



Kunstfertigkeit beim Herstellen von Fahnen gehört zu den optischen Merkmalen. Bei der Brigade Nord kommen in grün-orange gehaltene fanpolitische Botschaften hinzu

## Die Fans entdecken ihre Stimme

In den letzten drei Jahren hat sich Hannover 96 in der Bundesliga etabliert. Der Club agiert in Sichtweite zur großen Nord-Konkurrenz aus Hamburg und Bremen. Die Fanszene kämpft dabei um ihren Platz im Gesamtkonzept des zweimaligen Deutschen Meisters.

Auf dem Weg durch eine der ansehnlicheren Ecken Hannovers ragen unvermittelt imposante Stahlstreben in den Himmel. Und wenig später ist man schon mittendrin. Mittendrin in der AWD-Arena: Der Heimat von „96“. Der Ort, an dem sich „die Roten“ in den letzten Jahren zunehmend sportliches Prestige erarbeiteten. Und der Ort, der mehr und mehr auch für eine äußerst aktive Fankurve steht, die sich stimmungsmäßig an guten Tagen nicht vor den Großen der Liga verstecken muss. Kurzum: Hannover scheint angekommen in der Gegenwart, sportlich ebenso wie in der Strukturierung und Organisation seiner Fanszene.

Hoffnung auf internationalen Fußball oder gar Euphorie waren lange Jahre kein Thema bei 96. Doch mehr und mehr macht sich unter den Anhängern Optimismus breit, dass ihr Verein auf absehbare Zeit eine feste Rolle

in Deutschlands Eliteklasse einnehmen kann.

Während in der Erinnerung der jungen, nachhaltig vom Ultradenken geprägten Fangeneration der Weg zum heutigen Status kaum noch gegenwärtig ist, so weiß die Vorgängergeneration sehr wohl noch um die Entbehrungen der vergangenen 15 Jahre. „Vor allem in der zweiten Liga war es trostlos“, sagt Stefan Zwing, seit 1987 Stadiongänger und heute Mitglied des Dachverbandes „Rote Kurve“. Der vermeintliche Höhepunkt der Vereinsge-

schichte wurde gleichermaßen zum ersten Wendepunkt. Im Berliner Olympiastadion trieben rund 20.000 96-Anhänger den Club zum sensationellen DFB-Pokalsieg über Borussia Mönchengladbach. Elfmeterkiller Jörg Sievers, Fußballarbeiter wie Karsten Surmann, Milos Djelmas oder Roman Wojcicki – bis in alle Ewigkeit wohl unvergessene Helden einer ganzen Fangeneration. Doch anstatt diesen Erfolg als Sprungbrett in eine erfolgreiche Zukunft zu nutzen, folgte ein sportlicher und wirtschaftlicher Abwärtstrend. „Die

Roten“ wurden im Verlauf der 90er Jahre zum Sinnbild für Fußballtristesse und marode Vereinsfinanzen. Selten fanden sich mehr als 10.000 Zuschauer im weitläufigen Niedersachsenstadion ein, in der Fanszene existierten nur rudimentäre Organisationsstrukturen. Das Fanprojekt Hannover, eines der ältesten seiner Art und heute nur noch in die Sozialarbeit



Hannover 96 – 1860 München (2002/03)

Foto: Deister Pics/Zwing



Der harte Kern der Ultras dirigiert den Support von der Brüstung aus, per Lautsprecher bekommt der Unterrang die Ansagen mit

Fotos: Stadionwelt

## Chronik

**23. Mai 1992:** Nahezu 20.000 Fans erleben im Berliner Olympiastadion den DFB-Pokalsieg des damaligen Zweitligisten gegen Borussia Mönchengladbach.

50.000 Anhänger bereiten der Mannschaft einen triumphalen Empfang auf dem Rathausplatz.

**Sommer 1996:** Im Jahr des einhundertjährigen Vereinsbestehens gibt es statt großer Jubiläumsfeierlichkeiten bittere Tränen: Der Verein steigt in die Regionalliga ab. Dennoch bricht die Fanszene nicht komplett zusammen, der Club hält immerhin einen Zuschauerschnitt von mehr als 10.000.

**Frühjahr 1998:** Mit dem „Komplott Hannover“ und der „Verrückten Meute“ treten noch zu Regionalligazeiten die ersten Ultra-Gruppierungen auf den Plan.

**Mai 1998:** Der Wiederaufstieg in die zweite Bundesliga gelingt ausgerechnet durch ein 1:0 bei Eintracht Braunschweig. 10.000 „Rote“ feiern im Stadion des Erzrivalen ein Freudenfest der besonderen Art.

**Sommer 2000:** Die „Ultras Hannover“ entstehen als neue Übergruppierung. Die Neustrukturierung ist die Reaktion auf die wachsende Zahl der aktiven Mitglieder und Ultra-Sympathisanten.

**Mai 2002:** 96 macht bereits fünf Spiel-tage vor Saisonende die Rückkehr in die Bundesliga perfekt, und die Stadt versinkt im Freudentaumel.

**August 2002:** Das Niedersachsenstadion wird offiziell in „AWD-Arena“ umbenannt und ist für die nächsten eineinhalb Jahre eine Baustelle.

**12. April 2004:** Der Dachverband „Rote Kurve“ wird am offiziellen Gründungsdatum von 96 ins Leben gerufen. Im ersten Jahr treten rund 1.200 Fans dem Supporters Club bei, mittlerweile liegt die Mitgliederzahl bei rund 1.800.

**Sommer 2004:** Die „Rote Kurve“ bekommt vom Verein die Zusage für einen eigenen Block in der Nordkurve. Dort stehen zu vergünstigten Preisen rund 800 RK-Mitglieder.

**Winter 2004:** Der Verein reagiert auf die massiven Proteste der Fans gegen die Preispolitik und führt eine „Gegnerklassifizierung“ ein. Ein Sieg der Fanszene über die Kommerzorientierung der Clubspitze.

**23. Januar 2005:** Die neue „AWD-Arena“ wird offiziell eröffnet. Die moderne Arena bringt den Fans insgesamt einige Verbesserungen, geht aber auch mit vielen Umstellungsproblemen in Sachen Platzwahl und Preispolitik einher.

mit Kindern und Jugendlichen involviert, war in der damaligen Zeit allein für die Organisation von Auswärtsfahrten und die Repräsentation der Faninteressen zuständig.

Und so wurde erst der sportliche Super-GAU zum reinigenden Gewitter für den Club und seine Fans. Im Jahr des einhundertjährigen Vereinsbestehens musste 96 den Gang in die Regionalliga antreten. Doch plötzlich schien es wieder reizvoll, ins Stadion zu gehen. „Die Zeit hatte etwas Besonderes“, erinnert sich Zwing – ebenso wie viele Anhänger aus dieser Zeit gerne an Auswärtsfahrten nach Herzlake, Emden oder Norderstedt und reihenweise Kanter Siege gegen die Provinzelite des Nordens. „Der Wachstumscharakter des Vereins entstand in der Regionalligazeit“, bestätigt Robin Krakau, Mitbegründer der „Roten Kurve“. Einige wichtige Eckpunkte der Fanszenenentwicklung datieren aus dieser Phase zwischen 1996 und 1998. Die hannoversche Ultra-Szene, damals noch als „Komplott Hannovera“ unterwegs, entstand in der Schlussphase der Regionalligazeit. Geradezu legendär war die Regionalligameisterschaft im Stadion des Erzrivalen Eintracht Braunschweig. Den charakteristischen Trommelsupport, der in dieser Form nirgendwo anders zu hören ist, gibt es schon seit 1992. ▶

„Einiges für die Fans bewegen“



Robin Krakau ist im Dachverband „Rote Kurve“ aktiv.

Foto: Stadionwelt

**Stadionwelt:** Wofür steht die „Rote Kurve“ in Hannover?

**Krakau:** Wir sehen uns im Sinne der Supporters Clubs, also als Dachverband für die Interessen der Fans. Hamburg war da natürlich ein Vorbild, dorthin gibt es ja eh Kontakte. Es gab aber auch einige Besuche auf Schalke. Aber natürlich hat es bei uns andere Strukturen und eine andere Größe. Im Kern sind wir zehn Leute, die das Ganze organisieren. Wichtig ist uns dabei, dass alles sehr unbürokratisch abläuft.

**Stadionwelt:** Wann und wie entstand der Gründungsgedanke?

**Krakau:** Unser Fanbeauftragter Basti Kramer war da schon seit fünf Jahren hinterher, aber es verlief sich immer. Von Seiten des Vereins kam da gar nichts. Nach dem Bundesliga-Aufstieg haben wir es dann noch einmal versucht, und da kamen Zugeständnisse. Die formale Vorbereitung hat etwa ein dreiviertel Jahr gedauert. Offizielles Gründungsdatum war dann der 12. April 2004. An diesem Tag wurde auch der Verein gegründet. Wir haben quasi reingefeiert und nach Mitternacht die Satzung verlesen.

**Stadionwelt:** Was hat sich seitdem getan? Wieviel Akzeptanz erfährt die „Rote Kurve“ in der Fanszene?

**Krakau:** Wir haben mittlerweile rund 1.800 Mitglieder. Unser Ziel war es, im ersten Jahr auf 500 Mitglieder zu kommen, tatsächlich waren es im April 2005 schon 1.200. Allein in unserem Block stehen 800 Leute. In Hannover muss man die Leute allerdings immer sehr stark motivieren, um sich neuen Ideen zu öffnen.

**Stadionwelt:** Wie läuft mittlerweile die Zusammenarbeit mit dem Verein?

**Krakau:** Wir bekommen zwar keine finanzielle, dafür aber logistische Unterstützung durch unseren eigenen Block und den Stand vor dem Stadion. Wir haben außerdem eine Ermäßigung der Dauerkarten in unserem Block N17 durchgesetzt. Dort kosten die Karten für „Rote Kurve“-Mitglieder statt 320 nur 270 Euro. Das Ganze läuft zwar auf einer Good-Will-Basis, ist aber durch die gute Zusammenarbeit der letzten Jahre gefestigt.

**Stadionwelt:** Welche Ziele setzt ihr euch für die Zukunft?

**Krakau:** Viel Hoffnung setzen wir in den neuen Präsidenten. Wenn wir dort jetzt einen Fuß in die Tür bekommen, kann sich da vielleicht Einiges für die Fans bewegen.



Das Zusammenspiel zwischen Ober- und Unterrang in der Nordkurve funktioniert bestens

Foto: Stadionwelt

Betrifft man jedoch heute die hochmoderne Arena im Herzen der Stadt, erinnert auf den ersten Blick rein gar nichts mehr an dieses Kapitel in Hannovers Fußballgeschichte. Die sportliche Konsolidierung gelang relativ schnell: 1998 kehrte 96 nach zwei denkwürdigen Relegationspielen gegen Tennis Borussia Berlin in den bezahlten Fußball zurück, 2002 war Hannover unter Trainer Ralf Rangnick wieder erstklassig. Seitdem wuchs das „Unternehmen Hannover 96“ unter der Führung von Präsident Martin Kind kontinuierlich weiter. Aus dem Niedersachsenstadion wurde die „AWD-Arena“, Kicker von internationalem Rang streiften sich das rot-schwarze (oder wahlweise grün-weiße und sogar grau-schwarze) Trikot über. Doch in den Jahren der sportlichen und wirtschaftlichen Gesundung wurde augenscheinlich ein wichtiger Bestandteil des Vereins außen vor gelassen: Die Fans. Die Fanszene konnte mit der Gesamtentwicklung nur schwerlich Schritt halten. „Man hat hier viel versäumt. Das Wir-Gefühl wurde über Jahre vernachlässigt“, sagt Robin Krakau. Lange Zeit fehlte zwar auch von Seiten der Fans eine entschieden vorgetragene Initiative. Vor allem jedoch schenkte die Vereinsführung den fraglos vorhandenen gedanklichen Ansätzen nur wenig Aufmerksamkeit. So sind die wichtigen strukturellen Veränderungen in der 96-Fanszene eher jüngerer Datums.

**Mit der Roten Kurve in eine neue Ära**

Vor genau 18 Monaten brachte ein Kreis von Leuten um den Fanbeauftragten Sebastian Kramer die „Rote Kurve“ in Hannover auf den Weg. Ihre Vision: Ein Dachverband in Form eines e.V., als lange vermisstes Sammelbecken der Fan-Interessen. Die vorsichtige Kalkulation in der Anfangszeit erwies sich als unbegründet:

Mittlerweile sind rund 1.800 Fans im hannoverschen Supporters Club organisiert. Die Planung von Auswärtsfahrten, Dauerkartenrabatte, Sicherheit und Platzsuche im Stadion – die „Rote Kurve“ schickt sich an, zum zentralen Knotenpunkt innerhalb der Fanszene zu werden. „Die Strukturen sind ideal. Die Arbeit verteilt sich auf mehrere Schultern, jeder hat seine Aufgabe“, sagt Sebastian Kramer, Fanbeauftragter und erster Vorsitzender der „Roten Kurve“ in Personalunion. Als einziger Bundesliga-Fanbeauftragter auf ehrenamtlicher Basis, stand er zuvor als alleiniger Vertreter in Kontakt mit der Vereinsspitze. Selbst ein Teil der aktiven Fanszene, gelang es Kramer mit seiner Arbeit eine Vertrauensbasis mit dem Clubvorstand zu schaffen, der sich nun für die „Rote Kurve“ auszahlt. Robin Krakau bestätigt: „Durch die gute Zusammenarbeit hat sich hier einiges gefestigt.“ Die aktive Fanszene in Hannover kann sich daher in ihrer eigenen Heimstatt unter guten Voraussetzungen frei bewegen. „Wir bekommen von Vereinsseite einiges genehmigt“, drücken die vor fünf Jahren neu strukturierten „Ultras Hannover“ ihre Zufriedenheit aus. Die entscheidende Wechselwirkung macht Stefan Zwing deutlich: „Jeder weiß, wo die Grenzen liegen.“ Das Ergebnis: Die 96-Fans genießen Vorteile, wie sie nicht überall selbstverständlich sind. Kaum Maßregelung im Stadion, eigene Räumlichkeiten für die Fahnen und Materialien, weit reichende Freiheiten in der Kurvengestaltung.

Dabei fällt vor allem die ausgefeilte stilistische Gestaltung der zahlreichen Zaunfahnen und Doppelhalter in der Nordkurve ins Auge. „Wir haben gemerkt, was da möglich ist und es kontinuierlich weiterentwickelt“, so die Ultras.

Ungewöhnlich gut verläuft in Hannover die Kooperation mit der Polizei. Besonders die Zusammenarbeit mit



Hannover 96 – Werder Bremen, Saison 2002/2003

Foto: Deister Pics/Zwing

## Freunde und Feinde

### Hamburger SV

Zwischen Hamburg und Hannover herrscht seit Jahren eine Fanfreundschaft. In den 90er Jahren entstand diese vor allem über die gemeinsamen Rivalen Braunschweig oder Bremen. Viele 96-Fans nutzen vor allem die internationalen Auftritte der Hamburger zu Besuchen. Eine enge Zusammenarbeit mit dem HSV Supporters Club begleitete zudem die Gründungsphase des hannoverschen Dachverbands „Rote Kurve“.

### Arminia Bielefeld

Eine Art „Dreiecksbeziehung“ herrscht zwischen Hannover, Hamburg und Bielefeld. Kontakte zu den Ostwestfalen sind dabei weitaus weniger weit verbreitet und finden eher auf privater Ebene statt.

### Eintracht Braunschweig

Der allgemein anerkannte „Erzfeind“ in der Fanszene. Da direkte Duelle in der Vergangenheit selten waren, nutzen die Fans beider Lager eher beiläufige Gelegenheiten zur Ausfechtung ihrer Konflikte. Bei Hallenturnieren oder Partien der Oberliga-Reserveteams steigt so das Derbyfieber rasant. Minutenlange Schmähesänge unterstreichen die große Abneigung,



Erzfeind: Eintracht Braunschweig Foto: Stadionwelt

die in Hannover gegen den niedersächsischen Nachbarn herrscht.

### Werder Bremen

Das Konkurrenz-Verhältnis zu den Werder-Fans ist ebenfalls durch die regionale Nähe geprägt. Zudem spielt hier die Verbundenheit mit dem HSV, gleichzeitig Bremens großer Rivale, mit hinein.

### Energie Cottbus

Kein direkter Rivale, da mittlerweile sportlich nicht mehr auf Augenhöhe. Dennoch ist das Verhältnis der beiden Clubs durch die Vorfälle um das Regionalliga-Aufstiegsspiel 1997 getrübt. Der offenbar bewusst herbei geführte Ausfall des Flutlichts kostete 96 damals den Aufstieg.

Einsatzleiter Michael Schütte erhält aus nahezu allen Kreisen der Fanszene erstaunliches Lob.

Und dennoch sind die Freiheiten Resultat eines langen und oft mühsamen Aushandlungsprozesses zwischen Fans und Verein. Denn vor allem unter der Führung von Martin Kind hatte das Vokabular des aktiven Fans, das ein Club heutzutage verstehen sollte, keinen Platz. „Er hat den Verein saniert, hatte aber kein Ohr für Fan-Interessen“, bringt Robin Krakau die Einschätzung des mittlerweile abgetretenen Präsidenten auf den Punkt.

## Strittige Preisfrage

Gerade im Zuge des Stadionumbaus sahen sich die Anhänger einigen Fehlentwicklungen ausgesetzt, die sich vor allem in der Preispolitik und einer scheinbar willkürlichen Verteilung der Dauerkarten im neuen Stadion ausdrückten. „Wir mussten uns öffentlich positionieren und unsere Rechte einfordern“, sagt Frank Preßler, 2003 eher unfreiwilliger Namensgeber der „Gruppe Preßler“, die mit einer resoluten Protesthaltung gegen die Preisanstiege letztlich einen erfolgreichen Kampf ausfocht. Der Club war gezwungen zu reagieren, seit Anfang des Jahres kommt die Preispolitik den Fans besser entgegen. Trotzdem wird die Kommunikation in derlei Fragen von Vielen als deutlich ausbaufähig beschrieben. „Der Dachverband kann nur ein erster Schritt sein“, sagt Preßler. Und auch der Fanbeauftragte Sebastian Kramer teilt diese Einschätzung: „Wir dürfen in der Fanarbeit nie stillstehen.“ Große Hoffnungen setzen die Fanvertreter dabei in den Wandel in der Führungsstruktur des Vereins. Götz von Fromberg, der neue Vorstandsvorsitzende, ließ in seinen ersten Äußerungen schon deutlich mehr Sinn für die Belange der Anhänger durchscheinen. „Wir ▶



Feste Bande zwischen HSV und HSV

Foto: Deister Pics/Zwing

können als Dachverband möglicherweise mehr mitgestalten und dabei die Bewahrung der Vereinstradition vorantreiben“, sagt Robin Krakau. Denn einer Reihe von Fans in Hannover ist der Weg in Richtung Eventkultur ein Dorn im Auge.

### Zähe Überzeugungsarbeit

Die „Brigade Nord“, eine im Unterrang der Nordkurve beheimatete Gruppierung, richtet sich explizit gegen den Kommerzialisierungstrend und hat sich die Fan-Politik buchstäblich auf die Fahnen geschrieben. „Wir wollen uns nicht instrumentalisieren lassen. Mit unseren Aktionen erreichen wir breite Kreise“, so der Anspruch. Die kritische Beleuchtung der Modernisierung der Fankultur war von Beginn an auch ein zentraler Ansatzpunkt des Fanzines „Notbremse“. Die Bewertung des gegenwärtigen Zustands fällt bei den Machern grundsätzlich positiv aus. „Es entwickelt sich langsam, was aber vor allem an der guten Selbstorganisation der Fans liegt“, sagt Redaktionsmitglied „Fiesta“.

Dem aktiven Teil der Fanszene ist ein kritisches Bewusstsein also durchaus nicht fremd. Doch es kostet die maßgeblichen Akteure im Umfeld der „Ultras Hannover“ oder der „Roten Kurve“ eine Menge Kraft, bei der breiten Masse Überzeugungsarbeit zu leisten. „Man muss den Leuten alles durchorganisiert vorsetzen. Das ist ein hannoverscher Charakterzug“, klagen die Ultras. Während der Etablierungsprozess der „UH“ noch zu Zweitligazeiten relativ reibungslos verlief, sieht sich die „Rote Kurve“ dem mühsamen Alltag noch direkt ausgesetzt. „Es ist oft nicht einfach, die Leute zu motivieren“, sagt Robin Krakau, sieht den Dachverband mit Blick auf die steigenden Mitgliederzahlen jedoch auf einem guten Weg zu breiterer Akzeptanz.

Was sich die „96“-Fans letztlich noch wünschen, liegt scheinbar auf der Hand: sportlichen Erfolg und damit noch bessere Bedingungen. „Das könnte auch das normale Publikum etwas aus seiner Trägheit reißen“, so die Hoffnung der „Ultras Hannover“.

Doch es gibt auch andere Stimmen, die sich die „ehrliehen“ Zweitligazeiten geradezu zurück wünschen. „Es gibt leichte Abnutzungserscheinungen. Im vierten Jahr haben sich die Leute an die Bundesliga gewöhnt“, stellt Stefan Zwing fest. Trotz dieser Erscheinungen besitzt Hannover allerbeste Voraussetzungen auf längere Sicht zu einer etablierten Kraft heranzuwachsen. Die große Fanbasis giert geradezu nach mehr Anerkennung. Die ersten Schritte sind getan. Doch weiterhin liegen noch einige wichtige Stufen vor Hannover 96 und seinen Fans. ■ Felix Guth



Haupteingang und Vorplatz der Nordkurve

Foto: Stadionwelt

## AWD-Arena

Arthur-Menge-Ufer, 30169 Hannover  
www.awd-arena.de

**Kapazität:** 50.000 Plätze (alle überdacht)

Sitzplätze: 42.200, Stehplätze: 7.800  
**Letzte Umbauten:** Anfang 2005 wurde die für die WM 2006 umgebaute und nun komplett überdachte AWD-Arena offiziell wiedereröffnet.

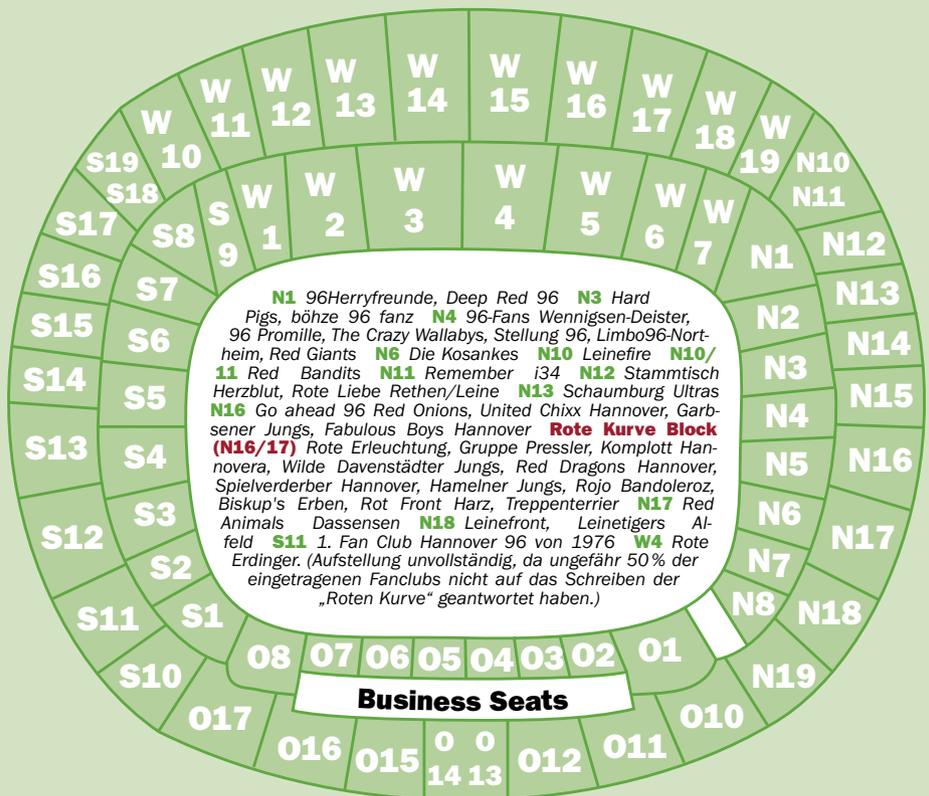


Foto: Stadionwelt





An dieser ehemaligen Familienkasse gibt es ausschließlich Karten für den Bereich der „Roten Kurve“ (N16/17)  
**Foto:** Stadionwelt

## Daten & Fakten

### Zuschauerschnitt

**2004/2005:** 36.205 (1. Liga)

**2003/2004:** 23.315 (1. Liga)

**2002/2003:** 36.616 (1. Liga)

**2001/2002:** 20.539 (2. Liga)

**2000/2001:** 10.881 (2. Liga)

**Dauerkartenverkauf 2005/06:** 16.000

**Vereinsmitglieder:** 4.000

**Eingetragene Fanclubs:** 129

### Organe der Fanszene:

#### Fanbeauftragter:

Sebastian Kramer  
 Tel.: (0172) 5178617  
 bastikramer@aol.com

#### „Rote Kurve e.V.“

(0172) 5178617, info@rotekurve.de

#### Fan-Projekt Hannover:

Lothar Kruschak, Walter Swiderke,  
 Stefanie Wolter  
 Tel.: (0511) 442296  
 fanprojekt-hannover@t-online.de

#### Fanzines:

##### „Rote Kurve“

Rote Kurve e.V.  
 Postfach 910952, 30429 Hannover

#### „Notbremse“

Kniestraße 23, 30167 Hannover  
 info@notbremse96.de

#### Bellebtester Fangesang:

##### „96 alte Liebe“

96 – Alte Liebe  
 Rot steht dir sehr viel besser als Gelb-Blau  
 Lass die anderen alle reden  
 von Bayern oder Bremen  
 ich halt' immer zu dir  
 96, HSV



**Foto:** Stadionwelt



Nach dem Aufstieg in Fürth **Foto:** Deister Pics/Zwing



Vorsänger mit emotionaler Gestik **Foto:** Stadionwelt



In Bochum 2002/03 **Foto:** Deister Pics/Zwing



Am Stand der Ultras **Foto:** Stadionwelt



Sebastian Kramer bei der Arbeit **Foto:** Stadionwelt