorher der Dialog zwischen Verein und Fans nicht gestimmt hat. Den Clubs bleibt dann oft nur noch die Möglichkeit, zu besänftigen, wenn man beispielsweise sieht, dass in Berlin fast alle Fahrten der letzten Rückrunde bezahlt wurden. Der Dialog ist überhaupt sehr wichtig wenn es zu Konflikten mit oder zwischen den Fans kommt. Vieles ist regelbar ohne den Weg über die Behörden zu gehen.

**Stadionwelt:** Ihr seid als Fanbeauftragte das Bindeglied zwischen Fans und Verein. Ist Eure Arbeit angesichts der zunehmenden Proteste und des stärkeren Selbstbewusstseins der Fans schwieriger geworden?

**Klenk:** Ja, denn im Prinzip kann man es keinem Recht machen. Die Fans nehmen Dich als Ihren Vertreter war und Du bist der erste, bei dem sie rumtotzen. Dem Verein als Deinem Arbeitgeber passt das auch nicht – da sitzt Du zwischen den Stühlen. Es ist immer ein ziemlich schmaler Grad, beide Seiten zufrieden zu stellen. Der eine oder andere in dem Job hat sicher Probleme damit, aber uns hat niemand gezwungen, den Job zu machen und wir wussten, worauf wir uns da einlassen. Aber wir alle sind sicher stolz, für unseren Verein und die Fans zu arbeiten.

**Stadionwelt:** Ihr habt Euch zum Ende der Saison in Oberhaching zur bundesweiten Fanbeauftragten-Tagung getroffen. Wor-um ging es da?

**Klenk:** Wir haben gemerkt, dass wir an unserem Berufsbild arbeiten müssen, da viele immer noch denken, Fan-Arbeit würde hauptsächlich oder ausschließlich durch Fan-Projekte gemacht. Um über uns zu informieren, haben wir deshalb



Ralph Klenk

Foto: Privat

auch unsere eigene Seite [www.fanbeauftragter.de](http://www.fanbeauftragter.de) ins Leben gerufen. Hier werden demnächst alle Kollegen sich und ihre Arbeit vorstellen.

Wir feilen ja immer am Berufsbild. Des öfteren gibt es die Variante, dass Ex-Spieler die Funktion übernehmen. Das kann aber maximal in einer Mischform funktionieren, denn wichtig ist, dass es auch einen Ansprechpartner aus der Basis gibt. Immerhin ist es nicht mehr wie früher, als kleinere Vereine schnell mal den Platzwart als Fanbeauftragten angeben haben, weil in den Lizenzierungsunterlagen danach gefragt wurde.

**Stadionwelt:** Wie seht Ihr Euch im Verhältnis zu anderen Institutionen der Fan-Arbeit?

**Klenk:** Der „Kleinkrieg“, den man teilweise mit der KOS (Koordinationsstelle der Fan-Projekt) und den Fan-Projekten in den vergangenen Jahren geführt hat, bringt uns gerade vor der WM 2006 nicht weiter. Es gibt so viele Gerüchte um die Ticketvergabe und Probleme mit Stadionverboten, dass es nur hilfreich sein kann, hier auf einen Nenner zu kommen. Alle Organisationen, neben den gerade genannten beispielsweise auch Profans - auch wenn zuletzt ein wenig „Leerlauf“ war - und BAFF, werden demnächst enger zusammenarbeiten. Noch im August wird es in Frankfurt ein Treffen mit allen Beteiligten geben. Letztendlich stehen wir alle im Auftrag der Wahrung der Fan-Kultur.





*Ralph Klenk (39) ist seit 1977 Fan des VfB Stuttgart. Ab 1990 in der Fanbetreuung der Stuttgarter tätig, ist er seit 1998 dessen hauptamtlicher Fanbeauftragter. Heute ist er zudem zusammen mit Rainer Mendel vom 1. FC Köln Sprecher aller Fanbeauftragten der Bundesliga.*

# Nachgefragt: Meinungen von Vertretern führender Fangruppen

Jan Philipp Platenius Desperados Dortmund	Daniel Reith, Ultras Frankfurt	Sebastian Grau Ultras Nürnberg	Florian Bachmann, Johann- sens Erben, Braunschweig
			
<b>In welcher Hinsicht hat sich die Fankultur in Deutschland positiv verändert?</b>			
Ich habe den Eindruck, dass - zumindest bei uns - nicht mehr so viele Leute auswärts fahren, wie vielleicht vor zehn Jahren. Ein großer Teil der auswärtsfahrenden Fans ist nun auch in größeren Fanclubs bzw. Ultragruppen organisiert, so dass es mittlerweile zu vielen Choreografien kommt.	Nach vielen Rückschlägen ist die Ultra-Bewegung gewachsen. Die Deutschen müssen sich auch im internationalen Vergleich nicht mehr verstecken. Wir sind nicht Italien, haben inzwischen aber eine interessante Mischkultur mit vielen britischen Einflüssen entwickelt.	Die Hooligankultur ist verschwunden. Nachdem es einige Zeit eine gewisse Lücke gab, ist seit den Anfängen 1995 eine immer stärkere Ultrakultur an deren Stelle getreten. Fast alle erlebnisorientierten Fans finden jetzt hier eine Heimat.	Die Szenen haben sich entwickelt und lassen sich mittlerweile viele aufwändige Choreos einfallen, die auch mit anderen europäischen Ländern mithalten können. Der Support wird auch vielfältiger und lauter. Ansonsten finde ich nicht, dass sich irgendwas verbessert hat.
<b>In welcher Hinsicht hat sich die Fankultur in Deutschland negativ verändert?</b>			
Es gibt viele neue Dinge in den Fanszenen, aber leider werden alte Sachen, insbesondere alte Lieder, vergessen. Zudem scheint mir die Form manchmal wichtiger als der Inhalt. Es gibt Fans, die alle Choreos und New-Balance-Schuhe kennen, aber nicht die Vereinsgeschichte.	Seit der Fußball vor rund zehn Jahren zum Markenartikel geworden ist, ist das Publikum immer erfolgsabhängiger geworden. Von dem regionalen Charakter ist nichts mehr über und die Vereine ähneln sich immer mehr. Selbst die Modefans waren früher besser.	Die Repressionen im Vorfeld der WM 2006 sind ein Problem. Wenn man sich richtig verhält, kann man sich gut dagegen wehren. Man darf nur nicht das Vertrauen zum Verein brechen, indem man beispielsweise Absprachen trifft und dann trotzdem 15 Bengalos auf den Platz wirft.	Jetzt, vor der WM haben doch alle Angst, Stadionverbot zu bekommen und viele sind eingeschüchtert. Es gibt nun auch wegen Kleinigkeiten großen Ärger, immer wieder Reibereien mit der Polizei und schnell Stadionverbot. Das ist alles sehr kompliziert geworden.
<b>In welcher Hinsicht hat sich die Stadionlandschaft positiv verändert?</b>			
Da fällt mir eigentlich wenig ein. Positiv ist vielleicht, dass man nahezu überall ein Dach über dem Kopf hat, was ja auch der Stimmung zugute kommt.	Es sind mehr Stadien überdacht. Ich erinnere mich daran, in Mönchengladbach mal bis auf die Knochen nass gewesen zu sein. Aber das war es dann auch mit den Vorteilen.	Es ist auf jeden Fall zu begrüßen, dass es immer mehr reine Fußballstadien gibt. Die Atmosphäre wird dadurch eindeutig dichter und besser, wenn man direkt am Spielfeld steht. Gleiches gilt natürlich für die Sicht.	Unter den neuen Stadien sind einige schöne Bauten dabei, die mich wirklich begeistern können. Zudem ist man fast überall direkt am Feld und das fördert die Stimmung.
<b>In welcher Hinsicht hat sich die Stadionlandschaft negativ verändert?</b>			
Es gibt nur wenige oder gar keine Stehplätze für Gäste und die Karten sind eigentlich überall sehr teuer. 15 Euro für eine Karte sind ja schon normal. Außerdem befinden sich die Gästeböcke oft irgendwo in den Ecken und nicht mehr komplett hinter dem Tor.	Ich finde es erschreckend, dass alle gleich aussehen und alle Sponsoren-Namen tragen. Früher war das Unterschiedliche gerade interessant. Es konnte ruhig schlecht sein, aber es hatte was Abenteuerliches. Heute ist einfach alles zu save und man wird im Stadion katastrophal behandelt.	Die neuen Stadien sehen doch alle gleich aus – alles ein Abwasch, wenn man mal von Stadien wie Dortmund absieht. Wenn man früher am Bökelberg war, dann war es der unverwechselbare Bökelberg, wenn man im Olympiastadion in München war, dann war das eben das unverwechselbare Olympiastadion. Es fehlt einfach der Charakter.	Es gibt immer weniger Stehplätze und es besteht die Gefahr, dass es bald keine mehr gibt. Die Mini-Kontingente heute sehen da schon aus wie eine Zwischenlösung. Und so Sachen wie beispielsweise die Knappencard auf Schalke finde ich daneben. Das sind Schritte in Richtung „gläsernen Fan“.
<b>Was erwartet Ihr von der Fußball-WM 2006?</b>			
Für alle, die sich oberflächlich mit Fußball auseinandersetzen, ist das sicher toll. Doch denen, die wirklich ein Herz für den Fußball haben und jede Woche zum Fußball gehen, wird es keinen Spaß machen. Für die „Echten“ wird es wohl eher eine WM vorm TV oder vor den Großleinwänden.	Ich hoffe, dass es nicht den Fußball-Boom auslöst, den der DFB sich erhofft. Dann hätten wir danach bei den Ligaspielen noch mehr Idioten in den Stadien und dann wäre es für die aktiven Fans noch schwerer, sich durchzusetzen und ihre Ideen zu verwirklichen.	Nicht viel. Ich erwarte keinerlei Stimmung, insbesondere nicht von den Deutschen. Wenn man mal von Szenen wie München, Schalke oder Hamburg absieht, interessiert die Nationalelf ja auch die wenigsten. Es wird sicher eine friedliche WM werden und allein die Engländer könnten da negativ auffallen.	Das wird bestimmt ein schönes Fest, wenn es sich die normalen Fans leisten können, oder sie überhaupt noch ins Stadion kommen. Ich finde es sehr negativ, dass Budweiser und McDonald's da exklusiv ihre Sachen vertreiben können. „Die Welt zu Gast bei Freunden“ bekommt da eine Doppeldeutigkeit.
<b>Wie beurteilt Ihr die Attraktivität der eigenen Liga? Was ist für Euch das Spiel der kommenden Saison?</b>			
Die Liga ist genauso attraktiv wie auch in den Jahren zuvor. Höhepunkte sind natürlich die Derbys. Bei uns sind das halt die Spiele gegen die Blauen, auf die das ganze Jahr hingefiebert wird.	Die Liga ist sehr gut, nicht nur, was die Zusammensetzung angeht. Man darf das eigentlich gar nicht laut sagen, aber ein wenig freue ich mich, dass wir abgestiegen sind. Das hört sich zwar „krank“ an, aber als Fan in der 2. Liga zählst Du mehr und wirst von Deinem Verein respektiert.	Die Attraktivität der ersten Liga hat sich verschlechtert, denn es fehlen Frankfurt und Köln. Aus der Ultra-Sicht interessieren uns nur die „Duelle“ mit Berlin, München und, mit Abstrichen, Stuttgart – der Rest ist uns gleichgültig.	Die ganzen Amateurclubs sind nervig und unattraktiv. Essen und Dresden, die hatten wenigstens Fans dabei – Bielefelds Amateure werden kaum mit hundert Fans in unser Stadion kommen. Und natürlich ist auch ein Stück Wettbewerbsverzerrung mit im Spiel. Eine eigene Amateurliga wäre die Lösung.

Alle Fotos: Stadionwelt



<b>Martin Börner</b> <b>Fan-Projekt Dresden</b>	<b>Volker Goll</b> <b>Offenbach, Fanzine Erwin</b>	<b>Christian Hille</b> <b>Ultras St. Pauli</b>	<b>Jens Buschbacher</b> <b>Ultras Mannheim</b>
			
<p>Der Boom hält an und das Fanaufkommen ist größer geworden. Auch die Stimmung ist heute besser, nur leider nicht bei den Spielen der Nationalmannschaft. Positiv ist auch, dass es immer bessere Absprachen zwischen Fans und Sicherheitsdiensten gibt.</p>	<p>Ich finde das immer stärker werdende Ultra-Wesen sehr positiv, weil man sich nicht mehr nur über den Tabellenstand der Mannschaft, sondern auch über Fan-Aktivitäten definieren kann. Auch ist es gut, dass Fan-Begehren Gehör finden, beispielsweise in der Frage der Stadionverbote.</p>	<p>Bemerkenswert ist, dass viele Gruppen ihren eigenen Style entwickelt haben, auch die, denen man das nicht zuge- traut hätte. Die haben inzwischen ihre persönliche Note und ihre eigenen Gesänge – das ist wichtiger, als nur die Mitgliederzahl von 150 auf 180 zu steigern.</p>	<p>Die Ultra-Szene hat sich jetzt endgültig von der Kutten-Szene getrennt und an Struktur gewonnen. Sogar in Kuttenhochburgen wie Schalke, Dortmund oder Mönchengladbach wird mehr Farbe und Kreativität in die Stadien gebracht.</p>
<p>Es läuft ja alles auf die WM 2006 hin. Man merkt das an den Sicherheitskontrollen. Es wird härter durchgegriffen, und insbesondere die Stadionverbote werden schneller ausgesprochen als in den letzten Jahren.</p>	<p>Was mich nervt, ist dieses inflationäre Busblockieren. Dieses „Scheiß-Millionäre-Gehabe“ bei jedem Missstand auszublenken bringt doch nichts. Wenn man generelle Probleme mit überbezahlten Fußballer hat, dann soll man so konsequent sein und nicht mehr hingehen.</p>	<p>Leider hat sich die Fankultur entpolitisiert. Und damit meine ich nicht das althergebrachte Links-Rechts-Schema. Viele, wenn sie nicht gerade zum inneren Kern einer Fanszene gehören, haben es völlig aus dem Auge verloren, sich um fanpolitische Themen zu kümmern.</p>	<p>Es gibt viele „Modeultras“, die ihre Profilneurose im Internet ausleben, sich in Foren und Chats hervortun, sich aber kaum Respekt durch Arbeit für die Szene „erarbeiten“. Leider fehlt heute der Kontakt der Szenen untereinander. Man besucht sich ja kaum noch bei den Spielen.</p>
<p>Die Unterschiede haben wir ja im letzten Jahr gesehen: Wenn wir zum einen in Kiel gespielt haben und dann aber auch im Zentralstadion in Leipzig. Die Stadien bringen, was die Akustik angeht, sicher Vorteile mit sich. Auch in punkto Sauberkeit und Architektur ist das schon eine Verbesserung.</p>	<p>Positiv ist, dass es weiterhin Stehplätze in den Stadien gibt. Als wir 1993 mit dem Kampf um den Stehplatzerhalt begonnen haben, war noch nicht abzusehen, dass es so kommen würde. Es wären aber sicher noch mehr Stehplätze, wenn sich mehr Fans dafür einsetzen würden.</p>	<p>Es sind schöne Stadien entstanden und der generelle Komfort ist größer. Man sieht halt besser und wird nicht nass.</p>	<p>Die Stadien liefern einen wesentlich besseren Rahmen für den Support. Die Ultra-Bewegung hat die Möglichkeit sich neue Standpunkte zu schaffen – es wird „neu gewürfelt“. Und natürlich macht es in den Stadien Spaß, Fußball zu gucken.</p>
<p>Das ganze Drumherum und die Anfahrtswege sind ja oft kaum ausgebaut und entsprechen nicht dem Standard der Stadien, in denen drinnen sogar für eine Kameraüberwachung gesorgt ist. Von daher wollen viele auch keine Luxusarenen und ziehen Stehplätze vor.</p>	<p>Ich sehe die Gefahr, dass man bald keine Arena mehr von den anderen unterscheiden kann. Die werden sich bald so sehr ähneln wie die Fußgängerzonen aller Städte. Es fehlt die Individualität.</p>	<p>Dieser Trend zu den neuen Stadien geht einher mit der ganzen Repressions- und Überwachungsmechanik, der sich der Fan heute aussetzen muss. Die Kameras unter den Dächern sind doch nur ein Beispiel eines völlig aus den Ufern gelaufenen Sicherheitswahns.</p>	<p>In bestimmten Stadien hat es auch früher immer Spaß gemacht. Man hat da einfach bestimmte Erlebnisse gehabt, die man nicht missen möchte. Obwohl die neuen Stadien moderner sind. Sie sehen sich alle ähnlich und es geht, beispielsweise mit dem Bökelberg, viel Tradition verloren.</p>
<p>Große, ausverkaufte Stadien – das wird sicher Zuschauerrekorde geben. Wenn die richtigen Leute die Karten bekommen würden, könnte sich sicher stimmungsmäßig auch was tun. Vielleicht bekommt man das über den Fanclub Nationalmannschaft hin.</p>	<p>Es wird spannend, ob es gelingt, die richtigen Schlüsse aus der EM zu ziehen, z. B. ob man das katastrophale Ticket-Handling verbessern kann. Es wäre dringend notwendig, dass hier die Fan-Vertreter der verschiedenen aktiven Gruppen Gehör finden, Ratschläge geben oder mitarbeiten können.</p>	<p>Mich interessieren da nur die Spiele an sich. Da sieht man halt anderen Fußball als bei St. Pauli. Es wird sich aber eine Menge Frust breit machen, wenn die Fans feststellen, dass wieder 60% der Karten nicht in den Verkauf gehen und nur 2.000 dabei sind, die man als Fan bezeichnen würde.</p>	<p>Wenn der DFB keine Kooperation mit aktiven Fans eingeht, wird sich das Kartenproblem radikalieren. Da werden vor den Stadien Aggressionen aufkommen, da viele ohne die Chance das Spiel zu sehen, anreisen. Der DFB sollte keine Business-Kunden bevorzugen und die WM zum Volkseignis machen.</p>
<p>Die 2. Bundesliga ist sehr attraktiv, wegen der drei interessanten Absteiger. Man sieht neue Stadien und endlich kommen auch mal viele Gästefans nach Dresden. Wir freuen uns natürlich besonders auf die Ostderbys gegen Cottbus, Aue und Erfurt.</p>	<p>Man freut sich ja über jeden Liga-Neuling, der kein Dorf-Verein ist. Wirklich attraktiv ist ja nur noch Offenbach gegen Darmstadt. Sportlich ist die Liga offen und es kann durchaus einer der Kleinen aufsteigen, aber es gehört mehr dazu, um nach dem Sprung nach oben auch bestehen zu können.</p>	<p>Die Regionalliga ist nicht so schlimm, wie viele immer glauben. Es gibt viele Nordderbys und gerade hier auf St. Pauli merkt man das gar nicht. Die St. Pauli-Fans kommen sowieso und für die Auswärtigen ist das ohnehin das Saisonhighlight, das eine große Zahl von Fans interessiert.</p>	<p>Es gibt nur kleinere Highlights wie gegen VfR Mannheim, Hoffenheim, Reutlingen und Ulm. Sonst sind ja kaum Gästefans da, weshalb wir es gelernt haben, unseren Support nicht auf die Gästefans zu beziehen sondern „ein eigenes Ding“ zu drehen.</p>

# Neue Zeiten, neue Wege

Die Erste Liga stellte in der Saison 2003/2004 einen neuen Zuschauerrekord auf, und auch in der kommenden Spielzeit wird dieser Trend anhalten, sogar weiter steigen. Bereits Wochen vor Saisonstart waren 327.500 Dauerkarten verkauft - 6.000 mehr, als während der gesamten vergangenen Saison - und all dies, obwohl mit Köln und Frankfurt zwei Publikumsmagneten in die Zweite Liga abwanderten.

Aber in manchen Fällen kann es für die Liga spannend sein, Zuwachs zu bekommen. Denn im Gegensatz zu den unteren Spielklassen ist die Fluktuation deutlich geringer, und, bis auf Ausnahmen, nur im unteren Tabellendrittel vorhanden. So gewöhnt man sich allmählich aneinander, das Verhältnis stumpft bei zwei Begegnungen im Jahr plus entsprechenden Pokal-Auslosungen auf die Dauer ab. Die Rivalitäten mit ihren Emotionen, die den Fußball so interessant machen, können verloren gehen. Aber wie sollte sich anders eine Kultur, ein Verhältnis zwischen zwei Fanlagern etablieren, wenn man sich nur selten, und dann nicht auf gleicher Augenhöhe begegnet.

Ganz neu in der Liga ist der 1.FSV Mainz 05, dem im dritten Anlauf das „Unternehmen Aufstieg“ glückte. Mainz war außer Rand und Band, die zur Verfügung stehenden Dauerkarten sofort verkauft. Der Verein reagierte dann auch schnell mit der Installation von 1.600 provisorischen, unüberdachten Sitzplätzen in den Stadienecken.

Die Zeit schien einfach reif zu sein für den 1 FSV Mainz 05, denn auch die Fanszene hat sich in den letzten Jahren in der zweiten Liga zahlenmäßig und qualitativ allmählich hoch gearbeitet. Dies war wahrlich kein leichtes Unterfangen, denn die Konkurrenz in Rheinland-Pfalz ist mit dem 1FC Kaiserslautern stets übermächtig

präsent. Auch Frankfurt im benachbarten Hess.en mit einer Szene, die einen Großteil der Trends in Deutschland vorgibt, zieht viel junges Fan-Potenzial aus dem weiteren Umkreis an. Mit Offenbach, Darmstadt und Mannheim gibt es sogar Traditionsvereine in den unteren Ligen. Doch mit der sympathischen, jungen Ausstrahlung des Mainzer Zweitligisten, der zudem im Gegensatz zu den großen Fußball-Nachbarn frei von Skandalen blieb, gelang es, genug engagierte Fans zu mobilisieren, um eine Szene aufzubauen, die in der letzten Saison in Liga Zwei schon den einen oder anderen Akzent setzen konnte. Das erste Auswärtsspiel in Stuttgart mobilisiert für Mainzer Verhältnisse gleich Massen. Aber reicht

## Choreografien in der 1. Liga

Auf den folgenden Seiten hat das Stadionwelt-Magazin die besten Choreografie-Aktionen der Vereine aus der Ersten Bundesliga zusammengestellt. Weiter hinten im Magazin befinden sich zudem noch die besten Aktionen von der zweiten bis zur vierten Liga.

Auch wenn sich die folgende Bildauswahl und insbesondere die eine oder andere Aufzählung wie eine (vergleichende) Materialschlacht liest, so soll die Zusammenstellung in diesem Heft keinesfalls eine Wertung oder eine Rangliste im Sinne von besser oder schlechter, größer oder kleiner, ge- oder misslungen darstellen.

Wir stellen fest: Jede Aktion, die mit Hingabe ausgearbeitet wurde – und das sind praktisch alle – verdient Respekt und Anerkennung, egal von welchem Verein sie stammt, unter welchen Umständen sie verwirklicht wurde. Nur wenn man das gelungene Bild in der eigenen Kurve sieht, sind die Anstrengungen vergessen. Man mag nicht mehr über die Kosten nachdenken und will sich nicht mehr über diejenigen

ärgern, die die Papptafel als Schwalbe oder Sitzkissen missbrauchten oder über denjenigen, der per Streichholz die über ihn befindliche Blockfahne auf seine Feuerfestigkeit getestet hat.

Es gehört nun mal einiges dazu, mehrmals im Jahr stundenlang auf den Knien über dem Boden einiger kalten Lagerhalle zu rutschen, nur um das Ergebnis dann wenige Sekunden live zu erleben – wenn überhaupt, denn manche Initiatoren oder Helfer sehen erst dann das Ergebnis ihrer Mühe, wenn sie am Montag die Stadionwelt-Seite aufrufen. Da kann die Mannschaft noch so bescheiden spielen, man kann sich immer damit trösten, dass die eigene Leistung gestimmt hat.

Hier sind die ersten Momentaufnahmen der Saison 2003/04 – jeweils mit einer kurzen Anekdote Erklärung zu den Hintergründen. Die Auswahl erfolgte in allen Fällen durch die Urheber – die Fotos zeigen die von den jeweiligen Gruppierungen selbst favorisierten Aktionen.



**Borussia Dortmund** – VfL Wolfsburg 4:0

**Foto:** The Unity

Wenige Wochen vor Saisonstart verstarb BVB-Legende Adi Preisler. Sein berühmtester Satz „Gau is alle Theorie, wichtig is auffem Platz“ kostete die BVB-Fans 1.800 Euro und wurde zum Motto für drei Tribünen: Eine in Grau, eine als Fußballplatz mit seinen Initialen, dazu in 20 mal 35 Metern Größe das berühmte Bild der Meisterschaft 1956.



**1. FC Köln** – Bayer Leverkusen 0:0

**Foto:** Stadionwelt

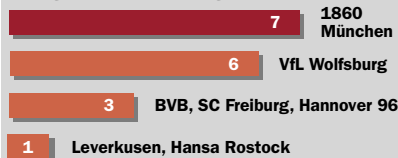
5.000 Euro Kosten, 20 mal 25 Meter Stoff, 200 Liter Farbe, 7.000 Papptafeln, 500 Fähnchen, 90 Meter Banner, 60 Mitarbeiter, drei Monate Produktionszeit. Das sind die Daten, mit denen die Fans des 1. FC Köln den Leverkusenern von der anderen Rheinseite mitteilten, dass sie und „KÖLLE“ immer auf der richtigen Seite im Leben stehen.

**Der beste Heimsupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: 1860 München, BVB, SC Freiburg, HSV, Hannover 96, 1. FC Kaiserslautern, Leverkusen, Hansa Rostock, VfL Wolfsburg

**Der schlechteste Heimsupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: Eintracht Frankfurt, HSV, 1. FC Kaiserslautern, FC Schalke 04, FC Bayern, Hertha BSC, VfL Bochum, Werder Bremen, 1. FC Köln, Borussia Mönchengladbach, VfB Stuttgart

es, um über eine lange Saison die großen Gästeblocke der Ersten Liga zu füllen? Eine Initialzündung, die eine Szene braucht, um wirklich zu wachsen und irgendwann Persönlichkeit zu zeigen, hat Mainz sicher soeben erfahren. Doch auch hier gilt: Der Emporkömmling dürfte von den Frankfurtern

und Lauterern so lange belächelt werden, bis man vielleicht irgendwann einmal auf besagter gleicher Augenhöhe steht.

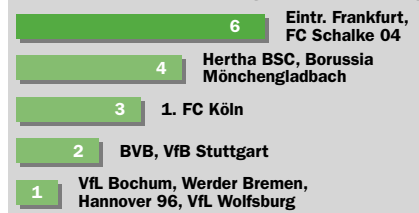
Arminia Bielefeld ist zum Inbegriff für „Fahrstuhlmannschaften“ geworden, die Szene hat sich nie wirklich zur einer großen Bewegung entwickelt. Die Ultras lösten sich jüngst auf, nun gilt es, wieder Strukturen in die Kurve zu bekommen.

Ganz anders liegt der Fall bei Nürnberg. Ein Verein mit großer Tradition, der durch ein „Tal der Tränen“ ging, betritt wieder die Bühne - ohne sie auf Fansseite jemals wirklich verlassen zu haben. Gemeinsam erlebte schlechte Zeiten können Stärke verleihen und den Charakter prägen. Nürnberg ist nach wie vor eine der großen Fanszenen in Deutschland, die Anerkennung genießt. Dies schlug sich auch in der Bewertung der Stadionwelt-Umfrage nieder, in der die Franken sowohl zu Hause als auch Auswärts Bestnoten erhielten. In diesem Fall ist von Beginn an klar, dass die Liga sich auf eine Bereicherung freuen kann.

**Neue Sicherheitskonzepte**

Das Frankenstadion wird derzeit für die WM umgebaut, ein wenig zögerlich

**Der beste Gästesupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: 1860 München, FC Bayern, SC Freiburg, HSV, 1. FC Kaiserslautern, Leverkusen, Hansa Rostock

**Der schlechteste Gästesupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: Eintracht Frankfurt, HSV, 1. FC Kaiserslautern, 1. FC Köln, Leverkusen, Borussia Mönchengladbach, Hansa Rostock, VfB Stuttgart

vielleicht, aber es wird demnächst auch fertig sein. So wie in acht weiteren Erstliga-Städten, die Ausrichter der WM 2006 sind. Für die Fans der Ersten Liga wird ab kommender Saison spürbar, wie sich das anfühlt. Neue Sicherheitskonzepte werden mit Blick auf die WM erprobt, eben- ▶



**Hansa Rostock – Werder Bremen 3:1** Foto: Suptras  
Auch wenn der Meister zu Gast ist: Um zu zeigen, dass die Fans von Hansa Rostock „das geilste Team im Land“ haben, verarbeiteten 30 von ihnen innerhalb von vier Wochen 36 Rollen Tapete und 50 Rollen Klebeband zu einer 14 mal 27 Meter großen Blockfahne. 1.800 auf der Nordtribüne verteilte Zettel rundeten das Bild ab.



**Werder Bremen – Hamburger SV 6:0** Foto: Redmann  
Zur ersten Meisterschaft von Werder 1965 gab es ein bekanntes Transparent: „Wer glaubt an Spuk und Geister, Werder – Deutscher Meister“. Die Zweitaufgabe anno 2004 fiel deutlich größer aus: 72 mal 19 Meter. Einige Werder-Fans wollten dieses Motto schon nach der ersten Tabellenführung umsetzen, doch man wartete bis zum Nordderby.



**Schalke 04 – 1. FC Kaiserslautern 4:1** Foto: Stadionwelt  
Dieses Bild hätte es beinahe nie gegeben. Drei Tage vor der Durchführung gab es ein Verbot aus Sicherheitsgründen. Die Rücknahme 45 Stunden vor dem Anpfiff stellte sicher, dass die Arbeit von 80 Helfern an einer 1.632 Quadratmeter großen Fahne, die Näherei von 500 Fahnen sowie 12.000 Euro Kosten nicht in den Sand gesetzt wurden.



**VfL Bochum – Borussia Dortmund 3:0** Foto: Stadionwelt  
Das flammende Bochumer Stadtbild war das Motiv der qualitativ hochwertigsten Blockfahne, die es bisher beim VfL gab. Bis man mit dieser und dem Spruchband dem „Lieblingsfeind“ aus der östlichen Nachbarstadt mitteilen konnte, wie es um die Verhältnisse im Pott steht, mussten 25 Fans mehrere Tage daran arbeiten und 1.000 Euro investiert werden.

**Wo gab es bei Auswärtsspielen Schwierigkeiten mit der Polizei?**

- 3** Eintracht Frankfurt, VfB Stuttgart
- 2** 1860, FC Bayern, BVB, FC Schalke 04
- 1** VfL Bochum, SC Freiburg, HSV

Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: Hertha BSC, Werder Bremen, Hannover 96, 1. FC Kaiserslautern, 1. FC Köln, Leverkusen, Borussia Mönchengladbach, Hansa Rostock, VfL Wolfsburg

**Wo gab es Schwierigkeiten mit Ordnungsdiensten?**

- 3** FC Schalke 04
- 1. FC Köln 9**

**Wo gab es bei Auswärtsspielen Schwierigkeiten mit der Polizei?**

- 3** Eintracht Frankfurt, VfB Stuttgart
- 2** 1860, FC Bayern, BVB, FC Schalke 04
- 1** VfL Bochum, SC Freiburg, HSV

Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: Hertha BSC, Werder Bremen, Hannover 96, 1. FC Kaiserslautern, 1. FC Köln, Leverkusen, Borussia Mönchengladbach, Hansa Rostock, VfL Wolfsburg

hen. Inhaber einer Stehplatzkarte zu sein, bedeutet nicht mehr, sich von einer Gruppe zur anderen zu bewegen, die nun auf einmal in einem anderen Sektor steht. Mit der Sektorentrennung über alle Tribünen entfällt leider oft genug auch die Kommunikation im eigenen Stadion, wie etwa der Besuch des Fan-Standes oder eines bestimmten Treffpunktes. Die überall installierte Überwachungstechnik könnte für zusätzlichen Unmut sorgen. Diesbezüglich wird es interessant sein, die Entwicklungen in der Ersten Liga zu verfolgen. Es gibt viele Erfahrungen zu sammeln. Aber bei gutem Verhältnis mit dem Verein sind immer Lösungen möglich.

**Eine feste Position einnehmen**

Die Fans der ersten Liga sind die Keimzelle der bedeutenden Trends. Durch viel Medienkontakt, durch mehr Publikum im Stadion und in der Regel auch die Masse. Zum jetzigen Zeitpunkt besteht die Chance, rechtzeitig, bevor die WM ganz in Deutschland Einzug gehalten hat, das Erarbeiten von Lösungen überall dort zu üben, wo Konfliktpotenzial aufkommt, sich Ärger anstaut.

Grundsätzlich haben die meisten Vereine ein starkes Interesse an einem guten Verhältnis zu den Fans. Es geht nicht um eine Ehe, sondern vielmehr um eine Partnerschaft, in der Auseinandersetzungen konstruktiv ausgetragen werden können. Dass zum Beispiel in Dortmund oder Bochum Graffitis erlaubt werden, dürfte nicht einer Idee des Vereins entsprungen sein. Gerade beim VfL und dem BVB sind die aktiven Fans kritisch an den Klub herangetreten. So protestierten die Bochumer gegen den Namensverkauf des Stadions, die Dortmunder stemmten sich ebenfalls vehement gegen solche Pläne bezüglich des Westfalenstadions. Ein hundertprozentiger Erfolg mag in solchen Fällen schon aufgrund wirtschaftlicher Zwänge des Vereins nicht zu erzielen sein, vielleicht aber Kompromisse.

so wie computerisierte Eingangstore und auch die Chipkarte anstatt des Tickets. Bis auf die Tatsache, dass es bei der WM nur Sitzplätze und keine Zäune im Innenraum geben wird, ist das Erscheinungsbild dem beim FIFA-Turnier schon sehr ähnlich.

Das kann zu Missverständnissen und Konflikten führen, denn die Ordnungsdienste sind gehalten, die verordneten Regulierungen durchzusetzen. Das ist einfach nicht zu ändern. Die Fans müssen lernen, mit einigen neuen Situationen umzuge-



**VfB Stuttgart** – Glasgow Rangers 1:0 **Foto:** Rudel  
Vier gemalte Engel rund um das Wappen des VfB auf einer 50 mal 50 Meter großen Blockfahne erfordern nicht nur künstlerische Qualitäten, sondern auch den Einsatz von 30 Helfern, die sich rund fünf Wochen lang der Vorbereitung widmen sowie Kosten „im unteren vierstelligen Bereich“. Den „Himmel“ stellten 8.000 Papptafeln dar.



**1860 München** – Bayern München 0:1 **Foto:** Cosa Nostra  
Ganz München auf 80 mal 4 Meter: Carl Valentin, die berühmte Tram der Linie 8 und der Stachus - sie alle wurden bei den Malarbeiten in der Sechzger-Tunhalle in der Auenstraße in Giesing verewigt. Durch 12.000 Papptafeln und ein später mit neun Luftballons in die Höhe gezogenes Spruchband entstand ein Intro im Wert von 3.000 Euro.



**1. FC Kaiserslautern** – Werder Bremen 0:1 **Foto:** Generation Luzifer  
Die Lauterer Ultra-Gruppierung „Generation Luzifer“ feiert Geburtstag und beschenkt nicht nur sich selber, sondern verwandelt auch die Party-Location Westtribüne in ein Meer aus Blockfahnen, Bändern und Papptafeln. Fünf „Wunderbare Jahre“ wurden so mit einer Woche Arbeit und einer Investition von 4.000 Euro abgeschlossen.



**VfL Wolfsburg** – Eintracht Frankfurt 1:0 **Foto:** Calimeros Aschaffenburg  
Es muss nicht immer in Derbys oder gegen die sportlich großen Gegner sein. Die Fans des VfL Wolfsburg hoben sich ihr Saison-Highlight für das Spiel gegen Eintracht Frankfurt auf. In eineinhalb Wochen (Nachtschichten inklusive) und nachdem 1.200 Euro aufgebracht wurden, schafften es 15 Fans, das VfL-Logo auf die transparente Fahne zu bringen.

**Die fairsten Preise für Gästefans**

- 4 **Hansa Rostock**
- 3 **1860 München**
- 2 **1. FC Kaiserslautern, 1. FC Köln, Leverkusen, HSV**
- 1 **FC Bayern, BVB, VfL Wolfsburg**

Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: SC Freiburg, Hannover 96, FC Schalke 04, VfB Stuttgart, Hertha BSC, VfL Bochum, Werder Bremen, Eintracht Frankfurt, Borussia Mönchengladbach

**Die unangemessensten Preise für Gästefans**

- 8 **Hannover 96**
- 6 **HSV**
- 3 **Werder Bremen, Borussia Mönchengladbach**
- 2 **BVB, Eintracht Frankfurt, Leverkusen, VfB Stuttgart**
- 1 **1860 München, FC Bayern, Hertha BSC, VfL Bochum**

Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: SC Freiburg, 1. FC Kaiserslautern, 1. FC Köln, Hansa Rostock, FC Schalke 04, VfL Wolfsburg

Schließlich haben gerade die Schwarz-Gelben dem Verein in jüngerer Vergangenheit kostenfrei riesige Choreografien mit Traditionsmotiven ins Stadion gezaubert.

Der Trend zu den Dachorganisationen der Supporters weist den Weg. Mit gebündelten Argumenten und den richtigen Fan-

Vertretern ist ein anderes Auftreten möglich, als mit Splittergruppen. Die vielen diesbezüglichen Projekte in Deutschland führen, konsequent weiter gedacht, sogar zu einer deutschlandweiten Dachorganisation, mit noch weitaus mehr Einfluss bei generellen Themen als die lokalen Verbände. Dies gilt dann für grundlegende Konflikte mit der Polizei oder Themen, die sich auf dem Weg zur WM zeigen. Noch ist es sicher zu früh, doch für die Zeit nach der WM 2006 sollten die Fans bereit sein, das entstehende Vakuum zu füllen, für die Folgezeit eine feste Position zu besetzen.

Schwer zu organisierende Konstrukte wie früher z.B. „Pro 15:30“ oder zurzeit „Pro Fans“ würden sich erübrigen. Durch geregelte Kommunikation und eine solide Außendarstellung entstehen Möglichkeiten, die die jetzigen weit übertreffen. Zu leicht sollte man sich das jedoch nicht vorstellen, denn dazu bedarf es der gefestigten Szenen mit Antriebskraft, engagierten Vertretern und Einfluss in der eigenen Kurve und einer gewissen Zähigkeit.

Neben den großen Zielen wird es immer auch darum gehen, im eigenen Stadion zu recht zu kommen, doch auch hierbei helfen übergreifende Strukturen. Man wird den

**Der beste Gästeblock (bezogen aufs Stadion)**

- 10 **VfL Bochum**
- 3 **Werder Bremen, Leverkusen**
- 2 **HSV, 1. FC Köln, Hansa Rostock**
- 1 **Hannover 96, VfL Wolfsburg, Borussia Mönchengladbach**

Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: 1860 München, FC Bayern, Hertha BSC, BVB, Eintracht Frankfurt, SC Freiburg, 1. FC Kaiserslautern, FC Schalke 04, VfB Stuttgart

**Der schlechteste Gästeblock (bezogen aufs Stadion)**

- 9 **SC Freiburg**
- 6 **BVB**
- 5 **FC Schalke 04**
- 2 **1860 München, FC Bayern**
- 1 **Hannover 96, Leverkusen, Hansa Rostock, VfB Stuttgart, VfL Wolfsburg**

Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: Hertha BSC, VfL Bochum, Werder Bremen, Eintracht Frankfurt, HSV, 1. FC Kaiserslautern, 1. FC Köln, Borussia Mönchengladbach

vermeintlichen „Event-Touristen“ nicht zum Supporter zu machen, ihn aber durch Fan-Aktionen begeistern können, Sympathien und Interesse wecken für die Anliegen der aktiven Fans. Wiederum nicht von Heute auf Morgen, vielleicht aber mit der Zeit.



**Bayer Leverkusen – 1. FC Köln 2:0** **Foto:** Stadionwelt  
Ein Wortspiel wurde zum Motto der Leverkusener beim Spiel gegen Köln. Wie die Geisterjäger aus „Ghostbusters“ zeigten sie sich als „Goatbusters“ (engl.: goat = Ziege). Während die Stadionregie den Soundtrack einspielte, bildeten 2000 Doppelhalter, eine 22 mal 18 Meter große Fahne und ein Spruchband die Kulisse. Gesamtkosten 2.800 Euro



**Hertha BSC – Schalke 04 1:3** **Foto:** Harlekins  
Eine Choreo, die komplett auf die Vereinsfarben verzichtet und nur aus denen der eigenen Stadt besteht, die Herthaner gegen ihren „Lieblingsrivalen“ Schalke 04. Für die Buchstaben und den 20 mal 30 Meter großen Bären wurde ein feuerfester Fahnenstoff benutzt. .



**Hannover 96 – Borussia Mönchengladbach 2:0** **Foto:** Zwing  
Runde Blockfahnen stellen bei dem Atmo-Aktionen eher die Ausnahme dar. Doch in Hannover widmete die Fans – neben 5.000 Papptafeln - eine solche mit insgesamt 15 Metern Durchmesser dem Porträt des Spielers, der bei den Roten stolze 14 Jahr auf dem Platz stand, immer eine 100prozentige Identifikation zeigte: Jörg Sievers.



**SC Freiburg – Bayer Leverkusen 1:0** **Foto:** Natural Born Ultras  
Der SC Freiburg wird 100 und direkt im ersten Spiel des Jahres erinnerten die Fans per Blockfahne an das Gründungsjahr. Rund 200 Quadratmeter Folie wurde in der 500 Euro teuren Aktion beklebt. Zeitdruck und Materialmangel im Vorfeld haben allerdings dazu geführt, dass die SCF-Fans mit dem Resultat nicht ganz zufrieden waren.

# Neuerungen in den Fanszenen der 1. Liga

Schon bevor der erste Anstoß der neuen Saison erfolgt ist, hat Stadionwelt sich bei Vertretern der einzelnen Fanszenen der 1. Bundesliga erkundigt, welche Entwicklungen in der neuen Saison anstehen, was die Themen der Kurve sein werden.

In der Ultra-Bewegung der ersten Liga herrscht ein „Glaubenskrieg“. Hinter diesem steckt die Frage: Welche Struktur soll die Gruppe anstreben, um eine möglichst effektive „Arbeit“ zu leisten. Die „Harlekins“ aus **Berlin** und die „Ultras **Nürnberg**“ stehen hier für zwei gegenpolige Anschauungen. Letztere streben eine weitaus größeren Einfluss im Verein durch eine höchstmögliche Mitgliederzahl (als Ziel wurden 1000 ausgegeben) an. Die Schwelle zum Beitritt ist deshalb gering: Der Jahresbeitrag beträgt gerade einmal 10 Euro. In der konkreten Umsetzung müssen sich alte wie neue Mitglieder erneut anmelden und sich selber einstufen: entweder als „passive“, als „Interessierte“, oder „aktive“ Mitglieder. Prinzip: Klasse DURCH Masse. Den entgegen gesetzten Weg ge-

hen die Harlekins Berlin. Zwar waren sie seit ihrer Gründung für jedermann offen, doch jetzt wird auf 60 Mitglieder reduziert. Wer dabei ist, legen die aktiven Fans fest und wer nicht aufgenommen wird, der hat die Möglichkeit, in einer Art „Förderkreis“ mitzuwirken. Man will einfach ausschließen, dass Fans nur wegen der gruppeneigenen Fan-Artikel beitreten. Das Prinzip: Klasse STATT Masse.

Doch der Trend scheint ein ganz anderer zu sein. In vielen Städten steht weniger die eigene Gruppe als vielmehr die Stärkung der Gesamtheit der Kurve auf der Agenda. In **Mainz, Freiburg, Dortmund** und **Stuttgart** soll es in naher Zukunft zur Gründung eines Fan(Club)-Dachverbandes kommen. Die positiven Erfahrungen, die man beispielsweise in **Hamburg** mit dem Supporters Club gemacht hat, dienen als Ansporn.

Zweites großes Thema sind die Auswärtsdauerkarten, die in manchen Städten schon etablierte, stressfreie Variante der Kartenbesorgung für die Allesfahrer-Fraktion sind. In **Stuttgart** und **München**

werden sie eingeführt, in **Kaiserslautern** und **Bochum** ist selbiges in Planung.

Die Bemühungen um eine Verbesserung des Supports sind zugleich um so vielfältiger. Die zentraler Blöcke 62 und 64 werden ab 04/05 zur Heimat der sangesfreudigen Fans von Werder **Bremen** – man erhofft sich eine bessere „Animation“ der restlichen Zuschauer. Und auch die Ultras **Hannover** werden ihre Plätze in den zentralen Block des Oberranges verlagern, zudem weiter für ihre Lautsprecheranlage sammeln. Eine Neustrukturierung steht im „Borussia-Park“ in **Mönchengladbach** an: Viele der älteren Fans werden auf die nun reichlich vorhandenen Sitzplätze wechseln, was zu einer deutlichen Verjüngung der (Stehplatz-) Kurve führen wird.

Doch es gibt auch noch echte Innovationen in Deutschlands Fanwesen. Münchens „Club Nr. 12“ arbeitet gerade an der Realisierung eines eigenen Fan-Museums und die Fans aus **Bochum** und **Dortmund** werden als erste der Bundesliga ihre Kurve mit Graffiti gestalten können.



**Eintracht Frankfurt** – 1. FC Kaiserslautern 1:3 **Foto:** Ultras Frankfurt  
Die Beste von insgesamt acht Choreografie-Aktionen, welche die Ultras Frankfurt in der letzten Saison umsetzten: Der Eintracht-Adler zerreißt das zunächst unbeschadete Wapen des ungeliebten FCK mit seinen Krallen. Um diese erste „bewegliche“ Choreografie der Frankfurter umzusetzen, beteiligten sich insgesamt rund 100 Fans.



**Bayern München** – Real Madrid 1:1 **Foto:** Club Nr. 12  
Sieben Heimspiele trugen die Bayern gegen Real aus, sieben Mal gingen sie als Sieger vom Platz – Anlass genug, den Königlichen symbolisch ihre Krone zu entreißen. Hierfür wurden nicht nur ca. 3.000 Euro angelegt, sondern auch die Kurve exakt vermessen. Denn die fünf Blockfahnen mussten unten 20, oben aber 27 Meter breit sein.



**Borussia Mönchengladbach** – 1860 München 3:1 **Foto:** kultliga.de  
Um dem ausgedienten Bökelberg ‚Good Bye‘ zu sagen, haben die Fans von Borussia Mönchengladbach nicht nur eine Halle gemietet und in dieser vier Tage ihren Abschiedsgruß vorbereitet, sondern auch noch rund 6.000 Euro investiert. Der Lohn für die 50 Helfer war eine Haupttribüne, die letztmals im vollen Glanz erstrahlte.



**Hamburger SV** – Bayern München 0:2 **Foto:** Stadionwelt  
Seit 40 Jahren spielt der HSV in der Bundesliga, aber „nur“ 400 Arbeitsstunden dauerten die Vorbereitungen für die Choreo (Kosten: 3.000 Euro), deren Kernstück die Jahreszahlen 1963 und 2003 sein sollten. Immerhin hing am Tag des Jubiläumsspiels das Banner „1. Liga Urgestein ist der HSV allein“ eine komplette Halbzeit.

Shop



Bundesliga-Fußball auf der Baustelle: Das neue Waldstadion in Frankfurt

Foto: Stadionwelt

# Zwischen Baukran und Fanblock

**Bauboom in der Bundesliga. Eine neue Generation von Fußball-Stadien breitet sich in atemberaubendem Tempo aus. Mit Erfolg: Es kommen mehr Zuschauer als je zuvor.**

Viele Jahre hatte sich in der Bundesliga nicht viel getan. Ob Niedersachsen-, Park- oder Olympiastadion, die Gesichter der Spielstätten waren bekannt und änderten sich kaum. Hier einmal eine neue Anzeigetafel, dort ein paar neue Sitzplatzschalen, grundlegende Um- und Neubauten waren jedoch lange eine Seltenheit.

Ab Ende der Neunziger Jahre änderte sich das jedoch schlagartig. Im Juni 1998 begann Hamburg mit dem schrittweisen Abriss des maroden Volksparkstadions und der zeitgleichen Errichtung der AOL Arena. Aus der vielerorts langwierigen Diskussion über mögliche Modelle und Konzepte verabschiedet sich nur wenig später der FC Schalke 04 mit Baubeginn der Arena. Die Errichtung des multifunktional nutzbaren Fußballstadions, das erste in Deutschland mit verschließbarem Dach, manifestierte den Wandel der Ansprüche an eine zeitgemäße Spielstätte endgültig. Komplett überdachte Ränge,

Logen und Business-Räume gehören seitdem ebenso zum gewünschten Standard wie ein umfangreiches Catering-Angebot in den Zuschauerbereichen. Bis auf wenige Ausnahmen haben zudem die Leichtathletik-Bahnen ausgedient, stattdessen befinden sich die Tribünen nun in unmittelbarer Nähe zum Spielfeld.

## Umbau während des Spielbetriebs

In der vergangenen Saison beherrschte der Bau-Boom weite Teile der Bundesliga. Während die Fans in Mönchengladbach und München die Fortschritte ihrer künftigen Arenen, die an komplett neuer Stelle errichtet werden, lediglich am Rande verfolgen konnten, erlebten die Fans in Köln, Frankfurt, Dortmund, Hannover, Berlin, Bremen, Kaiserslautern und Stuttgart von Woche für Woche die Veränderungen in und an ihrem Stadion hautnah mit. Für alle Beteiligten war das nicht immer leicht. Bauleitung, Polizei und Vereine mussten

sich im Zwei-Wochen-Takt darauf einstellen, dass mehrere zehntausend Menschen über die Baustelle laufen. Der Spielplan bestimmte die Bauphasen und mit Hilfe von Zäunen mussten gefährliche Stellen abgesichert und Zuwege geschaffen werden. Durch die Orientierung an Spieltermine stieg zudem der zeitliche und finanzielle Aufwand für den Umbau.

## Glück mit dem Wetter

Aber auch für die Zuschauer war diese Zeit mit Abstrichen verbunden. Fans mussten ihre angestammten Plätze und Kurven verlassen, während die neuen Tribünen Stück für Stück errichtet wurden. Die Kapazität in Frankfurt und Hannover lag zeitweise nur knapp über 20.000, unüberdacht wohlgernekt. „In der ganzen Saison hat es während der der Spiele nicht einmal geregnet. Wir haben Glück gehabt“, erinnert sich Ralf Schnitzmeier, Sprecher der Geschäftsführung von Hannover 96.



Verein/Stadion	Kapazität 2003/2004	Kapazität 2004/2005
Werder Bremen, Weserstadion	43000	43000
FC Bayern München, Olympiastadion	63000	63000
VfB Stuttgart, Gottlieb-Daimler-Stadion	48000	48000
Bayer Leverkusen, BayArena	22500	22500
VfL Bochum, Ruhrstadion	32645	32645
Arminia Bielefeld, Schüco-Arena	26601	26601
Hamburger SV, aol-Arena	55000	55000
FC Schalke 04, Arena AufSchalke	61266	61506
SC Freiburg, badenova-Stadion	25000	25000
Hansa Rostock, Ostseestadion	30000	30000
Borussia Mönchengladbach, Nordpark	34500	52201
Borussia Dortmund, Westfalenstadion	82678	82678
VfL Wolfsburg, Volkswagen-Arena	30014	30014
Hertha BSC, Olympiastadion	76000	76000
FSV Mainz 05, Stadion am Bruchweg	18600	20300
1. FC Kaiserslautern, Fritz-Walter-Stadion	39000	43000
Hannover 96, AWD-Arena	25000	49000
1. FC Nürnberg, Frankenstadion	40000	40000
<b>Gesamtkapazität</b>	<b>752.804</b>	<b>800.445</b>

Verein/Stadion	Kapazität 2003/2004	Kapazität 2004/2005
MSV Duisburg, Wedaustadion	30112	31000
1860 München, Stadion an der Grünwalder Straße / Olympiastadion	69866	19503
Karlsruher SC, Wildparkstadion	33550	33550
1. FC Köln, RheinEnergieStadion	51000	51000
Rot-Weiß Essen, Georg-Melches-Stadion	25600	25600
Eintracht Frankfurt, Waldstadion	33209	52000
SpVgg Unterhaching, Sportpark	15053	15053
RW Erfurt, Steigerwaldstadion	20000	20000
FC Erzgebirge Aue, Erzgebirgsstadion	20000	20000
Dynamo Dresden, Rudolf-Harbig-Stadion	16874	21875
Energie Cottbus, Stadion der Freundschaft	22450	22450
Greuther Fürth, Playmobilstadion	15000	15000
Wacker Burghausen, Wacker-Arena	8400	8400
RW Oberhausen, Niederrheinstadion	21318	21318
LR Ahlen, Wersesstadion	10498	10498
1. FC Saarbrücken, Ludwigsparkstadion	35286	35286
Alemannia Aachen, Tivoli	24816	24816
Eintracht Trier, Moselstadion	12000	12000
<b>Gesamtkapazität</b>	<b>465.032</b>	<b>439.349</b>

Trotz vorrübergehender Einschränkungen überwiegt die Vorfreude auf die künftigen Arenen. Die Internetseiten, die den Umbau dokumentieren, verzeichnen hohe Zugriffszahlen und Stadionführungen haben Hochkonjunktur.

### Steigende Zuschauerzahlen

Obwohl noch längst nicht alle Bauprojekte fertiggestellt sind, feierte die Bundesliga in der vergangenen Saison einen Zuschauerboom, mehr als 10 Millionen Besucher kamen in die Stadien. Großen Anteil hatte daran der Hamburger Sportverein, der im Schnitt 48.181 Besucher in der AOL-Arena begrüßen konnte. In der letzten Saison, vor dem Umbau verzeichnete der HSV lediglich rund 32.000 Besucher pro Spiel, rund 16.000 weniger im Schnitt bei nahezu gleicher Platzierung.

Ähnlich positive Zahlen vermeldet der 1. FC Köln, den trotz schwacher Saison und eines sich frühzeitig abzeichnenden Abstiegs über 40.000 Zuschauer pro Spiel im RheinEnergieStadion unterstützen, und das, obwohl in der Hinrunde noch nicht mal die volle Kapazität zur Verfügung stand. In der letzten Saison vor dem Umbau waren es 34.251 gewesen.

### Stadien mittlerer Größe gefragt

Neben den vielen großen Arenen, von denen die meisten in zwei Jahren Austragungsort der WM 2006 sein werden, gibt es auch viele kleinere Bauprojekte, die in der Regel zwischen 20.000 und 30.000 Plätzen liegen. Während in Duisburg gebaut wird, sind solche Stadien unter anderem in Magdeburg, Dresden, Darmstadt und Essen in der Planung.

Der Um- oder Neubau eines Stadions wird nicht selten von der Hoffnung begleitet, mit einer erstklassigen Arena auch sportlich erfolgreiche Wege einzuschlagen. Eine bessere Vermarktung und ein Ausbau der VIP-Bereiche soll für Bewegung auf der Einnahmen-Seite sorgen. Doch auch mit erstklassigen Stadien ist sportlicher Erfolg längst nicht garantiert. In diesem Jahr mussten mit Frankfurt und Köln gleich zwei WM-Spielorte den Gang in die 2. Liga antreten. Noch schlimmer traf es Leipzig, wo der FC Sachsen in die Oberliga absteigt.

Unabhängig von der Erreichbarkeit der Business-Pläne von Stadionbetreibern und Vereinen hat sich aber zumindest bereits jetzt gezeigt, dass die modernen Arenen in der Regel einen Anstieg der Zuschauerzahlen mit sich bringen. Ist auch die Leistung der Mannschaft nicht immer ausreichend, bleibt zumindest der Stadionbesuch als solcher für die Fans ein Erlebnis. ■



In der nächsten Ausgabe finden Sie in unserem Magazin wieder die deutsche Zuschauer Top-100, die alle Vereine aus den Bereichen Fußball, Handball, Eishockey und Basketball berücksichtigt. In der vergangenen Saison war ein Schnitt von 2.509 Besuchern notwendig, um den Sprung in die Rangliste zu schaffen. Die bisherigen Tabellen finden Sie auf unserer Internetseite.

# Zweite Liga 2004/2005: Sechs Richtige mit Zusatzzahl

Die Liga wandelt sich in der Saison 2004/2005 wieder einmal gründlich. In der vergangenen Spielzeit eher am Rande wahrgenommen, entfaltet sie jetzt ihr ganzes Potenzial als „Kultliga“.

In der „Bundesliga zweiter Klasse“ geht es zu wie auf dem Bahnhof. Viele steigen nur vom Regio-Zug in den ICE um oder umgekehrt. Manche treffen sich hier täglich, grüßen einander mittlerweile. Andere wiederum verpassen ständig den Zug, während sie den Fahrplan studieren.

Das Bild wandelt sich Jahr für Jahr, jede Saison wird mit sieben Zugängen neu gemischt, manch ein Absteiger verschwindet für alle Zeiten. In den vergangenen fünf Jahren spielten 40 verschiedene Vereine zweitklassig, darunter zwölf unterschiedliche Absteiger aus der ersten Bundesliga (Eintracht Frankfurt, der 1. FC Köln und Arminia

Bielefeld gaben sich gleich zwei Mal die Ehre).

Der Karlsruher SC hingegen beerbt Mainz 05 und wird allmählich zum „Zweitliga-Urgestein“, auch Alemannia Aachen und Rot-Weiß Oberhausen gehören zu den Klassikern der vergangenen Jahre. Ewiger Tabellenführer der Liga ist auch heute noch Fortuna Köln (immerhin waren sie 26 von 30 Spielzeiten dabei), obwohl der Club schon tief im Amateurfußball versunken ist. Auch die anderen „üblichen Verdächtigen“ wie die Stuttgarter Kicker, Waldhof Mannheim oder Hannover 96 glänzen mindestens noch ein weiteres Jahr durch Abwesenheit.

Fakten wie diese kann der Interessierte im Internet bei [www.kultliga.de](http://www.kultliga.de) nachschlagen. Dort bietet Webmaster „George Stoop“ ein Internet-Portal mit Fan-Berichten, News und Statistiken ausschließlich zum Geschehen in der Liga, die wie keine andere ein Spannungsfeld zwischen Groß und klein, Triumph und Versagen, Glanz und Tristesse darstellt.

## Attraktive Absteiger

Die Spielzeit 2004/2005 ist für die zweite Spielklasse ein Höchstgewinn. Die „sechs Richtigen mit Zusatzzahl“ sind die Erstliga-Absteiger Frankfurt,

## Choreografien in der 2. Liga

Die Materialien, mit denen die Fans heute Choreos umsetzen, sind vielfältig. Es gibt alles, was der Heimwerker-Keller hergibt und der Baumarkt im Sortiment führt: Folien, Stoff, Papier und Holzstöcke – nicht selten biegt heutzutage vier Stunden vor Anpfiff ein entsprechend beladener Kleinlastwagen auf den Stadionparkplatz ein. Doch wer denkt, man könne mit diesem „Spielzeug“ nach Belieben experimentieren, der irrt. Missbrauch (beispielsweise durch Doppelhalter, die das Anzünden von Pyrotechnik vertuscht haben) hatten zur Folge, dass Auswärtsfans heute Vieles verboten und Heimfans ein Fahnenpass ausgestellt wird, hinter dem sich oft nichts anderes verbirgt, als die vorsorgliche Registrierung der Daten, für den Fall, dass es wieder mal zum Missbrauch kommt. Gute Choreografien, und das zeigt unsere Zusammenstellung eindrucksvoll, gibt es demnach nur noch im heimischen Stadion, was auf der

anderen Seite den Nebeneffekt hat, dass die Zuschauer in den entsprechenden Blöcke „gelernt“ haben, sich zu beteiligen. Die Kinderkrankheiten der Anfangsjahre, als viele überhaupt nicht wussten, was sie mit den Materialien anfangen sollten, gibt es praktisch nicht mehr. Erklärende Zettel an den Aufgängen sind dennoch die Regel – man geht auf Nummer sicher. Weitere Tendenz: Immer mehr Gruppen kehren von dem Prinzip ab „in jedem Spiel irgendetwas zu machen“ - oftmals dann nur auf einen Block beschränkt. Heute teilt man sich lieber seine Ressourcen, auf um zwei oder drei „Knaller“ umzusetzen. Dass in einem wichtigen Spiel oder im Derby die Kurve „verkleidet“ wird, ist längst nicht mehr nur Ehrensache, sondern selbstverständlich!

Hier sind die Choreos, welche die Fans der letztjährigen Zweitligisten als ihre schönste angaben:



Arminia Bielefeld – VfL Osnabrück 5:0

Foto: jöf

Auf 15 mal 30 Metern stellten die Bielefelder jene Fanclubs dar, die in den letzten 30 Jahren die Fanszene prägten: Jeweils mit Gründungsjahr finden sich hier die Logos der Almbuben (71), des Fanclubs Arminia Bielefeld (74), der Blue Army (82), der Blauen von der Alm (78), von Fanstastic Blue (95) und den Boys Bielefeld (95).



Mainz 05 – Eintracht Trier 3:0

Foto: Stadionwelt

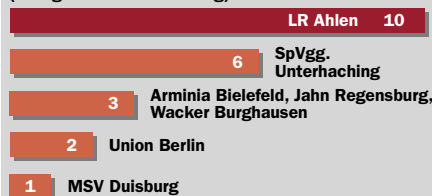
„3... 2... 1... Mainz!“ – ein Slogan, der an die aktuelle Werbekampagne des Aktionshauses ebay angelehnt ist. Ein Muster von rot-weißen Papptafeln spiegelt dazu das Mainzer Stadtwappen wieder und das folgende Banner („Machts gut Jungs“) wurde erhört – 105 Minuten später stand der Aufstieg in die 1. Bundesliga fest.

**Der beste Heimsupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: LR Ahlen, Arminia Bielefeld, MSV Duisburg, VfB Lübeck, SpVgg. Unterhaching, RW Oberhausen, Jahn Regensburg, Eintracht Trier

**Der schlechteste Heimsupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: Alemannia Aachen, FC Erzgebirge Aue, Energie Cottbus, Greuther Fürth, Karlsruher SC, VfB Lübeck, FSV Mainz 05, 1. FC Nürnberg, RW Oberhausen, VfL Osnabrück, Eintracht Trier

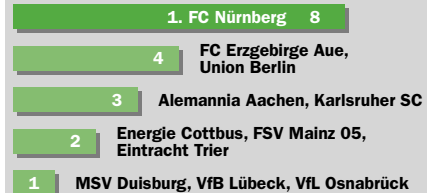
Köln und 1860 München. Aus den beiden Regionalligen stoßen Dresden, Essen, Saarbrücken und Erfurt hinzu. Da gab es schon ganz andere Jahre, in de-

nen Salmrohr oder Havelse, Baunatal oder Völklingen, Eppingen oder Wilhelmshaven ihre Berücksichtigung im Spielplan fanden. Bei allem Respekt vor der sportlichen Qualifikation: Attraktivität verkörperten sie wenig und da die Liga bekanntlich nur ein fußballerischer Durchlauferhitzer ist, hatten sie zugegebenermaßen nur wenig Zeit, Tradition und Ziehkraft zu entwickeln.

**Derbys wohin das Auge blickt**

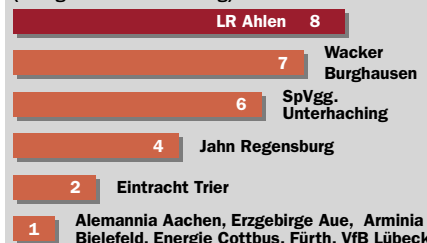
Der Reiz entfaltet sich nicht etwa, weil mit den Neulingen brillanterer Fußball seinen Weg in die Liga gefunden hätte. Der Sport ist hier bekanntlich eher biedere Hausmannskost. Die Faszination geht von den Namen der Vereine aus, selbstverständlich von deren Anhängern und zum Teil auch diesmal auch von den Stadien. Man kann und muss sogar das überstrapazierte Wort "Boom" einmal mehr bemühen, um die Perspektive der kommenden Zweitliga-Saison zu beschreiben, die mit aller Wahrscheinlichkeit einen neuen Zuschauerrekord hervorbringen wird. Dabei ist der Schnitt in der vergangenen

**Der beste Gästesupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: LR Ahlen, Arminia Bielefeld, Wacker Burghausen, SpVgg. Greuther Fürth, RW Oberhausen, Jahn Regensburg

**Der schlechteste Gästesupport (bezogen auf die Stimmung)**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: MSV Duisburg, Karlsruher SC, FSV Mainz 05, 1. FC Nürnberg, RW Oberhausen, VfL Osnabrück, Union Berlin

Spielzeit gerade erst um 1.502 auf 8.595 abgesackt.

Die Kultliga mit den großen Traditionsvereinen hat jetzt so viele High- ▶



**Eintracht Trier – Wacker Burghausen 0:0** Foto: Ricardo Krechel  
Nachdem die Umsetzung von Chores in Trier zuletzt etwas eingeschlafen war, haben sich die SVE-Fans einiges vorgenommen: Zum „Endspurt“ der letzten Saison gab es für 250 Euro drei Blockfahnen von je sechs mal sechs Metern Größe (zwei mit den Jahreszahlen „19“ bzw. „05“ und eine mit dem Logo des Supporters Clubs) sowie 250 Klorollen.



**Jahn Regensburg – 1. FC Nürnberg 2:1** Foto: Ultras Regensburg  
Nach Angaben der Jahn-Fans gab es selbst vom heutigen Gegner und großen Nachbarn mit der führenden Ultra-Szene der letztjährigen 2. Liga Lob für die 400-Euro-Aktion. Nachdem sich rund 15 Fans über zwei Wochen mit der Blockfahne beschäftigt haben, waren schließlich der Dom und andere Elemente der Stadtsilhouette aufgepinselt.



**Rot-Weiß Oberhausen – Erzgebirge Aue 1:4** Foto: Stadionwelt  
„Der Aufstieg des SC Rot-Weiß“ von der Verbandsliga bis zur Weihnachtsmeisterschaft in der 2.Liga als 36 mal 5 Meter große, bebilderte Zeitachse, deren Herstellung 500 Euro und vier Monate Arbeit verschlang. Fast wäre es nicht zur Präsentation gekommen, denn beim Probelauf riss die vom Regenwasser getränkte und schwer gewordene Fahne.



**Alemannia Aachen – Borussia Mönchengladbach 1:0** Foto: Stadionwelt  
Ein Geist (Geisterspiel gegen Nürnberg), eine Spritze (Dopingskandal um Daniel Gomez), ein Koffer („Kofferaffäre“), ein zerschlagenes Gladbach-Logo ... und der Rest war zu diesem Zeitpunkt noch Träumerei von Spielen in Berlin und auf europäischer Bühne. Die rund 500 Euro teuren, gemalten Wünsche sind in Erfüllung gegangen.

**Wo gab es bei Auswärtsspielen Schwierigkeiten mit dem Ordnungsdienst?**

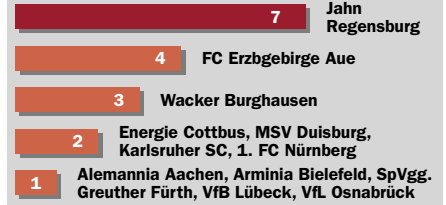


lights auf dem Terminkalender, dass sie an manchen Spieltagen der höchsten Spielklasse die Show stehlen wird. Allein im Westen kommt die Fan-Welt so richtig auf Touren: Essen, Aachen, Köln und - mit dem neuen Stadion Duisburg - jede Begegnung dieser Vereine untereinander wird Tausende von Auswärtsfahrern mobilisieren. Im Osten mischt Dresden das Geschehen auf, Aue befindet sich ohnehin im Aufschwung, mit im Quartett sind Cottbus und Erfurt. In südlicheren Regionen streiten Frankfurt und Karlsruhe um die Support-Meisterschaft. Auch Saarbrücken wird für das eine oder andere Ausrufezeichen sorgen, gegen Trier gibt es seit langer Zeit wieder ein regionales Duell. Etwas verlassener bleibt Fürth in Franken zurück:

Das Zuschauer- und Stimmungspotenzial des Derby-Gegners aus Nürnberg kommt nun erst einmal wieder der ersten Liga zugute. Im Norden gibt es nur noch hopp oder topp, Erste Liga oder Regionalliga, seit die Absteiger VfB Lübeck und VfL Osnabrück feststanden. Unter diesen Vorzeichen kann Ahlen schon als das „Nordlicht“ der Liga bezeichnet werden. Auch wenn Cottbus streng geografisch betrachtet noch nördlicher liegt: hinter dem Wersestadion beginnt das Kultliga-Niemandsland.

Der Auswärtsfahrerschnitt bei Köln - wo bis Mitte Juli trotz Abstiegs auch schon 16.000 Dauerkarten verkauft wurden - und Frankfurt liegt bei über 2.000 Fans, 1860 wird vielleicht 1.000 bis 1.500 mitbringen. Die Dresdener zeigten nicht erst am Ende der vergangenen Saison nach dem feststehenden Aufstieg in Krefeld, dass sie als Regionalligist in Sachen Fan-Unterstützung auf Erstliga-Qualitäten zurückgreifen können. An die 10.000 traten die Reise an und feierten in der Grotenburg. Dabei hatte Dresden - sogar mit einem Oberliga-Ausflug - Jahre lang keinen Kontakt zum Profi-Fußball. In Essen liegt der Fall ähnlich, trotz mehre-

**Wo gab es bei Auswärtsspielen Schwierigkeiten mit der Polizei?**



Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: Alemannia Aachen, Arminia Bielefeld, SpVgg. Greuther Fürth, VfB Lübeck, VfL Osnabrück

rer herber Nichtaufstiegs-Enttäuschungen hielten die Fans dem RWE die Treue, wenigstens das Auswärts-Potenzial hier weitaus niedriger liegt. Aber das kann sich ja wieder entwickeln

Daran, dass ein neuer Zuschauerrekord ins Haus steht, haben aber die Erstliga-Absteiger mit ihren Spielstätten den größten Anteil. Frankfurt und Köln bringen nagelneue WM-Stadien mit, 1860 vollzieht zwar den ersehnten Wechsel zurück in das Stadion an der Grünwalder Straße, nutzt bei Top-Spielen aber das Münchner Olympiastadion. Die „Sechzger“ müssen sich überhaupt erst einmal wieder orientieren. Die Szene ist durch die



**VfL Osnabrück – Arminia Bielefeld 0:0**  
Foto: Titgemeyer  
Die Stoff-Blockfahne (500 Quadratmeter, 1500 Euro) soll wie ein einziger in die Höhe gehaltener, überdimensionaler Schal wirken. Das VfL-Wappen an den Enden ist deshalb um 90 Grad verdreht. Da nur für einen Tag eine Halle zur Verfügung stand, waren die 40 Mitglieder der „Violet Crew“ bei den Vorbereitungen nahezu komplett vertreten.



**Karlsruher SC – 1. FC Nürnberg 2:3**  
Foto: Baden Maniacs  
Das alte KSC-Logo (ohne die gelb-rote „Kommerzpyramide“) sollte nach dem Willen der KSC-Fans wieder zum offiziellen Wappen werden. In diesem Sinne war die zur Kampagne gehörende Choreo mit ihrer 32 mal 16 Meter großen Fahne förderlich, denn bei der Mitgliederversammlung wurde erfolgreich für das alte Logo gestimmt.



**Energie Cottbus – Jahn Regensburg 3:0**  
Foto: Red Fire Cottbus  
In der Lausitz war das Verhältnis der Fans zu den Spielern Ende letzter Saison so gestört, dass die größte Choreo, die es in Cottbus je gab, als 1200-Euro-Liebeserklärung an die grüne Stadt unter blauem Himmel mit viel Sonnenschein und dem Stadion in deren Mitte verwirklichte. 60 Fans haben mitgewirkt.



**MSV Duisburg – Wacker Burghausen 1:0**  
Foto: Stadionwelt  
Um die Nordtribüne der MSV-Arena einzuweihen, sammelten Duisburgs Fans über Aufrufe im Internet rund 2.000 Euro. Das Ergebnis das Chore lässt Raum für Verbesserungen: größere Zettel hätten ein etwas „dichteres“ Bild rund um 800 Quadratmeter große Blockfahne, deren Motiv nur schwer zu erkennen ist, ergeben.

**Der beste Gästeblock (bezogen aufs Stadion)**

- 5 VfL Osnabrück
  - 3 Arminia Bielefeld, FSV Mainz 05, 1. FC Nürnberg, Jahn Regensburg
  - 2 MSV Duisburg, Karlsruher SC, Union Berlin
  - 1 Alemannia Aachen, LR Ahlen, Burghausen, SpVgg. Greuther Fürth, RW Oberhausen
- Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: FC Erzgebirge Aue, Energie Cottbus, VfB Lübeck, Eintracht Trier

Querelen mit der Vereinsführung in den vergangenen Jahren und durch die Stadionthematik schwer angeschlagen, auch der Abstieg in diesem Jahr ist nicht das erste sportliche Desaster in der Vereinsgeschichte. Aber das Zweitliga-Jahr kann tatsächlich zur heilenden Kur werden. Auch für die Fans. Die Entwicklung von "München Blau" wird in der kommenden Saison wohl eine der spannendsten, wobei in besonderem Maße auch Dresden im Blickpunkt steht. Es wurde viel geredet über die für viele noch unbekannte Größe aus dem Osten, eine Menge beeindruckender Fotos waren zu sehen. Jetzt geht die gelb-schwarze Show auf Deutschlandtournee und wird etliche „Atmo-Hopper“ anlocken, die ihr Ticket lösen, nur um die Legende live zu erleben. Wenn Dresden und auch Essen mit ihren impulsiven und

nicht immer „pflegeleichten“ Anhängern auf WM-taugliche Sicherheitskonzepte und neuzeitliche Catering-Angebote treffen, könnte sich ein Kulturschock einstellen – für beide Seiten.

**Ungeliebte Montagsspiele**

Zum Profi-Geschäft gehört auch das Fernsehen, und auch das DSF schwimmt mit auf der "Boom-Welle", wird diesmal "Top-Spiele" präsentieren können, die dem Titel dank der vertretenen Fanszenen zumindest auf den Rängen alle Ehre machen. Einziges Problem: Das DSF ist in den Augen vieler Fans alles andere als kultig. Montagsspiele bringen der Liga Geld und dem Zuschauer Flutlichtatmosphäre, dem reisefreudigen Fan allerdings erhebliche Magenschmerzen und ein strapaziertes Urlaubskonto. Die Nacht zum Dienstag auf der Autobahn zu verbringen nur um mit Rändern unter dem Augen im Büro zu erscheinen, ist keine wirkliche Alternative zu Wochenendspielen. Bei den Vorwürfen an das Fernsehen darf man allerdings nie vergessen, dass die Vereine ebenfalls Bestandteil des TV-Vertrages sind und die

**Der schlechteste Gästeblock (bezogen aufs Stadion)**

- 5 Wacker Burghausen
  - 4 LR Ahlen, Jahn Regensburg
  - 3 Arminia Bielefeld
  - 2 Energie Cottbus, MSV Duisburg, Karlsruher SC, VfB Lübeck
  - 1 Alemannia Aachen, FSV Mainz 05, Eintracht Trier, Union Berlin
- Anzahl Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; nicht genannt: RW Oberhausen, VfL Osnabrück, SpVgg. Unterhaching, FC Erzgebirge Aue, SpVgg. Greuther Fürth, 1. FC Nürnberg,

Vereinbarung mit unterschrieben haben. Das wird in den Augen der Fans leicht übersehen. Der schwarze Peter wird oft pauschal dem DSF zugeschoben, der eigene Verein bleibt außen vor.

Ob es zu einem erneuten Aufflammen von Fan-Protesten kommt, ist fraglich. Es gab zwar ein "Pro Fans"-Sommertreffen in Mönchengladbach, die Aktivitäten der Nachfolge-Organisation des legendären "Pro 15:30" wurden sinnvoller Weise auf regional agierende Gruppen verteilt, aber im Grunde verliefen alle bisherigen Bemühungen, Einfluss auf die Spieltagsgestaltung und damit die Sendezeiten von Premiere und DSF zu nehmend im Sande. ▶



**Greuther Fürth – 1. FC Nürnberg 2:2** **Foto:** Fengler  
 Vom Rivalen aus Nürnberg als Fusionsverein verspottet, entschieden sich die Fürther für ein „klassisches“ Motiv: Original Wappen, Vereinsname und -Gründungsjahr standen auf der 500-Quadratmeter-Blockfahne, an der 10 Fans rund zwei Wochen lang arbeiteten und deren Produktion, zusammen mit en Folien und den Zetteln rund 1000 Euro kostete.



**SpVgg Unterhaching – Wacker Burghausen 1:2** **Foto:** Haching Supporters Crew  
 Beim Testspiel in Burghausen sind den Hachingern viele schwarz-weiße Fahnen „in den Schoß gefallen“. Diese wurden dann im Heimspiel im Eckblock der Supporters Crew präsentiert. Sie dienten als Kontrast zum kräftigen rot und blau der Unterhachinger – „Wir haben Farben und ihr seid farblos“, verriet dazu das Spruchband.



**Erzgebirge Aue – Arminia Bielefeld 1:1** **Foto:** Ultras Aue  
 Da die bestellten Papptafeln zu klein gerieten, verbrachten die 15 Helfer den Vortag mit einer „Dauerklebeaktion“: Von 30 Rollen Klebeband blieb eine halbe über und aus 8.000 Tafeln wurden 4.000. Nachdem alle gerollt und in die Sitze gesteckt waren, ergab das selbstironische „Schachtscheißer“-Intro ein wesentlich kompakteres Bild.



**LR Ahlen – 1. FC Nürnberg 2:0** **Foto:** Irahlenfans.de  
 Die LR-Fans waren angesäuert. Der Verein hatte zugesagt, sich an den Kosten für die 350-Euro-Choreo zu beteiligen, doch im Endeffekt kamen Sponsoren und die Privatschaltulle des Fanbeauftragten dafür auf. Der Ärger war schnell verraucht, denn im Vereinsheim gab die Geschäftsführung nach dem Spiel die Parole „Freibier für alle“ aus.

# Neuerungen in den Fanszenen der 2. Liga

Schon bevor der erste Anstoß der neuen Saison erfolgt ist, lassen einige Fans sich in die Karten schauen und geben für Sie die Pläne die kommende Saison Preis:

In **Duisburg** sammeln die Anhänger, um beim ersten Heimspiel Doppelhalter mit den Porträts aller Spieler des Kaders präsentieren zu können. Ein „Künstler“ ist bereits engagiert. In **Unterhaching** freut man sich auf ein Spiel gegen den größten Rivalen 1860 und wird sich bei den Aktionen auf eben diese Begegnungen konzentrieren. Und schließlich feiert Rot-Weiß **Oberhausen** in der kommenden Saison 100-jähriges Jubiläum, weshalb die Fans jetzt schon drüber nachdenken, was man zum Fest zeigen könnte. Doch am Niederrheinstadion stehen noch andere Veränderungen an. Wenn die Stadt das ausrangierte Freibad hinter der Gegentribüne zu einem zweiten Stadionvorplatz umwandeln sollte, dann wird auch der Stand der Interessengemeinschaft der Fanclubs (IGF) dort ein neues zu Hause finde, denn an seinem

bisherigen Standort vor der Haupttribüne findet dieser nur bei wenigen RWO-Fans Beachtung. Solch einen Dachverband soll es demnächst auch bei **Greuther Fürth** geben. Hoch im Kurs steht derzeit der Name „Sportfreunde Ronhof“. In **Karlsruhe** ist man schon einen Schritt weiter, strebt aber eine Steigerung der bisher 1.400 Mitglieder der „Supporters Karlsruhe“ an, um so mehr Gewicht im Verein zu bekommen. Zudem wird es hier in der kommenden Saison eine Mikrofonanlage geben, mit welcher der Support koordiniert werden soll. Der Vorsänger wird deshalb seinen Platz im Sitzplatz-Block L aufgeben und diesen hinunter zum Zaun verlegen. Wie sich die Ultra-Szene in **Aachen** entwickeln wird, ist noch offen. Nicht auszuschließen ist, dass sich bis zu 15 Mitglieder der aktuell ca. 65 „Aktiven Alemanniafans“ als „AC-Ultras“ abspalten werden. Demgegenüber setzt man in **Burghausen** auf ein verbessertes Zusammenwirken. Treffen zwischen Fanclubvertretern und dem Verein sollen eine regelmäßige Insti-

tution werden. Eine neue Heimat haben die Fans von Eintracht **Frankfurt** gefunden. Im Stadtteil Ostend wurde ein altes Bahnhofsgebäude zum Fanhaus „Luisa“ umgebaut und es wird zukünftig vom Fan-Projekt getragen werden. Derartige wünsche sich auch die Fans aus **Aue**, denn sie sind weiterhin auf der Suche nach einem Aufenthaltsraum, den sie auch zur Vorbereitung ihrer Aktionen nützen können.

Die größte Vorfreude herrscht, sieht man einmal von den Aufsteigern ab, sicher bei 1860 **München**: Endlich spielen die Löwen wieder an der Grünwalder Straße und der alte Sechzger-Geist kehrt zurück. Es dürfte keine Überraschung sein, wenn die Fans das Stadion bis an die Kapazitätsgrenze heran mit Dauerkarten belegen werden.

Die Kartenengpässe in **Köln** können zukünftig auch Nicht-Mitglieder des Fan-Projektes umgehen. Diese waren im Vorjahr vom Erwerb einer Auswärtsdauerkarte ausgeschlossen worden, doch wurde diese Regelung auf Druck der Fans wieder rückgängig gemacht.



1. FC Nürnberg – Greuther Fürth 1:1

Foto: UN'94

Mit acht verschiedenen Spruchbändern über die gesamte Spieldauer bedachten die Fans des „Glubb“ die Nachbarstädter. Zum Intro entschieden sie sich für den „Tand“-Spruch – eine Anspielung auf die Stadtgeschichte. Da dieses durch eine perfekt gemalte Blockfahne unterstrichen wurde, gingen die 500 Fähnchen im Oberrang fast unter.



Union Berlin – Karlsruher SC 2:2

Foto: Stefan Hupe

Die Union-Fans hatten Seile über die Fahne gespannt und danach die entstehenden Innenräume mit 60 Litern Farbe ausgemalt. Die Freude an dieser raffinierten Selbstkonstruktion war so groß, dass die Fahne gleich um 5 Meter zu hoch produziert und zwei Tage vor dem Spiel auf 60 mal 25 Meter zurechtgekürzt werden musste.



Spvgg Unterhaching – Wacker Burghausen 1:2

Foto: Wacker Burghausen

Die Fans von Wacker Burghausen überzeugten in der abgelaufenen Saison nicht durch eine Choreografie, sondern setzten ihren Atmo-Höhepunkt mit der für ihre Verhältnisse phänomenalen Zahl von 2000 Fans beim bayrischen Derby in Unterhaching. Erstmals in der Geschichte des Vereins war sogar ein Sonderzug unterwegs.



Werder Bremen – VfB Lübeck 3:2

Foto: Stadionwelt

Im Baumarkt angeschaffte Planen ergaben ein über 1000 Quadratmeter großes Schachbrett. Vom Oberrang wurde eine weitere Pläne mit einer Königin (auf das Brett) herabgelassen. „Die Königin der Hanse gibt sich die Ehre“ und „Schachmatt in Runde 5“ verkündeten die aus Tapeten zusammengesetzten Acht-Meter-Spruchbänder.

# Derbys ohne Glanz

Viele ältere Fußballfans schwärmen in Verbindung mit dem Begriff Regionalliga gerne von großen Spielen und packenden Derbys, die sie früher einmal dort erlebt haben. Das, was sich heute Regionalliga nennt, hat mit dem Ruhm vergangener Tage nicht mehr viel gemeinsam.

Seit Jahren fehlt in Deutschland ein schlüssiges Konzept für die dritthöchste Spielklasse. Waren es bis Mitte der 90er Jahre noch 11 Oberligen, aus denen sich die Meister über eine Aufstiegsrunde für die Zweite Liga qualifizieren mussten, folgten in den nächsten Jahren verschiedene Regionalliga-Modelle.

In einem ersten Schritt entstanden 1994 unter geographischen Gesichtspunkten vier neue Ligen. Sechs Jahre später folgte die bis heutige gültige Einteilung in lediglich zwei Regionalligen „Nord“ und „Süd“.

Die Zusammenführung hatte hauptsächlich zwei Ursachen. Zum einen erhofften sich die Verantwortlichen eine bessere Wirtschaftlichkeit durch eine

Art „Dritte Bundesliga“, die mit attraktiven Vereinen und gesteigertem Fan-Aufkommen sowohl für eine Fernsehverwertung als auch in Folge dessen für Sponsoren interessant ist. Das zweite Ziel war eine sportliche Qualitätsverbesserung durch eine höhere Leistungsdichte bei nur noch zwei Ligen. Die gewünschte Nachwuchsförderung spielte dabei eine nicht unwesentliche Rolle.

Aufgrund sich verändernder geographischer Einteilungen und eines ständigen Wechsels von Mannschaften durch Auf- und Abstiege war es für Fans in der gesamten Zeit schwer, einen Bezug zur Regionalliga aufzubauen. Zwar gibt es hier und da einige Derbys, diese sind jedoch meistens ohne Glanz, da

der Name lediglich aufgrund der räumlichen Nähe beider Vereine angebracht ist, sich wirkliche Beziehungen zwischen den Clubs, die oft nur die Nummer 2 in ihrer Stadt oder Region sind, aber nie entwickelt haben. Der Stellenwert der Liga ist aus Fansicht eng mit den teilnehmenden Mannschaften verbunden. Zwischen Attraktivität und Langeweile liegt oftmals nur eine Sommerpause.

In der Saison 03/04 war die Zahl der Clubs mit hohem Zuschauerinteresse insgesamt recht überschaubar. Auf mehr als 5.000 Besucher in Schnitt brachten es nur sieben Vereine: der FC St. Pauli, Eintracht Braunschweig, RW Essen, Dynamo Dresden, Sachsen Leipzig und der Wuppertaler SV in der ▶

## Choreografien in der Regionalliga

Seit sich im Frühjahr 1995 die ersten Choreografien in den deutschen Stadien etablierten (sieht man einmal von den perfekten Umsetzungen bei diversen DDR-Turnfesten vergangener Jahrzehnte ab), hat sich in jeder Szene etwas getan. Was in den großen Stadien anfang, setzte sich im Laufe der Zeit bis hinunter zu manchem Landesligisten durch.

Die meisten Gruppen sehen heute davon ab, sich ihre Aktionen vom Verein bezahlen zu lassen – eine Auftragschoreo darf es in ihrem Selbstverständnis nicht geben. Andererseits ist es heute durchaus verbreitet, sich zur Vorbereitung Arbeitsausweise auszustellen zu lassen. In diesen Fällen funktioniert das Zusammenspiel zwischen Fans und Vereins.

Wie auch schon bei den Bildern der ersten beiden Ligen, wurden auch die kommenden Fotos von den jeweils beteiligten Fans ausgewählt.



1. FC Saarbrücken – SV Wehen 3:1

Foto: 1. FCS Supporters Club

Nicht jede Aktion braucht eine lange Planungs- und Vorbereitungszeit. Die Idee zu dieser Blockfahne entstand erst drei Tage zuvor beim Saarland-Pokalspiel in Auersmacher. An den beiden folgenden Tagen (wobei allerdings einer durchgearbeitet werden musste) beklebten acht FCS-Fans die 14 mal 14 Meter große Folie.



Rot-Weiß Erfurt – Stuttgarter Kickers 1:0

Foto: Fanprojekt Erfurt

Italienisches Flair im Steigerwaldstadion. In schwungvoller Schrift fordern die Blockfahnen „Forza“. Beide waren komplett aus Folie gefertigt und es hat rund drei Tage gedauert, bis die zehn Helfer diese stadionfertig bemalt hatten. Trotz nicht wirklich gut gefüllter Blöcke „spannten“ sich diese zufrieden stellend.



FC Augsburg – Kickers Offenbach 1:2

Foto: Rude Boys

Das Vorbereiten von Choreografien bedeutet, gelegentlich früh aufzustehen. Die Fans des FCA trafen sich an dem Tag, an dem ihr Team den Aufstieg verspielen sollten bereits um 10.30 Uhr im Rosenau, um an ihrer 16 mal fünf Meter große Folie mit der Augsburg-Silhouette und an ihre Doppelhalter noch einmal Hand anzulegen.

Nord-, sowie der 1.FC Saarbrücken in der Süd-Liga.

In der Regionalliga Nord, die mit 1.474.455 Fans eine neue Bestmarke aufstellte, besuchten durchschnittlich 4.818 Fans die Spiele. Hier schönte die Statistik jedoch der FC St. Pauli. Die Hamburger konnten 17.375 Fans pro Spiel bei den Heimpartien begrüßen - das war besser als bei allen Zweitligisten.

Das Sorgenkind war jedoch die Süd-Liga. Insgesamt 674.441 Zuschauer bedeuteten einen Schnitt von 2.192 und gleichzeitig einen Einbruch um 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Nicht einmal halb so viele Zuschauer wie im Norden kamen in die Stadien des Südens.

**200 Zuschauer auf den Rängen**

Die oftmals schwachen Besucher-Zahlen sind eindeutig zu begründen: Die Zahl der Zweitvertretungen von Profiteams hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Das Interesse an deren Spielen ist aber nachweislich äußerst gering. Im Norden belegten die fünf Amateurmansschaften in der Zuschauerstatistik die letzten fünf Plätze, und auch den vier Zweiten Mannschaften aus der Regionalliga Süd gelang es nicht, einen anderen Verein in der Publikumsgunst hinter sich zu lassen.

Zuschauerminusrekorde gab es unter anderem bei den Heimspielen der Amateure vom Hamburger SV, Borussia Dortmund und Werder Bremen zu vermelden. Gerade mal um die 200 Interessierte erinnerten doch mehr an Jugendspiele als an die dritthöchste deutsche Spielklasse.

**Nationalspieler auf Torejagd**

Es gab in der zurückliegenden Saison im Grunde kein zentrales Thema bei den Fans der Regionalliga-Mannschaften. Zu unterschiedlich sind die einzelnen Szenen, zu unterschiedlich die lokalen Begebenheiten. Die ablehnende Haltung gegenüber den Amateuren ist jedoch verbindendes Element. In einer Umfrage auf der offiziellen Seite [www.regional-liga.de](http://www.regional-liga.de) sprachen sich von 18.500 Teilnehmern mehr als 75 Prozent für eine Liga ohne Amateurteams aus.

In der fehlenden Zuschauerresonanz liegt jedoch nicht der einzige Grund für die Verärgerung. Besonders der Einsatz von Spielern aus den Profi-Mannschaften sorgt immer wieder für Unruhe. Da Spieler, die dort gerade nicht benötigt werden oder nach einer Verletzung Spielpraxis sammeln sollen, nur hin und wieder eingesetzt werden, kann



Die Aufstiegsfeier in Dresden

Foto: Dynamo-Fanprojekt

**Regionalliga Nord: Aufstieg in zwei Akten**

Geballte Fußballtradition hat ihren Dornröschenschlaf in der Regionalliga Nord beendet. Über den Aufstieg von Rot-Weiss Essen haben wir bereits im letzten Stadionwelt-Magazin berichtet. 14 Tage später sollte Dynamo Dresden folgen. Nach neun Jahren ist der achtfache DDR-Meister und siebenfache Pokalsieger zurück in der Bundesliga.

Die Fans aller Aufsteiger – in der Nord wie auch in der Süd-Staffel - präsentierten sich in den entscheidenden Spielen wie wachgeküsst: Jeweils mehr als 20.000 waren dabei, als die Treffer fielen, die das Tor zur 2. Bundesliga aufstießen.

Doch bevor 35.000 in der Dresdner Innenstadt feiern durften stand ein Aufstieg in zwei Akten an: Gegen den Tabellenletzten aus Neumünster musste im Heimspiel nur ein Sieg her, um sich dank einer praktisch uneinholbaren Tordifferenz gegen den Verfolger Wuppertal SV durchzusetzen. Dieser gelang mit einem 1:0 dann auch denkbar knapp. Den offiziell 28.000 Zuschauern – andere Beobachter meinen, dass sich rund 34.000 Zutritt verschafft haben – war es egal.

Die Fans stürmten den Platz und feierten die Zweitligazugehörigkeit. Torsten Rudolph (25) vom Dynamo-Fanprojekt: „Da es ja nur zu 99,9 Prozent klar war, war es ein wenig zurückhaltender. Vielleicht wäre es schöner gewesen, wenn man ein Alles-

oder-nichts-Spiel gehabt hätte, bei dem es am Ende so oder so zum großen Knall kommt – das ist vom Emotionalen her eine Stufe besser.“

Immerhin erlebten die Fans somit einen zweiten Akt, dessen einziger dramaturgischer Höhepunkt darin bestand, beim Abpfiff eine zweistellige Niederlage – nur die hätte die Feierlichkeiten platzen lassen können – vermieden zu haben. „Er-



Foto: Dynamo-Fanprojekt

folgreich“, denn die Uerdinger siegten nur mit 1:0. 55 Busse waren unterwegs, um beim endgültigen Aufstieg dabei zu sein, sogar ein Flieger mit 300 Leuten war unterwegs – so was gab es bei keinem Spiel zu Bundesliga-Zeiten. Rund 9.000 Schwarz-Gelbe fanden so den Weg auf die Bühne Grotenburg.

Damit immerhin doppelt so viele, wie zum Hinspiel kamen, denn dieses fand vor der eher enttäuschenden Kulisse von 4.221 Fans statt – ein sicheres Indiz dafür, dass sich die Aufstiegsbegeisterung im Elbflorenz erst spät einstellte. „So sind sie halt die Dresdner Fans“, erklärt Rudolph, „aus vergangenen Tagen immer noch sehr erfolgsverwöhnt, aber wenn es dann mal läuft, sind sie alle da. Wenn wir in der nächsten Saison in Köln oder Frankfurt spielen und endlich mal die großen Stadien sehen, werden sicher ähnlich viele Dynamo-Fans unterwegs sein.“



Foto: Dynamo-Fanprojekt





Konfetti-Regen in Saarbrücken

Foto: 1. FCS Supporters Club

## Regionalliga Süd: Aufstieg „umsonst“

Unter allen Aufsteigern musste Rot-Weiß Erfurt am längsten auf die Rückkehr in die 2. Liga warten – 12 Jahre. Nur zwei Spielzeiten machte hingegen der 1. FC Saarbrücken Zwischenstation in der Regionalliga.

Das Steigerwaldstadion war erstmals seit 23 Jahren, als zum DDR-Oberligaspiel 28.000 gegen Dynamo Berlin erschienen, ausverkauft. Beachtlich, wenn man bedenkt, dass ein Jahr zuvor zum Saisonabschlussspiel gegen Neunkirchen nur noch 1.255 Fans kamen – die Jahre im Unterhaus und die lange Zeit nicht vorhandene Perspektive nach oben waren dafür verantwortlich. Doch das ist nun Geschichte.

Danilo Knieling (32) vom Erfurter Fan-Projekt freut sich: „Dass es in diesem Jahr so kommen würde, daran hat ja keiner geglaubt.“ Wohl nicht einmal die alte Vereinsführung. Die versprach vollmundig: „Das Geld für die Dauerkarte gibt es zurück, wenn wir die Saison auf Platz 1 oder 2 beenden.“ Momentan versuchen die Verantwortlichen, das leichtfertig gemachte Versprechen zu korrigieren: der Verein bittet Fans mit einer Dauerkarte, auf ihre Ansprüche zu verzichten und das Geld der Nachwuchsarbeit zukommen zu lassen. Als Dank gibt es zudem eine Ermäßigung auf die Dauerkarte der gerade anlaufenden Saison. „Sieht man mal von denen ab, die das Geld dringend benötigen, kommen fast alle der Bitte nach“, so Knieling.



Polizei mit Bekenntnis zum Verein

Foto: Ruge

Vierter Zweitliganeuling ist der 1. FC Saarbrücken, der einzige Last-Minute-Aufsteiger dieses Jahres. Der Spielplan bescherte dem FCS am letzten Spieltag ein „einfaches“ Heimspiel gegen Schweinfurt und 22.000 waren gekommen um zu erleben, was unter normalen Umständen in die Kategorie „Formsache“ eingestuft wird.

Das Drehbuch geriet jedoch ins Stokken: Kurz vor der Pause fiel das 0:1 und nachdem die Saarbrücker das Spiel schon gedreht hatten, zeitgleich Konkurrent Augsburg uneinholbar führte, musste der FCS-Keeper Peter Eich noch einen Elfer halten, um die Zweitligaträume zu erfüllen.



Jubel in Erfurt

Foto: Ruge

Was sich im Ludwigspark dann kurz vor dem Abpfiff abspielte, war ein klassischer Ablauf der letzten Momente vor dem Triumph: Als bereits Minuten vor dem Ende Hunderte ihren Platz auf die Laufbahn verlegt hatten, sorgte ein „falscher“ Pfiff für einen vorzeitigen Platzsturm. Nach zwei Minuten war der Platz wieder geräumt, nur damit sich das Schauspiel binnen Sekunden wiederholen konnte. Der FCS war aufgestiegen!

Der größte Teil der Aufstiegsparty wurde noch am gleichen Abend in der Stadt absolviert. Zur offiziellen Feier erschienen dann nur 1.500 Fans. Grund: Diese hatte man für den Montagmorgen, 11 Uhr anberaumt.

nur noch bedingt von einem sportlich fairen Wettbewerb gesprochen werden. So kommt es vor, dass die Amateur-Mannschaften von Spieltag zu Spieltag mit unterschiedlichen Mannschaften und daher auch unterschiedlicher Leistungsstärke auflaufen. Die Liste der Bundesliga-Spieler, die mal für ein oder zwei Begegnungen in der Regional- oder Oberliga zum Einsatz kamen, ist lang. Ob Sforza, Ricken, Herrlich, Scholl oder Nowotny - Pech hatten in der Regel die Vereine, gegen die diese Spieler aufgestellt wurden. „Für mich ist der Einsatz von Profis Wettbewerbsverzerrung. Dass Lincoln hier aufläuft, ist ein Skandal“, beschwerte sich Offenbachs Vizepräsident Thomas Kalt nach dem 2:2 seiner Kickers bei den Amateuren des 1. FC Kaiserslautern, die zu diesem Zeitpunkt auf dem letzten Platz der Tabelle standen. Ähnlich sieht es der Geschäftsführer des Süd-Ligisten TSG Hoffenheim Dag Heydecker: „Diese Liga ist doch mit dem Einsatz der Profis inzwischen zu einer Operetten-Liga verkommen.“

### „Amateure ohne Profis“

Auf Seiten des DFB wird das noch anders gesehen. Von einer „spielerischen Bereicherung“ durch die Zweitvertretungen spricht DFB-Vizepräsident Engelbert Nelle; DFB-Sprecher Harald Stenger nannte den Einsatz von jungen Profis eine sinnvolle Maßnahme, um die Spieler für die WM 2006 aufzubauen.

Wenig Zustimmung gibt es für diese Ansicht von Fans und Vereinsvertretern der anderen Mannschaften. Doch trotz großer Unzufriedenheit über die Amateurteams fanden bisher nur einmal koordinierte Aktionen statt. In der Saison 2002/03 starteten Nutzer verschiedener Internetforen die Initiative „Amateure ohne Profis“. Der Schwerpunkt lag dabei in Nordrhein-Westfalen. Auf einer Internetseite der Kampagne unterzeichneten mehr als 8.000 Fans eine Resolution gegen den Einsatz von Profispielern in den Amateurligen.

Zudem fanden Aktionen in den Stadien statt, unter anderem in Essen, Düsseldorf, Wuppertal und Osnabrück. An der Bremer Brücke entrollten die Fans vor dem Spiel gegen Borussia Dortmunds Amateure ein Transparent mit der Aufschrift „Tradition statt Amateure“. Dazu wurden Doppelhalter mit den Vereinslogos von Dynamo Dresden, RW Essen und dem VfL Osnabrück in die Höhe gehalten.

„Würden wir heute noch einmal so eine Kampagne organisieren, könnte deutlich mehr erreicht werden. Die Fans sind mittlerweile viel besser orga- ▶

nisiert, allein schon wegen der neu gegründeten Dachverbände“, erklärt Andreas Wirtz, einer der Mitbegründer der Aktion. Während in den Stadien Protestspruchbänder entrollt wurden, stieg auch das Interesse der Presse.

Es gab Berichte in verschiedenen Tageszeitungen und auch der WDR nahm das Thema auf. Für das ganz große Aufsehen sorgte die Kampagne zwar nicht, aber der DFB nahm trotzdem Notiz von den Aktionen. „In einem Gespräch wurde mir durch einen DFB-Vertreter zugesichert, dass nach einer Lösung gesucht werde, die Situation ab der Saison 2005/2006 zu verbessern. Insbesondere die Zeit zwischen einem Einsatz in beiden Mannschaften solle besser überwacht werden“, erinnert sich Wirtz.

**Noch mehr Amateure**

Knapp zwei Jahre nach den Protesten ist die Situation so schlecht wie nie zuvor. Die Zahl der Zweitvertretungen in der Regionalliga Nord ist seit 2001 von zwei auf sieben gestiegen. Und trotz aller Unzufriedenheit sind die Proteste abgeflaut. Viele Fans sind nur eine Zeit lang

aktiv gewesen. Hinzu kommt, dass sich die großen Fanszenen, die weitestgehend in der Ersten und Zweiten Bundesliga zuhause sind, dieses Themas nicht angenommen haben. Und auch bei Vereinen, denen der Aufstieg aus der Regionalliga gelingt, verschwindet das Thema schnell von der Tagesordnung. „Ein weiteres Problem lag darin, dass von den Vereinen so wenig kam. Viele haben Angst vor dem DFB und scheuen eine klare Aussage. Unterstützung von Vereinsseite bekommen wir in erster Linie aus Wuppertal, Essen und Dresden“, bemängelt Wirtz das fehlende Engagement.

In der Regionalliga Nord spielen in der kommenden Saison so viele Amateur-Teams wie nie zuvor. Mit Essen und Dresden gingen zwei Zuschauermagneten verloren, die durch den VfB Lübeck, Union Berlin, den VfL Osnabrück und Fortuna Düsseldorf ersetzt werden dürften. Die Südliga bleibt mit vier Amateur-teams unverändert, die zwei Teams mit dem höchsten Zuschauerschnitt haben die Liga verlassen, aus der Oberliga rückt lediglich Darmstadt nach. Die Zukunft der Regionalliga, in der ein Großteil der Vereine ums wirtschaftliche Überleben

kämpft, wird auch davon abhängen, ob eine Regelung hinsichtlich der Amateur-mannschaften gefunden wird. Noch immer hat die Liga ein bescheidenes Image, obwohl sich dort interessante Stadien und Fanszenen finden. Weitere warten in den Oberligen auf ihr Comeback, doch auch dort sitzen zahlreiche Amateur-Mannschaften in den Startlöchern.

Für Fußballfans bietet die Regionalliga ein paar mehr Freiräume, die in den Stadien der Ersten und Zweiten Bundesliga nicht zu finden sind. Das ist eine durchaus attraktive Option bei der Gestaltung eigener Aktionen. Dies liegt auch daran, dass die Vereine in dieser Liga deutlich mehr auf die Zusauhereinnahmen angewiesen sind, als es in höheren Klassen der Fall ist.

Viele Traditionklubs haben in den letzten Jahren nur aufgrund der Unterstützung ihrer Anhänger überleben können. St. Pauli, Essen und Union sind dabei nur einige von vielen. Ewig ist dieser Bonus jedoch nicht auszureizen. Mittlerweile belegen die Amateurclubs elf von 36 Plätzen in der Regionalliga. Die Gefahr besteht, dass den anderen irgendwann die Luft zum Atmen genommen wird. ■



**Eintracht Braunschweig** – Hannover 96 2:0 **Foto:** Primaten Braunschweig  
Für die BTSV-Fans war das Pokalspiel gegen Hannover der Höhepunkt der Saison und es wurde mit Material nicht gegeizt. Aus 5.000 Papptafeln, 2.500 Quadratmetern Folie und 150 Rollen Klebeband (Gesamtkosten: 5.000 Euro von denen 60% die Fans, 40% Sponsoren trugen) „zauberten“ die 40 Helfer eine Aktion über insgesamt drei Tribünen.



**Eintracht Braunschweig** – Hannover 96 2:0 **Foto:** Bultras  
Für die BTSV-Fans war das Pokalspiel gegen Hannover der Höhepunkt der Saison und es wurde mit Material nicht gegeizt. Aus 5.000 Papptafeln, 2.500 Quadratmetern Folie und 150 Rollen Klebeband (Gesamtkosten: 5.000 Euro von denen 60% die Fans, 40% Sponsoren trugen) „zauberten“ die 40 Helfer eine Aktion über insgesamt drei Tribünen.



**FC St. Pauli** – Chemnitzer FC 1:0 **Foto:** Krükemeier  
Am Millerntor ist seit jeher die Gegengerade die Bühne für Choreografien. Und durch ihre lang gezogene Bauweise bietet sie genug Platz, um die drei Prinzipien „Glaube, Liebe, Hoffnung“ durch Fähnchen, Papptafeln und eine Blockfahne auszudrücken. 25 Fans fanden sich hierfür an zwei Wochenenden zusammen.



**Preußen Münster** – Wattenscheid 09 1: **Foto:** Stadionwelt  
Um ihren Club vor dem Abstieg zu bewahren, appellierten Wattenscheids Fans per Blockfahne an den Einsatzwillen ihrer Spieler und ließen zur zweiten Halbzeit noch einmal 100.000 Pilskringel in die Luft gehen. Die Investition von 100 Euro und die Malarbeiten der acht Fans sollten allerdings nicht mehr entscheidend zu Rettung beitragen.



# Liga der Gegensätze

In der Oberliga begegnen sich ins Straucheln geratene Traditionsvereine mit gewachsener Fanszene und aufstrebende Dorfvereine mit wenigen hundert Zuschauern. Auch dabei: Gelangweilte Bundesligafans

Am Ende hat es einfach nicht gereicht. Trotz guter Saison und dem Titelgewinn in der Oberliga NOFV Süd blieb dem VFC Plauen der Aufstieg in die Regionalliga verwehrt. Der Gegner in den beiden Qualifikationsspielen schoss ein Tor mehr und freut sich stattdessen über den Aufstieg. Dieser Gegner waren die Amateure von Hertha BSC, die entscheidenden Tore erzielten mit Alexander Ludwig und Thorben Marx zwei Spieler, die auch im Bundesliga-Kader der Berliner zum Einsatz kommen. Der verpasste Aufstieg von Plauen ist ein Beispiel dafür, wie schwer es ist, den Aufstieg aus der Oberliga zu schaffen. Traditionsreiche Klubs wie Magdeburg oder Zwickau versuchen seit Jahren wieder hoch zu kommen, Wuppertal und Düsseldorf brauchten ebenfalls mehrere

Anläufe. In der Oberliga gibt es maximal einen Aufstiegsplatz, wird dieser verpasst, ist ein weiteres Jahr verloren. Das kann bei dem finanziellen Drahtseilakt, den die ambitionierten Vereine trotz kaum nennenswerter Fernsehgelder eingehen, bei Misserfolg fatale Konsequenzen haben. Immer wieder geht Mannschaften noch während der laufenden Saison die finanzielle Puste aus. Das liegt auch daran, dass die Oberligen nicht mehr in die Zuständigkeit von DFB und DFL gehören, sondern der Überwachung durch die Landesverbände obliegen. Dementsprechend geringer sind die Anforderungen zur Lizenzvergabe.

Ein weiterer Unterschied zur den ersten drei Ligen besteht darin, dass bundesweite Stadionverbote hier keine Gültigkeit mehr haben und viele Verstöße

nicht geahndet werden. Bisweilen gelten die Oberligen als Paradies für Freude des Einsatzes von Pyrotechnik. Daher nutzen Fans von Bundesliga-Mannschaften auch immer mal wieder einen Auftritt ihrer Zweitvertretung, um sich auf diesem Gebiet auszutoben und kiloweise Rauchpulver zu zünden. Und auch der unkommerzielle Anschein der Liga, in der es noch Kontakt zu den Spielern sowie selbstgebackenen Kuchen am Stadioneingang gibt, wird gerne als Abwechslung zum Bundesliga-Alltag genutzt. Die Unterstützung der „Zwoten“ hat seit Mitte der 90er Jahre deutlich zugenommen.

Doch während die „über die Dörfer“-Tour für viele Fans auf den ersten Blick noch lustig, möglicherweise gar kultig erscheinen mag, ist sie für die real Betroffenen oft bitterer Ernst. Leere Gästeblok-



**Carl Zeiss Jena** – 1. FC Magdeburg 2:0 **Foto:** Horda Azzuro  
Bedingt durch Stau, eine kurzfristige halbstündige Spielverlegung und einer somit fast menschenleeren Gegengerade kurz vor Anpfiff, verlegten die Jenenser das Intro kurzerhand um eine Halbzeit nach hinten. Die 170 gelben Sterne wurden danach spontan zu einem Sternschnuppenregen auf die Laufbahn umfunktioniert.



**SSV Ulm** – SSV Reutlingen 0:2 **Foto:** Supporters Ulm  
Die Idee zur sechs mal sechs Meter großen Blockfahne stand schon in der Winterpause, doch nach Spielausfällen ließ die Umsetzung der 150-Euro-Choreo bis kurz vor der Sommerpause auf sich warten. Das Motiv der Ulmer im Prestige-Duell: Die Waden eines SSV-Spielers, der das zerbrechende Reutlinger Wappen in den Boden stampt.



**Wormatia Worms** – TuS Koblenz 0:0 **Foto:** Supporter Worms  
Ursprünglich war für das Spiel gegen TuS Koblenz eine andere Choreografie geplant, doch bedingt durch Zeitmangel in der Vorbereitung entschieden sich die Supporter Worms für das „Recycling“ der Haupttribünen-Aktion aus dem Spiel gegen die Mainzer Amateure – 300 Euro, die sich doppelt bezahlt machten.



**1. FC Magdeburg** – Hallescher FC 4:1 **Foto:** Titgemeyer  
Tolle Choreo trotz kleiner Panne: zum 30. Jahrestag des Europapokalsiegs des FCM malten die Fans vier Blockfahnen, die sich zum Ankündigungspakat des Spieles zusammenfügten. Leider wurden diese nur für 30 Sekunden hochgehalten und die Schrift (der Liedtext von „Sieben Tränen muss ein Clubfan weinen“), konnten so nicht alle lesen.

ke und als Stehplatz verkaufte Grashügel tragen nicht gerade zur Attraktivität des Stadionbesuchs bei.

Vereine wie Mannheim oder Darmstadt konnten sich zwar auch in der Oberliga der Unterstützung ihres Anhangs sicher sein, trotzdem lässt sich das Schrumpfen der Fanszene auf lange Sicht nicht vermeiden. Ein, maximal zwei Jahre bietet die Oberliga vielleicht noch ein interessantes Betätigungsfeld, spätestens dann schwindet jedoch die Motivation, sofern sich nicht neue sportliche Perspektiven ergeben. Für die kleinen Vereine ist es hingegen der Höhepunkt der Saison, wenn die ehemals „Großen“ mit ihrer Anhängerschaft zu Besuch sind. Das ist dann in etwa mit Spielen aus der 1. DFB Pokal-Haupttrunde zu vergleichen, in der David auf Goliath trifft, nur dass die sportlichen Unterschiede hier längst nicht so groß sind, wie die Fans des vermeintlichen Goliaths es gerne hätten.

Im vergangenen Jahr mussten neun Vereine der Oberliga Nordrhein ihre Spiele gegen Fortuna Düsseldorf in ein anderes Stadion verlegen. Auch ein Indiz dafür, dass zwischen Regionalliga und Oberliga bisweilen Welten liegen. ■

## (K)ein Licht am Ende des Tunnels

Wer einen Abstieg in die Regionalliga bereits als Katastrophe empfindet, wird sich kaum vorstellen können, wie es ist, wenn der eigene Verein eines Tages in der Oberliga landet.

Doch es gibt viele Fans, die froh wären, wenn ihr Klub zumindest eines Tages *dorthin* zurückkehren würde. Vor allem wenn es Vereine sind, die mal deutlich höher gespielt haben und irgendwann, finanziell oder sportlich, auf die Verliererstraße abgelenkt sind.

In der vergangenen Saison traf es wieder einige Fanszenen, deren Klubs trotz traditionsreicher Vergangenheit, mittlerweile meilenweit von neuen Erfolgen entfernt sind. Der VfB Leipzig, immerhin Mitte der 90er noch in der ersten Bundesliga, musste noch vor Ablauf der Saison Insolvenz melden, wurde aus dem Vereinsregister gestrichen und startet im September als 1. FC Lokomotive Leipzig in der 3. Kreisklasse Leipzig. Dort trifft er unter anderem auf die 2. Mannschaft des FSV Großpösna und die

dritte Mannschaft des VfB Zwenkau 02. Für viele Fans stellt sich die Sinnfrage.

Der ehemalige Zweitligist VfB Oldenburg muss trotz engagierter Fanszene im nächsten Jahr in der Niedersachsen-Liga West antreten. Die Qualifikation für die Oberliga wurde verpasst.

Doch so bitter die sportliche Situation auch sein mag, so sehr man auch verzweifelt nach dem winzigsten Zeichen einer Perspektive sucht, gibt es doch immer wieder Beispiele, dass es irgendwann wieder aufwärts gehen kann. Im Januar 1998 war der traditionsreiche Regionalligist FC Hessen Kassel pleite. Es folgte die Einstellung des Spielbetriebs. Der neugegründete KSV Hessen Kassel startete in der kommenden Saison in der achten Liga und marschierte nonstop durch bis in die Oberliga, wo er zwei Mal in Folge den Aufstieg in Liga 3 knapp verpasste. Die Fans blieben treu. Rund 1.000 kamen selbst in der 7. Liga zu jedem Spiel, nun sind es durchschnittlich 2.500, höhere Zahlen keine Seltenheit.



Waldhof Mannheim – FC Nöttingen 0:2

Foto: Ultras Mannheim

Da die wenigen Gästefans, die nach Mannheim kommen, inzwischen auf der Tribüne untergebracht werden, ließ sich die komplette Kurve mit einer 60 mal 20 Meter großen Fahne behängen. Vier symbolische Bilder aus dem nun fünfjährigen Leben der Ultras Mannheim verschwanden bald im Rauch der an diesem Tag legal abgebrannten Bengalen.



Fortuna Düsseldorf – Rot-Weiß Essen 0:2

Foto: Stadionwelt

Fünf Sterne deluxe nicht nur für den Aufsteiger, sondern auch für deren Fans und ihre 96-mal-25-Meter-Fahne. Da sich in der Vorbereitung nur schwer so viel Platz finden lässt, wurde auch in der Wendestadion einer alten U-Bahn-Linie gemalt. Damit alle Fahnteile auch zueinander fanden, kamen 7 Kilometer Klebeband zum Einsatz.



FSV Zwickau – Carl Zeiss Jena 1:3

Foto: RADLiN

Einfallsreiche Choreografien müssen nicht teuer sein. Nachdem für rund 200 Euro 15 Rollen Tapeten, Farbe und Klebeband angeschafft wurden, gab es den „Kaot“, die Figur der Zwickauer Ultras „Red Kaos“, im Siebziger Jahre-Trikot als Blockfahne. Der Clou: er hält einen Schal, der mittels Plastikstangen in die Höhe gehalten wurde.



Darmstadt 98 – Borussia Fulda 3:1

Foto: lilienfans.de

Eine ähnliche Aktion hätte schon früher auf die Beine gestellt werden sollen, doch der Verein untersagte die Befestigung an der Dachkonstruktion. Das Verhältnis hat sich gebessert und heute werfen die Fans die Kordel über die Streben und zeigen, was man mit nur 15 Helfer und 150 Euro auf die Beine stellen kann.

# Zwischen Tristesse und Triumph

Der DFB-Pokal mag in den letzten Jahren insgesamt an Stellenwert verloren haben, doch vom Höhepunkt einer jeden Pokalsaison, dem Finale in Berlin, träumt jede Fanszene.

**F**inale - der Höhepunkt im Pokalwettbewerb, der so ganz nebenbei die Möglichkeit bietet, die eigenen Farben im großen Rahmen zu präsentieren. In der abgelaufenen Saison standen die Fans von Alemannia Aachen und Werder Bremen in dieser angenehmen Pflicht und kamen ihr mit Bravour nach. Beide Kurven präsentierten große Choreografien und läuteten so den letzten Akt der Saison ein.

Doch vom Glanz dieses Moments ist in den Monaten zuvor nur selten etwas zu spüren. Fast überall dort, wo man sich ausrechnet, eigentlich nur noch drei Siege vom internationalen Geschäft entfernt zu sein, herrscht in den Geschäftsstellen der Unmut darüber vor, dass sich wenig Geld verdienen lässt, dafür aber um so mehr Prestige auf dem Spiel steht. Das gleiche Bild auf den Rängen: Die letztjährige Achtelfinal-Begegnung zwischen Bayern München und dem Hamburger SV fand vor gerade einmal 8.000 Fans statt. Wobei festgestellt werden muss, dass dieses ein München-spezifisches Problem ist. Zu Pokalpielen von 1860 kommen selten mehr als 5.000 Unerschütterliche.

## Losglück

Dabei hat es die Glücksfee mit dem Pokalwettbewerb 2004/05 durchaus gut gemeint, denn attraktivere Paarungen als in der letzten Saison sind kaum denkbar. Schon in der ersten Runde gab es mit Offenbach gegen Frankfurt ein Spiel, das nicht gerade in die Kategorie „Provinz-Volksfest, Kantersieg, Hauptsache weiter“ passte. Und weiter ging es mit einer Vielzahl an regionalen Derbys: St. Pauli - Lübeck, Bremen - Wolfsburg, Bayern - Nürnberg, Mönchengladbach - Dortmund oder Braunschweig - Hannover. Wenn nur die Paarung stimmt, dann stimmt auch die Attraktivität des Pokals. Eintracht-Braunschweig-Fan Ingo Hagedorn (23): „Sehr genial war das! Als das 1:0 gegen Hannover fiel, war das genau so geil wie der Aufstieg. Ich erinnere mich aber auch an das Spiel gegen Reutlingen in der ersten Runde der Vorsaison, da kamen nur 7.000.“ Nun aber feierte der größte Teil unter den 23.000 den Sieg über den alten Rivalen und den Einzug ins Achtelfinale.

Und wie immer gilt: Je weiter man kommt, desto bitterer ist das Ausscheiden. Und es gilt weiterhin: Zwei von 64 bleiben davon verschont und dürfen innerhalb weniger Wochen aus der lästigen Pflichtaufgabe eine grenzenlose Euphorie wachsen lassen. Bei welchem Verein auch immer sich in der ersten Runde nur 200 Fans mit Landkarte auf dem Schoß Richtung Dorfplatz gequält haben, überlegt man sich im Frühjahr einen Verteilungsschlüssel, da die 17.500 Karten des Kontingents nicht ausreichen - das Interesse am Pokal stellt sich in Deutschland halt recht spät ein. Die die Regel bestätigende Ausnahme hieß in dieser Saison Alemannia Aachen. Half in der durch Elfmeterschießen überstandenen ersten Runde noch das Glück mit, so stand die Stadt spätestens seit dem Tag Kopf, an dem eine Kugel mit einem Schild mit dem Aufdruck „Bayern München“ unmittelbar nach einer mit dem Vermerk „Alemannia Aachen“ aus einem Glastopf gezogen wurde. Ein eigentlich trivialer Akt sollte das Grenzland zum Kochen bringen.

## Run auf die Karten

Eine Sensation später kam schließlich Borussia Mönchengladbach zum Tivoli und da es Karten nur für Mitglieder und Dauerkarteninhaber gab, gleichzeitig aber Rückrunden-Dauerkarten in den Verkauf kamen, profitierte Alemannia von 4.300 zusätzlichen Abos. Der Verein achtete dabei streng darauf, keine Karten an einfallsreiche Mönchengladbacher Fans zu verkaufen: „Es ist vorgekommen, dass Aachener aus der Gladbacher Gegend nach Hause geschickt wurden, während Gladbacher aus Eschweiler dann Dauerkarten hatten!“ verrät Alemannia-Fan Dieter Kluge (37).

Als der Außenseiter auch das Halbfinale gewann, röllte die Euphoriewelle umso stärker: auf der Geschäftsstelle mussten gar Aushilfskräfte beim Abwickeln der Kartenwünsche helfen und die Umsätze im Merchandising explodierten dank extra zum Finale produzierter Artikel. In der Jahresbilanz ist der Posten Fanartikel nun nicht mehr mit 40.000 Euro, sondern mit einer Million vermerkt. „Allein am Tag des Pokalendspiels haben wir für 80.000 Euro Artikel an den Fan gebracht“,



Braunschweig-Fans beim Pokalspiel gegen Hannover

Foto: Stadionwelt

wird Alemannia Vizepräsident Tim Hammer in der „Aachener Zeitung“ zitiert.

Dieter Kluge zur Euphoriewelle: „Früher konnte man in der Stadt ein anderes Auto mit Alemannia-Aachen-Aufkleber anheften, weil Du genau wusstest: ‚Den kennst Du‘. Heute hat das aber jedes dritte Auto und es gibt genug, die früher in Düren am Bahnhof auf Gleis 1 gestanden haben um nach Köln zu fahren und jetzt auf Gleis 2 stehen, um nach Aachen zu kommen.“ Damit nicht genug – es gibt weitere Beispiele. „Die selben Busunternehmen, die es vor Jahren generell abgelehnt haben, Alemannia-Fans zu fahren, haben jetzt von sich aus Reisen nach Berlin angeboten.“ Letztendlich waren es rund 20.000 Gelb-Schwarze, die mit den Bussen, in unzähligen PKW und mit zwei Sonderzügen die Reise antraten.

### Routinierte Begeisterung

Rund 300 Kilometer nördlich liefen in Bremen die Wochen vor dem großen Tag weitaus gelassener ab. Das Meisterschaftsrennen zog die Konzentration auf sich und es ist zudem auch schon das siebte Pokalendspiel in den letzten 15 Jahren. Es herrscht eine routinierte Begeisterung, welche man auch im Stadion spüren sollte. „Von der Stimmung her war es schon schlechter als bei früheren Endspielen, das liegt aber auch am allgemeinen Wandel des Publikums“, sagt Jens Jungbluth (25) von der Eastside Bremen. „Es ist aber immer ein Highlight. Auch wenn man es jedes Jahr spielen würde! Dieses Jahr war es von ganz besonderer Bedeutung. Immerhin konnten wir das erste Double der Vereinsgeschichte gewinnen.“

Insgesamt 25.000 Werderaner machten sich auf den Weg, um Zeuge dieses Ereignisses zu werden. „3:2“ prangerte beim Schlusspfiff auf der Anzeigentafel. Da lässt es sich auch verschmerzen, dass während des Spiels die Aachener akustisch die Oberhand behielten. Danach wurde gefeiert – auf beiden Seiten. Erwähnenswert: Es kam in Berlin zu keinen nennenswerten Problemen zwischen den Fangruppen. Ihre gute Laune wollten sich die Fans dann für den Rest des Wochenendes auch nicht nehmen lassen. 60.000 feierten in der Bremer Innenstadt den Cupgewinner – ungefähr so viele wie die Meisterschaft. In Aachen lief alles eine Nummer kleiner ab, wenn auch der Rathausplatz trotz miserablen Wetters mit 7.000 Fans bei der Party am Sonntag gut gefüllt war, und das, obwohl schon in der Vorwoche der Aufstieg verspielt worden war. Alex Küsters (21) von den Aktiven Alemanniafans: „Kein Grund zur Enttäuschung. Das war die beste Saison seit vielen Jahren. Die Begeisterung ist wieder da.“



Foto: Redmann

### „Eine geile Kurve für eine geile Mannschaft“

**Umsetzung:** Die Choreo wurde durch ein Gremium von 10 Leuten der „Aktiven Alemanniafans“ (AAF) geplant.  
**Kosten:** zunächst kalkuliert: 9.000 Euro, nach Spendenaktion beim Heimspiel gegen Osnabrück kamen zunächst 3.500 Euro zusammen, dazu Sachspenden wie Farben oder Klebebänder  
**Materialien:** Spruchband: 55 mal 3 Meter, 22.000 Papptafeln, 8 Schwenkfahnen, 18 Doppelhalter, 20.000 Info-Flyer  
**Vorbereitung:** Da keine ausreichenden Mittel zur Verfügung standen wurde umgeplant: Mehr Papptafeln, weniger Schwenkfahnen. Dazu Plastikfolie statt Stoff. Nach einem Fototermin wurde das Motto frühzeitig in

der Presse bekannt gegeben, dieses allerdings nicht mehr geändert.

**Bewertung:** „Wir hatten ja ohnehin schon die schlechtere Kurve, die mit dem Marathontor, zugeteilt bekommen und dann stand mitten in der Kurve auch noch ein Baukran, der das Bild getrübt hat. Zu allem Überfluss hat der DFB die Kinder, die kurz vor dem Anpfiff die Deutschland-Fahne auf den Rasen abbildeten, in unsere Blöcke gesetzt. Die waren dann natürlich zum Zeitpunkt der Choreo nicht da und so gab es im oberen Teil diese Lücke. Vom Gesamtbild waren wir allerdings schon begeistert.“

Alex Küsters, Aktive Alemanniafans



Foto: Redmann

### „Wir sind die Wand, die hinter Euch steht.“

**Umsetzung:** Eastside, Cercle D'amis, Ultra Boys, Ultra Team, Girls, System Steinlah  
**Kosten:** Keine Angaben  
**Materialien:** Blockfahne: 32 x 60 Meter, Spruchband: 70 x 3 Meter, 8.000 Papptafeln, 15.000 Info-Flyer  
**Vorbereitung:** Windböen und eine in den falschen Momenten anspringende Rasenbewässerung führten im Weserstadion zu einer relativ späten Fertigstellung  
**Bewertung:** „Dass man nicht alles gesehen hat, lag an der Sonneneinstrahlung und daran, dass ein Groß-

teil der Fans im schlechten Winkel zur Kurve saß. Aus der Luft hätte man sicher gesehen, wie die Mauer mit den Graffiti-Kürzeln der einzelnen Gruppen und die vier symbolischen Fan-Schattierungen gewirkt haben. Wir hatten ja große Sorge, dass es überhaupt nicht klappen würde, da Werder vor dem Stadion tausende grün-orange Fahnen verteilt hat. Die Leute sind aber den Hinweisen auf den Flyern gefolgt und haben sich an der Choreo beteiligt.“

Jens Jungbluth, Eastside 97

# Ein bewegtes Jahr

Österreichs Fans mussten in der vergangenen Saison an vielen Fronten für Ihre Interessen eintreten. Selten gab es ein Jahr, in dem so viel angeprangert und diskutiert wurde, in dem sich die Gemüter derart erhitzten.

**B**rennpunkt Klagenfurt: „Violet is the colour“ lautete die Aktion der Klagenfurter Ultras, den „Barra-kudas“, die sich nicht mit der gelben Spielkleidung des FC Kärnten (seit 1999 besteht dieser Name) anfreunden können und das traditionelle Violetts ihres Austria Klagenfurt zumindest für die Auswärtstrikots durchsetzen wollten. Da der gerade abgestiegene Verein vertraglich an einen Ausrüster gebunden ist, der bisher keine violetten Trikots führt und diese erst ab einer Menge von 1.500 Stück herstellen würde (die der FC Kärnten über Eigenverbrauch und Merchandising nicht einmal im abgelaufenen Erstligajahr erreichte), muss man diesen Wunsch zunächst vertagen.

**Brennpunkt Wien:** Als kolportiert wurde, dass der ehemalige FPÖ-Politiker, bekennende Austria-Fan und jetzige Bundesliga-Vorstand Peter Westenthaler in den Vorstand der Austria wechseln sollte, blieb der Fanblock beim letzten Saison-Spiel gegen den FC Kärnten anfangs leer, ein Transparent verkündete: „Kommt P.W., sagen wir adé.“ Fritz Duras (42) vom Fanclub „Austria 80“ erklärt: „Viele wollen ihn aufgrund seiner früheren politischen Tätigkeit nicht. Zudem soll er vom Mäzen Frank Stronach in das Amt gehievt werden und alles, was von dem kommt, stößt auf Ablehnung.“

**Brennpunkt Innsbruck:** Thomas Gassler (29) von den „Verrückten Köpfen“ fasst zusammen: „Wir hatten in den letzten 20 Jahren acht verschiedene Vereinsnamen, drei unterschiedliche Vereinsfarben und fünf Vereinslogowechsel.“ Die

Bestrebungen der Fans, den Club in den ursprünglichen Namen „Wacker Innsbruck“ umzubenennen, scheiterten in der Generalversammlung. „Vorstand, Politik, Wirtschaft und Verband wollen einen künstlichen ‚FC Wacker Tirol‘ durchsetzen, ein Zwitterprodukt mit einem Schuss Tradition und einer Brise wirtschaftlichen Denkens“, erklärt Gassler seine Bedenken gegenüber dem neuen Vereinsnamen.

Ansonsten bestimmte ein Messerwurf aus dem Block der Rapid-Wien-Anhänger auf den Torwart von Austria Salzburg die Schlagzeilen. „Das wurde in den Medien natürlich sehr hoch gekocht!“ bewertet Reinhard Krennhuber vom Fan-Magazin „Ballesterer fm“ die wirre Aktion eines Einzelnen. Die Konsequenzen tragen alle: Dauerkarteninhaber von Rapid werden ab der kommenden Saison eine Hausordnung unterschreiben müssen, in der sie unter anderem der Videoüberwachung zustimmen. Dabei waren es gerade die Fans von Rapid, die in der abgelaufenen Saison ihre Liebe zum Verein wiederentdeckt haben: 110% Prozent mehr Grün-Weiße als im Vorjahr passierten die Stadione, der Schnitt liegt nun bei 12.324.

Dass solche Zuschauermassen die Spiele von Sturm Graz sehen werden, ist in der kommenden Saison auszuschließen. Während viele Vereine in dem Bemühen, eine bessere Unterstützung aus der Kurve zu erhalten, ihre Jahreskartenpreise sogar gesenkt haben, greift Sturm Graz tief in die Taschen seiner Fans: 247 Euro soll das günstigste Abo für Vollzahler beim Tabellenvorletzten des Vorjahres kosten. Zum

Vergleich: 104 Euro sind es beim Meister und Stadtrivalen GAK für dieselben Plätze im selben Stadion. Und auch alle anderen Vereine der Liga bewegen sich in diesem Preisbereich. Inzwischen ist die Situation völlig eskaliert, das Verhältnis zwischen Vorstand und Fans ruiniert. Bei einem Gespräch am runden Tisch, das auf „Antenne Steiermark“ übertragen wurde, beschimpfte Clubvorsitzender Hannes Kartnig die Fan-Vertreter als „abnormale Menschen“, die er nicht brauchte, da sie ihm kein Geld brächten. Die Brigata Graz hat „endgültig die Nase voll, so dass wir beschlossen haben, darauf zu verzichten, Abos für die Saison 2004/05 zu kaufen“, heißt es in einer Erklärung der Gruppe, die nicht gänzlich den Spielen fernbleiben will. „Die optische und akustische Unterstützung wird jedoch bis auf weiteres ausbleiben, zumal diese ohnehin nicht gewünscht und schon gar nicht gewürdigt wird.“ Es bleibt das Fazit, dass viel Unruhe in der österreichischen Fanszene herrscht, dabei hat die gemeinsame Aktion „Die Kurve gehört uns!“ durchaus Erfolge zu verzeichnen: Der neue Inhaber der TV-Rechte, das Konsortium aus Premiere und Österreichs einzigem Privatsender ATV, wird darauf verzichten, zukünftig Spiele unter der Woche um 18 Uhr anpfeifen zu lassen. Es wird neue Themen geben. Krennhuber: „Es steht ja immer noch die ursprüngliche Forderung im Raum, die Einführung der so genannten ‚Bundesliga-Stewards‘ zu verhindern.“ Man befürchtet Schikanen von mit zu vielen Kompetenzen ausgestatteten Security-Diensten. ■ Maik Thesing



Fans von Sturm Graz protestieren gegen teure Abo-Preise

Foto: Grazer Sturmflut



Austria-Wien-Fans wehren sich gegen den neuen Vorstand

Foto: ballesterer FM





Fans des FC Aarau fordern das legalisierte Abrennen von Pyromaterialien

Foto: Affenkasten Tequilla Front

# Kampf gegen qualmende Kurven

## Fast bei jedem Spiel in der Schweiz brennen Fans Pyro-Materialien ab

Der lange Zeit als bieder geltende Schweizer Fußball - das Wort „Operettenliga“ war eine lange übliche Formulierung - hat einen enormen Attraktivitätszuwachs zu verzeichnen. Das verdeutlicht nicht zuletzt der Zuschauerschnitt: Kamen in der Saison 2000/01 in der Nationalliga A noch durchschnittlich 6.204 Zuschauer pro Spiel, so waren es im Jahr darauf schon 7.291. In der Saison 02/03 konnte der Schnitt auf 7.779 erhöht werden. Dann schließlich der enorme Sprung um insgesamt 16 Prozent in der abgelaufenen Saison: 9.025. Hierbei muss allerdings festgehalten werden, dass allein der FC Basel seinen Schnitt innerhalb von vier Jahren von 7.684 auf 27.886 steigern konnte und somit Auswirkungen für die gesamte Liga hatte.

Doch nicht nur die Menge, auch die Einstellung und der Support der Zuschauer sind eine andere geworden. „Die Szene entwickelte sich enorm. Es wurden die aufwändigsten Choreografien vorbereitet und durchgeführt. Zudem gibt es keine Gruppe mehr, die auf Pyrotechnik verzichtet. Die Leader in dieser Hinsicht sind sicherlich der FC Basel, der FC Zü-

rich, die Grasshoppers, FC Sion und St. Gallen,“ sagt Predrag Nikolic (25), der Herausgeber des vereinsunabhängigen Schweizer Fanzines „Dementia“. Thomas (22) von den Green Fires St. Gallen kann dies bestätigen: „Die Kontrollen und die Repressionen werden immer stärker, aber die Aktionen immer größer.“ Er zieht sein Fazit: „Aus Fansicht war es die beste Saison, die es in der Schweiz jemals gab.“ Silvan Keller (20) von der Blue Side Zürich: „Das Niveau aller Kurven hat sich erhöht, alle haben sich weiter entwickelt.“ Aber man muss auch feststellen: Inzwischen setzen die Fangruppen in nahezu jedem Spiel gefährliche Rauchtöpfe und bengalische Feuer ein.

### Die Liga schaltet sich ein

Was so manchen Fan freut, das ist den Sicherheitskräften, den Vereinen und der Swiss Football League natürlich ein Dorn im Auge. Deren Sicherheitsbeauftragter Rolf Suter (53): „Wir sind momentan in einer Umbruchphase“. Eine zwischenzeitlich auf Begehren der Vereine installierte Task Force wurde wieder aufgelöst, nachdem am 1.4.04 eine neu konstituierte Sicherheits- und Fankommission, bestehend aus Verbands-, Liga-, Polizei-, Fan- und Clubvertretern, ihre Tätigkeit aufgenommen hat. Man sucht neue Wege, das Problem in den Griff zu bekommen. Suter: „Momentan reagieren wir nur regressiv, aber wenig präventiv.“ Einzelpersonen und Vereinen drohen empfindliche Strafen. „Das

Abbrennen von Feuerwerk ist in den Stadien aufgrund des Sicherheitsreglements der Liga generell verboten. Zudem sind die sogenannten Bengalischen Fackeln dem schweizerischen Sprengstoffgesetz unterstellt. Werden in den Stadien durch die Sicherheitsdelegierten Verstöße gegen das Sicherheitsreglement festgestellt, werden die Klubs bestraft. Die Bußgelder werden im Wiederholungsfall immer höher. Es sind Strafen bis zu 100.000 Franken pro Fall möglich.“

### Strafen sind keine Abschreckung

Die Abschreckung wirkt bei den Fans nicht: „Oft gibt es aber überhaupt keine Konsequenzen. Oder sie werden nicht offengelegt,“ so Thomas aus St. Gallen „wir haben zumindest noch nie eine Rechnung gesehen.“ Hiermit spricht er die bisherige Regelung an, die vorsah, nur den gastgebenden Verein mit Strafen zu belegen - Auswärtsfans mag das wie eine Einladung zum Fehlverhalten vorkommen. Die UEFA sieht in solchen Fällen allerdings das Prinzip der Kausalhaftung vor. Soll heißen: es werden jene Vereine sanktioniert, deren Fans als Verursacher auftreten. Nur allzu logisch, dass sich diejenigen Vereine wehren, die vermuten, hiervon stärker als andere betroffen zu sein.

Suter schildert die Maßnahmen, mit denen gegen die anhaltend stark qualmenden Kurven angegangen wird: „Aufgrund der Videoüberwachung in den Stadien werden immer häufiger die Urheber überführt, und die Klubs wälzen Bußen auf die fehlbaren Personen ab. Stadionverbote, welche durch die Liga auf alle Schweizer Stadien ausgedehnt werden können, sind eine zusätzliche Maßnahme.“ ■ Maik Thesing



Es geht auch ohne Pyro - Fans des FC St. Gallen

Foto: Green Fires GG



Eröffnungsfeier in Porto - eine Choreografie, die das gesamte Stadion mit einbezog

Foto: Stadionwelt

# Gastgeber Portugal verzauberte die Fußball-Welt

**Der letzte Pfiff der 12. Fußball-Europameisterschaft hatte weitreichende Folgen: Während in Griechenland rund zwei Monate vor Beginn der Olympischen Spiele blau-weiße Jubelfeierlichkeiten einsetzten, weinten die Portugiesen Tränen der Enttäuschung. Doch auch ohne den Titelgewinn im eigenen Land kann sich Portugal als Sieger fühlen, denn die EURO 2004 bleibt in den Köpfen der Fans hängen als rundum gelungenes Turnier.**

Neben tollen Spielen, guter Stimmung und schönen Stadien haben in erster Linie die Gastfreundschaft und die Begeisterung der Portugiesen zu diesem Gesamtbild beigetragen. Die Fußballstimmung war im ganzen Land an jeder Ecke spürbar. Portugal schmückte nahezu alles, seine Straße und Gassen, seine Wäscheleinen und Hunde in den Farben rot und Grün. Schals und Fahnen wehten aus den Fenstern, zierten Kneipen und Restaurants.

Spätestens nach dem Vorrundensieg gegen Spanien und dem damit verbundenen Erreichen des Viertelfinales konnte die Euphorie keine Grenzen mehr. Die Autokorsos vor und nach den Spielen

entwickelten sich zum Spektakel für Einheimische und Zugereiste, Zehntausende Portugiesen standen dabei am Straßenrand und feierten sich, ihre Mannschaft und die EM im Allgemeinen.

Und auch vor den Fans aus den anderen Ländern machte die Begeisterung keinen Halt. Im Hafenviertel von Porto standen Fans aus Dänemark, Schweden und Deutschland stundenlang miteinander im Stimmungs-Wettstreit, um am Ende doch gemeinsam Portugal zu besingen. Auch Engländer und Holländer trugen neben den eigenen Farben oftmals einen grün-roten Schal. Der Grund hierfür lag in dem herzlichen Empfang, den die Anhänger der teilnehmenden Mannschaften

in Portugal erlebten. Zu jeder Zeit hatten sie das Gefühl hatten, als Gäste willkommen zu sein. Sowohl die zurückhaltende, auf Deeskalation ausgerichtete Polizeitaktik, als auch die Rahmenbedingungen mit Videoleinwänden und zentralen Anlaufstellen entsprachen den Fan-Interessen. Unabhängig vom Abschneiden der eigenen Mannschaft erinnern sich die Fans gerne an Portugal 2004. „Die Europameisterschaft war das beste Turnier, das ich je erlebt habe“, resümiert Dirk Mansen, Fancoach-Koordinator des DFB, der bereits acht Welt- oder Europameisterschaften live vor Ort miterlebt hat. „Portugal war klasse und eine EM für die Fans“, so Mansen.



Der Schlusspfiff versetzte ganz Griechenland in einen Freudentaum

Foto: Stadionwelt

Äußerst positiv verlief das Miteinander der verschiedenen Fangruppen. Es gab keinerlei nennenswerte Auseinandersetzungen, und das, obwohl sich fast alle Fans regelmäßig begegneten. Selbst beim Spiel zwischen Deutschland und Holland war die Stimmung ausgelassen, nicht angespannt. Anhänger aus den verschiedensten Ländern feierten gemeinsam bis in die Morgenstunden. Die komplette Stadt war dabei in der Hand von Fußballfans. Es blieb friedlich und es kam lediglich zu ein paar verbalen Sticheleien, die aber eher dem gewohnten Fußballalltag entsprachen.

### Immer wieder England

Als zahlenmäßig dominierende Fangruppe während der EM zeigten sich neben den Gastgebern wie erwartet die Engländer. Mehr als 50.000 waren zu den Spielen nach Portugal gereist. In einer Internet-Umfrage von Stadionwelt, an der 4.556 User teilnahmen, belegten sie in der Rubrik „Beste Fans“ den ersten Platz vor Deutschland und Schweden.

Selbst an spielfreien Tagen bestimmten die Engländer vielerorts das Straßenbild. Die meisten von ihnen hatten die Reise mit einem Kurzurlaub verbunden, versammelten sich vor Bars und auf öffentlichen Plätzen. Leicht nachvollziehbar, dass die portugiesischen Wirte nach dem

Ausscheiden der Engländer im Viertelfinale Umsatzeinbrüche beklagten.

In den Stadien blieben die englischen Fans aber weiter stark vertreten, da viele sich ihre Karten bereits im Vorfeld der EM gekauft hatten. Als die portugiesischen Zuschauer in einer stimmungslosen Phase des Viertelfinales zwischen Griechenland und Frankreich damit begonnen hatten, Portugal-Gesänge anzustimmen, schallten als Antwort lautstarke England-Rufe durch das Stadion.

Und auch viele deutsche Fans nahmen das Ausscheiden der eigenen Mannschaft nicht zum Anlass, die Heimreise anzutreten. Als sicheres Indiz hierfür erwiesen sich die Zaunfahnen, die bis zum Finale bei jedem Spiel auf den Rängen zu erkennen waren. Der EM-Titel im Fahnen-Support gebührt sicherlich dem deutschen Anhang, auch wenn die mehr als 60 deutsche Fahnen beim Spiel zwischen Italien und Bulgarien auf einen ausgeprägten Hang zur Selbstdarstellung schließen lassen. Dass die deutsche Mannschaft bereits nach der Vorrunde die Koffer packen musste, lag also mit Sicherheit nicht an fehlender Unterstützung. „Bis zu 30.000 kamen zu den Spielen nach Portugal, so etwas habe ich zuletzt 1990 in Mailand erlebt“, zeigte sich Dirk Mansen zufrieden mit dem Auftritt der deutschen Fans. Dementsprechend entwickelte sich die Stimmung deutlich besser, als man

sie von vielen Länderspielen gewöhnt ist. Ein Grund mag darin liegen, dass die entspannte Situation auf dem Schwarzmarkt vielen Fußballfans den Kauf von Eintrittskarten ermöglichte. „Der Anteil an Event-Publikum, also an Leuten, die selten ins Fußballstadion gehen und sich dann nur Großereignisse aussuchen, war deutlich geringer als bei den zurückliegenden Turnieren“, liefert Michael Gabriel von der Koordinationsstelle Fanprojekte (KOS) einen Erklärungsansatz.

### Mit Liga-Spielen nicht vergleichbar

Die Stimmung entwickelte sich zwar oft abhängig vom Spielverlauf, insgesamt wurde aber untypisch stark mitgefiebert. Die Anfeuerungsrufe entfachten sich dabei immer wieder an ganz anderen Stellen im Stadion. Trotz zahlenmäßiger Unterlegenheit konnte selbst das Duell gegen Holland zumindest auf den Rängen für sich entschieden werden.

In der Gesamtsicht war die Stimmung bei den Spielen dieser EM gut, jedoch zum Teil sehr wechselhaft. Wieder einmal hat sich gezeigt, dass die Atmosphäre bei Länderspielen eine grundsätzlich andere ist, als bei Spielen von Vereinsmannschaften mit gewachsener Fanszene. Die Bandbreite der Gesänge war dementsprechend auch nicht so groß, wie man es beispielsweise aus der Bun- ▶

desliga gewöhnt ist. Hinzu kommt, dass diejenigen, die ins Stadion fahren, um die Mannschaft lautstark zu unterstützen, aufgrund der Schwierigkeiten beim Kartenverkauf und nummerierter Plätze oft im ganzen Stadion verteilt saßen.

Im Gegensatz zur Stimmung fehlte bei der EM die optische Unterstützung von den Rängen. Zwar gab es beeindruckende Bilder, für die beispielsweise die Holländer oder die Schweden sorgten, indem sie die Tribünen durch ihre Kleidung fast komplett orange oder gelb einfärbten. Choreografien blieben hingegen ebenso wie Fahnen und Doppelhalter verboten, auch wenn man hin und wieder das eine oder andere Exemplar auf den Rängen entdecken konnte. Übrig blieben einige mehr oder weniger spektakuläre Blockfahnen, bei denen die kroatische aufgrund ihrer Größe herausragte.

### Karotten auf dem Kopf

Es gab jedoch eine andere optische Entwicklung zu beobachten, nämlich den Maskenball, den die Fans rund um die Spiele veranstalteten. Nachdem es bei Holländern schon seit Jahren Tradition ist, sich für die Spiele anzumalen, zu verkleiden und durch besonders skurrile Kostüme aufzufallen, ist dieser Trend nun auch bei den Anhängern anderer Nationen angekommen. Oranje-Anhänger, die mit Eiffeltürmen, Karotten oder Blumentöpfen auf dem Kopf in Stadion kommen, beeindruckt längst nicht mehr. Als Schlümpfe verkleidete Franzosen, zu Halbgöttern gestylte Griechen und deutsche Fans mit schwarz-rot-goldenen Plastik-Irokesen oder bemalten Papiertüten als Kopfbedeckung sind jedoch bisher nicht alltäglich gewesen.

„Sehen und gesehen werden“ lautete vielfach das Motto, sowohl auf dem Weg ins Stadion als auch auf den Rängen. Unterstützt wurde diese Entwicklung von Fotografen und Kameraleuten, die bunte und schrille Bilder in die Zeitungen und auf die Bildschirme transportierten. Besonders beliebtes Zielobjekt waren dabei Frauen, die, knapp bekleidet, immer wieder ein beliebtes Motiv waren.

Die Fans bildeten bei dieser Europameisterschaft mehr denn je den bunten Rahmen eines Großereignisses, denn sowohl vor als auch nach den Spielen wurden sie immer wieder von der Fernsehregie in Programm genommen. So gelang es, das Bild einer friedlich-fröhlichen EM zu zeichnen. Doch nicht alles kam dabei auch bei den Fans gut an. Dass sich erwachsene Menschen, die sich im Moment zuvor noch völlig normal verhielten, beim Erscheinen eines Kamerateams völlig ausflippten, zog vielfach Verach-



Schwedischer Fanblock



Unterstützung in der Bevölkerung



Portugiesische Schalparade bei der Nationalhymne

Fotos: Stadionwelt



Dänen in Braga



Englische Invasion auf dem Campingplatz



Wo das Oranje-Team spielte, färbte sich das Stadtbild orange

Fotos: Stadionwelt

## Harmonie im Urlaubsland

Gewalt war kein Problem in Portugal, stattdessen erlebten die Fans eine friedliche Europameisterschaft. Veranstalter und Polizei setzten auf Deeskalation und hatten damit Erfolg.

Bunte, stimmungsvolle und fröhliche Bilder begleiteten den Auftritt der europäischen Fußballfans in Portugal. Bei zugleich überwältigender Gastfreundschaft und sommerlichen Temperaturen standen vier Wochen lang der Fußball und die damit einhergehende Party im Mittelpunkt. „Es war ein absolut friedliches Turnier, beim dem sich die Fans willkommen fühlten und miteinander feierten. Die Polizei verfolgte dabei ein wohltuend zurückhaltendes Einsatzkonzept“, zieht der Hamburger Dirk Mansen eine positive Bilanz der Euro 2004. Als Koordinator der Fan-Coaches, die der DFB in Portugal einsetzte, diente er den Fans vor Ort als Ansprechpartner.

### Gewöhnliche Kneipenschlägereien

Ein Fazit, das der allgemeinen Einschätzung entspricht. Die Zahl der im Zusammenhang mit Randalen festgenommenen Personen liegt bei unter 100, davon ein Großteil in den Ferienorten an der Algarve, in denen angetrunkene Touristen auch ohne Fußball-EM Jahr für Jahr Gründe für Schlägereien suchen und finden. Die befürchteten Krawalle dieser Europameisterschaft beschränkten sich auf ein paar Kneipenschlägereien, die fernab der Spielorte stattfanden.

Gerade mal fünf deutsche Fußballfans fanden im Anschluss an eine Auseinandersetzung im Polizeigewahrsam wieder, die englischen Fans verhielten sich ebenfalls friedlich. „Wir hatten noch nie so wenige Probleme. Rund um die Spiele kam es lediglich zu einer Festnahme“, berichtet Kevin Miles von der Football Supporters Federation (FSF), in Portugal auf englischer Seite als Fanbetreuer im Einsatz. Bei mehr als 50.000 englischen Fans, die die Spielorte bevölkerten, ein durchaus beachtliches Ergebnis. „Anfangs stürzte sich die Presse auf die Probleme in den Ferienorten, später wurde jedoch sachlicher über die Ereignisse berichtet. Die meisten

Festgenommenen kamen wieder frei, weil nichts gegen sie vorlag“, urteilt Miles über die Berichte von vermeintlichen Straßenschlachten an der Algarve. Der englischen Verband und die englische Polizei sahen ebenfalls keinen Zusammenhang zwischen den Vorfällen in den Touristengebieten und der EM. „Wie heiß die Medien auf vermeintliche Hooligan-Bilder sind, wurde mir bei meiner Arbeit in Portugal bewusst“, berichtet

Die Krawalle blieben aus, obwohl im Vorfeld mitunter ganz andere Szenarios gezeichnet wurden. Zwar nicht vergleichbar mit ähnlichen Veranstaltungen, aber doch im erheblichen Umfang, prägten mögliche Ausschreitungen von Hooligan-Gruppen die Berichterstattung, Ausreiseverbote für englische und deutsche Fans sorgten für Schlagzeilen. Vor der EM hatten die deutschen Länderpolizeien 2.205 Gefährder-



Von der Öffentlichkeit kaum bemerkt, stand die EM unter ständiger Überwachung

Foto: Stadionwelt

Heiko Schlesselmann, der im Rahmen eines UEFA-Projekts die Situation beobachtete und ergänzt: „Bei noch so kleinen Provokationen waren plötzlich zehn Kameras da.“

### Interne Problemlösung

Ganz anders verhielt sich die Polizei, die im Hintergrund blieb und nur in Ausnahmefällen einschritt. „Selbst bei kritischen Situationen hat die Polizei sehr lange abgewartet und erst einmal Zeit zur Selbstregulierung gelassen. Dadurch beruhigte sich die Situation wieder und die Probleme konnten intern gelöst werden“, zeigt sich Thomas Schneider von der Koordinationsstelle Fanprojekte mit dem Einsatzkonzept zufrieden. „Die Deeskalations-Strategie ist in Portugal voll aufgegangen“, lautet das Fazit seines Kollegen Michael Gabriel.

ansprachen durchgeführt, 175 Meldeaufträge erteilt, sowie bei 152 Personen den Pass eingezogen oder dessen Nutzung eingeschränkt.

Trotz dieser Maßnahmen waren in Portugal mehrere hundert deutsche Hooligans vor Ort, verhielten sich jedoch friedlich. „Bei dieser EM stand die Wohlfühlatmosphäre im Vordergrund“, so Schneider. Entscheidenden Anteil an diesem Klima hatte die Polizei, deren Hundertschaften sich aus dem Straßenbild fern und in Parkhäusern und Hinterhöfen versteckt hielten. Ob das Konzept in dieser Form auch auf andere Veranstaltungen übertragbar ist, wird noch zu untersuchen sein. Der Beweis, dass es auch anders geht, als beispielsweise bei der Europameisterschaft im Jahr 2000 in Belgien, wurde in Portugal zumindest erbracht.



Die Polizei hielt sich im Hintergrund



Über den Straßen lag eine friedliche Stimmung

Fotos: Stadionwelt

## Freie Plätze in ausverkauften Stadien

Die Euro 2004 zeigte sich in vielen Punkten richtungweisend für künftige Großveranstaltungen. Aus Fansicht war sie ein fast ideales Turnier, doch in einem Punkt besteht dringender Handlungsbedarf: Das System des Kartenverkaufs offenbarte deutliche Schwächen.

Ein Hauptproblem bei Welt- und Europameisterschaften besteht darin, dass die Nachfrage nach Eintrittskarten das Angebot oft um ein vielfaches übersteigt. Ob ein Fan die Spiele seiner Mannschaft sehen kann, ist mitunter Glückssache. Bei der zurückliegenden EM erhielten die Nationalverbände für jedes ihrer Spiele 20 Prozent der zur Verfügung stehenden Karten. Da diese Anzahl bei vielen Ländern natürlich nicht ausreichte, wurden unterschiedliche Wege gesucht, die Karten zu verkaufen. Der DFB entschied sich für ein Losverfahren, was zwar noch immer die fairste Lösung ist, logischerweise aber für die meisten Fans eine Absage zur Folge hatte. So standen bereits Monate vor Turnierbeginn die Zeichen auf „ausverkauft“, sowohl bei den Spielen der deutschen Mannschaft, als auch bei den meisten anderen Partien. Was das bedeutet, konnte man bei der EM 2000 sowie bei der WM 1998 erleben: Organisierte Schwarzhändler-Gruppen verlangten oft horrende Preise; nur wer das Glück hatte, auf einen privaten Verkäufer zu treffen, musste nicht allzu tief in die Tasche greifen.

Ähnliche Befürchtungen gab es auch für Portugal, doch wenige Wochen vor Turnierbeginn kamen auf der offiziellen Homepage der UEFA plötzlich wieder Karten für eine ganze Reihe von Spielen in den freien Verkauf, darunter auch die der deutschen Mannschaft. Bei Internetauktionen zeichnete sich zudem eine geringe Nachfrage ab, Karten wechselten hier bisweilen unter dem Nennwert den Besitzer. Wer bei Großveranstaltungen bereits Erfahrung mit der Situation auf dem Schwarzmarkt gesammelt hatte,

prognostizierte gute Chance, vor Ort noch in den Besitz von Tickets zu kommen.

### Karten unter Wert

Diese Erwartungen bestätigten sich dann auch: Auf dem Schwarzmarkt herrschte wenig Druck, Karten gab es bis auf wenige Ausnahmen – allen voran die England-Spiele – fast an jeder Ecke. Wer die nötige Verhandlungsruhe hatte, konnte Tickets oftmals unter dem offiziellen Preis erwerben, manchmal sogar für weniger als 10 Euro. Auf diesem Wege kamen viele Fans, die bei der Kartenvergabe kein Glück gehabt hatten, doch noch in den Genuss, bei der EM live dabei sein zu können. Die organisierten Schwarzhändler hatten sich verkalkuliert, Kasse machen konnten sie nur in Ausnahmefällen. Beim Finale lag der Preis für ein Ticket kurz nach dem Anpfiff noch immer bei 400 Euro – möglicherweise der Versuch, am letzten Tag bislang entgangenen Profit zu erzielen. Auffällig war, dass viele während der EM auf dem Schwarzmarkt angebotene Karten bereits regulär einen Kaufpreis von 100 Euro hatten. Ein Betrag, den viele Fußballfans nicht zu zahlen bereit waren.

Darin, dass auf dem Schwarzmarkt nicht alle Tickets verkauft wurden, bestand ein Grund, warum in den Stadien viele Plätze frei blieben. Noch deutlicher machte sich bemerkbar, dass einige Verbände offensichtlich nicht alle Karten, die sie von der UEFA erhalten hatten, auch tatsächlich verkaufen konnten. Bei einigen Spielen gab es gerade in den als Fanblock vorgesehenen Bereichen riesige Lücken, wie beispielsweise bei Auftritten der russischen oder italienischen Mannschaft.

Leere Plätze gab es auch beim Spiel zwischen Kroatien und England. Da die Kroaten nicht für alle Tickets Abnehmer fanden, kaufte der englische Verband die an die UEFA zurück gegebenen Karten auf und ließ sie verfallen. Somit sollte verhindert werden, dass englische Fans in den Besitz dieser Karten gelangten und anschließend mit den Kroaten in einem Block sitzen konnten.

### Weniger Tickets für Verbände

Die oftmals leeren Ränge bei eigentlich ausverkauften Spielen sorgten nicht nur für Ärger bei den Fans, sondern auch auf offizieller Seite. Als Konsequenz denkt die UEFA nun darüber nach, die Kontingente der Verbände künftig zu reduzieren. Die Folgen für Anhänger aus den reisefreudigen Nationen, wie beispielsweise England, Holland, oder Deutschland, sind offensichtlich: Da noch weniger Karten für die Spiele des eigenen Teams über die Vertriebswege des nationalen Verbands gehen, müssen die der UEFA genutzt werden. Dabei stehen die Fans in Konkurrenz zu international agierenden Schwarzhändler-Gruppen. Die Fanbetreuer der Koordinationsstelle und die Fanbeauftragten lehnen den Vorschlag daher ab.

Das System der Ticketvergabe offenbarte in den vergangenen Wochen jedoch eine weitere Krux: So beginnt der Vorverkauf für die Spiele lange bevor die genauen Paarungen feststehen. So ist nicht nur die Ungewissheit über die beteiligten Mannschaften gegeben. Wer kann darüber hinaus ein Jahr vor einem solchen Turnier schon sagen, was zum gewünschten Termin beruflich oder privat ansteht? Notgedrungen müssen die teuren Karten auf Verdacht bestellt werden. Für den Fall, dass jemand aus dem Freundeskreis kurzfristig nicht zum Spiel fahren kann, gab es in Portugal lediglich eine legale Lösung, nämlich die Karte verfallen zu lassen. Kurz vor der Euro hatte das Gastgeberland ein Gesetz erlassen, das den Schwarzhandel unter Strafe stellte. Rund 60 Personen verhaftete die Polizei in diesem Zusammenhang. Es traf oft diejenigen, die lediglich eine überzählige Karten verkaufen wollten, darunter mindestens sieben deutsche Fans. Portugiesische Polizisten in zivil sprachen die Personen vor dem Stadion an, bekundeten Interesse an den Tickets und nahmen die Verkäufer im Moment der vermeintlichen Zahlung fest. „Im Vorfeld der EM sicherten uns hochrangige Sicherheitsvertreter immer wieder zu, dass gegen die sogenannten persönlichen Verkäufer nicht vorgegangen werden solle. Ziel sei es, rigoros gegen organisierte Banden



Offiziell wurden 97,1 % der Karten verkauft. Bei vielen Spielen gab es jedoch riesige Lücken auf den Zuschauerhängen, wie hier beim Halbfinale zwischen Tschechien und Griechenland.

Foto: Stadionwelt



Check-in zur EM

Foto: Stadionwelt

und die Ticketmafia vorzugehen“, berichtet Thomas Schneider von KOS. In vielen Fällen sah es anders aus, es folgte, war ein regelrechter Albtraum für die Betroffenen. „Die Fans kamen bei schlechter Versorgung für eine Nacht in Polizeigewahrsam. Mit Hilfe eines Bechers mussten sie sich Wasser zum Trinken aus der Klospülung holen“, schildert Schneider die Vorgänge. „Am nächsten Morgen kam es zu den Verhandlungen, in denen die Fans Geldstrafen bis zu 1.000 Euro sowie ein Stadionverbot für ein Jahr erhielten. Die Tickets für die kommenden Spiele und das mitgeführte Bargeld wurden einbehalten. Insgesamt neun verschiedene Stellen, darunter Interpol, erhielten zudem die Fingerabdrücke der Verhafteten“, so Schneider.

Entgegen gesetzlichen Vorschriften bekamen die Beschuldigten lediglich englischsprachige Dolmetscher gestellt. Doch trotz möglicher Verfahrensfehler sind die Chancen auf eine Revision gering, da sie am Ende der Verhandlungen quasi Schuldgeständnisse unterschrieben haben. „Die Leute waren fix und fertig und mit den Nerven am Ende. Keiner von ihnen befand sich zuvor in einer ähnlichen Situation. Alle wollten nur noch raus“, urteilt Schneider, der gemeinsam mit seinen Kollegen vor Ort mit der Betreuung der Betroffenen begonnen hatte. Zudem erhielten die Fans Unterstützung vom DFB und der deutschen Botschaft.

Um weitere Verhaftungen zu verhindern, startete eine Karten-Tausch-Börse. Am Stand der Fanprojekte lagen Listen aus, in die Fans ihre überschüssigen Karten sowie ihre Handy-Nummer eintragen konnten. Bedingung dabei war, die Karten nicht teurer als den Nennwert zu verkaufen. Dieses Angebot fand reichlichen Zulauf, war jedoch streng genommen nicht legal.

Für die Zukunft müssen Wege gefunden werden, wie nicht benötigte Eintrittskarten ohne gegen geltendes Recht zu verstoßen, den Besitzer wechseln können. Vielleicht ist bereits eine Lösung absehbar, denn Franz Beckenbauer verkündete im Hinblick auf die WM 2006 Tickerückgabestellen.

tung und Spott der Umstehenden nach sich. Diskussionen entbrannten auch an der Frage, inwiefern es in Ordnung sei, die Spiele für die Darstellung der eigenen Fahne zu nutzen. Als Paradebeispiel der Kritiker dienten die englischen Fans, deren einheitliches Stadionbild, mit hunderten von England-Fahnen einen hohen Wiedererkennungswert hat.

Eine überraschend positive Verabschiedung erlebte die deutsche Mannschaft nach dem zweiten Vorrunden-Aus binnen vier Jahren. Wenn auch die spielerischen Mittel nicht ausgereicht hatten, so fand die kämpferische Leistung durchaus Anerkennung von den Rängen. Als die Spieler nach dem Tschechien-Spiel noch einmal aus den Kabinen kamen, applaudierten die Fans. Zwei Jahre vor der WM im eigenen Land ein durchaus versöhnliches Fazit.

Eine rundum positive Bilanz ihrer Arbeit zogen die Mitarbeiter der Koordinationsstelle Fanprojekte (KOS), die mit elf Mitarbeitern vor Ort war. Zu den Spielen der deutschen Nationalmannschaft waren die Fanbetreuer mit einem Fanmobil an einem zentralen Punkt in der Stadt präsent. Der KOS-Stand diente den Fans als Anlaufstelle für Informationen, im Falle von Problemen und als Treffpunkt. Mehr als 15.000 Mitgereiste machten davon Gebrauch. Die Service-Nummer der KOS, die während der EM rund um die Uhr erreichbar war, wurde etwa 1.000 Mal kontaktiert.

Der Erfolg der Fanprojekte lag unter anderem an der gelungenen Kooperation mit den portugiesischen Behörden. „Die Aufenthaltsbedingungen waren noch nie so gut wie bei dieser Europameisterschaft“, erklärt Michael Gabriel von der KOS. „Mit viel Engagement haben die Portugiesen unsere Arbeit unterstützt und die Fanbotschaften in allen Städten willkommen geheißen.“

Eine besondere Anerkennung erhielten die Fanbetreuer nach einer Woche. Denn nachdem sie die mitgebrachte Streetkick-Anlage aus Sicherheitsbedenken anfangs nicht in der Innenstadt aufstellen durften, kam nach der ersten Turnierwoche die Genehmigung. „Die Polizei hat uns

mitgeteilt, dass einem zentralen Standort aufgrund der positiven Arbeit der Projekte nichts mehr entgegen stünde – und ist somit von ihrer ursprünglichen Meinung abgerückt. Dadurch standen beim letzten Spiel die deutsche und die tschechische Botschaft direkt nebeneinander. Die Stimmung war super, und es wäre schön, wenn das in zwei Jahren ähnlich wäre“, schlägt Gabriel den Bogen zur WM 2006.

Einen negativen Beigeschmack der Arbeit vor Ort verursachten die vielen Taschendiebe, die es in Portugal auf die EM-Touristen abgesehen hatten. „Es ist unheimlich viel gestohlen und jede Menge Autos aufgebrochen worden“, berichtet Gabriel. Dementsprechend viel Service-Arbeit musste die KOS leisten. Doch auch wegen kleinerer, harmloserer Nachfragen fanden sich Fans am Fanprojekt-Stand ein. „Die Resonanz bei allen sieben Nationen mit Fanbotschaften war hervorragend“, so Gabriel.

Probleme gab es hingegen bei der An- und Abreise zu den Stadien, da die Infrastruktur rund um die Spielstätten doch nicht immer ganz ausgereift war. Während der Straßenverkehr des Öfteren zusammenbrach, gab es zudem Schwierigkeiten mit den U-Bahnen, die sich nur recht schleppend fortbewegten. Beim Verlassen der Stationen kam es zu Besucher-Staus, so dass mitunter lange Wartezeiten in Kauf genommen werden mussten. Letztendlich sorgte dies jedoch kaum für Aufregung.

Deutlich mehr Unzufriedenheit rief hingegen die schlechte Ausschilderung hervor. Nach dem Spiel Frankreich gegen England überreichten der englische Verband, die FSF und die englische Polizei eine gemeinsame Note an den Veranstalter, welche Mängel hinsichtlich Ausschilderung und Personenführung noch zu beheben seien. Und tatsächlich wurde noch im Laufe des Turniers nachgebessert.

## Gute Noten für Stadien

Beim Betreten der Stadien gab es zeitaufwändige und intensive, aber jederzeit freundliche Kontrollen. Nach dem ▶



Die Kroaten mit einer der größten Blockfahnen



Die italienischen Fans



Fanzone in der Innenstadt Lissabons



Deutschland ist ausgeschieden!

Foto: Stadionwelt

Passieren der Eingänge konnte man sich in vielen Bereichen frei bewegen, die vorgeschriebene Viersektorentrennung wurde nicht überall eingehalten. Ein Aspekt dieser Vorschrift, die gewünschte Fan-Trennung, hat sich jedoch bei Veranstaltungen wie der Fußball-EM so oder so relativiert, da eine Großzahl der Tickets über die UEFA in den freien Verkauf gelangt, wodurch die Fans bei den Spielen untereinander vermischt sitzen.

Einen guten Eindruck machten die EM-Stadien. Am besten schnitt in einer Stadionwelt-Umfrage das Stadion „Da Luz“ in Lissabon ab, das durchschnittlich 7,35 von 10 Punkten erhielt. Auf den Plätzen zwei und drei folgten das Estádio Dragão (Porto) und das Estádio José Alvalade (Lissabon). Abgeschlagen auf dem letzten Platz landete hingegen das Stadion in Coimbra, bezeichnenderweise das einzige mit einer kompletten Laufbahn.

Hingegen fand selbst das umstrittene Zwei-Tribünen-Bauwerk in Braga Anklang, was oft mit dem optischen Gesamteindruck der in den Fels gebauten Spielstätte begründet wurde. Anders sahen das die Spieler. „Ich kam mir vor wie bei einem Jugendspiel. Es ist schon sehr komisch, wenn hinter den Toren keine Zuschauer zu sehen sind“, beschrieb

Dänemarks Stürmer Ebbe Sand seine Eindrücke. Drastischer drückte es sein Teamkollege Niclas Jensen aus: „Wenn man den Ball führt und dann hoch schaut, kommt man sich vor wie im Urlaub. Mit Fußball hat das nichts mehr zu tun.“

### Deutsche Sofas

Während sich in Portugal das Leben nur noch um den Fußball drehte, war die EM auch in Deutschland beherrschendes Thema. Das Fernsehen versorgte die Zuschauer bereits Stunden vor den Spielen mit wichtigen und unwichtigen Informationen zur EM, die Zeitungen hatten Sonderseiten im Angebot und das zwanghafte Einbringen der EM in jegliche Werbung nahm bisweilen seltsame Formen an. Eine Meldung des Verbands der deutschen Möbelindustrie, dass viele niederländische Fans die EM auf deutschen Sofas sehen, belegte dies eindrucksvoll.

In deutlich mehr Kneipen als zuvor liefen die Spiele auf Großleinwänden oder Fernsehgeräten. Das Fußballfieber beschränkte sich dabei nicht nur auf Spiele der deutschen Mannschaft. „Die Zuschauerresonanz in Portugal war pro Spiel um mehr als drei Millionen höher als bei der Europameisterschaft 2000“, bilanziert ARD-Sportchef Heribert Fassbender. Alleine das Endspiel zwischen Portugal und Griechenland sahen bis zu 29 Millionen Zuschauer. Ein beeindruckendes Ergebnis, für das die öffentlich-rechtlichen Sender tief in die Tasche greifen mussten: Mehr als

90 Millionen Euro kosteten die Übertragungsrechte. Ein Preis, der für das Turnier in vier Jahren nicht mehr ausreicht, denn die Privatsender werden alles daran setzen, künftig ebenfalls vom Boom profitieren zu können.

Während die deutsche Nationalmannschaft die Zuschauer vor den Bildschirmen nicht sonderlich begeistern konnte, taten dies andere um so mehr. Besonders Griechenland erspielte sich die Sympathien der Fans in Deutschland. Nachdem die türkischen Fans bei der WM vor zwei Jahren mit nicht enden wollenden Auto-Korsos auf sich aufmerksam gemacht hatten, waren es in diesem Jahr in erster Linie die Griechen, die hupend durch die Innenstädte fuhren. Nach dem Finalsieg bevölkerten beispielsweise in Berlin mehr als 10.000 Griechen den Kurfürsten-Damm. Auch viele Deutsche schlossen sich ihnen an. Während in den Bremer Kneipen Ex-Trainer Otto Rehagel und Werder Spieler Charisteaes frenetisch gefeiert wurden, versammelten sich in der Düsseldorfer Innenstadt weit mehr als 5.000 Griechen vor einer Großleinwand in der Nähe des Hauptbahnhofs. Nach dem Abpfiff erhellte ein großes Freuden-Feuerwerk den Himmel über den Dächern der Stadt, Hupkonzerte waren bis in die Morgenstunden zu vernehmen.

In kommenden zwei Jahren entscheidet sich, wer 2006 in Deutschland mit dabei ist. Die Fanpartys in Portugal, die Bilder der zu Zehntausenden angereisten Anhänger aus den verschiedenen Ländern machen Lust auf mehr. Die Weltmeisterschaft wird auch hier im ganzen Land spürbar sein und sich nicht nur auf die 12 Austragungsorte beschränken. Die hier lebenden Türken, Griechen oder Italiener werden ihren Teil dazu beitragen und die Innenstädte in Deutschlands Städten in große Partyflächen verwandeln. Die Vorfreude ist da. ■ Stefan Diener



Deutscher Fanblock

Foto: Stadionwelt



**sportkneipe.de**  
IMMER EIN HEIMSPIEL



## Die Fußball-EM in der Sportkneipe

*Prall gefüllte Biergärten, vornehme Restaurants, Eckkneipen, Kinosäle, szenige Clubs, Sportsbars, provisorisch eingerichtete Kellerräume - die Bandbreite der Orte, an denen in Deutschland die Fußball-Europameisterschaft gesehen und gefeiert wurde, war diesmal wohl so groß wie nie zuvor. Wenn auch nicht jeder Fan gleichermaßen Grund zum Jubeln hatte, so bleibt doch der Eindruck eines kunterbunten Fußballfestes zurück, an das an dieser Stelle mit ein paar Bildern erinnert werden soll. Die Bilder stammen allesamt aus Berlin.*



*sportkneipe.de* verzeichnet Sportkneipen aller Art in seiner Online-Datenbank. Fans bestimmter Sportarten oder bestimmter Vereine können nach Lokalen suchen, in denen die Lieblingsmannschaft oder die Lieblingssportart regelmäßig gezeigt wird. Außerdem finden sich Informationen über vorhandene Spielgeräte wie Kicker, Dart oder Billard. Auch für Stubenhocker bietet *sportkneipe.de* als interaktive Kneipe Einiges: ein Tischfußballspiel, eine Skatrunde, eine Lounge, Foren, etc. Come in and find out!

**sportkneipe.de**

**You'll never watch alone**





Kurz nach dem Aufstieg: RWE-Fans haben den Innenraum für sich erobert.

## Licht am Ende des Tunnels

**Wenn im Stadion des vor wenigen Wochen in die 2. Liga aufgestiegenen SC Rot-Weiß Essen die 55. Minute anbricht, dann beginnt in jedem Spiel ein Gesang, der in den folgenden 20 bis 30 Minuten die Akustik im und rund um das Stadion dominieren wird: „Von der Ruhr bis an die Elbe, immer wieder RWE.“**

**S**trenge genommen ist diese Variante überholt, denn der „Aktionsradius“ der Essener Kicker hat sich seit diesem Sommer in den süddeutschen Raum ausgeweitet, „und früher haben wir das Lied ja auch schon mit ‚Isar‘ gesungen“, sagt Lothar Dohr (44), der Fanbeauftragte des Vereins. „Auf der Strecke Münster-Osnabrück-Bremen kennen wir schon jeden Dorfbahnhof“, ergänzt Tom Weber (20) von den Ultras Essen und freut sich, demnächst mal den Weißwurstäquator überqueren zu können.

Verein und Fans sind auf dem Weg in ein neues Zeitalter, auch eingeläutet mit dem Bau eines neuen Stadions. Dass der Neubau des Georg-Melches-Stadions Auswirkungen auf die Fanszene von Rot-Weiß haben wird, ist bereits jetzt zu erkennen, denn die Diskussion um den kommenden Standort des „harten Kerns“ ist im vollen Gange. Die Abstimmungen auf den Fanclub-Homepage verdeutlichen: Es gibt ungefähr gleich große Lager. Auf der einen Seite die, die nach dem Umbau im Norden bleiben wollen, dann aber nach Drehung des Platzes auf der Hintertortribüne stehen und auf der anderen Seite jenen, welche die Plätze

auf der Gegengeraden beibehalten wollen, und dann in den Bereich der jetzigen Gästekurve im Westen umziehen würden. Ob dies über kurz oder lang zu einer Spaltung der aktiven Szene oder zu einer besseren Verteilung der Stimmung führen wird, ist offen. Dass die Stimmung eine grundsätzlich andere wird, daran glaubt Lothar Dohr nicht: „Man muss natürlich mal abwarten, bis alle ihren Platz gefunden haben, aber die Leute bleiben ja die selben.“

### Fußball-Feeling wie in den 80ern

In jedem Falle berücksichtigt die Bauweise des neuen Stadions, mehr als andere, die Fan-Interessen und die Planung mit 14.000 Stehplätzen ist ein Eingeständnis an das, was die Hafestraße und die Fans von Rot-Weiß ausmacht. Fan-Projekt-Mitarbeiter Roland Sauskat (49): „Wir sind nicht so blauäugig, dass wir denken, wir bräuchten keine VIPs, aber das Gleichgewicht muss gegeben sein.“

Denn der RWE-Fan „an sich“ ist nicht gut betucht und eher einer der „klassischen“ Sorte. Fußball ist hier noch, wie in früheren Zeiten, ein echtes Wor-

king-Class-Vergnügen. Und so ist auch das Publikum: Rau und herzlich und so manch einer wirkt wie ein Relikt eines längst vergangenen Fußballzeitalters. Die Szene bietet Originale wie Dieter Berger von den Altfrintroper Jungs auf. Markenzeichen: Eine abgewetzte Stoffente, die er wie Linus seine Decke, immer an die Hafestraße mitnimmt. Dazu hat es sich der inzwischen 62-jährige Verkäufer der Stadionzeitung „Kurze Fuffzehn“ zur Gewohnheit gemacht, zu jedem Spiel mit einer anderen Kopfbedeckung zu erscheinen. Zwischen einer orangen Kuh aus dem Fundus holländischer Fans bis zur arabischen Tracht ist alles möglich.

Andre Severin (27) von den Ultras: „Es gab und gibt immer viele Kutten hier und auch ein gewisser Asifaktor ist vorhanden.“ Unter dem Strich ist die Hafestraße kein Fleck für den Event-Tourismus einer neueren, sterilen Fußballwelt. Und wenn doch, dann nur für solche, die das etwas herbe, ursprüngliche, unverfälschte wiederentdecken wollen. Auch mit der Begeisterung ist hier noch wie früher: eine Spur hingebungsvoller. Wenn andernorts rhythmisches Klatschen schon als explodierende Stimmung gilt, so sind



Fotos: Stadionwelt

## Die Chronik

### 1956

Eine Kombinationself aus Spielern von Rot-Weiß Essen und Fortuna Düsseldorf spielt gegen Honved Budapest (5:5) mit dem damals weltbesten Fußballer Ferenc Puskas und 45.000 Menschen strömen zur Hafestraße – die größte Zahl an Zuschauern, die das Stadion jemals betreten hat.

### 1974

Die Gegengerade im Norden des Stadions wird aufgestockt und überdacht. Bei schlechtem Wetter stehen hier nun viele Fans der Westkurve. Der langsame Umzug von West nach Nord beginnt.

### 1992

Die Baufälligkeit der Westkurve wird festgestellt und diese daraufhin gesperrt. 1994 erfolgt dann der Abriss. Nur noch zwei Mal, beim Pokalhalbfinale gegen TeBe Berlin und bei einem Spiel gegen 1860 München, können die RWE-Fans von hier aus ihre Mannschaft von Stahlrohrtribünen aus beobachten. Der Umzug auf die Gegengerade ist vollzogen.

### 1994

RWE erreicht das Pokalfinale (1:3 gegen Bremen) und 30.000 Fans (die größte Anzahl, die jemals ein Spiel außerhalb Essens verfolgte) fahren nach Berlin. Im gleichen Sommer verliert RWE die Lizenz und die massiven Demonstrationen gegen den DFB unterdrückt die Stadionregie mit Musikeinspielungen.

### 1997

Auf eine wenig geschmackvolle Art demonstriert ein Fan, dass er mit dem damaligen Trainer Rudi Gores nicht mehr zufrieden ist und bringt ihm zum Training einen Galgen mit.

### 2000

Bei einem Heimspiel gegen Wilhelmshaven fällt ein Teil der Essener über weite Strecken durch das Singen rechtsradikaler Lieder auf. „Das war der Zeitpunkt, als vielen bewusst wurde: hier läuft was falsch! Seither hat ein Umdenken eingesetzt und solche Sachen gibt es heute nicht mehr“, so Vince Müggenburg.

### 2001

Mit einem Tor in der 89. Minute des letzten Spieltages sichert sich Essen in Braunschweig die Drittklassigkeit. Schon auf der Rückfahrt wird bekannt: Die Lizenz ist, wieder mal, akut gefährdet und es bleiben nur drei Tage, um die Finanzen aufzubessern. Am entscheidenden Dienstagabend versammeln sich 500 Fans am Stadion und bilden das RWE-Emblem mit Grablichtern nach. „Wir sind alle Schlecker-Märkte der Umgebung abgefahren – sogar in Gelsenkirchen.“ Am späten Abend gab es die gute Nachricht aus der Sparkassen-Zentrale: Die Zusicherung der Bürgerschaft wurde an den DFB gefaxt. Es folgte ein spontaner Autokorso durch die Stadt und noch mitten in der Nacht stimmte Lothar Dohr „Den Schreck von Niederrhein“ vom Autodach aus an.

in Essen Fanatismus und Support um einiges intensiver.

So intensiv auch die Liebe zum Verein in Essen ist, so wenig merkt man das bei manchen Auswärtsspielen: Die RWE-Fans mögen innerhalb Nordrhein-Westfalens immer in großer Anzahl zu den Spielen kommen, doch bei Auftritten mit größerer Anreise zeigen sie sich alles anderes als reisefreudig. Beispielsweise fuhren zu dem wichtigen Spiel nach Chemnitz – es war der 30. Spieltag der letzten Saison und RWE fehlten nur noch wenige Punkte zum Aufstieg – nur 350 Fans. Tom Weber von den Ultras: „Das ist nicht so, dass hier alle arbeitslos sind, aber wir sind nicht in München oder Düsseldorf. Viele können es sich einfach nicht leisten.“

### Der schlechte Ruf bleibt

Darüber hinaus haben die Essener Fans aber noch mit einem zweifelhaften Image zu kämpfen: Mit dem Ruf einer im Stadion weit verbreiteten rechtsextremen Gesinnung. Fan-Projekt-Mitarbeiterin Claudia Wilhelm (36): „Ja, das ist der Ruf, den es immer noch gibt, die Leute sollen aber mehr auf die positive Entwicklung achten.“ „Viele von den Rechten sind noch da, doch diejenigen, die es offen zur Schau tragen, sind weniger geworden“, ergänzt Vince Müggenburg (20).

Dies mag auch eine Folge davon sein, dass die Mehrheit der Kurve den ausgelebten Rechtsextremismus nicht mehr schweigend duldet, sondern sich aktiv dagegen stellt. Wenn einige im Stadion dem schwachsinnigen (und Gott sei dank rückläufigen) „Arschloch, Wichser, Hurensohn“-Gebrüll die noch schwachsinnigere Ergänzung mit Beschimpfungen aus dem rechten Lager folgen lassen, dann beginnen viele schon ab „Hurensohn“ mit einem Pfeifkonzert, das die weiteren Rufe übertönt. Dies nicht ohne Erfolg: Antisemitische oder Antitürkische Lieder, welche vor drei bis vier Jahren noch deutlich zu hören waren, sind praktisch verstummt. Nur selten kocht das Problem wieder hoch, beispielsweise in Spielen wie ▶



Durch den Tunnel auf die Nordtribüne  
Foto: Stadionwelt

gegen den FC St. Pauli, wenn Anhänger aus dem extrempolitische Lager plötzlich auf der Nordtribüne auftauchen.

Roland Sauskat stellt fest: „Es gibt kein schwarz, kein braun, kein blau oder gelb. Hier gibt es nur Rot und Weiß“, und Lothar Dohr ergänzt: „Auch von Vereinsseite achten wir sehr darauf, dass in der Richtung nichts mehr vorkommt und es gibt auch sofort Stadionverbot, wenn einer auffällt.“ Derer existieren in Essen aktuell rund 150, hiervon wurden allein 70 nach der Randalie anlässlich des in letzter Sekunde verpassten Aufstiegs 2002 in Münster ausgesprochen. „Und die Leute halten sich daran. Es gibt nur drei oder vier, die überhaupt in Stadionnähe gehen und das Spiel dann vom Bahndamm in der Südwest-Ecke sehen. Es besteht aber die Vereinbarung, dass sie 30 Minuten

nach Spielschluss in die Vereinsgaststätte dürfen“, sagt Claudia Wilhelm.

Auch in der Hooligan-Szene um die berüchtigten Essener Löwen ist es somit ruhiger geworden. Die Korrektur des schlechten Rufes hängt auch hier dem aktuellen Bild hinterher, denn die Essener sind inzwischen „harmloser“ als ihr Ruf. Wilhelm: „Es heißt immer nur ‚Die Essener kommen‘ und die Angst ist groß. Dabei passieren bei vielen Vereinen beispielsweise im Osten noch anderen Dinge, aber manchmal glaubt man, bei anderen kümmert es keinen, wenn die Dixie-Klos durch die Gegend fliegen.“ Sie nennt Beispiele für die inzwischen „gezähmte“ Essener Szene: „Beim letzten Auswärtsspiel bei Sachsen Leipzig befanden sich 200 Fans des VfB Leipzig in unserem Block. Vor Jahren wäre das sofort eskaliert. Jetzt

gab es nur mündliche Beschwerden darüber.“

Wird sich die Essener Szene nach dem Aufstieg weiter ausdünnen? Immerhin liegt im Bereich der DFL und deren Sicherheitsrichtlinien die Messlatte für Stadionverbote um einiges niedriger. „Schwer zu sagen“, rätselt der Fanbeauftragte Lothar Dohr, „es ist jetzt über sieben Jahre her, dass wir zuletzt in der 2. Liga waren und damals hat die Polizei bei vielen Dingen einfach nur daneben gestanden. Aber seit Münster ist ja nichts Nennenswertes mehr passiert.“

### Gegen alte Fan-Traditionen

Zumindest wird für die Anhänger südländischer Begeisterung einiges anders werden. Die „günstigen“ 50 Euro als

## Freunde und Feinde

### Die RWE-Fans und ...

#### ... Schalke 04

Wer beim Fanclub Ekstase Essen das Wort „Schalke“ ausspricht, muss 2,50 Euro in die Fanclub-Kasse zahlen, und wenn man in Essen die „Humba“ zelebriert, dann wird immer auch ein „Tod und Hass dem S04“ eingestreut. Das ist aber noch gar nichts gegen die bei RWE übliche, gewaltverherrlichende Version des 70er Jahre-Schlagers „Conny Cramer“ von Juliane Werding. Dies macht deutlich: Schalke ist der Erzrivale Nummer 1. Dabei liegt die letzte Begegnung nun schon zwölf Jahre zurück: Mit 2:0 besiegte Rot-Weiß die Königsblauen aus der Nachbarstadt in der 2. Runde des Pokals. Heute wartet man auf ein Spiel gegen Schalke: „Ein Pokalspiel in der Arena – das wäre mal was. Viele Jüngere kennen das nicht mehr, an die muss die Rivalität mal weiter gegeben werden. Denn eigentlich ist BvB gegen Schei... nichts dagegen!“

#### ... Borussia Dortmund

Auch aufgrund der gemeinsamen Abneigung gegen Schalke fanden 1993 die ersten Fans beider Vereine zueinander. In den Folgejahren hatten Freundschaftsschals Hochkonjunktur und es entstand auch der Fanclub „Supporters BVB und RWE“. Doch

das war früher. Bei Spielen gegeneinander gab es schon „Freundschaft-ist-vorbei“-Gesänge. Tom Weber von den Ultras Essen: „Beim Spiel in Köln ist die Fahne des Gemeinschaftsfanclubs einfach abgehangen worden und im Mülleimer gelandet. Das sagt doch alles!“

#### ... Wuppertaler SV

Fanbeauftragter Lothar Dohr gibt ein Einblick in die „Sympathie-Rangliste“ der Essener: „Mit denen ist das nicht ganz so schlimm wie mit Gelsenkirchen, aber die kommen direkt nach denen.“ „Durch den zunehmenden Erfolg ist es da sehr aggressiv geworden“, meint Claudia Wilhelm vom Fan-Projekt und Müggenberg ergänzt: „Wuppertal ist doch albern. Gerade mal 5.000 Zuschauer als Tabellenführer und es sind immer die lautesten beim pöbeln“ – drei Formulierungen, die verdeutlichen, dass die RWE- und die WSV-Fans wohl keine „Freunde fürs Leben“ mehr werden.

#### ... Werder Bremen

Für den weitaus größten Teil der RWE-Fans steht seit vielen Jahren nach dem eigenen Verein Werder Bremen an zweiter Stelle der Beliebtheitskala. Dieses gilt für Fans aller Prägungen gleichermaßen. Claudia Wilhelm: „Ich verstehe nur nicht, warum unseren Leuten von der Polizei in Bremen immer so viele Steine in den Weg gelegt werden – die wollen da doch einfach nur zusammen feiern.“

#### ... Rot-Weiß Erfurt

In der Nachwendezeit gab es zunächst eine zarte Anbahnung nach dem Motto „RWE & RWE!“ und es kamen auch mal viele Erfurter zu einem Spiel in Jena, um die Essener zu unterstützen. Dohr: „Das ist schnell wieder eingeschlafen. Viele hier wollten damals mit Ostvereinen auch nichts zu tun haben und andere haben die Meinung, dass es nur einen RWE geben kann.“

#### ... Schwarz-Weiß Essen

Dass Spiele gegen den ETB echte Derbys voller Brisanz waren und vor fünfstelliger Zuschauerkulisse stattfanden, ist Jahre her. Die wegen ihrer Herkunft aus dem feinen Essener Süden als „Lackschuhe“ verspoteteten Schwarz-Weißen werden heute, da sie in der Regel vor 400 Zuschauern spielen, nur noch belächelt.

#### ... Fortuna Düsseldorf

In den 80er Jahren gab es mal den Versuch, eine Fan-Freundschaft zu etablieren und Fortuna-Fans kamen sogar in die Westkurve. „Heute beschimpfen die uns ja immer als Nazi-Verein“, sagt Roland Sauskat. Für ihn ist diese Antipathie nur entstanden, „weil sich zu anderen Vereinen mit großen Fanszenen wegen fehlender Berührungspunkte kaum Beziehungen entwickeln konnten.“ Tom Weber: „Das sind doch nur Ersatzfeindschaften.“

#### ... Vitesse Arnheim

Seit einigen Jahren schon gibt es einen guten Kontakt zwischen dem Fan-Projekt und der der „Supportersvereinigung Vitesse“. Auf dem Programm stehen gegenseitigen Einladungen zu Fanclub-Turnieren, und „die kommen bestimmt fünf mal pro Saison zur Hafenstraße“, berichtet Roland Sauskat von einer sich festigenden Freundschaft.



Die Haupttribüne eignet sich nur bedingt für Choreografien

Fotos: Stadionwelt

Spende für die Jugendabteilung für das Zünden von Bengalos wird es wohl nicht mehr geben und das übliche strafrechtliche Verfahren wird an dessen Stelle treten. Nicht hiervon betroffen: Die Ultras Essen. „Bei Heimspielen verzichten wir ohnehin darauf, denn sonst können wir über kurz oder lang unsere Aktionen nicht mehr durchführen“, erklärt Tom Weber die Prinzipien der Gruppe.

Aktuell sind es in Essen rund 150 Fans, die sich dem Ultra-Gedanken verschrieben haben, 60 davon als Mitglied der UE. Andre Severin: „So groß wollen wir nicht werden. Es waren auch schon mal über 80 Leute, aber es sollen nur Aktive dabei sein. Es kann sich jeder anmelden, aber er sollte sich auch einbringen. Es gilt Klasse statt Masse.“

Die Stellung und die Akzeptanz der UE ist, verglichen mit anderen Vereinen, durchaus noch ausbaufähig. In Essen stehen sie gegen eine etablierte Fankultur, in der ein Großteil der Fanclubs schon zehn oder mehr aktive Jahre auf dem Buckel hat. Tom Weber: „Wir werden immer mit Offenbach verglichen, die wie wir ein eher „britisches“ Publikum haben, und auch dort gibt es keine große Ultra-Szene.“ Die Durchführung von Aktionen stößt so immer wieder auf Hindernisse: „Es gibt dann auch schnell mal Stimmen wie ‚Wir brauchen so was früher nicht und jetzt brauchen wir das auch nicht‘.“

Ein weiteres Problem ergibt sich für die Gruppierung aus der Bauweise des Georg-Melches-Stadions. Auf der Nordtribüne findet sich, bedingt dadurch, dass hier die einzigen Nicht-Haupttribünen-Plätze für Heimfans sind, eine heterogene Masse von bis zu 12.000 Fans ein, die sich nicht in jedem Fall für die Ideen der Ultras begeistern können, einfach nur das Spiel schauen wollen. Andre Severin: „Wir haben das gemerkt, als wir eine Aktion mit sechs Plänen hatten. Als die dann vorher unten am Zaun hingen rissen Leute die runter weil sie dachten, sie würden nichts vom Spiel sehen. Es gibt ja auch keine richtige Blocktrennung und immer wieder stehen Rentner oder Kinder dazwischen, die damit nichts anfangen können. Es mischt sich zu sehr.“ Ein Zustand, an dem sich auf der alten Gegengerade auch nichts mehr ändern wird, denn aufgrund einer zu geringen Anzahl an Zugängen schreibt der DFB auf der Nordtribüne keine Blocktrennung vor. Der Vorteil der Bewegungsfreiheit wird hier zum Nachteil für die Freunde von Choreografien. „Auch die Haupttribüne ist krumm und schief, und es fehlen Sitze“, beklagt Andre Severin die Alterserscheinungen des Georg-Melches-Stadions, „gute Bedingungen sehen anders aus.“

Doch über allen Schwierigkeiten steht der Idealismus. Vince Müggen- ▶

## Seit 30 Jahren „auf der Stange“

Interview mit Lothar Dohr



Fanbeauftragter Lothar Dohr Fotos: Stadionwelt

*Lothar Dohr ist das Original der Essener Fanszene, eine von allen Seiten respektierte „Legende“. Er war nicht nur Mitbegründer des ältesten und mit 110 Mitgliedern zudem größten Fanclubs vom RWE, dem 1. SC Rot-Weiß Fanclub, sondern ist heute zudem Fanbeauftragter des Vereins. Darüber hinaus ist Lothar der Vorsänger der Anfeuerung, die eine der lautesten ist, die man heute in einem deutschen Stadion vernehmen kann. Wenn er beim „Schreck vom Niederrhein“ vom Wellenbrecher aus den Ton angibt, dann schreien immerhin 2/3 des Stadions mit „Nur der RWE!“ die Antwort in die Welt – in einer Dezibel-Anzahl, vor der jeder Arzt warnen würde.*

**Stadionwelt:** Wie lange machst Du schon den Vorsänger?

**Dohr:** Ich bin jetzt 44, also sind das jetzt schon 30 Jahre, immer mit dem selben Text. Angefangen hatte das schon in der alten Westkurve. Bei der offenen Bauweise hat man das dann zum Teil bis hinunter in die Stadtmitte gehört. Damals gab es einen, der das vorher schon immer gemacht hat und dann aber nicht mehr da war. Die Leute kamen zu mir und haben verlangt, ich solle das machen.

**Stadionwelt:** Damals warst Du demnach erst 14 ...

**Dohr:** ... aber ich war als Kind schon sehr kräftig und laut genug.

**Stadionwelt:** Also gehst du schon seit Deinen Kindertagen zur Hafenstraße?

**Dohr:** Ich bin in Essen-Dellwig geboren, habe dann lange in Bergeborbeck, der Heimat von RWE gewohnt, habe meine Wohnung jetzt direkt gegenüber vom Stadion und schaue auch heute noch jedes Spiel.



In der alten Westkurve ist nun viel Platz für Zaunfahnen

Fotos: Stadionwelt

**Stadionwelt:** Aber Du bist nicht mehr in jedem Spiel „auf der Stange“!

**Dohr:** Nein, das geht nicht mehr so wie früher und in der letzten Saison habe ich das auch nur zwei Mal gemacht. Ich habe Probleme mit dem Kreislauf und da wird mir nach der zweiten Zeile schon mal schwarz vor Augen. Aber man hält mich ja ohnehin immer mit drei Leuten fest, damit ich nicht runterfalle.

**Stadionwelt:** Bist Du denn schon mal runter gefallen?

**Dohr:** Ja, aber nur einmal, auch wegen Kreislaufproblemen. Da wurde ich aber mehr oder weniger aufgefangen.

**Stadionwelt:** Die Fans auf der Nordgeraden fordern Dich ja in jedem Spiel. Muss man dem „Lothar, wir bitten Dich“, oder dem „Lothar auf die Stange“ nicht nachkommen?

**Dohr:** Die wissen ja alle, wo ich stehe. Zum Teil schicken die dann ihre Kinder vor, damit die bei mir fragen. Es gab auch schon mal Beschimpfungen oder Hinweise, dass man extra deshalb von weit her gekommen sei, aber das muss schon von mir ausgehen. Wenn man nicht will oder nicht kann, dann nervt das schon. Ich habe das ja auch schon über den Stadionsprecher durchsagen lassen, dass die gar nicht erst anfangen sollen, danach zu schreien, da ich aus gesundheitlichen Gründen nicht kann. Dann sind die Leute auch nicht enttäuscht.

**Stadionwelt:** Gibt es Pläne dieses „Amt“ des Vorsängers einmal abzugeben?

**Dohr:** Wenn denn schon mal einer da gewesen wäre... Viele haben sich schon mal angeboten, aber immer nur in Bierlaune. Wenn eines Tages mal einer kommt, dann ist es für mich halt vorbei. Ich werde das dann auch rechtzeitig allen mitteilen.

**Stadionwelt:** Was muss der mögliche Nachfolger wissen?

**Dohr:** Den „Schreck vom Niederrhein“ darf es immer nur einmal pro Spiel geben und nur kurz vor Schluss, zwischen der 87. und der 90. Minute. Früher habe ich das auch schon drei mal vor dem Spiel gemacht und alle drei Spiele haben wir dann auch verloren.

burg: „In Essen war ja ultramäßig lange gar nichts, aber kleine Fanclubs tragen die Sachen jetzt weiter. Es wird langsam mehr.“ In punkto optischer Support wird beispielsweise demnächst nachgerüstet. Nachdem durch eine Spendenaktion unter den Fans schon 4.860 Euro zusammen kamen, legte der Verein noch einmal rund 2.000 Euro drauf, um eine 12 mal 25 Meter große Blockfahne für den L-Block zu finanzieren.

**Die Zuschauer kommen wieder**

Solche und ähnliche Aktionen beschließt in Essen der Fanrat, der Zusammenschluss von elf führenden Fanclubs – ein Gremium, das in der nächsten Saison eine wachsende Zahl von Fans repräsentieren wird. Man erwartet „zwischen 15.000 und 17.000 Fans“, so die Schätzung von Ralf Perlowski, der für die Neue Ruhr Zeitung über den RWE schreibt.

Durch die steigende Zuschauerzahl wird ein wenig auch das verloren gehen, was bisher Rot-Weiß Essen ausmacht: „Teilweise ist es ja richtig familiär hier und jeder kennt jeden“, freut sich Tom Weber. Kein Wunder, „denn zu 90 Prozent kommen die Essener Fans auch aus dem Stadtgebiet“. Wobei allerdings festgestellt werden muss, dass der RWE lange Zeit nur der Verein des Essener Nordens war. Die meisten Fans stammen aus Borbeck, Vogelheim oder Altenessen mit einer weiteren Hochburg in Steele, im Osten der Stadt. Im noblen Essener Süden, in den Stadtteilen Kettwig, Bredeney oder Kupferdreh, dort wo der Geldadel des Ruhrpotts residiert, hatte man lange Zeit Mühe, das RWE-Emblem im Stadtbild zu finden.

Wie überall, verändert sich aber einiges im Erfolgsfall. Lothar Dohr ist da wenig diplomatisch: „Jetzt kommen viele wieder aus den Löchern gekrochen und sagen, sie waren schon immer Rot-Weiße, obwohl sie vorher nur geschimpft haben.“ Das wachsende Einzugsgebiet („Unser Fanshop verschickt jetzt viele Sachen nach Süddeutschland“) sowie die steigende Dauerkartennachfrage sind sichere Indikatoren für einen Boom.

Dass der schlafende Riese RWE nach sieben Jahren Regional- und Oberliga jetzt endlich den Sprung in die 2. Liga geschafft hat und zu neuen Ufern aufbricht, endlich da ist, wo er (mindestens) hingehört, ist für die Essener wie eine Erlösung. Die erfolgreich spielende Mannschaft und eine veränderte Fanszene haben dem RWE neues Leben eingehaucht. „Wir haben viele junge Leute im Stadion“, und man spürt die Euphorie des Fanbeauftragten Dohr: „Die bleiben alle hier hängen, denn vom RWE muss man einfach begeistert sein.“ ■ Maik Thesing

**Stadion**



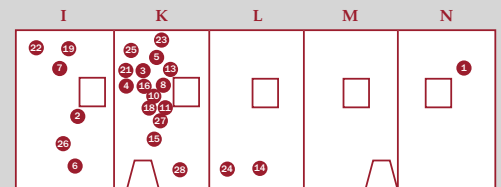
Die Nordost-Ecke des Georg-Melches-Stadion

Foto: Stadionwelt

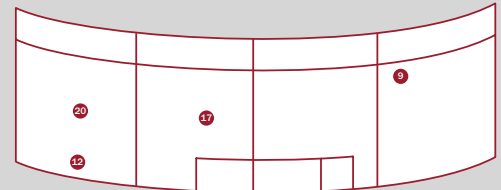
**Georg-Melches-Stadion**

24.000 Plätze, davon 4.250 Sitzplätze (3.000) überdacht und 19.750 Stehplätze (davon 7.500 im Gästebereich).

Nach Abschluss des Neubaus: 32.000 Plätze, davon 18.000 Sitzplätze (inkl. 800 Business-Seats) und 14.000 Stehplätze (alle überdacht).



1. 08/15	8. Chaos Boys	15. Gorillas	22. Ruhrdurst
2. 1. SC Rot-Weiß Fanclub	9. Crazy Boys	16. Hornissen	23. Ruhrfront
3. Adler	10. Dümptener Jungs	17. Horster Jungs	24. Scorpions
4. Asoziale Essener	11. Ektose	18. Nordlichter	25. TorFour
5. Böse Essener	12. Essener Löwen	19. Panzerknacker	26. Treue Borbecker
6. Brigade Essen	13. Evolution Stadtwald	20. Red Barons	27. Ultras Essen
7. Carnap 2000	14. Fan-Union	21. Red Bulls	28. Wild Boys



Vor dem Eckball bleibt noch Zeit, um mit den Fans die Welle zu machen

Foto: Stadionwelt

**Zuschauerschnitt der letzten fünf Jahre:**

2003/04	10.421	Regionalliga Nord
2003/03	9.490	Regionalliga Nord
2001/02	8.948	Regionalliga Nord
2000/01	5.809	Regionalliga Nord
1999/00	7.106	Regionalliga W/SW

**Anzahl der verkauften Dauerkarten der vergangenen bzw. aktuellen Saison:**

2003/04:	2.560
2004/05:	mindestens 5.000

**Anzahl der Vereinsmitglieder:** 1.400

**Anzahl der Fanclubs:** 45

**RWE-Fotos und Links auf [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de):**

355 Bilder online

Links zu 19 Fanpages

**Organe der Fanszene:**

**Fan-Rat** (je ein Vertreter von elf führenden Fanclubs)

**Fan-Projekt**

Hafenstr. 9 a  
45356 Essen  
Tel.: 02 01 - 86 14 43 1

**Fanbeauftragter:**

Lothar Dohr, Tel.: 0201 - 8614447

**Beliebtester Fan-Song:**

Opa Luschekowsky, wo bist du nur geblieben?  
Du kennst Rot-Weiß Essen schon seit 1907  
Du warst bei jedem Spiel, nur einmal warst du krank  
Opa Luschekowsky, wir schulden dir noch Dank  
Wir werden Essen nie vergessen  
wir sind die Fans von Rot-Weiß Essen

Ob lebendig oder tot  
wir liiiieeben rot-weiß-rot

Der Urlaub in den Bergen, er war so wunderschön  
er wurde abgebrochen um Rot-Weiß Spiel zu sehen  
und auf der goldenen Hochzeit wird die Oma fast verrückt  
weil Opa still und heimlich war zum Endspiel ausgerückt

Wir werden Essen nie vergessen ...

Im Jahre '55 da wars die Meisterschaft der Opa war besoffen, die Oma war geschafft  
Die Oma kriegt den Opa aus der Pinte nicht heraus  
drum nimmt sie ihn auffen Buckel und trägt ihn ab nach Haus

Wir werden Essen nie vergessen ...

Es musste mal so kommen, es musste mal geschehen  
auch Opa Luschekowsky musste einmal von uns gehen  
doch oben angekommen da ging es ziemlich flott  
da sang er mit den Engeln und mit dem lieben Gott

Wir werden Essen nie vergessen ...



RWE hat den Fans angeboten, auf der Rückseite der Nordtribüne feste Fanclubbanner anzubringen. Einzig die „Panzerknacker“ nahmen das Angebot an.  
**Foto:** Stadionwelt



Kundgebung anlässlich des drohenden Lizenzentzuges 2001. Erst als die Dunkelheit eingetreten war, ergaben die Grablichter ein imposantes Bild.  
**Foto:** RWE



Gemütlich! Im Inneren des Fancontainers in der alten Westkurve, der heute hauptsächlich von den Ultras Essen genutzt wird.  
**Foto:** Stadionwelt



Wie in alten Zeiten ...

**Foto:** Stadionwelt



Geschmacksache!

**Fotos:** Stadionwelt



Schlange stehen für die Dauerkarte. In der kommenden Saison wird sich die Anzahl der Fans mit Jahresabo annähernd verdoppeln.

**Foto:** Stadionwelt

**WM-Ticket der Deutschen Bahn?**

Dass bei einem sich über das ganze Land erstreckenden, vierwöchigen Turnier die Mobilität von Fans, Journalisten und allen anderen, die an der WM teilhaben, von immenser Bedeutung ist, liegt auf der Hand. Der Fußball-Beauftragte der Bundesländer, Karl-Geert Kuchenbecker, hat dies erkannt und gibt Anregungen, wie die Deutsche Bahn die Weltmeisterschaft 2006 zur Kundengewinnung nutzen könnte. Gegenüber dem „inform“-Magazin der Bahngewerkschaft „Transet“ sagte er: „Wir denken zum Beispiel daran, dass die Deutsche Bahn während der WM ein besonderes Deutschland-Ticket auflegt.“

Unbegrenzte Reisemöglichkeiten zwischen allen Spielorten zum Pauschalpreis – eine interessante Vorstellung und darüber hinaus wäre es eine bequeme, schnelle Alternative für WM-Reisende. Kuchenbecker denkt einen Schritt weiter: Die Bahn habe „ganz andere Rechte und Möglichkeiten“, wenn sie hierzu eine Partnerschaft mit den Veranstaltern eingeehe. „Und warum sollten nicht auch die Nationalmannschaften zu ihren Spielen von ihren Standquartieren mit der Bahn an- und abreisen?“

**Kampf ums WM-Bier**

Während die Fußball-Fans rebellieren und im Internet Petitionen gegen den Verkauf von „Ami-Bier“ bei den WM-Spielen Konjunktur haben, machen sich im Hintergrund die Brauereien Gedanken, wie sie ihre Produkte während der WM platzieren und an den Fan bringen können. Wobei das Rennen um den Verkauf in den Stadien längst keines mehr ist. Der amerikanische Braugigant Anheuser Busch hat hier als einer der Hauptsponsoren Exklusiv-Rechte, verfügt aber ansonsten in Deutschland über keine nennenswerten Marktanteile: Gerade einmal 4500 Hektoliter pro Jahr – knapp mehr als beim Oktoberfest an einem Tag getrunken wird. Für den US-Brauer ein Problem, denn er will seinen 16.000 geladenen WM-Gästen eine gewissen Markenpräsenz in Deutschland vorführen. Die deutschen Brauer erwarten unterdessen Umsetzsteigerungen durch den Verkauf rund um die Stadien, akzeptieren die FIFA-Exklusiv-Rechte aber eher mürrisch. In Nürnberg war die anfängliche Aufregung so groß, dass örtliche Bier-Anbieter drohten, mit einer Wagenburg aus Bier und Würstchen das Frankenstadion umzingeln zu wollen.

**OK für zwölf Großleinwände**

Karten für die Spiele der WM sind knapp und Großleinwände sind für viele Fans oft die zweitbeste, aber in jedem Falle auch stimmungsvolle Variante. Das deutsche Organisationskomitee (OK), der Weltverband FIFA und der Bildrechteinhaber Infront AG haben sich nun darauf geeinigt, dass die Städte die Begegnungen ohne die Entrichtung von Lizenzgebühren auf Großbildleinwänden zeigen können. Die Einschränkung: Die Genehmigung ist ausschließlich für die zwölf Spielorte und jeweils nur für eine Leinwand erteilt worden. Er erscheint fraglich, ob das Angebot ausreichen wird und jede weitere öffentliche Ausstrahlung dieser Art unterliegt einer Lizenzpflicht gegenüber der Infront AG. Sie ist nämlich ebenfalls Rechteinhaber für das so genannte „Public Viewing“ und Gerichte haben festgestellt, dass dieses gebührenpflichtig ist. „Die Städte gehören zu unseren wichtigsten Partnern“, sagt OK- Vizepräsident Wolfgang Niersbach, „die wir deshalb auch bestmöglich unterstützen und promoten. Der positive Public-Viewing-Entscheid ist ein weiterer wichtiger Schritt.“

**SHIRTS FÜR HELDEN**



Gascoigne  
Cantona



Cantona  
Maradona



Maradona  
Netzer



Milla  
Best

T-Shirts, Ladyshirts und Longsleeves | Jetzt online bestellen, ab 17 € | [www.fcspielraum.de](http://www.fcspielraum.de)





Eine Klassenarbeit zum Thema Stadion

Foto: Stadionwelt

## Noch 22 Monate bis zur WM 2006

Die zweitgrößte Sportveranstaltung der Welt wirft schon jetzt mehr als nur einen Schatten voraus, beispielsweise mit dem Festival „Talente 2006“. Um das kreative Potenzial der Jugend herauszufordern, hat die FIFA die Schulkampagne „Talente 2006“ ins Leben gerufen. 5.000 Projektgruppen aus ganz Deutschland waren am Start, die 100 Sieger präsentierten Mitte Juni auf den Vorwiesen des Kölner Stadions an drei Tagen ihre Wettbewerbsbeiträge einem Publikum von über 15.000 Menschen. Das Festival bot Auftritte namhafter Bands und reichlich Gelegenheit, verschiedenste Kreativ-Talente in Workshops zu erproben. Die Teilnahme Prominenter wie Anke Engelke und Sönke Wortmann unterstrich den hohen Anspruch der Kampagne, die in der nächsten Runde im Frühjahr 2005 unter dem Titel „We(l)come to Germany“ international wird und Schüler aus Partnerstädten im Ausland einbezieht. Das große Abschlussfestival findet im Vorfeld der WM 2006 in Berlin statt.



Michael Vesper - NRW-Minister

Foto: Stadionwelt

Doch in Köln wie in den anderen Spielorten Nordrhein-Westfalens wird es nicht nur Vorfreude geben, denn auch nach dem Turnier wird man sich an Rhein und Ruhr noch gerne an die WM erinnern. Das zumindest sagt die Studie der Ruhr-Universität Bochum und der „Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen“ voraus: NRW wird von der WM mehr profitieren als andere Bundesländer. 91 Prozent der Befragten Experten aus Wirtschaft, Politik und Verbänden schätzt den Wert der WM für das Land mit den drei Spielorten hoch ein.

Markus Kurscheidt, der Studienleiter, stellt fest: „Bundesweit sind im Rahmen der Fußball-WM noch Aufträge für rund 500 Millionen Euro zu vergeben. Es ist davon auszugehen, dass der Großteil in Nordrhein-Westfalen bleibt.“ In Dortmund und Gelsenkirchen fehle es beispielsweise an Hotels, in Köln an einer guten Verkehrsanbindung.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Turniers lässt sich allerdings nicht nur am Investitionsvolumen festmachen, sondern auch an seiner Vermarktung. Teil dieser wird wie bei jedem Event auch das offizielle Turniermaskottchen sein. Gesucht wird der Nachfolger von „Tip und Tap“, den „beiden lustigen Fußball-Buben“, so deren Original-Umschreibung bei der WM in Deutschland vor 30 Jahren. Im Herbst gibt es die Vorstellung der Figur, welche momentan noch in der „Puppenschmiede“ der Jim Henson Company (hier erblickten bereits „Ernie und Bert“ sowie „Kermit“ der Licht der Welt), kriert wird.



## Der Fußball-Globus macht in Hamburg Station

Der Fußball-Globus zieht auf seiner Tour durch die Spielorte weiter. Nach seinen Zwischenstopps in Berlin, Köln, Frankfurt/Main und Leipzig, weckt er nun in Hamburg Lust auf weltmeisterschaftlichen Fußball. Insgesamt vier Vorrundenspiele und ein Viertelfinale werden 2006 im Hamburger WM-Stadion stattfinden.

Der Standort auf dem Rathausmarkt an der Ecke Mönckebergstraße/Reesendamm ist einer der bestmöglichen in der Hansestadt. Erst nachdem hier detailliert der Platz- und Zeitbedarf geprüft, und sichergestellt wurde, dass sich der Globus und andere Veranstaltungen nicht behindern, gab es das okay aus der Senatskanzlei. Weiterhin mussten zuvor erst statische Berechnungen durchgeführt werden, da sich unter dem Globus ein U-Bahn-Tunnel befindet.

Zwischen dem 15. August und dem 19. November, wird es nun den bewährten Mix aus Veranstaltung und Ausstellung, aus Show und Dokumentation geben, ein Konzept, welches beispielsweise in Berlin 110.000 Fans anlockte.

Hamburgs Erster Bürgermeister Ole von Beust als vorübergehender Gastgeber freut sich schon jetzt auf das Turnier: „Hamburg freut sich auf die Spiele der Fußball-WM. Wir werden für die Sportler und die Fans aus aller Welt ein guter Gastgeber sein. Die Sportstadt Hamburg setzt sich für Großveranstaltungen wie die Fußball-WM ein.“



Tip und Tap WM-Maskottchen 1974

Foto: OK FIFA WM 2006

# „Hier gibt es keine Fanbetreuung“

Seit Februar 2003 spielt Ex-Nationalspieler Jörg Albertz in Shanghai, wo er mit Shenhua auf Anhieb chinesischer Meister wurde. Stadionwelt sprach mit dem einstigen Spieler des HSV und der Glasgow Rangers über seinen Status bei den Fans, Stadien in China und eine Rückkehr nach Deutschland.

**Stadionwelt:** Jörg Albertz, was unterscheidet den chinesischen Fußballfan von einem deutschen oder schottischen Stadionbesucher?

**Albertz:** Fußballfans sind überall auf der Welt gleich. Auch der Chinese trägt Fan-Klamotten mit Schals, Trikot und Fahnen, unterstützt sein Team genauso euphorisch wie in Europa oder anderswo.

**Stadionwelt:** Erzählen Sie uns von Ihren Erfahrungen in China. Wie sehen die Stadien aus?

**Albertz:** Hier in China ist man weit entfernt von deutschen Maßstäben. In Deutschland entstehen überall neue Stadien, die hiesigen sind total veraltet. Das geht sogar so weit, dass wir uns nach den Spielen in den Trainingsanzug schmeißen und ins Hotel fahren, um dort zu duschen. In Peking dagegen, wo 2008 die Olympischen Spiele stattfinden, wird ein gigantisches Stadion hingesetzt.

**Stadionwelt:** Und in Shanghai?

**Albertz:** Hier gibt es zwei Klubs, Shenhua und International. Wir spielen im Honkou-Stadion, da passen 35.000 rein, der Saisondurchschnitt liegt bei knapp 25.000. Das Stadion hat zwar eine kleine Laufbahn an den beiden Seitenlinien, ist aber ein reines Fußballstadion. International spielt im Olympia-Stadion mit einem Fassungsvermögen von 80.000. Das sieht zwar von außen gigantisch aus, ist aber ebenfalls total veraltet. Da ist eine Grundsanierung fällig.

Zum Derby kommen 70.000 bis 80.000. Das ist aber die Ausnahme. Anderswo spielen wir auch schon mal vor 8.000 Zuschauern.

**Stadionwelt:** Sie sagten eben, zum Duschen fahren Sie ins Hotel...

**Albertz:** Die chinesischen Stadien haben keine Kabinen, wie wir sie kennen. Da stehen in einem großen Raum ein paar Stühle und ein Spind, das ist alles. Bei uns in Shanghai geht es noch: Alles ist relativ sauber, wir können nach dem Spiel duschen. In anderen Stadien dagegen möchte ich den Wasserhahn erst gar nicht aufdrehen.

**Stadionwelt:** Sie wurden 2003 zu „Chinas Fußballer des Jahres“ gewählt. „Ali“-Rufe sind im Stadion wahrscheinlich selbstverständlich, oder?

**Albertz:** Im Verein habe ich einen hohen Stellenwert. Ich bin in Shanghai sehr bekannt. Viele Leute sprechen mich auf der Straße an, wollen Autogramme haben. Im Stadion hängen viele Plakate mit meinem Namen, auf einem ist mein Gesicht drauf und es gibt Fanartikel von ausländischen Spielern wie mir. Aber kein Vergleich zu Deutschland!

**Stadionwelt:** Inwiefern?

**Albertz:** Es gibt zum Beispiel keine Fanbetreuung. Und ich weiß nicht, ob es so etwas überhaupt jemals geben wird. Hier existiert ein Fanklub, die „Blue Devils“, die bei allen Heimspielen dabei sind. Einige Fans sogar auswärts, wobei das nicht so einfach ist. In China musst du wegen der Entfernungen

fliegen, kannst nicht mal kurz zwei Stunden mit dem Auto irgendwo hinfahren.

**Stadionwelt:** Sie sind nicht nur Spieler, sondern stehen dem Verein auch bei organisatorischen Dingen mit Rat und Tat zur Seite...

**Albertz:** Der General Manager hat anfangs Gespräche mit mir gesucht. Ich habe ihm erklärt, wie das in Deutschland abläuft, dass beim HSV organisatorisch alles perfekt ist und Hand in Hand läuft. Ich habe von den Fanaktionen in Deutschland erzählt, wo wir den Hamburger Dom und Fanclub-Feiern besucht haben. So etwas habe ich hier noch nie erlebt.

**Stadionwelt:** Sie waren überall Publikumsliebhaber. Wie ist das zu erklären?

**Albertz:** Ich hatte immer, egal wo ich war, einen guten Kontakt zu den Fans. Wenn jemand nach dem Spiel ein Autogramm von mir will, bekommt er eins. Und wenn das 20 Minuten dauert, schreibe ich eben 20 Minuten. Ich schicke die Fans nicht zur Seite oder sage, dass ich keine Zeit habe. So was gibt es nicht für mich, weil die Fans wegen mir und meiner Mannschaft ins Stadion kommen und uns anfeuern. Also muss ich ihnen etwas zurückgeben.

**Stadionwelt:** Ist Ihnen ein Spiel wegen der Atmosphäre im Stadion besonders in Erinnerung geblieben?

**Albertz:** Klar, Rangers gegen Celtic, egal ob bei uns im Ibrox Park oder im Celtic Park – jedes Derby war ein unvergessliches Highlight. Absoluter Wahnsinn! Wie auch die Heimspiele in der Champions League! Ich kann mich noch sehr gut an das Spiel gegen den FC Bayern erinnern, das war der Hammer! Grundsätzlich gilt übrigens: Egal in welcher Liga du bist, Derbys sind immer etwas Besonderes. Wobei ich sagen muss, dass Dortmund gegen Schalke ein Abklatsch von Celtic gegen Rangers ist, weil nicht nur das Sportliche eine Rolle spielt, sondern auch die Geschichte eines Landes. Allerdings hat das Derby in Schottland zumindest auf dem Rasen durch die vielen Ausländer an Brisanz eingebüßt. Die haben natürlich nicht das Herzblut wie die Schotten, weil sie mit der Geschichte nichts zu tun haben.

**Stadionwelt:** Was nimmt man von der Atmosphäre im Stadion überhaupt auf?

Das Honkou-Stadion in Shanghai: Spielstätte von Jörg Albertz

Foto: Stadionwelt



**Albertz:** Du musst schon ziemlich abgewichst sein, wenn du davon gar nichts mitbekommst. Wenn du schlecht spielst und ausgepiffen wirst, ist die Mannschaft verunsichert. Mit anderen Worten: Man bekommt alles mit. Gleiches gilt, wenn du führst. Die Zuschauer peitschen dich nach vorn, dann gelingt dir alles. Das ist ein Verdienst des Publikums. Lläuft es aber nicht und die Fans schießen sich vielleicht sogar auf einen einzelnen Spieler ein, kannst du den gleich rausnehmen. Der ist fertig! Das ginge jedem Arbeitnehmer so. Wenn der Chef hinter dir steht und dich nur beschimpft, dann machst du einen Fehler nach dem anderen.

**Stadionwelt:** Nimmst man als Spieler überhaupt die Choreographien wahr?

**Albertz:** Du bekommst alles mit, was auf den Rängen passiert, schon beim Warmmachen. Wenn du dann einläufst und 50.000 Leute jubeln dir zu, zeigen ihre Plakate – das ist einfach geil. Wer sagt, das interessiere ihn nicht, lügt.

**Stadionwelt:** Haben Sie in Ihren bisherigen Vereinen jemals über Fanangelegenheiten gesprochen?

**Albertz:** In Deutschland auf alle Fälle, auch wenn das letztlich Sache des Vereins ist, weil wir Spieler ja dazu nichts sagen können. In jedem Klub gibt es einen Fanbeauftragten, der ständig mit den Fangruppen zusammenarbeitet. Aber natürlich sitzt man auch als Spieler ab und zu mit den Fans zusammen. In Hamburg haben wir jedes Jahr den Dom besucht und den Fans im Zelt Rede und Antwort gestanden. Wenn du gut dastehst in der Tabelle, ist das eine Riesenparty. Aber das kann auch sehr unangenehm sein. Wie in meiner zweiten Zeit beim HSV, als wir schlecht gespielt haben und niedergemacht wurden. Leider sind es oft Standardfragen, die du beantworten musst. Was soll ich denn sagen, wenn mich einer fragt, warum ich scheiße gespielt habe? Wenn ich es wüßte, würde ich es doch ändern.

**Stadionwelt:** Sie spielen in Shanghai Ihre zweite Saison, wurden 2003 „Chinas Fußballer des Jahres“. Wie lang wollen Sie dort noch bleiben?

**Albertz:** Im November endet die Saison der Chinese Super League, mein Vertrag läuft im Dezember aus. Man soll nie sagen, aber meine Verlobte und ich wollen nach Hause kommen.

**Stadionwelt:** In die Bundesliga?

**Albertz:** Ich bin 33, aber noch topfit. Wenn wir nach Hause kommen zum Jahresende, ist gerade Winterpause in Deutschland. Natürlich wäre die Bundesliga noch mal ein Highlight, aber wenn ich in der Zweiten Liga einem Verein helfen könnte, wäre das auch interessant. Zwei Jahre würde ich gern noch dranhängen.

■ Florian Krebs

## Jörg Albertz

### Persönliche Daten

**Name:** Albertz  
**Vorname:** Jörg  
**Spitzname:** Ali  
**Geburtsdatum:** 29.01.1971  
**Geburtsort:** Mönchengladbach  
**Nationalität:** deutsch  
**Größe:** 1,88 m  
**Gewicht:** 84 kg  
**Schuhgröße:** 44  
**Familienstand:** verlobt mit Mirjana  
**Ausbildung:** Kfz-Mechaniker

### Laufbahn:

**Vereine:** PSV Mönchengladbach, Borussia Mönchengladbach, Fortuna Düsseldorf, Hamburger SV, Glasgow Rangers, HSV, Shanghai Shenhua

**1990–1993:** Fortuna Düsseldorf (58 Spiele/4 Tore)

**1993–1996:** HSV (99 Spiele/22 Tore)

**1996–2001:** Glasgow Rangers

**2001–Februar 2003:** HSV (28 Spiele/6 Tore)

**seit Februar 2003:** Shanghai Shenhua

### Alis schönste Stadien:

**Albertz:** Ganz klar die beiden Glasgower Fußballtempel, der Ibrox Park der Rangers sowie der Celtic Park, und die Hamburger AOL-Arena, ein traumhaftes Stadion. Dahinter kommt für mich der alte Gladbacher Bökelberg. Vielleicht keines der allerschönsten Stadien, aber eines mit sehr viel Flair. Als Junge war ich oft da. Schade, dass die Gladbacher jetzt in die neue Arena umziehen. Das wird sicherlich ein Superstadion, aber durch den Auszug aus dem Bökelberg geht ein Stück Borussia und ein Stück Gladbacher Geschichte verloren. In Deutschland entstehen derzeit so viele neue Stadien, da möchte ich unbedingt noch mal spielen, in der Münchner Allianz Arena zum Beispiel.

### Alis stimmungsvollste Stadien:

**Albertz:** Die bereits genannten. Vor allem Ibrox und Celtic Park. Auch das Bernabeu in Madrid oder das Mailänder San Siro sind klasse. Eine Top-Atmosphäre habe ich des Weiteren beim FC St. Pauli erlebt, wo die Fans immer eine Superstimmung verbreitet haben. Nur aus dem Fernsehen kenne ich die Stadien aus Argentinien oder Brasilien. Was da abgeht, ist ja auch nicht normal.

### Alis unangenehmste Stadien:

**Albertz:** Gibt es nicht. Ich bin auf einem Aschenplatz groß geworden, und selbst da war es toll. Für mich existieren nur schöne



Duell in China: Jörg Albert und sein Teamkollege aus Hamburger Zeiten Stig Töfting **Foto:** Archiv

Stadien, weil ich dort meinen Beruf ausüben kann. Bei einigen chinesischen Stadien muss man Abstriche machen, aber ich habe mich bislang auf jedes Spiel und jedes Stadion gefreut. Mein Arbeitsplatz befindet sich im Stadion, und dort fühle ich mich am wohlsten.

### So sieht das ideale Stadion aus:

**Albertz:** Da will ich eigentlich mit einer Antwort abwarten, bis die Münchner Allianz Arena fertig ist. Auf alle Fälle ist das ideale Stadion für mich ein reines Fußballstadion: Keine Laufbahn, die Zuschaueränge eng am Spielfeldrand und viel Platz für Zuschauer. Es muss rasselvoll sein, die Leute müssen schreien – dann hast du ein geiles Fußballspiel. Wobei ich Platz für etwa 55.000 Zuschauer wie in der AOL-Arena für absolut ausreichend halte, um eine sensationelle Stimmung zu haben. Und die Sicherheit muss beachtet werden. In Valencia zum Beispiel ist es so steil, dass du Angst haben musst, die Treppen runterzukommen. Da brauchst du einen Fallschirm! Mein schottischer Kumpel hat mir erzählt, dass du dich am Geländer festkrallen musst, um nicht zu stürzen. Insofern sollte das ideale Stadion nicht zu steil sein.

### Die FIFA hat kürzlich erlaubt, Spiele generell auf Kunstrasen austragen zu dürfen. Was halten Sie davon?

**Albertz:** „Das wird sich nicht durchsetzen. Alle neuen Stadien haben Rasenheizung, insofern muss man auch im Winter nicht auf Kunstrasen ausweichen. Kunstrasen würde dem Fußball nicht gut tun, denn er ist, wie der Name schon sagt, künstlich. Außerdem ist die Verletzungsgefahr recht hoch.“



Das Prunkstück der Spiele: Das Athener Olympiastadion mit der futuristischen Dachkonstruktion von Santiago Calatrava

Alle Fotos: Organising Committee Athen 2004

## Olympics coming home

**Nachdem es bis vor kurzem wahrlich nicht so aussah, als würden die Griechen rechtzeitig zum Start der Olympischen Sommerspiele mit dem Bau ihrer Stadien und Arenen fertig werden, bewiesen sie im Endspurt Geschick und Improvisationstalent.**

**E**in Blick zurück erinnert daran, wie es in und um Athen, dem Zentrum der Spiele, noch vor wenigen Monaten aussah. Kritiker hatten alle Hände voll zu tun und prognostizierten, dass die Griechen niemals ihre Vorhaben in die Tat umsetzen könnten. Zu wenig war fertig gestellt, die Bauten hinkten den Zeitplänen massiv hinterher und die Infrastruktur war ebenfalls weitestgehend nicht fertig. Zudem türmten sich Bauschutt- und Abfallberge rund um die Sportstätten. Zeitweise wurde sogar mit dem Gedanken gespielt, die Spiele zu verschieben.

Allen Zweifeln zum Trotz konnten die meisten Stadien und Gebäude jedoch

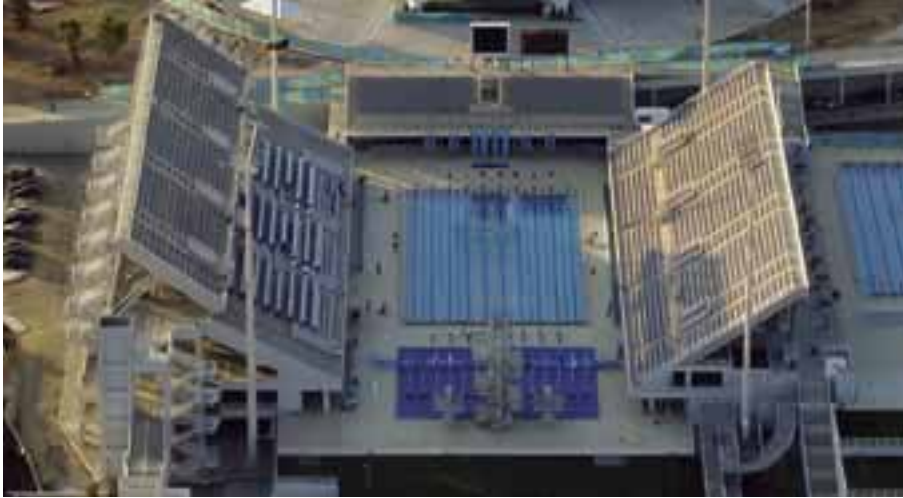
entsprechend ihrer ursprünglichen Planung vollendet werden. „Die Anlagen werden pünktlich zu den Spielen fertig sein“, zeigt sich IOC-Chefinspektor Denis Oswald überzeugt. Bis auf wenige Ausnahmen sind die Sportstätten bereit, um Aktive und Zuschauer zu empfangen. Gianna Angelopoulos-Darskalaki, die Vorsitzende des Athener Olympia-Komitees, verkündet: „Wir haben in vier Jahren das geschafft, was das IOC in sieben Jahren von uns verlangt hat.“

Diese Aussage zeugt von Selbstkritik, denn die Griechen haben die ersten drei Jahre, nachdem sie den Zuschlag als Ausrichter der 28. Olympischen Sommerspiele im September 1997 erhalten

haben, komplett verschlafen. Doch was zählt, ist das Ergebnis, und das kann sich sehen lassen.

### Schwimmstadion „Oben Ohne“

Zu knapp wurde die Zeit für das Schwimmzentrum, das nun ohne Dach auskommen muss. Zwar haben die zuständigen Baufirmen zuletzt eine Fertigstellung bis zum 31.07. zugesichert, dem Organisations-Komitee war die Gefahr weiterer Verzögerungen jedoch zu groß. Um die Austragung des Schwimm-Wettbewerbs nicht in Gefahr bringen, entschieden sich die Verantwortlichen für die „Oben Ohne“-Lösung.



Oben ohne: beim Schwimmstadion in Maroussi wurde aus Zeitgründen auf das Dach verzichtet

### 70.000 Sicherheitskräfte im Einsatz

Weitere Sorgen bereitet im Vorfeld der Spiele die Sicherheitslage. Da eine Veranstaltung dieser Größenordnung ein konkretes Ziel für Terrorakte sein kann, setzen die griechischen Behörden nicht weniger als 70.000 Polizisten, Soldaten und private Sicherheitskräfte ein, um den reibungslosen Ablauf sicherzustellen. Die Sportler aus den USA werden sogar von 150 eigens angeheuerten Leibwächtern begleitet. England und Spanien werden ebenfalls derartige Maßnahmen ergreifen.

### Auf antiken Spuren

Das herausragende Element der Spiele in Griechenland ist die Zusammenführung von Antike und Moderne. Wie schon 1896, als in Athen die ersten Olympischen Spiele der Neuzeit stattfanden, werden auch in diesem Jahr einige der Wettkämpfe auf historischem Boden ausgetragen. Der Marathonlauf findet auf seiner ursprünglichen Strecke statt, das Straßenradrennen durchquert das historische Zentrum von Athen am Fuße der Akropolis, das Bogenschießen findet im Marmorstadion „Kallimarmaron“ von 1896 statt und die Kugelstoßer werden im antiken Olympia antreten. Damit wird den Spielen ein unvergleichlicher Charakter gegeben.

### Schwebende Dachkonstruktion

Das Prunkstück der Olympischen Spiele stellt aber das Athener Olympiastadion dar. Die knapp 75.000 Zuschauer fassende Arena, bereits 1982 zur Leichtathletik-Europameisterschaft eingeweiht, wurde komplett modernisiert. Federführend war dabei der berühmte spanische Architekt Santiago Calatrava, der für das Stadion eine schwebend anmutende Dachkonstruktion entwarf.

Die zwei gigantischen Bögen, die das Dach halten, haben eine Spannweite von insgesamt 304 Metern und eine maximale Höhe von 80 Metern. An ihnen sind Drahtseile befestigt, die das Gesamtgewicht des Daches von rund 17.000 Tonnen halten müssen. Für die Montage der Konstruktion war ein ausgeklügeltes System nötig. Insgesamt bedeckt das Stadionsdach rund 95 Prozent der Plätze und wird wegen seiner einzigartigen Architektur bereits jetzt als neues Wahrzeichen von Athen bezeichnet.

### Bermudagrass in Athen

Höchste Anforderungen werden an den Rasen im Olympiastadion ge- ▶



Die Marathonstrecke folgt dem historischen Verlauf



Yachthafen Attica



Olympiahalle Liossia (Judo, Ringen)



Olympiahalle Maroussi (Turnen, Basketball)



Tenniszentrum Maroussi



Velodrom Maroussi



Beachvolleyballzentrum Faliron



Sportpalast Faliron

stellt, da zur Eröffnungsfeier ein Teil des Innenraums in ein Wasserbassin verwandelt werden soll. Damit die Wettkämpfe anschließend wie geplant stattfinden können, muss innerhalb von nur vier Tagen

ein neuer Rasen verlegt werden, der nicht nur den Belastungen durch die Sportler, sondern auch dem griechischen Sommer standhält. Damit das gelingt, holten sich die Griechen Rat bei den Experten für Bo-

den und Saatgut der Michigan State University in den USA. Monatelang wurde nach dem passenden Rasen gesucht, bis sie mit Bermudagrass das entsprechende Grün fanden. ■ *Matthias Arends*

## Zahlen und Fakten

Die diesjährigen Sommerspiele werden am **13. August** im Athener Olympiastadion eröffnet. Die Fußball-Vorrunden starten allerdings bereits zwei Tage zuvor.

In **34 Sportarten** werden insgesamt **301** Mal die begehrten **Medaillen** überreicht.

Rund **11.000 Teilnehmer** aus **202 Nationen** werden erwartet und von **5.500 Betreuern und Funktionären** begleitet. Stolze **45.000 Helfer** konnten aus aller Welt rekrutiert werden, **4.500** davon kommen aus **Deutschland**.

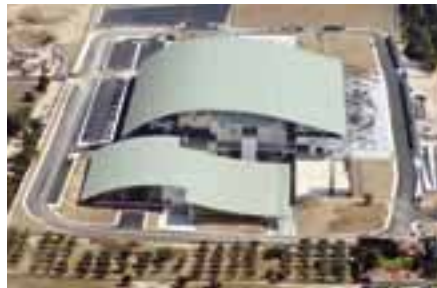
Circa **16.000 Radio- und Fernsehsender** entsenden mehr als **20.000 Mitarbeiter**, um eine lückenlose Berichterstattung zu garantieren. An den Fernsehbildschirmen können rund **4 Milliarden Menschen** die Spiele verfolgen. Geschätzte **5 Millionen Zuschauer** werden vor Ort erwartet.

Im Olympischen Dorf finden alle Teilnehmer in insgesamt **2.292 Wohnungen mit 8.814 Zimmern und 17.428 Betten** Platz.

Mit der gesamten **Bausumme** in Höhe von **340 Millionen Euro** ist das Olympische Dorf das größte Bauprojekt der Spiele. Im Anschluss an Olympia soll der Komplex in **Wohnraum für rund 10.000 Familien** umgewandelt werden.

Das gesamte **Budget** der Spiele beträgt rund **2 Milliarden Euro**. Knapp 90 Prozent der Einnahmen werden durch Fernseh- und Rundfunkrechte, Marketing, Lizenzen und Ticketverkäufe erzielt. Die restliche Summe trägt der griechische Staat.

Es wird geschätzt, dass sich die Kosten für alle Bauten, die Infrastruktur und weitere Projekte auf **4,5 Milliarden Euro** belaufen.



Olympiahalle Galatsi



Olympiahalle Goudi



Olympiahalle Hellinikon



Hockeyzentrum Hellinikon



Baseballstadion Hellinikon



Kanu- und Kajak-Slalomzentrum Hellinikon



Softballstadion Hellinikon



Reitsportzentrum Markopoulo



Schießzentrum Markopoulo



Gewichtheberhalle Nikaia

## Sportstätten der Olympischen Spiele 2004 in Athen

Stadionname	Ort	Sportarten	Kapazität	Baukosten
Olympiastadion	Athen-Maroussi	Eröffnungs- und Schlussfeier, Leichtathletik, Fußball (Finale Männer)	74.000	156 Mio. Euro
Yachthafen	Attica	Segeln	1.000	10,5 Mio. Euro
Liossia Olympia-Halle	Athen-Ano Liossia	Judo, Ringen	8.300	71,3 Mio. Euro
Schwimm-Zentrum	Athen-Maroussi	Schwimmen, Wasserball, Synchronschwimmen, Wasserspringen	Hauptbecken: 10.900 Nebenbecken: 5.750	21 Mio. Euro
Olympia-Halle	Athen-Maroussi	Turnen, Basketball	Turnen: 17.500 Basketball: 19.250	n.a.
Tennis-Zentrum	Athen-Maroussi	Tennis	11.345	n.a.
Velodrom	Athen-Maroussi	Bahnrad	3.500	n.a.
Beach-Volleyball-Zentrum	Faliron	Beach-Volleyball	10.000	11 Mio. Euro
Sportpalast Faliron	Faliron	Handball-Vorrunde, Taekwondo	8.019	11 Mio. Euro
Olympia-Halle Galatsi	Athen-Galatsi	Tischtennis, Rhythmische Sportgymnastik	4.600	43 Mio. Euro
Olympia-Komplex Goudi	Athen-Goudi	Moderner Fünfkampf, Badminton	4.035	44 Mio. Euro
Olympia-Halle Hellinikon	Hellinikon	Basketball, Handball	13.631	80 Mio. Euro
Hockey-Zentrum	Hellinikon	Hockey	6.300 und 1.250	11 Mio. Euro
Baseball-Zentrum	Hellinikon	Baseball	8.000 und 4.000	8 Mio. Euro
Kanu- und Kajak-Slalom-Zentrum	Hellinikon	Kanu- und Kajak-Slalom	8.000	10 Mio. Euro
Softball-Stadion	Hellinikon	Softball	3.500	n.a.
Reitsport-Zentrum	Athen-Markopoulo	Reiten (Springen / Dressur / Vielseitigkeit)	Dressur: 6.170 Springen: 7.780 Geländeritt: 13.100	181 Mio. Euro
Schieß-Zentrum	Athen-Markopoulo	Schießen	2.093	12 Mio. Euro
Gewichtheber-Halle	Athen-Nikaia	Gewichtheben	5.191	39 Mio. Euro
Peace and Friendship Stadion	Faliron	Volleyball	8.823	16,1 Mio. Euro
Box-Halle	Athen-Peristeri	Boxen	8.200	n.a.
Ruder- und Kanu-Zentrum	Shinias	Rudern, Kanu, Kajak	14.000	80,1 Mio. Euro
Olympia-Zentrum Vouliagmeni	Athen-Vouliagmeni	Triathlon	3.300	n.a.
Panathinaikos Stadion	Athen-Zentrum	Bogenschießen, Marathon/Ziel	Bogen: 7.500 Marathon: 40.000	n.a.
Karaiskaki Stadion	Faliron	Fußball (Vorrunde/Halbfinale)	30.000	n.a.
Kaftanzoglio Stadion	Thessaloniki	Fußball (Vorrunde)	25.000	39,9 Mio. Euro
Pampeloponisiako Stadion	Patras	Fußball (Vorrunde)	23.588	26,4 Mio. Euro
Panthesaliko Stadion	Volos	Fußball (Vorrunde)	20.000	n.a.
Pankritio Stadion	Heraklion (Kreta)	Fußball (Vorrunde)	22.599	n.a.



Peace and Friendship-Stadion (Volleyball)



Ruder- und Kanuzentrum Shinias



Karaiskaki-Stadion Faliron

### Darmstadt: Bewegung in der Stadionfrage?

Im Magistrat der Stadt Darmstadt wird über das Böllenfalltor, Spielstätte von Regionalliga-Aufstieger Darmstadt 98 diskutiert. Ein Gutachten hat ergeben, dass für eine Summe von rund 37 Millionen Euro ein reines Fußballstadion mit einer Kapazität von rund 20.000 Plätzen entstehen könnte.

Der Entwurf von Architekt Gerd Behnisch sieht mehrere Bauabschnitte vor, darunter unter anderem auch die Errichtung von 20 bis 25 Logen.

### Dresden: Dringend notwendiger Umbau

In der Sommerpause wurde mit der Sanierung des Rudolf-Harbig-Stadions begonnen. Der Deutsche Fußballbund hatte zuvor eine Reihe von Auflagen erteilt, deren Erfüllung Voraussetzung ist, um die Spielerlaubnis für das marode Stadion zu erhalten.

Die Gesamtkosten belaufen sich auf 554.000 Euro, wovon der Club nach Ansicht der Stadt rund 200.000 übernehmen soll, um Mietschulden zumindest teilweise abzubauen.

Nach der Fertigstellung der „Badkurve“, in der die alten Stehplatzschwellen erneuert werden, stehen im Stadion 21.875 Plätze zur Verfügung. Durch den Bau von sechs weiteren Fluchttoren wäre perspektivisch eine Erhöhung auf 26.424 möglich.

Weiterhin in der Diskussion ist der Neubau eines Fußballstadions mit 25.000 Plätzen. Oberbürgermeister Rossberg hatte Dresden im Rahmen der Aufstiegsfeier eine Arena zugesagt. Die Kosten sollen sich auf 40 bis 50 Millionen Euro belaufen.

### Mainz: 1.600 weitere Plätze

Fußball-Bundesligist FSV Mainz 05 erweitert die Kapazität seines Stadions. Bis zum zweiten Heimspiel werden in den Ecken neben der Haupttribüne zwei mobile Tribünen mit einer Gesamtkapazität von 1.600 überdachten Sitzplätzen errichtet. Damit will der Verein einem Teil der Fans, für die keine Dauerkarten mehr erhältlich waren, den Besuch der Spiele ermöglichen.

In der Sommerpause wurde auch damit begonnen, auf dem Dach eine Solarstromanlage zu installieren. Das durchführende Energie-Unternehmen wurde im Gegenzug Sponsor der Mainzer.



Auf diesem Foto fehlt noch der Rasen - seit Ende Juli ist er bereits verlegt

Foto: fantasticweb new media GmbH

### Frankfurt

## Das „Cabrio-Dach“ wird aufgesetzt

Über ein Jahr lang mussten die Fans von Eintracht Frankfurt im Regen stehen. Jetzt ist aber ein Ende in Sicht, denn die Arbeiten an der Dachkonstruktion haben begonnen.

Dass es überhaupt zu dieser „dachlosen“ Zeit kam, liegt an der Einzigartigkeit der Bauweise, welche nur „als Ganzes“ montiert werden kann und die gerne als „das größte Cabrio der Welt“ bezeichnet wird.

Zunächst werden die Drahtseile wie ein Spinnennetz von Tribünenoberkante zu Tribünenoberkante über den Innenraum gespannt. Diese dienen als feststehende Elemente, an denen das Raffdach über dem Feld in nur zwölf Minuten geschlossen werden kann.

Doch was den Eindruck von Luftigkeit erweckt und wie das querliegende Speichenmuster eines Fahrrades aussieht, hat ein Gesamtgewicht von stolzen 3.000 Tonnen. Allein die Seile mit ihrem Durchmesser von 12,5 Zentimetern und ihrer Länge von 192 bis 220 Metern machen einen Großteil davon aus.

Was so an den 44 Achsen der Stahlseilkonstruktion befestigt wird, hat eine Fläche von 3.500 Quadratmetern. Eine Fläche, die nicht nur vor Regen und Sonneneinstrahlung schützt, sondern in deren Zentrum auch der Videowürfel befestigt sein wird.

Rund 40 Meter darunter wurde unterdessen ebenfalls im Juli die neue Rasenheizung verlegt, nachdem man zuvor die Drainage zum Abfließen des Wassers installiert hatte. Ende des Monats gab es dann das neue „Geläuf“, bestehend aus einer Schicht Sand, einer Schicht Humus und Naturrasen, der in Bahnen von zwei Meter Länge ausgerollt wurde.

Im kommenden Jahr wird, wenn hier das Finale des Konfederationen-Cup stattfindet, die internationale Fußballwelt erstmals den Rasen, das Dach und den Rest des Stadion bewundern können. Einen Sommer später werden es fünf Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft sein

und es ist davon auszugehen, dass dann jeweils 48.500 Fans (52.000 sind bei nationalen Spielen zugelassen) im offenen „Cabrio“-Stadion sitzen werden. Die volle Kapazität wird das Waldstadion vermutlich im Dezember dieses Jahres erreichen. 80 Jahre nach der Einweihung des Vorgängermodells (welches im übrigen Mitte der 50er Jahre 87.000 Zuschauer fasste) ist der Bau eines der Vorzeige-Stadion der WM vollendet.

Einzige Sorge: Die explodierenden Umbaukosten. Ging man beim ersten Spatenstich 2002 noch von den errechneten 125 Millionen Euro aus, ergeben neuste Hochrechnungen 188 Millionen.



Dachloses Waldstadion - jetzt ein Bild der Vergangenheit

Foto: Euroluftbild.de



Berlin

## Olympiastadion fertig gestellt

Nach einer Bauzeit von knapp vier Jahren wurde in Berlin der Umbau des Olympiastadions abgeschlossen. Zum Festpreis von 250 Millionen Euro wurde das Stadion komplett überdacht, der Rasen abgesenkt und das Mauerwerk saniert und gereinigt. Bedeutendes Element in den Umbau-Planungen der Architekten Gerkan, Marg und Partner war der Denkmalschutz, der über den gesamten Zeitraum berücksichtigt werden musste. Gleiches galt für die rund 100 Veranstaltungen und 450 Stadionführungen, die während der Bauphase stattfanden. Um das Stadion für die Weltmeisterschaft 2006 herzurichten, in zwei Jahren findet in Berlin unter anderem das Endspiel statt, waren zeitweise bis zu 1.000 Bauarbeiter gleichzeitig im Einsatz. Die Kapazität des Stadions beträgt künftig 74.845 Zuschauer. Es verfügt durch den Umbau über eine erstklassige Licht- und Ton-technik. Ein Ring aus 3.200 Ha-

logenscheinwerfern beleuchtet das Spielfeld, Leuchtstoffröhren im Zeltdach werfen zudem indirektes Licht auf die Tribünen. So ist es möglich, lediglich einzelne Blöcke zu beleuchten, sogar eine La-Ola-Welle, die vom Licht begleitet wird, wäre denkbar. Die Lichterkette mit farbigen Leuchten, der so genannte „Ring of Fire“, kann zudem optische Effekte im Stadionsdach erzeugen. Für die Beschallung der Zuschauerränge verfügt das Olympiastadion über 19 Lautsprecheranlagen mit 38 Soundinseln. Wie auch beim Licht kann jeder Block einzeln angesteuert werden. Im Hinblick auf den Festpreis von 250 Millionen Euro wird die für die Umsetzung verantwortliche Firma Walter Bau Nachforderungen stellen, da durch geänderte Sicherheitsrichtlinien der FIFA und vorher nicht bekannter PCB-Belastungen im Abraum der Tribüne weitere Kosten entstanden sind.



Ausgeklügelte Lichttechnik im Berliner Olympiastadion

Foto: Walter Bau



26 Millionen Euro kostete allein die Dachkonstruktion

Foto: Walter Bau

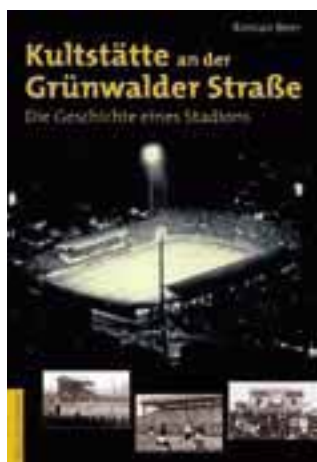
München

## 1860 kehrt zurück ins Stadion an der Grünwalder Straße

Mit dem bitteren Abstieg in die 2. Liga ging für viele 60-Fans zugleich ein Traum in Erfüllung. Vor dem Umzug in die Allianz Arena im Sommer 2005 spielt der Verein noch mal für ein Jahr im traditionsreichen „Sechzger Stadion“ an der Grünwalder Straße. Lediglich die Spiele gegen Frankfurt, Köln, Cottbus und Dresden finden wegen Sicherheitsbedenken im Olympiastadion statt.

Die Löwen erhoffen sich durch die Rückkehr deutlich mehr Zuschauer als im Olympiastadion. Für Umbaukosten und Ausgleichszahlungen an die Olympiapark GmbH müssen 800.000 Euro aufgebracht werden. Passend zum Umzug ist nun das Buch „Kultstätte an der Grünwalder Straße. Die Geschichte eines Fußballstadions“ erschienen. Autor Roman Beer hat auf 192 Seiten die Entwicklung des Stadions von den Anfängen im Jahr 1911 bis heute zusammengestellt. Erinnert wird an viele Highlights wie Derbys, Europacups und auch Deutsche Meisterschaften, die in dem Stadion gefeiert wurde. Untermalt wird die Historie mit rund 320 Fotos. Neben zahlreichen Prominenten wie Franz Beckenbauer und „Katsche“ Schwarzenbeck kommt auch die Faninitiative „Sechzger Stadion“ zu Wort.

**Das Buch ist zum Preis von 24,90 Euro im Stadionwelt-Shop erhältlich. Infos auf Seite 23.**



Stadionwelt 08/2004

Anzeige



### Deutschlands modernstes Fußball-Museum – ein Erlebnis nicht nur für Fußball-Fans

- ♦ Erleben Sie die spannende Geschichte des Hamburger Sport-Vereins von 1887 bis heute. Bestaunen Sie den Europapokal der Landesmeister, die Meisterschale und viele spannende und packende Exponate und Geschichten in einer multimedialen Erlebniswelt.
- ♦ Buchen Sie doch auch gleich eine Stadionführung und sehen Sie Bereiche, die der Öffentlichkeit sonst nicht zugänglich sind: Pressebereich, VIP-Area und natürlich die Mannschaftskabinen.
- ♦ Umfangreiches Gruppenangebot für Museumsbesuch und Stadionführungen. Gruppentarife und Kombinationsangebote (Museum + Stadionführung) auf Anfrage.
- ♦ Restaurant im Hause.
- ♦ Öffnungszeiten: Täglich 10-20 Uhr.

**HSV MUSEUM**  
 HSV Museum, Sylvesterallee 7, 22525 Hamburg  
 Telefon: 040 / 4155 1550, E-Mail: museum@hsv.de  
 www.hsv-museum.de

Die AOL Arena erreichen Sie mit der S3 oder der S21 bis Station Stellingen oder Eidelstedt.



Juli 2004 - Blick aus der Ecke Süd/West in das Stadion. Links die Haupttribüne (West), gegenüber die Nordtribüne mit dem Gästeblock und rechts die Osttribüne

# Schönstes Zweitligastadion der Welt?

## Das neue RheinEnergieStadion in Köln ist fit für die WM

Köln ist eine Stadt voller Ironie. Eine weit verbreitete lokale Anekdote ist diese: Ein Musikstudent versperrt mit seinem Kontrabass die Tür der vollbesetzten Straßenbahn, wodurch sich ein Rentner am Ausstieg gehindert fühlt. Aber statt, wie andernorts üblich, ein mauliges „Platz da“ zu raunzen, säuselt der ältere Herr im breitesten Kölsch: „Jung, kannst du Piccolo-Flöte?“ Man spricht halt verklausuliert in der Domstadt. Deshalb ist es auch durchaus als Kompliment zu werten, wenn die Kölner ihr nagelneues RheinEnergieStadion als „schönstes Zweitligastadion der Welt“ bezeichnen. Den kleinen Seitenhieb auf die missliche Lage des FC können sie sich eben nicht verkneifen, aber für die kann bekanntlich das schmucke Stadion nichts.

Soeben wurde es mit einem ordentlichen Volksfest eingeweiht. 50.000 drängelten sich bei Bier, Würstchen und Guido Horn auf seinen Vorwiesen, um es von einem bemüht bürgernahen Oberbürgermeister Fritz Schramma in Empfang zu

nehmen. „Dieses Stadion ist ein Stadion für alle Kölner – es gehört euch“, trompetete der volkstümliche CDU-Politiker jovial ins Mikro. Die Massen nahmen seine symbolische Schenkung dankend an. Tatsächliche Eigentümerin der prachtvollen Arena ist indes die Kölner Sportstätten GmbH, eine Tochter-Gesellschaft der Stadt Köln. Mit ihr beginnt die kurze Geschichte des RheinEnergieStadions.

Im Jahr 2000 ließen die Sportstätten durch die Dortmunder Struktur GmbH und das Büro Faltins, Scheuven + Wachten (fsw) einen internationalen Architekten-Wettbewerb für ein reines Fußballstadion ausschreiben. Der sollte diesmal frühzeitig sicherstellen, dass Köln bei der Auswahl der WM-Spielstätten 2006 mit von der Partie sein würde – das hatte man 1974 noch gründlich verbockt. Diesmal peilten Kölner eine Arena für 45.000 Zuschauer an. Für die Teilnehmer des Wettbewerbs galten einige Auflagen: Multifunktionale Möglichkeiten sollte die neue Arena bieten, denn aus dem Be-

trieb des klobigen Müngersdorfer-Stadions hatten die Betreiber zweierlei gelernt. Erstens: Die Laufbahn muss weg. Zweitens: Gut organisierte Open-Air Konzerte locken Weltstars nach Köln und die Massen ins Stadion. Die Entwürfe mussten ferner den Erhalt der angrenzenden und denkmalgeschützten Bauten des Architekten Adolf Abel garantieren, und überhaupt habe sich das neue Stadion harmonisch in das Gesamtkonzept des 80 Jahre alten Müngersdorfer Sportparks einzufügen. Zusätzliche Hürde für die Teilnehmer: Das neue Stadion entsteht exakt an der Stelle des alten. Der Umbau erfolgt bei laufendem Spielbetrieb des 1. FC Köln, wobei immer eine Kapazität von 30.000 Zuschauern gewährleistet sein musste.

**„Eine überzeugend klare Arbeit“**

Alles kein Problem für 69 Architekten, deren herausragende Entwürfe die Stadt Köln in einem sehenswerten Bildband



Foto: Stadionwelt



Erstes Länderspiel: Deutschland-Belgien (3:0) am 31.03.2004 noch ohne Lichttürme

Fotos: Stadionwelt



Unter dem Oberrang Süd



Einer der vier Lichttürme

zusammengefasst hat. Die Spannweite reicht von einer überdimensionalen Glas-Ellipse, die findige Kölner gewiss „dat Ei“ getauft hätten, bis hin zu landschaftlich integrativen Modellen wie „Laube im Wald“ und „Baumspiegel“. Dagegen wirkte jenes Modell, das schließlich den Zuschlag bekam, auf den ersten Blick fast ein wenig schnöde. „Als die das Modell in den Raum schoben, dachten wir, was ist das denn für ein Wohnzimmertisch“, schildert ein Teilnehmer seine Eindrücke von der Präsentation. Aber eben nur auf den ersten Blick, denn der Entwurf mit dem Merkmal „vier Lichttürme“ von gmp (von Gerkan, Marg und Partner), weist einige Vorzüge auf, die sich erst bei genauerer Betrachtung erschließen: Das kompakte Rechteck des RheinEnergieStadions passt sich ideal in den alten Müngersdorfer Sportpark ein. Es berücksichtigt bestehende Symmetrie-Achsen, bewahrt den alten Baumbestand und trägt mit seiner stilvollen Schlichtheit dazu bei, dass der Kostenrahmen von 117,6 Mio. Euro nicht wesentlich überstrapaziert wurde.

Kommentar der überaus kritischen Jury. „Eine überzeugend klare Arbeit, der allerdings noch ein Stück Seele einzuhauchen ist“. Das haben inzwischen längst die Fans übernommen. Bereits mit

der Fertigstellung der Südkurve, die ja jetzt eigentlich eine Gerade ist, erlebten sie ein völlig neues FC-Gefühl. Fußball ohne Graben und ohne Laufbahn: Das hatte es in Köln noch nie gegeben. „Plötzlich entwickelt man eine komplett neue Beziehung zur Mannschaft. Man ist einfach näher dran und kann den Spielern im Gesicht ablesen, dass sie für den FC alles geben wollen“, schwärmt Alexander zu Solms, der seit Jahren eine Dauerkarte besitzt. Tatsächlich hat sich das Verhalten der Fans binnen der kurzen Zeit im RheinEnergieStadion komplett gedreht. In der alten Müngersdorfer Beton-Schüssel galten sie noch als launisch, Stimmung kam eigentlich nur auf, wenn der FC Hacke-Spitze-Cha-Cha-Cha und 3-0 spielte. Ansonsten piffen die Undankbaren ihre eigene Mannschaft oft bereits beim dritten Stockfehler gnadenlos nieder. Im RheinEnergieStadion ist das jetzt anders: Auf der „roten Wand“, wie die vollbesetzte Südtribüne aufgrund ihrer imposanten Frontansicht benannt wird, tobt zumeist ein Sturm wie beim Start eines Helikopters. Manchmal bis die Spieler schon fast wieder im Mannschafts-Bus sitzen. Und das Verblüffende: Je abgestiegener der FC, desto munterer die Fans. Dem chronischen Abwärtstrend zum Trotz, nahm ihre Zahl zu Saisonende zu. Gegen

Gladbach meldete der Stadionsprecher: „51.000 – ausverkauft“. Wie treue Husaren begleiteten sie ihren FC in Karnevalsstimmung in Liga Zwo.

### „Steht auf, wenn ihr Kölner seid“ muss hier niemand anstimmen

Gewiss ist auch das ein Resultat eines sensiblen Interessenausgleichs aller Beteiligten. Denn der FC, als Hauptnutzer des Stadions, war maßgeblich an den Planungen beteiligt. „Steht auf, wenn ihr Kölner seid“ muss hier deshalb niemand anstimmen. Mit Rücksicht auf die heimischen Fans, setzt das RheinEnergieStadion im Gegensatz zu so manch anderer Arena weiterhin auf Stehplätze. Für internationale Spiele werden eigens Sitze an- und anschließend wieder abgeschraubt – ein seltener Service. Beim FC ist das kein Zufall. Warum, weiß Rainer Mendel, Leiter des Mitglieder- und Kundenservices: „Durch ständige Meinungseinholung versuchen wir unser Angebot bei Veranstaltungen immer weiter zu verbessern. Wir suchen den Dialog zu unseren Fans. Inzwischen können wir sagen, dass das neue Stadion rund 90% unserer Zuschauer fasziniert.“ Letzteres gilt für die hartnäckigen Steher wie für die sogenannten VIPs gleichermaßen. ▶



Pressekonferenzraum im Erdgeschoss West



Mannschaftskabine des 1.FC Köln



Hier duschen die Profis

Fotos: Stadionwelt

Denn natürlich verzichtet man auch in Köln nicht auf die neuerdings obligatorischen Business-Logen. Auf Sponsoren ist man hier wie andernorts angewiesen. Die stilvollen Lounges dienen als „neue Begegnungsstätte für die regionale Geschäftswelt“, so Hans Rütten. Zwischen 45.000 und 90.000 Euro kostet eine der 48 Suiten pro Saison, ausgestattet mit allem, was zum Business dazugehört: gehobenes Ambiente, um den Geschäftspartner in eine positive Grundstimmung zu versetzen, ein Kühlschranks, mit dessen Inhalt man ihn gefügig macht und ein edler Holztisch, auf dem Verträge unterzeichnet werden. Nur ein wenig eng erscheinen die piekfeinen Luxus-Suiten. Macht aber nichts: Gewinnt der FC, liegen sich hier ohnehin alle in den Armen.

Stadion ohne Makel, könnte man angesichts der vielfältigen Möglichkeiten meinen, denn neben den Besuchern profitiert natürlich auch der FC selbst von den Vorzügen seiner neuen Infrastruktur. Zwar wird das gute alte Geißbockheim in Köln-Sülz erhalten bleiben, die dortige Geschäftsstelle ist jedoch bereits in das neue Stadion eingezeichnet, wo bald auch ein FC-Museum den Glanz vergangener Tage wiederbelebt. Dabei ist Fußball nur ein Aspekt bei der Stadionnutzung. Bei der Refinanzierung der Arena möchte sich die Sportstätten GmbH nicht ausschließlich auf dieses Standbein stützen. Deshalb ist das Stadion - die Namensrechte erwarb 2002 das Versorgungsunternehmen GEW RheinEnergie AG für zunächst sieben Jahre - auch für Konzerte

und andere Veranstaltungen konzipiert. In der abgelaufenen Saison zogen die familienfreundlichen Events der Footballer von den Cologne Centurions durchschnittlich knapp 10.000 Zuschauer an und in alter Tradition des Müngersdorfer Stadions dient nun auch das RheinEnergieStadion als Plattform für so manchen Weltstar. Gerade erst war die Hitmaschine Phil Collins zu Gast und mit ihr 42.000 Zuhörer.

### Gerüstet für die WM 2006

Die Tauglichkeit eines Stadions für derartige Veranstaltungen ist keine Selbstverständlichkeit, denn die Auflagen der „Versammlungsstättenverordnung“ sind häufig noch strenger als die des DFB und die der FIFA. Da sich bei Konzerten häufig mehr als 13.000 Menschen im Innenraum des Stadions tummeln, bedarf es hier natürlich einer besonderen Zugangs- und Fluchtwegsteuerung. Auch aus diesem Grunde gähnt im RheinEnergieStadion inmitten der Nordkurve ein riesiges Tor, das so genannte „Stadionfenster“. Für manchen Fußball-Fan bei der kritischen Betrachtung der Arena der einzige Schönheitsfehler einer ansonsten wohl perfekten Spielstätte.

Eigentlich gab es bislang nur einen, der am neuen Kölner Stolz etwas auszusetzen hatte. Ausgerechnet der fuchtige DFB-Präsident Gerhard Mayer-Vorfelder mopperte nach der Länderspielpremiere Deutschland - Belgien über die zähflüssige Verkehrssituation rund ums Stadion.

Der Arme hatte sich wohl ein wenig in den heimtückischen Gässchen von Köln-Junkersdorf verfranst und anschließend im Stau gelangweilt. Er forderte daher unverhältnismäßig schroff: „Da muss sich bis zur WM aber noch einiges ändern.“ Das sah NRW-Sportminister Michael Vesper freilich ganz anders. Sein lapidarer Kommentar zur MV-Beschwerde: „Der fährt doch immer zu spät los.“ So nassforsch und lösungsorientiert die Reaktion des umgänglichen Ministers auch ausfiel, das Verkehrsärgernis ist so leicht nicht von der Hand zu weisen. Das haben auch die Verantwortlichen der Stadt, des Landes und des Bundes erkannt. Bis 2006 wird deshalb stufenweise ein neues Verkehrskonzept umgesetzt. Zwar stehen schon heute 7.300 Parkplätze zur Verfügung - weitere 650 befinden sich in der Tiefgarage unter der Haupttribüne - trotzdem sollen noch 2.000 hinzukommen. Weil immer noch zu viele Autofahrer den Drang verspüren, mit ihrem Gefährt exakt bis auf ihren Tribünenplatz zu fahren, wird zusätzlich ein Verkehrsleitsystem installiert, das frühzeitiges Parken garantieren soll.

Köln ist also gut gerüstet für 2006. Die Generalprobe, der internationale Confederations Cup, wird das im nächsten Jahr aller Voraussicht nach bestätigen. Einzig der FC bereitet den Kölnern Sorge. Aber wer weiß? Mit ein bisschen Glück machen die Geißböcke aus ihrem schönsten Zweitligastadion der Welt schon binnen eines Jahres das schönste Erstligastadion der Welt. ■ *Andreas Schulte*



Konzert: Bühne vor der Südtribüne, der Rasen ist abgedeckt



Phil Collins spielte vor ausverkauftem Stadion

Fotos: Stadionwelt

## „Ich kann einen tollen Effekt versprechen“



Hans Rütten (51) ist seit 1999 Geschäftsführer der Kölner Sportstätten GmbH

**Stadionwelt:** Herr Rütten, wann ist das Stadion endgültig fertig gestellt?

**Rütten:** Zum 31. Juli waren alle Arbeiten abgeschlossen. Dies war auch der Termin der Übergabe durch den Generalunternehmer Max Bögl an die Kölner Sportstätten GmbH.

**Stadionwelt:** Damit werden ja auch die Pylone leuchten – an welchen Tagen können sich die Kölner auf diesen Anblick freuen?

**Rütten:** Die Pylone schalten wir an jedem Tag vom Anbruch der Dunkelheit bis Mitternacht ein. Bei Abendveranstaltungen kommt dann noch die Wirkung des Flutlichts hinzu. Ich kann einen tollen Effekt versprechen.

**Stadionwelt:** Welche Eigenschaften werden von den Besuchern besonders positiv hervorgehoben?

**Rütten:** Als sehr positiv werden die kurzen Wege im Stadion empfunden. Dies betrifft unter anderem die Versorgung, die Gastronomie und die Funktionsräume. Über die Funktionalität und die Bequemlichkeit hört man nur Gutes.

**Stadionwelt:** Der 1. FC Köln hatte hier bereits mehrmals vor ausverkauftem Haus gespielt – welche Erfahrungen haben Sie bei Phil Collins, dem ersten großen Konzert, gemacht?

**Rütten:** Wir kannten das Geschäft aus dem alten Stadion, aber Phil Collins war eine Premiere. Das Handling war anders, allein schon dadurch, dass die Bühne früher im Norden stand und jetzt im Süden. Wir haben viel gelernt und werden nächstes Mal die Vor- und Nachlaufzeit erheblich verkürzen können. Alle Abläufe spielen sich von Mal zu Mal besser ein.

**Stadionwelt:** Welchen Unterschied gegenüber dem Ligaalltag sehen Sie als Stadionbetreiber in der Ausrichtung unterschiedlicher Länderspiele bis hin zur WM?

**Rütten:** Im VIP- und Business-Bereich laufen einige Dinge aufwändiger, bei der WM

wird es sogar innerhalb des VIP-Bereichs unterschiedliche Kategorien geben. Dies macht für die WM einige temporäre Umbauten erforderlich. Der Medienbereich im Erdgeschoss bietet jetzt schon 500 Plätze, dazu kommt dann noch ein Zelt auf der Westkampfbahn mit Medien-Arbeitsplätzen. Beim Konföderationen-Cup 2005 werden wir keinen so großen Aufwand betreiben, Frankfurt aber fährt dann schon das komplette WM-Programm. Bei uns wird mit Ende der Saison 05/06 mit dem WM-Umbau begonnen.

**Stadionwelt:** Ist die Umrüstung von Stehplätzen zu Sitzplätzen ein besonderer Aufwand?

**Rütten:** Wir lagern die Sitze in den Tribünen, da, wo sie auch montiert werden. Der Ein- oder Ausbau ist in zwei Tagen schnell erledigt.

**Stadionwelt:** Welche Auslastung über das Jahr ist geplant? Wie viel ist überhaupt möglich angesichts der behördlichen Auflagen?

**Rütten:** Über den Regelbetrieb hinaus haben wir ein Kontingent von 18 Sonderveranstaltungen. Davon sind in der kommenden Saison schon einige durch die Montagsspiele des 1. FC Köln geblockt, die nahe an die 22-Uhr-Grenze stoßen. Grundlage ist die Bundes-Immissionsschutzverordnung. Aber wir kommen mit dem Kontingent an genehmigten Sonderveranstaltungen zurecht.

Man muss aber auch sagen, dass hier seit 1923 Großveranstaltungen stattfinden. Die alt eingesessenen Anwohner leben seit Jahren mit dem, was an manchen Tagen über diesen Stadtteil hereinbricht. Mit denen gibt es auch kaum Probleme. Wer neu in diese Gegend zieht, sollte eigentlich wissen, dass hier ein Stadion steht, und was das mit sich bringt.

**Stadionwelt:** Wie beurteilen Sie die vielen Auflagen, die mittlerweile an eine Großveranstaltung im Stadion geknüpft sind?

**Rütten:** Alle müssen lernen. Die Veranstalter von Phil Collins etwa hatten eine eigene Security-Firma dabei, die sich noch nicht überall bestens auskannte. Beim FC hat man es jetzt mit einer veränderten Eingangssituation zu tun, aber auch daran wird man sich sicher bald gewöhnt haben.

**Stadionwelt:** Welche Einrichtungen des Stadions mussten beim Bau wegen Einwänden seitens der Behörden modifiziert werden?

**Rütten:** Wir haben mit dem Bauaufsichtsamts zu einem Miteinander gefunden, das sich während aller Bauphasen sehr konstruktiv gestaltete. Dies hat sich dann zum Beispiel dadurch bemerkbar gemacht, dass die Bauaufsicht nicht einfach alles bemängelt, sondern gleich selbst Lösungsvorschläge mit eingebracht hat. Einige Sachen hat der FC anfänglich aber unterschätzt, wie zum Beispiel die Anzahl der Ordner, die zur

Entfluchtung im Stehplatzbereich erforderlich sind.

**Stadionwelt:** Mit welchen Vorzügen behauptet sich das RheinEnergieStadion im Konkurrenzkampf um Veranstaltungen?

**Rütten:** Unser Alleinstellungsmerkmal ist die Architektur, die Dichte, die Kompaktheit. Hier ist wirklich kein Platz verschwendet worden.

Darüber hinaus bieten wir den Veranstaltern das „Rundum-sorglos-Paket“ mit Dienstleistungsgedanken im besten Sinne an. Das muss unsere Stärke sein, daran arbeiten wir auch weiter. Im Rahmen einer optimalen Rundum-Betreuung des Kunden kümmern wir uns folglich auch um die Behördenkontakte und kurze Wege in der Stadt.

**Stadionwelt:** Entstehen auch Veranstaltungsformate in Eigenregie?

**Rütten:** Ja. Externe Veranstaltungen zu akquirieren wird nicht ausreichen. Wir werden gemeinsam mit einem Veranstaltungspartner Dinge auf den Weg bringen, wie zum Beispiel ein Format für 35.000 bis 40.000 Zuschauer, das wir im nächsten Jahr umsetzen möchten. Zudem wird es noch in diesem Jahr eine Veranstaltung geben, die in Köln eine große Tradition hat, aber den Standort wechseln muss.

**Stadionwelt:** Wie hoch sind die Betriebskosten pro Zuschauer? Unterscheidet sich die Zahl je nach Art der Veranstaltung?

**Rütten:** Um die Betriebskosten festzumachen, liegen mir zu diesem Zeitpunkt noch keine ausreichenden Daten vor. Bei der Planung waren aber 2.500 Euro Entstehungskosten pro Besucherplatz ein wichtiger Anhaltspunkt. Nur 1.000 weitere Plätze hätten also stolze 2,5 Mio. Euro an Mehrkosten bedeutet.

**Stadionwelt:** Welche Erfahrungen haben Sie bei der bisherigen Stadionnutzung mit dem Rasen gemacht?

**Rütten:** Der Rasen hat keine Probleme mit den Veranstaltungen. So gut sind die Systeme mittlerweile. Wir brauchen noch ein Jahr, um Erfahrungen zu sammeln, kalkulieren aber sicher eine neue Rasensode pro Jahr ein.

**Stadionwelt:** Auf welchem Stand ist die Umsetzung des Verkehrskonzepts? Werden alle Maßnahmen durchgeführt?

**Rütten:** So weit genehmigt, wird auch alles durchgeführt. Der Autobahnausbau läuft, auch bei der Umsetzung des Anwohnerschutzkonzeptes läuft einiges. Der Ziel- und Quellverkehr wird besser geregelt und im Rahmen des neuen Leitsystems kanalisiert und zu den vorgesehenen Parkplätzen geführt.



Sportpark Müngersdorf mit der alten Hauptkampfbahn 1923, Müngersdorfer Stadion 1975 (im Vordergrund die Radrennbahn)

Fotos: Kölner Sportgeschichte e.V.

# Am Anfang stand Adenauer

## Zur Geschichte der Stadien in Köln-Müngersdorf

Wenn es darum geht, verdienten Persönlichkeiten ein Denkmal zu stiften, zeigt sich die Kulturstadt Köln geizig. Die kölschen Originale Tünnes und Schäl haben eines erhalten, Willi Millowitsch erfuhr dies noch zu Lebzeiten und erst vor wenigen Jahren Konrad Adenauer. Letzterem hat die Stadt auch Handfestes zu verdanken. Die Spuren seiner Politik sind immer noch allgegenwärtig. Auch in Köln-Müngersdorf, wo jetzt das taufrische RheinEnergieStadion auf die WM 2006 wartet.

Adenauer, von 1917–1933 Kölner Oberbürgermeister, legte nach dem ersten Weltkrieg den für die Stadt so charakteristischen Grüngürtel an, jene das linksrheinische Köln umspannende Erholungsfläche, die damals wie heute geplagten Städtern ein Gefühl von erlebter Natur einhaucht. Dort war jede Menge Platz für ein ehrgeiziges Projekt, das vornehmlich der Gesunderhaltung des Volkes dienen sollte. Den Richtlinien von „gestalteter

Natur“ folgend trieb der „Zweckverband für Leibesübungen Groß-Köln“ mit der Unterstützung von Sportsfreund Adenauer in Müngersdorf die Bebauung einer 55 Hektar großen Fläche für einen Sportpark voran. 1923 entstand so die damals größte Stadionanlage Europas mit Radrennbahn, Freibad, Tennisplätzen und allen möglichen Kampfbahnen für Sportarten, die heute schon lange niemand mehr ausübt. Ihr Herzstück, die „Hauptkampfbahn“, fasste zunächst 63.000 Plätze und besaß eine 500 Meter lange Laufbahn. Kein Wunder also, dass die Ränge weit ausluden. An so etwas wie Atmosphäre dachten die Erbauer seinerzeit noch nicht. Weil Sport im Freien unmittelbar mit einem Naturerlebnis verbunden sei, plante die gesamte Anlage nicht etwa ein Architekt für Sportstätten, sondern die Gartenbaudirektion der Stadt Köln.

### Olympische Spiele im Visier

Das riesige Gelände in Müngersdorf katapultierte Köln an die Spitze der deutschen Sportlandschaft. Auch weil die pfiffigen Stadtverordneten es mit ständigen Umbauten den jeweiligen Bedürfnissen anpassten: Turnfeste mit 200.000 Teilnehmern, Leichtathletik und Endspiele um die deutsche Fußballmeisterschaft (von denen eines ausgerechnet Fortuna Düsseldorf gewann).

Vor allem Länderspiele erfreuten sich größter Beliebtheit, noch weit bevor Sülz 07 und der KBC zum 1.FC Köln verschmolzen. Der DFB vergab sie gerne

nach Köln, weil er hier die größten Einnahmen zu erwarten hatte. Köln war in der Lage Veranstaltungen aller Couleure auszurichten. Sogar für die Ausrichtung der Olympischen Spiele 1936 brachte man sich ins Gespräch, doch daraus wurde nichts.

Im Zeiten Weltkrieg trafen 93 Bombeneinschläge das Stadion. Die Kriegsschäden waren ungeachtet dessen schnell behoben, das Müngersdorfer Stadion schon 1946 wieder einsatzbereit. Dennoch entbrannte in der Stadt bald eine Diskussion, wie mit der weitläufigen Kampfbahn in Zukunft zu verfahren sei. Schnell machte das Schlagwort vom reinen Fußballstadion die Runde. Denn inzwischen sorgte in Köln ein Großverein für Aufsehen. Der aufstrebende 1.FC Köln stand, obwohl erst 1948 gegründet, nun Anfang der fünfziger Jahre bereits mehrfach in der Endrunde zur deutschen Meisterschaft. Unter den veränderten Vorzeichen befürworteten einige Vertreter der Stadt einen Umbau des alten Stadions, andere forderten eine gänzlich neue Arena ohne Laufbahn im Rechtsrheinischen. Aus beidem wurde nichts. Wie einen alten Fahrradschlauch flicke man stattdessen nach und nach die Löcher der alternden Hauptkampfbahn, bis sie wirklich niemandem mehr gefallen konnte. Dabei hätten die Kölner ein geradezu visionäres Stadion an gleicher Stelle haben können, eines das auch heute noch zumindest optisch allen Ansprüchen gerecht würde. Aber „das Bügeleisen“, der Entwurf des Architekten Schulten, ►



Foto: Kölner Sportgeschichte e.V.



Das neue RheinEnergieStadion am 15.05.2004

Foto: Kölner Sportstätten GmbH

## Hauptkampfbahn

**Erbaut:** 1923

**Abriss:** 1972

**Fassungsvermögen:** 60.000  
(mit Zusatztribünen 76.000)

**Sitzplätze:** 3000

**Höhepunkte:**

- 1928 Deutsches Turnfest
- 1928 Erstmals Länderspiel:  
Deutschland – Holland 2:2
- 1931 Erstmals Endspiel um die deutsche Fußballmeisterschaft Hertha – 1860 München 3:2
- 1935 Deutschland – Spanien 1:2 vor 73.000 Zuschauern
- 1936 Internationales Leichtathletik Sportfest des ASV Köln mit u.a. Jesse Owens
- 1948 Feiern zum Domjubiläum mit 100.000 Teilnehmern
- 1964 Der 1. FC Köln schlägt Borussia Dortmund 5:2 und wird Deutscher Meister

## Müngersdorfer Stadion

**Erbaut:** 1975

**1. Sprengung (Süd):** 2001

**Fassungsvermögen:** 61.188,  
später 46.000

**Baukosten:** ca. 45 Mio. DM

**Höhepunkte:**

- 1975 Eröffnungsspiel  
1. FC Köln – Fortuna Köln 3:0
- 1977 Abschiedsspiel Wolfgang Overath
- 1983 DFB-Pokalfinale  
Fortuna Köln – 1. FC Köln 0:1
- 1984 ASV-Sportfest mit 60.000 Zuschauern
- 1987 Gottesdienst, gehalten von Papst Johannes Paul II.
- 1988 zwei Spiele der Fußball-Europameisterschaft
- 1989 entscheidendes WM-Qualifikationsspiel  
Deutschland – Wales 2:1
- Konzerte:** Pink Floyd, Michael Jackson, Bob Dylan, Genesis, Rolling Stones u.a

war zu teuer. Ein leicht modifiziertes Schulten-Modell, der „Flitzebogen“, kam später auf den Tisch, nachdem sich Köln als Austragungsort für die WM 74 beworben hatte. Aber auch hier ergab sich das gleiche Problem: Die vorgegebenen Baukosten wurden nachkalkuliert und für zu hoch befunden. Eine geeignete Alternative hatten die Verantwortlichen im Rat nicht in Auftrag gegeben. Die Frist für die rechtzeitige Fertigstellung zur Weltmeisterschaft war letztendlich tatenlos verstrichen – WM 74 ohne Köln, eine Provinzposse.

### „Schüssel“ statt „Bügeleisen“ oder „Flitzebogen“.

Immerhin hatten die Politiker aus der dummen Geschichte gelernt. Im Herbst 1972 beschlossen sie einstimmig, den Entwurf „Müngersdorfer Stadion“ der Firma Dyckerhoff & Widmann an der Stätte der Hauptkampfbahn umzusetzen. Dort kreiste schon kurze Zeit später die Abrissbirne; der 1. FC Köln und die tragische Fortuna, damals in ihrem einzigen Bundesliga-Jahr, zogen für die zweijährige Baupause in die benachbarte „Radrennbahn“. Das Provisorium war zwar für Spieler wie für Zuschauer äußerst unkomfortabel, besaß aber eine einzigartige Atmosphäre. Das berühmte „Füßetrampelein in der Radrennbahn“ machte den Fans auf den hölzernen Tribünen gehörigen Spaß und war beim Gegner gefürchtet. Die Radrennbahn entfaltete ein eigenes Klangbild und war so eng, dass man Wolfgang Overath beim Eckball durch den Zaun am Trikot zupfen konnte. Fast schade, dass das Gastspiel schon nach kurzer Zeit wieder endete. 1975 war nach nur 22 Monaten Bauzeit „die Schüssel“, wie die Fans das neue Müngersdorfer Stadion nannten, bezugsfertig. ▶



Die alte „Schüssel“ 1975. Zur EM 88 erhielt die Gegengerade Sitzplätze Foto: Kölner Sportgeschichte e.V.



Die Südkurve 1975 beim ersten Spiel gegen den FC Bayern München **Foto: Rautert**

Aber was war das nur für ein Kontrast gegenüber der niedlichen Radrennbahn? Hier 61.114 Zuschauer Fassungsvermögen, dort 27.000, hier 30 Meter inkl. Graben von der Tribünenkante bis zum Spielfeldrand, dort einmal Kirschspucken, hier Waschbeton und Plastik, dort verwitterte Holzplanken. Sicher, das neue Stadion war ein Palast. Es besaß gleich zwei Anzeigetafeln, auf seinem Dach thronte die stärkste Flutlichtanlage Europas und überhaupt war es das erste deutsche Stadion mit komplett überdachten Rängen - und dies ohne lästige, die Sicht einschränkende Pfeiler. Zu seiner Zeit galt es als äußerst modern, aber es war eben kein reines Fußballstadion, sondern eine Mehrzweckarena der Siebziger, ein halbherziger Kompromiss. Das war ein Zugeständnis an den ASV Köln und sein Sportfest, das dank schneller Tartanbahn so manchen Weltrekord verbuchte. „Die Schüssel“ war ein typisches Kind seiner Zeit: weit, ausladend und unsexy - wie eine Schlaghose. Dennoch verbinden nicht nur Kölner mit der Arena große Augenblicke. Hier holte der FC 1978 das Double, er erschlief sich fünf Jahre später im kölschen DFB-Pokalfinale gegen die an diesem Tag bessere Fortuna ein mickriges 1:0 und 1989 fiel hier gar eines der wichtigsten Tore deutscher Fußballgeschichte. Denn hätte Thomas Hässler im entscheidenden WM-Quali-Spiel nicht das 2:1 gegen Wales erzielt, der spätere Weltmeister Deutschland wäre erst gar nicht mit zur WM nach Italien gefahren.

Nach nur 25 Jahren kam das Todesurteil für die Beton-Schüssel. Wieder war eine WM Schuld. Den Auflagen für 2006 genügte die Arena nicht mehr. Diesmal aber wollte die Stadt Köln bei der Weltmeisterschaft dabei sein. Deshalb hatte sie bereits im Jahr 2000 einen internationalen Architektenwettbewerb ausgeschrieben. Das Ergebnis kennen wir. Es ist soeben fertig geworden und hat den Zuschlag für 2006 erhalten. Die Kölner Sehnsüchte nach einem reinen Fußballstadion erfüllen sich nach knapp 60 Jahren mit dem famosen RheinEnergieStadion - wiederum genau an jener Stätte, wo auf Adenauers Bestreben 1923 die Hauptkampfbahn entstand. ■ *Andreas Schulte*



24.10.2002: Links der Bau der Westtribüne, rechts steht noch die alte Nordkurve **Foto: Stadionwelt**



Spielbetrieb bei laufendem Umbau: Köln-Mannheim im Oktober 2002 **Foto: Stadionwelt**



Die Tragwerk-Konstruktion entspricht der einer Hängebrücke **Foto: Stadionwelt**



## „Ich würde am liebsten selbst wieder spielen“

Wolfgang Overath über  
das neue RheinEnergieStadion



Wolfgang Overath (60), ist seit 14.6.2004 Präsident des 1. FC Köln

**Stadionwelt:** Sie haben alle Vorgänger des RheinEnergieStadions in Köln als Spieler erlebt. Wie beurteilen Sie die Entwicklung?

**Overath:** Angesichts des neuen Stadions würde ich am liebsten selbst wieder spielen. Früher gab es selbstverständlich auch gute Stimmung. Nur saßen die Leute viel zu weit vom Spielgeschehen entfernt, dann kam noch der Graben hinzu. Wenn man im jetzigen Stadion um einen Titel spielen würde, wäre die Atmosphäre sicher unbeschreiblich.

**Stadionwelt:** Trotz des dritten Abstiegs in sechs Jahren spielte der FC letzte Saison vor über 50.000 Zuschauern ...

**Overath:** ... was sensationell ist. Und auch für die nächste Saison läuft der Dauerkartenverkauf, als wäre nichts geschehen. Man muss einfach dankbar sein für diese Situation.

**Stadionwelt:** Vom Fanpotenzial abgesehen – spielt das Stadion eine entscheidende Rolle für Ihre Zukunftspläne mit dem Verein?

**Overath:** Sicher. Mit der alten „Schüssel“ stünden wir jetzt gar nicht gut da. Mit dem neuen RheinEnergieStadion sind wir immerhin in einem Bereich wieder an der Spitze. Das Stadion mit seinen hervorragenden Möglichkeiten, die Sponsorpartner einzubinden und dem Publikum etwas zu bieten, ist ein ganz entscheidender Faktor für die Zukunft. Wir legen aber generell Wert darauf, in das städtische Umfeld einbezogen zu sein. Das zeigt sich schon beim Stadionnamen – die RheinEnergie AG ist schließlich ein Unternehmen, das sich in der Region stark engagiert, aber auch darin, dass auch der „Normalbürger“ hier im Stadion eine Loge mieten und zum Beispiel seine Hochzeit feiern kann. Auch die kölsche Kultur findet hier statt, das alles schafft Identifikation.

**Stadionwelt:** Ihre Prognose für die WM 2006?

**Overath:** Kürzlich war ja in Portugal zu sehen, wie viel Spaß so ein Ereignis machen kann.

Ich denke, die Kölner werden stolz sein, mit ihrem Stadion und der Stimmung in der Stadt einen großen Beitrag zu einer gelungenen WM leisten zu können.



Die neue Südtribüne im Bundesliga-Betrieb: Oben Sitzplätze, unten Stehplätze.

Foto: Stadionwelt

## Verordnungen & Vermarktung

Gespräch mit Thomas Polte, Projektleiter Stadionbau beim 1. FC Köln

**Stadionwelt:** Wieviele Auflagen muss man heutzutage erfüllen, um Bundesligaspiele auszurichten?

**Polte:** Im Rahmen der Ausrichtung von Bundesligaspielen sind inzwischen zahlreiche Richtlinien und Auflagen bzw. gesetzliche Vorgaben zu berücksichtigen. In erster Linie sind dabei die folgenden zu nennen:

- das „Nationale Konzept Sport & Sicherheit“
- die Versammlungsstättenverordnung (VStättVO)
- die Richtlinien des DFB zur Verbesserung der Sicherheit bei Bundesspielen
- das Sicherheitskonzept für das RheinEnergieStadion wie auch
- die betreffende Stadionordnung.

In fast allen Bestimmungen findet sich ein Passus über die Führung von Rettungswegen wieder. Zu den Rettungswegen gehören insbesondere die frei zu haltenden Gänge und Stufengänge; im Unterrang Süd sind das die rot markierten Bereiche. Leider ist es – trotz erhöhtem Personaleinsatz und flankierender Maßnahmen (z. B. in Form von Stadionsdurchsagen) – in der abgelaufenen Saison nicht immer gelungen, die Rettungswege im Stehplatzbereich frei zu halten. Um die Sicherheit der Besucher nicht zu gefährden, mussten auf Veranlassung der Bauaufsicht dann zusätzliche bauliche Maßnahmen in Form der Blocktrennungen getroffen sowie die Kapazität im Stehplatzbereich reduziert werden.

Die Gesamtkapazität des Stadions bei nationalen Spielen liegt aktuell somit bei 50.374 Zuschauern.

Auch die Höhe von Umwehungen, Geländern etc. ist in diesen Bestimmungen dezi-

diert beschrieben. Dies führt dazu, dass es beispielsweise im Bereich der Mundlöcher im Oberrang zu Sichtbehinderungen für die Zuschauer kommen kann. Diese Plätze bieten wir den Zuschauern nur zu reduzierten Preisen an.

**Stadionwelt:** Wie läuft die Vermarktung Stadions aus Sicht des 1. FC Köln?

**Polte:** Die Vermarktung läuft aktuell sehr gut. So sind im Bereich der Logen und der TV-Banden bereits mehr als 90% vermarktet. Auch im Bereich der Business-Seats haben wir trotz des Abstiegs in die zweite Liga aktuell mehr Sitze verkauft als zum Vergleichszeitpunkt vor einem Jahr.

Die Kooperation mit IMG bei der Vermarktung gestaltet sich – sowohl was die Ergebnisse als auch das Miteinander angeht – sehr gut. Seit dem Umzug ins Stadion sitzen wir nun auch quasi Tür an Tür, was die zukünftige Zusammenarbeit sicherlich noch einfacher machen wird.

**Stadionwelt:** Haben sich die Einrichtungen, die der FC nutzt bewährt? Gibt es neue „Rituale“ in den neuen Räumen?

**Polte:** Kurze Wege und moderne Einrichtungen haben den Spielbetrieb für die Lizenzspieler wesentlich vereinfacht, funktionaler und angenehmer gemacht. So nutzten die Spieler intensiv die 90 qm große Aufwärmhalle in unmittelbarer Nähe zur Kabine – nur eine von zahlreichen Möglichkeiten, die zuvor überhaupt nicht existiert haben. Neue Rituale haben sich aber nicht „eingeschlichen“ – nach wie vor herrscht vor den Spielen eine spürbare Anspannung, bis der Pfiff des Schiedsrichters beide Mannschaften rund 7 Minuten vor dem Anpfiff raus auf den Rasen des RheinEnergieStadions ruft ...

## Daten

**Homepage:** www.stadion-koeln.de

**Adresse:** RheinEnergieStadion,  
Aachener Straße 999, 50933 Köln

**Betreiber:**

Kölner Sportstätten GmbH  
RheinEnergieStadion  
Tribüne Ost  
Aachener Str. 999  
50933 Köln  
Telefon: 0221/71616.150  
Telefax: 0221/71616.151  
E-Mail: info@koelnersportstaetten.de

**Bauzeit (Umbau bei laufendem**

**Spielbetrieb):** 01/2002–07/2004

**Architekt:** gmp – von Gerkan, Marg  
und Partner, Hamburg

**Generalunternehmer:** Max Bögl Bauun-  
ternehmung GmbH & Co. KG, Neumarkt

**Kosten:** 117,6 Mio. Euro

**Zuschauerkapazität:**

Bundesliga gesamt: 50.374  
International gesamt: 46.195  
Südtribüne: 13.378  
(10.308 mit Sitzplätzen)  
Westtribüne: 11.724, davon 1.898  
Business-Seats, 552 Logen-Seats, 48  
Kommentatoren- und 102 Presse-Plätze  
Nordtribüne: 11.341  
(10.232 mit Sitzplätzen)  
Osttribüne: 13.931,  
davon 100 für Rollstuhlfahrer  
Innenraum: 12.400–14.800 Zuschauer

**Gebäudekennwerte:**

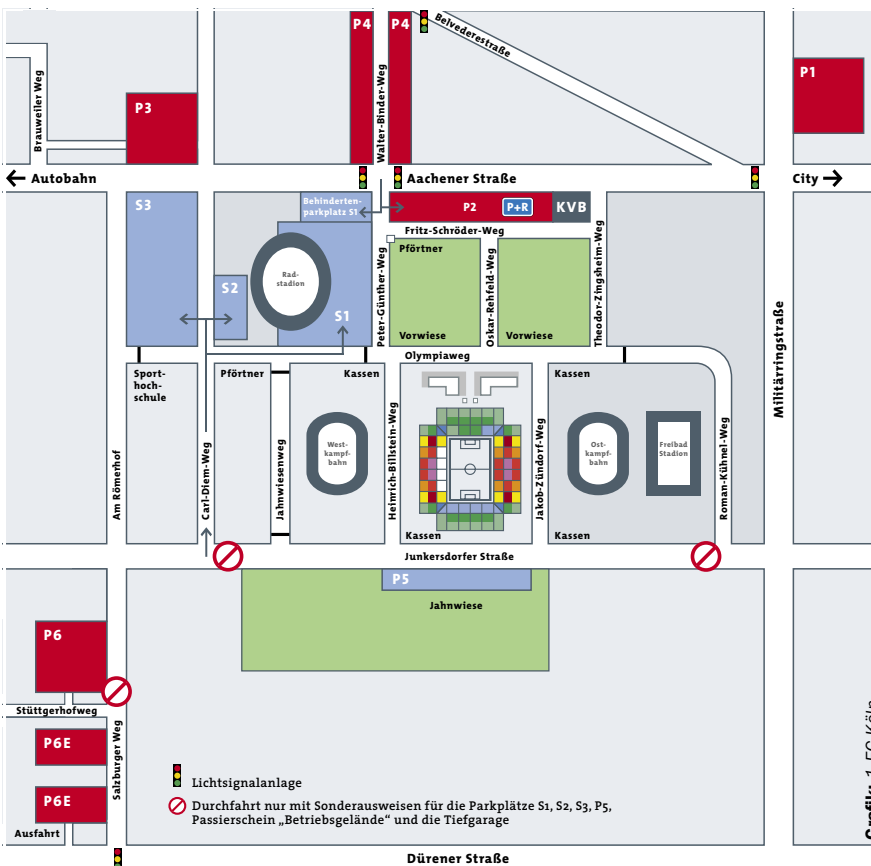
Höhe Oberkante Lichtstele: 71,95 m  
Höhe Oberkante Dachkonstruktion:  
33,25 m  
Maximaler Neigungswinkel: 35,4°  
(Oberrang West)  
Entfernung Spielfeld-Tribünenkante:  
7,45 m Ost & West / 8,15 m Süd /  
8,25 m Nord

**Flutlichtanlage:** 1.500 LUX

**Stadionführungen:**

Mo.–Fr. 17:00 Uhr–19:00 Uhr  
(außerhalb von Spiel- und  
Veranstaltungstagen)  
Anmeldung:  
Telefon: 0221/71616.125  
Montag bis Freitag, 8.00–17.00 Uhr)  
Telefax: 0221/71616.103  
oder im Internet bei  
www.stadion-koeln.de

## Der Sportpark Müngersdorf im Überblick



Bis zur WM 2006 wird das neue Verkehrskonzept in allen Punkten greifen. Schon in der aktuellen Saison wird ein Verkehrsleitsystem eingeführt, so dass sich gegenüber den vergangenen Jahren einige Anfahrtswege ändern. Aktuelle Informationen sind vor den Fußballspielen bei [www.fc-koeln.de](http://www.fc-koeln.de) oder [www.stadion-koeln.de](http://www.stadion-koeln.de) verfügbar.



Die Rückseite der Südtribüne

Fotos: Stadionwelt



Die Südtribüne bietet Platz für 13.378 Fans



Business-Lounge in der West-Tribüne



Die Nordtribüne mit FC-Museum und -Shop

# Stadionführung Köln



Das neue Münchener Wahrzeichen aus der Luft

Foto: Allianz Arena

## Tempel der Erleuchtung

Münchens Fußballclubs freuen sich auf ein Stadion der Extraklasse. Im Norden der Stadt wird für 285,9 Millionen Euro die Allianz Arena errichtet. In zwei Jahren findet hier das Eröffnungsspiel der Fußballweltmeisterschaft statt. Das 66.000 Zuschauer fassende Stadion setzt neue Maßstäbe und gehört künftig zur absoluten Weltspitze.

Ab der Saison 05/06 rollt der Ball Woche für Woche in der neuen Arena. Alltäglich wird sie dabei jedoch nicht werden, denn das Stadion gehört in Zukunft zum Teil des Erlebnisses. Daran, dass die Arena jahrelang ein Politikum war, werden sich nur noch die wenigsten erinnern. „Das neue Stadion wird ein Identifikationspunkt für die Stadt“, prophezeit Architekt Pierre de Meuron. Wie das Olympiastadion wird die Arena Besuchergruppen anziehen und sich auf Postkarten wieder finden. München erhält ein Stadion von internationaler Bedeutung, hochkarätige Spiele werden hier ausgetragen, sowohl bei der WM als auch in der Champions-League.

### Vor den Toren der Stadt

Am Standort im Münchener Norden, dort wo sich die A9 Richtung Nürnberg und der Autobahnring München treffen,

gab es bisher nicht viel zu sehen. Etwas Heidelandschaft, ein Übungsplatz der Bundeswehr und eine Kläranlage. Lediglich der Fröttmaninger Berg, von dem aus ein beeindruckender Blick auf die Stadt möglich ist, war Anzugspunkt für Wochenendspaziergänger. Das hat sich im Oktober 2002 schlagartig geändert, nun geht der Blick auch auf die direkt an der Autobahn gelegene Großbaustelle. Hier entsteht bis Mai 2005 die neue Münchener Arena, die nötige Infrastruktur für künftige Großveranstaltungen wird direkt mitgebaut: Parkhaus, Parkplätze, Straßen, U-Bahn-Ausbau, Autobahnausbau – Kräne soweit das Auge reicht.

Mit 66.000 Plätzen wird die Allianz Arena das drittgrößte Stadion in Deutschland, lediglich das Berliner Olympiastadion und das Westfalenstadion in Dortmund fassen mehr Zuschauer. Die Besonderheit dabei: Die Arena verfügt bundesweit als einziges Stadion

durchgehend über drei übereinander liegende Ränge.

Mit dem Neubau untermauerte München die eigenen Ambitionen hinsichtlich der WM 2006 – und wurde dementsprechend belohnt. Neben dem Eröffnungsspiel finden vier weitere Vorrundenspiele und ein Halbfinale am südlichsten aller Spielorte statt. Ebenso bedeutend ist der Zuschlag für das WM-Medienzentrum. Rund 20.000 Journalisten, Fotografen und Kameraleute werden 2006 aus der bayerischen Hauptstadt berichten und dort ihr Quartier aufschlagen. Das International Broadcasting Center sowie das Main Press Center finden ihren Platz in den Gebäuden der Messe München im Stadtteil Riem. Rund 40.000 Quadratmeter Arbeitsfläche werden hier genutzt. Neben dem Imagegewinn ist das ein enormer Wirtschaftsfaktor für die Stadt. Franz Beckenbauer sprach bei der Grundsteinlegung von einem großen Tag



Faszinierender Anblick vor den Toren der Stadt

Foto: Allianz Arena

für die Stadt und die beiden Münchener Fußballclubs und diese Euphorie hält bis heute an.

Die Allianz Arena ist im Gegensatz zu vielen anderen Neu- und Umbau-Projekten als reines Fußballstadion konzipiert. Jeweils 17 Heimspiele des FC Bayern und des TSV 1860, dazu Europacup-, DFB-Pokal- und Länderspiele sind dort vorgesehen. Mehr ist laut Erbbaurechtsvertrag mit der Stadt München untersagt. Somit soll verhindert werden, dass die Allianz Arena in Konkurrenz zu den anderen Münchener Sport- und Veranstaltungsflächen tritt, wie insbesondere dem Olympiapark mit Stadion und Großhalle. Die Räumlichkeiten in der Arena können aber durchaus für Seminare, Tagungen, Konferenzen sowie kleinere Messen mit einer Teilnehmerzahl von bis zu 3.000 Personen genutzt werden.

Ein solches Bauwerk hat selbstverständlich seinen Preis. Rund 285,9 Millionen Euro muss die Betreibergesellschaft, die jeweils zu 50 Prozent im Besitz der FC Bayern München AG und der TSV München von 1860 GMBH & Co Kg AA liegt, für das Stadion und das angrenzende Parkhaus aufbringen. Die Gesamtfinanzierung erfolgt durch die EuroHypo AG, die langfristige Kredite in Höhe von 225 Millionen Euro zur Verfügung stellt. Weitere 75 Millionen kommen als Gesellschaftsdarlehen vom FC Bayern. Die

Tilgung des Darlehens und der Zinsen soll mit den laufenden Einnahmen des Stadions erfolgen, insbesondere aus dem Logen- und Business-Bereich.

### Faszinierende Architektur

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Finanzierung ist die Marketingpartnerschaft mit der internationalen Versicherungsgruppe Allianz, die seit Februar 2002 als Namensgeber der Arena fungiert. „Um das Projekt Stadionneubau zu stemmen, war es für beide Vereine unerlässlich, einen starken Partner aus der Wirtschaft einzubauen“, zeigte sich Uli Hoeneß nach Vertragsabschluss von der Partnerschaft überzeugt. Die Zusammenarbeit mit der Allianz, die ihren Firmensitz seit über 50 Jahren in München hat, läuft zunächst bis zum 30. Juni 2021.

Während das Stadion komplett von privater Hand finanziert wird, fließen für die aufwändige Infrastruktur rund um die Arena öffentliche Gelder. Dazu gehören Straßen und U-Bahn-Anbindungen, aber auch der Ausbau der Autobahn an der Arena. Ein Großteil davon wird durch Gelder des Landes und des Bundes, der bis 2006 Milliarden in den Ausbau von Verkehrsnetzen steckt, finanziert.

Bereits ein knappes Jahr vor der Fertigstellung sind die charakteristischen Merkmale des neuen Stadions deutlich

sichtbar. Der Rohbau ist abgeschlossen und mit der Montage der imposanten Außenhülle wurde bereits begonnen. Der geschwungene Oberrang und die 15 Kaskaden-Treppen, die sich rund um das Stadion schlängeln, offenbaren bereits jetzt, wie die Allianz Arena einmal aussehen soll.

### Leuchtende Fassade

Konzipiert wurde das Bauwerk vom Architekturbüro Herzog & de Meuron mit Sitz in Basel. Die Schweizer Architekten gehören zu den renommiertesten weltweit und wurden bereits mit dem Pritzker-Preis, vergleichbar mit einem Oscar für Architektur, ausgezeichnet. Herzog & de Meuron beschäftigen rund 180 Mitarbeiter weltweit und arbeiten derzeit an etwa 30 Projekten in Europa, Asien und Amerika. Mit der nächsten Stadionplanung haben die Schweizer dabei bereits begonnen: Für die Olympischen Spiele 2008 bauen sie das Nationalstadion in Peking, eine Arena mit 100.000 Plätzen.

Ein Neubau auf der grünen Wiese lässt Architekten viele Freiheiten, die in München genutzt wurden, ein einzigartiges Stadion zu bauen. Lediglich der St. Jakob-Park in Basel, der ebenfalls von Herzog & de Meuron gebaut wurde, weist einige ähnliche Merkmale, wie ▶

beispielsweise die außergewöhnliche Fassade auf.

Die Architekten der Allianz Arena bezeichnen es als Vorteil, bei der Planung keine alternativen Nutzungsmöglichkeiten, wie zum Beispiel Leichtathletik oder Pop-Konzerte, berücksichtigen zu müssen. Somit konnte der Stadioninnenraum optimal an das Spielfeld angepasst werden.

Hauptmerkmal der Arena ist jedoch Außenhaut. Die Fassade besteht aus einer transluzenten Hülle, die mit insgesamt 2.874 rautenförmigen Luftkissen die 64.000 Quadratmeter große Außenfläche bedeckt. Jedes dieser durchsichtigen Kissen kann beleuchtet werden, so dass es möglich ist, die Arena bei Abendveranstaltungen in einem blauen, roten oder weißen Licht erstrahlen zu lassen. „Wie ein großer leuchtender Körper steht das neue Stadion an der Autobahn, markiert einen neuen Ort an der Grenze zwischen Stadt und freier Landschaft. Es wird sich in der Erinnerung der Vorbeireisenden einprägen und Zielpunkt in den Köpfen der Fans werden“, beschreibt Architekt Pierre de Meuron die Arena.

Da die Kunststoffhülle nicht ganz bis zum Boden reicht, sondern etwa dreieinhalb Meter darüber endet, entsteht der Eindruck, die Arena würde schweben. Besonders bei Abendspielen werden so bereits die Anreise und selbst die Vorbeifahrt zum Erlebnis.

### Montage in 52 Metern Höhe

Die mit Luft gefüllten Kisselemente sind aus zweilagigen EFTE-Folien konstruiert, einem sehr stabilem, lichtdurchlässigen Kunststoff. Die Folien sind gerade mal 0,2 Millimeter stark, durch den Luftdruck in den Kissen entsteht die Membran-Hülle. Falls ein Kissen beschädigt wird, kann es problemlos ausgetauscht werden.

Die Montage der Kissen erfolgte durch ausgebildete Industriekletterer, 25 Monteure sind bei der Allianz Arena im Einsatz. Da es wegen der gewölbten Architektur rund 1.400 unterschiedliche Membran-Größen gibt, hat die Vorbereitungszeit der Luftkissen einige Wochen gedauert. Für die Montage eines Elements wird je nach Größe zwischen 30 Minuten und drei Stunden benötigt.

Da die Arbeit in bis zu 52 Meter Höhe nicht ganz ungefährlich ist, müssen die Arbeiter speziell gesichert werden. Die Primärkonstruktion des Dachs, bestehend aus 48 Stahlhauptträgern, ist auf Stegen begehbar, dort reicht eine Absicherung mit Fanggurten. Bei der Sekundärkonstruktion, das sind die Streben zwischen den Trägern, müssen je- ▶



Bau von Stadion und Infrastruktur

Foto: Allianz Arena



Imposanter Blick in das weite Runde der Arena

Foto: Allianz Arena



Der Logen-Ring

Foto: Stadionwelt



Ab 2005 rollt hier der Ball

Foto: Stadionwelt



Blick vom benachbarten Aussichtspunkt auf die neue Arena

Foto: Stadionwelt



Mögliche Gestaltung einer Loge Foto: Allianz Arena



Foto: Allianz Arena



Der Business-Bereich Foto: Stadionwelt



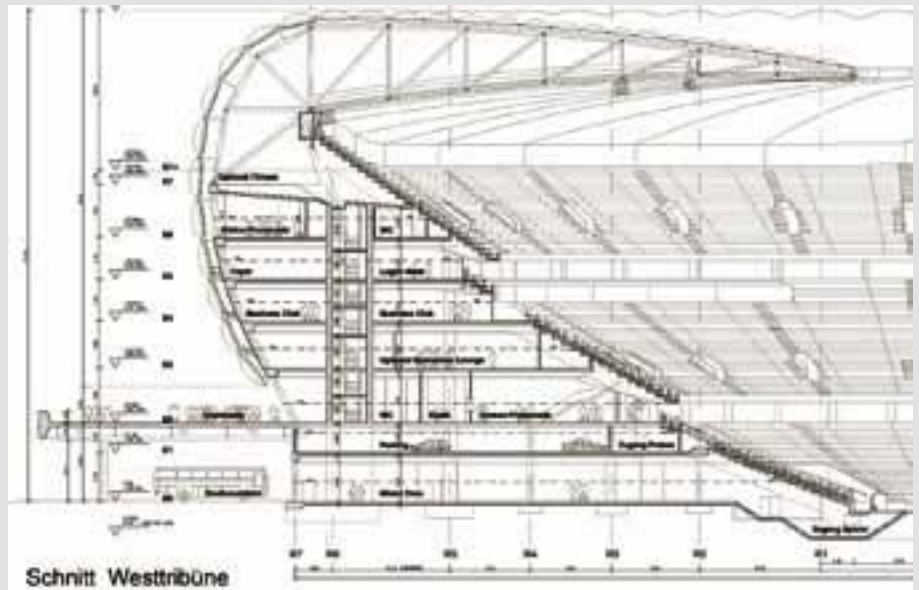
28 Kioske entstehen Foto: Stadionwelt



Eine Kaskaden-Treppe Foto: Stadionwelt



Platz für zwei weitere Reihen Foto: Stadionwelt



## Daten und Fakten zur Allianz Arena

### Zuschauer-Kapazität

66.000 Plätze (inkl. Logen und Business-Seats)

- unterer Rang: 20.000 Sitzplätze
- mittlerer Rang: 24.000 Sitzplätze
- oberer Rang: 22.000 Sitzplätze

Jeweils 10.000 Sitzplätze in der Nord- und Südcurve können durch Hochklappen im Verhältnis 1:1 in Stehplätze umgewandelt werden.

### Logen / Business-Seats

106 Logen mit ca. 1.400 Plätzen  
3.400 Business-Seats auf der Westtribüne

### Spezielle Plätze für Behinderte

200 Sitzplätze auf der Haupteingangsebene (ohne Ebenenwechsel). Sitzplätze sind mit Begleitperson kombinierbar.

### Parkplätze

Parkaus: 9.800 Plätze  
Im Stadion: 1.200 Plätze  
Busparkplätze: ca. 350

### Steigung der Ränge

- unterer Rang: ca. 24°
- mittlerer Rang: ca. 30°
- oberer Rang: ca. 34°

### Innenleben

- Gastronomie & Erlebniswelten, Halls of Fame, 3 Kindertagesstätten, Fanshops
- Büros & Konferenzräume
- großzügig angelegte Medienbereiche
- ca. 6.500 m<sup>2</sup> Gastronomieflächen, die sich aufteilen in:
  - 28 Kioske
  - 2 Fan-Restaurants: das Fan-Restaurant TSV 1860 in der Nordkurve und das Fan-

Restaurant FC Bayern in der Südcurve mit jeweils ca. 1.500 Plätzen

- 1 Familien-Restaurant mit ca. 400 Plätzen
- 1 Presse-Cafeteria mit ca. 120 Plätzen
- 1 Cafébar mit ca. 80 Plätzen

### Dimension Allianz Arena

Dimension Stadion: 258 m x 227 m x 50 m  
Umfang Stadion: 840 m  
Überbaute Fläche Stadion: 37.600 m<sup>2</sup>  
Gesamtnutzfläche: 171.000 m<sup>2</sup>  
Dimension Esplanade: 600 m x 133 m

### Internet

[www.allianz-arena.de](http://www.allianz-arena.de)



Das geplante Umfeld der Arena Foto: Allianz Arena



Montage in mehr als 50 Metern Höhe, die Dacharbeiten an der Allianz Arena

Fotos: Allianz Arena (2), Stadionwelt

doch Gehrnetze gespannt werden, auf denen die Arbeiter, ähnlich wie auf einem Trampolin, laufen können. Darunter befinden sich weitere Sicherheitsnetze. So können die Monteure auf den Gurt verzichten und sich frei bewegen.

Im Gegensatz zu vielen Neubauten der letzten Jahre soll sich die schmale Dachöffnung des Stadions nicht zum Nachteil für den Spielfeld-Rasen auswirken. Das Folienmaterial der Membrane hat eine UV-Lichtdurchlässigkeit von 98 Prozent und soll so eine maximale Sonneneinstrahlung gewährleisten. Für die nötige Luftzirkulation ist die Öffnung zwischen Unter- und Mittelrang vorgesehen. Damit der Rasen trotz der hohen Belastung durch zwei Mannschaften möglichst lange hält, werden strapazierfähige Schattengräser eingesetzt. Horst Schwab vom Rollrasenhersteller Schwab zeigt sich optimistisch: „In München wird ein eigens für dieses Stadion gezüchteter Spezial-Rasen verlegt. Wir gehen davon aus, dass dieser den Anforderungen entspricht.“ Im April kommenden Jahres liefert die Waidhoferer Firma, die unter anderem bereits den Rasen für das Olympiastadion in Berlin sowie die BayArena verlegt hat, das Grün für die Allianz Arena.

Falls es in der Arena doch einmal zu warm wird, besteht die Möglichkeit, 20 Kissen der Dachkonstruktion hydraulisch anzuheben, damit warme Luft entweichen kann. Eine gesamte Überdachung des Stadion wäre übrigens technisch möglich, entsprechende bauliche Vorhaltungen wurden bereits getroffen.

### Viel Platz für die Medien

In der Arena gibt es zwei verschiedene Kabinenbereiche, einen für den FC Bayern, einen für die 60er, jeweils mit eigenem

Gästebereich. Zwischen den Kabinentrakten befindet sich die Mixed-Zone, in der künftig Interviews geführt werden können. Bei der WM 2006 werden die Medien über ausgezeichnete Arbeitsbedingungen verfügen. Alleine auf den Presseplätzen auf der West-Tribüne finden 2.000 Journalisten Platz, zudem gibt es Arbeitsplätze für 400 Fotografen und 300 Beobachter der Verbände. Die zentralen Pressekonferenzen werden in einem 800 Quadratmeter großen Medienraum abgehalten, darüber hinaus stehen fünf Übertragungsstudios zur Verfügung.

### Logen und Business-Seats

Die Allianz Arena verfügt zwischen dem Mittel- und dem Oberrang über einen Logenring. Die Nachfrage für die dort zur Verfügung stehenden 106 Logen ist immens und übersteigt laut Betreiber-Gesellschaft das Angebot bereits jetzt um das vierfache. Ein Geschäft, das sich für beide Seiten lohnt. Zwischen 90.000 und 265.000 Euro kostet die jährliche Miete, und das bei einer Vertragslaufzeit von fünf Jahren. Kunden, Sponsoren und Geschäftspartner der beiden Clubs haben bei der Vergabe Priorität. Die Mieter können die Loge und ihr repräsentatives Umfeld an 365 Tagen im Jahr nutzen, sowohl bei sämtlichen Spielen, die in der Arena stattfinden, als auch an ganz normalen Werktagen. Die Logen werden nach den individuellen Bedürfnissen des Kunden ausgerichtet, die Größe variiert zwischen 18 und 51 Quadratmetern, selbst in der kleinsten finden noch acht Personen Platz. Über die größten Räumlichkeiten verfügt Stadion-Partner Allianz: Vier Logen wurden zusammengelegt und ergeben eine Fläche von 159 Quadratmetern. Insgesamt erhält der Logenring

eine Gesamtkapazität von 1.400 Plätzen, die individuelle Einrichtung ihrer Räume nehmen die Kunden selbst vor.

Neben den Logen erhält die Allianz Arena einen zusätzlichen VIP-Bereich. Rund 3.400 Business-Seats stehen auf dem Mittelrang der Westtribüne zur Verfügung, die Bewirtung findet in einem Business-Club mit einer Fläche von 3.500 Quadratmetern statt, der über einen separaten VIP-Zugang zu erreichen ist. Die Vermarktung dieser Plätze läuft ausschließlich über die beiden Vereine.

Aber auch ohne VIP-Ausweis und Logen-Bändchen kann sich der Besucher der Allianz-Arena auf erstklassigen Service freuen. Auf rund 6.500 Quadratmetern Gastronomiefläche stehen insgesamt 28 Kioske, vier Restaurants, eine Cafeteria und eine Cafébar zur Verfügung. Für die Gastronomie-Bereiche hat die Betreiber-gesellschaft bereits langfristige Verträge abschließen können. Mit der „Arena One Gastronomie“, einem Zusammenschluss der „E.ON Facility Management GmbH“ und der „Roland Kufler GmbH“, wurde ein Catering-Vertrag geschlossen, Paulaner und Hacker Pschorr werden künftig die Getränke liefern.

### Veränderte Landschaft

Für die direkt am Autobahnkreuz München-Nord gelegene Arena muss bis zur Eröffnung die nötige Infrastruktur geschaffen werden. Das beinhaltet neben dem Ausbau des U-Bahnhofs die Bereitstellung der Zufahrtswege und Parkplätze. Um das Bild der Arena nicht zu beeinträchtigen, wurde das Parkhaus mit in das Gesamtkonzept eingebunden. Es liegt unter einer 600 Meter langen Esplanade, über die auch die Besucher, die mit der Bahn anreisen, das Stadion errei-

Unter der Esplanade entsteht ein Parkhaus mit 10.000 Plätzen

Foto: Allianz Arena





## Jahrelange Diskussionen

Der Bau des neuen Stadions war lange Zeit fraglich. Erste Pläne gab es bereits Mitte der Neunziger-Jahre. Das anlässlich der Sommerspiele 1972 erbaute Olympiastadion mit seiner einzigartigen Zelt-dachkonstruktion gehört zwar bis heute zu den eindrucksvollsten Sportstätten weltweit, den Ansprüchen für optimale Vermarktung sowie zeitgemäße Betreuung von VIP-Kunden und Zuschauern genügt es jedoch in vielen Punkten längst nicht mehr. Nachdem sich der FC Bayern München im September 1997 für den Bau eines eigenen Stadions ausgesprochen hatte, begann eine jahrelange Diskussion über den möglichen Standort sowie das Aussehen der neuen Arena.

Besonders seitens der Stadt bestand großes Interesse, dass weiterhin im Olympiastadion gespielt würde. Nachdem sich der Club anfangs klar für einen Neubau an anderer Stelle ausgesprochen hatte, gelang es doch noch einmal, alle Beteiligten für den Umbau des Olympiastadions an einen Tisch zu bekommen.

Beim Stadiongipfel mit Oberbürgermeister Christian Ude, Franz Beckenbauer und Karl-Heinz Wildmoser erhielt der Entwurf des Olympiastadion-Architekten Günter Behnisch eine gute Bewertung. Dieser sah vor, das gesamte Stadion neu zu bauen, das alte Dach aber zu erhalten und zu erweitern, damit nach dem Umbau 90 Prozent der angestrebten 65.000 Plätze überdacht sind.

Für viele Münchener war dieser Schritt zu radikal, anderen ging er nicht weit genug, so dass die Diskussionen zwischen Gegnern und Befürwortern weiter gingen.

Bis zu 14 verschiedene Standorte waren in der Folgezeit im Gespräch, die Entscheidung gegen einen Umbau fiel im Dezember 2000, als das Architekturbüro Behnisch die erarbeiteten Pläne wieder in Frage stellte. Der FC Bayern und der TSV 1860 bildeten ein „Bündnis für den Neubau“ und binnen eines halben Jahres fiel die Entscheidung für den Standort Fröttmaning.

Nachdem sich im Oktober 2001 auch die Münchener Bevölkerung per Bürgerentscheid für den Neubau ausgesprochen hatte, war der Weg für die neue Arena endgültig frei. Es gab keine öffentliche Ausschreibung, stattdessen wurden acht international renommierte Arbeitsgemeinschaften aus Architekten und Baufirmen eingeladen, ihre Entwürfe zu präsentieren. Im Februar 2002 erhielt der Vorschlag des Generalunternehmens Alpine Bau und der Architekten Herzog & de Meuron den Zuschlag. Namensgeber wurde die Allianz Versicherungsgruppe.



Die Arena bei Nacht: Je nach Art der Veranstaltung ist auch blaues oder weißes Licht möglich. Foto: Allianz Arena

chen. Auf vier Etagen findet sich Platz für 9.800 PKWs. Zudem befinden sich in der neu geschaffenen Landschaft die so genannten „Fan-Canyons“, mit insgesamt 55 Ticketschaltern und Fanshops. Über die Wege, die sich wie ein Netz durch die Esplanaden-Landschaft schlängeln, gelangen die Zuschauer auf die zweite Ebene des Stadions, zwischen Unter- und Mittelrang gelegen. Dort befindet sich der Eingang. Der Oberrang ist von hier aus über die 15 direkt an der Fassade aufsteigenden Kaskaden-Treppen, die das Stadion spiralförmig umrunden, zu erreichen.

VIP-Gäste können direkt unter die Arena fahren, zwei Parkebenen mit insgesamt 1.200 Plätzen sind dort vorhanden. Von den Parkdecks geht es mit dem Lift in den Business-Club, die Sponsoren-Lounge oder die Logen.

Ausreichend Platz bietet die neue Infrastruktur auch für Reisebusse, rund 350 Plätze befinden sich im Norden und im Süden der Arena.

### Großbaustelle im Blickpunkt

Um das gesamte Bauprojekt bis Mitte 2005 fertig zu stellen, sind bis zu 700 Bauarbeiter im Einsatz, zeitweise in Doppelschichten, teilweise rund um die Uhr. Etwa 150.000 Quadratmeter Stadion und 250.000 Quadratmeter Parkhausfläche werden derzeit bebaut. Mit der Ausführung sind seit März 2002 rund 80 Architekten beauftragt wurden. Zeitweise prägten 23 Kräne das Panorama Fröttmanings.

Eine solche Großbaustelle zieht zwangsläufig das Interesse auf sich. Dass es sich dabei um ein Fußballstadion handelt, sorgt für zusätzliche Aufmerksamkeit. Täglich erhält die Allianz Arena

Anfragen von Journalisten und Fotografen, von Fußball-Fans und Architektur-Studenten. Hoch frequentiert wird auch die offizielle Internetseite des Stadions, die den Baufortschritt dokumentiert und monatlich rund vier Millionen mal aufgerufen wird.

Immer wieder wird dabei nach Stadionführungen gefragt, die in vielen anderen Arenen schon zum festen Programm gehören, derzeit aber noch nicht angeboten werden können. „Führungen sind aufgrund des engen baulichen Zeitplans erst ab 2005 möglich, danach sollen sie jedoch fester Bestandteil des Besucherprogramms werden“, erklärt Werner F. Götz, der für die Öffentlichkeitsarbeit der Allianz Arena zuständig ist. Bis dahin können lediglich Fachgruppen aus dem Bau- bzw. Architekturgewerbe bei speziellen Terminen das Ambiente der Arena genießen.

### Die eigene Kurve

In einem Jahr ziehen die beiden Münchener Vereine in die Allianz Arena um. Ähnlich wie im Olympiastadion werden sowohl die Bayern- als auch die 60er-Fans eine eigene Kurve mit 10.000 Stehplätzen erhalten. Zudem errichten beide Clubs jeweils ein Vereinsmuseum sowie Fanshops in „ihrer“ Kurve.

Die Bayern-Fans freuen sich auf die Arena und werden dort glücklich sein, und das bei einem deutlich höheren Zuschauerschnitt als im Olympiastadion. Ob das auch auf die 60er zutrifft, von denen viele den Ausbau des Stadions an der Grünwalder Straße vorgezogen hätten, wird in erster Linie vom sportlichen Erfolg abhängen. Zustimmung scheint dabei allemal eher möglich als im ungeliebten Olympiastadion. ■ Stefan Diener

Verbesserung der Infrastruktur: Ausbau der Autobahn und der U-Bahn

Fotos: Stadionwelt



**Bamberg: Kapazität reicht nicht mehr aus**

Basketball-Bundesligist GHP Bamberg denkt über den Bau einer größeren Halle nach. Derzeit spielt der Club im 5.000 Zuschauer fassenden „Bamberger Forum“. Manager Wolfgang Heyder zeigt sich jedoch optimistisch, auch eine Halle mit 7.500 Plätzen füllen zu können. Der Ausbau des Forums könnte ebenfalls eine Alternative sein. Internationale Spiele im Eurocup werden vorerst in die Arena Nürnberg verlegt, die jedoch nur als gelegentlicher Ausweichstandort dienen soll. Ein dauerhafter Umzug steht nach Angaben des Vereins nicht zur Debatte.

**Düsseldorf: Multifunktionshalle beschlossen**

Der Rat der Stadt Düsseldorf hat den Bau einer Multifunktionshalle im Stadtteil Rath beschlossen. Dort sollen künftig die DEG Metro-Stars, die derzeit im Eisstadion an der Brehmstraße beheimatet sind, ihre DEL-Spiele austragen. Die Baukosten für die Halle mit einer Kapazität von 11.500 Plätzen, darunter rund 3.000 Stehplätze, belaufen sich auf 72 Millionen Euro. Da die Verhandlungen mit einem privaten Investor gescheitert sind, werden das städtische Tochterunternehmen IDR sowie die Düsseldorf Congress-Gesellschaft die Halle bauen und betreiben. Der städtische Zuschuss beträgt 21 Millionen Euro.

Für die Ausstattung der Halle sind 30 Logen sowie ein Businessclub mit einer Fläche von 800 Quadratmetern und ein Themenrestaurant vorgesehen. Düsseldorf Oberbürgermeister Joachim Erwin rechnet nach der Fertigstellung im August 2006 mit rund 60 bis 70 Sport-Veranstaltungen pro Jahr. Zudem soll die Halle jährlich für mindestens 20 bis 25 Konzerte und über 200 Tagungen und Firmenveranstaltungen genutzt werden. Ebenfalls beschlossen ist der Bau einer 3.500 Zuschauer fassenden Halle im Stadtteil Reisholz, der bereits bis Oktober 2005 fertiggestellt sein soll. Hier werden künftig Handball-Bundesligist HSG Düsseldorf sowie die Basketballer des Zweitligisten Düsseldorf Magics ihre Spiele austragen. Beide Vereine erhoffen sich mit dem Umzug in die neue Halle bessere Vermarktungsmöglichkeiten. Die Baukosten belaufen sich auf 18,7 Millionen Euro.

Mannheim  
**Arena-Neubau verläuft nach Plan**

Auf der Großbaustelle der Mannheim Arena ist mit der Montage der Dachkonstruktion begonnen worden. Diese besteht aus acht zweiteiligen Bindern, die auf dem Rand der Betonränge fixiert und dann in der Mitte miteinander verbunden werden. Bis Ende August soll das Dach der Multifunktionshalle geschlossen sein.

Der Baufortschritt bewegt sich derzeit exakt im Zeitplan. Seit dem Baubeginn im Juli 2003 wurden die Fassadenarbeiten zu 60 Prozent und die Maurerarbeiten in der Halle zu 90 Prozent abgeschlossen. Die Stadt Mannheim hat inzwischen begonnen, die nötige Infrastruktur zu errichten. Neben den Straßen rund um die Halle wird auch der Straßenbahn-Anschluss ausgebaut. Insgesamt belaufen sich die Baukosten der Mannheim Arena auf 82 Millionen Euro. Hier können künftig bis zu 13.600 Besucher die Eishockey-Spiele der Adler Mannheim verfolgen. Das Interesse der Fans ist immens.



Mit Spezialkränen werden die Binder angehoben.

Foto: Janus WA



Die Mannheim Arena

Foto: Janus WA

Mehr als 1.400 sicherten sich bereits ein Zertifikat für einen Platz in der Arena, indem sie bereits eine Anzahlung für die künftige Dauerkarte leisteten. Erfolge gibt es auch bei der Vermarktung der 42 Logen, von denen 28 bereits verkauft wurden. Eine hohe Nachfrage ist zudem bei den Business-Seats

zu verzeichnen. „Es gibt ein sehr großes Interesse und wir gehen davon aus, dass auch dieses Angebot bis zum Beginn der Saison 05/06 erschöpft sein wird“, zeigt sich Mathias Fries, Pressesprecher der Adler Mannheim, überzeugt. Ab September 2005 spielt der Klub in der neuen Halle.

Magdeburg  
**Entscheidung über Hallenausbau steht bevor**

Die Kapazität der Bördelandhalle, Spielstätte von Handballbundesligist SC Magdeburg, soll von 7.800 auf 11.500 Zuschauerplätze erweitert werden. Die Kosten für den nötigen Umbau

werden auf insgesamt acht bis neun Millionen Euro geschätzt. Neben dem Ausbau sollen die Gastronomie- und VIP-Bereiche in der Halle modernisiert werden. Für künftige TV-Produktionen

sowie Musik- und Show-Veranstaltungen ist zudem geplant, die Technik in der Bördelandhalle auf den neusten Stand zu bringen. Darüber hinaus ist eine Erweiterung des Eingangstores vorgesehen, damit bei Bedarf große Bühnenelemente in die Halle gefahren werden können. Um einer erhöhten Zuschauerkapazität gerecht zu werden, ist die Schaffung von 800 bis 1.000 zusätzlichen Parkplätzen im Gespräch.

Bereits auf der ersten Sitzung nach der Sommerpause im September entscheidet der Rat der Stadt Magdeburg über die Umbau-Pläne.

Im Falle der Zustimmung könnte bereits im März 2005 mit den Arbeiten begonnen werden. Um den Spielbetrieb des SC Magdeburg nicht zu gefährden, müssten die Baumaßnahmen bis zum Beginn der Handballbundesliga-Saison 05/06 abgeschlossen sein.



Die Magdeburger Bördelandhalle

Foto: Stadionwelt

Bremen

## Stadthalle wird zum AWD-dome

Jedes Jahr im Januar findet in der Hansestadt Bremen das traditionelle Sechs-Tage-Rennen statt. Damit das Großereignis auch 2005 wie gewohnt durchgeführt werden kann, stehen für den Ausbau und die Modernisierung der 40 Jahre alten Stadthalle gerade einmal elf Monate zur Verfügung. Um diesen Zeitplan einhalten zu können, begann die mit der Umsetzung beauftragte Baufirma Züblin bereits ein halbes Jahr vor Beginn der Arbeiten mit den Vorbereitungen und Planungen vor Ort, um sich einen genauen Überblick über die Statik und die Logistik zu verschaffen. Im Rahmen des Umbaus wird die Zahl der festen Sitzplätze durch insgesamt drei neue Tribünen um 3.800 auf insgesamt 10.000 erhöht, so dass bei Innenraumnutzung Ver-

anstaltungen mit bis zu 14.000 Besuchern durchgeführt werden können. Die Halle muss hierfür um acht Meter erhöht werden. Doch nicht nur an der Kapazität wird gearbeitet. Künftig verfügt der VIP-Bereich über sieben Logen, in denen jeweils rund 20 Personen Platz finden. Ein komplett neues Foyer- und Service-Gebäude ist ebenso Teil der Baumaßnahme. Zeitgleich mit der Verbesserung des Caterings in der Halle entsteht dort ein Gastronomie-Bereich mit Verkaufsständen und Restaurants. In die technische Ausstattung der Halle wird ebenfalls investiert, um den Anforderungen an eine moderne Veranstaltungstätte gerecht zu werden. Insgesamt hat die Stadt Bremen für den Um- und Neubau rund 47,5 Millionen Euro bereit gestellt.



Das Richtfest wurde bereits gefeiert



Teile der alten Halle wurden abgerissen

Die Arbeiten liegen im Zeitplan. Bereits im Juni wurde das Richtfest gefeiert und am 1. Dezember soll die Übergabe erfolgen. Die komplette Fertigstellung ist für Ende Dezember geplant. Nach der Modernisierung wird die Stadthalle AWD-dome heißen. Ein Vertrag über die Namenspartnerschaft mit dem Finanzdienstleister wurde im Januar dieses Jahres geschlossen und ist zunächst auf den Zeitraum von fünf Jahren befristet. Der Umbau der Stadthalle war zuvor lange fraglich gewesen, da der ursprüngliche Architekt Roland Rainer gegen den Ausbau geklagt, und sich dabei auf sein Urheberrecht berufen hatte. Die Klage wurde jedoch zurückgewiesen.

Der künftige AWD-dome in Bremen **Alle Foto:** Hanseatische Veranstaltungs GmbH

Köln

## NHL-Bedingungen in der Kölnarena

Deutschlands größte Multifunktionshalle wird im August und September einer von sieben Austragungsorten des „World Cup of Hockey 2004“. Neben Köln sind das Helsinki, St. Paul, Montreal, Prag, Stockholm und Toronto. In der Kölnarena empfängt Deutschland die Teams aus Russland, Tschechien und Finnland.

Das weltweit hochkarätigste Eishockey-Turnier, an dem acht Nationalmannschaften teilnehmen, findet unter Federführung der nordamerikanischen Profiliga NHL und der Spielergewerkschaft NHLPA statt. Aus diesem Grund wird nach den dort gültigen Regeln gespielt, unter anderem mit einer kleineren Eisfläche. Das Spielfeld in der NHL ist 61 x 26 Meter groß und damit

vier Meter schmaler als es die Regeln des Weltverbands IIHF, nach denen auch in der DEL gespielt wird, vorschreiben. Daher müssen die Organisatoren eine komplett neue Bande bauen. Rund 50.000 Liter Wasser sind

zudem nötig, um die Spielfläche neu zu bereiten. Diese muss nach dem Cup wieder für die kommende DEL-Saison umgerüstet werden. Für den gesamten Umbau werden etwa 20 Tage veranschlagt.



Neuer Eisfläche in gewohnter Umgebung

**Foto:** Kölnarena

### Wolfsburg: Bis 2005 mit Ausnahmegenehmigung

DEL-Aufsteiger EHC Wolfsburg bekommt eine neue Spielstätte. Die Planung ist bereits abgeschlossen und im August oder September soll der Baubeginn erfolgen. Nach ihrer Fertigstellung wird die Halle 5.100 Zuschauer fassen. Bei Veranstaltungen mit Innenraumnutzung beträgt die maximale Kapazität rund 8.000.

Für die Bauzeit sind 14 Monate veranschlagt. Viel mehr Spielraum haben die Wolfsburger allerdings auch nicht, da sie lediglich mit einer bis Dezember 2005 begrenzten Ausnahmegenehmigung in der DEL spielen dürfen. Der Eispalast, in dem der Club derzeit seine Spiele austrägt, entspricht mit 2.700 Plätzen nämlich nicht den Mindestanforderungen für die höchste deutsche Spielklasse. Für die kommende Saison hat der EHC außerhalb der Halle eine Containerstadt errichtet, in der die Kabine für Heim-Mannschaft und Schiedsrichter sowie die Geschäftsstelle untergebracht worden sind.

### Bonn: Baubeginn im kommenden Jahr

Die Vorbereitungen für den Bau der Halle des Basketball-Bundesligisten Telekom Baskets Bonn laufen auf Hochtouren. Derzeit wird noch nach einem Namensgeber für das 13-Millionen-Euro Projekt gesucht, im Gespräch ist die Telekom. Rund 2 Millionen Euro erhoffen sich die Baskets aus dieser Partnerschaft, weitere 1,6 Millionen werden durch die Stadt aufgebracht, nachdem der Rat im Februar für den Neubau gestimmt hatte. Die Basketballer wollen die Halle mit Hilfe von Sponsorengeldern ohne eigene Kreditaufnahme finanzieren und rechnen mit einem Baubeginn im Frühjahr 2005. Nach einer Bauzeit von 14 Monaten soll die Halle bis spätestens Sommer 2006 fertig gestellt werden, damit der Verein ab der Saison 06/07 seine Heimspiele dort austragen kann. Den Baskets stehen dann 5.800 Plätze zur Verfügung. Damit erfüllen die Bonner die Mindestanforderung für internationale Spiele, die bei 5.000 liegt. Die Hardtberghalle, die derzeit als Spielstätte dient, verfügt über lediglich 3.500 Plätze. In den Gesamtkosten ist zudem der Bau einer Dreifachhalle für die Jugendmannschaften der Baskets enthalten.



Vor einem Champions League-Spiel

Foto: Bongarts

# Amsterdam Arena: Das Original

Die Amsterdam Arena begründete eine neue Stadion-Ära und verteidigt auch noch im achten Jahr den ersten Rang unter den Multifunktionsstadion in Europa

Mit der Eröffnung der Amsterdam Arena am 14. August 1996 durch Königin Beatrix begann in Europa ein neues Stadion-Zeitalter. Amsterdam verfügte jetzt über das erste Fußballstadion mit schließbarem Dach, welches zudem die Nutzung für Mega-Veranstaltungen aller Art ermöglichte, die bislang entweder unter dem Titel „Open Air“ oder in deutlich kleineren Multi-Hallen stattgefunden hatten. Als 1999 mit dem Millennium Stadium in Cardiff/Wales oder 2001 mit der Arena AufSchalke in Gelsenkirchen weitere vergleichbare Bauten folgten, war das, was dort voller Enthusiasmus angekündigt wurde, in der Amsterdam Arena schon längst Alltag - und mehr: Denn wohl keine Arena wird so konsequent bis in den letzten Winkel als „Event-Tempel“ vermarktet wie die in Amsterdam.

Gestresste Manager können sich im Anschluss an Business-Termine vom

Dach abseilen, in der kalten Jahreszeit lockt das „Winter Wonderland“ mit Eisanzugala und Skipiste, überhaupt hat hier beinahe alles stattgefunden, was in Sachen Erlebnis-Inszenierung denkbar ist. Die Schließung des Daches benötigt eine halbe Stunde, danach ist das Stadion innerhalb kürzester Zeit umgewandelt zur Halle für die Konzerte der Weltstars oder Dance-Events der Kategorie „Massenekstase“. Im Sommer 2000 etwa kamen erstmals 38.000 Menschen zur Premiere der Party „Sensations“.

## Ajax-Historie seit 1900: Am Anfang war der Acker ...

Sport-Hauptnutzer ist Ajax Amsterdam, dem Niederländischen Fußball-Verband KNVB dient die Arena als Nationalstadion, und die Footballer der Amsterdam Admirals tragen hier ihre Spiele in der NFL Europe aus. Für Ajax sollte der Umzug die neue Welt der un-

geahnten Möglichkeiten zwiespältig verlaufen. Das Zahlenwerk ließ sich bestens darstellen, ein verdoppelter Schnitt von fast 50.000 Zuschauern pro Spiel mit immensem Dauerkartenanteil kündete von einer goldenen Zukunft - während sich Fans und Spieler in der Arena gleichermaßen schwer akklimatisierten. Doch über die Jahre hat sich alles eingespielt. Ajax rotiert wieder im Dreigespann mit dem PSV und Feyenoord um die jährliche nationale Meisterschaft und ist auch europaweit unter den Top 10. Auch die kaum „versitzplatzbaren“ Fans der F-Side büßten letztendlich keine Authentizität ein - die Graffitis an der Mauer künden auch während einer Firmenmesse von der Präsenz der Kurve.

Die Spielstätten der Gründerjahre des AFC Ajax waren seit Anfang des 20. Jahrhunderts Äcker am Rande der Stadt, ohne Tribünen, geschweige denn Infrastrukturen. 1911, nun als Erstligist, verfügte Ajax erstmals über eine vorzeigbare Spielstät-



Die ArenA bei Nacht

Foto: Amsterdam Arena

te, das „Houten Stadion“, benannt nach den hölzernen Tribünen, von denen eine überdacht war. In der Folgezeit wuchsen mit vier Meistertiteln in Folge das sportliche wie auch gesellschaftliche Renomee des Clubs. So langte bald die Zuschauerkapazität nicht mehr; das letzte Ligaspiel im überfüllten „Houten“ sahen 1934 15.000 Zuschauer. Publikumsmagnet war schon damals mit Feyenoord der Rivale aus Rotterdam.

Die nächste Ära sollte lange Bestand haben: 62 Jahre verbrachte Ajax im ebenfalls „auf der grünen Wiese“ errichteten Stadion „De Meer“. Das „Wohnzimmer“ des Vereins wurde im Laufe der Jahre mehrfach um- und ausgebaut, zu dem im Jahre 1968 eröffneten Vereinsrestaurant kamen 1986 die ersten „Sky boxes“ in den Niederlanden. 1971 war eine Flutlichtanlage installiert worden. Kunstlicht konnte das Amsterdamer Olympiastadion (64.000 Plätze), von Ajax über Jahre parallel für Top-Spiele genutzt - als eines der ersten überhaupt - bereits seit 1934 vorweisen.

Die ursprüngliche Zuschauerkapazität des „De Meer“ hatte man im Laufe der Jahrzehnte an die Bedürfnisse angepasst und von 20.000 auf fast 40.000 erweitert - eine Entwicklung, die Ende

der 80er Jahre wegen durch verschärfte Sicherheitsrichtlinien bedingte Umbauten wieder rückgängig gemacht werden musste. Der Abschied war besiegelt. Die Kapazität reichte einfach nicht mehr aus, das alte Stadion war in keiner Hinsicht zukunftsfähig.

An die Olympiabewerbung für 1992 gekoppelt, gab es in Amsterdam zunächst Pläne für ein entsprechendes Stadion mit Leichtathletik-Anlagen und angeschlossener Halle. Diese Konzeption wurde 1986 hinfällig, das Stadionprojekt an sich jedoch blieb ambitioniert, wobei Bauweise und Standort Gegenstand Jahre währender Debatten waren, ebenso wie die Kostenseite des Projekts. Es entfiel dann unter anderem die Leichtathletik-Anlage, die Pläne für das verschließbare Dach wurden abgeändert. Ende 1993 lagen dann endlich alle Beschlüsse vor, der Baubeginn nach den Plänen der Architekten Rob Schuurman (ArenA) und Sjoerd Soeters (Eingangsbauwerk) erfolgte im November. Während der Bauzeit änderte sich indes im Detail fortlaufend die Konzeption. Man ging bis Anfang 1996 noch von einem mobilen Spielfeld aus, das jedoch in Amsterdam nie realisiert wurde. Eine besondere Attraktion stellte aber bereits

in der Bauphase die Dachkonstruktion dar; die Montage der beiden 40 x 118 m großen, 520 Tonnen schweren Hälften in 70 Metern Höhe war eine Meisterleistung der Ingenieure.

### ... und am Ende der Kunstrasen?

Mit der ersten Arena neuer, geschlossener Bauart und einer intensiven Nutzung sahen sich die Betreiber der Amsterdam ArenA dann auch als Erste Problemen gegenüber gestellt, die mittlerweile in fast allen Stadien der neuen Generation auftreten. Der Rasen als Herzstück des Fußballstadions machte von Beginn an Probleme, erhielt zu wenig Sonneneinstrahlung und Durchlüftung, ging kläglich ein.

„Ein System aus den USA, das uns mit zehnjähriger Garantie für die Bespielbarkeit einer einzigen Fläche geliefert worden war, hielt gerade einmal einen Monat“, blickt Rasen-Experte Ben Veenbrink zurück. In der Folge füllte man die Betonwanne der Arena mit einer Anordnung von Tragschichten, die sich bis heute bewährt hat und nur ein Mal ausgetauscht werden musste. Die Anzahl von Spielflächen, die im Laufe der Zeit darauf ausgerollt wurde, hingegen, kann durch- ▶



„Amphi“: Die Halle in der Halle



Hier gibt es nichts, was es nicht gibt

Fotos: Amsterdam Arena

aus als Konstante im Wirtschaftstrend der gesamten Garten- und Landschaftsbau-Branche bezeichnet werden. In den ersten Jahren wechselte die ArenA den Rasen wie Fußballer die Trikots. Je mehr Leben in der ArenA herrschte, desto stärkerer Modergeruch stieg dem Besucher in die Nase. Mit teuer gesammelter Erfahrung hat man mittlerweile Methoden ausgearbeitet, um dieses Prozedere auf zwei Rasenwechsel pro Jahr zu reduzieren - in der Regel einmal im Sommer und einmal im Winter. Ob das Dach bei den Ajax-Spielen offen bleibt oder zu schließen ist, obliegt jeweils der Entscheidung des Ajax-Cheftrainers. Ordnet er etwa bei strömendem Regen vor dem Spiel „Hallenfußball“ an, muss das Dach laut Spielordnung dann auch 90 Minuten geschlossen bleiben.

Angesichts der drängenden Probleme verwundert es nicht, dass sich ArenA und Ajax mit der gemeinsamen Entwicklung des Konzeptes „Arena Grass System“ zu Protagonisten der Kunstrasenszene entwickelten. Der Belag dritter Generation hätte nach dem ursprünglichen Plan in der Sommerpause 2003/2004 nach dreijähriger Vorlaufzeit in der Amsterdam Arena installiert werden sollen, doch noch hat die UEFA in ihren Spitzenwettbewerben die Freigabe nicht erteilt. So wie bei vielen anderen Vereinen der Fall, sind auch die Jugend- und Amateur-Trainingsplätze auf dem Ajax-Gelände neben der ArenA im Rahmen langfristiger Tests längst auf Kunstrasen umgestellt. Anders als bei den Kommunen, die ihre städtischen Sportanlagen mit Kunstrasen über das ganze Jahr weitaus wirtschaftlicher betreiben, geht es im Profibereich nicht allein um die Überwindung einer emotionalen Barriere oder um Gesundheitsrisiken für das teure Humankapital in Gestalt von Fußballprofis. An der Entscheidung pro oder contra Kunstrasen zerrt auch die Lobby der Hersteller sowie die FIFA, die sich durch das Monopol für die Lizenzerteilung Einnahmen verspricht. Die UEFA wiederum hat einen anderen Qualitätsstan-

dard zur Norm erhoben als der Weltverband. Auf die Frage, ob Ajax überhaupt noch Wert darauf lege, den Wechsel zu vollziehen, antwortet Veenbrink: „Das Ajax-Team formuliert ganz spezifische Ansprüche. Es läuft eine Studie, anhand derer der aktuell entwickelte Kunstrasen noch weiter verbessert werden soll. Aber selbst, wenn die UEFA oder die Liga eine Freigabe erteilt, muss immer noch Ajax entscheiden, auf welchem Untergrund sie spielen wollen.“

Jedenfalls sind die ArenA-Betreiber erfinderisch, eröffnen im Event-Tempel immer neue, ungeahnte Möglichkeiten. So wird womöglich über Nacht ein „Deus ex Machina“ einen Weg aus dem Rasen-Dilemma weisen. Im Grunde ist es nur eine Frage der Zeit.

### Das Event-Universum

Das Amsterdamer Event-Universum bietet dank eines Kunstgriffes der Manager seit einiger Zeit auch einen Mikrokosmos für Attraktionen und Skurrilitäten in kleinerem Rahmen: In der so genannten „Amphi“-Konstellation lässt sich ein abtrennbarer Bereich in der Kurve für private Feiern oder Veranstaltungen mit einem Publikum von 1.000 oder weniger Teilnehmern bis zu 12.000 Zuschauern separat nutzen.

Vorreiter war und ist die ArenA in vielen Belangen. Der Gäste-Sektor ist beim Fußball direkt vom Bahnsteig aus zu erreichen, ohne dass sich verfeindete Fan-

Gruppen überhaupt begegnen können. Auch die Arena-Geldkarte wird sich dort im Jahre 2006 bereits zehn Jahre im Einsatz befinden.

Das über die Jahre gesammelte Know-how der Amsterdamer Arena-Experten wird durch die Consulting-Firma „Amsterdam Arena Advisory“ professionell vertrieben. Man arbeitete unter anderem bei der Planung des Berliner Olympiastadion-Umbaus, beim EURO 2004-Stadion Alvalade in Lissabon und zu Beginn auch beim Mönchengladbacher Nordpark mit.

Sich selbst nie genügend, ist die ArenA immer auch ein Renommierobjekt der beteiligten Firmen gewesen. Von Beginn an sah das Konzept vor, eine richtungweisende Ausstattung und ein entsprechendes Programm zu bieten. „State-of-the-art“, also an der Spitze der Entwicklung zu stehen, lautet die Maxime. So nutzt dann auch der Elektronik-Riese Philips als Anteilseigner „seine“ ArenA zur Demonstration fahrbarer Videowände.

Auf der Gegentribüne - die Farbgebung auf den Rängen insgesamt ist reines Dekor ohne tiefere Bedeutung - wurde das Stadtwappen Amsterdams in Form der drei Kreuze eingelassen. Die Hauptstadt der Niederlande ist mit gut 730.000 Einwohnern unter den Weltstädten zahlenmäßig eine kleine Nummer, bietet jedoch Erlebnisse aller Art für 3,5 Millionen Besucher jährlich. Ein beträchtlicher Teil der Touristen findet dann auch den Weg in die ArenA am südöstlichen Stadtrand - allein 150.000 pro Jahr für eine Führung, die, je nach Programm, bis zu einem Tag dauern kann.

Viele Stadien, ob mit oder ohne Dach, heißen mittlerweile „Arena“, werden jedoch selten dem damit erhobenen Anspruch gerecht. Amsterdam ist und bleibt das Original, verkörpert alles, was der inflationär gebrauchte Begriff im modernen Sprachgebrauch eigentlich meint: Als Symbiose von technischer und kultureller Innovation mit der Ausstrahlung einer einzigartigen Stadt. ■ Ingo Partecke



Die Baustelle: Das Dach wird montiert, während der Massivbau noch wächst



Zum Komplex gehören das Ajax-Gelände und der ArenA-Boulevard

Foto: Amsterdam Arena

## Vier Fragen an...



### Henk Markerink

49, seit 1995  
Betriebsdirektor der  
Amsterdam Arena

**Stadionwelt:** Wurden seit 1996 größere Änderungen an der ArenA vorgenommen, um die technische Ausstattung zu verbessern?

**Markerink:** Zur Euro 2000 haben wir das Fassungsvermögen um 2.000 Plätze auf 51.859 Zuschauer erweitert, außerdem wurde die Anzahl der Logen um 20 erhöht. Wir haben ein CCTV-System installiert, also Überwachungskameras. Darüber hinaus wurden weitere Sicherheitseinrichtungen verbessert sowie zusätzliche Aufzüge und Rolltreppen eingebaut.

**Stadionwelt:** Welches ist neben der Amsterdam Arena Ihr Lieblingsstadion?

**Markerink:** Mein Favorit ist das Reliant Stadium in Houston, USA.

**Stadionwelt:** Gibt es durch den „Amsterdam Dome“, also die geplante Multi-Halle in Amsterdam, Auswirkungen auf das ArenA-Konzept?

**Markerink:** Nein, das berührt uns nicht.

**Stadionwelt:** Wie sehen Ihre Zukunftspläne für die ArenA aus?

**Markerink:** In Zukunft werden wir durch den Einsatz von Kunstrasen noch mehr Möglichkeiten für die multifunktionale Nutzung haben. Es wird zum Beispiel möglich sein, die ArenA non-stop für fünf bis sechs unmittelbar aufeinander folgende Veranstaltungen zu nutzen.

## Daten & Fakten zur Amsterdam Arena

### Adresse:

Amsterdam Arena  
ArenA Boulevard 1  
1101 AX Amsterdam Zuidoost  
Postbus 22981  
1100 DL Amsterdam Zuidoost  
Tel. 0031-20-311 1333  
Fax. 0031-20-311 1380  
Internet: www.amsterdamarena.nl

### Führungen:

„World Of Ajax“ Touren mit vielfältigem Programmangebot, u. a. durch das Ajax-Museum täglich von 10:00 bis 18:00 Uhr ohne Voranmeldung für 8,50 Euro und 7,50 Euro (Kinder) für die Standard-Tour. Info zum Führungsprogramm und Gruppenreservierung: Tel. 0031-20-311 13 36  
Rund 150.000 Menschen nehmen jährlich an den Führungen teil.

### Zuschauerkapazität:

- 51.859 Sitzplätze (Fußball)  
inkl. 1.995 Business-Seats
- Königliche Loge mit 50 Plätzen
- 83 Logen

### Veranstaltungen:

Seit 1996: ca. 480  
Ca. 60 Veranstaltungen p.a. – davon ca. 50% Sport, 65% der Zuschauer beim Sport; ca. 16 Mio. Zuschauer seit 1996

### „ArenA Amphi“:

Abtrennbarer Hallenbereich in der Kurve für Veranstaltungen mit 1.000 bis 12.000 Zuschauern

### Parkplätze:

12.000 Stellplätze außerhalb,  
2.200 in 2 Untergeschossen

### Hauptnutzer:

- AFC Ajax (Museum in der ArenA/ Vereinsgelände auf dem ArenA-Areal)
- KNVB (Niederl. Nationalmannschaft und Johan Cruyff Trophy)
- International Event Partnership (IEP) – „The Amsterdam Tournament“
- Amsterdam Admirals (American Football/NFL Europe)
- MOJO Concerts
- ID&T (Dance Events)

### Bauzeit:

11/1993 – 08/1996

### Kosten:

127 Mio. EURO

### Architekten:

Rob Schuurman (ArenA) und Sjoerd Soeters (Eingangsgebäude)

### Dach:

Schließt in gut 30 Minuten, jede Hälfte wiegt ca. 400 t. Ca. die Hälfte aller Veranstaltungen findet bei geschlossenem Dach statt.



Der Weg auf die Tribüne

Foto: René Eder

# Hier gibt es das Stadionwelt-Magazin:

## Aachen

- Stand der „IG der Alemannia-Fans und Fanclubs“ hinter „Der Überdachten“ am Tivoli

## Aalen

- c/o Bianconeri im F-Block im Waldstadion
- Fanzelt hinter der Osttribüne im Waldstadion

## Aarau

- c/o Affenkasten Tequilla Front im Fanblock Gegengerade im Brüggelfeld

## Ahlen

- Fancontainer am Block H des Wersestadions

## Aue

- c/o Ultras Aue im Block O und P des Erzgebirge Stadions
- Fanprojektstand oberhalb der großen Treppe im Erzgebirge Stadion
- Fan-Shop Erzgebirge, Auerhammerstraße 4

## Augsburg

- FCA-Fanwagen vor der Tribüne und am oberen Haupteingang des Rosenau Stadions

## Berlin

- Fan-Baracke des Hertha-Fan-Projekts, Weißenseer Weg 51–55, Höhenschönhausen
- Stand des V.I.R.U.S. e.V. neben dem Fanshop des 1. FC Union, Hämmerlingstraße
- TeBe-Fan-Laden im S-Bahnhof Eichkamp
- Hertha BSC-Geschäftstellen-Fanshop, Hanns-Braun-Str., Friesenhaus 2
- Hertha BSC-Fanshop Europa-Center, Breidscheidplatz
- Hertha BSC-Fanshop Gropiuspassagen, Neukölln

## Bielefeld

- c/o „Boys Bielefeld“, im Raum des Fanprojekts unter Block 3 der Schücoarena

## Bocholt

- Fan-Artikel-Stand im Stadion „Am Hünting“

## Bochum

- c/o Komakolonne auf der Vortribüne des Hünting

## Braunschweig

- Fanstand zwischen Block 8 und 9 der Südkurve im Stadion an der Hamburger Straße

## Bremen

- Stand der Eastside im Ostkurvensaal des Weserstadion

## Brühl

- Stadionwelt-Büro, Schlosstraße 23

## Burghausen

- Stadionbüro am Haupteingang der Wacker-Arena

## Chemnitz

- Fantreff am Stadion an der Gellertstraße
- CFC-Fanshop City, Augustusburger Straße

## Cottbus

- Fancontainer am Haupteingang des Stadions der Freundschaft
- bei „Ultima Raka“ in Block I

## Darmstadt

- Stand der Ultras Darmstadt gegenüber Block F, Böllenfalltor

## Dortmund

- Am „Büdchen“, dem Faninfostand am Aufgang zu Block 12 des Westfalenstadions

## Dresden

- Fan-Projekt-Stand in der Geschäftsstelle des Rudolf-Harbig-Stadion

## Düsseldorf

- Am Stand des Supporters-Club hinter der Nordtribüne des Paul-Janes-Stadion

- fan & more, Oststraße 10, 40211 Düsseldorf
- Jeck'Jedöns, Bergerstraße 11–13 (Altstadt), 40213 Düsseldorf
- Hitsville, Wallstraße 21
- Kiosk, Gladbacher Straße 15

## Duisburg

- Fan-Projekt, Bürgermeister-Pütz-Straße 123, Duisburg-Meiderich
- Wohnwagen des Fan-Projekts hinter der Nordkurve (an Spieltagen), Wedaustadion

## Erfurt

- Fanhaus des FC Rot-Weiß Erfurt neben dem Haupteingang des Steigerwaldstadion

## Essen

- c/o Ultras Essen, Fan-Container in der Westkurve des Georg-Melches-Stadions

## Flensburg

- Stand der Hölle Nord / Ultras Flensburg hinter der Nordtribüne der Campushalle

## Frankfurt

- Infostand des Fanprojekts und der Fan- und Förderabteilung hinter Block 94 des Waldstadions (Nordwestkurve)
- Eintracht-Shop, Bethmannstr. 10

## Freiburg

- Fanshop im Fanhaus hinter der Nordtribüne, Dreisamstadion
- c/o Red Psychos auf der Mitte der Nordtribüne im Dreisamstadion

## Fürth

- Ultras Fürth im Block 3 (Playmobilstadion)

## Fulda

- „Party Legion Osthessen“ in Block C des Stadion Johannisau
- SCB-Fankneipe Vollertr, Magdeburger Str. 7

## Gelnhausen

- Gaststätte Treibhaus, Bahnhofstrasse 7

## Gelsenkirchen

- Abseits-Shop, Hanseemannstr. 24
- Café Central, Weberstr. 18
- Fan Projekt, Glückauf-Kampfbahn, Kurt-Schumacher-Straße
- Verkaufs-Container des SFCVs am Museum (nur bei Heimspielen)
- Ultras GE, Nordkurve in Block 4 und 5
- SFCV-Geschäftsstelle, Ebertstraße 20

## Gladbeck

- Lotto-Tabak-Pressen Schmidt, Hochstr. 10 (im Karstadt)

## Graz

- Stand der Grazer Sturmflut vor Sektor 25 des Arnold-Schwarzenegger-Stadions

## Gütersloh

- c/o die „Aktiven Gütersloher“ in der Kurve unter der Uhr im Heidewaldstadion

## Hamburg

- Fanladen St. Pauli, Brigittenstraße 3
- Die Fankurve, Hein-Hoyer-Str. 16, St. Pauli
- HSV-Fan-Projekt, Stresemannstr. 162
- HSV CITY STORE, Schmiedestr. 2, Ecke Mönckeberggr.
- Supporters-Club-Stand, Ebene 4 der Nordtribüne, AOL-Arena (nur bei Heimspielen)

## Halle / Saale

- c/o Saalefront in Block 1 des Kurt-Wabbel-Stadion

## Hannover

- UH-Stand neben dem Container des Fanprojektes in der Nordkurve der AWD-Arena

## Jena

- Fan-Projekt-Gebäude im Ernst-Abbe-Sportfeld, Oberaue 4

## Kaiserslautern

- Gaststätte Underground, Lilienstr.
- Foto- und Infostand der Generation Luzifer zwischen Block 6 und 7 des Fritz-Walter-Stadions

## Karlsruhe

- Am Supporters-Container hinter der Gegengerade, Wildparkstadion
- Im Fanprojekt bei den Baden Maniacs, Moltkestr. 32

## Kassel

- Fanpoint, Friedrichsplatz 8

## Klagenfurt

- Stand der Amigos in der Nordkurve unter der Anzeigetafel des Wörthersee-Stadion
- Stand der Barakudas in der Südkurve des Wörthersee-Stadion

## Kiel

- Fanshop in der Haupttribüne, Holstein-Stadion
- c/o Fast Food Kolonne auf der Gegengeraden, Holstein-Stadion

## Kleve

- Kleefse Jonges, Fanblock Gegengerade, Stadion auf der Welbershöhe
- Fanartikelbude, Stadion auf der Welbershöhe

## Köln

- Infostand des Fan-Projekts hinter Block S3 des RheinEnergieStadions
- Wilde-Horde-Stand hinter Block S3 des RheinEnergieStadions
- „Büdchen“ Junkersdorf, Kölner Weg / Ecke Frankenstraße
- Joe Champs, Hohenzollernring 1-3
- Indoor Soccer Wessels, Ottostr. 7
- Tabak-Lotto-Zeitschriften im Stadthaus Deutz, Willy-Brandt-Platz 2

## Krefeld

- „Ultra Bude“ unter der Süd/Haupttribüne des Grotenburgstadions

## Leipzig

- Inferno-Verkaufsstand im Dammsitz-Bereich des Bruno-Plache-Stadion
- Diablos-Fanstand in Sektor B

## Leverkusen

- Verkaufsstand der Ultras Leverkusen in der Fankiste am C-Block der BayArena

## London

- Sportspages, Caxton Walk, 94–96 Charing Cross Road

## Lübeck

- Fancontainer, links neben der alten Haupttribüne auf der Lohmühle

## Lustenau

- Stand von Best of West in Block 1 der Curva Nord Reichshofstadion

## Magdeburg

- Stand der Blue Generation am Eingang des Ernst-Grube-Stadions

## Mainz

- Fancontainer zwischen der Süd- und der Haupttribüne des Stadions am Bruchweg

**Stadionwelt-Abo: 10 Ausgaben ab 26,50 Euro  
Bestellung im Internet unter [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)**



# Impressum

1. Jahrgang

**Herausgeber:**

Thomas Krämer (V.i.S.d.P.)  
Schlossstraße 23  
50321 Brühl

**Redaktionsanschrift:**

Stadionwelt  
Schlossstraße 23  
50321 Brühl

e-mail: [magazin@stadionwelt.de](mailto:magazin@stadionwelt.de)  
Telefon: 02232/57720  
Fax: 02232/577212

**Stadionwelt im Internet:**

[www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)

**Redaktionsleitung:**

Stefan Diener ([diener@stadionwelt.de](mailto:diener@stadionwelt.de))  
Ingo Partecke ([partecke@stadionwelt.de](mailto:partecke@stadionwelt.de))

**Redaktion:**

Nicolas Quensell ([quensell@stadionwelt.de](mailto:quensell@stadionwelt.de))  
Johannes Schäfer ([schaefer@stadionwelt.de](mailto:schaefer@stadionwelt.de))  
Michael Seiss ([seiss@stadionwelt.de](mailto:seiss@stadionwelt.de))  
Maik Thesing ([thesing@stadionwelt.de](mailto:thesing@stadionwelt.de))

**Mitarbeiter dieser Ausgabe:**

Matthias Arends, Thomas Fuchs, René Galuba, Pascal Göllner, Tom Koster, Florian Krebs, Randolph Pfeil, Tobias Rathjen, Mike Redmann, Marco Schäfer, Andreas Schulte, Dirk Schulz, Gerrit Starczewski, Michael Titgemeyer, Stefan Zwing

**Titelgestaltung & Layout:**

Helga Wolf, Kilian Schlang

**Bildbearbeitung:** Michael Friebe

**Nachrichtendienste:** dpa

**Anzeigenleitung:**

Thomas Krämer ([kraemer@stadionwelt.de](mailto:kraemer@stadionwelt.de))  
Telefon: 02232/577222

**Druck:**

Gronenberg Druck & Medien  
Albert-Einstein-Straße 10, 51674 Wiehl

**Einzelpreis in Deutschland:**

2,90 inkl. 7 % MwSt

**Jahres-Abonnementpreis in Deutschland:**

26,50 Euro (inkl. Zustellgebühren und 7 % MwSt)

**Jahres-Abonnementpreis in Europa:**

39,00 Euro (inkl. Zustellgebühren und 7 % MwSt)

**Abo-Bestellung:**

Internet: [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)  
Telefonisch: 02232/577226

Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen.

Sämtliche Texte und Fotos sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung.

- Fancafé im Haus der Jugend, Mitternachtsgasse 8
- Stand der Ultraszene Mainz hinter der Südtribüne des Stadions am Bruchweg

**Mannheim**

- Ultra-Stand hinter der Ostkurve des Carl-Benz-Stadion

**Meppen**

- Fanshop unter der Anzeigetafel des Emslandstadions

**Minden**

- Tabakwaren Oevermann, Stiftsallee 23

**Mönchengladbach**

- Infostand des FP-MG Supporters Club hinter der Nordkurve des Borussia-Parks
- Fanladen des FP-MG / Supporters Club, Eickener Markt 156b
- 1. FC Mönchengladbach 1894 e.V. Luisenstraße 35
- Laola Fussball-Center, Lürriper Str. 133,

**München**

- Stand des Fan-Projekts hinter der Nordkurve des Olympiastadions (bei 1860-Heimspielen)
- Stand der Cosa Nostra unter der Westtribüne (Bei Spielen im Stadion an der Grünwalder Str.)
- Erstes Münchener Sportantiquariat, Frauenhoferstr. 21
- Red United e.V., Fan-Haus Laim, Wotanstr. 11

**Münster**

- Stand der Curva Monasteria am Haupeingang des Preußen-Stadions

**Nürnberg**

- Fanhaus in der Nordkurve des Frankenstadions

**Oberhausen**

- Stand der IGF vor der Haupttribüne des Niederrheinstadions

**Offenbach**

- „Erwin“-Stand vor dem Fan-Projekt-Container unter der Oriontribüne des Bieberer Bergs
- Schmucker Stube, Seligenstädter Str. 24

**Oldenburg**

- Oldenburger Faninitiative (OFI) im Block J 1–2 des Marschwegstadions
- Fan-Projekt, Bahnhofstraße 23

**Osnabrück**

- Info-Stand der Violet Crew in der Ostkurve des Piepenbrock-Stadions

**Paderborn**

- Fanshop direkt an der Geschäftsstelle des Hermann-Löns-Stadions

**Regensburg**

- Infostand der Ultras Regensburg hinter Block G des Jahnstadions

**Rheinbrohl**

- Mediakultur, Marketing-Beratung & Promotion, Hauptstr. 43

**Reutlingen**

- Infostand der CrossOaks hinter Block E im Stadion Kreuzweiche

**Ried**

- Stand der Supras 1996 in der Kurve West der Home-Life-Arena

**Rostock**

- Hansa-Fanprojekt, Kopernikusstr. 17a

**Saarbrücken**

- 1. FCS Supporters Club 1995 im Block D1 des Ludwigsparkstadions

**Salzburg**

- Tough-Guys-Theke in der Südtribüne des Stadion Wals

**Siegen**

- Fanprojekt und Brigada Siegena im Fanblock des Leimbachstadion

**St. Gallen**

- c/o Green Fires in der Südkurve des Espenmoos

**Stuttgart**

- Fanstand neben dem Aufgang zum Block B des Waldaustadions
- Fanwagen des VfB-Anhängerverband Stuttgart am Gottlieb-Daimler-Stadion

**Trier**

- Stand des Supporters Clubs im Fanshop am Haupteingang des Moselstadions

**Ulm**

- Stand der Supporters Ulm am Aufgang zum F10-Block des Donaustadions

**Unterhaching**

- c/o Rot-Blau Falken auf der Südtribüne über dem Spielertunnel im Sportpark Unterhaching

**Wattenscheid**

- Supporters Wattenscheid / Wat geht ab!? in Block C des Lohrheide-Stadions

**Wien**

- Stand der Ultras Rapid im Block West des Gerhard-Hanappi-Stadion
- Stand von „Austria 80“ auf der Westtribüne des Franz-Horr-Stadion

**Wiesbaden**

- Licensing World of Sports, Michelsberg 22

**Wolfsburg**

- Supporters-Wolfsburg-Stand im Nordkurven-saal der Volkswagen-Arena

**Worms**

- Stand der Supporter Worms am Aufgang zur Haupttribüne des Wormatia-Stadion

**Wuppertal**

- Stand der „Wuppertaler Supporter Vereinigung“ auf dem Vorplatz des Zoo-Stadions

**Zürich**

- Stand der Blue Side in der Estrade Ost des Hardturm

**Zwickau**

- c/o Fanprojekt im Block E des Westsachsenstadion

**Vertriebsstelle werden?**

**Das Stadionwelt-Magazin**

**weiterverkaufen?**

**Infos unter: 02232/577226**



**Heft verpasst?  
Nachbestellen, solange  
der Vorrat reicht.**

Telefon 02232/57720  
Fax 02232/577212  
Internet [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)  
Email [magazin@stadionwelt.de](mailto:magazin@stadionwelt.de)

## Lösung Juni 2004

Gesucht wurde das Lösungswort bestehend aus Buchstabe 5 von Stadt 1, dem Buchstaben 2 von Stadt 2 und den Buchstaben 3 und 4 von Stadt 3 zusammen.

1



2



3



Stadt 1: Göte**B**org  
 Stadt 2: DUisburg  
 Stadt 3: Aa**CH**en  
**Lösungswort:** **BUCH**

**Die Gewinner:**  
 Jens Ginschel, Mannheim  
 Oliver Baumann, Rostock  
 Andreas Seiler, Düsseldorf

## Rätsel August 2004

Finden Sie das Lösungswort heraus und gewinnen Sie ein Exemplar „Das große Buch der deutschen Fußballstadien“!



▲  
1

2 ▶

▲  
3

Im August-Rätsel suchen wir wieder ein Lösungswort, das sich aus den Namen der Städte zusammensetzt, in denen die oben abgebildeten Fotos aufgenommen wurden. Das aktuelle Lösungswort besteht aus dem Buchstaben 1 von Stadt 1 und dem Buchstaben 4 von Stadt 2. Die letzten beiden Buchstaben kommen in Stadt 3 gleich zweimal vor: An den Stellen 4/5 sowie an den Stellen 14/15. Das klingt reichlich kompliziert, aber das gesuchte Lösungswort lässt sich auch mit dem beschreiben, was selbst große Spieler und Mannschaften hatten, als sie im Elfmeterschießen ausschieden ...

Unter den Einsendungen mit richtigem Lösungswort werden zwei Exemplare „Das große Buch der deutschen Fußballstadien“ verlost.

Stadionwelt  
 Stichwort: Rätsel  
 Schlossstraße 23  
 D-50321 Brühl

oder per E-Mail (Betreff: „Rätsel“) mit Angabe der Postadresse an [info@stadionwelt.de](mailto:info@stadionwelt.de)

**Einsendeschluss: 20. August**

Die Auflösung folgt im September-Heft. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

\* Nur ausreichend frankierte Karten nehmen teil

## Das nächste Heft erscheint am **2. September**

- **Medien der Fans**
- **Fanszenen-Porträt**
- **Stadion- und Arena-Porträts**
- **Fan- und Stadion-News**
- **Interviews**
- **Fotos**
- **Statistik**
- **...und vieles mehr!**

und im Internet bei [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)

Abo

Sport.de