



2008/05 Sport

<https://shop.jungle.world/artikel/2008/05/ab-den-sueden>

Ab in den Süden!

Von **jan-christian göttsche**

Die Ultras des FC St. Pauli sind von der Gegengerade auf die neue Südtribüne gewechselt. Ganz nebenbei entsteht dort die erste selbstverwaltete Kurve im deutschen Profifußball. von jan-christian göttsche

Dass am 11. November vorigen Jahres beim 2:0-Heimsieg gegen den FC Augsburg erstmals ein Teil der neuen Südtribüne des Millerntor-Stadions für den Publikumsverkehr freigegeben wurde, war von nicht geringer Bedeutung. Hinter der neuen Kurvenbelegung steckt ein vollkommen neues Konzept, das von den Ultras und der Vereinsführung des FC St. Pauli bereits ein Jahr zuvor gemeinsam erarbeitet worden ist – die teilweise Selbstverwaltung der Kurve durch die Fans. Zwar kümmert sich der Verein selbst um die Vermarktung der 2 500 Sitzplätze, »Business-Seats« und Logen, doch der Kartenverkauf für die 3 000 Stehplätze wird vom Fanladen St. Pauli und der Ultragruppe USP (Ultrà Sankt Pauli) getragen. Ziel der Neustrukturierung des Kartenverkaufs ist es, die Fankurve einerseits offen für Nachwuchsfans und Quereinsteiger zu halten, andererseits aber auch zu gewährleisten, dass diejenigen, die in der Kurve stehen, auch wirklich die Heimmannschaft unterstützen.

Um das zu erreichen, wurden einige neue Regelungen erdacht. So soll ein Anteil der Karten im freien Verkauf erhältlich sein und die Kontingentierung von ermäßigten Karten soll aufgehoben werden. Auch das Vorkaufsrecht auf Dauerkarten wird abgeschafft. Nur wer sich die Mühe macht und sich rechtzeitig in eine Liste einträgt, wird auch in der jeweils nächsten Saison die Gewissheit haben, bei jedem Spiel in der Ultra-Kurve dabei zu sein.

Es ist unwahrscheinlich, dass Uli Hoeneß von all dem gewusst hat, als er keine zwei Wochen nach der Freigabe der St.-Pauli-Südtribüne im Rahmen seines Rundumschlages gegen zwei der größten Fangruppierungen des FC Bayern davor warnte, dass diese die Macht in der Kurve wollten und dass dies unweigerlich zu »italienischen Verhältnissen« führen würde. Was Hoeneß hierbei übersieht oder übersehen will, ist, dass die Eskalation der Gewalt zwischen Fußballfans und Polizei in Italien nicht das Resultat der in der Tat vorhandenen Macht der Ultras über ihre Kurven ist, sondern dass vielmehr beides Auswirkungen derselben Versäumnisse auf Vereins- und Verbandsebene sind. Wo vielerorts in Deutschland oder England Konsequenzen aus den Hooliganexzessen der

achtziger und neunziger Jahre gezogen wurden, wurde in Italien nichts unternommen, als neofaschistische Gruppierungen die Fankurven zu ihren Aufmarschgebieten machten. Immerhin erlebte die Serie A gerade einen beispiellosen Boom und die lebendigen, bunten Fankurven der Ultras waren integraler Bestandteil der Marke »italienischer Spitzenfußball« geworden. Dass das Problem in Italien erst jetzt als solches erkannt wird, hat sicher nicht nur etwas mit den jüngsten Todesfällen zu tun, sondern auch mit der starken Abnahme der Zuschauerzahlen in den letzten Jahren. Die Vereine stehen vor dem Problem, dass die exzessive Gewalt einerseits das zahlungskräftige Publikum aus den Stadien und vor die Fernseher vertrieben hat, andererseits die Urheber eben dieser Gewalt oft die einzigen Fans sind, die überhaupt noch ins Stadion kommen und dort dementsprechend auch den Ton angeben.

Dass es im deutschen Profifußball in absehbarer Zeit zu einer ähnlichen Situation kommen könnte wie in Italien, wo mit dem Polizisten Filippo Raciti und dem Ultras Gabriele Sandri im vorigen Jahr immerhin zwei Menschen im direkten Umfeld von Fußballspielen starben, ist äußerst unwahrscheinlich. Gewalt unter Fußballfans und auch zwischen Fußballfans und Polizei gibt es zwar auch in Deutschland, sie spielt sich allerdings mittlerweile nicht mehr im Profifußball ab. In den oberen Ligen vertreiben keine gewalttätigen Schläger die Familien aus den Arenen. Allerdings beklagen vielerorts organisierte Fans und Ultras einen Stimmungsverfall in den Stadien. Der klassische Fußballfan mit Kutte und Schal hat ausgedient, und Ultras sind nur noch schmückendes Beiwerk für die Masse der Touristen. Allgegenwärtige Kameraüberwachung, Stadionverbote und ständige Bewachung von »Problemfans« durch szenekundige Beamte der Polizei vertreiben alle potenziellen Störenfriede aus dem Fußballstadion oder halten sie zumindest unter ständiger Kontrolle. Fußball mag ein Sport sein. Profifußball jedoch ist eine Ware.

All dies trifft natürlich auch auf den FC St. Pauli zu, denn so anders der Verein auch sein mag, so ist er doch wie alle anderen auch den Regeln des Marktes unterworfen. Nicht umsonst ist mit Corny Littmann ausgerechnet ein erfolgreicher Kaufmann, der auf dem nahen Kiez diverse Theater betreibt, seit mittlerweile knapp acht Jahren Präsident des Vereins. Vielleicht hatte er aber auch gerade wegen seiner kaufmännischen Erfahrung ein so offenes Ohr für die Pläne der Ultras für die neue Kurve, denn er weiß, dass der FC St. Pauli in hohem Maße von seinem Image lebt, und das wiederum kommt vor allem durch die Fans zustande. Waren es in den Achtzigern die Autonomen aus der Hafenstraße und in den Neunzigern die Klischeebilder von den nebeneinander im Stadion stehenden Bankern und Punks, die das Image des Clubs definierten, so wurde in den vergangenen Jahren zunehmend versucht, das Profil von St. Pauli als dem »etwas anderen« Verein zu schärfen, zum Beispiel durch soziales Engagement im Stadtteil und darüber hinaus. Unter dem Banner »Viva con Agua de Sankt Pauli« werden Trinkwasserprojekte auf Kuba oder in Afrika unterstützt, und mit dem »Kiezkick« werden Jugendliche des Viertels von der Straße auf den Fußballplatz geholt. Dass sich auch immer wieder Fans und Fangruppen in verschiedenen anderen Bereichen engagieren, etwa für den Erhalt des Hafenskrankenhauses, den Bauwagenplatz Bambule, in der Flüchtlingsarbeit oder auch für die Schließung eines Naziladens auf dem nahen Kiez, passt da sehr gut ins Konzept. St. Paulis Anhänger gelten bundesweit als überdurchschnittlich sympathisch und friedfertig. Eine lebendige Fanszene ist also ganz im Interesse der Vereinsführung.

Trotzdem ist es bemerkenswert, dass hier die Vereinsführung mit genau jenen Fans ein gemeinsames Projekt auf die Beine stellt, von denen die Funktionäre oft besonders laut kritisiert wurden und die wohl auch in Zukunft ihren Unmut nicht hinunterschlucken werden. Hinter diesem scheinbaren Widerspruch steckt Pragmatismus. Beide Seiten wissen, dass die neue Südtribüne enormes Potenzial bietet und dass von einem Erfolg des Projektes alle Beteiligten gleichermaßen profitieren werden. Dahinter steckt aber auch der trotz aller Querelen vorhandene gemeinsame Nenner. Was den Präsidenten und die Ultras eint, ist die Liebe zum Verein, das irrationale Moment des Fußballsports. Doch Ultras sind immer noch in erster Linie Fans und Littmann ist vor allem ein Kaufmann. Littmanns Verbundenheit äußert sich darin, dass er versucht, den Verein wie ein Unternehmen zu führen, um damit dessen wirtschaftliches Überleben zu sichern. Die Liebe der Fans zeigt sich darin, dass sie sich an allem festklammern, was den Verein in ihren Augen liebenswert macht. Auf St. Pauli ist das zurzeit der Stadionname. Auf der jüngsten Jahreshauptversammlung stimmte eine große Mehrheit gegen jegliche Veränderung des Namens. Was nützt auch schon die schönste, bunteste, lauteste Fankurve der Liga, wenn das Stadion wie eine Bank oder eine Versicherung heißt?