# Der Kampf gegen den „modernen Fußball“



*Für die meisten Fußballfans ist das Wort „Kommerzialisierung“ ein Grund, dass ihnen die Galle hochkommt. Doch warum? Ist die Entwicklung wirklich so extrem?*

Oh ja, schon lange! So ist zum Beispiel die Trikotwerbung inzwischen selbstverständlich und weitverbreitet. Mittlerweile hat sie sich in Ländern wie Österreich derart entwickelt, dass der normale Fußballspieler von einer Werbetafel kaum noch zu unterscheiden ist. Die Werbung reicht vom Kragen bis zum Stutzen und so mancher Verein ist inzwischen nach einer „flügel-verleihenden“ Getränke-Firma benannt. Mit Austria Salzburg fing es an, über New York ging es bis nach Leipzig – aus dem SSV Markranstädt wurde Red Bull Leipzig. Danach war das Geld da, um Spieler in die Regionalliga Nord zu holen, die in der zweiten Liga durchaus Stammplatzchancen hätten. Für die Fans der zahlreichen Traditionsvereine ein derartiger Tabubruch, dass viele nicht einmal darüber nachdenken, dort ein Spiel ihres eigenen Vereins zu besuchen. Geht es ihnen doch nicht nur darum, in welcher Liga ihr Verein spielt, sondern wie der Verein gemeinsam mit seinen Fans in diese Liga gekommen ist!

Im Süden Deutschlands, wo ein Ort namens Hoffenheim mit knapp über 3200 Einwohnern liegt, gibt es ein noch extremeres Beispiel. Vor einigen Jahren dachte sich ein gewisser Dietmar Hopp, seines Zeichens Milliardär und Mitbegründer der Softwarefirma SAP, er könne in seinem Heimatort ein paar Millionen in seinen früheren Jugendverein investieren. Aus diesem Grund konnte die Mannschaft der TSG Hoffenheim seit 1990 in 18 Jahren aus der Kreisklasse A (9. Liga) in die 1. Bundesliga aufsteigen. Die Mannschaft der TSG konnte natürlich qualitativ nicht so schnell mitwachsen. Jedes Jahr wurde der Kader komplett umstrukturiert!

Solche Vereine werden oft als lächerliche Retortenclubs verspottet und von keinem Ultra, keinem wirklichen Fußballfan ernst genommen. Nun könnte man sich denken, dass es auf der anderen Seite eine Superchance für Clubs, wie die TSG war. Doch die Realität sieht anders aus, denn der Sport gerät immer mehr aus den Händen der Fans, der einfachen Leute und auch der Fußballer selbst, in die Hände der Konzerne und reichen Investoren. Diese bestimmen immer mehr den Sport, um ihre Profite zu scheffeln. Ihnen reicht es nicht aus, uns auf Arbeit schlecht zu bezahlen, auszubeuten und zu schikanieren. Sie wollen auch in unserer Freizeit noch fett an uns verdienen!

So kommt es auch zu den steigenden Ticketpreisen. Für manche Spiele in der ersten Liga muss man für einen Stehplatz bereits mehr als 20€ bezahlen. Die Spieltage sind inzwischen so zerstückelt, dass die Spiele der 1. und 2. Bundesliga zu neun verschiedenen Anstoßzeiten zwischen Freitag und Montag beginnen. Doch kaum ein Fan, der auch zur Schule, zur Uni oder zur Arbeit muss, kann an einem Wochentag durch das ganze Land fahren, um seinen Verein zu unterstützen. Doch selbst wenn man zu Hause bleibt, braucht man Pay-TV, um das Spiel live verfolgen zu können. In Italien und England, einst Ursprungsort der europäischen Fankultur, ist diese Entwicklung am extremsten fortgeschritten. In beiden Ländern sieht man nur noch selten echte Fußballfans im Stadion. Sie können es sich entweder schlicht nicht leisten, so kostet in England die billigste Karte nicht selten 60€. Oder sie haben den Kampf gegen die Kommerzialisierung verloren, wurden durch Repressionen seitens der Polizei oder der Vereine, wie die zahlreichen Stadionverbote oder die in Deutschland existierende Datei „Gewalttäter Sport“, vertrieben.

Wo ist der Fan, der Ultra, der alles für seinen Sport hingibt heute noch gerne gesehen? Bevorzugen die TV-Sender, Stadionbesitzer, Sponsoren und Investoren doch lieber den zahlenden Statisten, der viel Gewinn abwirft und schweigt. Die Fans hingegen werden immer stärkerer Kriminalisierung ausgesetzt. Es bleibt daher nur eine Möglichkeit – Wir, die Fans, müssen uns über Vereinsgrenzen hinweg gemeinsam wehren! Für unser Recht, am Samstag um 15:30 Uhr unseren Verein bejubeln zu können, mit Pyrotechnik, Fahnen, Bannern, Spruchbändern und – am allerwichtigsten – mit unserer

Stimme. Die Investoren, die mit unserem Sport nur Geld verdienen wollen, müssen vertrieben werden.

Der Fußball gehört seinen Fans, er lebt durch uns. Die Vereine sollten durch Gremien der Fans, der einfachen Arbeiter und Jugendlichen geleitet werden, anstatt durch Aktiengesellschaften! Sie sollten bestimmen was in ein Stadion gehört. Dazu gehören niedrige Kartenpreise, Fangesänge und natürlich Fans – auf keinen Fall Investoren oder die Polizei. Die Fans können sich selbst organisieren, Ordner wählen und für Sicherheit im Stadion sorgen. Unser Widerstand muss Demonstrationen, wie die im Mai unter dem Motto „Fußball lebt durch seine Fans – zum Erhalt der Fankultur“, aber auch Aktionen im Stadion, Boykotte und Besetzungen beinhalten. Nehmen wir uns zurück, was uns gehört!