

**Zeitschrift:** Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires

**Herausgeber:** Empirische Kulturwissenschaft Schweiz

**Band:** 103 (2007)

**Heft:** 1

**Artikel:** Der zwölfte Mann - die Schaffhauser Bierkurve : Ethnografie einer Fussball-Fankurve

**Autor:** Jirat, Jan

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-118225>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## **Der zwölfte Mann – die Schaffhauser Bierkurve**

### **Ethnografie einer Fussball-Fankurve**

Jan Jirat

#### *Abstract*

Fussballfan – ein Begriff der seit geraumer Zeit durch die Medien rauscht: oft versehen mit einem negativen Nachhall und Bildern, die eine randalierende, gewaltsame Masse evozieren. Diese Masse bleibt dabei seltsam gesichtslos und unfassbar. Ein ethnografischer Blick hinter die Kulissen einer Fussball-Fankurve zeigt jedoch ein weitaus differenzierteres Bild von Fussballfans. Diese erscheinen nicht nur als Masse, sondern auch als Individuen, deren Handeln in einen konkreten und alltäglichen Kontext eingebettet ist. Ein Kontext, in dem Gewalt durchaus eine Rolle spielen kann, im Vergleich zu anderen sozialen und individuellen (teils subkulturell aufgeladenen) Interaktionen aber eine untergeordnete. Identität, Gemeinschaft, sozialer Treffpunkt oder Lifestyle prägen die Strukturen und Handlungen innerhalb der hier untersuchten Fussball-Fankurve des FC Schaffhausen weit mehr.

#### **Einleitung**

In rund einem Jahr wird die Schweiz, gemeinsam mit Österreich, zum Schauplatz eines riesigen und spektakulären Sportanlasses, der rund um den Globus mitverfolgt wird: der Fussball-Europameisterschaft (EM). Schon jetzt, noch bevor das endgültige Teilnehmerfeld feststeht, wirft die so genannte Euro 08 ihre Schatten voraus. Der Fussball selbst steht dabei weit weniger im Mittelpunkt als eine unmittelbare «Nebenerscheinung», die in den letzten drei Jahrzehnten vermehrt von sich zu reden gab: die Fussballfans.

Fussballfans beschäftigen neuerdings sogar unseren Bundesrat, der sich im Rahmen der Euro 08 nicht nur auf zahlreiche ausländische Besucher und Konsumenten freut, sondern auch um die Sicherheit des Landes und dessen Bevölkerung besorgt ist. Diese Furcht trägt einen Namen: Hooligans. Entsprechend heisst ein Gesetz, das der Bundesrat zur Bewältigung dieser Problematik per 1. Januar 2007 verabschiedet hat, Hooligangesetz. Dieses soll notorische Gewalttäter von Sportveranstaltungen fernhalten. Zu diesem Zweck wird eine Datenbank eingerichtet, in der Hooligans erfasst werden. Mit einer Meldepflicht, Rayonverboten und Ausreiseperrern sollen Gewalttäter aus dem Umkreis von Stadien verbannt werden. Ob dieses Hooligangesetz, das von linken Parteien, Datenschützern und Fussball-Fanclubs gleichermassen kritisiert wird, weil damit alle Sportfans unter Generalverdacht gestellt werden und die Unschuldsvermutung nicht mehr gilt, überhaupt nötig und, wenn ja, auch zweckdienlich ist, wird sich zeigen müssen. Zumal das EM-Publikum ein ganz anderes sein wird als jenes Publikum, das seinen Klub Woche für Woche unterstützt.

Fest steht, dass Hooliganismus, Gewaltbereitschaft, Rassismus und Krawalle tatsächlich Probleme sind, mit denen der Fussball – praktisch auf der ganzen Welt – zu kämpfen hat. Fest steht aber auch, dass die öffentliche Wahrnehmung, genährt von

Informationen aus den Medien sowie aus der Populär- und der Fachliteratur, sehr stark auf diese hässliche Seite des Fussballs und des Fantums fokussiert ist. Dabei wird allzu schnell übersehen, dass Fussballfans keine homogene und formlose Masse bilden. Ganz im Gegenteil. Fussballfans haben im Laufe der Jahrzehnte eine erstaunliche Vielfalt – und was oft übersehen wird – auch eine erstaunliche Kreativität in der Ausübung ihrer Leidenschaft entwickelt. So können zwei Fans desselben Klubs im gleichen Stadion stehen (oder sitzen) und doch ein ganz unterschiedliches Verhalten an den Tag legen. Den Fussballfan schlechthin gibt es also nicht; genauso wenig, wie man die Fussballfans je in ihrer Ganzheit erfassen könnte.

Meine Lizenziatsarbeit, *«Der zwölfte Mann – die Schaffhauser Bierkurve»*, sucht die Annäherung an den schwer fassbaren Begriff «Fussballfan» auf einer sehr kleinen Ebene; im Stadion selbst nämlich, mittendrin bei den Fans des FC Schaffhausen (FCS). Die Arbeit ist dementsprechend eine empirische Einzelfallstudie und Ethnografie über eine ganz bestimmte Fussball-Fankurve, die Bierkurve aus Schaffhausen<sup>1</sup>.

Meine ethnografische Fallstudie über die Schaffhauser Bierkurve zeichnet sowohl ein Bild vom Innenleben und der Funktionsweise einer solchen Fussball-Fankurve, stellt aber auch einzelne Individuen aus dieser Kurve näher vor. Nicht zuletzt soll den Bierkurven-Fans mitsamt ihrem Handeln ein Gesicht jenseits der allzu stereotypen und anonymisierenden öffentlichen Wahrnehmung gegeben werden.

Die zentralen Fragestellungen der Arbeiten lauten deshalb:

- *Wer steht in der Bierkurve, und wieso steht er/sie in der Bierkurve (Motivation)?*
- *Gibt es erkennbare «soziale» Strukturen?*
- *Wie funktioniert die Bierkurve und wie verhalten sich die einzelnen Personen in der Kurve?*

Da es sich um keine vergleichende Arbeit handelt, sondern um eine einzelne Fallstudie, besitzen die Aussagen keine Allgemeingültigkeit, auch nicht auf die Schweizer Fussballfanszene bezogen.

Ich greife für meine empirische Fallstudie auf eine Kombination von methodischen Feldzugängen zurück. Auf der einen Seite habe ich die Bierkurve über einen Zeitraum von gut acht Monaten (Februar 2005 – Oktober 2005) aktiv teilnehmend beobachtet und während dieser Zeit neun Heimspiele<sup>2</sup> und neun Auswärtsspiele<sup>3</sup> besucht, wobei ich Fangesänge und Spielkommentare aufgenommen sowie persönliche Notizen und Berichte zu den einzelnen Spielen und dem Geschehen in der Bierkurve verfasst habe. Andererseits führte ich 22 standardisierte und offene biografische Interviews mit Fans aus der Bierkurve. Die jeweiligen Interviews wurden anschliessend über eine qualitative und explizierende Inhaltsanalyse ausgewertet und als Grundlage der einzelnen Fanporträts verwendet. Mit dieser Methodenkombination versuche ich, zwei Ebenen der Fankultur kurzzuschliessen: eine un-

persönliche, situative Handlungsebene und eine persönliche, lebensgeschichtliche Erfahrungsebene. Die unpersönliche, situative Handlungsebene wird durch die genaue Beobachtung des Verhaltens, der Kommentare, der Fangesänge und der Accessoires von Bierkurven-Fans sowie von konkreten Handlungsabläufen und Funktionsmechanismen der ganzen Kurve behandelt; diese Beobachtungen stehen im Mittelpunkt dieses Aufsatzes. Auf der persönlichen lebensgeschichtlichen Erfahrungsebene wird die «soziale» Struktur der Kurve sowie die Bedeutung des Fussballs im Lebenslauf Einzelner erfasst, um so die erstaunlich alltagsbezogene Fussballbegeisterung, den teils massiven Zeitaufwand und die grosse Leidenschaft der Fans aufzuzeigen.

Der theoretische Teil meiner Arbeit, der einen aktuellen Forschungs- und Literaturüberblick skizziert und sich mit verschiedenen Modellen, Definitionen und Kategorisierungen von Fussballfans auseinandersetzt, wird nicht weiter behandelt. Im Anhang ist aber eine kurze Liste mit den wichtigsten Standardwerken zu finden.

## **Die Bierkurve und ihre Fans**

### *Umfeld*

Schaffhausen, eine mittelgrosse Stadt<sup>4</sup> ganz im Nordosten der Schweiz, hat sich in den letzten Jahren zu einer eigentlichen Sportstadt entwickelt mit sehr erfolgreichen Mannschaften in den Sportarten Handball, Wasserball, Tischtennis und Volleyball. Der erfolgreichste Fussballklub der Region, der FC Schaffhausen, spielte drei Saisons lang ebenfalls in der höchsten nationalen Spielklasse. Nachdem der Verein zweimal mit grösster Mühe einen Abstieg verhindern konnte, hat es in der abgelaufenen saison (06/07) nicht mehr gereicht, und der FC Schaffhausen startet im Herbst nur noch in der zweithöchsten Liga, der challenge League. Davor spielte der 1896 gegründete Verein vierzig Jahre lang unterklassig und besitzt deshalb keinen grossen Namen im Schweizer Fussball. Das Zuschauerinteresse – im Durchschnitt besuchen zwischen 3000 und 4000 Personen die Heimspiele des FCS – ist im Vergleich zu anderen Vereinen in der höchsten Liga ziemlich gering. Bedenkt man hingegen, dass zuvor nur gut 1000 Zuschauer die Heimspiele besuchten, ist das ein grosser Sprung; der Zuschauerschnitt konnte seither mehr als verdreifacht werden. Von allen Vereinen in der Axpo-Super-League<sup>5</sup> weist der FCS allerdings nicht nur den tiefsten Zuschauerschnitt, sondern auch das kleinste Budget auf, weshalb es nicht verwundert, dass der Verein seit drei Jahren konsequent in unteren Tabellenregionen steht.

Heimat des Vereins ist das Kleinstadion Breite (7300 Zuschauer), das nach dem Wohnquartier benannt ist, in dem es steht. Es wurde im August 1950 eingeweiht, und seither hat sich in seiner Infrastruktur nicht viel verändert. Erst mit dem überraschenden Aufstieg in die Axpo-Super-League im Sommer 2004 wurden längst fällige Veränderungen vorgenommen: eine Flutlichtanlage wurde installiert, eine



zweite überdachte Tribüne erstellt. Momentan laufen in Schaffhausen erste Vorbereitungen für den Bau eines neuen Stadions in einem Industriequartier am Stadtrand, das aus privater Hand finanziert werden soll.

### *Die Bierkurve*



Blick auf die Bierkurve: Heimspiel gegen Aarau am 4. Mai 2005.<sup>6</sup> Ganz rechts ist der Bierstand zu erkennen, im Hintergrund die Amag-Tribüne.

Die Bierkurve ist der Name einer losen Gemeinschaft von Fans, die sich an einem ganz bestimmten Ort in der Ostkurve des Stadions (von hinter dem Tor bis etwa zur nordwestlichen Eckfahne) versammelt und lautstark den FCS unterstützt. Die Bierkurve ist also «nur» ein ganz bestimmter Ort im Schaffhauser Breite-Stadion. Diese lose und einst sehr überschaubare Fangemeinschaft nannte sich seit Mitte der Neunzigerjahre «Bierkurve». Der genaue Ursprung des Namens liegt im Dunkeln, ist aber wohl auf den Bierstand zurückzuführen, der in dieser Ecke steht und natürlich auf den hohen Bierkonsum der Fans in dieser Kurve.

### *Struktur*

Zur Verfestigung der einst sehr losen Fangemeinschaft in der Bierkurve hat erstaunlicherweise der bittere Abstieg in die dritthöchste Spielklasse im Sommer 2000 geführt. Dieser «Schock» löste nämlich eine Art Trotzreaktion aus getreu dem Motto: «Jetzt erst recht!» Während der zwei Jahre in der so genannten ersten Liga

gesellten sich neue, interessierte Leute in die Bierkurve, statt zehn bis fünfzehn Personen standen plötzlich zwanzig, dreissig Leute zusammen und feuerten den FCS lautstark an.

Nach dem Wiederaufstieg in die zweithöchste Liga im Sommer 2002 blieb die Bierkurve zunächst familiär, überschaubar und durchwegs unorganisiert; gemeinsame Aktionen wurden ziemlich spontan geplant und ausgeführt. Dennoch wurde die Kurve immer grösser, der Name Bierkurve war plötzlich vielen Menschen im Stadion sowie in der Region Schaffhausen ein Begriff, und vor allem jüngere FCS-Fans schlossen sich vermehrt den Bierkurven-Fans an. Als absoluter Höhepunkt dieser Zeit – neben dem Aufstieg in die Super-League – darf das Cup-Halbfinalspiel gegen das grosse Basel im St.Jakob-Park angesehen werden, zu dem über 3000 (!) Fans aus Schaffhausen ans Rheinknie pilgerten. Der Name «Bierkurve» stand damals auf mehreren Transparenten geschrieben und rückte damit erstmal ins Blickfeld der nationalen Fussballfanszene.

Die Bierkurve wies also bereits zu Challenge-League-Zeiten ein ziemliches Wachstum auf und vergrösserte sich ständig, an wichtigen Spielen oder im Cup standen schon einmal weit über hundert Personen in der Kurve. Mit dem etwas überraschenden Aufstieg hat sich die Bierkurve dann endgültig gewandelt: die Bierkurve ist viel grösser und organisierter geworden, und damit auch lauter, farbiger und vielfältiger. Nicht alle jedoch begrüssen diese Entwicklung der Bierkurve, denn gleichzeitig ist sie auch jünger und unüberschaubarer geworden; die einst familiäre Atmosphäre ging mehr und mehr verloren. Dieser kurze Ausschnitt der damaligen Entwicklung und Geschichte der Bierkurve verdeutlicht eine Tatsache, die sich sowohl während der gesamten Untersuchung wie auch danach<sup>7</sup> immer wieder gezeigt hat: Die Bierkurve ist kein statisches oder konstantes Konstrukt, sie ist vielmehr ganz unterschiedlichen inneren wie äusseren Veränderungen und Einflüssen unterworfen, die sich bemerkbar machen. Die Bierkurve, welche ich im Jahre 2005 über einen Zeitraum von gut acht Monaten intensiv beobachtet hatte, ist schon heute eine andere. Die Euphorie nach dem Aufstieg ist verflogen, vielerorts macht sich Ernüchterung breit, die Kurve ist mehr denn je in verschiedene Gruppen und Grüppchen aufgeteilt, und von einem übergeordneten Konsens, von den Fans selbst «Bierkurven-Geist» genannt, kann nicht mehr die Rede sein. Kurzum: Die sozialen Strukturen, die ich während meiner Untersuchung vorgefunden und beschrieben habe, sind heute nicht mehr die gleichen, was eindrücklich aufzeigt, wie dynamisch, wandelbar und auch unberechenbar eine Fussballfankurve wie die Bierkurve funktioniert.

Dennoch lohnt es sich, einen kurzen Blick auf die damaligen sozialen Strukturen zu werfen, weil damit vier verschiedene Bierkurven-Subgruppen vorgestellt werden, die auch heute noch als exemplarisch gelten können.

*Der BKSH-Verein*<sup>8</sup>: Dieser Verein ist die einzige Gruppierung innerhalb der Bierkurve, die man als Fanklub bezeichnen kann. Er verfügt über klar definierte Statuten, einen Vorstand und festgelegte Mitgliederbeiträge. Jedes Mitglied muss

überdies eine Gewaltverzichtserklärung unterschreiben. Der Verein ist hauptsächlich verantwortlich für die Organisation von Carfahrten an Auswärtsspiele und vertreibt vereinseigene Fanartikel. Der Verein bestand damals aus 15 Aktivmitgliedern sowie 5 Passivmitgliedern und war mehr oder weniger ein Zusammenschluss von guten Kollegen und Kolleginnen. Fast die Hälfte der Mitglieder war weiblich, das durchschnittliche Alter der Mitglieder lag zwischen 25 und 30 Jahren, die grosse Mehrheit war berufstätig und die meisten waren schon seit langer Zeit aktiv in der Bierkurve, weshalb der Verein hohes Ansehen genoss. Das Gewaltpotenzial des BKSH-Vereins war als äusserst gering einzuschätzen.

Eine weitere sehr wichtige Funktion für die gesamte Bierkurve hat die offizielle Homepage des BKSH-Vereins.<sup>9</sup> Neben dem Verkauf von Fanartikeln, der Übersicht zu den Fangesängen und der Bildergalerie, die nach jedem Spiel aktualisiert wird, übernimmt das Forum der Homepage zwei zentrale Aufgaben für die Kurve: Es ist sowohl die wichtigste Diskussions- wie auch Informationsplattform.

*Abarticus:* Abarticus ist die Ultra-Gruppierung<sup>10</sup> innerhalb der Bierkurve. Die Mitglieder bezeichnen sich selbst als «den fanatischsten und aktivsten Kern» der Bierkurve; sie sind hauptverantwortlich für den optischen (in Form von so genannten Choreos) und akustischen Support in der Bierkurve. Neben dem Ausleben der Ultra-Mentalität, die zahlreiche subkulturelle Züge aufweist, geht es den Mitgliedern von Abarticus nach Eigenaussagen mindestens ebenso sehr um «Party, Alkohol und Fussball». Im Gegensatz zum BKSH-Verein, der relativ gut strukturiert und organisiert ist, nimmt man es bei Abarticus mit der Organisation nicht so genau. Es gibt keinen festen Vorstand – wohl aber gewisse Hierarchien – und auch keine festgelegten Mitgliederbeiträge, sodass im Grunde genommen niemand genau weiss, wie viele Personen nun tatsächlich zu Abarticus gehören. Der Kern der Gruppierung umfasste zur Zeit der Untersuchung etwa 25 bis 30 Personen, die an fast allen Spielen aktiv dabei waren und auch einen finanziellen Beitrag an die Choreografien leisteten; um diesen Kern herum gab es noch einmal rund 20 Leute, die unregelmässig dabei waren und sich ebenfalls aktiv beteiligten. In Bezug auf die Struktur der Gruppierung gab es weitere grosse Unterschiede zum BKSH-Verein, so lag das Durchschnittsalter bei Abarticus mit knapp zwanzig Jahren weit unter jenem des BKSH-Vereins, und während dort fast die Hälfte der Mitglieder weiblich war, konnte man in den Reihen von Abarticus nur eine einzige Frau finden.

Insofern stellt Abarticus keinen Fanklub, sondern eine «Fanclique» dar, handelt es sich bei dieser Gruppierung doch im Grossen und Ganzen um einen grossen Freundeskreis von Gleichaltrigen. Seit der Gründung von Abarticus Ende 2003 ist es zu zahlreichen Ritualisierungen und kodierten Verhaltensweisen gekommen, durch die sich die Gruppierung bewusst und gewollt vom grossen Rest der Bierkurve absondert. Das zeigt sich vor allem an ihrer «Spielkleidung». Im Vergleich zu anderen Fans tragen sie keine offiziellen Fanartikel, sie haben ihre selbst entworfenen Fanutensilien, wozu vor allem ein weiss-gelb-schwarzer Seidenschal und ein schwarzer Kapuzenpulli mit der Aufschrift «Abarticus» gehört.

Durch die Grösse und die individuelle Vielfalt innerhalb von Abarticus fällt es sehr schwer, diese Gruppierung wirklich zu fassen, schliesslich fehlen im Vergleich zum BKSH-Verein Statuten oder klare Regeln, welche für die Mitglieder verbindlich wären. Als Ganzes betrachtet kann man Abarticus zwar durchaus als Ultra-Gruppierung bezeichnen, innerhalb der Gruppierung herrschen aber bezüglich Auftreten und Verhalten teilweise grosse Unterschiede und vor allem wenig Transparenz. In Bezug auf den Umgang mit Gewalt etwa fehlt es Abarticus letztlich an einer klaren und transparenten Haltung, was ihr von vielen Seiten her Kritik und Unverständnis einträgt.

Es ist deshalb kaum erstaunlich, dass viele Bierkurven-Fans ein wenn nicht falsches, so doch einseitiges Bild von Abarticus als unberechenbare, unbelehrbare und teils gewalttätige Gruppierung haben; das Handeln und Auftreten der Mitglieder, beides eng an die Ultra-Kultur geknüpft, sind für Aussenstehende nicht nachzuvollziehen.

*Peer-Groups:* Wir verlassen den aktivsten Teil der Bierkurve und wenden uns der zahlenmässig grössten «Fangattung» in der Bierkurve zu. Es handelt sich dabei um so genannte Peer-Groups, Zusammenschlüssen von Menschen also, die in etwa im gleichem Rang, Status und Alter zueinander stehen, die sich zu Dutzenden, meistens seit vielen Jahren schon, in die Bierkurve begeben. Diese Peer-Groups variieren stark in ihrer Alterstruktur und auch in ihrer Grösse, sie reichen von Kleingruppen (drei bis vier Personen) bis hin zu Gruppen von über zwanzig Personen. Die grosse Mehrheit der Peer-Groups ist geschlechtlich durchmischt, auch wenn die Frauen tendenziell in der Unterzahl sind. Zum aktivsten Teil der Kurve, dem BKSH-Verein und der Abarticus-Gruppierung, bestehen zahlreiche Unterschiede. Innerhalb der meisten Peer-Groups fehlt die Auseinandersetzung mit der Fussballfankultur und der Ultra-Mentalität, es kommt zu keiner Einbettung des persönlichen Fanseins in einen (sub-)kulturellen Kontext; man ist zwar FCS-Fan, assoziiert damit aber keine bestimmten Verhaltensweisen oder Handlungsnormen. Unter diesem Gesichtspunkt erscheint es logisch, dass sich kaum ein Mitglied von Peer-Groups an Pyroaktionen oder Kick-offs<sup>11</sup> beteiligt, sondern im Gegenteil solche Aktionen eher verurteilt. Neben dem Interesse am Spiel und am Schicksal des Vereins spielt für sie vor allem der soziale Faktor eine grosse Rolle. Das Stadion ist nicht nur Stätte des Spiels und Plattform für das Ausleben des Fanseins, sondern vorrangig ein Treffpunkt, an dem die Möglichkeit besteht, in einem genau festgelegten Zyklus soziale Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Das gemeinsame Gespräch, das Kommentieren des Spielgeschehens, das Ausleben von kollektiv empfundenen Emotionen sowie das Erleben des Spiels in einer vertrauten Runde, in der man sich ganz natürlich bewegen und auch mal Emotionen zeigen kann, sind für viele Peer-Group-Mitglieder wichtige Gründe für den Matchbesuch. Das Fussballspiel selbst und das Fansein bilden einen zeitlichen und örtlichen Rahmen für Interaktionen und Prozesse, die weit darüber hinausgehen und den Matchbesuch deshalb zu einem zentralen Freizeitereignis machen.

Obschon sich die «Peer-Group-Fans» weniger fanatisch und offensichtlich am Support der Mannschaft beteiligen und ihr Fansein nicht so stark ausleben, ist die Identifikation mit dem FCS und auch mit der Bierkurve sehr hoch. Ein sehr zentraler Punkt ist sicherlich der ausgeprägte Lokalpatriotismus unter allen Bierkurven-Fans sowie die Wahrnehmung und Nutzung des Breite-Stadions als zeitlich und räumlich begrenzter «sozialer Treffpunkt» ausserhalb der alltäglichen Routine.

«Kiddies» und «Modedefans»: «Kiddies» und «Modedefans» sind keine wissenschaftlichen Termini, sondern Bezeichnungen von Bierkurven-Fans für einerseits sehr junge Fans (Kiddies) und andererseits für Fans, die «dem Erfolg nachrennen» (Modedefans). Da der FC Schaffhausen wenig attraktiv permanent gegen den Abstieg spielt, gibt es sinngemäss relativ wenige Modedefans. So genannte Kiddies hingegen sieht man in jüngster Zeit immer häufiger in der Bierkurve. Dabei handelt es sich um Teenager (13 bis 17 Jahre alt) beiderlei Geschlechts, die sich unter die Bierkurven-Fans mischen. Einige, vor allem männliche, Kiddies beteiligen sich zwar aktiv am Support, singen die Lieder und Gesänge mit, klatschen, etc., die meisten stehen jedoch hauptsächlich in der Bierkurve, um den aktiven Kern zu beobachten und die emotional aufgeladene Stimmung innerhalb der Kurve zu erleben. Der Beteiligungsgrad der Teenager reicht daher – je nach Kenntnisgrad der Gesänge und Fanlieder – von aktivem Support bis hin zu völliger Passivität. Grosse Unterschiede existieren auch in den Gründen und Motivationen des Stadionbesuchs. So lässt zum Beispiel der untypisch hohe Anteil von weiblichen Fans auf einen Fussballtrend in dieser Generation schliessen, der sich nicht nur aufs männliche Geschlecht konzentriert. Insofern ist es schwierig zu beurteilen, ob das Interesse am sportlichen Schicksal des FC Schaffhausen, die exotisch und sogar gefährlich anmutende Stimmung in der Bierkurve oder die Popularität und Schwärmerei für bestimmte Fussballer ausschlaggebend für den Matchbesuch ist.

Diese äusserst heterogenen «jüngsten Fans» der Bierkurve sind nur in den seltensten Fällen in die Geschehnisse und ins soziale Netz der Kurve integriert. Die Fluktuation ist hier noch höher als bei den anderen Gruppierungen. Von den übrigen Bierkurven-Fans werden sie zwar geduldet, aber nicht als richtige «Bierkürvler» betrachtet; unter anderem, weil die Kiddies noch kein Bier trinken. Dennoch prägen sie das Bild und soziale Gefüge genauso mit, wie die anderen drei Subgruppen.

Insgesamt habe ich mit 22 Bierkurven-Fans aus allen vier Subgruppen standardisierte und offene biografische Interviews geführt, um die persönliche, lebensgeschichtliche Erfahrungsebene in die Arbeit fliessen zu lassen. Wer steht überhaupt in der Bierkurve, und wieso (Motivation) steht er/sie in der Bierkurve, bildeten die zentralen Fragestellungen der Bierkurven-Biografien. Ergänzt durch meine Feldbeobachtungen lässt sich die soziale Struktur der Bierkurve abschliessend wie folgt zusammenfassen: Männlich, jugendlich und Schweizer. Dieses Klischee über Fussballfans wird in der Bierkurve, zumindest teilweise, bestätigt. Ein anderes gängiges



Fussballfan-Vorurteil muss allerdings klar revidiert werden: jenes vom arbeitslosen, aus der Unterschicht stammenden und oftmals asozialen Fussballfan. Weder bei Abarticus noch beim BKSH-Verein oder bei den Peer-Groups kann man von einer einheitlichen sozialen Struktur sprechen, die Bierkurven-Fans stammen aus allen möglichen Milieus und Schichten. Vom Juristen und Studenten über den Bankangestellten und Handwerker bis hin zum Bauarbeiter und Arbeitslosen findet man alles in der Kurve. Im Gegensatz zu weiten Teilen des beruflichen und gesellschaftlichen Lebens scheint die Schichtzugehörigkeit in der Bierkurve kein entscheidender Faktor für die Entstehung und Zusammensetzung sozialer Interaktionen und Gruppen zu sein.

Überraschend bezüglich der sozialen Struktur der Bierkurve war für mich die Tatsache, dass praktisch ausschliesslich Schweizer und ein paar Secondos in der Kurve verkehren. Dies obwohl in Schaffhausen viele Ausländer aus Ex-Jugoslawien, aus der Türkei oder aus Sri Lanka leben. Die Suche nach Gründen für diese offenbar nicht stattfindende Eingliederung ist nicht Gegenstand dieser Arbeit und bedarf einer eigenen Untersuchung. Vielleicht sagt ihnen der laute, chaotisch und archaisch anmutende Stil der Bierkurve nicht zu, und sie besetzen bewusst andere Orte im Stadion oder gehen gar nicht zum Fussball.

Abschliessend bleibt noch eine weitere Auffälligkeit in der sozialen Struktur der Bierkurve festzuhalten: sie besteht praktisch nur aus «Einheimischen»<sup>12</sup>. Im Gegensatz zu den Grossen der Branche wie der FC Basel, der GC Zürich, die Berner Young Boys oder der FC Zürich fehlt es dem FCS am nötigen Einzugsgebiet, zugkräftigen Spielern, zahlungswilligen Sponsoren und vor allem an Reputation. Unter diesen Umständen ist es offensichtlich, dass sich die Anziehungskraft des FCS auf die Region Schaffhausen beschränkt.

### **Ethnografie – Mittendrin statt nur dabei**

Bevor nun der Fokus ganz auf die unpersönliche, situative Handlungsebene gelegt und das Geschehen in der Bierkurve während vier Spielen zusammengefasst wird, möchte ich auf einen Punkt hinweisen, den man in der Betrachtung und Handlungsbeurteilung von Fussballfans allgemein oft vergisst: Es gibt grosse und zahlreiche Unterschiede zwischen Heimspielen und Auswärtsspielen.

So fühlen sich die Bierkurven-Fans in ihrer Stadt, ihrem Stadion und ihrer Kurve «zu Hause»; viele von ihnen bezeichnen das Breite-Stadion sogar als ihre Heimat, während sie in den auswärtigen Stadien Fremde sind und meistens auch so behandelt werden. Die Rollen werden folglich vertauscht an Heim- und Auswärtsspielen: vom Hausherrn daheim wird man auswärts zum Gast. Dieser Rollenwechsel kann sich auf das Verhalten von einzelnen Fans auswirken. Grundsätzlich konnte ich an Auswärtsspielen einen ausgeprägteren Hang zum exzessiven Alkoholkonsum, der sich auch mit den oft langen Anfahrten erklärt, und zu asozialem Handeln<sup>13</sup> feststellen. Ein grosser Unterschied besteht selbstverständlich auch in

der Anzahl von Fans. Während es in der Bierkurve zwischen 120 und 600 Zuschauer hat, liegt die Zahl der Schaffhauser Fans an Auswärtsspielen zwischen 30 und 400, wovon der grösste Teil aus der Bierkurve stammt.

Die Bierkurve existiert im Grunde genommen nur an den Heimspielen, wo sie einen Ort in der Ostkurve des Breite-Stadions beschreibt. Dennoch bezeichnet sich die FCS-Fanschar an Auswärtsspielen meistens ebenfalls als Bierkurve, weil die grosse Mehrheit der mitgereisten Anhänger aus der Bierkurve stammt. Die Bezeichnung «Bierkurve» an Auswärtsspielen ist noch aus einem weiteren Grund nicht ganz korrekt; die Zusammensetzung der Fans unterscheidet sich nämlich grundlegend von jener bei Heimspielen, wo jede Gruppierung ihren fixen und vorbestimmten Platz hat. An den Auswärtsspielen, bei denen alle Gästefans – bis auf die «Tribünenhocker» – in einem Sektor zusammengefasst sind, kommt es zwangsläufig zu einer grösseren Durchmischung der Fans. Die Strukturen aus der Bierkurve (Abarticus – BKSH – Peer-Groups) sind immer noch erkennbar, aber weit weniger deutlich. Gleichzeitig fehlt an Auswärtsspielen eine bestimmte Fangruppe ziemlich offensichtlich: die Kiddies. Dies hat einen sehr simplen Grund: Die meisten stecken noch in einer Ausbildung oder Berufslehre und können sich ein Auswärtsspiel, das mit erheblichen Mehrkosten verbunden ist, nicht leisten.

Diese veränderte Fanstruktur bei Auswärtsspielen drückt sich auch auf die Stimmung aus. Die Mehrzahl der befragten Personen aus der Bierkurve weist explizit darauf hin, dass die Anfeuerung der Mannschaft, trotz viel weniger Personen im Fan-Block, leidenschaftlicher sei, weil dort meistens nur jene Leute dabei seien, die mit Leib und Seele hinter dem Verein stehen. Die An- und Rückreise als Gruppe wird als Ausflug und Erlebnis bewertet, die fremden Städte und Stadien machen neugierig.

#### *Heimspiel 1: FC Schaffhausen vs FC Aarau, 4. Mai 2005*

##### *«Wir singen Scheiss-FC-Aarau»*

Zum Heimspiel gegen den Tabellennachbarn FC Aarau nehme ich mein Diktaphon ans Spiel mit und konzentriere mich während des ganzen Spiels für einmal nicht auf das Spielgeschehen und das Verhalten der Fans, sondern ganz auf den akustischen Support; auf Gesänge, Lieder und Sprechchöre aus der Bierkurve. In den folgenden Ausführungen über den akustischen Support werden die wichtigsten Gesänge und Sprechchöre sowie die markigsten Sprüche in chronologischer Reihenfolge wiedergegeben. Eine sehr wichtige Rolle beim akustischen Support spielen der so genannte Capo sowie die beiden Trommler. In der ersten Halbzeit spielt der FC Aarau in Richtung Bierkurven-Tor, das von FCS-Publikumsliebbling Marcel «Mäse» Herzog gehütet wird. Am Zaun vor der Bierkurve ist ein Transparent befestigt, das den Abstieg des FC Aarau beschwört und eine Todesanzeige symbolisiert.

In den Anfangsminuten dieses ungemein wichtigen Spiels im Kampf gegen den drohenden Abstieg bleibt die Stimmung verhalten, am akustischen Support beteiligen sich praktisch nur Abarticus und BKSH. Nach fünf Minuten versucht der





Die Fans in der Bierkurve am Heimspiel vom 4. Mai 2005 gegen den FC Aarau.

Capo die Kurve ein erstes Mal aus der Reserve zu locken mit dem so genannten «Falkenbier-Lied»<sup>14</sup>:

*Capo: Was trinken wir?*

*Alle: Falkenbier!*

*Capo: Was pissen wir?*

*Alle: Falkenbier!*

*Capo: Prost ihr Säcke!*

*Alle: Prost du Sau!*

*Scholololololo Schololololoo, Schololololo Schololololoo, lolololololololoo ...*

Die Resonanz bleibt aber vorerst verhalten. Auch Reaktionen auf das Spielgeschehen gibt es kaum, die beiden Teams neutralisieren sich weitgehend im Mittelfeld. Nur als Aaraus Stürmer Rainer Bieli nach gut zehn Minuten einen schwachen Schuss Richtung Schaffhauser Tor abgibt, kriegt er die Häme der Bierkurven-Fans zu spüren: «Bieli, Bieli, ha-ha-ha!», skandiert gut die Hälfte der Kurve schmunzelnd. Nur wenig später setzt der Capo auf dem Zaun zum «Schaffhauserlied» an, das sich vor allem in den Reihen der Kiddies grosser Beliebtheit erfreut:

*Capo:*     *Schaffhauser, wo seid ihr?*  
*Alle:*     *Hier!*  
*Capo:*     *Schaffhauser, was wollt ihr?*  
*Alle:*     *Bier!*  
*Capo:*     *Schaffhauser, was wollt ihr lieber?*  
*Alle:*     *Freibier!*

*Refrain:*   *Weil wir Schaffhauser sind, ai ai aio*  
               *das weiss doch jedes Kind, ai ai aio*  
               *wir reissen Bäume aus, ai ai aio*  
               *wo keine sind, jawohl das stimmt.*

*1. Strophe:* *Wir liegen unterm Bierfass und saufen wie die Sau,*  
               *wir rauchen unsern Joint und ficken jede Frau.*

*Refrain*

*2. Strophe:* *Vom Norden bis zum Süden gar, wir sind die besten, das ist klar,*  
               *und die Sanitäter verkotzen wir dann später.*

*Refrain*

Nach 22 Minuten fällt aus heiterem Himmel und mitten in «FCS!-FCS!-FCS!»-Chöre hinein das 0:1 für Aarau durch Manuel Schenker. Neben mir wirft ein Bekannter aus einer gut 15-köpfigen Peer-Group entnervt seinen halbvollen Bierbecher in Richtung Spielfeld, viele raufen sich die Haare oder werfen ihre Schals und Fahnen auf den Boden. Nach einer halben Minute unkoordinierter Unmutsäusserungen richtet sich der ganze Frust über das Gegentor an die auf der gegenüberliegenden Kurve jubelnden Aarauer-Fans: «Hört ihr, hört ihr, hört ihr das Gestöhne? Aarau-Fans, Aarau-Fans, alles Hurensöhne!» und «Wir singen Scheiss-FC-Aarau, wir singen Scheiss-FC-Aarau, Scheiss-FC-Aarau, wir singen Scheiss-FC-Aarau» hallt es aus der Bierkurve. Während die aktivste Szene und ein Grossteil der Kiddies lauthals mitgrölen, halten sich die meisten Peer-Groups zurück; viele finden derartige Lieder und Gesänge zu primitiv und wollen den FCS lieber mit positivem Support unterstützen.

Das Spiel des FC Schaffhausen ist immer noch zerfahren, es gibt kaum gelungene Kombinationen, die Mitglieder der Peer-Group gleich neben mir lassen ihrem Unmut freien Lauf: «*De huere Todi*<sup>15</sup> gseht hütt kän Ball, wiso bringt de Seebi<sup>16</sup> nid endli de Toni<sup>17</sup>, de wür wenigstens en Ball treffe?», fragt sich einer und ein anderer regt sich über den Eigensinn von Flügelspieler Daniel Senn auf: «*Spiel en doch zruigg, Schofseckel! De Todi isch völlig frei!*» Als wenig später FCS-Stürmer Ursal Yasar einen Ball aus aussichtsreicher Position in den rötlichen Abendhimmel setzt, schüttelt man nur den Kopf: «*Ou läck, wa isch denn da gsi? De hett wohl wider d'*

*Schüschueh aa! Huerechriüppel!*» Nach gut vierzig Minuten wird das Spiel der Schaffhauser endlich druckvoller und offensiver, das wirkt sich auch auf die Bierkurven-Fans aus, die nun wieder hinter ihrer Mannschaft stehen. Als der Capo *«Uff goht's Schaffhuuse, schüß e Gool, schüß e Gool, schüß e Gool!»* anstimmt, macht erstmals die ganze Kurve mit. Schliesslich ist es kurz vor der Pause so weit: Daniel Senn schießt ein Kopfballtor! Unkoordinierter Jubel bricht aus, die Leute schreien, umarmen sich, springen auf und ab, werfen Bierbecher gleich dutzendweise Richtung Spielfeld und recken die Fäuste in die Luft. Auf den zuvor angespannten Gesichtern zeigt sich plötzlich ein breites Lachen, die Hoffnung ist zurückgekehrt.

In der Halbzeitpause lösen sich die zuvor klar erkennbaren Strukturen auf. Einige Fans suchen die Toilette auf, viele holen sich ein neues Bier oder Mineral, Bratwürste und Hamburger werden gekauft. Vor allem aber wird in Kleingruppen, die bunt durchmischt und ganz spontan entstanden sind, über das Spielgeschehen diskutiert. Kurz vor Wiederanpfeiff verteilen Abarticus-Mitglieder gelbe und schwarze A4-Blätter an die ganze Kurve. Als die Spieler wieder auf den Platz einlaufen, hält praktisch die ganze Bierkurve die gelb-schwarzen Blätter hoch. Die Stimmung ist in der zweiten Halbzeit ungleich besser als in der ersten, die Kurve rückt auch physisch näher zusammen, die Gesänge und Sprechchöre werden nun lauter und von weit mehr Personen mitgesungen.

Die Seiten sind gewechselt worden. Im Bierkurven-Tor steht nun Aaraus Massimo Colomba, der sogleich von den Fans begrüsst wird: *«Du bisch en hässliche Goalie, en hässliche Goalie, en hässliche Goalie!»*, skandiert die Menge. Im Gegensatz zur Stimmung in der Bierkurve ist das Spiel auf dem Rasen nicht besser geworden, Chancen bleiben Mangelware. Als der Schiedsrichter nach siebzig Minuten den unbedrängt vor dem Tor stehenden Todisco aus dem Abseits zurückpfeift, bekommt er umgehend die Wut der Bierkurven-Fans zu spüren, die mit seinem Pfeiff ganz und gar nicht einverstanden sind. Während die aktivste Szene *«Hu-Hu-Hu-Hurensohn, Hurensohn, Hurensohn!»* skandiert, kommen aus dem Peer-Group-Lager *«Hoyzer!-Hoyzer!»*<sup>18</sup>-Rufe.

Die Reaktionen, wie auch die Gesänge und Sprechchöre der Bierkurven-Fans beziehen sich aber nicht nur auf den jeweiligen Gegner und das Spielgeschehen, sondern auch auf die eigenen Zuschauer. Besonders die Zuschauer, welche auf der unmittelbar an die Bierkurve angrenzenden Amag-Tribüne sitzen, geraten wegen ihrer Passivität ab und zu in den Fokus des aktivsten Bierkurven-Kerns. *«Steht auf, wenn ihr Schaffhauser seid, steht auf, wenn ihr Schaffhauser seid!»*, singt der Capo zur Amag-Tribüne gewandt vor. An solchen Aktionen, bei denen auch schon Bierbecher und Kartonfetzen Richtung Tribüne geflogen sind, beteiligen sich allerdings nur Abarticus und ein paar andere, die restliche Bierkurve verurteilt solche Aktionen grundsätzlich, da sie nicht verstehen können, wie man die eigenen Fans verbal angreifen kann.



Impression aus der Bierkurve: Links unten die beiden Trommler; Abarticus- und BKSH-Mitglieder am Fahنشwingen.

Schliesslich bleibt es beim Unentschieden, das keiner Mannschaft weiterhilft. Die Bierkurven-Fans sind zwar froh, nicht erneut verloren zu haben, können sich über den Punktgewinn aber nur bedingt freuen. Es wäre mehr möglich gewesen heute. *«Gopfertammi! Wenn mier nid mol die schlönd, wer denn?»*, fragt sich ein junger Mann neben mir und spricht dann aus, was viele denken: *«Jetzt cha üs fasch nur no e Wunder rette.»* Nach dem Schlusspfiff wird noch auf die Mannschaft gewartet, die beklatscht, aber nicht gefeiert wird, und dann strömen die Leute aus dem Stadion. Abarticus versammelt sich hinter dem Stadion, der Rest zieht in Kleingruppen und über das Spiel diskutierend in die Stadt hinunter, in die Bars oder nach Hause.

Über das ganze Spiel gesehen hat der Capo 108-mal einen Gesang oder ein Lied angestimmt, die mit zunehmender Spieldauer immer häufiger von der ganzen Bierkurve übernommen wurden. Insgesamt 36 verschiedene Fangesänge und Sprechchöre sind dabei zum Einsatz gekommen, was sozusagen dem Gesamtrepertoire (40) entspricht. Wie schon erwähnt, nehmen diese Gesänge und Sprechchöre Bezug auf ganz verschiedene Matchelemente: die gegnerischen Fans und Spieler, die eigenen Spieler sowie die eigene Mannschaft, die Schieds- und Linienrichter oder sogar die eigenen Fans. Weitere häufige Inhalte sind die Stadt oder der Kanton Schaffhausen und das (Falken-)Bier, die verdeutlichen, welch wichtige Rolle der Lokalpatriotismus für die Bierkurven-Fans spielt.

Der akustische Support ist mit wenigen Ausnahmen<sup>19</sup> nicht ritualisiert oder vorprogrammiert, sondern immer sehr situativ. *«Ich habe mir jetzt nicht einen Spickzettel gemacht auf dem steht: in der fünften Minute kommt dieses Lied und in der siebten Minute jenes, das kommt wirklich aus dem Bauch und aus dem Kopf heraus und ist natürlich abhängig vom Spielverlauf, ganz klar»*, weist auch der Capo der Kurve auf die Spontaneität beim akustischen Support hin.

Zum Abschluss noch ein paar Bemerkungen zu den Kommentaren und der Rhetorik allgemein in der Bierkurve. Man muss dabei bedenken, dass die Sprache in der Kurve eine ganz andere ist als diejenige im Alltag oder gar in der Berufswelt. Sie ist knapp, vulgär, pervers, simplifizierend und sehr emotionsgeladen. Für die Dauer eines Fussballspieles rückt die Komplexität des sozialen Gesellschaftslebens in den Hintergrund. Es gibt nur noch ein «Wir» und ein «Sie», ein «Gut» und ein «Böse»; die Rollen sind klar verteilt. Dieser Umstand drückt sich dementsprechend stark in einer primitiven und unmissverständlichen Stadionsprache aus, die aber gleich nach Spielende – abgesehen von zuweilen hitzig geführten Diskussionen unter Fans – der herkömmlichen Alltags- und Freizeitsprache weicht.

### *Heimspiel 2: FC Schaffhausen vs FC Basel, 1. Mai 2005*

#### *«Der Fanboykott»*

«Keine Stimmung dank Willkür

Erinnerst Du Dich noch an das letzte Heimspiel gegen den FC Basel?

Damals versenkten wir symbolisch das Basler Schiff.<sup>20</sup> Dies sollte am heutigen Sonntag auf dem Rasen wie auch auf den Zuschauerrängen erfolgreich fortgesetzt werden.

Aufgrund der jüngsten Entwicklungen sehen sich die engagierten Fans jedoch ausserstande, die notwendige Motivation für ein ähnliches Projekt aufzubringen. Sich häufende, willkürliche Stadionverbote mit fadenscheinigen Begründungen und zunehmende Repression dürfen nicht länger hingenommen werden. Daher werden wir am Spiel gegen Basel auf jeglichen optischen wie auch akustischen Support verzichten und das Stadion nicht betreten. Wer sich mit dieser Aktion solidarisieren will, darf gerne mit uns Kontakt aufnehmen.

Wir weisen an dieser Stelle ausdrücklich darauf hin, dass diese Aktion nicht gegen die Mannschaft des FCS gerichtet ist.

Wir bedanken uns für Euer Verständnis.

Die aktive Szene der Bierkurve, BKSH & Abarticus»

Diese Botschaft steht auf den zahlreichen Flyern, die von BKSH- und Abarticus-Mitgliedern am aufgeregt erwarteten Heimspiel gegen den FC Basel am 1. Mai 2005 vor dem Breite-Stadion verteilt werden. Der Verein und die Mannschaft sind im Vorfeld des Spieles informiert worden. Der Text wurde vorgängig auch im Internet veröffentlicht, wo er eine hitzige Diskussion unter Bierkurven-Fans ausgelöst hat.

Der Aufruf zum Boykott, eigentlich gegen das Verhalten des Vereins und der Sicherheitsdienste gerichtet, hat zunächst einmal die entstandene Kluft in der Bierkurve offen dargelegt. Auf der einen Seite steht die aktivste Szene um Abarticus



und den BKSH-Verein, die sich ungerecht behandelt fühlt, auf der anderen Seite stehen die alten «Bierkürvler» und Peer-Groups, die bei Weitem nicht alle Aktionen der aktivsten Szene befürworten. Da im abgedruckten Text nur von «willkürlichen Stadionverboten» und «zunehmender Repression» die Rede ist, aber kein konkretes Beispiel aufgeführt wird, entsteht schnell einmal der Eindruck, die aktivste Szene sei nicht bereit, die allseits bekannten Konsequenzen für das Abbrennen von Pyromaterial und gewalttätiges Verhalten zu tragen.

Man muss in diesem Fall auch von einem Kommunikationsproblem sprechen, denn in Tat und Wahrheit ging es um zwei bestimmte Stadionverbote wegen Beamtenbeleidigung gegen ein BKSH- und ein Abarticus-Mitglied sowie um das alles andere als freundschaftliche Verhältnis zu den «Deltas», dem Personal des Stadion-Sicherheitsdienstes. In erster Linie prallen vor dem Hintergrund des Fanboykotts zwei verschiedene Fankulturen aufeinander, denen das gegenseitige Verständnis fehlt. Die eine Seite fühlt sich in der Ausübung ihrer Fankultur beschnitten, während die andere es sogar teilweise begrüsst, wenn irgendwo Grenzen gesetzt werden. Dies machen folgende zwei Kommentare deutlich: *«Wir wollen nicht nur Fussballfans sein, wir sind (im Gegensatz zu etwa 3000 Leuten, die am Sonntag auf der Breite stehen werden) auch welche! Ich wage zu behaupten, auch ohne dieses Spiel zu besuchen, mehr Stunden in den FCS investiert zu haben als viele andere! Und das gilt wohl für Dutzende bei Abarticus und BKSH. Es kann tatsächlich Gründe für ein Stadionverbot geben, und wenn diese vorhanden sind, akzeptieren wir dies auch. Was jedoch in letzter Zeit passiert ist, kann einfach nicht länger hingenommen werden! Genauso wie diese anderen <Fans> denkt übrigens auch die Chefetage des FCS: Solange wir brav unsere Choreos basteln, Stimmung machen und Fahnen schwenken, ist die Bierkurve ihr Liebling; doch sobald etwas ein ganz wenig nicht nach dem Geschmack von denen da oben läuft, sind die selben Leute plötzlich Chaoten und Hooligans! Und weisst du was? Das geht mir am Arsch vorbei, ich supporte für die Mannschaft, für meinen Verein und nicht für die Tribüne...»*, verteidigt ein Abarticus-Mitglied den Boykottaufruf. Ein alteingesessener Bierkürvler sieht das nachträglich ein wenig anders: *«Ich meine <Fan-Boykott>, das mache ich, wenn die Spieler das Gefühl haben, auf dem Hosenboden spielen zu müssen, aber wegen dem..., es war sowieso <bireweich>, ich habs jetzt wieder präsent, es ging um ein Stadionverbot, weil einer die Polizei beleidigt hat und er hat dann Stadionverbot gekriegt, das ist okay, was willst nachher noch einen Boykott machen?»*

Am Spiel selbst wird diese Kluft endgültig offensichtlich. Abarticus und BKSH-Verein fehlen praktisch gänzlich im Breite-Stadion, sie feiern gemeinsam eine Grillparty, doch davon abgesehen hat sich nur ein ganz kleiner Teil der übrigen Bierkurve dem Boykott angeschlossen. Symptomatisch auch, dass ein Transparent mit der Aufschrift «Keine Stimmung dank Willkür» schon nach wenigen Spielminuten vom Zaun gerissen wird. Stimmung kommt in der Bierkurve vor «nur» 5200 Zuschauern nicht auf, es werden kaum Lieder angestimmt und besonders das Fehlen der Trommeln und des Capos macht sich extrem bemerkbar.



Kurz vor Spielbeginn ist die Bierkurve noch halbleer.

Die Geschichte des Spiels ist schnell erzählt. Kurz vor dem Pausenpfeiff erzielt Julio Hernan Rossi das längst fällige 0:1 für den haushohen Favoriten vom Rheinknie. Basels Topsskorer Gimenez entscheidet das einseitige Spiel in der 52. Minute mit einem weiteren Treffer. Ähnlich wie den Fans in der Bierkurve fehlt auch den FCS-Spielern der nötige Biss, um den amtierenden Meister wirklich ernsthaft gefährden zu können. Der FC Schaffhausen bleibt damit im Tabellenkeller stecken.

Der Fanboykott selbst hat seine Wirkung nicht verfehlt. Die zwei Stadionverbote werden nach kurzer Zeit aufgehoben, womit der Boykott – zumindest aus Sicht vom BKSH-Verein und von Abarticus – als Erfolg zu werten ist. Auch die Reaktion des Vereins auf den Boykott bleibt nicht aus, er signalisiert auf seiner Homepage Bereitschaft zu einem Treffen aller beteiligten Parteien. Seine grösste Wirkung erzielt der Boykott jedoch in Bezug auf das Verhältnis der beiden boykottierenden Fangruppierungen: *«Das habe ich als einen riesigen Zusammenhalt empfunden. Es war schade, dass nicht alle mitgemacht haben, aber das ist ja ihre eigene Entscheidung gewesen, aber dieses Grillen war echt genial und schön. Ich finde einfach: wenn einer Stadionverbot bekommt für Pyro oder einen sonstigen Scheiss, dann hat er's verdient, aber hier war es Willkür und dann mache ich gerne mit. Und unter den Fans von Abarticus und BKSH hat dieser Anlass einen sehr guten Zusammenhalt gegeben»*, blickt ein BKSH-Mitglied gerne auf das gemeinsame Grillen zurück. Tatsächlich wird der Fanboykott und die damit verbundene Grillparty in beiden Gruppierungen als einer der Saisonhöhepunkte und schönsten Momente betrachtet, während er bei den übrigen Bierkurven-Fans bald wieder in Vergessenheit geraten ist.



Das vom Verein initiierte Treffen fand schliesslich im Juli statt. Es hat die verschiedenen Parteien zwar zusammen-, nicht jedoch nähergebracht. Trotz Beteuerungen von allen Seiten, sich zu bessern, blieb es bei den verhärteten Fronten. Abarticus inszeniert weiterhin fleissig Pyroshows und der Verein zeigt absolut kein Verständnis für diese Art von Fussballfankultur.

*Auswärtsspiel 1: FC St. Gallen vs FC Schaffhausen, 7. Mai 2005*

*«Bis auf die Unterhosen»*

Den Bierkurven-Fans bleibt kaum Luft zum Atmen, denn nur drei weitere Tage nach dem nervenaufreibenden Spiel gegen den FC Aarau kommt es in St. Gallen zum so genannten «Ostschweizer-Derby». Im Kampf um den rettenden achten Tabellenplatz gegen Aarau ist ein Sieg der Gelb-Schwarzen Pflicht. Im Wissen, dass der FCS in den bisherigen drei Duellen gegen die Olmastädter immer gut mithalten konnte (1 Sieg, 2 Unentschieden), nehmen über 120 Fans die Reise ins «Espenmoos-Stadion» auf sich.

Als ich um 16.30 Uhr am Bahnhof Schaffhausen eintreffe, ist die gut 40-köpfige FCS-Fanschar kaum zu übersehen. BKSH und Abarticus haben sich darauf geeinigt, mit dem Zug nach St. Gallen zu fahren. Die singenden, trinkenden und rauchenden Fans okkupieren einen ganzen Wagen. Die Stimmung ist aufgeladen, einige sind angespannt, wie immer, wenn es gegen den Ostschweizer-Rivalen St. Gallen geht. Ein Abarticus-Mitglied erzählt mir auf der Zugfahrt, dass es heute wohl «krachen» werde und vielleicht schon ein «Begrüssungskomitee» am Bahnhof auf uns warte. Beim Umsteigen in Winterthur zünden zwei Abarticus-Mitglieder in der Unterführung eine bengalische Fackel an, drei in der Nähe stehende Bahnpolizisten wollen erst eingreifen, ziehen sich aber angesichts der Grösse des Schaffhauser Mobs wieder zurück. Als wir nach gut eineinhalb Stunden Zugfahrt die Haltestelle St. Fiden erreichen, sind schon einige betrunken und bekifft. Schliesslich bilden wir alle zusammen einen Mob, um uns gegen einen allfälligen Angriff der St.-Galler bestmöglich wehren zu können, und schreiten Richtung Stadion. Die vorderste Reihe des Mobs hält ein Transparent mit der Aufschrift «Auswärtssieg» in den Händen. Nach gut zehn Minuten Fussmarsch erreichen wir das Stadion ohne Probleme.

Dort erwartet uns eine Einrichtung, die im Zuge des repressiven Umgangs mit Fussballfans in St. Gallen offenbar Schule gemacht hat: ein Container. Erst muss einem Sicherheitsangestellten ein gültiger Ausweis vorgelegt werden, dann wird man höflich gebeten, ein Formular mit dem Titel «Einverständnis zur Leibesvisitation» zu unterschreiben. Schliesslich wird man in einer Einerreihe in den Container geschleust, um dort in einer der zahlreichen, abgetrennten Kabinen von einer Person des Sicherheitsdienstes sehr genau untersucht zu werden. Wie ich später erfahre, mussten sich einige bis auf die Unterhosen ausziehen, bei mir tasteten sie nur den ganzen Körper ab und kontrollierten den Rucksack.

Noch bevor das Spiel beginnt, setzt strömender Regen ein und die ganze Schaffhauser Fanschar verzieht sich in den kleinen Gästesektor in der Geraden, der über-

dacht ist. Der grössere, ungedeckte Gästesektor in der Kurve bleibt praktisch unbesetzt. Die Stimmung unter den FCS-Fans ist von Beginn an gut, auch als St. Gallen nach drei Minuten durch den bulligen Angreifer Eric Hassli in Führung geht und der FCS auch in der Folgezeit nicht ins Spiel findet. Die anfänglich gute Stimmung kippt langsam, Resignation und teilweise auch Aggression machen sich breit, Bierbecher werden aufs Spielfeld geschmissen, der Schiedsrichter und St.-Galler-Spieler beschimpft. Schliesslich kommt es zu ersten Reaktionen aus dem St.-Galler-Publikum, das oberhalb und links vom Gästesektor (integrierte Stehrampe) sitzt.

In der zweiten Hälfte eskaliert die Situation endgültig. Auf vermehrte Provokationen<sup>21</sup> der Schaffhauser Fans an die Adresse der St.-Galler folgen nun auch verbale Retourkutschen.<sup>22</sup> Als die St.-Gallen-Fans die gelb-rote Karte gegen Schaffhausens Kapitän Remo Pesenti (Unsportlichkeit) lauthals bejubeln, platzt einigen Abarticus-Mitgliedern und auch ein paar übrigen Fans der Kragen. Bierbecher werden gezielt auf die Tribüne geworfen, ein paar springen auf das Gitter, wollen drüberklettern, andere drohen mit der Faust, schreien wild herum und gebärden sich aggressiv. Schliesslich schreitet der Sicherheitsdienst ein und stellt sich demonstrativ zwischen die beiden Fanlager; auf Diskussionen lassen sie sich nicht ein. Nur wenig später schiesst Dos Santos per Freistoss das 1:1. In Unterzahl. Wieder kippt die Stimmung, Euphorie und Hoffnung machen sich breit, die Scharmützel mit den St.-Gallen-Fans sind vergessen, der FCS wird wieder lautstark angefeuert und unterstützt.



Blick in den Gästesektor: Hinter der Absperrung sitzen St.-Gallen-Fans.

Am Ende bleibt es beim 1:1, der Rückstand auf das spielfreie Aarau beträgt nun vier Punkte, der drohende Abstieg rückt immer näher. Wieder formieren sich Abarticus und BKSH-Mitglieder zu einem Mob, der diesmal tatsächlich von St.-Gallern angegriffen wird. Doch sowohl in St. Fiden als auch am St.-Galler Hauptbahnhof kann die Polizei grössere Auseinandersetzungen verhindern, es kommt nur zu vereinzelt Steinwürfen und lautstarken Beschimpfungen, sowie zu Pfefferspray-Einsätzen der Polizei. Die Situation beruhigt sich, als der Zug einfährt und die Schaffhauser Fans einsteigen.

In keinem meiner zuvor besuchten Spiele war die Stimmung auch nur annähernd so gereizt und teilweise auch aggressiv wie an diesem Spiel gegen den FC St. Gallen. Besonders einzelne Mitglieder von Abarticus verhielten sich auffallend aggressiv und aufbrausend. Diese erhöhte Aggression – auch bei anderen FCS-Anhängern feststellbar – ist auf verschiedene Gründe zurückzuführen:

- Vier Runden vor Schluss steht der FCS mit fünf Punkten Rückstand auf dem neunten Tabellenrang; der «Kampf ums nackte Überleben» geht in die entscheidende Phase. In dieser Ausnahmesituation sind viele FCS-Fans besonders angespannt und nervös.
- Die Spiele gegen St. Gallen erhalten durch den Derby-Charakter einen zusätzlichen Reiz. Gegen den unmittelbaren (und mächtigeren) Nachbarn verliert man doppelt ungern. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von soziokulturell aufgeladenen Emotionen.
- Der Gästesektor liegt im «Espenmoos» sehr ungünstig, er ist in eine Tribüne integriert, die von St.-Gallen-Fans besetzt wird. (Verbale) Zusammenstösse sind unter diesen Umständen (keine klare Sektorentrennung) sehr viel wahrscheinlicher.
- Die gelb-rote Karte nach einer Stunde für den Kapitän (!) der Mannschaft, bei gleichzeitigem Rückstand, hat die bereits vorhandene Resignation und Frustration verstärkt.

#### *Auswärtsspiel 2: GC Zürich vs FC Schaffhausen, 2. April 2005*

##### *«Unterwegs mit Abarticus»*

Anfang April steht das schwierige Auswärtsspiel gegen den Grasshopper Club Zürich auf dem Programm. Aufgrund der Vorkommnisse beim letzten Gastspiel im Hardturm<sup>23</sup> hat der BKSH-Verein beschlossen, keine Carreise nach Zürich zu organisieren und dem Spiel fern zu bleiben. Also finde ich mich um 17 Uhr im Schaffhauser Bahnhof ein, um mit den Abarticus-Mitgliedern nach Zürich zu reisen.

Über einen mir bekannten Fan habe ich in der Zwischenzeit viele Abarticus-Mitglieder kennen gelernt. Ich war auch schon an ihren Sitzungen in einem Schaffhauser Restaurant dabei, wo ich meine Person und meine geplante Untersuchung vorstellte. Die meisten von ihnen zeigten sich sehr interessiert und begegneten mir gegenüber ohne Vorurteile.

Im Zug besetzt die gut 30-köpfige Fanschar ein Raucherabteil; es wird gesungen, gequatscht, geraucht und getrunken. Der mir bekannte Fan, eines der engagiertesten Abarticus-Mitglieder, verteilt Gratistickets, die nach den Vorfällen beim letzten Spiel von GC spendiert wurden. An alle möglichen Stellen im Zugabteil werden selbst entworfene Abarticus-Aufkleber angebracht, während eine kleine Gruppe Pyromaterial aufteilt und untersucht, wo es am besten aufgehoben ist. Die meisten legen die bengalischen Fackeln und Rauchbomben dann unter die Schuhsohle oder stopfen sie sich in die Unterhosen. Vom Hauptbahnhof aus geht es mit einem Bummlerzug weiter nach Zürich Altstetten, dabei werden immer wieder Fangesänge und Schlachtrufe angestimmt. In Altstetten steigt die Nervosität spürbar, niemand weiss genau, ob ein Zürcher Mob auf dem Weg zum Hardturm wartet. Nach einem Gruppenfoto vor dem Bahnhof und einem zehnminütigen Fussmarsch erreichen wir dann ohne Zwischenfall oder Begegnung mit GC-Fans das Hardturm-Stadion.

Offenbar haben die Erlebnisse rund um das letzte Spiel gegen GC ihre Spuren hinterlassen, denn der Zuschaueraufmarsch aus Schaffhausen ist äusserst dürftig. Neben den BKSH-Leuten fehlen auch sonst zahlreiche Bierkurven-Fans, die sonst immer dabei sind. Die Stimmung ist, auch wenn auf die Capo-Rolle verzichtet wird, ziemlich gut, besonders als Schaffhausens Flügelspieler Senn vor nur 4800 Zuschauern das 0:1 für Schaffhausen schießt. Bis zur Pause kann der FCS das Resultat halten, Hoffnung keimt auf. Nach nur einem Punkt aus den letzten vier Spielen hat der FCS einen Sieg bitter nötig, will er den Anschluss an den Tabellenachten FC Aarau nicht ganz verlieren. Ein Doppelschlag von Cabanas und Rogerio nach gut einer Stunde kehrt das Spiel zu Gunsten der Grasshoppers. Aus der euphorischen Stimmung wird Resignation. In der achtzigsten Minute ziehen sich plötzlich ein paar Jungs von Abarticus die Kapuzen ihrer Pullover tief ins Gesicht, binden sich ihr Halstuch um, zünden drei bengalische Fackeln sowie eine Rauchbombe an und schwenken trotzig ihre Fahnen.

Auf dem Platz bleibt das Aufbäumen aus, der FCS verliert schliesslich mit 3:1 gegen am Ende überlegene Grasshoppers. «Toni», der Fanbeauftragte des FCS an Auswärtsspielen, hat über Telefon die Information bekommen, dass es nach dem Spiel zu Zusammenstössen kommen könnte und dass er die Schaffhauser Fans so rasch wie möglich aus dem Stadion bringen soll. Ich erfahre von dieser Massnahme erst später, da ich ein wenig abseits von den Abarticus-Mitgliedern gestanden war, die zwei Minuten vor Spielschluss ruckartig das Stadion verliessen. Als ich mit dem übrig gebliebenen Rest aus dem Hardturm komme, ist die Situation ruhig; wir werden nicht angepöbelt, und ein GC-Mob ist auch nicht in Sicht.

Da ich die meiste Zeit meiner Feldbeobachtungen in Peer-Groups verbracht hatte, war es für mich eine spezielle Erfahrung, mit Abarticus unterwegs zu sein, deren Mitglieder ein Fussballspiel völlig anders erleben und ausleben als die übrigen Bierkurven-Fans. Während die meisten anderen Fans ihr Augenmerk ganz auf das Spielgeschehen richten, halten die Mitglieder von Abarticus ihre Augen nach allen Richtungen offen. Neben dem akustischen und optischen Support, den sie norma-

lerweise steuern, gilt ihr Interesse auch den Sicherheitsdiensten (pyrotechnische Darbietungen) sowie den gegnerischen Fans (spontane Kick-offs). Das Spiel beginnt für sie früher als für alle anderen – dann nämlich, wenn sie an ihren Sitzungen über mögliche Choreografien und sonstige Aktionen sprechen, die sie in den Tagen vor dem Spiel planen, basteln und umsetzen – und hört zuweilen später auf, da sich einige Abarticus-Mitglieder auch an der so genannten «dritten Halbzeit» beteiligen.



### Schlusswort

Die Antwort, wer eigentlich in der Bierkurve steht, fällt überraschend vielschichtig aus: Frau wie Mann, Alt wie Jung, Links wie Rechts, «Büezer» wie «Banker»; sie alle sind sie in der Bierkurve vertreten, die damit praktisch alle Gesellschaftsbereiche erreicht. Schaut man jedoch etwas genauer hin, sind «soziale» Strukturen erkennbar: Die Attribute jugendlich, männlich und Schweizer beschreiben eine Vielzahl von Bierkurven-Fans. Es hat deutlich weniger männliche Fans, die älter als 35 sind. Bei den relativ zahlreich vertretenen Frauen (15–20%) in der Kurve tritt dieses Verhältnis noch klarer hervor: Ein Grossteil von ihnen ist im Teenageralter. Bezüglich der sozialen Schicht und der politischen Ansichten lassen sich hingegen keine eindeutigen Aussagen machen; die Bierkurven-Fans stammen aus allen möglichen Milieus und Schichten. Auffallend ist das fast völlige Fehlen von Ausländern in der Kurve; offenbar besitzen der Verein und die Kurve nicht genügend Identifikationspotential und Anziehungskraft für sie.



Diese homogene «Fanmasse» verteilt sich keineswegs zufällig und völlig ungeordnet über die Bierkurve, vielmehr erstreckt sie sich über drei verschiedene Bereiche. Im Zentrum der Kurve steht der aktivste Kern. Den zahlenmässig grössten Teil machen die Peer-Groups aus, die etwas abseits vom aktivsten Kern stehen und in ihrer Grösse und Zusammensetzung stark variieren. Schliesslich gibt es noch die so genannten Kiddies, weibliche und männliche Fans im Teenageralter. An den Auswärtsspielen löst sich diese Dreigliederung auf: Dort ist praktisch nur der aktivste Kern und eine je nach Distanz zu Schaffhausen unterschiedlich grosse Zahl von Peer-Groups anzutreffen.

Die Gründe für einen Matchbesuch fallen wiederum sehr vielschichtig aus. Ein zentraler Punkt ist sicherlich der stark ausgeprägte Lokalpatriotismus und das damit verbundene hohe Identifikationspotenzial des Vereins. Neben dem Interesse am Sport, am konkreten Spiel (oder an Spielern) und am Verein geht es schliesslich auch um den «sozialen Ort» Bierkurve, um die besondere Stimmung an diesem Ort, um die räumlich und zeitlich begrenzte Auszeit von den Alltagsroutinen, um die vielen Leute, die man hier kennt und trifft, um das Bier und die Bratwurst in der Hand, um Tradition und Leidenschaft. Für gewisse Teile des aktivsten Kerns geht das Fansein über eine blossе Leidenschaft oder ein Hobby hinaus, es ist ihr Lifestyle, ihre zentrale Freizeitbeschäftigung.

Während eines Spiels funktioniert die Bierkurve als «System» auf drei Ebenen. Erstens auf der kollektiven Ebene, wenn die Bierkurve als Einheit auftritt, die ganz in der Unterstützung der Mannschaft aufgeht. Dann auf einer Gruppierungsebene, in der die Dreigliederung der Kurve augenscheinlich wird und sich die drei Teilbereiche in ihrem Verhalten und Handeln klar unterscheiden: aktivster Kern – Support; Peer-Groups – Gespräche, Kommentare; Kiddies – Beobachten/Support. Und schliesslich auf einer individuellen Ebene, wenn sich ein Fan phasenweise so sehr auf das Spielgeschehen konzentriert, dass er sich seines Umfeldes nicht mehr bewusst ist. Während eines Spieles switchen die Bierkurven-Fans mehrmals von einer Ebene in eine andere. Zu meiner Überraschung konnte ich im Verlaufe meiner Untersuchung fast keine ritualisierten Handlungen oder ausgeprägte Verhaltensmuster in der Bierkurve ausmachen.

Das Porträt der Bierkurve und ihrer Fans ist schliesslich eine reine Momentaufnahme; die Zukunft der Kurve bleibt offen. So wird die Bierkurve von Begriffen geprägt, die man nicht unbedingt im Zusammenhang mit Fussballfans erwarten würde: Dynamik und Veränderbarkeit; aber auch soziale Vielfalt und ein grosses Angebot an individuellen sowie kollektiven Entfaltungs- und Identifikationsmöglichkeiten. Das sind Eigenschaften, welche die Bierkurve und ihre Fans nur schwer fass- und begreifbar machen – vielleicht generieren die Medien und die allgemeine öffentliche Wahrnehmung deshalb so viele Klischees und Vereinfachungen in der Betrachtung von Fussballfans.

Während in den Medien und der öffentlichen Wahrnehmung ein vereinfachtes, vom Gewaltdiskurs dominiertes – und dementsprechend negatives – Bild von Fussballfans vorherrscht, präsentiert sich die Lage in der wissenschaftlichen Forschung

genau gegensätzlich. Eine Unmenge von verschiedenen wissenschaftlichen Zugängen, Analysen und Definitionen schaffen eher Verwirrung als Transparenz. Hier zeigen sich einmal mehr die grosse Vielfalt und auch die Dynamik der Fussballfankultur, die aus diversen Gründen nur schwer fassbar ist:

- Die Abgrenzung zwischen Fans und anderen fussballinteressierten Bevölkerungsgruppen verläuft fließend.
- Innerhalb der Fanszenen besteht eine grosse Fluktuation, da die Dauer einer typischen Fankarriere häufig auf wenige Jahre beschränkt ist.
- Die Fanszene reagiert sensibel auf politische, soziale, wirtschaftliche, historische, regionale und sportimmanente Einflüsse und unterliegt dynamischen Veränderungsprozessen.
- Das soziale Feld Stadion/Kurve, wird von Fans immer wieder neu konstituiert und kann den Charakter eines Gegenmilieus zur «Welt der Erwachsenen» besitzen. Eine organisationssoziologische Bewertung ist unter diesem Gesichtspunkt sehr schwierig.

Die Fussballfankultur ist also stark von vieldeutigen, nicht fixierten und zum Teil auch gegensätzlichen Prozessen geprägt, die jeder eingeschränkten und reduzierten Interpretation wehren. Der Begriff Fussballfan umfasst dabei eine solche Vielzahl von Menschen und verschiedenen Facetten, dass man seiner Bedeutungsvielfalt unmöglich gerecht werden kann. Trotzdem lassen sich abschliessend gewisse Aussagen über die Struktur, die Handlungen und das Verhalten von Fussballfans machen:

- Das dominierende, falsche Bild ist das des Gewalttäters, ebenso falsch wie ein Gegenbild, nach dem jugendliche Fans ausschliesslich die Marginalisierten, gewissermassen Opfer dieser Gesellschaft seien.
- Unter organisationssoziologischen Gesichtspunkten hat man es bei Fussballfans mit einem Kontinuum zwischen locker und hoch strukturierter Gruppenbildung zu tun. Auf der einen Seite befinden sich die Individualisten, welche sich in Gruppen von Freunden (Peer-Groups) zu einem Spiel verabreden. Auf der anderen Seite der Skala stehen streng organisierte Fanklubs mit einem Vorsitzenden, einem Kassierer und fixen Monatsbeiträgen.
- Gerade der Fanblock oder die Fankurve, welche durch allerlei Symbolik und gemeinsame Aktionen (Gesänge, Choreografien) sich selbst und den anderen Solidarität und Geschlossenheit zu demonstrieren scheint, besteht in der Tat aus einer kaum zu überblickenden Vielzahl von Fanklubs, Cliques, kleineren Freundeskreisen und Individualisten.



- Innerhalb der Fussballfanszene gibt es verschiedene (Sub-)Kulturen, die man bis zu einem gewissen Grad isoliert von den übrigen Fans (Stadionbesuchern) betrachten muss. Neben der *Kuttenträger-* und *Hooligan-Kultur* erfreut sich in jüngster Zeit besonders die *Ultra-Bewegung* grosser Beliebtheit, vor allem bei Jugendlichen.
- Das Verhalten, wie auch das Handeln von Fussballfans, gerade im Zusammenhang mit dem Thema Gewalt, sollten immer auch in einen übergeordneten gesellschaftlichen und historischen Kontext gestellt werden. Zudem besteht bei vielen psychologischen und soziologischen Modellen die Gefahr einer Verharmlosung der Gewalt, weil sie meistens als Reaktion auf etwas angesehen wird. Man darf nicht übersehen, dass Gewalt durchaus auch gezielte Aktion sein kann, ein Mittel der Selbstdarstellung und -befriedigung beispielsweise.
- Die Gewalt ist zwar (leider) das mit Abstand häufigste, aber längst nicht einzige Beobachtungs- und Bewertungselement in der Erfassung und Analyse von Fussballfans. Gerade die Studien von Bromberger zeigen eine ganze Reihe von anderen Zugängen auf: *Publikumsaktionen*, *der lokale Stil*, *Fan-Rhetorik* und *der rituelle Charakter*.
- Fussballfans sind und bleiben immer Individuen.

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> So lautet der gebräuchliche und weit verbreitete Name der Fankurve im Stadion Breite in Schaffhausen. Die Bierkurve ist, genau genommen, ein Stehplatzsektor in der Ostkurve des Stadions.
- <sup>2</sup> (6 Spiele in der Saison 04/05, 3 Spiele in der Saison 05/06), ausschliesslich Meisterschaftsspiele.
- <sup>3</sup> (7 Spiele in der Saison 04/05, 2 Spiele in der Saison 05/06), ausschliesslich Meisterschaftsspiele.
- <sup>4</sup> Im Kanton wohnen insgesamt 73 900 Einwohner (2004), 34 600 davon in der Stadt Schaffhausen.
- <sup>5</sup> Name der höchsten Schweizer Spielklasse.
- <sup>6</sup> Alle in der Folge verwendeten Fotos sind der Homepage [www.bierkurve.com](http://www.bierkurve.com) entnommen.
- <sup>7</sup> Ich besuche die Heimspiele des FC Schaffhausen weiterhin mit grossem Interesse.
- <sup>8</sup> BKSH ist die Abkürzung von Bierkurve Schaffhausen.
- <sup>9</sup> [www.bierkurve.com](http://www.bierkurve.com)
- <sup>10</sup> Die Bezeichnung Ultra wird im Anhang eingehend erklärt.
- <sup>11</sup> Ausdruck im Fussball-Fachjargon für das «Kräftemessen» unter Fan-Gruppen.
- <sup>12</sup> Mit «Einheimischen» meine ich Personen aus der Region Schaffhausen (ganzer Kanton Schaffhausen, das Zürcher Weinland, ein paar Thurgauer- und Hegau-Gemeinden).
- <sup>13</sup> Unter asozialem Handeln verstehe ich unter anderem das Verunglimpfen und Provozieren von anderen Fussballfans, das Urinieren in der Öffentlichkeit, die Beschädigung von öffentlicher oder Stadion-Infrastruktur, das Herumschmeissen von Bierdosen und -bechern usw.
- <sup>14</sup> Falkenbier ist das Bier der örtlichen Brauerei.
- <sup>15</sup> Spitzname der FCS-Angreifers Enzo Todisco. Er ist immer noch für den Verein aktiv.
- <sup>16</sup> Spitzname des damals sehr beliebten deutschen Trainers Jürgen Seeberger, der im März 2007 entlassen wurde.
- <sup>17</sup> Spitzname des Brasilianers Antonio Dos Santos, der heute für den GC Zürich spielt.

- <sup>20</sup> Robert Hoyzer (\*1979) ist ein ehemaliger deutscher Fußballschiedsrichter und eine der Hauptpersonen im deutschen Fussball-Wettskandal 2005.
- <sup>21</sup> Das erste Heimspiel gegen den Liga-Primus Basel war ein Volksfest auf der Breite. 7300 Zuschauer (!) – so viele wie nie zuvor in den letzten Jahrzehnten – verfolgten am 14. November 2004 dieses Spiel. Damals stellten Abarticus und der BKSH-Verein eine grosse Choreografie auf die Beine, bei der ein aus Karton gebastelter Basler Chemiedampfer von einem Schaffhauser Piratenschiff versenkt wurde. Das Spiel endete mit einem sensationellen 1:0-Heimsieg des FC Schaffhausen; Basel wurde an diesem Nachmittag also nicht nur symbolisch, sondern auch tatsächlich «versenkt».
- <sup>22</sup> «Hört ihr, hört ihr, hört ihr das Gestöhne? Gülle-Fans, Gülle-Fans, alles Hurensöhne!» oder «Eure Eltern sind Geschwister.» («Gülle» ist eine Anspielung auf die landwirtschaftliche Tradition im Kanton St. Gallen, der Spruch wirft den St. Gallern Inzucht vor.)
- <sup>23</sup> «Scheiss Schaffhuuse, hoffentlich stüiged ihr wieder ab!» oder «Ihr Vollidiote sind Letschte!»
- <sup>24</sup> Damals wurde ein Grossteil der Bierkurven-Fans von Personen aus dem Umfeld der Kategorie-C-Gruppierung (zu Gewalt entschlossene Fans) «Hardturm Front» angegriffen und verfolgt.

## Anhang

*Ultra:* Diese Fangattung findet in jüngster Zeit auch in der Schweiz immer mehr Zulauf. Auch in der Bierkurve zählen sich zahlreiche jugendliche Fans zu den Ultras und setzen sich mit dieser Fankultur intensiv auseinander.

Das Wort «Ultra» stammt aus dem Italienischen und kann mit «fanatischer Fussballfan» übersetzt werden. Die Ultra-Kultur ist Ende der Sechzigerjahre in Italien entstanden, als sich jugendliche Fussballfans in den Stadien zu Gruppen zusammenschlossen, um gemeinsam die eigene Mannschaft immer und überall bestmöglich zu unterstützen und die Stimmung im Stadion auf neuartige, kreative Weise zu bündeln. Für die Ultras findet das Spiel nicht bloss auf dem Rasen statt, sondern auch in den Rängen. Neben den sportlichen Wettkampf zweier Teams tritt der Wettkampf der beiden Fanlager um die grössere und bessere Unterstützung des jeweiligen Vereins. Von Beginn an lassen die Ultras grosse Transparente herstellen, die sie in den Stadien ausrollen und aufhängen. Seit den Siebzigerjahren zählen bengalische Fackeln und Rauchbomben zum Standardrepertoire der Ultras, und seit Anfang der Achtzigerjahre werden auch vermehrt aufwändige Choreografien inszeniert. Neben diesem optischen Support gibt es natürlich auch einen akustischen, in Form von Gesängen und Schlachtrufen, die gezielt von einem «Capo» (Chef) – meistens per Megafon oder sogar Lautsprecher – angestimmt und schliesslich von der ganzen Gruppe, oft sogar von der ganzen Kurve, übernommen werden.

Neben dem bedingungslosen und oftmals erstaunlich kreativ umgesetzten Support der eigenen Mannschaft ist auch die Gewalt seit jeher ein Bestandteil der Ultra-Szene, die sich von Italien aus nach und nach in (fast) ganz Europa ausbreitete. Zwar gibt es mittlerweile eine Vielzahl von Ultra-Gruppen, die sich ganz klar von Gewalt distanzieren, es fehlt jedoch eine umfassende, szeneeübergreifende Gewaltverzichtserklärung, wie sie etwa die offiziellen Fanklubs haben. So kommt es immer wieder zu gewalttätigen Auseinandersetzungen zwischen rivalisierenden Ultra-Gruppen und vor allem auch mit der Polizei und/oder dem Personal von Sicherheitsdiensten. Ein wichtiger Grund für die vorhandene Gewaltbereitschaft der Ultra-Bewegung liegt unter anderem in der Altersstruktur (vor allem zwischen 15 und 25 Jahren) der Ultra-Gruppen begründet. Die Kurve oder der Fanblock ist für die Ultras ihr «autonomes Territorium», ihr sozialer (Lebens)-Raum und nicht zuletzt ihr Identifikationsreservoir, das die Ultras unter allen Umständen verteidigen und bewahren wollen.

*Hooligans:* Hooligans bilden wohl die bekannteste und berüchtigtste Fangattung, auch wenn sie zahlenmässig eine sehr untergeordnete Rolle spielen. Die Hooligan-Bewegung stammt ursprünglich aus Grossbritannien und praktisch alle «Hools» sind männlichen Geschlechts. Zahlreiche Studien haben ermittelt, dass es den klassischen Hooligan-Typen nicht gibt. Working class, arbeitslos und rechtsradikal: Das mag auf vereinzelte Hooligans zutreffen, repräsentiert jedoch längst nicht die grosse Mehrheit. Viele Hooligans führen eine Art Doppelleben, gehen unter der Woche einer gut bezahlten und geregelten Arbeit nach, um sich am Wochenende mit Gleichgesinnten zu prügeln.

Auch altersspezifisch lässt sich keine eindeutige Aussage machen, ein Hooligan ist tendenziell älter als ein Ultra und bleibt tendenziell auch viel länger in der Szene hängen.

Hooliganismus kann man als Subkultur bezeichnen. Die bestimmenden Elemente der Hooligan-Kultur sind dabei das Zelebrieren von Gewalttritualen und das Kultivieren einer Ästhetik der Aggressivität. Für die Hooligans selbst ist der *Kick* (Adrenalin-Schub), die grosse Anspannung, der Nervenkitzel, den sie daraus ziehen, mit physischer Gewalt zu zeigen, dass man stärker ist als der Gegner (oder zumindest keine Angst hat), der wichtigste Beweggrund für ihr Handeln. Neben diesem Kick heben die Hools selbst immer wieder den stark ausgeprägten *Zusammenhalt* als weiteren Beweggrund hervor.

Mit ihrem aggressiven und destruktiven Verhalten bieten Hooligans den Medien natürlich weit mehr Nährstoff als das Gros der friedlichen Fussballzuschauer, und die Hooligans sind sich dieser Tatsache auch durchaus bewusst.

*Kuttenträger:* Die Kutte ist eine Art Kamisol, eine ärmel- und knopflose Zierjacke (meistens eine Jeansjacke mit abgeschnittenen Ärmeln). Sie wird von eingefleischten Fans getragen und ist voll von aufgenähten Emblemen und Karikaturen. Diese Fans, meist jugendlichen Stadionbesucher, unterscheiden sich aufgrund emblematischer äusserer Erkennungszeichen deutlich von anderen Zuschauern. Sie sind in den Farben des Vereins gekleidet, sowie mit Kutte, Trikot, Schal und Fahne ausgerüstet. Kuttenträger stehen meistens in einem speziellen Stadionbereich, der Fankurve bzw. dem Fanblock, eng beisammen. Sie gehören überwiegend einem (offiziellen) Fanclub an. Die meisten Kuttenträger sind fanatisch-parteiische Zuschauer, also fussballzentriert ausgerichtet.

*Choreografien:* Auch Choreos genannt. Man versteht darunter ein mit diversen Hilfsmitteln (farbigen Papierblättern, Ballons, riesigen Transparenten oder bemalten Stofftüchern, Rauch) inszeniertes – oft metaphorisches – Bild oder auch Farbmuster, das unter Einbezug der ganzen Kurve oder einem Teil davon ausgeführt wird (meistens beim Einlaufen der Spieler vor dem Anpfiff). Das inszenierte Bild oder Farbmuster stellt oftmals einen direkten Bezug zum aktuellen Spiel und Gegner her. Choreografien werden in aufwändiger Freizeitarbeit von meist wenigen aktiven Fans vorbereitet.

*Pyroshow:* Das (verbotene) Abbrennen von Pyromaterial wie bengalische Fackeln oder Rauchbomben.

## Literaturliste mit den wichtigsten Werken

- Bromberger, Christian.* Le match de football, Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin. Paris, 1995.
- Bromberger, Christian.* Football, La bagatelle la plus sérieuse du monde. Paris, 1998.
- Bromberger, Christian.* Fussball als Weltsicht und Ritual, in: Belliger, Andréa; Krieger, David J. (Hrsg.). Ritualtheorien. Wiesbaden, 1998.
- Christ, Michaela.* Ich bin anders, Fankulturen in Deutschland und den USA: (k)ein Kulturvergleich. Konstanz, 2001.
- Falk, Philip.* Ultramanie, in: Schmidt-Lauber, Brigitta (Hrsg.). FC St. Pauli, Zur Ethnographie eines Vereins. Münster, 2003. S. 82–99.
- Heitmeyer, Wilhelm; Peter, Jörg-Ingo.* Jugendliche Fussballfans, Soziale und politische Orientierungen, Gesellungsformen, Gewalt. München, 1988.
- König, Thomas.* Fankultur, Eine soziologische Studie am Beispiel der Fussballfans. Münster, 2002.
- Koordinationsstelle Fanprojekte (KOS) bei der deutschen Sportjugend (Hrsg.).* Fussball als Droge?. Frankfurt am Main, 2002.
- Rolshoven, Johanna.* Fussball aus kulturwissenschaftlicher Perspektive: in, Schmidt-Lauber, Brigitta (Hrsg.). FC St. Pauli, Zur Ethnographie eines Vereins. Münster, 2004 (2. Auflage). S. 34–52.
- Schmidt-Lauber, Brigitta.* FC St. Pauli als kulturelles Ereignis, Zur Ethnographie eines Vereins, in: Schmidt-Lauber, Brigitta (Hrsg.). FC St. Pauli, Zur Ethnographie eines Vereins. Münster, 2003. S. 9–36.
- Wetzel, Alexandra; Fabritz, Martin.* Mein Freund ist Offenbacher, in: Moser, Johannes (Hrsg.). Jugendkulturen. Frankfurt/M. 2000. S. 243–281.