



Von der Masse zur Macht: wenn Fans sich organisieren

Foto: Stadionwelt

Mit vereinter Kraft für gemeinsame Ziele

„Zuschauer“ lautet eine gängige Bezeichnung für die Besucher von Fußballspielen. Doch diese verhalten sich immer häufiger alles andere als passiv, werden dabei selbst zum Akteur. Gelingt es ihnen, das in der Fanszene vorhandene Potenzial zu bündeln, stehen nahezu alle Möglichkeiten offen.

Fußballfans vermitteln bisweilen den Eindruck, sie würden sich in einer eigenen Welt, fernab der Realität des Alltags bewegen. In einer Welt, die mit Toren, Punkten und Tabellen leicht

zu erklären ist, in der die Karten jede Woche neu gemischt werden. Die Stärke, die von Fußballfans ausgehen kann, die Aktionen, zu denen sie im Stande sind, sowie die Leistungen, zu denen sie fähig sind, werden dabei oft unterschätzt.

„Ohne Fußball wäre eine solche Aktion nicht möglich“, schreibt ein Anhänger des FC Sachsen Leipzig Ende November im Internet, und meint damit eine spiellose Kampagne, die Fans verschiedener Vereine in den Wochen zuvor ins Leben gerufen haben, um das Leben eines an Leukämie erkrankten Hertha-Anhangers zu retten. Innerhalb kurzer Zeit gelingt es hierbei, durch vielfältige, kreative Aktionen sowie bundesweite Vernetzung ein Höchstmaß an öffentlicher Aufmerksamkeit zu erzeugen, Spenden zu akquirieren und tagtäglich konkret zu helfen. Eine Kampagne, die zwar aus einem bestimmten Anlass entstanden ist, aber darüber hinaus offenbart, welches Potenzial sich hinter dem nur schwer definierbaren Begriff „Fußballfan“ verbirgt.

Die Gründe für diese Stärke sind offensichtlich, denn es gibt keine andere Interessengemeinschaft innerhalb der Gesellschaft, die so breit aufgestellt, so vielseitig strukturiert ist. Es ist kein Geheimnis, dass der Fußball seine Anhän-

ger in allen sozialen Schichten hat, in allen Berufen, bei Personen jeglichen Alters. Zwar kommen die Menschen auch außerhalb der Stadien miteinander in Kontakt, im Supermarkt oder beim Wochenendspaziergang, jedoch fehlt dort der gemeinsame Bezugspunkt. Ansätze, miteinander ins Gespräch zu kommen sind hier eher selten und in der Regel nicht erwünscht. Ganz anders beim Fußball: Der kleinste gemeinsame Nenner ist im Stadion durch die pure Anwesenheit bereits gegeben. Was verbindet ist die Liebe zum Verein, die Farben des Clubs, das Leiden bei Niederlagen. Die regelmäßige Wiederkehr, der Austausch in den Internetforen der Vereine, die gemeinsame Anreise – all das schafft Gemeinsamkeiten.

Um jedoch etwas zu erreichen, müssen sich die Fans erst einmal einig sein. Wöchentlich sind sie es, sozusagen als erste kleine Basis, bei der akustischen Unterstützung ihres Clubs. Das gemeinsame Singen und Klatschen gehört ebenso dazu wie das Auspfeifen der gegnerischen Mannschaft, des Schiedsrichters sowie das Niederbrüllen der gegnerischen Fans. Alles mit dem Ziel, Einfluss auf das Spielgeschehen zu nehmen und den eigenen Club siegen zu sehen. Jedoch wäre es übertrieben, hier bereits

Titelthema:

- **Mit vereinter Kraft für gemeinsame Ziele**
 - Einführung. 10
 - Fans United in Brighton 11
 - Ein Märchen aus Wimbledon . . . 12
 - „...mit der Kurve an Deiner Seite“ 13
 - **Die praktische Umsetzung von „You’ll Never Walk Alone“**
 - Der Kampf von Hertha-Fan Benny gegen die Leukämie 16
 - Bundesweite Hilfsaktionen 17
 - Wie kann ich helfen? 18
 - Interviews:
 - Dr. Robin-Winn, NKR 19
 - Kay Bernstein, Harlekins Berlin . 19
 - **Kampf an der Börse**
 - Shareholders United 20
 - **Nachgefragt** 22
- Ingo Partecke, Stefan Diener, Maik Thesing, Christian Meister, J. Schäfer

von einem sonderlich bemerkenswerten Vorgehen zu sprechen, auch wenn die vorgetragenen Gesänge und Anfeuerungsrufe bereits beeindruckend können, und das Gefühl, den Ball in der 90. Minute über die Linie geschrien zu haben, doch nachhaltig verbindet.

Vom Support zur aktiven Unterstützung

Da Fußballfans jedoch mit viel Herzblut bei der Sache sind, beschränken sich Aktivitäten meist nicht auf die zwei, drei Stunden Freizeit, die für ein Ligaspiel notwendig sind. Ein Teil ihrer Identität ist der Verein, und wenn etwas getan werden muss, sind nicht wenige bereit, viel mehr aus ihrem Zeitbudget herzugeben. An dieser Stelle verlässt der Fan die Rolle des puren Konsumenten.

Die ersten Schritte sind dabei oftmals die Gründung eines Fanclubs, die Erstellung einer Internetseite oder die Organisation einer Auswärtsfahrt. Der Fan wird Teil der aktiven Fanszene, knüpft Kontakte, lernt zu organisieren. Viele Ziele lassen sich so gemeinsam einfacher erreichen, wie etwa die kostengünstigere Anreise zu einem Auswärtsspiel, die Produktion von Fanartikeln oder das Veröffentlichung einer Fanzeitung.

Mit der Organisation von Choreografien in den Kurven, die in Deutschland mit dem Aufkommen der Ultra-Bewegung in den 90er Jahren Einzug in die Stadien hielten, wuchs die Zahl derer, die sich aktiv in der Fanszene engagieren. Mit hochprofessionellen Kurvenbildern, die oftmals in der Lage gewesen wären, die Arbeit von Event-agenturen zu übertreffen, begannen die Fans zudem, indirekt die öffentliche Darstellung des Vereins zu beleben. Im Nebeneffekt stieg der Organisationsgrad in den Kurven deutlich an.

Die Aufgaben, die sich dabei stellen, sind oftmals simpler Natur. Trotzdem müssen Farben, Folien oder Papptafeln erstmal herbeigeschafft, Räumlichkeiten zum Basteln gefunden werden. In solchen Situationen lernt man, wie es möglich sein kann, das in der Fanszene vorhandene Know-How, die vielen unterschiedlichen Kontakte und Erfahrungen zu organisieren.

Oft sind es nur wenige, die mit viel Engagement viel erreichen. Ein Teil der Arbeit besteht jedoch auch immer darin, andere für bestimmte Ziele zu motivieren. Deutlich schneller geht das im Fall des sportlichen Misserfolgs oder verfehlter Vereinspolitik. Die Zahl der Protestierenden wächst dabei rapide an: Die Fans haben gelernt, welche Signale von einem kollektiven Pfeifkonzert aus- ▶

Fans United in Brighton

Erster Aktionstag 1993

Als langjähriger Aktivist von BAFF (Bündnis aktiver Fußballfans) hat Gerd Dembowski nun schon einiges an Fanfeindlichem erlebt. Die jüngere Geschichte von Brighton & Hove Albion FC, einem über hundertjährigen Fußballverein aus dem Süden Englands, der aktuell in der First Division (der zweithöchsten Liga Englands) spielt, ist für den Wahl-Berliner jedoch das Symbol „für gnadenlose Kommerzialisierung des Fußballs und die Nichtbeachtung der Zuschauer.“

Die unglaubliche Geschichte begann im Jahre 1993. Die „Seagulls“ (benannt nach der Möwe im Wappen) waren in die 3. Liga abgestiegen. Der Verein stand wirtschaftlich vor dem Konkurs. Doch mit diesem Club war noch ein Schnäppchen zu machen, dachten sich die beiden Spekulanten Bill Archer und Greg Stanley. Sie erwarben den Verein samt seinem Stadion für ganze 56,25 Pfund. Nur zwei Jahre später beschlossen sie, die Spielstätte, den ehrwürdigen Goldstone Ground, zu veräußern und dort einen großen Supermarkt zu errichten.

Die Fans liefen Sturm. Immer neue absurde Pläne über die zukünftige Heimat des Vereins kamen ans Tageslicht, wie der geplante Umzug in das Stadion des Lokalrivalen Portsmouth FC. Bei einer „Pitch Invasion“ durch aufgebrachte Brighton-Anhänger wurden sogar die Tore abgebaut. Die Stimmung eskalierte zunehmend: „Für Archer und sein Gefolge war es in dieser Zeit nur unter schwersten Sicherheitsvorkehrungen möglich, den Goldstone zu betreten und gesund wieder zu verlassen. Den Höhepunkt des Protestes stellte der 8. Februar 1997 dar, als Fußballfans aus England und ganz Europa unter dem Motto „Fans United“ ihre Solidarität zeigten“, beschreibt Robert Hummer in der Rubrik „Lost Grounds“ auf der Homepage des österreichischen Fußballmagazins Ballesterer die Situation.

Auch aus Deutschland war eine kleine Delegation angereist, unter ihnen der Bochumer Christian Meister. „Wir bekamen vor Staunen eigentlich den Mund gar nicht mehr zu, von wie viel Vereinen Leute extra zu diesem Tag angereist waren. Das einzige Brighton-Fans dann noch die schwächlichen Sicherheitstore öffneten und eine Großzahl der 12.000 Anwesenden keinen Eintritt bezahlen musste, war ganz im Sinne der gemeinsamen Sache.“ Schließlich gönnte man der ungeliebten Vereinsführung keinen Penny.

Unter den lautstarken „We want Archer out“-Rufen spielte das Team wie entfes-

selt und gewann sensationell mit 5:0 gegen Hartlepool. Für die Aktion des Tages sorgte zu guter Letzt der dreifache Torschütze Craig Maskell. Nach Abpfiff lief er mit dem Spielball vor den North Stand, küsste das Leder und erfüllte den fordernden Gesang („We want our Ball back“) der „Fans United“, indem er das Leder mitten in die Menge warf.

Doch nicht nur die Fans der „Albions“ zogen aus diesem Tag der Fansolidarität Kraft für all das, was ihnen noch bevorstehen würde. Auch für die Elf auf dem Rasen war es die Wende. Am Ende der Saison hatte man den Fall aus dem bezahlten Fußball, den Abstieg in die „Conference“ noch einmal vermieden. Den Abriss des 1902 erbauten Stadions verhinderte man nicht. Im Folgenden mussten die Brighton-Supporters anlässlich ihrer Heimspiele ins 130 Kilometer entfernte Gillingham reisen. Selbstverständlich gingen auch dort die Protestaktionen weiter und nur fünf Monate nach dem Abriss des Stadions warf der verhasste Bill Archer das Handtuch. Ein neuer Vorstand wurde begrüßt.

Inzwischen sind die verwehten „Seagulls“ immerhin schon wieder in der Stadt. Die Heimspiele werden in einem Leichtathletikstadion („Withdean“-Stadion) ausgetragen. Doch die dortige Kapazität von knapp 7.000 Zuschauern ist nicht ausreichend. Wenn wundert's, dass die Brighton-Supporters schon wieder auf der Straße sind. Im Rahmen eines Auswärtsspieles kam es Anfang des Jahres zu einer Demonstration zugunsten eines Stadion-Neubaus in Falmer, an der sich die gut 1.600 mitgereisten Anhänger beteiligten. Der 20-minütige Sitzstreik im Adams Park in Wycombe sorgte für landesweites Aufsehen.

Noch ist nicht sicher, wann die „Seagulls“ endlich die Einweihung ihrer lang ersehnten neuen Heimstätte feiern. Mit Sicherheit werden sie aber die vielen Freunde im In- und Ausland zu dieser Party einladen.



Gruß der Rovers an die Brighton-Fans

Ein Märchen aus Wimbledon

Football is coming home – Fans gründeten ihren Club neu



Postkarte vom Pokalfinale

Es war nichts anderes als ein modernes Märchen, was rund um den Pokalsieger von 1988, den FC Wimbledon, geschah. Und wie in manchem Märchen gelang es dem Schwächeren, einem übermächtigen Gegner ein Schnippchen zu schlagen. Finanziell seit Jahren in Schwierigkeiten, lag das Schicksal des Londoner Klubs im Jahr 2002 in den Händen einer norwegischen Investmentgruppe. Jahre zuvor schon war das marode Stadion an der Plough Lane abgerissen worden, das Gelände verkauft – um mehr Fans zu akquirieren, als im mit gut zehn Erst- und Zweitligisten übervollen Großraum London, mehrten sich darauf Gerüchte. Nach amerikanischen Modell, dort wechseln Eishockey- oder Baseballteams bisweilen alle paar Jahre ihre Heimat, war für die Londoner ein Umzug nach Dublin oder Belfast im Gespräch. Die Wimbledon-Anhänger, Dons-Fans genannt, machten ihre schwerste Zeit durch. Es folgte der Worst Case. Der Verband stimmte dem Antrag der Vereinsoberen zu, ins über 100 km entfernte Milton Keynes umzusiedeln. Eine nicht gerade beliebte Gegend aus Neubausiedlungen und Einkaufszentren, weit draußen an der Autobahn M1. Mehrere tausend Supporter des damaligen Zweitligisten demonstrierten ohne Erfolg. Ihr Klub, 1889 aus der Taufe gehoben, war faktisch gestorben.

So begann am 28. Mai 2002 eine filmreife Geschichte, als Fans in der Kneipe „Fox & Grapes“ beschlossen, den AFC Wimbledon zu gründen. „Erst war es eine Schnapsidee, dann wollten wir uns das Spiel zurückholen“, sagte Kris Stewart, der Vorsitzender des Projekts wurde. In wenigen Wochen wurde der AFC aus dem Boden gestampft. Angemeldet in der 9. Liga, initiierte der Fanzusammenschluss über Radio- und Presseankündigung eine Sichtung. 500 mehr oder weniger gute Fußballer meldeten sich, zum

Schluss blieben 20 übrig. Zum ersten Freundschaftsspiel – in Anwesenheit dutzender Kamerateams und Journalisten – kamen stolze 4.500 Zuschauer. Wimbledon's Fußballgeschichte erlebte seine Fortsetzung mit anderen Mitteln. Fans bilden seitdem den Verein. Zur Finanzierung bot der neue Klub für 25 Pfund pro Jahr Anteilsscheine an. 2.500 Dons-Fans sorgten für das nötige Startkapital. Heute hat der Fan-Verein längst eine neue Heimat. Mit Eigenleistung wurde der AFC Untermieter beim Kingstonian FC. Ein paar Kilometer entfernt von Wimbledon wurde das kleine Stadion dort auf knapp 6.500 Zuschauer ausgebaut. Über einen Fond arbeitet der Dons-Trust nun daran, den Ground sogar zu erwerben. Und auch sportlich geht es voran. In der komplizierten englischen Non-League-Pyramide ist der AFC in die „Ryan League One“ aufgestiegen. Zuvor blieb man in 46 Partien ungeschlagen und brachte es in der 9. Klasse, in der sich auf den Sportplätzen oft nur 40 Besucher verlieren, auf einen Zuschauerschnitt von fast 3.000. Dazu gehen heute 15 Jugendteams im AFC-Trikot an den Start. 20.000 Pfund erwirtschaftete der Dons-Trust vor kurzem, als er die Mannschaften des 88er Cupfinals noch einmal antreten ließ. „Die Fans haben einen Klub geschaffen, der den Geist und die Wurzeln des WFC weiterträgt“, sagte Ex-Spieler John Scales. Was Fans alles bewegen können, wurde gar Stoff für ein Musical. Mit etwas Genugtuung werden die Supporter jetzt in die „Plastikstadt“ Milton Keynes schauen. Der dortige Verein spielte oft vor nur 1.500 Besuchern und steht in der dritten Klasse auf einem Abstiegsplatz. Seit kurzem ist auch der Name „Wimbledon“ verschwunden. Der Franchise-Klub hat nun ein neues Wappen und nennt sich „Milton Keynes Dons“. Und vielleicht, in nicht allzu ferne Zukunft, werden der AFC und seine Fans auch in den Ligen vorbeirauschen.



Ein echter „Fan-Club“: der AFC

gehen und wie die Grundregeln lauten, um etwas zu bewirken: „Wende dich an die Presse und mach dir diese zu Nutze“, heißt eine davon. Einen Computer hat fast jeder, das Internet ersetzt die zählenden Kommunikationswege der Post. Öffentlichkeitswirksame Aktionen lassen sich durch die Vernetzung per E-Mail, Fanpages und -Foren zügig diskutieren und ausarbeiten. Eine Pressemitteilung ist schnell geschrieben. „Fans haben erkannt, dass sie ein Machtfaktor sind und selbst ungeheuer viel zur Popularität des Sports beitragen“, schreibt Dietrich Schulze-Marmeling im Buch „Holt Euch das Spiel zurück“.

Letzte Rettung Fans

Oftmals wird die Stärke jedoch bewusst von den Vereinen genutzt. Ist die Lizenz in Gefahr, der Club gar von der Insolvenz bedroht, können sich Fans mit Kreativität, Aktionen und einer ganzen Menge Wirtschaftskraft einbringen. Wenn Fußballclubs finanziell am Abgrund stehen, dann richtet die Vereinsführung meist Worte an die einzigen, die noch geblieben sind: die Fans. Daran zeigt sich auch, dass das vorhandene Potenzial von den Vereinen durchaus erkannt wird, zumal es in der jüngeren Vergangenheit zahlreiche Fälle gab, in denen die Fans nach jahrelanger Miswirtschaft den Karren noch einmal aus dem Dreck gezogen haben, sei es durch finanzielle Unterstützung, durch Hilfsaktionen oder aber auch nur durch die massenhafte Anwesenheit trotz sportlicher Tiefstleistungen. Vereine wie RW Essen, St. Pauli oder Union Berlin würden heute ohne die treue Unterstützung ihrer Fans nicht mehr existieren.

Auf eine lange Leidensgeschichte finanzieller wie sportlicher Berg- und Talfahrten müssen die Anhänger der Offenbacher Kickers blicken. „Wir haben schon viel gespendet – wir geben nichts mehr, weil der Klub so viel Geld verbrannt hat“, so schildert Volker Goll vom Fanzine Erwin die skeptische Haltung mancher Fans. Dennoch waren in den Jahren immer genug Aktive da. Mal beim Schneeräumen für ein Spiel, mal zwei Tage lang bei einem Arbeitseinsatz. 40 OFCler entfernten damals in Eigenregie die maroden Sitzbänke unterhalb von Block 2 und erweiterten die Stehränge. Und ob nun bei Spendensammlungen für die Jugendarbeit oder der Veräußerung potenzieller TV-Rechte, während die Kickers wieder in der Oberliga in Bernbach oder Haiger spielen mussten, half die große Kickers-Gemeinde doch mal wieder aus. Volker Goll: „Hier hätte in den kritischen Phasen kein Sponsor mehr was investiert, hät-

ten wir ein durchschnittliches Publikum ohne den hier vorherrschenden OFC-Wahnsinn.“

Auch die Fans in Magdeburg kämpfen seit Jahren um das Überleben ihres Vereins sowie ein neues Stadion. Geld und Unterschriften wurden dabei gesammelt, Fahrradtouren und Benefizspiele organisiert.

Zusammenhalt in der Szene, Kontrolle für die Vereinsführung

Meist waren es in den letzten Jahren Notsituationen, die den Anstoß gaben, gemeinsam für etwas zu kämpfen. Hieraus erwachsen Kreativität und Effektivität ohne Gleichen. Die Vielfalt an Aktionen kam hierbei durch den völlig heterogenen Personenkreis zustande, der sich gemeinsam für ein Ziel einsetzte. Auffällig hierbei, dass eine erfolgreich durchgeführte Hilfsaktion das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Szene meist nachhaltig verbessert – und Lust auf mehr macht! Denn nach solchen Aktionen steigt auch die Wachsamkeit, die Vereinsführung nicht weiterhin unkontrolliert agieren zu lassen. Fans wollen Mitbestimmung im Verein, Fangruppierungen und Ultras können lokal auf die Verhältnisse Einfluss nehmen. Themen wie Kommerzialisierung und Versitzplatzung sind publik gemacht worden – und auch Verbände und Vereinsfunktionäre nehmen die Verlautbarungen aus Fankreisen inzwischen wahr. Mit Webspaces und Mailing-Lists haben die Fans vielerorts Supporter-Vereinigungen gegründet. Auch der Weg durch die Instanzen über Mitgliedschaft und Hauptversammlungen wird vor Ort angestrebt. Der HSV Supporters Club ist dabei nur ein Beispiel, wenn auch das herausragende.

Um ihr altes KSC-Logo wiederzuerlangen, lautete die Forderung der Fans „Logo pur“. Mit dem Beschluss der JHV 2003 wurde die bunte Pyramide aus dem Wappen eliminiert. Ein kleiner Erfolg vielleicht, aber die Ultras aus Karlsruhe haben Einfluss gewonnen. „Nun sind die Wege kürzer. Bei zu regelnden Sachen kann ich den Manager anrufen“, sagt KSC-Supporter Tom Beck. Dem Dachverband dort sind 1.500 Personen angeschlossen.

Viele Anlässe zur Einmischung

Es muss nicht immer gleich der drohende Exitus der Punkt sein, an dem Fans sich zusammenschließen. An anderen Orten mischten sich Initiativen in den Neubau der Stadien ein. Oder es bekommen Vereinsbosse reichlich Druck von unten

Italien

„...jetzt kämpfe und siege mit der Kurve an Deiner Seite!“

Beim ersten Auswärtsauftritt Brescias in der diesjährigen Spielzeit der Serie A in Lecce hingen nicht die üblichen Banner der Gruppen vor dem Gästeblock. Stattdessen versammelten sich die in beträchtlicher Anzahl aus der Lombardei angereisten Ultras geschlossen hinter einem riesigen „Diego mola mia!“-Transparent. Nicht aufgeben – diese Aufforderung bezog sich auf Diego Piccinelli, seines Zeichens Capo der Brescia 1911, einer der wegen ihrer authentischen Ultramentalität angesehensten Gruppen Italiens. Diego hatte sich wenige Tage vorher bei einem Arbeitsunfall schwer verletzt und schwebte zeitweise zwischen Leben und Tod. Auch die im Unterrang des Gästeblocks versammelte Curva Sud verzichtete auf eigene Banner, wünschte dem Anführer der Curva Nord alles Gute und forderte die Mannschaft auf, für Diego zu kämpfen und zu siegen. Die ersten 15 Minuten des Spiels wurden außerdem in Gedanken an Diego schweigend verbracht. Beim folgenden Heimspiel gegen Lazio Rom hing ebenfalls ein einziges riesiges Spruchband vor der Curva Nord: „Da te abbiamo imparato tanto, adesso lotta e vinci con la curva al tuo fianco!“ – „Von dir haben wir viel gelernt, jetzt kämpfe und siege mit der Kurve an deiner Seite!“. Weiterhin veröffentlichte seine Kurve eine Bekanntmachung, auf der sie seine Verdienste um die Kurve, aber auch seine menschlichen Qualitäten würdigte und ihm baldige Genesung wünschte. Diego selbst nahm auf dem Flugblatt ebenfalls kurz Stellung, bedankte sich für die Solidarität und äußerte seine Hoffnung, bald zurückkehren zu können.

Doch die Genesungswünsche für Diego kamen bei weitem nicht nur aus den eigenen Reihen. Unterstützung kam natürlich in großem Maße von den „Gemellati“, den mit Brescia verbündeten und befreundeten

Gruppen: In Salerno grüßte die Heimkurve Diego beim Pokalspiel gegen Palermo und in den Reihen der zum Auswärtsspiel bei Lazio mitgereisten Milanfans war ein großes „Forza Diego“ zu lesen, für das sich die römische Sektion der Brigate Rossonere verantwortlich zeigte. Ebenfalls im römischen Olympiastadion, wiederum bei Lazio, forderten die mitgereisten Ultras aus Reggio Calabria den Capo der Curva Nord auf, durchzuhalten, so dass im amarantröten Reggina-Sektor plötzlich ein blau-weißes Transparent aufleuchtete.

Auch die mit Brescia befreundeten Ultras Catanzaro '73 gedachten Diegos bei ihrem Gastspiel im weit entfernten Triest mit einem Transparent, auf dem sie ihrer Hoffnung Ausdruck verliehen, bald wieder das „Brüllen des Löwen“ ihres „Bruders aus Brescia“ zu hören.

Aber damit nicht genug: Selbst Brescia gegenüber gleichgültig gesinnte oder gar feindselig gestimmte Kurven äußerten ihre Solidarität und wünschten Diego gute Besserung! Beim Drittligaheimspiel gegen Vis Pesaro wurde ihm von den „lupi“, den Wölfen aus Avellino, eine schnelle Genesung gewünscht und die Venezianer ließen ihr Derby gegen Verona für einen Moment lang Derby sein und entrollten über dem Ultras Unione Venezia Mestre (die führende Gruppierung der Kurve) ein Spruchband mit der Inschrift „Diego non mollare“ („Diego gib nicht auf“). Und schon beim ersten Spiel nach dem Unfall forderten die Ultra' Lecce, die normalerweise alles andere als gut auf Brescia zu sprechen sind, den Capo der Curva Nord auf, den Kampf eines wahren Ultras zu kämpfen und demonstrierten somit ebenfalls ihre Solidarität. Damit zeigten sie genau die „mentalità Ultras“ für die Diego im ganzen Land ein Symbol ist, und die er hoffentlich auch schon bald wieder in seiner Kurve leben kann.



Heimkurve in Brescia

Foto: Michael Bader

zu spüren – wie bei der Düsseldorfer Fortuna. Wegen undurchsichtiger Verträge und nicht stattfindender Kommunikation schrieben dort kürzlich der Arbeitskreis Fanarbeit und der Supportes Club, die gemeinsam über 1.000 Anhänger vertreten, einen offenen Brief an den Vorstand. Derweil fordert die Internet-Page www.berthold-raus.de.vu offenen Rücktritt. 32 unterstützende Fanklubs haben auf diesen Seiten unterzeichnet.

Fans verschaffen sich heute Gehör. Organisieren, helfen oder stellen Forderungen. Nachdem bei Werder die Stehkurve geteilt wurde, formierte sich in den wichtigen Fragen aus verschiedenen Ultragruppen die ‚Eastside‘. Mit Unterstützung des aktiven Fanprojekts und Kontakt zum Stadionsprecher Arnd Zeigler konnte man sich in Bremen positionieren. Heute haben die Ultras eine Gesangsanlage, großzügige Räumlichkeiten unter der neuen Ostkurve – bestens zum Erstellen von Choreografien nutzbar; und auch in Sachen „Komplettbeschallung“ und „Eventprogramm“ stehen die Werderaner im Dialog, konnten Einführungen wie nervige Eckball-Jingles bereits zurückgeschraubt werden. „Viel basisdemokratischer“, erzählt Matthias Bettag vom Fanklub „Egalwie – Werdergewinnt“, „gehe es nun bei der Eastside zu.“ Zuletzt konnten vier Stadionverbote vom Kick in Rostock durch die guten Kommunikationswege abgewendet werden.

Aber Forderungen stoßen auch an ihre Grenzen. Wie die gegen den Einzug der Farbe Orange beim SVW. „In letzter Konsequenz kommt der Verein dann mit dem Argument, auch wir wollten doch so Spieler wie Micoud behalten...“, berichtet Bettag. In anderen Szenen waren die Gegenseite und die kommerziellen Interessen zu mächtig. So bei 1860 Mün-

chen, als es um den Umzug ins verhasste Olympiastadion ging. Oder beim VfB Leipzig, wo sich trotz Engagements der Niedergang nicht stoppen ließ.

Die höchste Stufe der Zusammenarbeit ist erreicht, wenn sich Fans über Vereinsgrenzen hinweg für gemeinsame Ziele engagieren. Doch das ist ein äußerst schwieriges Vorhaben, da der kleinste gemeinsame Nenner sich nicht an einem Vereinswappen festmachen lässt. Im Gegenteil, in der Regel muss mit Leuten zusammengearbeitet werden, deren Verein man bei zahlreichen Spielen zuvor verachtet hat. Daher kann eine solche Zusammenarbeit auch nur entstehen, wenn es um übergeordnete, allgemeine Themen geht. Die Initiativen für den Erhalt der Stehplätze, die Auseinandersetzungen um fanfreundliche Anstoßzeiten sowie die Ablehnung der Stadionverbotspraxis waren zuletzt Themen, bei denen die Zusammenarbeit zumindest punktuell funktioniert hat.

Tom Beck ist seit Jahren auch für „Pro 15:30“ und nun für den Nachfolger „ProFans“ aktiv: „Natürlich regiert das Geld zuerst“, sagt er. „Aber ich bin überzeugt davon, dass man sich wehren muss. Da geht es auch um den Akt an sich.“

Wenn auch die bundesweit getragene Initiative Pro 15:30 gegen die Fernseh-Maschinerie nicht viel ausrichten konnte, darf sie dennoch als ein Vorzeigebispiel für die Vernetzung der lokalen Szenen stehen. Heute erzielen die Treffen, Spruchbänder und Aktionen zum Thema „Stadionverbote“ und „willkürliche Repression“ von ProFans erste Erfolge.

Die bundesweite Zusammenarbeit steckt in Deutschland, zieht man den Vergleich mit England, noch in den Kinderschuhen. Es gibt keinen bundesweiten Zusammenschluss, der seit Jahren

kontinuierlich arbeitet. Und doch machen Beispiele wie Pro Fans Hoffnung, auch wenn die Vereinsgrenzen heute noch manchmal schier unüberwindbar erscheinen. Aber es muss auch nicht immer ein zeitgleiches und gemeinsames Vorgehen sein, um Verbesserungen zu erreichen. Bei Vereinen wie Karlsruhe oder Saarbrücken haben sich die Fans für gute Bedingungen in den Gästeblocken eingesetzt. Sicher nicht zuletzt aufgrund der Erfahrungen und Kontakte, die über den bundesweiten Erfahrungsaustausch zu Stande gekommen sind.

Gepflegte Feindschaft, respektvolle Zusammenarbeit

Fans haben das Potenzial, starke Kräfte zu mobilisieren. Zahlreiche Hilfsaktionen auch außerhalb des reinen Blickfelds ‚Fußball‘, wie für Leidtragende von Brandkatastrophen oder Hilfsprojekte für das Ausland konnten das belegen. Laufende überregionale Kampagnen beweisen: Trotz verbissenen Ligaalltags und mancher gepflegter Feindschaft ist es Fans in wichtigen Momenten möglich, ihre Vereinszugehörigkeit in den Hintergrund zu stellen. „Fans United“ funktioniert – bisweilen.

Wo bis in die 90iger Jahre hinein Fans nur als bunte Jubelbilder oder in der Thematik „Ausschreitungen und Gewalt“ von Presse und Öffentlichkeit wahrgenommen wurden, haben jetzt dank all dieser Bemühungen Fanthemen Einzug gehalten. Ein Treffen von DFB, DFL, Polizei und Fanvertretern mit dem Bundespräsidenten Johannes Rau im Januar in Berlin wäre früher wohl undenkbar gewesen. Anliegen der Fußballfans werden gehört, wenn auch nicht immer verstanden. Aber daran lässt sich arbeiten... ■ *Stefan Diener*



Organisations- und Kommunikationsplattform für Fans: das Internet



Foto: hertha-inside.de

Die praktische Umsetzung von „You’ll Never Walk Alone“

Hertha-Fan Benjamin hat akute Leukämie. Für Ärzte und Angehörige ist es ein Wettlauf gegen die Zeit, denn um einen Stammzellspender zu finden bleiben nur Wochen. Doch den Kampf gegen die Krankheit unterstützen mittlerweile Tausende.

November 2004. Es ist Herbst in Berlin, die Blätter fallen von den Bäumen rund um das Olympiastadion und die Kälte ist vielen Zuschauern, die von den Rängen das Bundesligaspiel der Hertha gegen Werder Bremen verfolgen, deutlich anzumerken. Trotzdem sind an diesem Tag wieder 47.000 gekommen. Hinter dem Tor auf der Ostseite des Stadions haben sich aktive Herthaner versammelt, die ihre Mannschaft während des Spiels

immer wieder anfeuern und versuchen, die riesige Schüssel mit Stimmung und Leben zu füllen. Der „harte Kern“ ist dabei in den unteren Reihen zu finden. Dicht gedrängt stehen dort die Fans, singen, hüpfen, klatschen. Die Ordner lassen schon lange keine weiteren Zuschauer mehr in den komplett gefüllten Block.

Es fällt auf den ersten Blick nicht auf, dass an diesem Tag jemand fehlt. Und doch ist es so. Sein Fehlen hinterlässt kei-

ne optische Lücke, und doch hat das Spiel an diesem Tag für viele Hertha-Fans, insbesondere die Mitglieder der die Kurve prägenden Ultra-Gruppe Harlekins, eine andere Bedeutung. Einer der ihnen, der 20jährige Benjamin, liegt zu diesem Zeitpunkt in einer Klinik in Hannover. Sein Leiden: Akute Leukämie.

Die Spiele ihres Clubs sind für viele Hertha-Anhänger derzeit die eine Angelegenheit, der Kampf für Benny die andere. Wurde ein großer Teil der Freizeit bis vor kurzer Zeit für das Organisieren von Choreografien genutzt, werden nun Hilfsaktionen geplant, informiert und Spenden gesammelt.

Mit einem Tag war alles anders

Benny war 10 Jahre alt, als er das erste Mal zur Hertha ging. Dieser Weg war praktisch vorgezeichnet, denn auch sein Vater und sein Bruder sind samstags im Olympiastadion Stammgäste. Irgendwann begann Benny, auch mal auswärts mit dabei zu sein, fuhr häufiger und schließlich regelmäßig. Vor fünf Jahren schloss er sich den Harlekins an, denen er bis heute angehört. Die Gruppe war fortan Teil des Fan-Seins.



Für Benny aktiv – Fans des LR Ahlen beim Spiel gegen Dresden

Foto: Stadionwelt

Ende August war jedoch plötzlich nichts mehr so wie zuvor. Nachdem er das Bergsteigen im Urlaub mit seinen Eltern wenige Tage zuvor noch gut hinter sich gebracht hatte, fühlte er sich auf einmal müde und schlapp. Benny gab diesen Erscheinungen vorerst wenig Bedeutung, seine Freundin überzeugte ihn jedoch, sich mal bei einem Arzt untersuchen zu lassen. Dieser führte routinemäßig eine Blutuntersuchung durch und Benny ging erst einmal weiter arbeiten. Bis wenige Tage später die Laborergebnisse beim Arzt eintrafen und dramatischen Inhalt offenbarten. Die Diagnose lautete Akute Leukämie, eine sofortige Behandlung war somit dringend erforderlich. Da der Kampf gegen die Zeit in diesem Moment bereits begonnen hatte, startete der Arzt eine sofortige Suche nach Benny. An seinem Arbeitsplatz wurde er schließlich abgeholt und direkt in die Klinik zur ersten Chemotherapie gefahren. Das war am 29. August.

Die Zeit drängt

Mitte November konnte Benny die Klinik - unter strenger ärztlicher Beobachtung - erstmals wieder für ein paar Tage verlassen. Im Vorfeld musste seine Wohnung von Keimen befreit werden, denn eine Erkältung wäre bereits zu diesem Zeitpunkt lebensbedrohlich gewesen. Aber auch ohne zusätzliche Erkrankung bleibt nicht viel Zeit, um das Leben Benjamins zu retten. Innerhalb der nächsten Wochen muss ein Knochenmarksspender gefunden werden, um ihm noch helfen zu können.

Schockiert hatten Freunde und Angehörige die Nachricht über Bennys Krankheit aufgenommen. Doch nur eine Woche später, nachdem erste Informationen über Krankheitsverlauf und Behandlungsmethoden eingeholt worden waren, begannen seine Familie und die Harlekins, die in der gesamten Zeit in einem sehr engen Kontakt stehen, mit der Organisation erster Hilfsmaßnahmen. Von Anfang an gelang es, auch Hertha BSC als Bündnispartner zu gewinnen. In einem Rundschreiben des Clubs wurden alle Mitglieder über den Fall Benny informiert und zu Spenden aufgefordert. Der Verein half darüber hinaus, die Aktionen in den Berliner Medien publik zu machen. Vorbildlich verhält sich auch die Mannschaft. Bis heute rufen regelmäßige Spieler bei Benny an, um ihm Mut zu machen. „Zecke“ Neuendorf hatte ihn sogar schon in Hannover im Krankenhaus besucht.

Schon bald wurden die ersten Hilfsaktionen durchgeführt. Fans der Hertha ließen sich typisieren, um zu überprüfen, ob sie als Knochenmarksspender für Benny in Frage kommen. Auch die Hertha-Spieler kamen zur Blutabnahme. „Mit jedem ▶



Die Fans von Hannover werben für ihre Typisierungsaktion

Foto: Zwing

Bundesweite Hilfsaktionen

Ob Frankfurt oder Meppen, ob Leverkusen oder Ahlen: In vielen Fanszenen wird mittlerweile für Benny gesammelt

Es begann im Internet. Vor einigen Wochen tauchten in den Fußball-Foren plötzlich Threads mit Namen wie „Wichtig: Hertha-Fan an Leukämie erkrankt“ oder „Fußballfan braucht Spender“ auf. Einige Unterstützer von Benny hatten den Sachverhalt in Diskussionsforen und Gästebücher gepostet. Bis dahin unbeteiligte Personen nahmen sich des Themas an und verbreiteten es weiter, so dass der Fall Benny binnen weniger Wochen bundesweit in Fankreisen bekannt wurde. Was folgte, war der Beginn einer vereinsübergreifenden Hilfsaktion, deren Ausmaß Dr. Marlena Robin-Winn, Leiterin des Norddeutschen Knochenmark- und Stammzellregisters, schon jetzt als einmalig bezeichnet.

In immer mehr Fanszenen wird inzwischen dazu aufgefordert, sich typisieren zu lassen oder Geld zu spenden. Mehr als 5.000 Blutabgaben und über 40.000 Euro sind dabei bisher zusammen gekommen. Mehr als 150 Internetseiten haben mittlerweile Aktionsbanner integriert, in vielen Stadien hingen Transparente, die auf die Hilfsaktion für Benny hinweisen.



Michael Preetz lässt sich typisieren Foto: Frankinho

Während manche Fangruppen aus ihren Kassen spenden, sammeln andere in den Stadien. Bei gerademal 3.100 Zuschauern beim Spiel gegen Bergdorf 85 gelang es den Fans des SV Meppen rund 900 Euro für die

Aktion zu sammeln. Spendendosen waren bisher neben Berlin zudem unter anderem in Bremen, Bielefeld, Bochum, Leverkusen, Frankfurt, Ahlen und Karlsruhe im Einsatz. In Hannover, beim Karlsruher SC und bei Wacker Burghausen wurden Typisierungsaktionen organisiert.



Unterstützung aus Düsseldorf

Da täglich neue Aktionen hinzu kommen, gibt es mittlerweile mehrere Internetseiten, auf denen sich über die Hilfskampagne informiert werden kann.

Vorbildlich verhielt sich auch der „Fan Club Nationalmannschaft“. Nachdem dieser von der Hilfsaktion erfahren hatte, schloß er sich ebenfalls ohne zu Zögern an. Er informierte seine 12.000 Mitglieder und rief zu Spenden auf. Zudem wurden beim Länderspiel in Leipzig gegen Kamerun Geld gesammelt, während der Halbzeitpause stockte der Fan Club den Betrag auf 5.000 Euro auf.

Alemannia Aachen spendete ein Europacup-Trikot, dass bei Ebay 342,- Euro einbrachte. Sachspenden zur Versteigerung gibt es mittlerweile auch vom VfL Bochum.

In Bennys Gästebuch auf der Aktionsseite haben sich in den ersten beiden Wochen weit über 500 Fans eingetragen, die ihm Kraft und Glück wünschen und zum Teil eigene Spenden ankündigen. Es gibt kaum noch Fanszenen, die dabei nicht vertreten sind.



Eindeutige Botschaft aus der Kurve

Foto: hertha-inside.de

Mensch der mitmacht, steigen die Chancen, Benny wirklich helfen zu können“, erklärte Nationalspieler Arne Friedrich und zeigte sich von den Fan-Aktionen beeindruckt: „Es ist phantastisch zu sehen, wie viel Fans bewegen können, wenn sie gemeinsam ein Ziel verfolgen.“ Und schon kurze Zeit später beteiligten sich auch Fans anderer Berliner Vereine. Union Berlin, BFC Dynamo, Yesilurt, Türkiyemspor - in einer zuvor nie dagewesenen Allianz setzten die Berliner Fußballfans ein Zeichen. Schon bald schlossen sich auch weitere Sportvereine aus der Hauptstadt an und führten ebenfalls Aktionen durch. „Es ist ein schönes Gefühl zu erleben, wie viele Fans die Sache unterstützen. Wichtig dabei ist, dass alle wissen, dass es nicht nur mir hilft, sondern auch den anderen Betroffenen“, freut sich Benny über die Kampagne. Täglich spricht er mit seinen Eltern oder seinen Freunden,

die ihn über die neusten Entwicklungen informieren. Die Einträge auf der Aktionsseite im Internet liest er persönlich.

Während Benny sich tagtäglich mit seiner Krankheit auseinander setzen muss, die Strapazen der Behandlung auf sich nimmt und auf einen Spender wartet, hat sich auch für die Harlekins in den letzten Wochen vieles verändert. Die Gruppenzugehörigkeit stand in erster Linie für Spaß haben, feiern, Fußball schauen. Nun wird die Fangemeinschaft vor eine ganz andere Aufgabe gestellt. Es wird Verantwortung füreinander übernommen. Angst und Hoffnung liegen nah beieinander.

„Warum er, warum in diesem Alter?“, werden sich dabei viele fragen. Leukämie kann jeden treffen, ob jung, ob alt, ob Mann, ob Frau. Wer nicht durch Familie oder Verwandtschaft betroffen ist, setzt sich in der Regel sehr wenig mit diesem

Thema auseinander. Der öffentliche Informationsstand ist gering, ebenso das Interesse. Leukämie und die Opfer sind anonym, nicht greifbar. Durch den Fall Benjamin, wurde die Krankheit plötzlich zum Thema. „Er ist einer von uns“, diese Ansicht verbreitete sich schnell, erst in der Hertha-Fanszene, dann in ganz Berlin, mittlerweile im gesamten Bundesgebiet und auch aus dem europäischen Ausland treffen bereits erste Solidaritätsbekundungen ein.

Die riesige Unterstützung macht Mut, zeigt allen Betroffenen, dass man bei diesem schwierigen Kampf nicht alleine ist. Sie hilft Benny und den Harlekins, motiviert, setzt neue Kräfte frei. Und darüber hinaus ist es den Fußballfans schon jetzt gelungen, Öffentlichkeit für dieses, in der Gesellschaft gerne verdrängte Thema zu schaffen. Viele Menschen setzen sich erstmals mit dem Kampf gegen Leukämie auseinander. Die Zahl der Typisierungen ist in den letzten Wochen deutlich angestiegen, viele Fans haben Geld gespendet. Und auch die Frage, warum die Blutuntersuchungen privat finanziert werden müssen, was die Suche nach einem Lebensretenden Spender erschwert, wird plötzlich in Fußball-Foren diskutiert.

Dass die Aktion gemeinsam von eigentlich rivalisierenden Fangruppen durchgeführt wird, ist zudem ein klares Zeichen an diejenigen, die Fußballfans gerne gleiches Verantwortungsgefühl absprechen.

Wie kann ich helfen?

Typisierung

Jeder vollkommen gesunde Erwachsene zwischen 18 und 60 Jahren kann Knochenmark oder periphere Blutstammzellen spenden. Da die für die Aufnahme in eine Datei erforderliche Gewebetypisierung teuer ist, sollten neue Spender möglichst jung sein, damit sie länger und sicherer zur Verfügung stehen. Auch wenn es für die Aufnahme in die Dateien keine bindende Altersgrenze gibt, sollten dabei Spender nicht älter als 50, am besten jünger als 40 Jahre sein. Dem Spender wird eine kleine Menge (20 ml) Blut abgenommen und untersucht. Er muß sich mit der Speicherung seiner Daten und ihrer anonymen Weitergabe im Rahmen von Spendersuchen einverstanden erklären. Lediglich 2,3 Millionen Menschen in Deutschland sind typisiert, von rund 12.000 Erkrankten Menschen pro Jahr benötigen mindestens 1.000 einen Spender, da ihnen nicht anders zu helfen ist. Daher ist es sinnvoll, sich typisieren zu lassen. Damit kann möglicherweise sofort einem der akut Betroffenen geholfen werden, die dringend einen Spender benötigen, vielleicht aber auch

erst in 15 Jahren, wenn in der Datenbank nach einem genetischen Zwilling für einen anderen Erkrankten gesucht wird.

Geldspende

Typisierungen sind teuer und kosten etwa 50 Euro pro Person. Da die Krankenkassen diese Untersuchungen nicht bezahlen, muss das erforderliche Geld durch Spenden finanziert werden. Das Norddeutsches Knochenmark- und Stammzellspender-Register [NKR] benötigt daher dringend finanzielle Mittel, um die vielen, in den letzten Wochen eingesandten Proben, typisieren zu können.



Spendenkonto

Kontoinhaber: NKR
KTO: 724 758 7009
BLZ: 100 900 00
Berliner Volksbank
Zweck: Benny + Name/Fanclubname

Spendentelefon

Schon bald besteht die Möglichkeit, schnell und unkompliziert per Telefon zu spenden. Ein Anruf kostet drei Euro, der Betrag wird mit der nächsten Telefonrechnung abgebucht und kommt der Hilfsaktion zu Gute. Informationen auf www.stadionwelt.de

Aktionsseite

Tagesaktuelle Informationen zu der Hilfskampagne finden sich auf unserer Internetseite www.stadionwelt.de. Dort ist eine Liste mit allen unterstützenden Fangruppen aufgeführt, News und Termine werden bekannt gegeben. Zudem finden sich dort Kontaktadressen, Hintergrund-Infos und ein Gästebuch, das regelmäßig von Benny gelesen wird.

„Jede Spende für Benny kann auch schon heute anderen Betroffenen das Leben retten.“

Stadionwelt sprach mit Dr. Marlena Robin-Winn, Leiterin des Norddeutschen Knochenmark- und Stammzellregister (NKR)



Stadionwelt: Immer mehr Menschen beteiligen sich an der Hilfskampagne für Benny. Kommen solche großen Aktionen häufiger vor?

Robin-Winn: Nein, die breite Unterstützung, die wir derzeit erleben, ist einmalig. Das Engagement der Leute in Berlin hat förmlich einen Schneeball-Effekt in Gang gesetzt, der sich nun über das gesamte Bundesgebiet verteilt.

Es hängt ja auch immer von dem Umfeld und der grundsätzlichen Bereitschaft des Betroffenen ab. Nur wenn er nach außen gehen will, um die Öffentlichkeit über sein Krebsleiden zu informieren und so der anonymen Krankheit Leukämie ein Gesicht und eine dazugehörige Geschichte gibt, sind solche Massenaktionen überhaupt nur möglich. Für die Familien ist das oft der letzte Strohhalm, wenn es keinen Spender oder andere Therapie-Möglichkeiten gibt. Wir sind natürlich dankbar für jede Aktion die gestartet wird und unser Anliegen in die Öffentlichkeit trägt.

Stadionwelt: In welchem Maße profitieren andere Betroffene von den Aktionen für Benny?

Robin-Winn: Bei unserer Arbeit suchen wir praktisch immer nach der Nadel im Heuhaufen, da im Durchschnitt 100.000 potentielle Spender nötig sind, um den genetischen Zwilling zu finden, und das auch nur dann, wenn man von durchschnittlichen Gewebemustern ausgeht. Anders als bei Blutgruppen gibt es nämlich viel mehr unterschiedliche Merkmale, so dass Millionen von Möglichkeiten bestehen. Alle erfassten Daten, egal wo man sich in Deutschland typisieren lässt, kommen jedoch in das zentrale Register in Ulm, so dass jede Typisierung, die im Fall Benny vielleicht nicht helfen kann, möglicherweise bereits heute oder in einigen Jahren einer anderen Person das Leben rettet.

Stadionwelt: Viele Menschen wären grundsätzlich bereit, sich typisieren zu lassen, warum liegen trotzdem nicht genügend Datensätze vor, um schnell einen Spender zu finden?

Robin-Winn: Das Problem besteht darin, dass die Untersuchung der Proben über Spendengelder finanziert werden muss. Die Krankenkasse zahlt erst ab dem Moment, wenn der genetische Zwilling gefun-

den worden ist. Bei uns haben sich schon viele Schulen gemeldet, die gerne helfen würden, nur leider fehlt das Geld, um solche breit angelegten Typisierungsaktionen zu finanzieren. Hier ist der Gesetzgeber gefragt, die Lage endlich zu verbessern, damit mehr Menschen geholfen werden kann.

Stadionwelt: Wie viele Menschen sind von Leukämie betroffen?

Robin-Winn: Insgesamt erkranken in Deutschland jährlich 12.000 Menschen an Leukämie, rund 1.000 davon benötigen einen Spender, weil ihnen sonst nicht geholfen werden kann. In Hannover haben wir derzeit acht Patienten, die mit Ihrer Krankheit an die Öffentlichkeit gehen, insgesamt 40 die auf Spender warten. Dem gegenüber haben wir ein Register mit 2,3 Millionen typisierten Menschen, rund 10 % fallen pro Jahr wieder raus, weil sie zu alt sind oder krank werden. Daher benötigen wir allein jede Menge Spenden, um zumindest den Status Quo zu erhalten. Doch während die Zahl der Leukämie-Erkrankungen steigt, sind die Geld-Spenden seit der Euro-Umstellung zurückgegangen. Wenn wir, wie im Fall Benny nach außen gehen, stehen wir immer unter einem enormen Zeitdruck. Gerne hätten wir mehr Zeit, um kontinuierlich arbeiten zu können.

„Menschlich sehr beeindruckt“

Kay Bernstein von den Harlekins Berlin über die bundesweite Anteilnahme

Stadionwelt: Drei Monate sind mittlerweile vergangen, seit bei Benny, einem Mitglied Eurer Gruppe, akute Leukämie diagnostiziert wurde. Was hat sich in dieser Zeit bei Euch verändert?

Bernstein: Die Hilfe für Benny steht bei unserem Handeln absolut im Mittelpunkt. Wir versuchen alles, um weitere Gelder zu sammeln. Daher haben wir auch sämtliche Planungen von Choreografien vorerst verworfen. Solange ein Mitglied unserer Gruppe Hilfe braucht, ist das Geld dort sinnvoller genutzt. Zudem versuchen wir, die Öffentlichkeit, die wir als Harlekins in unserer Kurve haben, für die Hilfskampagne zu nutzen. Insgesamt kann man auch sagen, dass das Gruppengefühl durch die gemeinsamen Anstrengungen ausgeprägter geworden ist.

Stadionwelt: Wie läuft der Kontakt mit Fangruppen anderer Vereine?

Bernstein: Wir erhalten viele Anrufe und eMails von Fangruppen aus anderen Städten, die uns Unterstützung zusagen oder Geld spenden. Viele dieser guten Kontakte bestehen noch aus der Zeit, als im Namen von Pro Fans die Fan-Demo in Berlin orga-

nisiert wurde. Es rufen aber auch Gruppen an, mit denen wir noch keinen persönlichen Kontakt hatten.

Stadionwelt: Verändert sich dadurch das Verhältnis zu den Fans anderer Vereine? Es kommen ja auch Spenden aus Städten,



Spendensammlung im Stadion Foto: Stadionwelt

zu denen bisher eher ein feindliches Klima herrschte.

Bernstein: Diese Frage haben wir auch schon in der Gruppe diskutiert. Auf der einen Seite ist es ähnlich wie damals bei der Fandemo, als auch vereinsübergreifend organisiert wurde. Damals ging es um Faninteressen im Allgemeinen und da wurden für kurze Zeit Ri-

valitäten zurückgestellt. Jetzt geht es aber um ein Mitglied unserer Gruppe und wir erhalten bundesweite Unterstützung. Das hat mich menschlich sehr beeindruckt. Gerade auch was von Vereinen wie Union Berlin oder BFC Dynamo kam, mit den wir sonst gar nichts am Hut haben, aber auch aus ganz anderen Städten. Es ist eine Hilfe, bei der es um mehr geht, als um Fußball. Für mich fehlt da schon die Grundlage, auch künftig gegen jeden und alles zu pöbeln, gegen Gruppen, die für einen von uns gespendet und Aktionen organisiert haben. Aber hier gibt es unterschiedliche Meinungen und letztendlich muss das jeder selbst entscheiden.

Stadionwelt: Wie geht es jetzt weiter in Berlin? Welche Aktionen sind geplant?

Bernstein: Wir werden weiter Spenden sammeln und versuchen, möglichst viele Menschen zu mobilisieren. Auch in Zusammenarbeit mit Hertha wird es noch Aktionen geben. Tagtäglich rufen zudem so viele Menschen bei uns an, die fragen, wie sie helfen können. In den nächsten Wochen wird daher sicher noch einiges passieren.

Kampf an der Börse

Seit etwa zwei Monaten befinden sich die Fans von ManU in einer Art Kriegszustand. Der US-Milliardär Malcolm Glazer will den Verein übernehmen.

Er war noch nie in Manchester. Er hat die Mannschaft noch nie spielen sehen. Er kennt die Vereinsgeschichte nicht. Er will nur eins: Geld verdienen. Die Fans gehen deswegen auf die Barrikaden. Sie sind bereit, alle ihnen zur Verfügung stehenden legalen oder teilweise gar weniger legalen Mittel anzuwenden, um die Übernahme ihres Klubs zu verhindern.

Die Hauptaktionäre sind derzeit die irischen Rennpferdbesitzer bzw. -züchter J.P. McManus und John Magnier, deren Firma Cubic Expression insgesamt 28,99% der Aktien hält, sowie die Malcolm I Glazer Family Limited Partnership mit 28,11%. Es wird geschätzt, dass die ca. 37.000 Fans und Kleinaktionäre auf 18% der Aktien kommen. Zurzeit werde ca. 1,5% von der Fanorganisation Shareholders United kontrolliert.

Auf der Forbes-Liste der reichsten US-Bürger wird Glazer an Rang 244 geführt. Sein Geld machte er mit Immobilien und Einkaufszentren. 1995 bezahlte Glazer 192 Mio. US\$ für die Tampa Bay Buccaneers, die in der National Football League der USA spielen. Die Fans bekamen prompt zu spüren, was es bedeutet, Glazer als Besitzer zu haben. Umgehend wurden die Kartenpreise drastisch erhöht. Die traditionelle Trikotfarbe der „Bucs“ wurde durch eine Variante ersetzt, die sich besser vermarkten ließ. Und die Stadt Tampa wurde zur Finanzierung eines neuen Stadions gezwungen. Sonst drohte Glazer, den gesamten Verein in eine andere Stadt umziehen zu lassen. Zwar wurde 2003 der Super Bowl gewonnen. Danach verließen jedoch mehrere wichtige Spieler den Verein, weil Glazer nicht bereit war, ihnen ein marktgerechtes Gehalt zu bezahlen. Jetzt laufen die „Bucs“ dem Rest der Liga hinterher.

Warum will Malcolm Glazer Manchester United kaufen?

Von den vielen Vereinen, die mittlerweile weltweit börsennotiert sind, ist Manchester United wirtschaftlich gesehen bei weitem der Erfolgreichste. Er ist einer der ganz wenigen Fußballvereine, der komplett schuldenfrei ist und regelmäßig Gewinn erwirtschaftet. Zwar verzeichnete United im vergangenen Geschäftsjahr primär aufgrund von Transferaktivitäten und dem frühzeitigen Aus in der Champions League einen Gewinnrückgang von rund 30% vor Steuern, der operative Gewinn jedoch stieg weiter um 6%. Was die

weltweite Vermarktung der Marke angeht – vor allem im Fernen Osten und in Nordamerika – bleibt United weiterhin absolute Spitzenklasse.

Glazer ist wohl der Meinung, dass er mit dem wirtschaftlich stärksten Verein der Welt noch mehr Gewinn einfahren kann. Dies könnte er dadurch tun, dass er den Merchandising-Verkauf und die Aktivitäten im Bereich „Neue Medien“ noch weiter ausbaut und natürlich die Eintrittspreise, wie im Falle der Tampa Bay Buccaneers, drastisch erhöht. Als viel lukrativer hingegen könnten sich die TV-Rechte erweisen. Sollte sich in Großbritannien auch das Modell durchsetzen, wonach Vereine die eigenen TV-Rechte vermarkten und vertreiben dürfen, dann wären massive Gewinne zu erzielen. Laut Marketing-Manager Mark Goodfellow hat Manchester United weltweit 75 Millionen Anhänger, wovon 40,7 Millionen in Asien zu Hause sind. Da Woche für Woche nur 67.000 Fans Platz im Stadion finden (das Fassungsvermögen wird in den nächsten Jahren auf 75.600 erhöht), sind Wirtschaftsexperten der Meinung, dass hier das weitaus größere Gewinnpotenzial liegt.

Was wollen die Fans?

Die aktiven Fans sind hauptsächlich in zwei Fangruppierungen organisiert, und zwar in der Independent Manchester United Supporters Association (IMUSA) und bei den Shareholders United (SU). IMUSA sieht sich als eine Fan-Initiative, die sich für die allgemeinen Belange der United-Fans

einsetzt. SU hingegen ist eine Vereinigung der Kleinaktionäre, die aus dem erfolgreichen Kampf gegen den Medienmogul Rupert Murdoch, der den Verein bereits vor fünf Jahren übernehmen wollte, hervorgegangen ist. Unter den Fans wird die Aktiengesellschaft kritisch beäugt. Die Mehrheit lehnt die übertriebene Kommerzpolitik der Aktiengesellschaft ab. IMUSA setzte sich von Anfang an für eine Vereinsform ein, wie sie in Spanien oder in Deutschland üblich ist. Ein großes organisatorisches Vorbild ist der FC Barcelona, dessen heutiger Vereinspräsident Joan Laporta früher als einfaches Mitglied der Fanvereinigung mit dem witzigen Namen „Blauer Elefant“ Seite an Seite mit IMUSA gekämpft hat. Paradoxerweise sehen sich aber sowohl IMUSA als auch SU derzeit gezwungen, sich dafür einzusetzen, dass der Verein vorerst börsennotiert bleibt und somit der Kontrolle der Börsenaufsicht unterliegt, denn nur so hat man die Gewähr, dass die Geschäfte einigermaßen transparent bleiben.

Beide Organisationen wehren sich mit allen Kräften gegen die Übernahmeversuche Glazers. „Wir werden uns jeder Einzelperson oder Firma entgegenstellen, die den Verein aus finanziellen Gründen übernehmen will“, sagte SU-Vorsitzender Nick Towle. Zusammen mit den drei Fanzines „Red Issue“, „Red News“ und „United We Stand“ haben sie deswegen die Initiative „Not For Sale“ gegründet, um eine Übernahme durch Glazer zu verhindern. Das Ziel von SU ist es, so schnell wie möglich 10,1% der Aktien unter ihre Kontrolle zu bringen, weil dann kein anderer Aktionär bei einer Beteiligung von 90% die restlichen Aktionäre zum Verkauf ihrer Aktien zwingen kann. Langfristig peilt man sogar 25% an, damit der Verein nicht von einem Einzelaktionär von der Börse genommen werden kann. Angenommen Glazer erreicht die o.g. 90% der Aktien: Würde sich auch nur ein Aktionär weigern, ihm seine Aktien zu verkaufen, müsste Glazer vor Gericht gehen. Deswegen versucht SU jetzt, insgesamt 100.000 Fans für eine neue Organisation (Supporters Trust) zu gewinnen, die gemeinsame Aktien halten soll. „Es geht schließlich nicht nur darum, z.B. 5% der Aktien zu halten, sondern 100.000 Leute zu haben, die entrechtet wären. „Welcher Richter wird einem Antrag zustimmen, 100.000 Menschen zu entrechtet?“, fragt SU-Pressesprecher Oliver Houston.

Was den Fans reichlich Bauchweh bereitet, ist die Tatsache, dass Glazer die

**NOT
FOR
\$AL£**





Protest bei der Sommertour von ManU in den USA



Demo gegen die Übernahme



Protest im Pub

Fotos: SU

Übernahme wohl vor allem mit geliehem Kapital finanzieren müsste, da sein Eigenkapital nicht ausreicht. Nach heutigen Schätzungen würde der Verein ca. 800 Mio. Pfund (ca. 1,15 Mrd. Euro) kosten, zehnmal mehr als Roman Abramovich für den Chelsea FC zahlte. Wenn sich eine Bank findet, die bereit ist, Glazer finanziell unter die Arme zu greifen, dann wären die Zinsen aus dem vom Verein erwirtschafteten Gewinn zurückzuzahlen. Der Verein müsste also praktisch seine eigene Übernahme finanzieren! Unter den Experten herrscht Zweifel, ob Glazer die Finanzierung überhaupt darstellen kann: „Wir sind uns nicht schlüssig, ob Malcolm Glazer total bekloppt ist oder einen brillanten Plan in der Schublade hat, auf den sonst niemand kommt“, sagte ein Londoner Analyst, der die Situation verfolgt.

Nachdem bekannt wurde, dass Glazer sich ernsthaft um den Verein bemüht, reagierten die Fans sofort. Zunächst versuchte man es mit „direkten“ Methoden. Das Auto eines Vorstandsmitglieds, der Aktien an Glazer verkauft hatte, wurde mit roter Farbe beschmiert. Hinter der Attacke soll das so genannte „Manchester Education Committee“ (MEC) gesteckt haben, eine Gruppe, die sich gerne einer pseudomilitärischen Sprache in ihren Erklärungen bedient. Bei einem Heimspiel der Reservemannschaft marschierten kurze Zeit später ca. 40 verummte Mitglieder des MEC plötzlich über das Spielfeld, so dass das Spiel unter dem Beifall der Zuschauer unterbrochen werden musste. Sie hielten ein Transparent mit der Aufschrift „Not For Sale“ hoch. In einer Pressemitteilung drohten sie damit, im Verein einen „Bürgerkrieg“ zu entfachen, der auch gegen die Sponsoren und kommerziellen Partner gerichtet würde, sollte das Angebot Glazers angenommen werden.

Als nächstes folgte eine Terrorkampagne gegen Brunswick, die in London ansässige PR-Firma von Glazer. In mehreren einschlägigen Foren wurde augenzwinkernd zu Protesten gegen Brunswick aufgerufen: „Selbstverständlich wäre es höchst unverantwortlich von United-Fans, wenn sie diese Firma mit Hunderten von E-Mail-

bzw. Fax-Nachrichten oder Anrufen bombardieren würden, da es für sie dann unmöglich wäre, ihrem alltäglichen Geschäft nachzugehen. Aber wenn sich zwei, drei von uns bei ihnen melden, kann dies nicht schaden. Nicht wirklich, oder?“ Niemand weiß genau, wie viele eMails verschickt, wie viel Meter schwarzes Papier gefaxt oder wie viele Pizzas, Taxis, Klempner oder Müllcontainer im Namen von Brunswick bestellt wurden. Sogar ein Bankett für 250 Personen soll geordert worden sein. In einer Anzeige, in der billige Ferien im Wohnwagen angeboten wurden, wurde die Nummer von Brunswick angegeben. Die Mitarbeiter in der Zentrale wurden schließlich angewiesen, keine eingehenden Anrufe mehr an den völlig genervten Vorstand weiterzuleiten.

Die Aktionen des MEC sind lediglich ein Ausdruck der ganzen Wut, die sich bei vielen Fans aufgestaut hat. Die Strategie von Shareholders United zeugt von wesentlich mehr Professionalität. Es werden Gespräche mit führenden Unternehmensanwälten und Finanzexperten geführt, um die Gegenwehr möglichst effektiv zu gestalten. Außerdem wurde eine Kampagne lanciert, bei der Fans aufgefordert wurden, nur noch Aktien statt Trikots zu kaufen. „Mit den 45 Mio. Pfund, die in den letzten zwei Jahren für Merchandising-Produkte ausgegeben wurden, könnte man 17 Millionen Aktien kaufen. Neben den 18 % der Aktien, die bereits in den Händen aller Kleinaktionäre sind, würde das zusätzliche 7 % der Gesamtanteile für die Fans bedeuten. Das wären die 25 %, die wir brauchen,



um eine Übernahme des Vereins zu verhindern“, sagte Oliver Houston.

Die organisierten Fan-Proteste fanden am 24. Oktober vorm Heimspiel gegen Arsenal ihren vorläufigen Höhepunkt. Hinter der großen Fahne mit der Aufschrift „Not For Sale“ marschierten 5.000 Fans zum Stadion, wo der Megastore gestürmt und von rund 500 Fans besetzt und teilweise verwüstet wurde.

Wie geht es weiter?

Aufgrund des hohen Verschuldungsgrads im Übernahmekonzept von Glazer und nicht zuletzt der Proteste hat sich der Verein schließlich gegen Ende Oktober entschieden, nicht mehr mit Glazer zu verhandeln, nachdem die Verhandlungen zwischen Glazer und den Aktionären Magnier und McManus bezüglich des Kaufs des den Iren gehörenden Aktienpakets auch gescheitert waren. Am 25. Oktober teilte der Vereinsvorstand in einer Mitteilung an die Londoner Börse offiziell mit, dass die Verhandlungen mit Glazer nicht weiter fortgesetzt würden. „Wir haben den Vorschlag überprüft. Ein Schlüsselaspekt hierbei war jedoch die Höhe der vorgesehene Verschuldung“, begründete der Exekutivdirektor David Gill dem vereinseigenen Sender MUTV gegenüber diesen Schritt. „In Verbindung mit dem vorgelegten Business-Plan war uns somit klar, dass das kein attraktiver Vorschlag ist.“ Niemand weiß genau, was als Nächstes passiert. Gerüchten zufolge war die US-Bank JP Morgan bereit, Glazer den Kauf von 72% der Vereinsaktien zu finanzieren. Nachdem Glazer jedoch auf der Jahreshauptversammlung am 11. November die Wiederwahl von drei United-Direktoren verhindert hatte, winkte JP Morgan ab, mit der Begründung, sie würden keine feindlichen Übernahmen finanzieren. Die Londoner PR-Firma Brunswick zog sich daraufhin auch zurück, nicht nur zur Freude der angrenzenden Pizzabäcker.

■ Stuart Dykes

www.shareholdersunited.org
www.imusa.org
www.muftnotforsale.com

Nachgefragt: Vereinsübergreifende Fan-Initiativen

Stadionwelt	Stefan Schulze, Stuttgart Commando Cannstatt	Thomas Stein, Schickeria München	Andreas „Paffi“ Paffrath, Fanbeauftragter Leverkusens
<p>Stadionwelt befragt jeden Monat in den Fanszenen verschiedener Vereine Aktive zu aktuellen Themen. Hierbei kommen Fans unterschiedlicher Herkunft zu Wort. Ob Ultra oder Fanbeauftragter, ob Fanclub oder Dachverband – zum jeweiligen Diskussionspunkt sollen Standpunkte aus allen Teilen des Fanspektrums zur Geltung gebracht werden.</p>			
<p>In welchem Zusammenhang habt ihr schon mit Fans anderer Vereine zusammengearbeitet?</p>	<p>Anfangs waren wir bei „Pro 15:30“ dabei und 2002 auch mit 50 Leuten auf der Demonstration in Berlin. Danach haben wir uns zurückgezogen, weil es keinen Sinn mehr machte, „Pro 15:30“ auch einzuschlafen drohte und weil gewisse Leute aus der Führungsriege in ihrer eigenen Szene gegen Fans gehetzt haben. Bei einem internen Treffen haben wir dann beschlossen, die Zeit und die Energie lieber in Stuttgart zu investieren.</p>	<p>Wir haben uns an den Aktionen von Pro Fans beteiligt. Eine spezielle Aktion unsererseits war die Solidaritätsaktion mit St. Pauli. St. Paulianer haben unberechtigte Stadionverbote beim Spiel gegen die HSV-Amateure bekommen. Da vereinzelt gute Kontakte gepflegt werden und die USP uns letzten Sommer bei der Dauerkartenaffäre unterstützt haben, haben wir mit Spruchbändern unsere Solidarität demonstriert.</p>	<p>Bis auf Pro 15:30 ist das schon 7–8 Jahre her, als die Proteste zum Erhalt der Stehplätze stattfanden. Wir haben z. B. zu Hause mit den Kaiserslauterern eine Stehplatzblockade durchgeführt und sind mit dem Bus zur Demo in Frankfurt gefahren – gemeinsam mit Kölnern, Düsseldorfern und Mönchengladbachern.</p>
<p>Für welche Ziele sollten Fans vereinsübergreifend zusammenarbeiten?</p>	<p>Gerade bei der ganzen Situation um Stadionverbote sollte man darauf hinwirken, gemeinsam irgendwann die DFB-Statuten zu kippen. Um beispielsweise in der Frage der Fan-unfreundlichen Termine etwas zu bewegen, ist der Prozentsatz der aktiven Fans in den Stadien zu klein. Das ist wahrscheinlich noch eine Nummer zu groß.</p>	<p>Es gibt Vorfälle, da werden Fans wie Schwerverbrecher behandelt. Fans sollten für ihre Rechte kämpfen. Zu diesen Rechten und Interessen gehören auch die Stehplatzpreise und selbstverständlich sollte die Qualität des Gästeblocks stimmen. Die Vermarktung nimmt überhand, doch die wahren Werte und Traditionen so wie Emotionen und Leidenschaft sollten nicht vergessen werden.</p>	<p>Der Erhalt der Fankultur ist ganz wichtig. Es fallen immer mehr Plätze weg, wo Fans sich präsentieren können. Darüber hinaus sollte man sich gegen Willkürmaßnahmen zusammenschließen und z. B. zum Erhalt fanfreundlicher Eintrittspreise.</p>
<p>Sind die bestehenden Zusammenschlüsse geeignet, um gemeinsame Ziele zu verwirklichen?</p>	<p>Das große Problem ist, dass viele Gruppen, die sich in den Zusammenschlüssen engagieren, in der eigenen Szene keinen Rückhalt haben und die Kurve nicht ansprechen können. Nur ist ohne die Masse der Leute wenig zu erreichen. Erschwerend kommt hinzu, dass die Masse heutzutage aus Stadiongängern besteht, die einfach nur ihr Spiel sehen wollen.</p>	<p>Die Zusammenschlüsse sind gut, doch sollten sich viele Gruppen besser über deren Wichtigkeit im Klaren sein. Viele sehen ihre persönliche Rivalität zu gewissen Vereinen im Vordergrund, obwohl es nicht darum geht. Manche sollten von ihrem hohen Ross kommen und sich aktiv an dieser Sache beteiligen. Einzelne Szenen können auf Vereinsebene etwas schaffen, aber für grosse Veränderungen, die allen dienen, muss man sich zusammenschließen.</p>	<p>Mir stellt sich das im Moment konfus dar, es gibt zu viele Gruppierungen. Da gibt es dieses Pro Emotionen, dann BAFF, Pro Fans, Pro 15:30... Es muss einfach koordinierter zusammengearbeitet werden.</p>
<p>Wo liegt bei euch die Grenze für eine Zusammenarbeit mit Fans anderer Vereine?</p>	<p>Da haben wir nichts pauschal festgelegt, denn es kommt immer auf den Fall an, und in welchem Ausmaß das stattfinden soll. Wenn es sich gegen willkürliche Stadionverbote richtet, kann man ohnehin niemals nein zu einer Zusammenarbeit sagen. Aktuell stehen wir mit den Mainzern in Kontakt, weil die in Freiburg ähnliche Probleme hatten. Es ist möglich, dass wir uns da abstimmen werden.</p>	<p>Wie schon angesprochen spielt die Arroganz mancher Leute eine große Rolle. Diese Tatsache erschwert einen runden Tisch.</p>	<p>Für mich gibt es da überhaupt keine Grenze, wenn es um gemeinsame Faninteressen geht.</p>

Fotos: Stuttgart: Infusion 1893 / Bayern: fcbfanfotos.de / Leverkusens: lev-rheinland.de

<p>Jens Volke, Dortmund schwatzgelb.de</p>	<p>Thomas Beck, Pro Fans Ansprechpartner Karlsruhe</p>	<p>Sandra Schwedler, Passanten St. Pauli</p>	<p>Dominik Hahn, Tornados Rap Rapid Wien</p>
			
<p>Wir unterstützen die Initiative Pro Fans. Aktuell beteiligen wir uns auch an der Aktion für den Hertha-Fan Benny. Woche für Woche leisten wir Arbeit vor Ort und setzen uns für die Rechte der Gästefans ein. Wir pflegen gute Kontakte zum Verein, haben in einem Fall sogar ein Stadionverbot für einen Gästefan verhindert. Aber wenn man für andere Fangruppen Erleichterungen durchsetzt, ist es ein Problem, wenn es dann im Gästeblock am Ende doch extrem raucht.</p>	<p>Aktuell beim Spiel gegen Greuther Fürth. Da haben wir mit den Ultras Fürth eine gemeinsame Aktion „Dienstag 17:30 – darauf scheiß ich!“ gegen diese unmögliche Spielterminierung abgesprochen und im Vorfeld geklärt, dass die Fürther ihr Spruchband ins Stadion bekommen. Und wir machen viel mit den befreundeten Fans von Hertha BSC. Beim Hertha-Spiel in Freiburg hielt der Berliner Sonderzug in Karlsruhe, wo 80 KSC-Fans zusteigen konnten.</p>	<p>St. Pauli unterstützt die Initiative Pro Fans, aber auch BAFF. Ein starkes Engagement findet im Bereich Anti-Rassismus statt. Der Fanladen St. Pauli organisiert jetzt im zweiten Jahr ein Turnier gegen Rassismus. Die Teilnehmer des Turniers, Fans anderer Vereine aus ganz Europa, werden vom Fanladen selbst eingeladen. Aber auch als Teilnehmer beteiligt sich St. Pauli an solchen Turnieren und Aktionen.</p>	<p>In den letzten Monaten war „Die Kurve gehört uns“ die alles überragende Aktion in Österreich – ausgehend von Gruppen aus Wien, Innsbruck, Graz, Salzburg, Klagenfurt und Bregenz. Darüber hinaus kam es zu vereinzelt Situationen, bei denen die Fans zusammen agierten, beispielsweise als Rapidler und Fans von Salzburg gemeinsam gegen den ORF gesungen haben, obwohl die Begegnung als eine der brisantesten in Österreich gilt.</p>
<p>So wie es bei Pro Fans bereits geschieht. Fans sollten für ihre Rechte kämpfen und diese verteidigen. Ordner- und Polizeiwirkung sollten primär thematisiert werden sowie Rechte bei Auswärtsspielen. Gästefans sollte es erlaubt sein ihre Utensilien mitzuführen. Hierfür sollten sich gerade die Heimfans einsetzen, da diese die Gespräche mit dem Verein besser koordinieren können.</p>	<p>Das lohnt sich für alle Ziele, für die „ProFans“ eintritt. Was Fans verbindet, ist die gemeinsame Liebe zum Fußball und wenn es darum geht, den Erlebnisraum Stadion gegen Behörden, Ordnungskräfte, Polizei und manchmal leider auch die Vereine zu verteidigen, dann sollten alle Rivalitäten hinten angestellt werden. Ich sehe auch das Engagement des BAFF als sehr wichtig an.</p>	<p>Die WM 2006 und deren Auswirkungen sollten behandelt werden. Die damit zusammenhängende Kommerzialisierung und die in letzter Zeit ansteigenden übertriebenen Polizeieinsätze sehe ich ebenfalls als akute Themen, obwohl es die Polizeiwirkung schon seit geraumer ist. Traditionell setzt sich St. Pauli verstärkt gegen Rassismus im Stadion ein.</p>	<p>Die Repressionen von Polizei und Ordnern müssen auf ein normales Maß zurückgeschraubt werden. Wenn es bei uns 150 Stadionverbote wie bei manchen deutschen Vereinen gäbe, wäre jede Kurve tot. Gerade vor dem EM dürfen wir uns da nicht unterkriegen lassen. Als anderes Hauptthema gilt es die Tradition aller Vereine aufrecht zu erhalten, sprich keine Sponsoren in Vereinsnamen und -Logos.</p>
<p>Sie sind in jedem Fall geeignet, doch sollten die teilnehmenden Gruppen mehr das gemeinschaftliche Ziel verfolgen. Die Institution Pro Fans kann nur so stark sein, wie die jeweiligen Teilnehmer es zulassen. Durch den „Generationswechsel“ in den Gruppen leiden die „neutralen“ Kontakte. Die erste Generation kennt sich persönlich von diversen Treffen, das ist heute nicht mehr so. Man sollte öfters über seinen Schatten springen und die Initiative unterstützen.</p>	<p>Alle Initiativen haben mit dem Problem zu kämpfen, dass die meisten Beteiligten in ihren jeweiligen Szenen sehr aktiv sind und dort viel um die Ohren haben. Andererseits macht es wiederum wenig Sinn, wenn eine Fan-Initiative von Leuten getragen wird, die in der eigenen Szene nichts gelten. Übers Internet geht schon viel, aber lange Anfahrtswege und der enge (Spiel-) Terminplan sind das große Hindernis für bundesweite Treffen.</p>	<p>Grundsätzlich ja. Selbstverständlich sind die bestehenden Zusammenschlüsse nur dann sinnvoll, wenn die breite Masse der Fans diese unterstützt. Leider verstehen noch nicht genügend Szenen, dass es alleine nicht möglich ist. Bei Hilfsaktionen wie für Benny, die wir auch unterstützen, sind diese Zusammenschlüsse außerdem natürlich ideal um die Informationen schnell zu verbreiten.</p>	<p>„Die Kurve gehört“ uns ist der einzige nennenswerte Zusammenschluss, der es allerdings schwer hat, da er von der Presse relativ wenig beachtet wird und man ihn nur im internen Kreis der Fans wahrnimmt. Allein der Konflikt mit dem ORF wurde zum Thema und deshalb ist die Unterstützung der Öffentlichkeit auch gering. Man muss aber sagen, dass die Aktion trotzdem zu fanfreundlicheren Anstoßzeiten geführt hat.</p>
<p>Eigentlich gibt es keine Grenze, doch erwartet man, mit Respekt behandelt zu werden. Mit gewissen Teilen der deutschen Szene ist das wiederum etwas schwierig, da einem ein großes Maß an Arroganz entgegengebracht wird. Wenn wir uns beispielsweise für eine andere Gruppe einsetzen, dann können wir ja auch das selbe Engagement für uns erwarten.</p>	<p>Trotz aller Rivalitäten muss eines klar sein: wir aktiven Fans ticken eigentlich gleich, egal welche Vereinsfarben. Sicher gibt es bei der Zusammenarbeit über Vereinsgrenzen hinweg unterschiedlich hohe Sympathien oder Hemmschwellen. Jedem, der sich für seine Fanszene überdurchschnittlich engagiert, zolle ich 100% Respekt. Ganz egal, ob es der Fan eines Fünftligisten oder gar der des „verhassten Rivalen“ ist.</p>	<p>Bei St. Pauli spielt Politik eine wichtige Rolle. Unsere Grenze liegt bei Gruppen mit rechter politischer Gesinnung. Mit solchen Gruppen oder Szenen werden und würden wir nicht zusammenarbeiten. Genauso sieht es aus mit denjenigen, die eine gewisse Toleranz gegenüber rechten Strömungen zeigen.</p>	<p>Es gibt da keine Grenzen, insbesondere wenn es um die Belange aller Fans geht. Bei „Die Kurve gehört uns“ haben als größere Gruppe auch nur die Union Ultras aus Salzburg nicht mitgewirkt, weil sie der Meinung sind, dass es nichts bringen würde. Auch bei den Wiener Violetten gab es lange interne Streitereien ob man mitmacht. Man kann halt niemanden dazu zwingen.</p>