



Fußballheimat für 24.000: Die Südtribüne

Foto: Stadionwelt

Alles eine Nummer größer

Dass Borussia Dortmunds Fanszene ihr Herz auf einer enormen, 24.000 Zuschauer fassenden Stehplatztribüne hat, ist für die Anhänger in Schwarz und Gelb Segen und Fluch zugleich.

Ihr macht doch immer diese Kurven-
legende, diese Übersicht, auf welchen
Plätzen sich die Fanclubs befinden“,
sagen uns die Anhänger von Borussia
Dortmund bei der Ankunft in der Fan-
kneipe „Sonne“, „das könnt ihr hier aber
vergessen, das bekommen wir nicht hin.“
Zu groß und zu unübersichtlich sei die
Südtribüne, zu viele Fanclubs gebe es, die
eingeschnappt wären, wenn sie keine Er-
wähnung fänden. Die Fanszene des BVB
ist groß, und weil Dortmund über ein riesiges
Stadion verfügt, sind in diesem auch
mehr Fanclubs vor Ort als sonstwo. Dass
das Meinungsbild nicht immer homogen
sein kann, liegt auf der Hand.

In der „Sonne“, dem Treffpunkt großer
Teile der aktiven Fanszene, ist an den Spiel-
tagen von Zwistigkeit allerdings wenig zu
spüren und man merkt schnell, dass der
Ballspielverein Borussia längst nicht mehr
nur ein Verein des Ruhrgebietes ist. Nach
und nach treffen Fans aus Schwaben, dem
Rheinland oder Belgien in der Bierstadt

ein, und auch die sechs Mitglieder der
„Swiss Crew“ sind schon bald Bestandteil
dieses Dialekt-Wirrwarrs. „Wir zahlen für
jedes Heimspiel rund 60 Euro, um mit dem
Nachtzug herzukommen“, erklärt Raphael
Tobler (17) aus Winterthur. „1995, als Sté-
phane Chapuisat hier spielte, war jeder in
der Schweiz BVB-Fan und bei uns ist das
eben bis heute so geblieben.“ Jesper (22) ist
vor einem Jahr sogar aus dem dänischen
Esbjerg nach Dortmund gezogen, um sich
dort zunächst mit Gelegenheitsjobs durch-
zuschlagen – des BVB wegen.

„Beste Fans der Welt“

Ende der 80er Jahre gelang dem BVB
der Aufstieg vom Bundesliga-Mittelmaß
in die nationale Spitzenklasse. In der Folge
kamen Scharen von Anhängern aus weiter
entfernten Regionen als dem Dortmunder
Stadtgebiet oder der traditionellen Hoch-
burg Sauerland hinzu. Und mit dem Boom
der Privatsender hielt auch der Boulevard

Einzug in die Sportberichterstattung. Es
wurden bunte Bilder rund um den Sport
gesucht und bei der originellen Fanszene
im engen Westfalenstadion schnell gefun-
den. Zudem war der BVB im Zuge der
WM-Euphorie von 1990 und der insgesamt
gestiegenen gesellschaftlichen Akzeptanz
des Fußballs für Neu-Fußballfreunde be-
sonders attraktiv. Da von nun an alles mit
flotteren Sprüchen als zuvor transportiert
wurde, waren Glorifizierungen wie „beste
Fans der Welt“ schnell ausgesprochen und
in den allgemeinen Sprachgebrauch über-
gegangen.

Das Dasein als rauer, ungeschminkter
Ruhrpott-Club, das Bild, das den BVB bis
in die 80er Jahre hinein prägte, hat der Club
aber bis heute nicht gänzlich hinter sich ge-
lassen. Der Begriff Borussia war damals
zwar untrennbar mit der unrühmlichen
„Borussenfront“, die Rechtsradikalismus
offen auf den Rängen auslebte, verbunden,
aber auch mit Zuschauerzahlen, die schon
damals weit über dem Schnitt der Liga



Traditionelles Publikum



Über dem Eingang von Block 13 versammeln sich die Trommler.

Fotos: Stadionwelt

Die Chronik

1975

Der BVB-Fanclub (BFC) gründet sich und hat innerhalb weniger Monate über 1.000 Mitglieder und ab 1977 eine eigene Geschäftsstelle im Stadtteil Hörde. Die Vereinszeitschrift „BFC aktuell“ wird von Borussia später sogar als Stadionzeitschrift übernommen. Nach Kritik am Verein wurden später führenden Köpfe aus dem BVB ausgeschlossen, was zur Folge hatte, dass der BFC schon Anfang der 80er in der Bedeutungslosigkeit verschwand. Dass es im Westfalenstadion bis heute einen Kinderhort und eine „Helm-bude“ für die Motorradfahrer gibt, ist ein Erbe der Fanarbeit des BFC.

1989

Der BVB erreicht das Pokalfinale in Berlin und der damalige Schatzmeister Olaf Wirsing verteilt aufblasbare Plastikbananen an die Fans. Diese werden in den kommenden Monaten auch deshalb zu einer seltsamen Mode auf den Rängen, weil Chiquita diese zu Promotionzwecken unter die Fans bringt.

1993

Der BVB spielt im Kopenhagen und die BVB-Fans singen im Schneetreiben 60 Minuten lang ihre Version des Village-People- und Pet-Shop-Boys-Klassikers „Go West“. Sie nehmen für sich in Anspruch, dass der Schlachtruf von Dortmund aus Einzugs in alle deutschen Stadien genommen hat. Reinhard Beck: „In der Zeit hatten wir eine ganze Reihe sehr kreativer Gesänge und für jeden Spieler gab es beim Warmlaufen eine eigene Anfeuerungs-melodie. Leider haben heute die lauten Werbeinspielungen dieses Ritual zerstört.“

1994

Seit inzwischen vier Jahren spielt der BVB in neongelben Trikots. Als sich die meisten Anhänger daran satt gesehen haben, wird auf Initiative des nicht mehr existierenden Fanzines „Bude“ die Aktion „Wir wollen unser Gelb zurück!“ gestartet, doch sollte es noch weitere drei Jahre dauern, bis die Ausrüster zum traditionellen Gelb zurückkehrten.

1997

Als der „Stammtisch aktiver Fanclubs“ einzuschlafen droht – Aßmann: „Teilweise saßen wir nur noch zu dritt bei den Treffen“ – werden andere engagierte Fans zum Mitwirken überzeugt. Schon bald formiert sich ein neuer Zusammenschluss unter den Namen „The Unity“. Heute, sieben Jahre später, ist die Gruppe der einflussreichste Zusammenschluss von BVB-Anhängern.

2004

Nachdem immer mehr „echte“ Fanclubs aus Verärgerung über den Einsatz von hoch überlegenen und überheerzigen Vereinsspielern in anderen Teams auf die Teilnahme an der Südtribünenmeisterschaft verzichten, gründet das Fanprojekt eine Fanclubliga und nur „echte“ Fanclubmannschaften machen mit. In der Soccerworld im nahen Witten spielten die 16 Teams inzwischen ihre erste Runde aus.



Versammlung des BFC anno '76 Foto: O. Suplicki

lagen. Viele positive Aspekte dieser Zeit existieren noch heute parallel zum oberflächlichen Bild des überregionalen Massenphänomens BVB.

„Wir verschicken allein 150 Dauerkarten nach Bayern“, sagt Andreas Aßmann, der als Fankoordinator heute viele Bereiche des offiziellen Fanbeauftragten und Ex-BVB-Stars „Aki Schmidt“ übernimmt. „Insofern ist es auch Quatsch, wenn immer von Erfolgs- und Modefans oder von den vermeintlich trägen Umlandfans gesprochen wird. Man muss anerkennen, was die Leute auf sich nehmen, um nach Dortmund zu kommen.“

Da ein Blick in die leeren Vereinskassen die Prognose zulässt, dass wahrscheinlich einige Spielzeiten im Bundesliga-Mittelfeld verbracht werden, wird sich zeigen, ob sich der enorme 80.000er-Schnitt halten lässt. Die Voraussetzungen dafür sind gegeben: Fanclubs wie der Freundeskreis Hstedde oder der in Oeventrop-Freienohl verfügen über jeweils rund 500 Mitglieder – in Dortmund ist vieles eine Nummer größer, und der Club ist in seinem Umfeld immer noch weitaus tiefer verwurzelt als manch anderer.

Überall in Dortmund ist das BVB-Emblem präsent, egal ob bei den „Borussia-Tanken“ in den Stadtteilen Dorstfeld oder Lütgendortmund oder auf den Fahnen, die an den Balkonen hängen. Und wenn Susanne Degenhardt, die Pastorin der Gemeinde St. Petri zum Gottesdienst bittet, dann kann der BVB durchaus einmal zum Thema der Predigt werden.

Doch das Bild einer völlig einhelligen BVB-Leidenschaft täuscht. Andreas Aßmann: „Viele Fanclubs arbeiten gegeneinander. Da geht es um größer, länger, ▶



Nach Bekanntwerden der Veräußerung der Namensrechte: Proteste der BVB-Anhänger beim Spiel in Hannover

Fotos: Deister-Pics/Stefan Zwing

aktiver ... eigentlich völlig unsinnig.“ „Das gibt es doch überall“, meint hingegen Jens Volke von „The Unity“, „nur bei anderen Vereinen reden sie nicht so darüber.“ Immerhin: Das Zusammenspiel der beiden aktivsten Gruppen der Südtribüne, „The Unity“ (rund 300 Mitglieder) und „Desperados“ (rund 150) funktioniert in letzter Zeit besser, denn bei Aktionen, Flyern und Fahrten werden zunehmend Absprachen getroffen. Mit Erfolg: So folgten beim Spiel in Bochum immerhin 1.500 Fans dem Aufruf, gemeinsam vom Bahnhof zum Stadion zu ziehen. „Vor zwei oder drei Jahren wären nicht einmal 500 gekommen“, heißt es dazu aus den Reihen der Desperados. Dass es vor kurzem gelungen ist, die „Gelbe Hilfe“, eine Organisation, die von Stadionverboten betroffene Fans unterstützt, ins Leben zu rufen, mag als weiteres Indiz für ein zunehmendes Zusammenwachsen der aktiven Fans gelten.

Aktuell sieht es eher danach aus, dass die Grenze zwischen dem aktiven Teil der Fans und jenen verläuft, die den BVB eher beiläufig wahrnehmen. „Eine Einheit zu werden, ist hier nicht möglich“, meint Akmann, „selbst jetzt, wo alles zusammenzubrechen droht, gibt es nicht nur die Fans, die Niebaum für alles verantwortlich machen, sondern auch jene, die ihm bis zum Schluss alles glaubten.“ Schwatzgelb.de-Macher und BVB-Fanabteilungsleiter

Reinhard Beck: „Viele sehen ‚The Unity‘ als die engagierteste Gruppe sehr kritisch. Die sind denen einfach zu radikal.“ Eine andere Deutungsmöglichkeit: Die latent rebellische Grundhaltung aktiver Fans ist – wie in anderen Fanszenen auch – ein notwendiger Gegenpol zur unkritischen Fan-Mehrheit, die die traditionellen Werte aufs Spiel setzt, die den BVB früher ausmachten.

Sprechen Vertreter älterer Fangenerationen, so wird deutlich, dass in die Erinnerung an frühere und oft genug erfolglose Zeiten eine Portion Sentimentalität einfließt. Reinhard Beck: „Mit den Umbauten hat das Stadion viel von seiner Akustik verloren, und die Fanszene an Flair, denn früher hat selbst gegen Schwarz-Weiß Essen in der 2. Bundesliga Nord der Beton gebebt. Der Champions-League-Titel war schön, aber wenn man die Alten so reden hört, berichten sie alle lieber vom Tor Jür-

gen Wegmanns in der Nachspielzeit des Relegationsspiels gegen Fortuna Köln. Meinen Hörschaden habe ich sicher von diesem Aufschrei davongetragen. Leider hat die Fanszene nach der Meisterschaft 1995 an Quantität gewonnen und an Qualität verloren. Gut, dass ‚The Unity‘ und ‚Desperados‘ das seit 2000 wieder korrigieren wollen.“ Doch Dortmund wäre nicht Dortmund, wenn die Fans nicht Teile des alten BVB-Gefühls konserviert hätten. Der „Regen“ aus Pilskringeln beim Einlaufen, früher ein Markenzeichen der Südtribüne, ist nach wie vor vorhanden, wenn auch bei weitem nicht mehr so flächendeckend wie früher. Zudem wird nun vor dem Anpfiff wieder das Vereinslied „Wir halten fest und treu zusammen“ gespielt.

Dass die imposante Südtribüne mehr Zuschauer fasst als die kompletten Stadien mancher Liga-Konkurrenten, ist nicht immer von Vorteil.

Die beiden Einpeitscher Ronny und Wolle können sich mit ihren Megafonen im zentralen Bereich des Blocks 13 noch so sehr ins Zeug legen, die Außenbereiche sind kaum zu animieren. „Aber ohne Megafon geht erst recht nichts“, hat „Unter uns“, das Fanzine der Desperados, längst erkannt. Manchmal scheint es, als lasse sich die Mehrheit der Südtribüne nur dann begeistern, wenn Stadionsprecher Norbert Dickel vor dem Verlesen der Mannschaftsaufstellung eine Welle dirigiert. Gleich ▶

Freunde und Feinde

Celtic Glasgow

Gute Verbindungen von Dortmunder Fans zu jenen aus Glasgow bestanden vor allem zu den Fans von Rangers, begründet durch ein Europacupspiel 1982 als rund 3.500 Schotten nach Dortmund kamen. „Offiziell“ wurde diese Freundschaft nie beendet, allerdings 1992 nach einem Spiel gegen Celtic „abgelöst“. Noch heute sind im Westfalenstadion die Celtic-Trikots die beliebtesten eines anderen Vereins.

Schalke 04

Wurden Spiele gegen die königsblauen Revierrivalen früher als die Mutter aller Derbys und als Großkampftag für „Gelsenzene“ und „Borussenfront“ angesehen, so ist es in den letzten Jahren recht ruhig geworden ... um in der jüngsten Vergangenheit wieder an Schärfe zu gewinnen. „Es ist hauptsächlich die jüngere Fangeneration, die sich wieder aggressiver begegnet“, meint Daniel Nowara von „The Unity“. Dass es kürzlich

beim Spiel der A-Jugendmannschaften zu 108 Festnahmen von BVB-Fans kam, ist nach Meinung vieler Anhänger eher auf einen überzogenen Polizeieinsatz als auf eine gesteigerte Rivalität zurückzuführen.

Rot-Weiß Essen

Lange aus gemeinsamer Antipathie gegen Schalke 04 getragen, besteht der gemeinsame Fanclub beider Vereine bis heute. Allerdings wurde die gute Beziehung innerhalb der letzten drei Jahre zerbrochen, weil sich viele Fans lieber um die „neuen“ Freundschaften kümmern wollten.

Hamburger SV

Eine der wenigen Freundschaften, die in Dortmund über viele Jahre Bestand hatte. Nicht nur bedauern viele Fans, dass diese Verbindung eingeschlafen ist, sondern viele Dortmunder schauen heute mit Interesse nach Hamburg, denn der Aufbau und die Stellung des HSV Supporters Clubs gelten als Vorbild für die neu gegründete BVB-Fanabteilung.

Schwatzgelb.de – mehr als nur eine Fanseite

Ein Interview mit Reinhard Beck



Reinhard Beck

Foto: Stadionwelt

Das Internet ist voll von Fanseiten. Das ist bei denen, die sich mit Borussia Dortmund beschäftigen, nicht anders. Unter den vielen Dutzend www-Auftritten nimmt schwatzgelb.de eine herausragende Stellung ein. Redaktionsmitglied Reinhard Beck (42) stellt das Portal vor.

Stadionwelt: Wie kam es zur Gründung von schwatzgelb.de?

Beck: Die Idee ist im Sommer 2000 während der Saisonöffnungsfeier im Stadion Rote Erde entstanden. In der Vorsaison ist der BVB fast abgestiegen und viele Fans waren mit der Vereinspolitik sehr unzufrieden. Mit Holger Sitter und Jens Volke haben dann zwei Leute die Initiative ergriffen. Viele andere, die sich aus dem BVB-Forum des Nachrichtenportals von westline.de kannten, stießen bald hinzu. Ursprünglich wollten wir eigentlich ein klassisches Print-Fanzine machen, haben uns dann aber für ein Online-Zine entschieden um einfach schneller auf die Ereignisse im Verein reagieren zu können.

Stadionwelt: Welche Bilanz zieht ihr nach viereinhalb Jahren?

Beck: Vor einigen Monaten wurde dann tatsächlich auch unsere bisher einzige Printausgabe fertig. Was die online-Ausgabe angeht, so haben wir mittlerweile 10.000 bis 15.000 User am Tag und unser Forum dürfte eines der meistgenutzten in Europa sein. Insbesondere die Bereiche, in denen wir Stellung beziehen, werden angeklickt wie beispielsweise die Kolumne im Ruhrpott-Slang von Fred Bazong alias Andreas Rosin. Auch die Spielberichte sind beliebt.

Dadurch, dass wir immer sehr schnell aktuelle Themen rund um den Verein aufgreifen, sind viele andere Medien auf uns aufmerksam geworden und man kann mit Sicherheit behaupten: Die lesen alle bei uns mit. Zudem denke ich, dass wir unseren hohen Stellenwert auch der Tatsache verdanken, dass wir bei aller Kritik

immer die sachliche Form wahren und jeder die Möglichkeit erhält, sich zu äußern oder zu rechtfertigen. So erreicht man einfach am meisten und kann trotzdem immer den Finger in die Wunde legen. Das ginge nicht, wenn wir jemanden beleidigen würden.

Stadionwelt: Geht es nur um Einfluss auf den Verein? Oder steckt dahinter auch der Wunsch, Einfluss auf das Meinungsbild der Fanszene zu gewinnen?

Beck: Das ist sicher beides zu gleichen Teilen wichtig. Wir vermitteln ja auch unsere rein persönliche Fansicht und haben gemerkt, dass wir damit vielen Fans aus dem Herzen sprechen. Folglich ist es uns schon innerhalb des ersten Jahres gelungen, in einen sehr starken Dialog mit der Borussia zu treten. Fans und Verein haben gemerkt, dass wir es bei verschiedenen Themen geschafft haben, zu vermitteln.

Stadionwelt: Was sind Punkte, bei denen ihr euren Einfluss geltend machen konntet?

Beck: Da ist beispielsweise das Thema Kartenverkauf zu nennen. Das war beim BVB immer schon stark verbesserungswürdig und inzwischen ist zu erkennen, dass da ein Umdenken stattfindet. Bei den Umbaumaßnahmen hat der Verein dieses Mal darauf geachtet, dass die richtigen Leute zusammensitzen, und nachdem wir dem Club einige Vorschläge gemacht haben, ist es so gelungen, dass diese im Block 38 in der Südwest-Ecke einen zweiten Stimmungskern bilden.

Auch haben wir einen Wettbewerb gestartet, bei dem die Fans ihr Lieblingstrikot selber kreieren konnten. Die zehn besten der 150 Einsendungen haben wir dann an den damaligen Ausrüster übergeben, und es war deutlich zu erkennen, wie sehr sie sich nach den Fanwünschen gerichtet haben.

Stadionwelt: Kennt ihr andere Fanseiten, die sich einen ähnlichen Stellenwert erarbeitet haben?

Beck: Nein, auch weil sich das bei uns inzwischen auf so viele Bereiche ausgedehnt hat. Es sind die informellen Gespräche am Rande,

die von schwatzgelb.de gesteuert werden, bei denen wir den Fans zur Seite stehen können oder bei denen der Verein unseren Rat sucht. So entstehen natürlich auch eine Menge Kontakte und wir wissen manche Dinge schon bevor sie in der Zeitung stehen, egal ob es sich um Transfers handelt oder darum, ob Oliseh Karten auf dem Schwarzmarkt verkauft.

Stadionwelt: Spielt es euch in die Hände, dass Teile der offiziellen Borussia-Seite nur gegen Bezahlung einzusehen sind?

Beck: Eher nicht. Die haben halt den BVB-Club ins Leben gerufen, bei dem man für ein paar Euro im Monat einen exklusiven Bereich einsehen kann. Rund dreiviertel des Angebots sind aber kostenlos. Die meisten Fans sind einfach froh, dass es ein Medium gibt, wo die Macher am BVB hängen, die Informationen aber nicht geschönt sind.

Stadionwelt: Gibt es eigentlich ein schwatzgelb-Erfolgsrezept?

Beck: Das Ganze hat eine recht einfache Formel: Wir binden eine Vielzahl von Leuten ein und haben eine große Redaktion, in der alle mitreden dürfen. Oft sehen wir uns auch nur am Rande der Spiele und stimmen uns dort über die Inhalte ab. Hinzu kommt, dass wir uns nicht auf eine bestimmte „Sorte“ Fans konzentrieren. Vom Allesfahrer bis zum Normalo – alle haben ihre eigene Sicht der Dinge, jeder schreibt mit und jeder soll auch mitlesen.



www.schwatzgelb.de

che Probleme gelten für Choreografien: Auch große Blockfahnen, die in anderen Stadien ganze Tribünen bedecken würden, verlieren in der Menschenmasse einen Teil ihrer Wirkung. Dass die Dortmunder in jüngerer Vergangenheit einige Aktionen über drei Seiten auf die Beine stellten, verdient von daher besonderen Respekt.

Dem Abflachen des Supports wollen die aktiven Fans aber nicht allein mit Methoden aus dem Ultra-Repertoire entgegenwirken. Zwar mag die Subkultur der Ultras in vielen anderen Orten die Stadien bereits vor der kompletten Stimmungslosigkeit bewahrt haben, doch die Ultra-Mentalität wird in Dortmund seit jeher auf kleiner Flamme gekocht. „Mit dem deutschen Ultra-Gedanken, der sich momentan mit den Themen Fahnenklau, Boxerei, Styles und sich möglichst nicht für das Ergebnis interessieren“ (Fanzine „Unter uns“) auseinander setzt, hat man Identifikationsprobleme. Weiter liest man: „Das sind sicherlich nicht die Sachen, durch die sich unsere Ultra-Szene weiterentwickelt, einen höheren Stellenwert in Dortmund bekommt oder die Entwicklung des BVB positiv beeinflusst.“ Im Unity-Organ „Gelbsucht“ stellen die Schreiber fest: „Wir suchten und suchen den Kompromiss zwischen Ultramanie und klassischen Fantum. Ein Spagat, der mal mehr, mal weniger gut gelingt. Uns schwebt der eigene Dortmunder Weg vor.“

Und in dieser bestimmten Dortmunder Sichtweise hat beispielsweise die so genannte „Allesfahrerei“ einen hohen Stellenwert. Während sich anderswo die Fans vom Support anderer Vereinsabteilungen inzwischen wieder verabschiedet haben, können sich die BVB-A-Jugendlichen oder die Handballdamen auf die Unterstützung in großer Zahl verlassen, wie es etwa auch bei den Bayern oder Schalke - den anderen großen Zuschauer magneten - seit Jahren der Fall ist.

Ist bei einigen Fans der Wunsch nach BVB-Spielen ohne den üblichen Trubel also eine Flucht vor der Entwicklung zur totalen wirtschaftlichen Ausrichtung des Fußballs, dessen Vorreiter der eigene Verein war und ist? „Nein, das glaube ich nicht“, meint Olaf Suplicki von der BVB-Fanabteilung, „zumal es bei den Profis sportlich doch meist gut läuft und für alle immer noch die Profis und der Fußball an sich im Vordergrund stehen.“

Es stellt sich weiterhin die Frage, inwiefern es gelingt, sich mit einer börsennotierten AG zu identifizieren. Schließlich sind die BVB-Fans seit 2000 die einzigen in Deutschland, die ihren Verein täglich im Wirtschaftsteil der Zeitungen finden, und die sich regelmäßig mit „kursrelevanten Meldungen“ auseinander zu setzen haben. Beck: „Vom Gefühl her

ist es für mich nicht anders, aber dass es die AG gibt hat mich immer gestört, ich bleibe immer noch Fan des Vereins, aber wenn ich einen Wunsch frei hätte, dann würde ich mir die Zeit vor der Umwandlung zurückwünschen.“

Gefordert sind die BVB-Anhänger möglicherweise, wenn es schlichtweg um die Erhaltung des Vereinsnamens, -wappens oder des Vereines an sich geht. Die massiven „Not-for-sale“-Proteste beim Spiel in Hannover erwecken den Eindruck, nur der Anfang, die Großdemo beim Heimspiel gegen Bochum, der vorläufige Höhepunkt einer Protestwelle zu sein. Präsident Niebaum quittierte den Dienst just als der Ausruf „Niebaum, Meier, Pleitegeier“ zur aktuellen Nr. 1 der Support-Charts wurde.

Fanabteilung übernimmt das Ruder

Eine Schlüsselrolle könnte der neu gegründeten BVB-Fanabteilung zukommen. „Endlich“, mag man sagen, denn das Fehlen einer Dachorganisation war bisher eines der Mankos der großen Fan-Gemeinde. Seit der Jahreshauptversammlung am 14. November 2004 besteht die Abteilung, und bisher haben sich rund 500 bisherige Vereinsmitglieder umgemeldet. Erst kürzlich, am 11. Februar, wurden ein Vorstand und Arbeitsgruppen bestimmt und bereits erste Erfolg erzielt: Die zunächst von der Feuerwehr verbotene Choreografie für das Derby gegen Schalke konnte dank der Vermittlung der Fanabteilung doch durchgeführt werden, und zu den Spielen in Wolfsburg und Hannover organisierte sie preisgünstige Entlastungszüge.

Zudem wird künftig ein Fanausschuss aus 15 frei wählbaren Anhängern die BVB-Fans vertreten, ergänzt durch den Fanbeauftragten, den Behindertenbeauftragten und einen Fan-Projekt-Mitarbeiter. Eine für jeden Fan offene Fanversammlung wird dann die Fan-Delegierten-Tagung der Fanclub-Repräsentanten ersetzen. Als übergeordnetes Ziel wurde ausgegeben: „Das Wir-Gefühl zwischen Fans und Verein beleben, den BVB wieder lebens- und liebenswert machen.“ Reinhard Beck ist zuversichtlich, dass dieses Modell funktionieren wird: „Ich denke, die Situation für die Fans wird sich in nächster Zeit verbessern. Der neue Präsident Dr. Rauball lässt erkennen, dass er sich für die Angelegenheiten der Fans interessiert und zeigt immer Gesprächsbereitschaft.“

Vor dem Hintergrund, dass die Einheit der Fans eines in seiner Existenz bedrohten Vereines viel bewegen kann, ist dieses eine durchaus wünschenswerte Entwicklung. Olaf Suplicki: „Noch nie haben die Fans so sehr zusammen gestanden, wie sie es in der kommenden Zeit tun werden.“ ■ *Maik Thesing*

Daten & Fakten

Zuschauerschnitt in den letzten fünf Jahren:

1999/00	1. Bundesliga	58.791
2000/01	1. Bundesliga	59.183
2001/02	1. Bundesliga	62.221
2002/03	1. Bundesliga	66.214
2003/04	1. Bundesliga	73.657

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

2003/04	48.000
2004/05	43.500

Anzahl der Vereinsmitglieder: 22.000

Anzahl der Fanclubs: 653

BVB-Fotos und -Links auf

www.stadionwelt.de:

943 Bilder online

Links zu 67 Fanpages

Organe der Fanszene:

Fanbeauftragter:

„Aki Schmidt“, c/o Fanbetreuung, Petra Stüker, fanbetreuung@bvb.de

Behindertenbeauftragter:

Uwe Pleß, fanbetreuung@bvb.de

Fan-Projekt:

Dudenstr. 4, 44137 Dortmund, 0231 - 7 21 42 92, fanprojektdortmund@gmx.de

Fan-Abteilung:

bvb-fanabteilung@gmx.de

Die Gelbe Hilfe, Unterstützung bei Stadionverboten:

Postfach 456, 32130 Enger, GelbeHilfe@yahoo.de

Fanzines:

Gelbsucht, gelbsucht@the-unity.de

Unter Uns, unter-uns@desperados-dortmund.de

Schwatzgelb, redaktion@schwatzgelb.de

Fanradio: „Boah ey“, jeden zweiten Freitag im Monat auf Radio DO 91,2





12. Februar 2005: Fandemo gegen den Ausverkauf von Borussia Dortmund

Westfalenstadion

Kapazität 82.900, davon 51.350 Sitzplätze und 27.600 Stehplätze (alle überdacht)



Im Inneren der Südtribüne



Am Nord-Ost-Eingang: Anlaufpunkt der Fanabteilung



Büro des Fanprojekts in der Südtribüne



„Zur Sonne“ - Fan-Treffpunkt vor dem Spiel



Werder Bremen - BVB 2003/04



BVB - Schalke 04 2003/04

Fotos: Stadionwelt