

Fußball als Publikumssport – Langfassung

Zuschauer*innen und Fans bilden das Publikum des Profifußballs – außerhalb der Stadien und in den Stadien. Vermehrt werden Zuschauer*innen und Fans als passive Begleiter des Sports, als Adressat*innen des „Produkts Profifußball“ gehandelt: Sie sollen ihn konsumieren, finanzieren, seine Entwicklung zum Produkt stillschweigend hinnehmen und ihm gleichwohl die hohe gesellschaftliche Bedeutung verleihen, die der Profifußball zweifelsfrei (noch) hat.

Dabei wird häufig außer Acht gelassen, dass erst Zuschauer*innen und Fans dafür sorgen, dass der Profifußball mehr ist als ein Produkt und mehr als Hochleistungssport. Denn erst mit Zuschauer*innen und Fans wird der deutsche Profifußball derart einzigartig und unverwechselbar. Sie gestalten das Erlebnis, den Erfahrungsraum und die Leidenschaft mit, die ihm als Alleinstellungsmerkmale zugesprochen werden. Erst durch sie entsteht soziale Interaktion. Ohne Zuschauer*innen und Fans verliert der Profifußball seine gesellschaftliche Bedeutung. Sie tragen maßgeblich dazu bei, dass Profifußball in seiner jetzigen Form überhaupt ermöglicht wird. Deshalb müssen Zuschauer*innen und Fans endlich als elementarer Bestandteil des Profifußballs anerkannt werden.

Fans als elementaren Bestandteil des Profifußballs anzuerkennen bedeutet,

- dass Vereine, Verbände und Fans sich auf ein gemeinsames Verständnis von Fans und deren Bedeutung für den Profifußball einigen.
- dass die hohe Bedeutung von Zuschauer*innen und Fans für den Profifußball von allen, die am Fußball beteiligt sind, verbindlich anerkannt wird.
- dass Faninteressen auf Vereins- und Verbandsebene ohne Wenn und Aber berücksichtigt werden.

Herangehensweise

Organisierte Fans fordern, dass Zuschauer*innen und Fans als elementarer Bestandteil des Fußballs anerkannt werden! Was aber bedeutet das konkret? Wie erkennt man, wie misst man, dass Vereine und Verbände Fans als festen Bestandteil des Profifußballs anerkennen? Welche Ausgangsbasis muss dafür geschaffen werden? Welche Maßnahmen müssen ergriffen und etabliert werden?

Mit diesen Fragen hat sich unsere Arbeitsgruppe auseinandergesetzt und ist zu vier konkreten Lösungsansätzen gelangt.

Lösungsansätze

Unsere Lösungsansätze bauen aufeinander auf und stehen untereinander in Wechselwirkung. Wir haben eine Argumentationsgrundlage für ein Verständnis der Bedeutung von Profifußball als Publikumssport entwickelt. Dafür veranschaulichen wir einen Ansatz für ein umfassendes Verständnis von Fans und Zuschauer*innen sowie ihrer Bedürfnisse. Wir schließen mit zwei konkreten Empfehlungen zur Verbesserung der institutionellen Berücksichtigung von Faninteressen in Vereinen und Verbänden.

Im Folgenden stellen wir unsere vier Lösungsansätze ausführlich dar:

- 1) Profifußball – drei gleichwertige Bereiche: Fußballfans und Fankultur als Bestandteil des Profifußballs. Argumentation für eine verbindliche Berücksichtigung von Fans und ihren Interessen.
- 2) Fans und Fankulturen: Entwicklung eines umfassenden Verständnisses von Fans, das handlungsleitend für die Berücksichtigung von Faninteressen wird.
- 3) Neufassung Club-Fan-Dialog: Strukturelle und institutionalisierte Berücksichtigung von Faninteressen auf Vereinsebene.
- 4) Kommission „Fans & Fankulturen“: Strukturelle und institutionalisierte Berücksichtigung von Faninteressen auf Verbandsebene.

Profifußball – drei gleichwertige Bereiche

Unsere Argumentation ist geprägt von einem Verständnis des Profifußballs dreier gleichwertiger Bereiche, die in Wechselwirkung zueinander stehen:

- a.** Fußball als sportliche Disziplin: Der Sport an sich. Er umfasst die Ausgestaltung des Fußballspiels als Sport, z. B. die Veränderung von Regeln oder die Nutzung moderner Technologien und den gesamten sportlichen Bereich. Als sportliche Disziplin ist Fußball Freizeit-, Breiten-, oder Leistungssport. Ein sportlicher Wettbewerb, der auch dem Gelderwerb dienen kann.
- b.** Fußball als Publikumssport: Die sportliche Disziplin Fußball ist als Publikumssport nicht Selbstzweck reiner sportlicher Betätigung oder Sicherung des eigenen Einkommens. Er verfolgt das Ziel, Menschenmassen zu begeistern und sie zu unterhalten. Fußball wird so zu einem Sport, der für sein eigenes Publikum betrieben wird.
- c.** Fußball als Volkssport: Als Volkssport verortet sich der Fußball in der Mitte der Gesellschaft. Er verweist auf seine Breitenwirkung und seine Begeisterungsfähigkeit. Er betont die integrative Kraft des Fußballs. Auf dem Platz und weit darüber hinaus. Das Verständnis als Volkssport ist Legitimation für die Omnipräsenz des (Profi-)Fußballs in Medien und Gesellschaft.

Fußball als sportliche Disziplin kann selbstverständlich ohne die Bereiche Publikumssport und Volkssport ausgeübt werden. Aber ohne Fans und Zuschauer*innen wird er nicht zu Publikums- und Volkssport. Und ohne Publikums- und Volkssport kein erwerbsorientierter Fußball, wie wir ihn als Profifußball kennen.

Das heißt: Profifußball wird von der besonderen Wechselwirkung aller drei Bereiche getragen. Nur eine gleichwertige Berücksichtigung der drei Bereiche ermöglicht ein umfassendes und allen Akteuren angemessenes Verständnis von Profifußball¹. Folglich sollten diese Bereiche argumentativ nicht mehr gegeneinander ausgespielt werden.

Da der Volkssport Fußball in besonderer Weise vom Publikumssport Fußball abhängig ist, muss der Publikumssport als logische Schlussfolgerung gestärkt werden, um den Profifußball zu erhalten.

¹ Siehe hierzu z. B. auch: Dietl, H. (2010). Besonderheiten des Sports - Was rechtfertigt eine "eigene Ökonomik"? Working Papers (0137), University of Zurich, Institute for Strategy and Business Economics (ISU).

Bedeutung des soziokulturellen Raumes im Fußball

Viele Fußballfans gehen nicht nur wegen des Sports ins Stadion, sondern auch, um ihn als soziokulturellen, gesellschaftlichen Ort zu erleben und mitzugestalten.

Fußballstadien sind Räume, die (noch) unabhängig des sozialen Status besucht werden können. Fußballfans, die den Profifußball auch als soziokulturellen, demokratischen Ort nutzen und gestalten, betrachten diesen Raum, die damit verbundenen Ideale und Werte und somit auch ihr Wirkungsfeld in seiner Existenz als stark gefährdet. Weil sich Vereine und Verbände mit einem immer intensiveren Streben nach Gewinnmaximierung zunehmend von ihrer Basis entfernen.

Doch der Profifußball lebt von seinen Fans und Fans leben vom Fußball. Dieses Wechselverhältnis muss anerkannt werden. Es ist an der Zeit, ein Verständnis von Profifußball als Publikumssport zu etablieren, in dem Fans eine tragende Rolle spielen.

Ohne Zuschauer*innen und Fans – egal ob im Stadion, am Radio oder vor dem TV – ist der Profifußball nicht nur in seiner wirtschaftlichen Existenz, sondern auch in seiner gesellschaftlichen Relevanz gefährdet. Deshalb akzeptieren in unserer Zielvorstellung alle Akteure, dass zwischen dem „Ergebnis“ Profifußball und seinen oben dargelegten drei Bereichen ein wirkungsabhängiges Wechselverhältnis herrscht. Ein Bereich kann und darf nicht gegen einen anderen Bereich ausgespielt werden.

Denn erst die Kombination von Fußball als sportliche Disziplin und Fußball als Publikumssport legitimiert die gesellschaftliche Bedeutung des Profifußballs. Fußball als soziokultureller Raum ist nur als Publikumssport möglich. Aktuell schaffen, ermöglichen, kreieren und gestalten vor allem die organisierten Fans diesen soziokulturellen Raum Fußball (und sehr viel weniger die Vereine). Die organisierten Fans leisten damit einen massiven Beitrag für die Bereiche Publikumssport und Volkssport. Dieser Beitrag berechtigt sie zur generellen Mitgestaltung des Profifußballs.

Unsere Zielvorstellungen

- Die Interessen, Anliegen und die Expertise von Fußballfans werden gleichberechtigt zu anderen Akteuren im Profifußball (u. a. Verbände, Vereine, Medien und Behörden) anerkannt, wertgeschätzt und verbindlich berücksichtigt.
- Der ideelle Wert von Fußballfans wird anerkannt und zu keiner Zeit abgesprochen. Fans generell als „Problem“, „Störenfriede“, „Chaoten“ oder „Sicherheitsrisiko“ zu diskreditieren oder sie auf ein reines „Vermarktungsobjekt“ zu reduzieren, gehört der Vergangenheit an.

- Durch die Akzeptanz von Fußballfans als gleichberechtigter und mitgestaltender Teil des Profifußballs werden der Erhalt, die Förderung und der Ausbau ihrer Fankulturen und ihrer Interessen unverzichtbar. Dies wird von allen am Profifußball beteiligten Akteuren verbindlich berücksichtigt.
- Betreffen Maßnahmen und Entscheidungen Fans im Stadion unmittelbar (z. B. Sicherheit, Spieltagsterminierungen, Fanutensilien etc.), sind ihnen entsprechende Möglichkeiten der aktiven Mitsprache und -gestaltung einzuräumen. Sind sie mittelbar betroffen, sind ihre Einschätzungen und Expertisen beratend zu berücksichtigen.
- Aufgrund ihrer Erfahrungen werden Fußballfans als Expert*innen rund um den Bereich „Stadionerlebnis“ wahrgenommen. Von ihrer Expertise profitieren alle Beteiligten, beispielsweise bei der Erstellung von übergeordneten Leitvorstellungen oder Regelungen.

Organisierte Fans sind von hoher Bedeutung für den Profifußball, denn sie ermöglichen u. a.

- ehrenamtliches Engagement für den Verein, für andere Fans und für das regionale und soziale Umfeld.
- Betätigungsfelder für alle Menschen: von gesellschaftspolischem oder sozialem Engagement bis hin zur aktiven Gestaltung des Vereinslebens.
- einen Lebensmittelpunkt für Menschen, der mit der Möglichkeit verbunden ist, Rituale und Gemeinschaftsgefühle zu schaffen, zu erleben und zu pflegen.
- einen gerechten und inklusiven Fußball, indem sie sich für die Interessen und Bedürfnisse benachteiligter und sozial schwacher Gruppen stark machen.
- gegenseitige Anerkennungserfahrungen, die unabhängig von der individuellen Leistungsfähigkeit eines Menschen erlebbar sind.
- in Zeiten einer fortschreitenden Individualisierung: sozialen Rückhalt und kollektive Erlebnisse.

Fans tragen im Stadion maßgeblich zu einer bunten, emotionalen, lauten und kreativen Atmosphäre bei, die für andere Akteure im Profifußball (z. B. Vereine, Verbände, Medien) einen nachweislichen Mehrwert bei der medialen Auswertung der Spiele schafft und für Vermarktungszwecke enorm attraktiv ist. Aber die Werte der Fans sind nicht käuflich. Fans brauchen Freiräume, damit sie ihre Fankultur ausleben können. Dafür muss es geeignete Rahmenbedingungen geben. Erst dann kann die emotionale Resonanz entstehen, ohne die der Fußball steril und entwurzelt wirkt und letztlich seine Anziehungskraft verliert. Fans leisten diesen ideellen Beitrag jedoch nur, solange ihre Interessen ernsthaft respektiert und berücksichtigt werden.

Deshalb muss MIT Fans gesprochen werden. Die Berücksichtigung von Faninteressen muss innerhalb ihrer Vereine institutionalisiert werden. Damit erhalten Fans das

notwenige Mitsprache- und Mitgestaltungsrecht. Die Berücksichtigung von Fans und ihren Interessen ist wichtig, weil der Profifußball und die beteiligten Vereine ohne sie – wie oben erörtert – seinen soziokulturellen und gesellschaftlichen Status verliert.

Fans und Fankulturen

Fans und Fankulturen sind vielfältig, bunt und divers. Jede*r lebt das Fandasein unterschiedlich aus – und das ist gut so! Denn alle Zuschauer*innen- und jede Form des Fandaseins haben eine originäre Berechtigung. Für eine verbindliche Berücksichtigung von Faninteressen müssen Interessen- und Motivationslagen von Zuschauer*innen- und Fans identifiziert werden, anstatt sich wie bisher auf die Sichtweisen einzelner Teilbereiche (z. B. Sicherheit, Marketing oder Soziale Arbeit) zu beziehen.

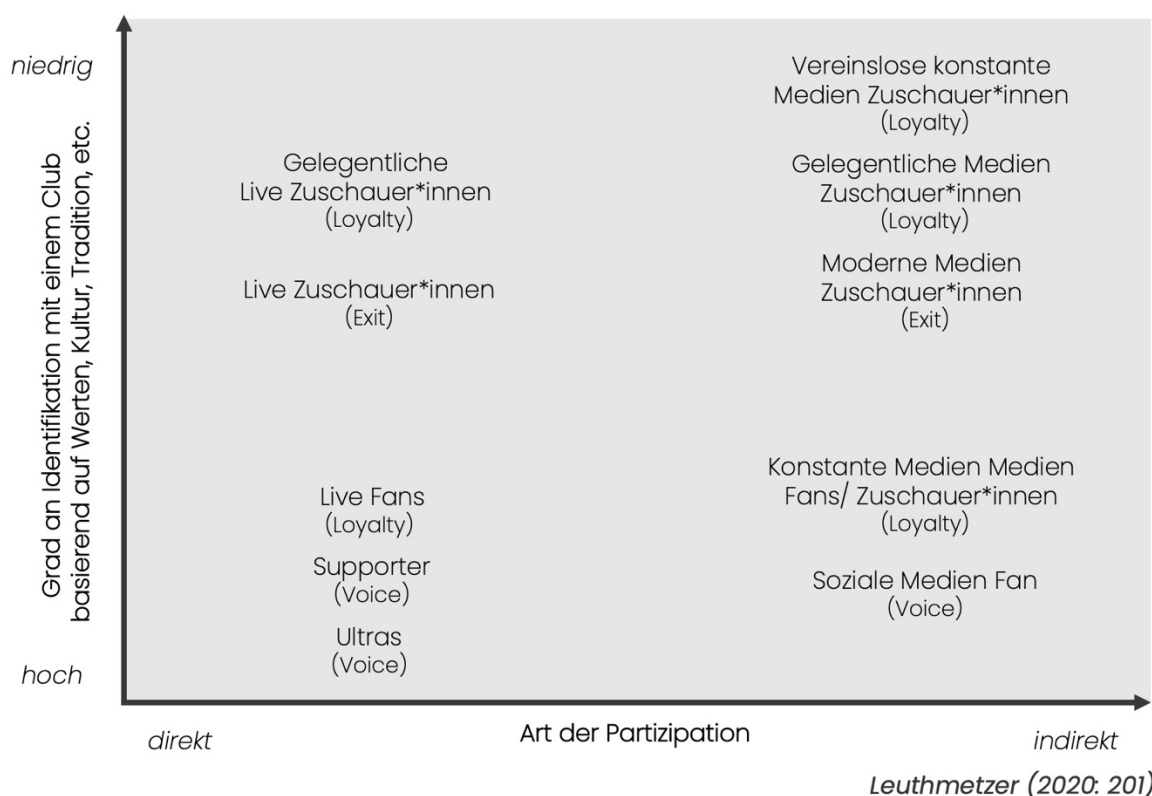
Fußballfans werden im Allgemeinen in vielfältiger Art und Weise kategorisiert, analysiert und bewertet: In Marketingstrategien, von Sicherheitsbehörden oder in wissenschaftlichen Arbeiten. Doch die Absicht ist nicht, die Interessen und Bedürfnisse von Fans stärker berücksichtigen zu wollen:

- Sicherheitsbehörden konzentrieren sich auf die Einschätzung von Fußballfans als Sicherheitsrisiko und kategorisieren nach A-, B- und C-Fans. Genau in dieser Reihenfolge: von problemlos über gewaltbereit hin zu gewalttätig.
- Auch bei Marketingstrategien ist die Zielrichtung klar: Fans sollen an den Verein gebunden, zu Adressat*innen der Werbung gemacht, als Konsument*innen gewonnen werden. Gleichwohl wird selbst in Marketingkonzepten die besondere Bindung von Fans an ihre Vereine hervorgehoben und darauf verwiesen, dass diese nicht durch herkömmliche Marketingstrategien hergestellt werden kann.
- In (sozial)wissenschaftlichen Arbeiten werden Fans in der Regel dann in den Blick genommen, wenn es um eine Problematisierung ihres Verhaltens geht und/oder wenn sie zu Adressat*innen Sozialer Arbeit werden.

Wir haben eine eigene Beschreibung von Zuschauer*innen, Fans & Fankulturen und ihrer Bedeutung für den Profifußball vorgelegt (s. Profifußball – drei gleichwertige Bereiche). Dabei haben wir die verschiedenen Perspektiven auf Fans und Fankulturen und ihre Bedeutungen berücksichtigt: von Vereinen über Verbände bis hin zu Spielern und der ausdifferenzierten Fanlandschaft. In unseren Recherchen sind wir auf eine Masterarbeit gestoßen, die unseres Erachtens eine umfassende und multiperspektivische Systematisierung von Zuschauer*innen- und Fankategorisierungen vornimmt.² Darin

² Leuthmetzer, Stefan (2020). Cash-Cow Profifußball. Systemkritische Evaluierung des Kommerzialisierungsprozesses der Ersten Deutschen Fußballbundesliga unter Einbindung von Zuschauer*innen und Fans“. Unveröffentlichte Masterarbeit. FH Joanneum: Bad Gleichenberg. Forschungsfrage: „Welche Herausforderungen existieren für die verschiedenen Zuschauer*innen- und Fan-Typen der Ersten Deutschen Fußballbundesliga im Kontext der voranschreitenden Kapitalisierung und Kommerzialisierung?“

versteift sich der Autor nicht auf eine einzelne Perspektive. Stattdessen werden bereits bestehende Typologisierungen der Literatur in den Blick genommen, miteinander in Beziehung gesetzt und somit eine eigene Kategorisierung geschaffen, die unserer Meinung nach die Vielfältigkeit der Zuschauer*innen- und Fanlandschaft treffend darstellt. Der Autor hat die Bedürfnisse von Zuschauer*innen und Fans in den Blick genommen und den Grad ihrer Fußballidentifikation mit Anforderungen an Partizipation verbunden. Er zeigt auf, dass das Interesse an Partizipation stark mit der Ausprägung der Identifikation mit einem Verein und dessen Werte, Tradition, Kultur, etc., zusammenhängt.



Bisher wurden und werden Zuschauer*innen und Fans und ihre jeweiligen Interessen in Gesprächen mit Vereinen, Verbänden und in der Öffentlichkeit häufig gegeneinander ausgespielt. Auf der einen Seite stehen dabei diejenigen, die den Anspruch auf Partizipationsmöglichkeiten erheben und sich durch Selbstorganisation artikulieren (Ultras und Supporter). Auf der anderen Seite die sogenannte „schweigende Masse“, der teilweise konträre Interessen unterstellt werden und die als Gegengewicht zu der quantitativ kleineren Zahl von Ultras und Supporter dargestellt werden. Doch diese Masse ist ebenso vielfältig wie die Fanszene selbst. Eine Pauschalisierung von „Fanszene“ und „schweigender Masse“ zu Zwecken der Rechtfertigung von Entscheidungen ist daher nicht nur unbegründet – sie ist realitätsfern.

Wir sind der Meinung: Mit diesem Schwarz-Weiß-Denken muss endlich Schluss sein! Wir sprechen uns in aller Deutlichkeit gegen eine Hierarchisierung des Wertes von Zuschauer*innen und Fans aus. Gleichwohl empfehlen wir eindringlich, eine differenzierte Perspektive auf die unterschiedlichen Zuschauer*innen und Fans einzunehmen und ihre Motivations- und Interessenlagen zu untersuchen. Nur mit einer ausgewogenen Betrachtung und einer Orientierung an den tatsächlichen Bedürfnissen und Interessenlagen aller Zuschauer*innen und Fans kann eine zielführende Berücksichtigung von deren Interessen erreicht werden. Nur so kann ein Fußball als Publikums- und Volkssport entstehen, der die Bedürfnisse und Motive der gesamten Gesellschaft abdeckt.

Wir empfehlen ...

... die Entwicklung eines multiperspektivischen Verständnisses von Fans und Fankulturen in einer Projektgruppe von DFL und DFB mit dem Ziel, eine entsprechende Leitlinie für Vereine und Verbände zu erarbeiten. Fans, Expert*innen, Vereine und Verbände sind an diesem Prozess gleichberechtigt zu beteiligen.

... die Berücksichtigung der Interessen von Supporter und Ultras als Adressat*innen lokaler und bundesweiter institutionalisierter Dialog-Formate (Club-Fan-Dialog, Kommission Fans & Fankulturen).

... eine Neu- und Weiterentwicklung von Formaten, die die Interessen und Bedürfnisse aller Teilgruppen von Fans und Zuschauer*innen (z. B. durch jährliche Fan-Umfragen) berücksichtigen.

Neufassung Club-Fan-Dialog

Live-Fans, Supporter und Ultras sind Expert*innen für den Stadionbesuch und gestalten den Publikumssport Fußball mit. Sie sind es, die regelmäßig und über lange Zeit Fußballspiele ihrer Vereine besuchen und Fußball zu einem soziokulturellen Raum werden lassen. Ein konstruktiver Dialog zwischen Fans und Vereinen ist wichtig, um zu einem besseren Verständnis zwischen Fans und Vereinen beizutragen, Faninteressen verbindlich zu berücksichtigen und das Kulturgut Fußball zu schützen. Besonders in diesen Zeiten, in denen sich der Profifußball immer mehr von den Fans entfernt und Fans Abstand zum Profifußball nehmen.

2012 wurde ein obligatorischer Dialog zwischen Fans und Vereinen der 1. und 2. Liga in der Lizenzierungsordnung (LO) der DFL (§5 Nr. 11) festgeschrieben:

„Für die Erfüllung der personellen und administrativen Kriterien ist es erforderlich, dass der Bewerber [...] schriftlich erklärt, sich nach besten Kräften zu bemühen, mit Vertretern seiner organisierten Fanszene einen offenen, regelmäßigen und verbindlichen Dialog zu etablieren. Dieser beinhaltet den Austausch darüber, wie alle Beteiligten dafür Sorge tragen können, dass Grundregeln für die Ausübung einer positiven Fankultur innerhalb und außerhalb des Stadions gemeinsam entwickelt und eingehalten werden können.“

Bis heute existiert von Seiten der DFL kein öffentliches Reporting und keine übergeordnete Kontrolle über die lokalen Club-Fan-Dialoge – d. h. über die Erfüllung dieser Lizenzierungsaufgabe. Die Ausgestaltung des CFD obliegt formell den Clubs. Bei bundesweiten Umfragen im Auftrag der DFL zum Club-Fan-Dialog werden ausschließlich Fanbeauftragte adressiert, die Ergebnisse bleiben unveröffentlicht und Einschätzungen lokaler Fanvertretungen unberücksichtigt.

Der Grund für diesen Missstand: Die sehr vage Auflage an die Vereine *„sich nach besten Kräften zu bemühen, mit Vertretern seiner organisierten Fanszene einen offenen, regelmäßigen und verbindlichen Dialog zu etablieren“*. Vereine müssen dieses Bemühen nicht nachweisen, sondern lediglich schriftlich erklären. Damit bietet die aktuelle Lizenzierungsordnung der DFL weder einen Rahmen für den CFD und damit Handlungssicherheit für die Beteiligten noch eine strukturelle Absicherung der Berücksichtigung von Faninteressen. Vielmehr ermöglicht diese Regelung den Vereinen bei der Auslegung des Club-Fan-Dialogs enormen Spielraum, wodurch der Club-Fan-Dialog vielerorts zur „Alibiveranstaltung“ wird.

Für die 3. Liga existiert bis heute überhaupt keine Regelung bzw. Verpflichtung der Vereine, einen entsprechenden Club-Fan-Dialog zu führen.

Unser Lösungsansatz:

Einbeziehung und Berücksichtigung der Faninteressen durch Implementierung bzw. Verstärkung eines kritisch-konstruktiven, transparenten und demokratisch legitimierten Club-Fan-Dialogs (CFD) unter Beteiligung einer möglichst breiten Massen an Gruppierungen der gesamten organisierten Fanszene eines Vereins/Clubs.

Für einen verbindlichen, effektiven und zielgerichteten Dialog zwischen Fans und Verein ist es notwendig, einen verpflichtenden Rahmen für den CFD vorzugeben. Es bedarf einer einheitlichen, übergeordneten Struktur des CFD bei allen Vereinen der 1. bis 3. Liga. Fans müssen in dieser Struktur als aktiver und gleichwertiger Teil anerkannt und berücksichtigt werden. Es ist schließlich ein Club-Fan-Dialog und kein Club-Dialog.

Die Vorgaben bezüglich des Club-Fan-Dialogs müssen deutlich konkreter gefasst werden: Um einen konstruktiven, kritischen und zielgerichteten Dialog grundlegend zwischen den Vereinen und Fans zu verankern, muss die Lizenzierungsordnung durch Neufassung des §5 Nr.11 und einer ergänzenden Anlage angepasst und optimiert werden. Das Ziel aller muss es sein, gemeinsam in den Dialog zu treten und gemeinsame Ziele herauszuarbeiten. Darüber hinaus muss die Einhaltung der Lizenzierungsordnung überprüfbar gemacht und die entwickelten Vorgaben auf den Geltungsbereich der 3. Liga ausgeweitet werden.

Wir empfehlen...

... die Anpassung der Lizenzierungsordnung der DFL durch eine Neufassung des §5 Nr. 11 LO, die Verbindlichkeit und Überprüfbarkeit garantiert.

... die Ergänzung des §5 Nr. 11 LO DFL um eine Anlage, in der die Anforderungen an den CFD – insbesondere: Struktur und Besetzung – verbindlich geregelt sind.

... eine entsprechende Verankerung der Regelungen in den Statuten der 3. Liga.

In einer Anlage des § 5 Nr. 11 LO DFL sind Kriterien festzulegen, nach denen der Club-Fan-Dialog (CFD) geregelt wird. Diese Kriterien sollten nach unserer Einschätzung vor allem die folgenden Aspekte umfassen:

- Verpflichtung eines jeden lizenznehmenden Vereins, einen Club-Fan-Dialog einzurichten.
- Sicherstellung einer demokratischen Legitimation der beteiligten Fanvertreter*innen und verbindliche Berücksichtigung der Repräsentation der

gesamten organisierten Fanszene (von Fanclubs bzw. ihrer Dachverbände, hin zu Supporters Clubs, Interessengemeinschaften und Ultragruppen).

- Vorgabe regelmäßiger Treffen im Rahmen des CFD: Mindestens vier Mal pro Jahr.
- Verbindliche Vorgabe, dass bei den Club-Fan-Dialogen Vertreter*innen der Vereins/Clubführung (Vorstand, Geschäftsführung) anwesend sind.
- Keine Instrumentalisierung von Fanbeauftragten als Sprecher*innen von Fans – sie sind hauptamtlich angestellte des Vereins, die in dieser Funktion am CFD beteiligt sind.
- Verbindliche Vorgabe, dass die Strukturierung des lokalen CFD und seine Verfahren (z. B. Themenbestimmung durch Fans, Moderation, organisatorische Vorbereitung, Protokollierung) innerhalb des jeweiligen lokalen CFD mit allen Beteiligten erarbeitet und festgelegt werden müssen sowie – je nach Konstellation in Form eines Leitfadens, einer Geschäftsordnung o.ä. – für den jeweiligen CFD festgeschrieben werden.
- Verpflichtung der Vereine zur Sicherstellung von Transparenz, nach jeder Sitzung im CFD abgestimmte Meldungen über die Webseiten der Vereine zu veröffentlichen.
- Überprüfung der Erfüllung der Kriterien des CFD im Rahmen der Lizenzerteilung. Entsprechende Sanktionierung bei Nicht-Erfüllung der Kriterien zum CFD.

Der lokale Club-Fan-Dialog setzt sich damit zusammen aus:

- Vertreter*innen Vereins-/Clubführung (Vorstand, Präsidium etc.)
- Fanvertreter*innen organisierte Fanszene
- Vertreter*innen der professionellen Fanarbeit (Fanbeauftragte, Fanprojekte etc.)
- Fachabteilungen des Vereins/Clubs und Expert*innen (etwa: Inklusion, Antidiskriminierung)

Lokale Club-Fan-Dialoge verfolgen das Ziel, ein institutionalisiertes Format zu etablieren, das

- die vielfältigen Perspektiven von Fans verbindlich berücksichtigt.
- die institutionelle Berücksichtigung von Faninteressen garantiert (bereits etablierte und weitere Formate des Dialogs zwischen Fans/Fanszenen und ihren Vereinen bleiben hiervon unberührt).
- kritische Stimmen im Verein und Vereinsleben als Mehrwert versteht und eine kritisch-konstruktive Auseinandersetzung fördert.
- bei strittigen Themen zwischen Fans und Verein als vermittelndes Organ tätig werden kann.
- aus dem Kreis, der am CFD beteiligten Fanvertreter*innen eine*n Vertreter*in und

eine Stellvertretung

- für die Teilnahme am bundesweiten Forum Club-Fan-Dialog wählt und entsendet,
- die gegenüber dem Verein und Fananfragen als Sprecher*innen für den lokalen Club-Fan-Dialog fungieren.
- Möglichkeiten bietet, dass Fanvertreter*innen und Mitarbeiter*innen der vereinsbezogenen Fachabteilungen in Unterarbeitsgruppen für Fans relevante Themen bearbeiten und diese wiederum in den CFD einbringen.
- legitimiert ist, bei allen Themen, die Fans mittelbar oder unmittelbar betreffen, Empfehlungen gegenüber der Vereins-/Clubführung auszusprechen.
- bestehende Interessenvertretungen der Vereinsmitglieder personell berücksichtigt (bspw. Fan-/Mitgliederabteilung, Supporters Club, Dachverbände, in denen alle Mitglieder auch Mitglieder des Fußballvereins sind).

lokal



Kommission „Fans & Fankulturen“

Seit 2006 widmen sich die Verbände, DFL und DFB in eigenen Abteilungen Fans und deren Anliegen. Bis heute gab es drei aufeinanderfolgende Formate, in denen Faninteressen auf Bundesebene institutionell berücksichtigt werden sollten: Die AG Fandialog, die AG Fanbelange/Fanarbeit und die AG Fankulturen.

Aktuell sollen Faninteressen auf bundesweiter Ebene in der AG Fankulturen erörtert und berücksichtigt werden. Die AG Fankulturen ist strukturell unterhalb der DFB-Kommission „Prävention & Sicherheit & Fußballkultur“ angesiedelt. Die Geschäftsführung obliegt der DFL.

An der AG Fankulturen nehmen bundesweite Interessenvertretungen von Fans und Vertreter*innen der professionellen Fanarbeit teil. Mitglieder der AG Fankulturen sind:

- Frauen im Fußball (F_in)
- Fanclub Nationalmannschaft
- Unsere Kurve (UK)
- Queer Football Fans (QFF)
- Bundessprecher*innen Fanbeauftragte
- die Bundesbehindertenarbeitsgemeinschaft (BBAG)
- die Koordinationsstelle Fanprojekte (KOS)
- die Bundesarbeitsgemeinschaft der Fanprojekte (BAG).

Die AG Fankulturen wird im Allgemeinen als Beratungs- und Kompetenzgremium verstanden. Verschiedene Perspektiven von Fanvertreter*innen und der professionellen Fanarbeit kommen bei vier Treffen im Jahr zusammen. Bei zwei dieser Treffen findet ein Austausch mit den Spitzen von DFB und DFL statt.

2015 verließen alle beteiligten Fanorganisationen das Dialogformat AG Fanbelange/Fanarbeit der Verbände. Die Gründe waren vielfältig. Vor allem aber fehlte der Mehrwert des Dialogs: Erarbeitete Ergebnisse führten nicht zu Veränderungen. Verbindlichkeit und Öffentlichkeit konnten nicht hergestellt werden. Seitdem sind relevante bundesweite Fanorganisationen und -initiativen nicht mehr an einem institutionalisierten Dialog mit den Verbänden beteiligt. Die Kritik: Der institutionalisierte Dialog führt zu keinen substantiellen Veränderungen, er ist langwierig und nicht zielführend.

Die an der AG Fankulturen beteiligten Fanorganisationen betonen die Bedeutung des Austausches, der das verbandsseitige Verständnis von Fans und Fankulturen erhöht und verweisen auf die höhere öffentliche Präsenz sowie die verankerten

Spitzengespräche. Gleichwohl fordern sie die Verbände regelmäßig auf, die Strukturen des institutionalisierten Dialogs so anzupassen, dass er auch für bis dato unbeteiligte Fanorganisationen attraktiv ist, also

- Faninteressen bei allen Themen, die Fans betreffen, strukturell zu berücksichtigen,
- die Ergänzung eines Beratungs- und Kompetenzgremium um den Bereich Fandialog
- spürbare positive Veränderungen durch die Beteiligung an Dialogformaten.

Bisher haben die damals aus dem Dialog ausgetretenen bundesweiten Fanorganisationen nicht den Wunsch geäußert, einem solchen wieder beizutreten. Zudem bleiben einige bundesweite Fanorganisationen in der aktuellen Struktur vollkommen unberücksichtigt.

Wir sind der Überzeugung, dass substanzielle Veränderungen notwendig sind, damit das langfristige Ziel erreicht werden kann, mit möglichst vielen Fans über Vertretungen zu kommunizieren und zu diskutieren. Allerdings stellt unser Lösungsansatz keinen Automatismus für eine Teilnahme dar. Gleichwohl führt er zu einer Aufwertung der Berücksichtigung von Fans und Fankulturen und schafft trotz Institutionalisierung vielfache Möglichkeiten, um einen echten Dialog entsprechend auszugestalten.

Unsere Lösungsansätze

Wir haben ausführlich dargelegt, weshalb es notwendig ist, Fans und Fankulturen als elementaren Bestandteil des Fußballs anzuerkennen und Faninteressen verbindlich zu berücksichtigen.

Daher ist es auch auf Ebene der Verbände nur folgerichtig, die institutionelle Berücksichtigung von Faninteressen unabhängig von anderen Themenbereichen wie beispielsweise „Sicherheit“ zu verankern. Fans und Fankulturen muss mindestens ein gleicher Stellenwert wie Clubmedien oder digitalen Dienstleistungen zugesprochen werden.

Wir empfehlen...

... der Bedeutung der AG Fankulturen durch die strukturelle Aufwertung zum Status einer Kommission Ausdruck zu verleihen.

... die bundesweite Berücksichtigung von Faninteressen eigenständig und unabhängig von anderen Themenbereichen wie beispielsweise „Sicherheit“ zu verankern.

... unterhalb der Kommission Fans & Fankulturen weitere Dialog-Formate wie eine AG Verband-Fan-Dialog, AG Kommunikation Verband-Fans und das Forum Club-Fan-Dialog zu verankern.

Die *Kommission Fans & Fankulturen* wird so zum übergeordneten Beratungs- und Kompetenzgremium der Verbände DFL und DFB für alle Fanangelegenheiten. Sie ergänzt damit die sieben DFL-Kommissionen und die 26 Fachausschüsse und -Kommissionen des DFB, in denen bis heute keine den expliziten Auftrag hat, sich ausschließlich Fans und Fankulturen zu widmen.

Alle Fanorganisationen und -initiativen, die fanpolitische Arbeit mit bundesweiter Relevanz betreiben sowie alle, die sich im Fußball professionell mit Fans und Fankulturen mit bundesweiter Relevanz befassen, können unserer Vorstellung nach Mitglied dieser Kommission werden. Bei den Fanorganisationen und -initiativen erfolgt keine persönliche Berufung, es obliegt den berufenen Organisationen, wen sie für die Vertretung entsenden. Pro Organisation/Institution wird ein*e Vertreter*in sowie eine Stellvertretung entsandt. Fachabteilungen der Verbände für Fans sind ebenso Mitglied der Kommission wie jeweils ein Präsidiumsmitglied von DFB und DFL und je ein*e Vereinsvertreter*in der 1., 2. und 3. Liga.

Wie andere Kommissionen nimmt die *Kommission Fans & Fankulturen* eine beratende Funktion gegenüber den Präsidien und Fachabteilungen ein. Die von DFL und DFB unabhängigen Mitglieder sind gegenüber den Verbänden nicht weisungsgebunden. Die Kommission wird von den Verbänden vor Entscheidungen, die Fans und Fankulturen betreffen, gehört und kann diesbezüglich eigene Einschätzungen und Vorschläge aussprechen und proaktiv Vorschläge für zu ergreifende Maßnahmen und Veränderungen erarbeiten.

Mögliche Tätigkeiten und Themen im Bereich der *Kommission Fans & Fankulturen* können sein:

- Beratende Begleitung und inhaltliche Mitarbeit bei der Entwicklung eines handlungsleitenden Verständnisses von Zuschauer*innen und Fans in Form einer Leitlinie von Verbänden und Vereinen.

- Beratende Begleitung der Neufassung des Club-Fan-Dialogs (LO DFL, Einführung 3. Liga).
- Anregung zu einer jährlichen Fanumfrage.
- Bereitstellung von Fan-Expertise und Einschätzungen zu aktuellen und geplanten Maßnahmen oder Projekten der Verbände (vom VAR über Spieltagsansetzungen, der Verbesserung der Umsetzungspraxis der Freigabe der Fanutensilien bis hin zu neuen Vermarktungsbestrebungen).
- Austausch zu und Beratung über aktuelle Themen, Anliegen und Stimmungen in Fanszenen.

Die neu zu gründende *AG Verband-Fan-Dialog* bildet die Entsprechung des lokalen Club-Fan-Dialogs auf Verbandsebene. Ziel ist ein verbindlicher, effektiver und zielgerichteter Dialog zwischen bundesweiten Fanorganisationen als Dach lokal organisierter Fans mit den Verbänden zu fanrelevanten Themen.

- Für die Teilnahme an der *AG Verband-Fan-Dialog* ist keine Berufung durch die Verbände notwendig.
- Mitglieder der *AG Verband-Fan-Dialog* können alle bundesweiten Fanorganisationen werden, die lokale Fan-Interessensvertretungen bündeln.
- Über den Zugang und die konkrete Ausgestaltung der *AG Verband-Fan-Dialog* entscheidet unserer Vorstellung nach die neu eingerichtete *Kommission Fans & Fankulturen*.
- Die Kriterien des neu gefassten Club-Fan-Dialogs sollen entsprechend auf der Verbandsebene angepasst werden.

Im Unterschied zur *Kommission Fans & Fankulturen* haben Fanvertretungen in diesem Format keine beratende Funktion, sondern nehmen in ihrer Rolle als Fanvertretung am Dialog teil. Fanvertretungen und Verbände sollen in diesem Gremium die Möglichkeit zum direkten Austausch, zu kontroversen Debatten, zur Bearbeitung und Lösung von Konfliktlagen und zum Aufbau einer vertrauensvollen Zusammenarbeit haben.

Die neu zu gründende *AG Kommunikation Verband-Fans* bietet unserer Vorstellung nach ein niederschwelliges und punktuelles Kommunikationsformat zwischen Verbänden und Fans. Die Besonderheit: Es wird keine kontinuierliche oder verbindliche Mitarbeit in Verbands- oder Vereinsgremien vorausgesetzt:

- Sowohl lokale als auch bundesweite Fangruppen, Faninitiativen und Fanorganisationen haben die Möglichkeit, über die *Kommission Fans & Fankulturen* Termine für einen punktuellen und themenbezogenen Austausch mit Verbandsvertreter*innen und Fachabteilungen zu beantragen.

- Die AG *Kommunikation Verband-Fans* ist keine verstetigte Arbeitsgemeinschaft, sondern bietet einen institutionellen Rahmen, in dem auf Anfrage lokaler oder bundesweiter Fanorganisationen Kommunikation zwischen Verbänden, ihren Fachabteilungen und Fans stattfinden kann.

Dies ermöglicht einen niederschweligen Zugang für die Kommunikation zwischen Fans und Verbänden, der auf Wunsch von bundesweiten Fanorganisationen (s. o.) auch zu einer Beteiligung im Verband-Fan-Dialog führen kann, aber zu keiner Zeit muss.

Darüber hinaus sollte unserer Vorstellung nach das *bundesweite Forum Club-Fan-Dialog* unterhalb des Kommission Fans & Fankulturen angesiedelt werden: Durch die Neufassung des lokalen Club-Fan-Dialogs wird eine Struktur geschaffen, die es den Vertreter*innen des lokalen Club-Fan-Dialogs der 1.-3. Liga ermöglicht, jährlich als gewählte und legitimierte Repräsentant*innen des lokalen Club-Fan-Dialogs im Forum Club-Fan-Dialog zusammen zu kommen. Das Forum Club-Fan-Dialog bietet den Teilnehmer*innen Möglichkeiten zum Austausch, zur Weiterentwicklung der Club-Fan-Dialoge (strukturell wie individuell) sowie zur Verständigung über fanpolitische Themen von bundesweiter Relevanz. Aus dem bundesweiten Forum Club-Fan-Dialog wird durch demokratische Wahlen ein ständiges Mitglied sowie eine Stellvertretung in die Kommission *Fans & Fankulturen* entsandt.

