



Die Kurve gratuliert zum 20. Meistertitel: FC Bayern München – Borussia Dortmund, 2005/06

Foto: Daniel Lindemeir

Ultra-erfolgreich

Kein deutscher Verein hat so viele Anhänger wie der FC Bayern. Das ist jedoch nicht immer ein Vorteil, wie ein Blick in die Fanszene zeigt.

Die U-Bahn hält in Fröttmanning. Ein Name, den man eher mit tieferer Provinz als mit internationalem Fußball in Zusammenhang bringen würde. Doch hier ist seit genau einer Saison der FC Bayern München zu Hause, hier hat er sich mit der Allianz Arena eine gigantische Spielstätte geschaffen und wird nun auch in Sachen Stadion seinen hohen Ansprüchen gerecht.

Bereits beim Verlassen der Bahnstation sieht man es, wie es auf dem Hügel thront. Und davor wimmeln sie wie Ameisen, die Fans des FC Bayern, ausgespuckt von hunderten Reisebussen, die aus allen Teilen Deutschlands regelmäßig zu den Heimspielen anreisen. Seit dem Umzug in die Allianz Arena war jedes Heimspiel ausverkauft. Die neue Spielstätte hat die Anziehungskraft des Rekordmeisters noch einmal verstärkt. „Arena, oho!“ singen gar einige, die mit ihren Handys oder Digitalkameras versuchen, Münchens mittlerweile bekanntestes Bauwerk für ein Erinnerungsbild abzulichten.

Es ist ein friedlich-buntes Treiben, die unterschiedlichsten Dialekte sind zu hören, und irgendwie erinnert das alles ein wenig an das Drumherum bei Fußball-Länderspielen. Vielleicht, weil die Dimensionen vergleichbar sind. Der FC Bayern hat in Deutschland die meisten Fans, 112.000 Vereinsmitglieder und alleine 2.236 eingetragene Fanclubs – in Deutschland wohl gemerkt. Im Ausland kommen noch einmal 169 hinzu.

Im Stadion erinnert vieles an ein Volksfest. Fröhliche, lächelnde Reisegruppen suchen ihre Plätze, hier ein Foto, da ein Foto. Gesungen aber wird auf der Südseite, vor allem im Untergrund. Denn hier ist das Herz der sehr facettenreichen Fanszene des FC Bayern, die Südkurve. „Bei uns findest du alles: Ultras, Groundhopper, Kutten, traditionelle Fanclubs, Allesfahrer, Touristen, Erfolgfans – und jede Strömung ist mit vielen Leuten vertreten“, erklärt Andy Brück, Fan- und Kurvenbeauftragter des FC Bayern. Mal sind es die Ultras, die mit ihrem unermüdlichen Einsatz die Kurve

zum Singen bringen, mal die Fanclubs ein paar Reihen weiter oben, und gelegentlich stimmt auch der Trompeter, der einen Rang höher seinen Stammplatz hat, einen alten Klassiker wie „Oh, du wunderschöner FCB“ an, bei dem dann alle mit einsteigen. Dazwischen werden aber auch mal drei Lieder gleichzeitig gesungen. Denn die Koordination im neuen Fanblock, der sich erst einmal strukturieren muss, klappt noch nicht immer.

Neuanfang nach mehr als 30 Jahren Olympiastadion

Mit dem Umzug in die Allianz Arena begann für die Fans des FC Bayern im letzten Sommer eine neue Zeitrechnung. Viele Hoffnungen waren damit auch im Hinblick auf die Stimmung verbunden. Doch die Zwischenbilanz ist eher durchwachsen. Sowohl die Vereinsführung als auch die Fans haben sich mehr erhofft.

Die Gründe, warum es oft nicht so gut läuft, sind vielfältig. „Im Olympiastadion war der Sammlungsprozess einfacher.

Viele Leute, die zu motivieren wären, stehen jetzt ungewollt in der Nordkurve“, so Christian Schulz von der Ultragruppe Schickeria. Das Problem besteht darin, dass der Fanblock auf der Südseite immer ausverkauft ist. „Gerade für junge Fans gestaltet sich die Kontaktaufnahme mit uns schwierig, da sie im Stadion nicht zu uns kommen können“, erklärt Schulz. Ähnlich sieht es Gregor Weinreich von der Fanvereinigung Club Nr. 12: „Ein 14-Jähriger aus München hat es schwer, hier an Karten zu kommen. Und dadurch, dass wir immer ein volles Stadion haben, können wir mit dem Stimmungskern auch nicht einfach irgendwo anders auf eine leere Tribüne gehen und dort etwas wachsen lassen.“

Während sich viele vergeblich um einen Platz in der Südkurve bemüht haben, finden sich dort aber immer wieder Touristen ein, die im Grunde nur das Spiel sehen wollen. „Es ist schon krass, was für Leute zum Teil neben uns stehen oder manchmal gar sitzen. Die haben ihre Karte bei eBay gekauft oder sich vor Saisonbeginn einfach den günstigsten Sitzplatz ausgesucht. Sie gehen jedoch nicht zum Spiel, um Stimmung zu machen. Insgesamt

hat sich das Publikum in der Kurve und im ganzen Stadion grundlegend verändert, unsere Kurve wird von Modefans überschwemmt“, berichtet Schulz.

Damit stehen die Fans zurzeit vor der fast unlösbaren Aufgabe, das Stadion mitzureißen, obwohl die Stimmung zum Teil schon in der Südkurve verebbt. Vor einer solchen Entwicklung wurde von Fanseite bereits vor langer Zeit gewarnt. „Die aktuellen Probleme haben wir schon vor Jahren beschrieben. Beim Stadionbau ist es uns Fans jedoch nie gelungen, ernst genommen zu werden. Die Frage der farblichen Gestaltung der VIP-Logen war immer wichtiger als beispielsweise die Stehplatzfrage“, bemängelt Weinreich die fehlende Rücksichtnahme auf Faninteressen.

Auch der FC Bayern hat das Problem mittlerweile erkennen müssen. „Natürlich ist es auch für den Verein schlecht, wenn im Stadion keine Stimmung ist“, erklärt Brück. So besteht die Hoffnung, dass nach der WM das Thema Stehplätze wieder aktuell werden könnte. Jedoch ist es auch durch die Probleme beim Stadionpartner 1860 schwieriger geworden, eine mögliche Umrüstung zu finanzie-

ren, zumal die Entfluchtungsfragen noch nicht geklärt sind.

Die Kritik an der derzeitigen Situation ist jedoch nicht mit einer generellen Ablehnung der neuen Spielstätte gleichzusetzen. Im Gegenteil: In der Gesamtbilanz liegt die Allianz Arena auch bei den aktiven Fans vor dem Olympiastadion. „Von innen ist das schon ein schönes Stadion, man ist ganz nah am Spielfeld und die Voraussetzungen für gute Atmosphäre sind grundsätzlich gegeben. Negativ sind natürlich die fehlenden Stehplätze, die vielen Verbote und der Eventtourismus, der sich nachteilig auf die Stimmung auswirkt. Unterm Strich ist die Veränderung aber dennoch leicht positiv – auch wenn uns das vielleicht nicht immer so vorkommt, weil uns der Alltagsfrust, vor allem durch Überregulierung, die angesprochenen sinnlosen Verbote und mangelnden Freiraum für Eigeninitiativen, oft den Spaß nimmt. Der Sicherheitsaspekt steht hier in München sowohl beim Verein, wie auch bei der Polizei über allem. Wirklich reflektiert oder kritisch hinterfragt wird das ganze nicht – so gehen eben Stück für Stück alle Freiräume verloren. Ohne Freiheit gibt ▶

Die traditionelle Fankurve im Olympiastadion: mehr Freiraum für die Aktiven, aber weniger Zuschauer im Stadion

Foto: Schickeria



„Die Stimmung hat sich verändert“

Interview mit Thomas Emmes (Fanprojekt München)

Lange Jahre war er selbst in der Fanszene der Bayern aktiv. Seit 1995 ist Thomas Emmes (39) einer von vier Mitarbeitern des Münchener Fanprojekts.

Stadionwelt: Wie hat sich die Fanszene des FC Bayern von den 70er Jahren bis heute entwickelt? Welche Gruppen ragten heraus?

Emmes: Den Anfang machte der Fanclub Südkurve '73, der erstmals nach dem Umzug von der Grünwalder Straße ins Olympiastadion namentlich in Erscheinung trat. Das war damals die Fangruppe schlechthin, ein paar hundert Leute, die immer gemeinsam zu den Spielen gefahren sind. Zeitweise wurden sie sogar von der Stadt unterstützt, die ihnen im Westend in der Parkstraße Räume zur Verfügung stellte. Ende der 70er Jahre spalteten sich die Red Angels ab. Beide Gruppen waren nun die führenden Fanclubs in der Bayern-Szene. Anfang der 80er wurden die Red Angels faktisch aufgelöst, auch wenn sie im Kleinen weiter existierten. Das lag besonders am Druck der Polizei, nachdem es bei den Spielen viel Gewalt gegeben hatte. Südkurve '73 gibt es übrigens heute noch, auch wenn die Gruppenstärke im Lauf der Jahre immer mehr abgenommen hat.

Bis Mitte der 80er Jahre gab es nicht viel in der Fanszene, es waren hauptsächlich kleine Gruppen und Fanclubs, bekannter waren die Red Tigers, die Red Kings und die Red Champs. Zudem war es die Zeit der Bomberjacken mit Versuchen aus dem rechten Lager, in der Szene Fuß zu fassen. In der zweiten Hälfte der 80er kam die Hooliganwelle, 1986 entstand die Service Crew München. Mit den Red Munichs wurde 1989 der vielleicht bekannteste Allesfahrer-Fanclub gegründet, und ab Mitte der 90er gab es in der Fanszene des FC Bayern erste Ultra-Versuche, allerdings noch nicht unter dem Namen Schickeria. Die Munichmaniacs waren beispielsweise eine der Gruppen aus dieser Zeit.

Stadionwelt: Im Vergleich zu früher – was hat sich positiv verändert, was negativ?

Emmes: Insgesamt hat sich doch sehr viel zum Positiven entwickelt. Wir haben heute einen sehr guten Fan- und Kurvenbeauftragten, der aus der Fanszene kommt. Das ist beim FC Bayern schon mal ein großer Schritt nach vorne. Zudem gibt es die Schickeria, die sehr aktiv und politisch korrekt ist. Das ist ebenfalls eine gute Sache. Negativ sehe ich vor allem die Veränderungen, die durch den Sicherheitswahn entstanden sind. So ist die Kurve kleiner geworden, ist nicht mehr so bunt und die Stimmung ist nicht

mehr so gut. Das ist heute alles ein wenig zu sauber. Die Fankultur hat sich dadurch verändert, die Lieder haben sich verändert.

Stadionwelt: Was waren stimmungsmäßig die besten Zeiten?

Emmes: Die Stimmung im Stadion ist heute nicht mehr so aggressiv wie früher, die Lieder sind gemäßigter. Insgesamt ist es anders geworden, nicht unbedingt schlechter. Ich habe den Eindruck, dass von den Rängen nicht mehr so viel Druck Richtung Mannschaft gemacht wird, teilweise feiern die Fans mehr sich selbst. Die Ultras versuchen eine neue Form von Liedgut zu etablieren, was natürlich viele traditionelle Anhänger nicht möchten, die lieber die Lieder der 90er Jahre singen. Und dann gibt es natürlich noch viele Erfolgsfans und Eventtouristen, die gar nicht singen.

Stadionwelt: Wann hat diese Entwicklung eingesetzt?

Emmes: Da der FC Bayern ja schon seit vielen, vielen Jahren so erfolgreich ist, gab es auch schon immer Erfolgsfans im Stadion, damals war jedoch eine gewachsene Fanszene vorhanden und alles war noch viel verbundener mit der Stadt München. So richtig setzte dieser Boom erst in den 90ern ein. Seit dem Umzug in die Arena ist ein neuer Höhepunkt erreicht.

Stadionwelt: Wie kommen die aktiven Bayern-Fans und Gelegenheitsbesucher miteinander aus?

Emmes: Es gibt da zum Teil wenig Berührungspunkte. Die aktive Fanszene versucht ihr Ding durchzuziehen, und die Eventbesucher bekommen doch gar nicht mit, was so läuft, da es ein ständig wechselndes Publikum ist. Die gewachsene Fanszene ist recht

klein, obwohl der FC Bayern die meisten Anhänger in Deutschland hat. Viele kommen von außerhalb, die können gar nicht nachvollziehen, wie es ist, in München zu leben, in dieser Stadt zu Hause zu sein und den Lokalrivalen um sich zu haben. Ich kann nicht verstehen, wie Leute aus anderen Städten, in denen es auch große Vereine gibt, Bayern-Fans werden können. „Support your local team“ ist da mein Grundsatz.

Stadionwelt: Die Service Crew, Münchens bekannteste Hooligangruppe, bestand aus Bayern- und 60-Fans. Wie war das möglich?

Emmes: Die Service Crew war von Anfang an rot und blau, es ging um München. Man muss wissen, dass die 60er damals in der Bayern-Liga spielten, und den Leuten war es auch zu blöd, immer nur nach Landshut zu fahren. Wenn es damals Stress zwischen Anhängern beider Seiten gab, waren es meistens Kutten, die sich in die Haare kamen. Innerhalb der Service Crew wurde höchstens mal mit Sprüchen provoziert, ansonsten war man befreundet. Das war aber sicher eine einmalige Geschichte, so etwas wird es wohl nicht mehr geben.

Stadionwelt: Wie hat sich das Verhältnis zu 1860 entwickelt?

Emmes: Es gibt nach wie vor eine Rivalität zwischen beiden Lagern, aber nicht mehr so viel Hass und nicht mehr so viele Auseinandersetzungen. Das läuft auch schon mehr auf der Eventebene ab. Meiner Meinung nach ist das nach der Bayernliga-Zeit der Löwen nie wieder richtig hochgekommen. Durch das Entstehen der Ultra-Gruppen wurde die Rivalität jedoch wieder etwas belebt.



Wenig Berührungspunkte mit den Stadiontouristen

Foto: Stadionwelt



Gilt als eine der besten: die Choreo zum Champions-League-Finale 2001

Foto: Club Nr. 12

es aber auch keinen Raum für Kreativität oder Initiative. Eigendynamik der Fanszene wird beim FC Bayern leider nur als Risiko begriffen – nicht als Chance!“, sagt Christian Schulz von der Schickeria. Die Verbote, die die Fans kritisieren, betreffen unter anderem freie Platzwahl in der Südkurve, große Fahnen, Megafone, das Recht auf freie Meinungsäußerung mittels Spruchbändern oder Infolyern und einen regelmäßigen eigenen Stand in der Kurve.

Sommertheater erschüttert die Fanszene

Auch wenn es noch viel zu klären gibt zwischen den Fans und der Vereinsführung, ist die Situation nicht mehr mit der im Sommer 2003 zu vergleichen. Damals stand die Fanszene des FC Bayern am Scheideweg. Vorausgegangen waren unschöne Begleiterscheinungen bei der Meisterfeier, als die Fans die Straßen zum Marienplatz in eine große Partyzone verwandelten, die Polizei jedoch mit einem massiven Einsatz versuchte, eine Kreuzung zu räumen. Die Situation eskalierte – und der Verein folgte der Polizeidarstellung, gab den eigenen Anhängern die Schuld an dem Ereignis. Bestraft wurden drei aktive und kritische Gruppen, namentlich der Club Nr. 12, die Schickeria und der Fanclub Red Sharks. Die Sanktionen sahen unter anderem vor, dass

alle Mitglieder dieser Gruppen ab sofort keine Dauerkarten mehr erhalten sollten. Ein herber und ungerechtfertigter Schlag für die aktive Szene. Doch die Fans wehrten sich mit massiven Protesten, hochkarätigem juristischen Beistand und eifriger Öffentlichkeitsarbeit, die die Vorkommnisse bundesweit in die Medien brachte. Fangruppen aus ganz Deutschland solidarisierten sich mit den Münchenern, und der Druck auf die Vereinsführung nahm zu. Letztlich waren die Vorwürfe nicht aufrecht zu erhalten. Die Fans wurden rehabilitiert und kamen doch noch zu ihren Karten. Der FC Bayern musste die Pauschalverurteilungen zurücknehmen und hatte eine schwere Niederlage gegen die eigenen Fans erlitten. „Eine Ursache für die Probleme im Sommer 2003 lag sicher darin, dass wir als aktive und kritische Fans im Verein keine Lobby haben. Da waren die Ereignisse eine gute Gelegenheit, gegen uns vorzugehen. Beim FC Bayern mangelt es an Respekt vor den Fans. Wenn wir was Positives machen, wird das als Selbstverständlichkeit angesehen, gibt es mal Probleme, zeigt sich der Verein entrüstet“, bedauert Schulz.

In einer öffentlichen Diskussion mit Manager Uli Hoeneß und dem von Fansseite massiv in der Kritik stehenden Fanbeauftragten Raimond Aumann wurde jedoch schon bald ein erster Dialog wieder aufgenommen, und eine vom Fanpro-

jekt und der Koordinationsstelle Fanprojekte (KOS) organisierte Veranstaltung brachte ein Ergebnis. Ein Fanrat wurde gegründet, um die Kommunikation zwischen allen Beteiligten auch künftig aufrecht zu erhalten. Mit Andy Brück bekam Aumann zudem einen Mitarbeiter an die Seite gestellt, der wirklich aus der Fanszene kommt und dort auch akzeptiert ist. „Es war schon eine Sensation beim FCB, dass der Fanrat anerkannt wurde, denn grundsätzlich ist es bis zur institutionellen Mitsprache beim FC Bayern ein sehr weiter Weg. Und es ist nicht leicht, gegen den Willen der Vereinsführung etwas durchzusetzen“, so Gregor Weinreich vom Club Nr. 12. „Der Verein hat mich angesprochen, da ich zu dieser Zeit bereits sehr aktiv in der Szene war und immer mal wieder als Ansprechpartner fungierte. Ich war jedoch skeptisch, ob ich das machen kann, gerade zu diesem Zeitpunkt nach dem Sommertheater. Doch jetzt, drei Jahre später, kann man sagen, dass es gut läuft“, so Brück.

Weniger erfolgreich ist die Bilanz des Fanrats, der als vom Verein anerkannte Fanvertretung fungieren sollte. Insgesamt 14 Personen wurden hierfür von den Bayern-Fanclubs gewählt. Jedoch haben viele Gruppen diese Einrichtung in der Folgezeit nicht genutzt und sind in Sachfragen direkt an den FC Bayern herangetreten, wodurch die Akzeptanz der Einrichtung sank. Heute findet eine ▶

Freunde und Feinde

Der FC Bayern ist grundsätzlich bei den Fans der meisten Vereine in Deutschland nicht gerade beliebt, die Bayern-Fans hegen Antipathien gegen viele langjährige Rivalen wie beispielsweise den HSV, Bremen, Dortmund, Schalke, Stuttgart oder Mönchengladbach. Es gibt jedoch zwei Vereine, zu denen das Verhältnis mehr als nur schlecht ist.

1. FC Nürnberg: Die Spiele gegen Nürnberg sind für die Bayern-Fans der Saisonhöhepunkt. Und es ist der Gegner, den man am meisten hasst. Das Derby lebt zudem von der traditionellen regionalen Rivalität zwischen Franken und Bayern.



Freundliche Worte für FCN-Fans Foto: F. Schwarz

1860 München: Früher stand auch das Derby gegen den Stadtrivalen 1860 ganz oben auf der Liste. Mittlerweile ist die Rivalität jedoch nicht mehr so ausgeprägt wie früher. Dass beide Vereine durch die Allianz Arena so eng kooperieren, wird allerdings auch heute nicht gerne gesehen.

Bei weit mehr als 2.000 Bayern-Fanclubs, die aus alle Ecken des Landes kommen und ständig an irgendwelchen Fanclub-Turnieren teilnehmen, gibt es im Kleinen sehr viele freundschaftliche Kontakte zu Fans anderer Vereine. Lediglich zu einem Verein existiert eine größere traditionelle Freundschaft, zu einer anderen Szene hat sich in den letzten Jahren etwas entwickelt.

VfL Bochum: Eine langjährige Freundschaft verbindet ältere Fangenerationen beider Vereine, zuletzt war aber alles ein wenig eingeschlafen. In jüngster Zeit haben die Ultras beider Seiten durch gegenseitige Besuche wieder mehr Leben in die Freundschaft gebracht.

FC St. Pauli: Der gute Kontakt beschränkt sich auf die Ultra-Gruppen beider Vereine. Begonnen hat alles, als der FC Bayern im Sommer 2003 zu einem Freundschaftsspiel beim FC St. Pauli antrat, um den vor dem finanziellen Aus stehenden Verein zu unterstützen. Das geschah genau zu der Zeit, als das Münchener Sommertheater tiefe Risse zwischen dem FC Bayern und seiner aktiven Fanszene offenbarte. Die St.-Pauli-Fans erklärten sich auf Spruchbändern solidarisch und nach dem Spiel feierten beide Gruppen gemeinsam. Seit diesem Spiel haben sich USP und die Schickeria mehrfach besucht.

Arbeit des Fanrats praktisch nicht mehr statt. „Die Sache hat sich totgelaufen, der Fehler hierfür liegt auf allen Seiten“, analysiert Weinreich. Das ist einer der Gründe, warum sich der Club Nr. 12 auch wieder mehr um fanpolitische Themen, wie beispielsweise die Stehplatzfrage, kümmert. Nach der Gründung des Fanbeirats hatte sich die Gruppe eine zeitlang hauptsächlich auf ihre ursprünglichen Kernthemen, die Organisation von Choreografien, Auswärtsfahrten und Sonderzügen, konzentriert.

Optisch ganz weit oben

Vor allem mit gelungenen Choreografien konnten sich die Bayern-Fans in den letzten Jahren auszeichnen, sie gehören bundesweit zu den besten. Der Club Nr. 12, vor knapp zehn Jahren gegründet, hatte an dieser Entwicklung maßgeblichen Anteil. Der Entstehung vorausgegangen war das UEFA-Cup-Endspiel 1996 in Bordeaux. Die von den Heimfans organisierte Choreografie, die sich über das komplette Stadion erstreckte, hinterließ einen nachhaltigen Eindruck. „Wir waren richtig erstaunt, und nach dem Spiel gab es viele Stimmen, die gesagt haben, das müssen wir auch mal machen“, erklärt Gregor Weinreich, einer der Gründer des „C12“. Heute verfügt die Gruppe über knapp 800 Mitglieder, die sich in einen aktiven Kern und viele passive Mitglieder, die mit ihren Beiträgen helfen, die Aktionen zu finanzieren, aufteilt. „Durch die Bündelung von vielen aktiven Leuten und damit auch finanziellen Mitteln können wir Aktionen durchführen, die für einzelne Fanclubs zu aufwändig und zu teuer wären“, so Weinreich. Abgese-

hen von den Aktionen ist der Club Nr. 12 im Stadion nicht sichtbar. Es gibt weder eine Zaunfahne, noch Doppelhalter oder ähnliche Artikel. Sämtliche Einnahmen werden in Aktionen investiert.

Neuer Schwung durch die Ultras

Die zurzeit auffälligste Gruppe in der Fanszene des FC Bayern sind wie bei vielen anderen Clubs die Ultras, in diesem Falle die Schickeria München, die sich bei allen Spielen hinter dem Tor auf der Südseite versammelt. Mittlerweile rund 700 Mitglieder hat die Gruppe, rund ein Drittel davon gehört zum aktiven Kern. 400 Mitglieder kommen aus Bayern, davon 250 aus München und Umgebung. Selbst in anderen Bundesländern haben sich mittlerweile Sektionen gebildet. Gegründet hat sich die Schickeria im Sommer 2002, als sich mehrere kleine ultraorientierte Fanclubs zusammenschlossen. Ziel der damals 70 Leute war es, die Stimmung in der Südkurve zu verbessern und den Ultra-Gedanken zu etablieren. Als Namen wählte man, nicht ganz ohne Ironie, die für München bekannte Bezeichnung der Schickimicki-Szene der Schönen und Reichen, einst besungen von der Spider Murphy Gang.

Nach dem Sommertheater 2003 setzte ein Mitgliederboom ein. Von Anfang an sah sich die Schickeria als offene Gruppe und setzt noch heute bewusst auf Masse. Auch aus pragmatischen Gründen. „Gerade bei einem Großverein wie dem FC Bayern ist es wichtig, selbst als große Gruppe zu agieren, um Zeichen setzen zu können und überhaupt eine Verhandlungsbasis gegenüber dem Verein zu haben.“, heißt es von Seiten der Schicke-



FC Bayern München – AC Milan, 2005/06

Foto: F. Schwarz



FC Bayern München – 1. FC Nürnberg, 2005/06

Foto: Florian Schwarz/bfc-suedwestpfalz.de

ria. „Nicht alle bei uns haben die gleiche Hardcore-Ultra-Einstellung, trotzdem sollen sie mitmachen. Es ist hinsichtlich der Stimmung und vieler anderer Dinge sogar notwendig, dass es viele Leute gibt, die unsere Sache unterstützen, auch wenn sie sich selbst nicht so viel einbringen können. Wir wollen nicht so arrogant und elitär sein, wie es früher in der Szene oftmals der Fall war, als nur jahrelange Allesfahrer ernst genommen wurden“, so Simon Müller, ein führender Kopf der Münchner Ultras. Somit gehört die Schickeria heute zu den zahlenmäßig stärksten Ultra-Gruppen in Deutschland. In der Selbstdarstellung auf der eigenen Homepage findet sich seitenweise Text, der darüber informiert, welche Ziele, welchen Stil und welche Einstellung die Gruppe vertritt. Und wie verträgt sich das mit der hohen Mitgliederzahl? „Natürlich gibt es ab und zu Leute, die sich nicht so verhalten, wie wir es wollen, aber das muss man in Kauf nehmen und immer weiter daran arbeiten. Insgesamt ist alles jedoch erstaunlich homogen, und viele Mitglieder sind beigetreten, gerade weil wir so sind, wie wir sind! Es gibt gewisse unveränderliche Grundsätze der Gruppe, an die man sich zu halten hat, ansonsten haben wir aber teilweise auch eine Art ‚integratives Modell‘, mit dem wir bis jetzt auch ganz gut fahren. Die jungen Mitglieder müssen bestimmte Dinge eben erst lernen und verstehen – bei manchen geht dies ganz schnell, andere brauchen halt ein bisschen länger“, beurteilt Müller die Situation. Um diesen Ansatz zu unterstützen, müssen sich Neumitglieder erst einmal informieren. Hierzu erhalten sie ein 16-seitiges Infoheft, in dem die wichtigsten Grundsätze der Gruppe zusammengefasst sind. Erst beim nächsten Treffen können sie dann

Mitglied werden. Auch die Möglichkeit, einen Antrag auf Mitgliedschaft anonym im Internet herunterzuladen, gibt es nicht mehr.

Einen eigenen Weg gehen

Die Schickeria sieht sich als klassische Ultragruppe, orientiert sich an italienischen Vorbildern, versucht, neue, kreative Lieder in der Kurve einzuführen, setzt mit Fahnen optisch Akzente und organisiert gelegentlich eigene Choreografien oder unterstützt die großen Aktionen des Club Nr. 12. Die Gruppe legt Wert darauf, einen eigenen Stil zu erarbeiten, sich von anderen Ultraszenen zu unterscheiden. Daher fordert sie von ihren Mitgliedern, sich genau zu überlegen, welche Art von Aktionen durchgeführt und welche Fahnen gemalt werden. „Wir sind die Kurve des besten und größten Vereins und der schönsten Stadt in Deutschland, und diesen Anspruch sollten wir auch haben“, heißt es selbstbewusst auf der Homepage.

Aber die Aktivitäten der Schickeria beschränken sich nicht nur auf die akustische und optische Unterstützung im Stadion. Verschiedene Publikationen werden herausgebracht, wie zum Beispiel das „Südkurvenblatt“ zu jedem Heimspiel oder das Fanzine „Gegen den Strom“ zweimal pro Saison. Hinzu kommen Flugblätter und Spruchbänder zu aktuellen Themen, regelmäßig treffen sich eine Anti-Rassismus-, eine Anti-Repressions- und eine Ultras-Karitativ-Gruppe.

Da der Kern der Schickeria aus München kommt, sehen sich viele Mitglieder auch unter der Woche, planen Aktionen und verbringen ihre Freizeit gemeinsam. Aus diesem Kreis bildet sich auch die etwa 10-köpfige Führungsebene, die ▶

Historie

1973: Südkurve '73, der vielleicht bekannteste Fanclub aus der Szene, wird gegründet. Über Jahre prägt er das Bild in der Kurve. Anlass zur Gründung war der Umzug ins Olympiastadion. Gegen Ende der 70er Jahre hatte der Club rund 300 aktive Mitglieder

1978: Einige Mitglieder von Südkurve '73 spalten sich ab und gründen die Red Angels, die in den folgenden Jahren ebenfalls eine dominante Position in der Kurve einnehmen. Zur Hochzeit hat die Gruppe 200 Mitglieder.

1982: Zum Pokalfinale in Frankfurt treffen die Sonderzüge aus Nürnberg und Bayern gleichzeitig im Bahnhof ein. Es kommt zu einer Schlacht zwischen beiden Fangruppen. Die Polizei setzt Wasserwerfer ein, es gibt 30 Verletzte und über 90 Festnahmen.

1989: Der bekannte Allesfahrerfanclub, Red Munichs 89, gründet sich. Ein Freundschaftsspiel der Bayern 1994 in den USA war bis heute der letzte Auftritt der Profimannschaft, bei dem kein Fanclubmitglied anwesend war.

1995: Das Fanprojekt München wird gegründet.

1996: In der Sommerpause gründen sich die Munichmaniacs, die erste ultraorientierte Fangruppe in München und Vorgänger der Schickeria.

14.10.1999: Der Verein Red United e.V. entsteht im Beisein von 16 Gründungsmitgliedern.

Saison 2000/01: Aus Sicht vieler Bayern Fans die perfekte Saison. Der Club gewinnt die Champions League und am letzten Spieltag die Meisterschaft, die der FC Schalke vier Minuten in seinen Händen glaubte.

2002: In der Sommerpause gründet sich die Schickeria München.

Mai 2005: Der FC Bayern spielt zum letzten Mal im Olympiastadion. Gegner ist mit dem 1. FC Nürnberg der Rivale Nummer 1, Bayern gewinnt 6:3 (Halbzeit 5:0) und bekommt nach der Begegnung die Meisterschale überreicht. Es ist eines der stimmungsreichsten Spiele im Olympiastadion.



FCB – 1860, 2000/01

Foto: fcb-fanfotos.de



Support auch für die Amateure: Kleines Derby gegen die Zweite der Löwen, 2005/06 Foto: Florian Trostberger

bisweilen benötigte Entscheidungen trifft und die Gruppe öffentlich vertritt. Dabei geht es auch um Inhaltliches. So waren die Münchener mit 150 Teilnehmern eine der stärksten Gruppen auf der Fan-Demo im vergangenen Jahr, und auch bei den Mondial Antirassisti im italienischen Montecchio stellte die Schickeria eine Mannschaft. Dieses Jahr zu Pfingsten veranstalteten sie ihr erstes eigenes antirassistisches Einladungsturnier für Freunde und Bekannte, das sie dem legendären ehemaligen Bayern-Präsidenten Kurt Landauer widmeten, der aufgrund seiner jüdischen Abstammung im Dritten Reich den Vereinsvorsitz aufgeben und in die Schweiz fliehen musste, nach dem Krieg allerdings ins Amt zurückkehrte und die Weichen für die bekanntermaßen überaus erfolgreiche Zukunft der Bayern stellte.

(Fan-)Welten treffen aufeinander

Doch wie reagiert die traditionelle Fanszene auf das Engagement der Schickeria? „An den Ultras scheiden sich die Geister, sie haben enormen Zulauf durch junge Leute, aber viele Ältere sehen es skeptisch“, so Brück. „Als die Ultramanie in Deutschland einsetzte, waren viele Fanszenen am Ende. Bei uns gab es immer noch aktive Allesfahrer, denen es bis heute nicht Recht ist, dass jetzt andere Gruppen kommen. Auch das von den Ultras favorisierte Modell, wonach ein Vorsänger mit Megafon der Kurve die Gesänge vorgibt, ist nicht überall beliebt. Das wird bei uns auch mittelfristig nur mit Reibereien funktionieren“, erklärt Gregor Weinreich. „Natürlich es gibt Leute, denen es nicht passt, was wir machen“, erklärt Michael Sturm von der Schickeria, „aber unser Anliegen ist es, auch auf sie zuzugehen und ihnen unsere Art von Fankultur näher zu bringen, auch wenn dies teilweise einer Sisyphusarbeit gleicht.“

Aber nicht nur zwischen Ultras und traditioneller Fanszene ist es bisweilen nötig, Brücken zu bauen. In der riesigen Schar der Bayern-Fans treffen immer wieder ganz unterschiedliche Vorstellungen aufeinander. Sichtbar wird dies

etwa bei Auswärtsspielen, in denen der FCB immer einen massiven Block hinter sich hat, allerdings sind in jeder Stadt andere Leute dabei. „Viele Bayern-Fans, die aus der Region kommen, in der das Auswärtsspiel stattfindet, gehen nur einmal im Jahr ins Stadion und kennen dann oft die Lieder nicht“, beschreibt Matthias Groeneveld, ein weiteres Mitglied der Schickeria-Führung, die immer wiederkehrende Situation im Gästeblock. „Bei solchen Spielen muss man sich auf einfache Lieder beschränken, damit Stimmung ist“, meint Brück. „In diesem Fall kann sich dann der Vorteil ergeben, dass auch auswärts 8.000 Leute mitsingen“, kann Weinreich der Sache zumindest noch etwas Positives abgewinnen. Dies sehen die Ultras naturgemäß anders. „Es kann nicht sein, dass man sich total verbiegt, jeglichen Anspruch an den Auftritt der eigenen Fanszene und die Aussicht auf einen wenigstens in Maßen individuellen Stil einfach aufgibt, nur damit auch der letzte Suffkopf oder Stadiontourist noch irgendeinen platten Mist auf Ballermann-Niveau mitgröhlen kann“, so hingegen die Meinung der Schickeria.

Die Schattenseite des Erfolgs

Viel Diskussionsstoff also in einer Fanszene, von der Außenstehende glauben, dass sie alleine aufgrund der sportlichen Erfolge ständig auf Wolke 7 schweben müsste. Auf dem Rasen erlebt der Club nur selten Tiefen, und selbst die wären für andere Vereine schon ein Erfolg. Aber der Preis hierfür, für die vielen Siege, Titel und Triumphe in den letzten drei Jahrzehnten, ist eine unüberschaubare Masse an Erfolgsfans. Denn gerade diese riesige Zahl von Anhängern, die bei den Spielen der Bayern, egal ob zu Hause oder auswärts, Woche für Woche für ein ausverkauftes Haus sorgt, erschwert es den aktiven Fans, egal aus welchem Lager, sich selbst zu organisieren, ihre Interessen zu vertreten und beim Verein als wichtiger, unverzichtbarer Grundpfeiler der Bayernfanszene anerkannt und respektiert zu werden. Verdient hätten sie es allemal. ■ Stefan Diener

Amateure

Einen besonderen Stellenwert, vor allem in der Allesfahrerszene, hat die Amateurmansschaft des FC Bayern, die in der Regionalliga Süd spielt. Diese wird auch auswärts gerne begleitet. Höhepunkte sind die DFB-Pokal-Spiele, für die sich die „kleinen Bayern“ hin und wieder qualifizieren. „Das ist die einzige Möglichkeit, mal als Underdog ins Spiel zu gehen und nichts zu verlieren zu haben“, erklärt Gregor Weinreich. Daher finden sich die dort gefeierten Siege auch in den Highlight-Listen mancher Fans wieder, die auch schon viel im Europacup erlebt haben. Zudem setzt sich das Publikum bei solchen Spielen anders zusammen. Hauptsächlich aktive Fans, wenig Eventtouristen. Einige Fans von Bundesligavereinen haben bei solchen Gelegenheiten schon eine Überraschung erlebt, da es rund ums Grünwalder Stadion nicht zwangsläufig so ruhig zugeht, wie beispielsweise im Olympiastadion oder der Allianz Arena.

Anlaufstelle

Bayerns Fan- und Kurvenbeauftragter Andy Brück hat in der Allianz Arena einen eigenen Raum, der als Anlaufstelle dient (Gegengerade Mitte, Bereich Blöcke 123–125, Kiosk 9). Dort können Fans ihn im Rahmen der Heimspiele aufsuchen. Aber auch sonst ist es nicht schwierig, ihm bei einem der Spiele über den Weg zu laufen. Brück, selbst Mitglied im Allesfahrer-Fanclub Red Munichs, reist nicht nur zu allen Auswärtsspielen der Profis, sondern ist auch regelmäßig bei anderen Spielen des FC Bayern dabei, wie beispielsweise der Amateur-, Jugend- oder Damenmannschaft.

Unter der Woche dient den Bayern-Fans das Clubheim der Südkurve '73 (Deisenhofener Straße 18, München-Giesing) als Treffpunkt. Dieses wird derzeit von verschiedenen Gruppen genutzt, unter anderem von der Tavernen Crew und der Schickeria.



Andy Brück

Foto: Stadionwelt

Auswärtskarten

Bereits im Winter müssen die Kartenwünsche für die komplette nächste Saison eingereicht werden. Das führt zur Situation,



Protestbanner beim Pokalfinale in Berlin; die Schickeria blieb dem Spiel fern.

Foto: Stadionwelt

dass nicht nur Karten für mögliche Spiele bei allen anderen aktuellen Erstligavereinen geordert werden müssen, sondern auch die Hälfte der Zweitligacclubs vorsorglich mitbestellt werden muss.

Weniger Arbeit müssen sich die Inhaber der insgesamt 500 Auswärtsdauerkarten machen, die an verschiedene Teile der Fanszene, von den Ultras bis zu den Allesfahrern, verkauft wurden.

On tour

Für die Bayern-Fans, die versuchen, möglichst zu jedem Spiel zu fahren, nimmt der Verein einen Großteil ihrer Freizeit ein. Denn kein anderer Club hat auf die Jahre gesehen so viele Spiele wie die Bayern, die zudem aufgrund der Randlege Münchens bereits in der Bundesliga die meisten Kilometer aller Erstligisten zu fahren haben. Hinzu kommen fast schon regelmäßig die Reisen nach Amsterdam, Madrid, Mailand oder Manchester. „Als Bayern-Fans befinden wir uns in der glücklichen Lage, mittlerweile in fast jeder großen europäischen Stadt eine Stammkneipe zu haben. Und wer kann das schon von sich behaupten?“, erläutert Gregor Weinreich die Vorteile der vielen Fußballfahrten.

Red United

Viele bekannte Fanclubs des FC Bayern unterstützen den Verein Red United, der als Betreiber des Fanclubheims fungierte, das vor zwei Jahren abgerissen werden musste. Nun werden neue Räumlichkeiten gesucht, die finanzierbar sind, mindestens 150 Besuchern Platz bieten und auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen sind. Angesichts der hohen Mieten in München keine leichte Aufgabe.

Fan-Museum

Insbesondere die Mitglieder des Club Nr. 12 engagieren sich für ein Fan-Museum.

Gesammelt wird alles, was nicht in einem klassischen Vereinsmuseum zu finden ist, so beispielsweise Fanzines und Aufnäher. Da es noch keinen zentralen Raum gibt, finden sich die bereits erfassten Exponate an verschiedenen Ausstellungsorten. So hat der Bayern-Sponsor Telekom eines seiner Schaufenster in der Allianz Arena zur Verfügung gestellt, im dortigen Paulaner Fantreff steht eine kleine Vitrine, und in der Fankneipe am Hauptbahnhof gibt es eine Wimpelwand. Derzeitiges Highlight ist eine Sammlung mit Aufnähern von 300 Bayern-Fanclubs. Die Kegelbahn neben der Bayern-Geschäftsstelle soll in der Sommerpause als Archiv, Bibliothek und Lagerraum eingerichtet werden. Finanziert wird das Museum durch den Club Nr. 12 und durch Spenden.

Supporters Club

Mittlerweile läuft bei den Bayern ein weiterer Versuch, die Interessen der Fans zu bündeln und die heterogene Fanszene im Hinblick auf die Vertretung ihrer Interessen wieder zusammenzubringen. „Wir wollen den Zusammenhalt in der Fanszene steigern und Ansprechpartner für jede Kategorie von Fans sein, vom Allesfahrer bis hin zum gelegentlichen Stadionbesucher. Aber auch für Fans, die es nur ganz selten schaffen, mal ins Stadion zu gehen, wollen wir da sein“, erklärt Alexander Groß vom bekannten Fanclub Adler Bretten, der als Ansprechpartner für den Supporters Club fungiert. „Die ersten Ziele des Supporters Club sind, eine Basis und Struktur für alle Bayernfans zu schaffen. Durch regionale Ansprechpartner soll es gelingen, auch die Themen, die Fanclubs irgendwo im Land haben, beim FC Bayern zu thematisieren“, so Groß. Die Vereinigung, die sich im Aufbau befindet, hat mittlerweile rund 150 Mitglieder und soll langsam wachsen und sich schrittweise in der Fanszene integrieren, heißt es dazu von Seiten des Supporters Club. Langfristig wolle man sich an erfolgreichen Fanor-

ganisationsmodellen bei anderen Vereinen orientieren, aber bewusst keine Vorbilder nennen. „Das kann man nicht vergleichen. Jede Fanszene ist anders und muss daher einen eigenen, auf sich zugeschnittenen Weg gehen“, erläutert Groß.

Stadionverbote für die Schickeria

Böse Folgen hatte das Auswärtsspiel der Bayern in Duisburg (2005/06). Dort war es nach dem Spiel hinter der MSV-Kurve zu Rangeleien zwischen Fans beider Lager gekommen. Die anrückende Polizei kesselte unter anderem die auf dem Parkplatz befindliche Gruppe von Schickeria-Mitgliedern ein. Ihnen wird von der Polizei vorgeworfen, an den Vorfällen beteiligt gewesen zu sein. Ohne Verhandlung erhielten 59 Mitglieder der Schickeria, unmittelbar vor dem Pokalfinale, Stadionverbot. Als Reaktion darauf verzichtete die gesamte Gruppe auf den Stadionbesuch in Berlin und sah das Spiel gemeinsam mit den von Stadionverboten betroffenen Mitgliedern bei einer kurzfristig organisierten Soli-Grillparty vor dem Fanheim in München auf Großbildleinwand. In Berlin hing während des gesamten Spiels ein Transparent mit dem Aufdruck „Gegen Stadionverbote nach dem Gießkannenprinzip“ vor der Kurve. Die Gruppe versucht nun, gegen die Verbote vorzugehen. Betroffen ist unter anderem der aktuelle Vorsänger. „Es ist schon ein schwerer Schlag für die gesamte Fanszene, wenn 60 aktive Leute ihren Beitrag nicht mehr leisten können“, so Fanbetreuer Andy Brück.

Ausgewählte Internetseiten

Club Nr. 12: www.clubnr12.de
 Schickeria: www.schickeria-muenchen.de
 Red United: www.ru98.de
 Red Muinchs: www.red-munichs.de
 Fotoseite: www.fcb-fanfotos.de
 Supporters Club: www.fcb-supporters-club.de



Party der Schickeria

Foto: Stadionwelt