

STUTTGARTER FUSSBALLFANS KÄMPFEN GEGEN DIE KOMMERZIALISIERUNG

EIGENTLICH LIEBE

Geld regiert die Welt... und auch den Fußball. In Europa, in der Bundesliga und beim VfB Stuttgart. Vielen Fans geht die Kommerzialisierung zu weit. Längst nicht nur Ultras sprechen sich für strengere Regeln auch außerhalb der 90 Minuten Spielzeit aus. Denn entscheidend ist eben nicht nur auf dem Platz.



„Niemals aufgeben... kämpfen und siegen!“. Ein traditioneller Stuttgarter Schlachtgesang, der häufig in der Cannstatter Kurve angestimmt wird – vor allem, wenn der VfB mal wieder hinten liegt.

„Nicht aufgeben“, sagt auch der glühende VfB-Fan Claus Vogt im Gespräch oft. Doch er redet nicht von den Geschehnissen auf dem Platz, sondern von dem Drumherum: Rekord-Ablösesummen, Montagsspiele, Aktiengesellschaften statt Vereine, ignorante Verbände. Das klingt alles mehr nach Ehekrach als nach der großen Liebe Fußball.

An der Emotionalität von Vogts Worten spürt man schnell, wie er um seine „Liebe“ kämpft. Gemeinsam mit Gleichgesinnten aus ganz Deutschland hat er „FC PlayFair!“ gegründet, einen Verein für Integrität im Profifußball. „Auf dem Platz gibt es so viele Regeln – neben dem Platz scheinbar keine“, fasst Vogt das Hauptproblem zusammen.

Ein paar Beispiele: Für unglaubliche 222 Millionen Euro wechselte Barcelonas Shootingstar Neymar vergangenen Sommer nach Paris, den noch jungen Financial-Fairplay-Regeln des europäischen Verbands UEFA zum Trotz. Immer mehr Fußballspiele finden unter der Woche statt, wenn die Fans arbeiten müssen – vor allem, um die Spiele im TV besser vermarkten zu können. Die Schere zwischen armen und reichen Vereinen geht immer weiter auf.

„Mein Sohn ist zwölf Jahre alt und kennt eigentlich nur den FC Bayern als Meister“, sagt Vogt. Entsprechend gelangweilt zeige er sich von der Bundesliga. Dass Vater und Sohn nicht alleine mit ihrer Meinung sind, zeigt eine Studie, die der FC PlayFair gemeinsam mit dem Sportmagazin Kicker unter rund 17.000 deutschen Fußballfans initiiert hat.

Ergebnis: Die Zerstückelung des Spieltages in-

klusive Montagsspiele geht bereits zu weit, der Fußball entfernt sich immer weiter von den Fans und braucht klarere Regeln auch außerhalb des Spielfeldes, es geht nur noch um Geld, nicht um den Sport – alles Aussagen, die laut der Studie breite Mehrheiten unter Fußball-Fans finden.

„Dass die Stadien trotzdem noch voll sind, zeigt die enorme gesellschaftliche Relevanz des Fußballs“, meint Vogt. Die Sportart hat eben

das Glück, weit mehr Anhänger zu haben als es Plätze im Stadion gibt. Wenn man die derzeitige Entwicklung jedoch nicht in andere Bahnen lenke, könne sich das irgendwann ändern, befürchtet Vogt.

Erste Anzeichen gibt es: Beim Pokalfinale zwischen Dortmund und Frankfurt 2017 in Berlin wurde in der Halbzeitpause eine Helene-Fischer-Stadion-Show à la Super-Bowl derart

PFEIFKONZERT FÜR HELENE FISCHER

ausgepfeifen, dass es der Stadion-Regie nicht gelang, das Pfeifkonzert zu übertönen.

Angestoßen wurde es von den Ultragruppen beider Vereine, getragen jedoch fast vom gesamten Publikum im Stadion – von Kurve bis Haupttribüne. Ein weiterer Anhaltspunkt dafür, dass sich auch ganz normale Fans, wie eben Claus Vogt und nicht nur die Ultragruppen an der zunehmenden Kommerzialisierung im Fußball stören.

Neben der zunehmenden Eventisierung der Spiele oder fanunfreundlichen Anstoßzeiten kritisieren Stuttgarter Fans vor allem die vergangenen Sommer beschlossene Ausgliederung des Profifußballs in eine Aktiengesellschaft. „Früher dachte ich immer, der Abstieg mit dem VfB wäre das Schlimmste was passieren könnte“, sagt Christian Müller von der Stuttgarter Ultragruppe Schwabensturm. Heute hält er die Ausgliederung für weitaus fataler.

Seit 2011 hat der 24-Jährige kaum ein Spiel seines VfBs verpasst. „Das erste Spiel nach der Ausgliederung im Pokal in Cottbus war jedoch so unentspannt wie nie zuvor“, erinnert er sich. Lange hätten die Ultras mit sich gerungen, wie man mit der Ausgliederung umgehen soll und am Ende entschieden, weiterzumachen. Doch das Verhältnis zu Vereinsführung und auch zu den anderen VfB-Fans hat gelitten. „Da ist mit der Mitgliederversammlung einiges kaputtgegangen“, sagt Müller.

Viel Zeit und Kraft haben die Ultras vom Schwabensturm investiert, um die Ausgliederung und die damit einhergehende geringere Mitbestimmung der Fans zu verhindern. Vergeblich: Mehr als 80 Prozent der Mitglieder stimmten dafür. Zwar müsse man die demokratische Entscheidung akzeptieren, die Art

und Weise, wie sie zu Stande kam, werfen die Ultras laut Müller dem Verein jedoch vor.

„Die Information der Wähler war extrem einseitig“, sagt auch Magnus Missel, VfB-Fan seit 1989. „Ich hätte mir kritischere Mitglieder gewünscht. Nach über 120 Jahren haben wir unsere Möglichkeit der Mitbestimmung abgegeben, ohne eine Chance, den ursprünglichen Zustand wiederherzustellen.“ Das alles für 40 Millionen Euro vom Sponsor Daimler. Die Probleme des Weltfußballs runtergebrochen auf einen einzelnen Verein.

FANKULTUR ALS KULTURERBE

„Der VfB hat sich mit geschenkten Trikots und inhaltsleeren Versprechungen eine unkritische Masse gekauft“, kritisiert Missel die Strategie des Vereins, alle Vereinsmitglieder mit Gratistrikots zur Versammlung zu locken. Sein Verhältnis zum VfB ist seit dem Sommer distanziert. „Ich habe seither nur ein VfB-Spiel besucht und mich dabei tatsächlich unwohl gefühlt“, erzählt er. Zuvor hatte er 20 Jahre lang fast kein Spiel im Stadion verpasst. „Jetzt ertappe ich mich in Gesprächen, dass ich nicht mehr ‚wir‘ sage, sondern ‚der VfB‘.“

Neben der Ausgliederung sind es vor allem die Rahmenbedingungen, die ihn in der Bundesliga stören: Die Eintrittspreise steigen, statt regionalen Würsten gibt's überall die gleichen Caterer, und wo früher die F-Jugend vor dem Spiel kickte, werden heute Werbebanner reingetragen.

Dass es auch anders geht, zumindest was das Stadionerlebnis angeht, zeigt für Missel ein Blick ins Ausland: „Besucht man Spiele in Frankreich und Italien steht dort der Fußball viel mehr im Mittelpunkt.“ Ecken und Einwürfe würden einfach ausgeführt und nicht via Lautsprecher präsentiert von Sponsor XY,

so Missel weiter. Ein Stadionerlebnis, wie es sich auch Christian Müller vom Schwabensturm wünscht: „Einfach samstags um 15:30 Uhr hinfahren können, ohne Urlaub nehmen zu müssen.“

Dafür kämpfen viele Ultragruppen im Land und haben in den Gesprächen mit dem DFB sogar ihre Rivalitäten ruhen lassen. Studien wie die von PlayFair helfen bei den Diskussionen: „Der öffentliche Druck liegt vermehrt auf Seiten von DFL und DFB“, sagt Müller, der trotz des Ärgers über die derzeitige Situation eine einmalige Chance sieht, zumindest das Stadionerlebnis zu verbessern. Mit Themen wie dem Neymar-Rekordtransfer setze man sich fast gar nicht mehr auseinander – sie sind zu weit weg vom eigenen Fußball-Alltag.

Der FC PlayFair will auch diese Themen noch nicht aufgeben. „Wir wollen weiter nach Lösungen suchen, wie die immer weiter fortschreitende Kapitalisierung des Profifußballs in einen vernünftigen Rahmen gelenkt wird“, fasst Vogt die Ziele des Vereins zusammen.

Als ersten Schritt will PlayFair einen Fanvertreter im obersten Kontrollgremium jedes deutschen Profifußballclubs vorschreiben lassen. Um seine Forderungen zu unterstreichen, hat PlayFair bei der Unesco beantragt, die Fußball-Fankultur zum immateriellen Weltkulturerbe zu erklären und sie damit zu einem schützenswerten Kulturgut zu machen. Denn dass der „Zuschauersport Nr. 1“ irgendwann nicht mehr existiert, möchten Vogt und Co. unbedingt verhindern. Es geht schließlich um die große Liebe... Thomas Miedaner

FC PLAYFAIR! [www.fcplayfair.org]

FIEBERWAHN [Lesung von Christoph Ruf gemeinsam mit dem FC PlayFair!, 28.2. 20 Uhr, Fanprojekt Stuttgart, Hauptstätter Str. 41, S-Mitte]



Claus Vogt hat den FC PlayFair gegründet



Vereinspolitik in der Cannstatter Kurve