



Bedingungsloser Support trotz 0:3-Rückstand

Foto: David O'Brian-Kaiser

Eine gerade Kurve auf drei Säulen

Die Führungsrolle unter den Anhängern des Karlsruher SC ist auf viele Köpfe und viele Organe verteilt. Trotzdem funktioniert die Fanszene, denn das Credo lautet: Kooperation statt Kleinkrieg.

Mitte März spielte der KSC in Essen – ein Sechs-Punkte-Spiel im Abstiegskampf. So wie schon in den letzten drei Jahren, als der Verein immer erst am letzten Spieltag den Klassenerhalt schaffte, geht es auch 2004/05 wieder ums sportliche Überleben. Rund 500 Fans sind angereist und erleben einen eher frustrierenden Nachmittag: Aggressiv auftretende Polizei und eine halbstündige Blocksperrung um den Nullpunkt. Dennoch: Über 70 Spielminuten lang hat der Block durchgesungen – wie immer das KSC-eigene Repertoire abgespult. Geholfen hat es wenig: es gab eine Niederlage. Michael Meier (32) kennt Spiele wie diese zur Genüge, denn er ist seit 14 Jahren in die Fanarbeit des Karlsruher SC eingebunden, davon die letzten drei Jahre als Fanbeauftragter. Obwohl die Fanszene in vielen Dingen sehr lebhaft und nicht immer einfach ist, erledigt er seinen Job nur nebenberuflich. „Das reicht“, sagt

Meier, „denn ich erhalte viel Unterstützung durch das Fan-Projekt und die Supporters.“

Er verweist dabei auf das, was alle in Karlsruhe das „Drei-Säulen-Modell“ nennen. Es ist eine Konstellation, als deren Vater der ehemalige Fanbeauftragte und spätere KSC-Vizepräsident Werner Merkel gilt, in der alle klassischen Institutionen der Fanarbeit in Karlsruhe aktiv mitwirken – und das mit ausgesprochener Ausgewogenheit. Die erste Säule: Der Fanbeauftragte und seine drei ehrenamtlich tätigen Fanbetreuer, die sich um den Kontakt zwischen Verein und Fans bemühen und um die Veranstaltungen der Fanclubs kümmern. Das Fanprojekt – die zweite Säule – leistet klassische Jugendsozialarbeit und stellt Räumlichkeiten zur Verfügung, die heute zentrale Anlaufstelle der Mehrheit der aktiven KSC-Fans sind. Zu guter Letzt bilden die „Supporters“, die sich als Dachverband und Interessengemeinschaft einer

lebendigen und finanziell unabhängigen Fankultur verschrieben haben, die dritte Säule.

Martin Löffler, der „Supporters“-Vorsitzende: „Alle haben ihre Funktion. Auch wenn die Grenzen fließend sind. Aber darüber stimmen wir uns auf unseren Treffen – mindestens einmal pro Monat – ab.“ Fan-Projekt-Leiter Volker Körenzig ergänzt: „Kollegen in anderen Städten haben wesentlich schlechtere Arbeitsbedingungen, sie müssen in Konkurrenz zu den Dachverbänden arbeiten, haben zudem nicht so eine positive Bindung zum Verein. Wir können immer den Manager anrufen und erhalten einen Termin, um zwei Stunden über Stadionverbote oder Choreos zu reden.“

„Das geht zu Gunsten der Fanszene, denn es läuft alles Hand in Hand“, urteilt Manuel Haas von den „Phönix Sons“. „Jeder hat seine Funktion und jeder ist akzeptiert. Wir als Ultras haben Einfluss auf alle drei Institutionen.“



Auswärtschoreo vor wenigen Wochen in Essen

Fotos: Titgemeyer

Die Fanarbeit ist auch deshalb auf viele Köpfe verteilt, weil sich viele dafür verantwortlich fühlen. Im zu jedem Spiel erscheinenden vierseitigen Kurvenflyer „Blockschrift“ wird der Leser von rund einem Dutzend verschiedener Handynummern regelrecht erschlagen – kein Informationsüberfluss, denn für Busanmeldung, Fanclub-Turnier und Choreovorbereitung finden sich eine Reihe unterschiedlicher Ansprechpartner.

1999 bis 2001 – Die Zeit der Weichenstellung

Die „Blockschrift“ gibt es bereits seit 2001. Sie ist damit so alt wie die „Supporters“ selbst. Zwar bestand – und so erklärt sich auch das „86“ im Namen – schon vorher die „Interessengemeinschaft der KSC-Fans“, doch einige Anhänger nahmen, als in der 3. Liga die sportliche Talsohle erreicht war, einen neuen Anlauf. Es war eine Zeit, in der die IG nur noch rund 500 Mitglieder hatte. Wenige Jahre zuvor, als an die IG-Zugehörigkeit das Vorkaufsrecht für Europacup-Karten gekoppelt war, zählte die Mitgliederliste noch 1.500 Namen. Dass diese Zahl mittlerweile wieder erreicht wurde, ist jedoch nicht allein der Umbenennung und der Einführung des blauen Megafons als Symbol sowie der Kernforderung nach der Rückkehr zum alten Vereinswappen zu verdanken, sondern dem in Karlsruhe ausgeprägten Willen zum „Fan-Sein“ überhaupt. Hinzu kommt, dass viele per Mitgliedschaft das Engagement der Supporters honorieren. Engagement wie das, das man 2003 bei der Eröffnung des in Eigenregie betriebenen Fanshops in der City zeigte. Weil der Verein selber hier nicht präsent war, aber noch hohe Lagerbestände an unterschiedlichen Fan-Artikeln hatte, übernahmen die Supporters die Initiative, um innerhalb der dreimo-

natigen Öffnungszeit einen Erlös für den Club zu erzielen.

„Für uns war der 1.3.1999 ein ganz wichtiges Datum“, meint Matze von den „Phönix Sons“. „An dem Tag wurden aus dem ‚Arbeitskreis Stimmung‘ die ‚Phönix Sons‘“. Der Name ist nicht in Anlehnung an die NBA-Basketballer, sondern an den KFC Phönix 1894, einen der Gründervereine des heutigen KSC, gewählt.

„Fanatisch, respektlos, rebellisch“, so untertiteln sich die PS'99 heute. Ebenso schlicht, wenn auch radikal, klingt das oberste Prinzip: „Wir sind alle gleich, das persönliche Engagement entscheidet über die Stellung innerhalb der Gruppe; wer null Engagement zeigt, fliegt raus.“ Das Ansehen, das die PS'99 in Ultra-Deutschland heute genießen, scheint dieser konsequenten, ja beinahe drohenden Form, Mitarbeit einzufordern, Recht zu geben.

Rund 60 Mitglieder hat Karlsruhes erste und führende Gruppe derzeit. Weitere wuchsen bis heute nach: „Armata Fidelis“, „Rheinfire“ oder die „Speed Dogs“. Mit den „Wild Boys“ steht schon die dritte Ultra-Generation in den Startlöchern, ohne dass sich die Gründerväter der Ultra-Bewegung vom aktiven Fan-Dasein verabschiedet hätten oder ihre Führungsrolle zu deutlich einforderten. Im Gegenteil: Die PS'99 definieren ihre Stellung in der Szene heute bemerkenswert bescheiden. Sie selbst sehen sich als Teil des Zusammenschlusses „Ultras Karlsruhe“. Hierzu Matze: „Rund 360 Mitglieder, weniger als bei anderen Vereinen, aber richtig ist: Die Karlsruher Szene ist schon sehr ultralastig“. Die Ultras sind wiederum Bestandteil der „Supporters Karlsruhe“, die ihrerseits wieder die Stimme der „Gegengeraden“ sind.

Martin Löffler: „In den Anfangszeiten waren einige schon etwas elitär, aber sie alle haben sich in der ‚Gegengerade‘ ▶

Die Chronik

1986: Am Anfang stand eine Diplomarbeit an der Fachhochschule Mannheim mit dem Titel: „Fußballfans im Abseits? Jugendliche Fans und Fanclubs - Ein Blick hinter die Fassade einer Jugendkultur.“ Diese regte einige KSC-Fans an, zusammen mit den drei Verfassern einen ersten Schritt in Richtung Fan-Arbeit zu wagen. Es entstand die „Interessengemeinschaft der KSC-Fans“.

2000: Der KSC am Tiefpunkt. Nachdem der Abstieg in die Regionalliga längst feststeht, kommen zum vorletzten Heimspiel gegen Rot-Weiß Oberhausen nur noch 1.800 Fans in den Wildpark. „Mannschaft, Trainer, der gesamte Verein hatten sich aufgegeben“, meint Martin Löffler.

Beim Spiel gegen die Suttgarter Kickers wird in einem Trauermarsch (1.000 Teilnehmer) mit anschließender Blocksperrung der alte KSC zu Grabe getragen, zur zweiten Halbzeit folgt die Aufferstehung des neuen KSC mit vielen Bengalos, der Phönix-Blockfahne und großem Support.

2002: Wieder heißt der Gegner Rot-Weiß Oberhausen und rund 6.000 Zuschauer werden erwartet. Zu wenig, meinen die KSC-Fans und starten die „Aktion 33.000 – Ausverkauft statt Ausverkauf“. Mit einer Karten-Verkaufsoffensive wollen sie mehr Fans dazu bewegen, ins Stadion zu gehen. In der Kaiserstraße in der City werden den Fans die Karten regelrecht „aufgeschwätzt“. Das „Ausverkauft“ wird zwar nicht erreicht, aber immerhin kommen rund 17.000 Zuschauer. Bei einer ähnlichen Aktion ein Jahr später unter dem Titel „s blauweiß Bähnle“ wird von den „Supporters Karlsruhe“ sogar eine Straßenbahn gemietet, die Leute einsammelt und zu den Vorverkaufsstellen fährt.



2003: „s blauweiß Bähnle“

Foto: A. Gräber

2005: Das Haus des Fanprojektes hat möglicherweise noch in diesem Jahr ausgedient. Weil dort, in direkter Nachbarschaft des Engländerplatzes, wo der Fußball in Deutschland 1889 seine Anfänge nahm, der Bereich für den Bau einer neuen Uni-Mensa benötigt wird, sucht die Stadt zurzeit Räumlichkeiten in der Nähe des Stadions.



KSC - Jahn Regensburg (2003/2004)

Fotos: David O'Brian-Kaiser



Die Karlsruher Antwort auf Stadionverbote

Fotos: David O'Brian-Kaiser



KSC - Waldhof Mannheim

Foto: Andreas Gräber



Karlsruher unterstützen Hertha-Fans in Stuttgart.

Foto: hertha-inside.de

Freunde und Feinde

Hertha BSC

Eine Freundschaft mit langer Tradition und mit Höhen und Tiefen. Schon in den 80er Jahren war die Karlsruher Hooligan-Truppe „Destroyer“ ein in Berlin gern gesehener Gast. Als das gute Verhältnis Ende der 90er Jahre einzuschlafen drohte, waren es die Ultra-Gruppen beider Vereine, die für eine Wiederbelebung sorgten. Heute besuchen rund zweimal jährlich größere Gruppen den jeweils anderen Verein. Einzelne sind bei weitaus mehr Spielen des befreundeten Clubs anwesend.

Racing Strasbourg

Jünger, wenn auch intensiver, ist die Freundschaft zu Fans von Racing Strasbourg. Der Grund: Die Fahrtzeit ins Elsass dauert nicht einmal eine Stunde und die reguläre Spielzeit am Samstagabend kollidiert nicht mit den in Deutschland üblichen Anstoßzeiten. Wenn Strasbourg am 30.4. im Stade de France zum Pokalfinale antritt, können sie sich auf die Unterstützung von drei Karlsruher Bussen verlassen.

VfB Stuttgart

„Das einzige, was uns verbindet, ist der Bindestrich“, lautet eine in Baden-Württemberg oft gehörte Meinung. Zwar „teilen“ sich Schwaben und Badener ein Bundesland, doch sonst haben sie wenig gemeinsam. Das Verhältnis der Fans des KSC zu denen des VfB könnte deshalb kaum schlechter sein. So werden die Stuttgarter heute noch als Hauptfeind angesehen, obwohl die ersten Mann-

schaften schon seit sieben Jahren nicht mehr aufeinander getroffen sind. Bei einer Lottosonderauspielung gewann allerdings ein KSC-Fan ein „Spiel gg. einen Bundesligisten“ und wünschte sich KSC-VfB. Dieses wird im Sommer in Karlsruhe stattfinden.

SC Freiburg

Mitte der 90er, als beide Vereine auf dem aufsteigenden Ast waren, entdeckten beide auch ihre regionalen Wurzeln. Im nordbadischen Karlsruhe wie im südbadischen Freiburg dröhnte vor dem Spiel das Badener-Lied aus den Stadionlautsprechern, in den Kurven beider Vereine nahmen die gelb-roten Farben Badens zu und sogar Freundschaftsschals wurden produziert. Heute gibt es weder eine Freundschaft noch die eigentlich zu erwartende Lokalrivalität. Das Verhältnis zueinander ist denkbar neutral.

Pisa Calcio

Als sich 2001 ein Neunsitzer aus Karlsruhe aufmachte, um das Länderspiel Deutschlands in Griechenland zu sehen, war unterwegs eigentlich ein Freundschaftsspiel gegen ein Team des italienischen Fan-Verbandes „Progetto Ultra“ geplant. Weil dieses ausfiel, wurde das Derby zwischen Pisa und Livorno ins Programm genommen. Schnell kam man mit den Fans aus Pisa ins Gespräch, und weil die Karlsruher sich an diesem Tag bei einem Handgemenge auf die Seite der Pisa-Tifosi schlugen, war die Pflege einer guten Beziehung fortan beschlossene Sache.

„Wir Supporters sind der KSC von morgen“

Ein Interview mit Martin Löffler, dem 1. Vorsitzenden der Supporters Karlsruhe



Martin Löffler

Foto: Stadionwelt

Stadionwelt: In vielen anderen Fanszenen gibt es heute einen schwelenden Kleinkrieg zwischen bestehenden Institutionen. Anders in Karlsruhe, wo ein funktionierendes Drei-Säulen-Modell immer wieder herausgestellt wird. So ein ‚Nicht-Machtkampf‘ ist ja fast schon unüblich...

Löffler: Es gab im Laufe der Aufbaujahre immer mal Spannungen und Reibereien darüber, wer die Nummer 1 in der Fanszene sei. Das haben wir aber in den Griff bekommen. Heute entstehen immer noch Situationen, in denen einer unzufrieden ist, aber über den Dialog bekommen wir heute viele Sachen hin.

Stadionwelt: Seid ihr mit den bestehenden Strukturen zufrieden? Wäre es nicht erstrebenswert, eine Art Fanabteilung im Verein zu installieren?

Löffler: Vor ein paar Jahren ist darüber mal diskutiert worden. Wir haben uns auch andere Dachverbände angeschaut und dann das Thema beiseite gelegt, denn wir haben festgestellt, dass viele von denen ihre Selbstständigkeit aufgegeben haben. Die Abhängigkeit vom Verein wäre dann einfach zu stark geworden. Um das nicht falsch zu verstehen: Viele würden alles für den Verein tun, möchten aber nicht fremdgesteuert sein. Wir wollen Partner des Vereins sein, kein Anhängsel.

Stadionwelt: Rein sportlich rangiert der KSC jenseits der Top 30. Die Fanszene wird in diversen Rankings immer in „UEFA-Cup-Nähe“ geführt, zudem sind die Zuschauerzahlen, trotz fehlender Perspektive auf Erfolg, bemerkenswert konstant. Wie erklärst du dir das?

Löffler: Im Ultra-Bereich gehören wir auf jeden Fall zu den führenden Fanszenen.

Und in manch einer Einschätzung werden wir auch als die besten in Deutschland geführt. Aber eigentlich ist die gesamte Fanszene schon in der 1. Liga angekommen, während die Mannschaft in der Tat noch in der 2. Liga herumdümpelt.

Das ist aber das Ergebnis eines Prozesses, den wir uns hart erarbeitet haben. Wir haben uns engagiert und so auf uns aufmerksam gemacht. Mittlerweile sind wir nicht nur akzeptiert, sondern der Verein will uns auch in seinen Gremien sehen. Wir denken, dass wird auch über die Grenzen von Karlsruhe hinweg so wahrgenommen werden. Fans aus Wuppertal, Düsseldorf oder Bielefeld haben sich schon bei uns über unsere Fanarbeit informiert.

Stadionwelt: Die Ist-Situation scheint annähernd perfekt zu sein. Wo wollt ihr hin? Welche Ziele habt ihr noch?

Löffler: Auch wenn wir eine Fanabteilung ablehnen, so sind wir doch bemüht, dass viele Supporters Mitglied im Verein werden und da Einfluss nehmen. Wir Supporters sind schließlich der KSC von morgen. Da sollten wir unsere Stimme erheben, denn man nimmt uns ja ernst, weil wir nicht mehr ‚die von der anderen Seite‘ sind.

Aber wir haben auch noch andere Ziele: Beispielsweise unser Engagement bei ‚Pro Fans‘ fortzusetzen. Weiter denken wir darüber nach, während der WM etwas auf die Beine zu stellen, das nicht an den Fans vorbeigeht, eine Art alternatives Programm. Es kann beispielsweise sein, dass wir Fans aus verschiedenen Ländern einladen und hier eine Party oder ein Turnier organisieren.

Stadionwelt: ...und im internen Bereich?

Löffler: Darüber hinaus müssen wir uns aber auch um unsere 1.500 Mitglieder kümmern. Dass die Zahl weiter steigt, ist ja kein Selbstläufer, weshalb man nicht nur die Beiträge einziehen darf, sondern für die Mitglieder auch was tun muss.

Es wird auch immer wieder Punkte geben, wo das Meinungsbild der Supporters schwankt, so wie jetzt in der Winterpause, als es um die Einmischung von Sponsoren in die Trainerfrage ging. Da waren wir einigen zu leise und viele hätten sich eine deutliche Stellungnahme gewünscht.

Von daher gibt es immer mal was zu tun.

wieder gefunden. Letztendlich haben alle aus der Gründergeneration gemerkt, dass man nicht auf einem hohen Ross sitzen sollte, sondern gemeinsam was erreicht, wenn man mit anderen zusammen auf Faktoren wie Respekt und Freundschaft setzt. Weil so was klappt, hat doch heute

die ganze Gegengerade ein Ultraherz.“ Dabei ist die Gegengerade nicht seit jeher die „Singing Area“ des Wildparks. In den 70er Jahren gab es mit den Blöcken 4 und 5 in der angrenzenden Kurve einen Konflikt um die Führungsrolle. Diesen hat der „L-Block“, das West-Ende der Ge-

generaden, der heute schon längst nicht mehr so heißt, doch umgangssprachlich weiter so genannt wird, längst für sich entschieden.

Baden-Tifosi?

„Gegengerade Karlsruhe!“ lautet heute ein beliebtes Wortspiel. „Gegengerade“ ist das Markenzeichen, das über allen steht, „Gegengerade“ ist nicht nur die Heimat im Wildpark, „Gegengerade“ ist Einstellungssache. Das oft gehörte Motto: „Wo wir sind, ist Gegengerade!“. Tom Beck von den „Supporters“: „Gegengerade findet nicht nur im Stadion statt, denn der Kontakt untereinander ist sehr ausgeprägt.“ Längst ist dieser Zustand auch schon in der Eigendarstellung formuliert: „Wir brauchen kein Manifest à la AS Roma. Wir sind Karlsruhe. Wir haben unseren eigenen Weg zur Kurve: Die Gegengerade Karlsruhe!“

Die Einstellung überrascht zunächst, wird den Karlsruheern von Fans anderer Clubs doch gerne eine besonders „italienische“ Mentalität nachgesagt. In dem Punkt, dass die Gegengerade eine Vielzahl von Liedern zu ihrem Repertoire zählt, die nur in Karlsruhe gesungen werden und nicht dem allgemeinen „Anfeuerungs-Handbuch“ entnommen sind, mag das sogar stimmen. In negativer Beurteilung dieses Stils wird ihnen hingegen vorgeworfen, ihren Support nur um den Supports willen, wie bei einem Konzert und unabhängig vom Spielverlauf, durchzuführen. „Man merkt bei denen ja gar nicht, wie es überhaupt steht“, formuliert ein Kritiker.

„Das stimmt teilweise auch“, lautet ein „Teilgeständnis“ von Manuel Haas, „aber unser Vorsänger Tobi ist natürlich schon bemüht, die Auswahl der Gesänge an das Geschehen auf dem Rasen anzupassen, und wir versuchen die Lieder über unsere Webseite und eine CD publik zu machen. Bei einigen singt ja inzwischen auch jeder mit.“ Wie auch immer: In Karlsruhe arbeiten sie kontinuierlich und kreativ an ihrer Individualität: „Wir schaffen uns unsere eigene Erlebniswelt. Wir brauchen keine künstlichen Stimungsmaßnahmen wie Maskottchen, Cheerleader oder den Anton aus Tirol“, sagen die Ultras Karlsruhe über sich selber. Und das klappt: „Ich wundere mich ja selber, dass denen bei ihren Choreografien immer noch was Neues einfällt“, so der Fanbeauftragte Michael Meier.

Tom Beck ergänzt: „Wir sind eine größtenteils geeinte Kurve, ohne eine politische Zuordnung, aber mit festen Prinzipien.“ Wo diese Prinzipien formuliert sind, wo alle Strömungen um Harmonie bemüht sind, wo aber ein kränkeln- ▶

der Verein stark auf die Mithilfe seines Umfelds angewiesen ist, ist vieles möglich. Das zeigt ein Blick in die jüngere und ältere Vergangenheit. Einige Beispiele:

• **Koordination**

Nachdem sich für das jüngst unter der Woche nachgeholte Spiel in Saarbrücken der ursprünglich geplante Entlastungszug nicht realisieren lässt, einigen sich die fünf Fanclubs, die Busse anbieten, auf einen einheitlichen Fahrpreis, sodass alle mit den bereits gekauften Bahnfahrkarten benutzt werden können. Nicht jeder Fanszene würde das gelingen.

• **Einfluss**

„Die aktuelle Merchandising-Linie des KSC entstand unter tatkräftiger Mithilfe der Fanszene“, sagt Tom Beck, „ebenso konnten wir ein Vorsänger-Podest in der Gästekurve durchsetzen. Man honoriert unsere Arbeit auch dadurch, dass wir im Wildpark sehr viele Freiheiten bei den Choreos haben. Dank unseres Gewichts im Verein können wir viele Dinge einfach ‚leise‘ regeln“ – oder aber auch in der Mitgliederversammlung entscheiden. Zwar haben auch anderen Kurven anti-kommerzielle Grundsätze, müssen sich aber oft ohnmächtig den Veränderungen ergeben, oder trotzen ihren Clubs nur Teilerfolge ab. Doch die 1997 in Karlsruhe eingeführte „Kommerz-Pyramide“, die gelb-rote Ergänzung des Vereinslogos, wurde 2003 nach einer immensen Kampagne rückgängig gemacht, weil die Fans ihren Einfluss als geschlossene Partei wahrnehmen konnten.

• **Fan-Politik**

2002 gründete sich in Karlsruhe die Initiative „Kein Kick ohne Fans“ (der Slogan stammt von Tom Beck), die schon bald bei Anhängern anderer Vereine Beachtung und unter ihnen Mitsprecher fand. Später ging diese dann im Zusammenschluss „Pro 15:30“ und später „Pro Fans“ auf. Der Impuls, der vom ehemaligen Vorsänger Uli Kössler und anderen ausging, bewahrte den Zusammenschluss möglicherweise gar vor dem Aussterben. Einen Orden für die Verdienste um eine bundesweite Fanpolitik können sich somit die KSC-Fans ans Revers heften.

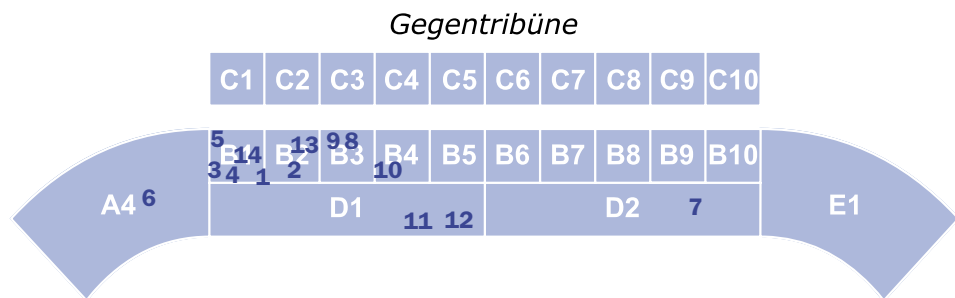
Die Erfolge, die sich Karlsruher Fans in den letzten Jahren erstritten und erarbeiteten, haben ihnen viel Respekt eingebracht und ebenso viele Vorteile. Vielleicht sollte man ihnen wünschen, dass sich möglichst wenige Veränderungen ergeben, dass sie den Ist-Zustand samt der drei stützenden Säulen konservieren können. Die Elemente spielen funktional ineinander – nicht zum Nachteil der Fans. Michael Meier: „Im Endeffekt zählt doch, was für den Fan dabei heraus kommt. Und das ist hier eine Menge.“ ■ *Maik Thesing*



Foto: Stadionwelt

Wildparkstadion

Kapazität: 32.306 Plätze, davon 14.724 Plätze Sitzplätze (9.260 überdacht) und 17.582 Stehplätze (4.606 überdacht)



- 1 Phönix Sons 99 2 Armata Fidelis 03 3 Rheinfire 4 Speed Dogs 5 Stammtalker
- 6 Baden Rheinpfalz 7 Gaggenauer Löwen 8 Blau-Weiße Brigade 9 Bullterrier
- 10 Madhouse Animals 11 Renchinger Jungs 12 Blau-Weiß Bruchsal 13 Baden Maniacs 14 Blue Bulls



Der „L-Block“

Foto: Claude Rapp

Daten & Fakten

Zuschauerschnitt in den letzten fünf

Jahren:

1999/00	2. Bundesliga	10.550
2000/01	Regionalliga Süd	10.050
2001/02	2. Bundesliga	11.328
2002/03	2. Bundesliga	11.184
2003/04	2. Bundesliga	11.869

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

2003/04:	3.600
2004/05:	4.100

Anzahl der Vereinsmitglieder: 2.800

Anzahl der Fanclubs: 60

KSC-Fotos und -Links auf

www.stadionwelt.de:

715 Bilder online, Links zu 22 Fanpages

Organe der Fanszene:

Fanbeauftragter:

Michael Maier, 0163 / 6643400,
michaelmaier@ka-fans.de

Supporters Karlsruhe: 0171 / 9325297,

martin.loeffler@supporters-karlsruhe.de

Fanprojekt: 0721 / 1335622, 0171 /

3105420, fan-projekt@stja.karlsruhe.de

Blau-Weiß statt Braun e.V.:

0721 / 9203312, info@bwsb.de



Beliebtester Fangesang:

Auf geht's Karlsruher Sport Club,
Auf ins heutige Spiel,
Wir schenken euch unsere Stimmen,
Und Ihr schenkt uns den Sieg.

Fanradio:

Radio Ultraschall, 104,8, jeden 1. und 5.
Sonntag im Monat von 13 bis 14 Uhr

CD:

„Karlsruhe' till I die“ – 30 Minuten
Fangesänge aus dem Wildparkstadion:
5 Euro (7 Euro für Nicht-Mitglieder)



Fanzines & Kurvenflyer:

Blockschrift (Supporters Karlsruhe):
tom-beck-design@t-online.de

FanOmenal (Rheinfire): RFmichael@web.de

KAmasUltra (Armata Fidelis):
kamasultra@gmx.de

Phönix aus der Asche (Phönix Sons):
padamaster@pska99.de

Sonnenseiten (Sunny Boys):
m.unmues@s-direkt.net



Das „Fanprojekt“: Treffpunkt und Anlaufstelle der aktiven Fans



Fotos: Andreas Gräber/Stadionwelt



KSC-FSV Mainz 05 (2003/2004): Choreo zum fünfjährigen Bestehen der Phönix Sons

Foto: bp93david

