

Zeitschrift: SuchtMagazin

Herausgeber: Infodrog

Band: 33 (2007)

Heft: 5

Artikel: EUR008 als Antrieb für die lokale sozialpädagogische Fanarbeit?

Autor: Gander, Thomas

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-800858>

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: 11.01.2026

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

EURO08 als Antrieb für die lokale sozialpädagogische Fanarbeit?

In knapp einem Jahr finden in Basel sechs Spiele der EURO08 statt. Da würde es auf der Hand liegen, dass die lokale sozialpädagogische Fanarbeit, das Fanprojekt Basel, ein gewichtiges Wort in Fragen der Fanbetreuung mitredet und als Akteur und Partner der Host-City Basel auftritt.

THOMAS GANDER*

Auch an der WM in Deutschland waren die lokalen Fanprojekte aktiv am Geschehen beteiligt, und KOS (Koordinationsstelle Fanprojekte Deutschland) als Fachinstitution integriert und akzeptiert. In Basel hat die Leitung des Fanprojektes entschieden, keine aktive Rolle in der Fanbetreuung an der EURO zu übernehmen. Wieso diese Zurückhaltung in einem Umfeld, in dem sich die präventive Fanarbeit präsentieren könnte?

EURO08 – eine Gefahr für die Fankurven der Schweiz?

Die Klientel des Fanprojekts Basel sind die sogenannten ultraorientierten Fangruppierungen, die sich einer bedingungslosen, emotionellen und kreati-

ven Unterstützung ihrer Mannschaft verschrieben haben. Die Fans aus der Muttentzerkurve bezeichnen sich auf ihrer Website www.muttentzerkurve.ch als 12. Mann, einer, den es im «Joggeli» schon immer gab und immer geben wird: *«Dr 12. Maa. Wie ne Gaischt schwirrt är über dr Kurve, über em Joggeli. Är isch nit fassbar, me wird en nie erforsche und kei Artiggel in der Zyttig wird en je könne erkläre. Wucheänd für Wucheänd beseelt är d' Köpf und Körper vo ganz vielne Lüt. Är isch e Glaube, e Mentalität – är isch e Läbensüstellig.»*

Gerade dieses Ausleben einer Mentalität und Lebenseinstellung macht die Fankurven in der Schweiz einzigartig aber für viele auch unberechenbar. Die Kurve setzt sich mit der Fanpolitik und Fankultur für einen eigenen, möglichst uneingeschränkten Sozialraum (die Fankurve) mit wenig (am liebsten keiner) Fremdbestimmung ein. So funktioniert eine Fankurve nur, wenn diese durch die Menschen darin geprägt wird, und die Kurve als Eigentum (*«d'Kurve gheert uns»*) der vorwiegend jungen Fans und als Experimentierfeld gelebt werden kann. Diese Fanpolitik bringt mit sich, dass Grenzen (z.T.) absichtlich ausgelotet und übertreten werden, insbesondere dann, wenn die Fankultur in ihrer Existenz bedroht wird.

Dies ist nach Empfinden der Fans aus den Fankurven der Fall, wenn versucht wird, die Fans nur noch als Konsumierende zu behandeln, die sich gewissen Regeln zu unterwerfen haben. Man spricht dann auch von einer «Modernisierung des Fussballs». Gerade die «wilden» Fankurven sind daher für viele Personen im Umfeld des Fussballs eine Unbekannte, gar eine Gefahr, die es gilt in den Griff zu bekommen. Gleichzeitig wird von den Fans aus der Kurve das Fussball-Establishment, oftmals projiziert auf die Vereinsführung

oder den Fussballverband, kritisch betrachtet. Funktioniert eine gemeinsame Kommunikation und gegenseitige Akzeptanz nicht, besteht die Gefahr, dass sich eine Fankurve verselbständigt und legale und illegale Mittel nutzt, gegen diese «Bedrohung» anzukämpfen. Ein Jahr vor der EURO ist es so, dass in einigen Stadien solche Machtkämpfe zumindest unterschwellig am brodeln oder gar schon ausgebrochen sind.

«Kommt die EM geht die Fankultur»

Dies ist ein Ausspruch, der immer wieder von den Fankurven zu hören und auf Transparenten zu lesen ist. Hiermit wird die Angst ausgesprochen, dass der «Wirtschaftsapparat Uefa» mit dem Produkt EURO den Clubleitungen so die Augen verdreht, dass sie versucht sind, dieses «Wirtschaftssystem» auch auf lokaler Ebene, der Vereinsmeisterschaft, auszuprobieren. Das System funktioniert auf einem einfachen wirtschaftlichen Grundsatz: Ein attraktives Produkt wird vermarktet und der Zugang mit teureren Preisen einem Fussballkonsumpublikum angeboten, das einerseits das Geld dafür hat und andererseits bereit ist, sich den Regeln einer EURO zu fügen. Beispielsweise durften Fans an den WM-Spielen in Deutschland keine Vereinstrikots mit Bierwerbung tragen, die nicht dem Hauptsponsor der WM entsprachen. Der anvisierte, meist etwas ältere und solventere Fussballkonsument ist fass- und steuerbar und bereitet weniger Probleme. Ein trügerisches Idealbild für die Schweizer Fussball Liga und ihre Verantwortlichen.

An einer EURO nehmen viele Fussballinteressierte teil – diese bewegen sich aber als Individuum im Stadion, verlassen dieses so auch wieder und keh-

* Thomas Gander, Sozialarbeiter FH, Co-Leiter des Fanprojekts Basel, 4053 Basel, Tel. 0616837444, E-Mail: thomas.gander@fanprojekt-basel.ch, Web: www.fanprojekt-basel.ch



ren in den Alltag zurück. Eine Gemeinschaft, wie diejenige der Muttener und anderer Fankurven, die auch unter der Woche gelebt wird, und die sich mit dem Wesen des Fanseins und «ihrer» Fankultur auseinander- und sich für diese einsetzt, kann nicht entstehen. Dies ist der wesentliche Unterschied zwischen der Fankultur an einer EURO und der nationalen Fussballmeisterschaft.

Fankurven distanzieren sich von der EURO08

Die Rahmenbedingungen einer EURO lassen für die Fans aus einer Fankurve zwei Möglichkeiten zu. Da es nicht möglich ist als Fangruppierung und zu vernünftigen Preisen einen Match zu besuchen, gilt es zu entscheiden, als Fanindividuum ein Ticket zu ergattern oder gar nicht erst hinzugehen. In der Basler Fankurve ist eher eine Distanz zu diesem Fussballgrossanlass zu erkennen, verbunden mit der berechtigten Angst, dass die Zeit vor der EURO

für die lokalen Fanszenen eine schwierige, gar existentielle Zeit werden kann. Vor allem im Sicherheitsbereich wird zurzeit mit den Fans der nationalen Meisterschaft der Ernstfall EURO geprobt. Polizeieinsätze werden mit dem Fokus auf die EURO geplant und die Sicherheitsdienste im Stadion haben den Auftrag alles zu verhindern, was das Bild des Stadions in Schieflage rücken könnte. Mit der Einführung der Hooligandatenbank werden zur Zeit Dutzende von Fans registriert (z. B. solche mit schweizerischem Stadionverbot) und dabei völlig ausser acht gelassen, dass gerade diese Fans für die EURO gar keine Augen und Ohren offen haben und damit gar nicht erst zum Problem werden können. So stellen wir aufgrund der vorherigen Ausführungen mutig die These auf, dass die ultraorientierten Fans aus den Fankurven der Schweiz kein Problem für die EURO sein werden – was im Dschungel des mächtigen Sicherheitsapparates und der öffentlichen Meinung aber ungehört bleibt. Im Gegen-

teil, der wilde, junge Fan, sei er aus Basel, Zürich oder sonst woher, muss ständig auf der Hut sein, in der Vorbereitungsmaaschinerie der EURO nicht plötzlich als potentieller Hooligan registriert zu werden, und die Fankurven müssen sich mit immer neuen Reglementen/Einschränkungen auseinandersetzen. So hat die Swiss Football League (SFL) vor kurzer Zeit entschieden, dass die Choreographie, das Kreativste jeder Fankurve, in Zukunft einer Bewilligungspflicht unterliegt und die Gesuchsformulare schon Tage im Voraus eingereicht werden müssen. Ein Schuss ins Herz jedes Choreomachers!

Die Rolle der sozialpädagogischen Fanarbeit

Die eingangs angesprochene Haltung des Fanprojekts Basel zu dessen Auftritt und Rolle an der EURO basiert zum einen auf dem Hintergrund der EURO-kritischen Haltung unserer Klientel aber auch auf der Tatsache, dass die Akzeptanz der sozialpädagogischen Fanarbeit in der Schweiz nach wie vor klein ist, sie selber noch immer in den Kinderschuhen steckt aber gleichzeitig mit Erwartungshaltungen überhäuft wird, die realistischerweise nicht zu erfüllen sind. In der Schweiz muss überhaupt erst eine Basis geschaffen werden, damit Fanarbeit als gleichwertiger Partner zu Sicherheits- und Ordnungsinstanzen aufgebaut werden kann und deren Arbeit akzeptiert wird. Fanarbeit mit präventivem Charakter ist ein Bereich der Sozialen Arbeit und hat nichts mit polizeilicher Fanarbeit oder solcher der Vereine (sog. Fanbeauftragte) zu tun. So lange kein deutliches Profil der Fanarbeit und eine genügende Akzeptanz vorhanden ist, erachten wir es als ein gefährliches Vorhaben, als Fanarbeitende an der EURO aufzutreten, ohne dass in der Schweiz Klärung darüber stattgefunden hat, welche Funktion unsere Arbeit innerhalb der Fussballmeisterschaft übernimmt. Die Grundvoraussetzung einer gelingenden Fanarbeit ist eine Vertrauensbasis zu

den Fans, insbesondere zu den Leadern einer Fanbewegung, die nur durch Beziehungsarbeit aufgebaut werden kann. Erst dann entwickeln sich die für die sozialpädagogische Fanarbeit spezifischen Handlungsmöglichkeiten und der Zugang zur Denkweise der Fans, die Voraussetzung für eine erfolgversprechende Vermittlung in Konfliktsituationen sind.

An der EURO wird die Schweizer Nationalmannschaft, im Vergleich zu den Fankurven der Vereine, von einem völlig anderen Fanpublikum begleitet, zu dem wir keine «Beziehung» haben, wie auch nicht zu den teils gewaltbereiten Fangruppierungen aus dem Ausland. Deshalb könnte ein allfälliger Einsatz im Auftrag der Prävention zum Bumerang für die im Aufbau begriffene Fanarbeit in der Schweiz werden.

Sensibilisierungsarbeit ist dringend notwendig

Trotzdem muss es ein Anliegen für die Fanarbeit sein, die EURO zu nutzen, um Sensibilisierung im Bereich ihres Fachs, dem Potential der Fanarbeit und dem Fan-Sein an sich zu leisten. Hier gilt es auch anwaltschaftlich für die Fans einzutreten, die im öffentlichen Bild zurzeit schlecht wegkommen. Das mediale Bild der Fans liefert der Sicherheitsmaschinerie gegenwärtig immer neue Argumente und zusätzliche Ressourcen. Es scheint nämlich, dass die EURO für einige Kreise und Personen rechtzeitig kommt, um die ungeliebten, eigensinnigen Fankurven in ihren Stadien unter Kontrolle zu bekommen oder gar eine neue Fankultur, angelehnt an das Idealbild einer EURO durchzuboxen. Widersprüchlicherweise sind aber genau die Fankurven für viele konsumorientierte Fussballfans eine wichtige Voraussetzung für das Erlebnis Fussball. Dies wiederum verleitet Entscheidungsträger und Funktionäre zu einem diffusen Wunsch, dass die Fankurve zwar Stimmung und ihre (genehmigten) Choreografien machen können, sich jedoch sonst

an die, meist hausgemachten und über die Köpfe der Fans entschiedenen, Regeln zu halten haben.

Wenn es uns gelingt, im Vorfeld des EURO-Rausches aufzuzeigen, dass eine Fankurve mit ihrer ganzen Emotionalität und Kreativität nur dann den wichtigen Mechanismus der Selbstregulierung entwickeln kann, wenn ihr die nötigen Freiheiten gelassen und die Daseinsberechtigung überhaupt zu-

gestanden werden, dann haben wir einen wichtigen Teil unserer Arbeit gemacht. Der EURO-Boom darf nicht zum Motor werden, den in den Fankurven beheimateten Fans ein Idealbild aufzudrücken, das in den Köpfen einiger Vermarktungsspezialisten und Funktionären herumgeistert, welches aber noch nie der Realität eines Fussballspiels entsprochen hat und es hoffentlich auch nie tun wird. ■

