



2003/04: Konfetti beim Spiel gegen Dresden

Foto: Ulrà St. Pauli

Das Modell St. Pauli

Wie kein zweiter Verein in Deutschland lebt der FC St. Pauli vom Image seiner Fans. Doch die haben zu kämpfen mit Klischees, Vorurteilen und den eigenen Ansprüchen.

Nun schalten wir live ins Freudenhaus der Liga, wo der Kultclub St. Pauli, die Kiezkicker vom Millerntor, heute Abend...“ – kaum jemanden in der Fanszene des FC St. Pauli hängen die Attribute, mit denen ihr Verein in der Presse bedacht wird, nicht zum Halse heraus. Doch ihr Club kam gerade richtig, als die Fußballberichterstattung Ende der 80er Jahre immer bunter wurde und neben taktischen Finessen das Drumherum zunehmend Beachtung fand. Die Totenkopffahnen schwenkenden Fans waren anders, bunt und kreativ. So zumindest der Tenor der Berichte, und beim näheren Hinschauen konnte man dieser Aussage zumindest grundsätzlich zustimmen, wenn es auch nicht immer so einfach war, wie dargestellt. Und nicht alle St. Pauli-Fans hatten grüne Haare und lebten auf Bäumen, wie ein Reporter damals feststellte.

Die Fanszene des FC St. Pauli ist auch heute noch etwas Besonderes und gilt in vielen Punkten als Vorreiter einer neuen Fankultur. Und die Szene polarisiert. Fragt man einen Anhänger eines anderen Clubs nach seiner Meinung über den FC St. Pauli, so wird man immer eine Antwort erhalten. Die einen mögen St. Pauli, die anderen nicht. Aber jemanden, der keine Meinung hat, wird man lange suchen müssen.

Der FC St. Pauli ist populär und mittlerweile auch in Europa bekannt – jedoch

zweifelsfrei nicht in Folge sportlicher Leistungen. Als der Verein im Sommer 2003 vor dem finanziellen Aus stand, konnte er nur dank des Engagements seiner Fans und einer bundesweiten Solidaritätskampagne die Lizenzauflagen erfüllen. Rund 120.000 T-Shirts mit dem Aufdruck „Retter“ wurden verkauft und sind auch heute noch in jeder Stadt zu sehen. Selbst wenn auf die Shirts mittlerweile in der eigenen Fanszene zurückhaltend reagiert wird, ist es Sinnbild der Popularität des Hamburger Clubs, denn viele dieser Shirts wurden von Fans gekauft, deren Herz im Alltag für einen anderen Verein schlägt.

Es gibt unterschiedliche Faktoren, die die Entwicklung des Stadtteil-Clubs im Schatten des großen HSV ermöglicht haben. Zwar spielte der FC St. Pauli bereits Ende 70er ein Jahr in der 1. Bundesliga, die Fanszene unterschied sich jedoch nicht sonderlich von denen in anderen Städten. Das änderte sich Ende der 80er Jahre, als die Fans begannen, sich zu organisieren. In dieser Zeit überschlugen sich die Ereignisse. Die Führung des Clubs plante als erste in Deutschland den Bau einer Multifunktionsarena mit Mantelbebauung, Büro- und Geschäftsräumen. Die Bewohner des Viertels fürchteten, dass mit der Verwirklichung des 500-Millionen-D-Mark-Projektes die Mieten steigen würden und eine Umstrukturierung des Stadtteils

vorangetrieben werde – und trugen ihren Protest auf die Straße. Vor allem der linksalternative Teil der Fanszene schloss sich den Kundgebungen an.

Ob aufgrund fehlender Finanzierung oder in Folge der Proteste – das Projekt scheiterte. Doch die St. Pauli-Fans gingen nicht einfach zur Tagesordnung über. Viel mehr wurde das aufgebaute Netzwerk für weitere Aktivitäten genutzt. Mit dem Millerntor Roar! entstand ein Fanzine, in dem sich nicht nur, wie bis dato üblich, überwiegend Spielberichte befanden, sondern es wurden auch aktuelle Fan- sowie (vereins)politische Themen behandelt. Der Club reagierte verunsichert auf die Aktivitäten seiner Fans, merkte jedoch schnell, dass ein angedachtes Verkaufsverbot des Millerntor Roar! nicht durchzusetzen war. „Anfangs war es total schwierig“, erinnert sich Sven Brux, der 1989 erster Fanbeauftragter des Vereins wurde und heute Organisationsleiter beim FC St. Pauli ist. „Es gab doch einen deutlichen Unterschied zwischen schwarzer Kleidung und bunten Haaren auf der einen sowie dem Verein auf der anderen Seite. Über Jahre musste sich das entwickeln. Besonders der damalige Vize-Präsident Christian Hinzpeter hat uns viele Türen geöffnet“, so Brux. Innerhalb kürzester Zeit tat sich viel im Umfeld des Clubs. Motiviert durch die Erfolge der eigenen Arbeit und dem parallel stattfindenden



2004/05: FC St. Pauli - HSV II

Foto: Die Feuchten Biber

den Höhenflug auf sportlicher Ebene – der Verein stieg innerhalb von zwei Jahren von der dritten in die erste Liga auf und konnte sich dort drei Jahre halten – nahmen die Aktivitäten der Fans ein immer größeres Ausmaß an.

Bereits im Februar 1990 eröffnete der St. Pauli-Fanladen, und die Szene verfügte damit über eine eigene Infrastruktur. „Damals waren zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Leute aktiv. Und das bei einem Verein, wo vieles möglich war“, erinnert sich der heutige Fanbeauftragte Heiko Schlesselmann, „bei einer gewachsenen Fanstruktur, wie beispielsweise in Schalke, wäre so etwas sicher nicht möglich gewesen. Damals hat alles zusammengepasst, und es war möglich, der gesamten Szene mit 50-300 Leuten einen Stempel aufzudrücken.“ Förderlich war in diesem Zusammenhang auch, dass Hamburg über zwei Vereine verfügt. „Hätte es den HSV so nicht gegeben, so würde es den FC St. Pauli in dieser Form auch nicht geben“, so Brux, „gerade auch weil es beim HSV viele Rechte gab und die Linken zu St. Pauli gekommen sind. So war eine Bündelung der Interessen möglich. Später hat sich aber alles eigenständig entwickelt.“

Mit Interesse reagierten Fans anderer Vereine auf die Aktivitäten der St. Pauli-Fans. Und das nicht immer positiv, besonders für Nazis und rechte Teile der Hooliganszene entwickelte sich St. Pauli zum Feindbild Nummer 1, was sich insbesondere bei den Spielen zeigte. Bei den jährlichen bundesweiten Treffen der Fanzine-Macher gab es heiße Diskussionen. „Von uns wurde gefordert, keine Politik ins Heft zu nehmen, dabei hatten viele Fanzines damals Fascho-Abzeichen im Heft“, erinnert sich Brux. „Trotzdem sind wir zu den Treffen gefahren, um unseren Geist nach außen zu tragen und zu zeigen: Schaut her! Das sind wir, und das ist auch Fußball.“

Und schon in dieser Zeit entstanden immer mehr positive Kontakte in andere Städte. Besonders der Fanladen erwies sich dabei als Knotenpunkt, an dem immer mehr Briefe, Informationen und Fanzines aus Nah und Fern eintrafen. „Eigene Fanläden, eigenes Merchandising, selbst organisierte Züge – solche Dinge gab es noch nicht. Viele Fans von anderen Vereinen haben sich das angesehen, übernommen und teilweise besser gemacht. Auch heute erhalten wir immer wieder Anfragen aus anderen Szenen und leisten bei ihren Projekten zum Teil aktive Hilfestellung“, so Heiko Schlesselmann, heute einer von drei Festangestellten des Fanladens.

Ergebnis jahrelanger Arbeit

Der Grundstein für die heutige Fanszene des FC St. Pauli wurde Ende der 80er, Anfang der 90er Jahre gelegt. Doch auch in der folgenden Zeit ging es mit unvermindertem Tempo weiter. Innerhalb weniger Jahre war ein neuer Verein entstanden, ein „anderer Verein“. Und das nicht durch die Vereinsführung, sondern durch die Aktivitäten der Fans.

Der Millerntor Roar! wurde immer populärer, die Auflage stieg auf bis zu 3.500 Exemplare, und Abos wurden schon bald nicht mehr nur ins ganze Bundesgebiet, sondern auch ins europäische Ausland verschickt. Szene-intern war er das Kommunikationsmittel, das Internet wurde erst Jahre später populär.

Heute haben die Fans des FC St. Pauli eine Machtposition, wie es sie bei kaum einem anderen Verein gibt. „Das ist das Ergebnis davon, dass sich die Leute über Jahre engagiert und am Riemen gerissen und dabei auch untereinander einen kritischen Dialog geführt, nach außen aber immer an einem Strang gezogen haben“, so Brux. Im Laufe der Jahre sind zahlreiche Institutionen in der Fanszene entstanden, so dass es

selbst St. Pauli-Fans schwer fällt, da noch den Überblick zu behalten. Ein wichtiges Gremium ist der Fanclubsprecherrat, der 2000 gegründet wurde und die rund 280 eingetragenen Fanclubs mit ca. 3.600 Mitgliedern vertritt. Eine jährlich stattfindende Delegiertenversammlung wählt fünf Personen, die aus verschiedenen Fanclubs kommen. Diese vertreten dann für zwölf Monate die Interessen der Fanclubs gegenüber dem Verein und nach außen, unter anderem durch Teilnahmen an Präsidiumssitzungen, auf denen fanrelevante Themen besprochen werden, sowie durch Teilnahme an allen wichtigen Vereinsgremien. Aber auch Serviceleistungen für die eigene Fanszene vollbringt der Sprecherrat. So befasst er sich mit Kartenpreisen und Auswärtsfahrten und ist zudem Teil der „Antirepressionsgruppe“, verwaltet deren Konto und hat den Sampler „Freiheit für die Kurven“ mit herausgegeben. „Überlegungen, als eigene Abteilung in den Verein zu gehen, wurden verworfen. Wir Fans haben bereits einen so guten Stand hier in St. Pauli, da muss der Verein sowieso mit uns reden. Zudem wahren wir so definitiv unsere Unabhängigkeit“, erklärt Roger Hasenbein vom Sprecherrat. Zudem gibt es weitere Gremien, in denen Fans, die auch Vereinsmitglied sind, ihre Interessen bündeln. Hier ist in erster Linie die Arbeitsgemeinschaft interessierter Mitglieder (AGiM) zu nennen, die sich im Verein für die Umsetzung von Faninteressen einsetzt. Dies ist unter anderem bei Satzungsänderungen geschehen. Zeitweilig war die AGiM mit drei Personen im siebenköpfigen Aufsichtsrat des FC St. Pauli vertreten. Einfluss können die Fans zudem in der Abteilung Fördernde Mitglieder (AFM) ausüben, in der die Mitglieder des Vereins untergebracht sind, die nicht einer der sportlichen Abteilungen angehören. Doch trotz aller Möglichkeiten zur Einflusnahme sehen sich die Fans noch lange ▶



St. Pauli auswärts in Kiel (2005/06)

Foto: Stadionwelt

„Wir haben viele Diskussionen angeregt“

Interview mit dem St. Pauli-Fanbeauftragten Heiko Schlesselmann



Foto: privat

Seit Juli 2002 arbeitet Heiko Schlesselmann (33) als Fanbeauftragter im Fanladen des FC St. Pauli. Zu seinen Aufgaben zählen unter anderem die Fanclubbetreuung sowie die Organisation von Fan-Turnieren und Auswärtsfahrten.

Er vermittelt zwischen Fans, Verein und Polizei, aber auch bei Konflikten innerhalb der Szene. Alle Anfragen, die Fanbelange betreffen, laufen über den Fanladen.

Stadionwelt: Mehr als 15 Jahre Fanladen. Wird die Arbeit zur Routine?

Schlesselmann: Nein, durch die wechselnden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat sich auch immer die Arbeit etwas geändert, neue Motivation wurde in neue Projekte eingebracht. Sven Brux und sein Team haben in den Anfangsjahren viel Aufbau- bzw. Pionier-Arbeit geleistet, und in der Zeit, als Hendrik Lüttmer Fanbeauftragter war, wurden insbesondere die Organisation und das Merchandising perfektioniert. Wir kümmern uns verstärkt um Netzwerkarbeit, sowohl im Stadtteil als auch euro-

paweit. Ob das antirassistische Turnier, die Organisation vom Kiezkick für Jugendliche oder die Mitarbeit an Stadtteilstesten und Kulturveranstaltungen. Es gibt immer was Neues. Routine kommt schon deshalb nicht auf, weil sich auch die Bedürfnisse der Fans ändern.

Stadionwelt: Welche Punkte ragen bei der aktuellen Arbeit heraus?

Schlesselmann: Da ist besonders das antirassistische Fußballturnier im Mai zu nennen. Aber auch die Jugendbegegnungen, die wir mit unseren jungen Fans machen, sei es die Fahrt nach Auschwitz oder der Besuch eines Spiels in Marseille. Auch ausländische Jugendliche kommen hier hin. Dieser Austausch macht am meisten Spaß.

Stadionwelt: Wie läuft die Finanzierung seit dem Abstieg in die Regionalliga?

Schlesselmann: Wir schaffen es, weil viele Leute den Laden nutzen. Früher war es aber einfacher, Sachen zu finanzieren, da wir neben den öffentlichen Geldern auch über die Sonderzugfahrten viel eingenommen haben. Heute sind die Rücklagen aufgebraucht, daher müssen wir sehr hart kalkulieren. Das Geld ist knapp. Aber immerhin unterstützt uns die Stadt Hamburg weiter.

Stadionwelt: Wie ist der Stellenwert des Fanladens innerhalb der Fanszene?

Schlesselmann: Sehr hoch, der Fanladen ist die wichtigste Einrichtung im Viertel. Zwar ist er nicht mehr die Alleinvertretung wie noch vor einigen Jahren, aber hier läuft alles zusammen. Alle Richtungen aus der Fanszene kommen hier her. Deshalb hat der Laden eine integrative Funktion. Zudem spielt er eine sehr wichtige Rolle im Netzwerk Europa. Fans aus vielen Ländern stehen mit uns in Kontakt, fast alle Informationen laufen auch bei uns ein.

Stadionwelt: Inwieweit ist der Laden selbst politisch aktiv?

Schlesselmann: Es ist nicht möglich, selbst zu aktuellen Dingen Stellung zu beziehen, aber durch die Ausrichtung der Arbeit können wir natürlich Einfluss ausüben. Wir sind vom Verein unabhängig und sprechen alle Themen an, die gerade anstehen. Festgelegt sind wir nur durch die Stellenbeschreibung der Stadt.

Stadionwelt: Der Fanladen sieht sich auch als „kritischen Beobachter“ der Fanszene. Inwiefern kommt es dabei zu Konflikten?

Schlesselmann: Es gab immer mal Gruppen, die mit uns gebrochen haben, Erklärungen von uns, die nicht auf offene Ohren gestoßen sind. Wir haben viele Diskussionen angeregt, in der Regel wurden diese jedoch sachlich ausgetragen.

nicht am Ziel. Während das Verhältnis zu den Angestellten des Vereins auf unterer und mittlerer Ebene ausgezeichnet ist, steht besonders Präsident Littmann in der Kritik. Teile der Fans würden ihn lieber nicht mehr an der Spitze des Vereins sehen. Zudem wurden gerade in den letzten Jahren, in denen der Verein beinahe in den Konkurs gewirtschaftet wurde und sportlich abstürzte, auch die Grenzen der eigenen Möglichkeiten sichtbar.

Eigene Kneipe und bald ein eigenes Hotel

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Fanszene des FC St. Pauli ist die kulturelle Arbeit, die sich unter anderem in der Organisation von Partys und Konzerten ausdrückt. Seit knapp acht Jahren gibt es hierfür einen eigenen Verein, der sich Ballkult nennt und über rund 120 Mitglieder verfügt. Gegründet wurde er, um nach der Schließung der populären Fankneipe „Zum letzten Pfennig“ ein Nachfolgeprojekt auf die Beine zu stellen. Mit den Mitgliedsbeiträgen soll dessen Fortbestand gewährleistet werden. Dabei handelt es sich jedoch nur um einen ersten Schritt,

denn seit Jahren träumt man in St. Pauli von einem „Haus für Fans“, in dem neben einer Kneipe auch ein Konzertraum und Übernachtungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Doch die Suche gestaltete sich schwierig, sodass mit dem Jolly Roger im Jahr 2000 erst einmal nur ein Kneipenraum gefunden wurde. Zwei Jahre später zog die Kneipe um zum heutigen Standort auf die Budapester Straße. Dort treffen sich regelmäßig St. Pauli-Fans zum Trinken und Feiern, aber auch Gästefans besuchen den Laden gern. Und ein weiterer Schritt kann schon bald verwirklicht werden: Über dem Ladenlokal entsteht mit dem Jollyday Inn eine von Ballkult betreute Herberge, die ab April günstige Übernachtungsmöglichkeiten für Fußballfans anbietet.

Es läuft also alles prima in der Fanszene, könnte man meinen. Doch auch hier stehen einige Probleme auf der Tagesordnung. Außenstehenden mag das wie Meckern auf hohem Niveau vorkommen, doch gerade an aktiven Fans scheint es mehr und mehr zu mangeln. Viele der Engagierten von einst sind älter geworden und haben sich nach und nach aus dem aktuellen Geschäft zurückgezogen. Je mehr Zeit die Älteren für Jobs und Familie investieren,

desto mehr leidet die Fanarbeit. Dem ehrenamtlichen Engagement fehlt der Nachwuchs. Das mag daran liegen, dass Jüngere, die neu hinzukamen, in der Szene eine intakte Infrastruktur vorfanden, die sie nutzen konnten, ohne selbst aktiv werden zu müssen. „Es sind immer weniger Leute, die selbst gestalten und immer mehr, die nur noch konsumieren und kritisieren. Früher wurde dann was Eigenes gemacht, heute wird vieles nur noch kaputt geredet“, so Heiko Schlesselmann. „Da die Fanszene in den letzten Jahren vieles erreicht hat, macht heute das Verwalten einen Großteil der Arbeit aus. Alle nutzen und genießen das, was es gibt. Ich vermisse da ein wenig den kreativen Antrieb etwas Neues zu machen.“

Die fehlenden Aktivisten sind auch ein Resultat des Nachwuchsproblems in St. Pauli. Zwar sind die Anhänger dem Club auch nach dem Abstieg in die Regionalliga treu geblieben, jedoch steigt der Altersdurchschnitt des Publikums von Jahr zu Jahr. „Der Nachwuchs fehlt, das ist eine Entwicklung, die aber schon in der ersten Liga wegen der Kartenknappheit einsetzte. Heute ist der FC St. Pauli nicht mehr so im Medienfokus und daher auch weni- ▶



2003/04: FC St. Pauli - Uerdingen

Foto: Die Feuchten Biber



2004/05: Bremen II - FC St. Pauli

Foto: Ultrà St. Pauli



2004/05: FC St. Pauli - HSV II

Foto: Die Feuchten Biber



FC St. Pauli – Chemnitzer FC

ger attraktiv für Jugendliche“, so Schlesselmann. Hinzu kommt, dass die Gegengerade seit mittlerweile mehr als zehn Jahren komplett ausverkauft ist, größtenteils durch Dauerkarten, und es damit sehr schwer ist, als junger Fan nachzurücken.

Hierin ist auch einer der Gründe für das Abflachen der Stimmung bei Heimspielen zu sehen. Drei- bis vierhundert Leute mühen sich dort redlich, doch nur gelegentlich gelingt es noch, das Stadion mitzureißen. Schlesselmann: „Ich sehe die Gefahr des Auseinanderdriftens zwischen aktiven Fans und denen, die sich anders definieren, die eher passiv zum Spiel gehen und nach einem 0:2 nicht mehr anfeuern. Viele sind satt, und es wird sich selbst belogen.“

Es gibt seit Jahren verschiedene Versuche, die Stimmung zu verbessern. Bereits Mitte der 90er gründeten sich die Passanten mit dem Ziel, St. Pauli akustisch und optisch voran zu bringen. Wenige Jahre

später folgte die ultra-orientierte Gruppe Carpe Diem, aus der später Ultra St. Pauli (USP) hervorging. Heute ist USP absolut tonangebend im Fanblock des FC St. Pauli. Anfangs war der Erfolg jedoch mäßig. „Als wir als Gruppe im Stadion aktiv wurden, reichten die Reaktionen der anderen St. Pauli-Fans von Sympathie bis zur totalen Ablehnung“, erinnert sich Martin von USP, „allerdings wurden damals viele Fehler gemacht. Da haben sich dann plötzlich 30 Leute umgedreht und italienische Lieder gesungen. Das kam natürlich nicht so an. Viele Ältere wussten auch nicht, was der 17-Jährige da vorne auf dem Zaun von ihnen wollte. Rückblickend waren wir zu ungeduldig, wollten die Kurve in wenigen Wochen missionieren.“ Heute muss USP im Fanblock kaum noch jemanden überzeugen, doch der Weg war mühsam. „Wir konnten hier nicht ein Vakuum füllen, wie beispielsweise die Frankfurter Ultras in ih-

rer Anfangszeit, und es gab hier auch keine leere Kurve, in die wir uns stellen und was Neues anfangen konnten. Stattdessen versuchten wir auf der seit Jahren gefüllten Gegengerade etwas zu bewegen“, erklärt Martin.

Mehr als die Liebe zum selben Verein

Über rund 160 Mitglieder verfügt USP heute. Diese müssen sich jede Saison neu anmelden. So soll verhindert werden, dass sich Karteileichen ansammeln. „Wir wollen, dass alle unsere Mitglieder auch aktiv dabei sind und man zumindest jeden mit Namen kennt“, sagt Lars, der ebenfalls der Gruppe angehört. Und dieses Konzept scheint aufzugehen. Beim wöchentlichen Mittwochstreffen sind regelmäßig 60 bis 70 Leute anwesend, also fast die Hälfte der Gruppe.

Historie

1977/78: Der FC St. Pauli spielt erstmals für ein Jahr in der 1. Liga, bleibt jedoch im Schatten des HSV. Das Zuschauerinteresse ist eher gering, der Schnitt liegt bei 12.408.

1988: Nach Jahren zwischen Liga 2 und 3 ist der FC St. Pauli wieder zurück in der 1. Liga. Beim entscheidenden Aufstiegsspiel wird die Mannschaft auswärts in Ulm von nur 400 Fans begleitet. Doch die Zuschauerzahlen steigen kontinuierlich.

Winter 88/89: Eine Bürgerinitiative unter Beteiligung von Fans des FC St. Pauli engagiert sich gegen ein geplantes Stadionpro-



Protest im Jahr 1988

Foto: Übersteiger

jekt auf dem Heiligengeistfeld. Das Projekt wurde nicht verwirklicht, doch die Fans bleiben aktiv.

29. Juli 1989: Die Nullnummer des Fanmagazins Millerntor Roar! erscheint. Das Heft gilt noch heute als Vorreiter einer neuen Fanzine-Generation.

13. Oktober 1989: Sven Brux wird erster Fanbeauftragter des FC St. Pauli.

Dezember 1989: In einem gemeinsamen Flugblatt sprechen sich Fanclubs und Mannschaft gegen Rassismus aus.

15. Februar 1990: Der Fanladen St. Pauli öffnet seine Tore.

1990/91: Der FC St. Pauli trägt Risiko-Spiele im ungeliebten Volksparkstadion aus. Aus Protest organisieren die Fans eine Radio-Party am Millerntor. Rund 1.500 verfolgen dort die Radio-Übertragung des Spiels gegen Hertha BSC.

1990/91: Der FC St. Pauli muss in die Relegation gegen die Stuttgarter Kickers.



Relegationspiel 1991

Foto: Fanladen St. Pauli

Zum entscheidenden dritten Spiel in Gelsenkirchen begleiten 15.000 St. Pauli-Fans ihr Team. Zwei Sonderzüge sind in wenigen Stunden ausverkauft. Trotz des Abstiegs bleibt der Tag, auch wegen der Stimmung, ein unvergessliches Erlebnis.

28. Oktober 1991: Auf Antrag des Millerntor Roar! beschließt die Jahreshauptversammlung, dass ausländerfeindliche und rassistische Parolen im Stadion verboten sind – bis dahin einmalig in Deutschland.

Saison 1992/93: Nach Vorfällen in der zurückliegenden Spielzeit beschließen die Fans, Auswärtsspiele im Osten in dieser Saison zu boykottieren. Eine Ausnahme bildet das Spiel in Rostock.



Foto: Die Feuchten Biber

Bei USP legt man besonderen Wert auf die Feststellung, dass die Mitglieder weit mehr als die Liebe zum selben Fußballverein verbindet. Auch unter der Woche sieht man sich regelmäßig und verbringt die Freizeit gemeinsam. Die Gruppe ist Teil des Lebensumfelds. „Wir treffen uns nicht nur zum Spiel und zum Basteln, wie man es aus anderen Städten hört. Alleine im Fanladen schauen täglich so 30 bis 50 Leute von uns rein. Hinzu kommt, dass die meisten hier aus dem Stadtviertel kommen oder hier hinziehen. Nicht alle mögen einander, aber alle verbindet ein gewisser Grundkonsens“, so Martin. Und das gilt auch für die Politik, denn USP sieht sich selbst auch als politische Gruppe. Diskussionen wie bei anderen Vereinen, ob man die Politik aus dem Stadion lassen müsse, sind hier undenkbar. „Wir sind links, mit Fug und Recht und aus Überzeugung“, heißt es selbstbewusst auf der Internetseite.

te. „USP ist politisch, weil die Mitglieder politisch sind. Man kann diese beiden Lebensbereiche nicht trennen. Unpolitisch beim Fußball, das geht auch überhaupt gar nicht. Seien es Auseinandersetzungen mit dem DFB, dem Verein oder der Polizei, überall geht es um Politik. Die bundesweite Diskussion über Repression ist ebenfalls eine politische“, erklärt Lars. Man sei zudem auch bei St. Pauli politisiert worden. „Da auswärts immer wieder Nazis auftauchen, muss man sich als St. Pauli-Fan schnell entscheiden“, so Lars. Die politische Arbeit beinhaltet jedoch auch ein sicherlich einmaliges Projekt, das USP organisiert hat. Zu jedem Heimspiel ermöglicht die Gruppe fünf Asylbewerbern den Stadionbesuch.

Folglich beschränkt sich auch die Arbeit von USP nicht nur auf die Spieltage und die Vorbereitung für diese, wenn auch die Produktion der eigenen Zeitung „Gazzet-

ta d'Ultra“, die bei jedem Heimspiel erscheint, eine Menge Arbeit macht. Zudem engagiert man sich ebenfalls in Anti-Repressionsarbeit und versucht, die Fans in dieser Angelegenheit aufzuklären. Gerade weil bereits Mitglieder von USP Probleme mit der Polizei und Stadionverboten hatten. In dieser Frage arbeitet USP auch punktuell mit Fans von anderen Vereinen zusammen. Und das Verhältnis zu anderen Ultra-Gruppen in Deutschland? „Es gibt nur ganz wenige, denen wir Respekt zollen. Bei vielen hat das nichts mit dem zu tun, was wir vertreten. Die Choreografien haben sich zwar gut entwickelt, nur gibt es Gruppen die glauben, sie seien damit schon am Ziel. Was Außendarstellung und Mentalität betrifft, ist es teilweise erschreckend, wie da die Prioritäten gesetzt werden. Trotzdem hat es sich viel besser entwickelt, als es Ende der 90er Jahre aussah“, resümiert Martin. ■ *Stefan Diener*

April 1993: Nach Meinungsverschiedenheiten innerhalb der Redaktion stellt der Millerntor Roar! mit seiner 28. Ausgabe das Erscheinen ein. Doch schon bald gibt es zwei Nachfolgehefte: Übersteiger und Unhaltbar!

19./20. April 1994: Am 20. April, Hitlers Geburtstag, soll im Volksparkstadion ein Länderspiel zwischen Deutschland und England stattfinden. Am Vortag sollen die B-Teams beider Länder am Millerntor gegeneinander spielen. St. Pauli-Fans und linke Gruppen organisieren massiven Widerstand, da sie eine bundesweite Mobilisierung sowohl von Nazis als auch Hooligans befürchten. Der Protest hat Erfolg: Erst wird das Spiel nach

Berlin verlegt und dann vom englischen Verband komplett abgesagt.

4. Dezember 1994: „Zum letzten Pfennig“ ist der Name der St. Pauli-Fankneipe, die an diesem Tag eröffnet. Bis zur Schließung 1998 ist der Laden der abendliche Treffpunkt für St. Pauli-Fans.

Frühjahr 1996: Gründung der Arbeitsgemeinschaft interessierter Mitglieder (AGiM), die sich seitdem im Verein für Faninteressen einsetzt.

Sommer 1996: Fans des FC St. Pauli gründen die „Passanten“, die erste ultra-orientierte Gruppierung in der Fanszene. Knapp zehn Jahre später, am 31.12.2005., lösen sich die Passanten wieder auf.

7. November 1997: Beim Spiel gegen Carl Zeiss Jena wird erstmals die Singing Area in Block 1 bezogen. Ergebnis: Stimmung wie schon lange nicht mehr.

August 1998: St. Pauli-Fans gründen den Verein Ballkult, dessen Arbeit unter anderem der Suche nach neuen Fanräumen und



Dezember 1994: Mottofahrt nach Zwickau

Foto: Übersteiger

die Organisation kultureller Veranstaltungen umfasst.

1999: Aus einer Gruppe Allesfahrer gründet sich der Fanclub Carpe Diem, der sich stimmungsmäßig an italienischen Vorbildern orientiert. Daraus geht später USP hervor.

Sommer 2002: Als offene Gruppe gründet sich „Ultra St. Pauli“ (USP).

Sommer 2003: „Retter“-Kampagne: Nur durch massive Unterstützung der Fans erfüllt der FC St. Pauli die Voraussetzungen zur Lizenzvergabe.



Foto: Übersteiger



Foto: Stadionwelt

Zuschauer

95/96 - 1. Liga - 21.614
 96/97 - 1. Liga - 22.383
 97/98 - 2. Liga - 14.762
 98/99 - 2. Liga - 12.834
 99/00 - 2. Liga - 13.076
 00/01 - 2. Liga - 17.535
 01/02 - 1. Liga - 22.144
 02/03 - 2. Liga - 18.955
 03/04 - 3. Liga - 17.335
 04/05 - 3. Liga - 16.144

Dauerkarten 05/06: ca. 12.000

Fanladen-Buch



Alles über die Geschichte der Fanszene findet sich in dem im letzten Jahr erschienen Buch „15 Jahre Fanladen St. Pauli. 20 Jahre Politik im Stadion“. Die mehr als 300 Seiten beinhalten eine große Sammlung von Bildern und Texten aus den letzten zwei Jahrzehnten.

Das Buch ist zum Preis von 29 Euro über den Fanladen zu beziehen.

U16

Eine weitere Idee, die erstmals bei St. Pauli umgesetzt wurde, sind die U16-Fahrten für ein junges Publikum. Die Bustour zu Auswärtsspielen wird finanziell durch den Fanladen bezuschusst und kann daher sehr billig angeboten werden. Während der Fahrt herrscht Alkohol- und Rauchverbot, zudem muss die Einverständniserklärung der Eltern vorliegen. „In der 1. Liga gab es zu jedem Spiel einen Bus, momentan machen wir mindestens acht Fahrten pro Saison, davon eine mit Übernachtung,“ erklärt Cathrin Baumgart vom Fanladen. „Viele Leute, die an unserem U16-Angebot teilgenommen haben, sind später auch in der Szene aktiv geworden.“ Neben den Fahrten gibt es auch unter der Woche Aktivitäten wie Kicker-Tur-

niere, jeden Freitag den U16-Stammtisch, und alle vier bis sechs Wochen wird gemeinsam gekocht.

Fanzines

Dem Millerntor Roar! folgte ein echter Fanzine-Boom in St. Pauli. Zeitweise gab es sechs verschiedene Hefte. Ältestes noch erscheinendes Fanzine ist der Übersteiger, der mittlerweile bei Ausgabe 77 angekommen ist. Des Weiteren gibt es derzeit noch die Gazzetta d'Ultra, die zu jedem Heimspiel kommt, das Nachgetreten und Der Chaot, der gerade erstmalig erschienen ist. Be-



kannte Fanzines, die zum Teil mehrere Jahre aus der Fanszene berichtet haben, waren Splitter, Unhaltbar!, Fan-Mag, PiPa Millerntor, Blödes Volk und Hossa. Alle aktuellen Fanzines und auch viele ältere sind im Fanladen erhältlich.

Anti-Repressions-Gruppe

Repression gegen Fußballfans ist ein bundesweites Thema, wie die Fan-Demo im vergangenen Jahr deutlich gemacht hat. In St. Pauli gibt es eine Anti-Repressionsgruppe, die inhaltlich zum Thema arbeitet. Einmal im Monat gibt es ein offenes Treffen, bei dem sich mit Themen wie der Datei Gewalttäter Sport, Stadionverboten, dem Hamburger Polizeigesetz oder der geplanten Ombudsstelle auseinander gesetzt wird. Mit Hilfe von Flugblättern werden dann regelmäßig Informationen an die Fanszene weitergegeben. „Wir schreiben die Flyer so, dass sie alle verstehen können. Nicht jeder denkt, dass ihn Stadionverbote etwas angehen, trotzdem möchten wir so viele Fans wie möglich sensibilisieren, da es, beispielsweise bei Auswärtsfahrten, jeden treffen kann“, erklärt Tanja Paul, die auch bei Pro Fans mitarbeitet. An einem Stand am Stadion wird zudem regelmäßig Geld für das Solikonto gesammelt, damit bei juristi-



Die Ärzte geben ein Solikonzert für das Fanzine Übersteiger
 Foto: Übersteiger

schen Auseinandersetzungen betroffenen Fans finanziell unter die Arme gegriffen werden kann.

Mädchen

Der Fanladen bemüht sich aktiv darum, die Position von Frauen im Verein und in der Fanszene zu stärken. So wurden bereits zwei Mädchen-Fußballteams gegründet, die logistisch unterstützt werden. Mitgearbeitet wird auch im bundesweiten Frauen-Fannetzwerk F_in, das im vergangenen Jahr gegründet wurde.

St. Pauli gegen rechts

Den bekannten Aufkleber hat jeder schon mal irgendwo auf einer Wand oder an einer



Laterne kleben gesehen. Kein Wunder, mehr als 2 Millionen wurden mittlerweile produziert.

AntiRa-Turnier

Mit großem Erfolg findet seit zwei Jahren das antirassistische Einladungsturnier des Fanladens statt. Für das Wochenende, das unter maßgeblicher Beteiligung von USP organisiert wird, reisen Fangruppen aus ganz Europa nach Hamburg, die Teilnehmerzahl steigt von Mal zu Mal. In diesem Jahr findet das Turnier vom 12. bis 15. Mai statt.



Gruppenfoto beim Turnier
 Foto: Übersteiger



Fanladen des FC St. Pauli in der Brigittenstraße

Foto: Stadionwelt



Anlaufstelle der „Abteilung Fördernde Mitglieder“ am Stadion

Foto: Stadionwelt



St. Pauli-Clubheim, Fanshop und Kartencenter

Foto: Stadionwelt



Das Jolly Roger

Foto: Fanladen

Freunde und Feinde

Echte „Feindschaften“ gibt es kaum, wenn gleich naturgemäß die Abneigung zu Vereinen mit eher rechtsgerichtetem Fanpotenzial enorm ist. Im umgekehrten Fall kann grundsätzlich gesagt werden, dass es zu vielen Vereinen und Fangruppen in ganz Europa mehr oder weniger intensive Kontakte gibt. In Deutschland existieren z.B. Fanclub-Beziehungen zu Fortuna Düsseldorf oder im Ultra-Bereich gute Verbindungen zu Babelsberg 03 und Werder Bremen. International haben sich vielfältige Beziehungen in alle Welt entwickelt, die teilweise auch nur auf ganz persönlicher Ebene ablaufen. Als einige Beispiele seien hier Fangruppen von Athletic Bilbao (Herri Norte), Standard Lüttich (Hellside und Ultras Inferno), Cadiz FC (Brigadas Amarillas), NAC Breda (De Rat), Wacker Innsbruck (Verrückte Köpfe) und Wiener SC (Friedhofstribüne) genannt. Die Skinheads St. Pauli haben enge Kontakte zu Bohemians Prag, USP nach Ternana (Freak Brothers und Working Class) und Bergamo (ehemalige BNA).

Hamburger SV

Der Club aus der eigenen Stadt ist immer noch Rivale Nummer 1, auch wenn die beiden Vereine derzeit sportlich nicht aufein-

ander treffen. Bei Spielen gegen die Zweitvertretung des HSV und bei Hallenturnieren im Winter kommt es jedoch immer wieder zu Reibereien.

Hansa Rostock

In den 90er Jahren brannte bei den Spielen gegen die Rostocker die Luft, und es kam



Ärger in Rostock

Foto: Übersteiger

immer wieder zu Auseinandersetzungen. Da man seit Jahren nicht mehr aufeinander getroffen ist, hat sich alles etwas beruhigt.

1.FC Köln

Bei der Meisterschaft 1978, die der FC in Hamburg mit einem Auswärtssieg beim FC

St. Pauli feiern konnte, entstand dieser Kontakt, der aber in den 80er und 90er-Jahren deutlich intensiver war. Gelebt wird diese Freundschaft in kleinem Rahmen und auch eher im klassischen Fanumfeld der Nordkurve des FC St. Pauli.

Celtic FC

Die Freundschaft mit den Grün-Weißen aus Glasgow existiert nun bereits seit Anfang der 90er und ist derzeit zahlenmäßig wohl die größte und aktivste. Auch begünstigt durch günstige Fluglinien sind bei fast jedem Spiel beider Clubs Fans der jeweils anderen Seite zugegen. Für die St. Pauli-Fans bieten sich zudem die Europacup-Auftritte der Celts an. Sei es Spanien, Italien, Litauen oder die Ukraine, Braun-Weiß ist immer dabei. Auch einen offiziell in Glasgow eingetragenen Supporters Club gibt es auf dem Kiez. Bei der jährlichen Celtic/St. Pauli-Party kamen im Februar 2006 an die 300 Celtic-Fans aus ganz Europa nach Hamburg – diese Verbindung geht weit über das Sportliche hinaus, wengleich für den kommenden Sommer eine Wiederholung des Freundschaftsspiels vom Juli 1995 am Millernort geplant ist.