



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

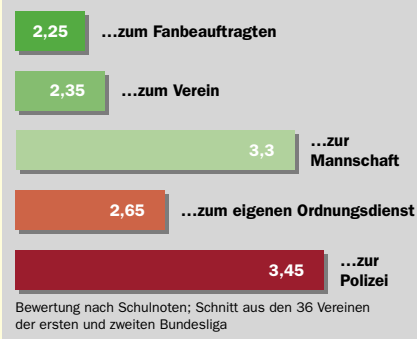
Stadionwelt wird in Zukunft regelmäßig Umfragen in der Fan-Szene durchführen, um Aufschluss über die aktuellen Meinungen, Entwicklungen und Tendenzen zu erhalten. Die erste Umfrage fand nach der Saison 2003/2004 statt, wobei die Köpfe der aktivsten Fan-Gruppierungen aller 36 Erst- und Zweitliga-Vereinen 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...

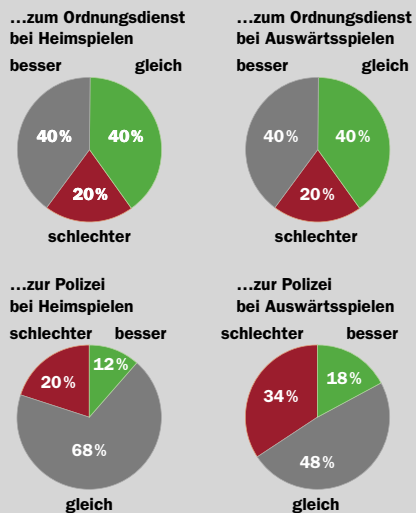


Diese Gruppen wurden befragt

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 Liebnau (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 Liebnau. 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 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 |
|---|--|--|--|
|  |  |  |  |
| In welcher Hinsicht hat sich die Fankultur in Deutschland positiv verändert? | | | |
| 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. |
| In welcher Hinsicht hat sich die Fankultur in Deutschland negativ verändert? | | | |
| 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. |
| In welcher Hinsicht hat sich die Stadionlandschaft positiv verändert? | | | |
| 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. |
| In welcher Hinsicht hat sich die Stadionlandschaft negativ verändert? | | | |
| 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“. |
| Was erwartet Ihr von der Fußball-WM 2006? | | | |
| 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. |
| Wie beurteilt Ihr die Attraktivität der eigenen Liga? Was ist für Euch das Spiel der kommenden Saison? | | | |
| 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

| Martin Börner Fan-Projekt Dresden | Volker Goll Offenbach, Fanzine Erwin | Christian Hille Ultras St. Pauli | Jens Buschbacher Ultras Mannheim |
|--|---|---|---|
|  |  |  |  |
| <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 auszuleben 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 Überwachungs- maschinerie, 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.

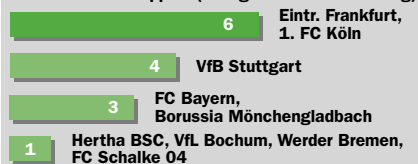


1. FC Köln – Bayer Leverkusen 0:0

Foto: Stadionwelt

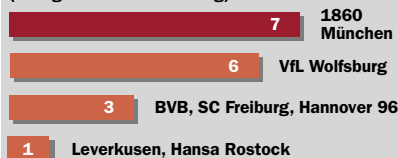
5.000 Euro Kosten, 20 mal 25 Meter Stoff, 200 Liter Farbe, 7.000 Papptafeln, 500 Fähnchen, 90 Meter Banner, 60 Mitarbeiter, drei Monate Produktionszeit. Das sind die Daten, mit denen die Fans des 1. FC Köln den Leverkusenern von der anderen Rheinseite mitteilten, dass sie und „KÖLLE“ immer auf der richtigen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

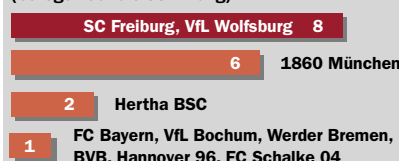
Das Frankenstadion wird derzeit für die WM umgebaut, ein wenig zögerlich

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**

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-

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.

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

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.



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, realisierten 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.



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 wohlgerneht. „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 |
| Gesamtkapazität | 752.804 | 800.445 |

| 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, Wersestadion | 10498 | 10498 |
| 1. FC Saarbrücken, Ludwigsparkstadion | 35286 | 35286 |
| Alemannia Aachen, Tivoli | 24816 | 24816 |
| Eintracht Trier, Moselstadion | 12000 | 12000 |
| Gesamtkapazität | 465.032 | 439.349 |

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 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: jöc

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 Fantastic 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

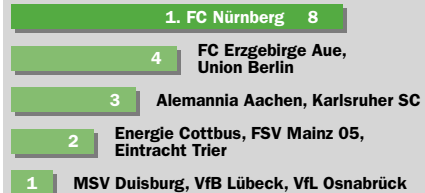
Köln und 1860 München. Aus den beiden Regionalligen stoßen Dresden, Essen, Saarbrücken und Erfurt hinzu. Da gab es schon ganz andere Jahre, in de-

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

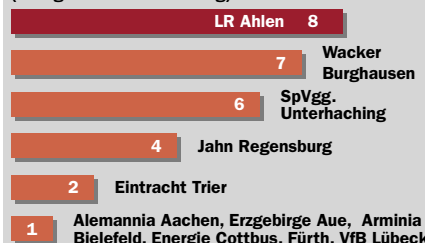
Der Reiz entfaltet sich nicht etwa, weil mit den Neulingen brillanterer Fußball seinen Weg in die Liga gefunden hätte. Der Sport ist hier bekanntlich eher biedere Hausmannskost. Die Faszination geht von den Namen der Vereine aus, selbstverständlich von deren Anhängern und zum Teil auch diesmal auch von 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 Choreos 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?

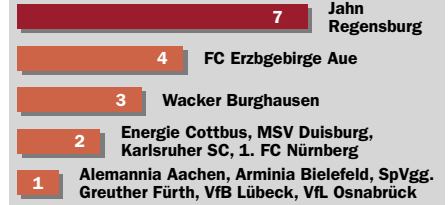


lights auf dem Terminkalender, dass sie an manchen Spieltagen der höchsten Spielklasse die Show stehlen wird. Allein im Westen kommt die Fan-Welt so richtig auf Touren: Essen, Aachen, Köln und - mit dem neuen Stadion Duisburg - jede Begegnung dieser Vereine untereinander wird Tausende von Auswärtsfahrern 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 verlassen 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 Werssestadion 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?



rer herber Nichtaufstiegs-Enttäuschungen hielten die Fans dem RWE die Treue, wengleich 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:** Fongler
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 den 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 Besucherzahlen 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 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 Nordwie 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 Amateurmannschaften 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 Amateurmannschaften 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 Traditionsklubs 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.



Holstein Kiel – Bayer Leverkusen 1:3

Foto: Hornung

Underdog gegen Favorit – die typische Pokalsituation. Und wenn der inzwischen abgerutschte Ex-Meister gegen den Verein spielt, der seit Jahren vergeblich neue Anläufe unternimmt, dann wird diese Konstellation mit 400 Papptafeln und für nur 50 Euro auf's Korn genommen: „Deutscher Meister 1912. Und ihr?“



Chemnitzer FC – Dynamo Dresden 0:1

Foto: Ultras Chemnitz

Das Fangnetz wackelte bedenklich, doch im Gegensatz zu einem der Stricke hielt es. Die Folge war nicht mehr als ein „Schönheitsfehler“: ein leicht eingeknickter Teil der 67 mal 5 Meter großen Fahne. Auf der über die Anzeigentafel hochgezogenen Fahne: Der DDR-Meisterpokal von 1967 (damals vom FC Karl-Marx-Stadt) gewonnen.



Sachsen Leipzig – SC Paderborn 07 0:0

Foto: Titgemeyer

Das Letzte Spiel im Alfred-Kunze-Stadion vor dem Umzug ins Zentralstadion – Zeit für einen Rückblick: Der Löwe, der früher die Programme zierte und das berühmte Bild, auf dem der 64er-Meistertrainer Alfred Kunze eine Aufstellung an die Tafel schreibt, sind nur ein Teil der 700 Euro teuren und 45 mal vier Meter großen Erinnerung.



Preussen Münster – Rot-Weiß Essen 1:3

Foto: Titgemeyer

Eigentlich hätte die Streifenblockfahne schon fast zwei Monate früher zum Einsatz kommen sollen, doch zum vorhandenen weißen Stoff wurde nur der schwarze geliefert – grünen hatte der Händler nicht vorrätig. Schließlich war es einziger Fan, der alles in einer Woche zusammen nähte und sich dabei Blasen an den Händen holte.



Stuttgarter Kickers – Kickers Offenbach 0:0

Foto: Stuttgarter Kickers

Bis zum Spiel gegen Kickers Offenbach waren die Namensvetter aus dem Waldaustadion 16 Heimspiele lang ungeschlagen - die uneinnehmbare „Festung“ Degerloch war über zwei Meter hoch, 20 Meter lang, wurde durch acht Stöcke á drei Metern Länge zusammengehalten und in 15 Stunden Arbeit durch acht Fans erbaut.



Rot-Weiß Essen – Eintracht Braunschweig 1:0

Foto: Titgemeyer

Reißfest, günstig und eigentlich zum Abdecken von Feldern gedacht. Das sind die Gründe, warum die RWE-Fans ihre Planen im Raiffeisenmarkt, einem Fachgeschäft für Landwirte, kaufen und zu stadionauglichen „Straßenschildern“ von 17 mal 10 Metern Größe umfunktionieren. Dort liest man: Nur für den RWE geht es geradeaus in die 2. Liga.



Wuppertaler SV – Rot-Weiß Essen 2:0

Foto: Stadionwelt

In den Augen der Fans „verstarb“ der Wuppertaler SV nach nur 50 Jahren durch die Fusion mit Borussia Wuppertal. Das Geburtsjahr 1954 wurde durch einige der 5.000 Papptafeln auf der denkmalgeschützten Tribüne gebildet. Rechts und links vom Spielertunnel das Motto: „In guten wie in schlechten Zeiten“. Kostenpunkt: Rund 300 Euro.

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.

Finale - 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.

Brennpunkt 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 Vereinslogos.“ 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