Liebe ist für alle da

Gibt es gute und schlechte Fans? Kann man mit Ultras reden? Eine Recherche im Norden und im Süden der Fußballnation Deutschland

VON HOLGER GERTZ UND ALEXANDER GORKOW

Nicht mal, wenn Bremen in München zu Gast ist, wie am Samstag, ist die Welt noch wie früher: hier der CSU-Verein FC Bayern unter Uli Hoeneß, dort die Sozibude Werder, gelenkt vom irgendwie dubiosen Willi Lemke? Tempi passati. Links und rechts? Wurscht. Es gelten andere Kategorien, definiert werden sie nicht in den Vorstandsetagen, sondern in den Kurven der Stadien. Diese Kategorien gehen so: gut, böse, echt, unecht.

Uli Hoeneß sitzt in einem rosafarbenen Ralph-Lauren-Hemd im Rattansessel seines Büros an der Säbener Straße. Durch die Fenster strahlt der Münchner Himmel in diesem einzigartigen Blau. Hoeneß erzählt mal wieder, dass er bald einen Sozi wählen werde, den derzeitigen Wirtschaftsreferenten Münchens, Dieter Reiter. Der will Nachfolger des Oberbürgermeisters Christian Ude werden. Hoeneß hält Ude für eine totale Pfeife, auch wenn er das an diesem Tag gewählter ausdrückt. Er spricht von einer „Fehlbesetzung“, bläst vor und nach diesem Wort aber die Backen auf, was ausschaut, als ob gleich noch ein anderes Wort rausfällt. Herrlich.

Dann sagt er: „Und Reiter hat halt bis jetzt gute Politik gemacht für München. Parteien interessieren mich nicht, mich interessieren Menschen. Und ich kann Ihnen jetzt schon sagen: Wenn Sie bei Ultras nach politischen Präferenzen fahnden, sind Sie auf dem Holzweg. Weltanschaulich ist das ein totales Durcheinander.“

Sie sind die Fans, die Choreografien organisieren, die die Kurve beben lassen. Sie sind die, die den Fußball in konkurrenzloser Bedingungslosigkeit lieben, so würden sie es selbst sagen. Deshalb sind sie auch die, die ihren Hass darüber zum Ausdruck bringen, dass der Fußball zum Ding für die ganze Familie geworden ist, jedenfalls in der Bundesliga. Sie sind die Romantiker des Fußballs, die Kräfte entwickeln, die dem Fußball gefährlich werden können. Sandra Maischberger nannte sie in ihrer ARD-Talkshow die „Taliban der Fans“, aber das sagt womöglich mehr über Sandra Maischberger und die ARD aus als über die Ultras.

Die Debatten über Fußball unterscheiden sich normalerweise von denen über Kriegseinsätze oder die Vorratsdatenspeicherung dadurch, dass die Argumente auf dem Tisch liegen. Wer 1:0 gewinnt, hat recht gehabt. Die Debatte über die Ultras ist anders, sie ist kompliziert. Will man noch komplizierte Debatten führen in diesem Land? Oder nur das hier: Ist Augstein jr. der neuntgrößte Antisemit? Wie viel gefährlicher ist Rainer Brüderle? Kriegen wir alle die Seuche wegen der Lasagne? Die Welt wird komplizierter, vielleicht ruhen deshalb die Hoffnungen der ARD-Talkschiene auf Empörung. Die Debatte über die Ultras überfordert viele. Andere, wie Uli Hoeneß, fühlen sich herausgefordert.

Soll man die Ultras mit den untergehenden Piraten vergleichen? Hoeneß: „Die Piraten sind blöd, im Sinne von: total ahnungslos. Die Ultras sind nicht blöd. Das sind intelligente Leute. Die saßen etliche Male hier, wo Sie jetzt sitzen. Mit denen können Sie total vernünftig reden.“

Auf dem Tisch liegen Briefe, Kinderschrift, daran angehängt Fotos von Kinderfußballmannschaften. „Davon kriege ich die berühmten Waschkörbe“, sagt Hoeneß, „das sind junge Menschen, die waren in acht Jahren noch nicht ein Mal in der Arena. Die betteln um Tickets. Wie soll ich das ignorieren?“ Der FC Bayern hat mehr als 3100 Fanclubs. Es sind exakt zwei Ultra-Gruppierungen darunter, die dem Verein und seinem Präsidenten zusetzen: die Schickeria und der Club Nr. 12.

Hoeneß kneift die Augen zusammen und sagt leise: „Zwei. Von mehr als 3000.“ Dann holt er aus: „Die Ultras wollen, dass ich zwischen echten und unechten Fans unterscheide. Aber der Vater, der mit Frau und Kind kommt, ist kein schlechterer Fan als der Ultra. Und für das Kind und dessen Mutter trage ich eine besondere Verantwortung. Inzwischen sind 34 Prozent der Besucher bei unseren Spielen Frauen. Es sind noch nie so viele Kinder im Stadion gewesen. Für deren Wohl bin ich in hohem Maße verantwortlich. Da stehe ich im Wort.“

Uli Hoeneß wundert sich über diese neue deutsche Sehnsucht: „Wer sich empört, regiert!“

Immer wieder fordern die Ultras in München mehr Tickets für die Südkurve, die die beiden Gruppen in Eigenregie verteilen wollen: Tatsächlich macht sich der Streifen der Bayernsüdkurve im Stadion, verglichen mit der tosenden Wand in Dortmund, nahezu lächerlich aus. Das wirkt wie das Spieleparadies weiter draußen im Münchner Norden, bei Ikea in Eching. Immer wieder geht es um die Bengalos. Immer wieder geht es um die sogenannten Bonzen oben in den Ehrengast- und Sponsorenblöcken, die tatsächlich in aufreizender Behäbigkeit ihre Pausenbuffetts verlassen und erst in der 60. Spielminute die letzten leeren Plätze füllen.

Hoeneß sieht die Probleme, aber er sagt auch: „Du redest mit den Ultras über zehn Forderungen, und kurz darauf kommen sie mit zehn neuen Forderungen. Wir leben hier aber nicht in einer Wohngemeinschaft. Ich muss jede dieser Forderungen mit der Stadt, mit den Sicherheitsbehörden abstimmen. Natürlich sehen Bengalos toll aus. Aber dann brauchen wir ein Sicherheitskonzept. Pyro erlaube ich – sobald es eine gesetzliche Grundlage gibt!“

Als sich Hoeneß im Frühjahr 2011 entschloss, der bei den Ultras des FC Bayern verhassten Pleitetruppe TSV 1860 München zu helfen, damit die nicht in die Insolvenz rutscht und als Mieter für die Allianz-Arena ausfällt, hielten Ultras Plakate hoch: „Hoeneß, Du Lügner!“

Nun haben nicht nur die Ultras eine emotionale Beziehung zu ihrem Verein. Auch Hoeneß hat eine emotionale Beziehung zu seinem Verein. Spricht man Hoeneß heute, zwei Jahre später, drauf an, macht er eine Pause und malt mit den Fingern Figuren auf den Glastisch. Dann: „Das hat mich tief getroffen. Streit gehört für mich immer dazu. Auch in der eigenen Familie. Aber Lügner? Von den eigenen Leuten?“

Hoeneß hat damals etwas gemacht, was er selten macht: Er schwieg. „Weil ich doch weiß, wie heute durch das Internet, durch das Fernsehen, die Hysterie befeuert wird. Jeder Satz, jede Geste, alles ist sofort Politik, alles geht sofort online. Es waren ja nur vereinzelte Plakate von vereinzelten Ultras damals – nicht mal allen Ultras. Aber so ein Plakat sehen am Samstag Millionen Leute auf Sky. Du siehst ja dort nicht die womöglich 69 900 Zuschauer, die so ein Plakat nicht gut finden. Das Plakat steht pars pro toto: Bayernfans gegen Hoeneß. Hier ist etwas in der öffentlichen Zuspitzung völlig aus dem Leim gegangen. Wer sich empört, regiert!“

Der Präsident der Bayern hegt große Sympathien für seinen Bremer Kollegen Klaus-Dieter Fischer, der in dieser Geschichte noch zu Wort kommen wird, und wenn man den freundlichen Hoeneß doch immerhin ein wenig zur Weißglut bringen möchte, muss man nur das W-Wort sagen, das oben im Norden, in Bremen, vor Saisonstart zu Turbulenzen unter den Liebenden führte, den Fans und den Bossen des Vereins. Das W-Wort: Wiesenhof.

Nachdem Werder Bremen mit dem Geflügelproduzenten einen neuen Sponsor präsentiert hatte, schlug dem Verein eine Wut entgegen, die Hoeneß als Ausdruck einer „unglaublichen Empörungs-, auch Selbstgerechtigkeitskultur“ empfand: „Natürlich stand Wiesenhof in der Kritik. Dazu haben wir eine freie Presse und einen Rundfunk – um über Missstände zu berichten. Aber hat so ein Konzern kein Recht, aus Kritik Lehren zu ziehen? Und wo bitte ist die Grenze zwischen Gut und Böse? Der vormalige Bremer Sponsor, der Textildiscounter kik, war der gut? Ist ein Hungerlohn für Kinder in Bangladesch gut? Sind Kinder weniger wichtig als Hühner? Oder sind diese Kinder einfach nur weiter weg, sodass ich mit denen nicht so gut politisch Stimmung machen kann?“

Wegen Wiesenhof gab Trittin bei Werder sein Amt ab. Matthias Brandt findet das „schändlich“

Werder Bremen hat die Geflügeldebatte sogar einen Umweltbotschafter gekostet. Jürgen Trittin, Fraktionsvorsitzender der Grünen im Bundestag, hatte bis zum August letzten Jahres das Ehrenamt inne. Andere prominente Werderfans sind auch Botschafter des Vereins, der Sänger Jan Delay und der Schauspieler Matthias Brandt. Trittin nun schrieb einen wirkungsstarken offenen Brief, in dem er protestierte und sein Ehrenamt niederlegte, „mit Bedauern und freundlichen Grüßen“. Spitzenpolitiker, Ökologie-Experte, Umweltbotschafter vom Trikotpartner Werder: Viel mehr Wucht kann ein einzelner Mensch kaum aufbringen. Stattdessen hat Trittin eine Welle geritten, sie trug ihn ein Stück.

Matthias Brandt bekam Briefe und Mails von Werderfans, sie forderten ihn auf, auch zurückzutreten.

Brandt empfand das als grotesk: „Das Unangenehme an Trittins öffentlicher Wichtigtuerei ist, dass man das Gefühl hat, es steckt ausschließlich das Kalkül des Stimmenfängers dahinter – und zwar sowohl beim vermeintlich heißblütigen Bekenntnis zu Werder in seinem offenen Brief als auch bei der Distanzierung von Werder in demselben offenen Brief. Ich finde diesen Kotau vor der öffentlichen Empörung schändlich. Fan zu sein ist nicht ergebnisabhängig, erst recht nicht abhängig von Vorstands- oder Geschäftsentscheidungen. Fan sein meint: Liebe, die immer hofft und nichts erwartet. Wo gibt's das denn sonst noch, verdammte Scheiße?“

Diese neue, fast schon pornografische Ökonomie der Aufmerksamkeit, ist sie der Schlüssel zu den neuen Ultras, die sich nicht zuletzt durch Verbalität von den alten Hools unterscheiden?

Hoeneß erzählt aus den Siebzigerjahren. Nein, die Welt war nicht besser. Nur übersichtlicher. Gegen den Tabellenletzten kamen 10 000 Fans ins Olympiastadion, heute würde der FC Bayern gegen Greuther Fürth das 70 000er-Stadion zweimal ausverkaufen. Damals hat ein Rot-Weiß-Oberhausen-Fan nach dem Spiel einen Senftopf in den Bayernbus geworfen. Hoeneß: „Den Kerl haben wir in den Bus gezogen, in seinen Senf getunkt und ihn wieder aus dem Bus rausgeworfen. Das war, glaub ich, eine Randnotiz in der *Süddeutschen Zeitung*. Was wäre heute los? Der Film stünde auf YouTube, Schlagzeilen auf dem Boulevard, eilig anberaumte Talkshows.“

Nicht nur Bayern-Ultras nutzen soziale Netzwerke, der FC Bayern nutzt sie auch, und zwar gewinnbringend, nicht zuletzt aus Gründen der Selbstvermarktung. Hoeneß wäre der Letzte, der das bestreitet, und weil er überhaupt in diesem Konflikt auffällig um die Signalisierung von Gesprächsbereitschaft und Deeskalierung bemüht ist, sagt er noch: „Reden Sie mit den Ultras! Nehmen Sie die ernst! Und reden Sie bitte mit Salewski!“

Wolfgang Salewski ist 70 – und wenn es in Deutschland jemanden gibt, der sich mit Krisen auskennt, dann dieser Polizeipsychologe, der nach dem Trauma der gescheiterten Geiselbefreiung bei den Olympischen Spielen 1972 in München die GSG 9 mit aufbaute und maßgeblich half, die Entführung der *Landshut* 1977 in Mogadischu zu beenden. Man sprach damals von einem Wunder, denn außer dem schon zuvor ermordeten Flugkapitän Jürgen Schumann hatte es keine toten Geiseln gegeben.

Die Ultras lieben Fußball und hassen es, dass er zum Ding für die ganze Familie geworden ist. Klaus-Dieter Fischer (li.) von Bremen und Uli Hoeneß vom FC Bayern setzen auf Dialog: Man kann schließlich nicht nicht kommunizieren. FOTOS: FIRO SPORTPHOTO, GETTY, DPA

Beim FC Bayern und seinen Fans sind Wunder nicht nötig. Sondern, wie Salewski sagt: „Gespräche. Drohungen bringen nichts. Man muss kommunizieren.“

Man sitzt dem freundlichen, konzentrierten Herrn im Café Dinzler am Irschenberg gegenüber. Die Bayern haben „den Professor“ (Hoeneß) engagiert, weil sie merkten, dass sie keinen Meter mehr weiter kommen, wenn sie Aggressivität mit Aggressivität entgelten. Paul Watzlawick baute seine Theorie der Kommunikation auf die simple These: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Während man mit Hoeneß Tage zuvor über die neue deutsche Empörungskultur und die Ökonomie der Aufmerksamkeit sprach, würdigt Salewski nun die Grundzüge der komplementären Kommunikation Watzlawicks. Der FC Bayern ist ein sonderbarer Verein. Führt mit 15 Punkten Vorsprung die Tabelle an, siegt in London und hat solche Berater.

Sorgsam seziert Salewski eine Forelle. Er sagt, er wolle niemandem zu nahe treten, aber immerhin aus Geiselnahmen habe man Erfahrungen mitbringen können: „Menschen, Geiselnehmer zum Beispiel, die also derart intensiv um Aufmerksamkeit werben, haben an ihrer Identität zu tragen, und so natürlich auch an Autoritäten. Sie geraten in Panik, wenn man die Räume eng macht. Aussichtslosigkeit führt zu Panikreaktionen.“ Nie würde Salewski einen Ultrafan („tolle Leute, viele von denen sind hoch kreativ, schauen Sie sich mal die Choreografien an!“) mit einem Geiselnehmer vergleichen. Aber beide buhlen um eine Macht, die ihnen nach Meinung eines Staates oder eben eines Vereins nicht zusteht.

Fühlen sich Geiselnehmer eingeengt, schießen sie.

„Wichtig ist, dass die Tür offen ist“, sagt Salewski. Nicht zuletzt seinetwegen verabschiedete sich die deutsche Polizei davon, Geiselnehmer mit dem Megafon zu terrorisieren, und Salewski fügt im Gespräch in Klammern hinzu, wieso Sätze wie die folgenden jeden Geiselnehmer zu Gewalt verführen *müssen*: „Hier spricht die Polizei (Autorität)! Seien Sie vernünftig (Sind Sie bis jetzt nicht gewesen)! Sie haben keine Chance (Keine Perspektive)!“

„Die Ultras sind keine Kriminellen“, sagt Salewski. „Der Verein hat die Aufgabe, diesen Leuten, die den FC Bayern lieben, die für ihn viele Strapazen auf sich nehmen und sich das viel kosten lassen: zu erklären, dass er sie ernst nimmt, dass er auch bereit ist, ihnen etwas zurückzugeben, seien es Kartenkontingente, sei es logistische Hilfe. Was der Verein aber nicht darf: sich – wie andere Vereine – die Autorität aus der Hand nehmen lassen. Und einige, nicht alle, Ultras reagieren eben hier dann so, wie Menschen reagieren, die mit Autoritäten ein Problem haben. Deshalb hören Sie immer wieder aus den Blöcken 112/113 das hier: ‚Scheiß FC Bayern!‘“

Viele Ultras versuchen, nicht zu kommunizieren, jedenfalls nicht mit den Medien. Man schreibt den Ultras der Schickeria Mails, wird vertröstet. Es meldet sich niemand. Jede Gruppe der Subkultur schottet sich ab. Wer spricht, liefert sich aus. Wer spricht, wird gewöhnlich.

Bemerkenswert genug, dass schließlich Gregor Weinreich vom Club Nr. 12 zum Gespräch bereit ist. Im „Görreshof“ in Schwabing – Backhendl, Augustiner vom Fass – erzählt er, ein sympathischer, nachdenklicher junger Mensch, vom Leben als Ultra. Es sind Berichte aus einer anderen Welt. Weinreich saß öfter bei Hoeneß im Büro: „Das lief dann so ab, dass man zusammengestaucht wurde, eine halbe Stunde lang, zum Teil zu Recht. Danach gab es anderthalb Stunden lang das konstruktivste Gespräch, das man sich vorstellen kann.“ Es gab bessere Gespräche zwischen dem Klub und den Ultras, es gab schlechtere, es gab keine. Nähe und Distanz. Als die „Hoeneß, Du Lügner“-Plakate hochgehalten wurden, war die Beziehung schockgefrostet.

Weinreich, 36, versucht so was wie einen Spagat. Einerseits hat ihm das Plakat nicht gefallen, aber wenn Einzelne etwas verzapfen, warum wird dann von der empörten Öffentlichkeit immer die Ultrakultur als Ganzes an die Wand genagelt? „Wenn die Emotion sehr hoch ist, wirst du immer ein paar Ausreißer haben, die die Grenze nicht kennen. Dagegen gibt es fast nur ein Mittel: Emotion runterfahren, alle sitzen da und schauen sich das Spiel an und sagen: Och, schöne Viererkette. Oder: Ich freu mich auch für den Gegner, wenn er 'nen guten Pass spielt.“ Wäre das noch Fußball?

Es wird ein langer Abend mit Gregor Weinreich, er erzählt von den Vorbereitungen für die Spiele. Wie sie Transparente und Folien bemalen, nächtelang, wie sie das Stadion ausstaffieren, damit es das wird, was auch die ARD, von der sie eben noch als Taliban beschimpft wurden, gerne zwischen endlosen Werbepausen in der *Sportschau* zeigt: eine Bühne. Wie sie Choreografien einstudieren: „Da geht es mir nicht anders als Bastian Schweinsteiger. Wenn du das versemmelst, dann ist das nie mehr zu korrigieren.“

Wenn das nicht berührend ist, was ist dann berührend?

Weinreich schimpft auf seinen Verein, er schwärmt von seinem Verein. Der FC Bayern ist: sein Leben, seine Liebe. Und Hoeneß, dessen Leben und Liebe der Verein zweifellos auch ist? Weinreich ist überrascht von dessen wertschätzenden Äußerungen über die Ultras. Er bestellt neues Bier. Er sagt: „Ich dachte, wir wären bei dem in derselben Schublade wie Christoph Daum und Willi Lemke.“ Das sind zwei fast Vergessene, aber es waren mal die Lieblingsfeinde von Uli Hoeneß. Den viele Mr. Bundesliga nennen.

Damit zum geheimen Mr. Bundesliga: Klaus-Dieter Fischer. Fischer, 72, ist Hanseat, in Bremen geboren. Ein wahrer Hanseat sieht immer ein wenig nach Landlord aus. Graues Resthaar, Brille. Fischer ist dem SV Werder 1955 beigetreten, er war Schiedsrichter, Jugendbetreuer, 25 Jahre Vizepräsident, längst ist er Präsident des Gesamtvereins. Er wollte nie woanders hin. „Lebenslang grün-weiß“, sagt er. Sie nennen ihn KDF. Das Büro ist im fünften Stock des kleines Turms am Weserstadion, an der Wand eine Titelseite des *Kicker* aus den frühen Siebzigern, dazu die seherische Schlagzeile: „KDF: Ich bleibe lange.“

Fischer geht voraus ins Vereinsrestaurant im Bauch des Stadions. Er scheint zum Kartoffeleintopf mit Bockwurst zu tendieren, „so was kriegt man zu Hause ja gar nicht mehr“, schwenkt aber doch noch um aufs Matjesfilet.

Er hat noch die Zeiten erlebt, als die Spieler Baumwolltrikots trugen, die kiloschwer am Körper hingen, wenn es regnete. Das Publikum, fast ausschließlich männlich, kam mit Hut und Krawatte. Die Klopper standen nicht auf den Tribünen, sondern auf dem Platz. Richard Ackerschott, genannt Sense. Horst-Dieter Höttges, genannt Eisenfuß. KDF erzählt über das gewachsene Selbstbewusstsein der Ultras und Fans, ihre Bereitschaft, sich gegen den eigenen Klub zu stellen: „Die Preise sind gestiegen, für die Fanartikel, die Trikots, für das, was im Stadion gegessen wird. Daraus leiten die Zuschauer ihren Anspruch ab und sagen: Das ist scheiße, was du da spielst, dich wollen wir nicht sehen.“

Die Frage ist immer, wer am Ende das Sagen hat. Bremen ist da wie München, Bremen ist nicht wie der 1. FC Köln oder wie Dynamo Dresden, wo vieles unrettbar verloren ist, weil die Klubs teils kapituliert haben vor den Fans. Bremen ist nicht wie Hannover, dessen Präsident Kind einen strammen Kurs ins Nirgendwo fährt: Gegenprovokation statt Kommunikation.

Werder und Bayern gehören zur Übermacht der kultivierten Klubs, die mehr zu verlieren haben als ein paar Punkte am Samstag. Es geht darum, was getan werden kann, damit es nicht kippt. KDF sagt, und er hört sich an wie Salewski: „Wir werden berechtigte Anliegen immer aufgreifen, aber wir können uns nicht einen Spieler rein- oder rausschreien lassen.“

Wenn man in den Maschinenraum der Bremer Fanbetreuer reinschaut, sieht man, wie viel Mühe – auch: Liebe – investiert werden muss, damit nichts aus dem Ruder läuft. Sie haben ein neues Bewährungsmodell ausgearbeitet, ein Projekt: Wem ein Stadionverbot auferlegt worden ist, weil er gezündelt oder rassistisch krakeelt hat, kann diesen Bann verkürzen, indem er Sozialstunden ableistet, im Seniorenheim, in der Behindertenhilfe. Sie setzen darauf, dass einer, der nicht mehr ins Stadion darf, das als Liebesentzug empfindet und alles dafür tut, die Liebe zu seinem Verein wieder leben zu dürfen.

Bremen ist anders als München, wo die Sponsoren sich mit spitzen Waffen duellieren, um auf der Bayernbrust werben zu dürfen. In Bremen muss man eher nehmen, was man kriegt. Zur Not: Wiesenhof. Es gab die Protestflut im Internet, natürlich auch von Fans, die nichts dagegen hätten, wenn mit Wiesenhofs Hühnerblutgeld der Mittelfeldzauberer Diego aus Wolfsburg zurückgeholt würde. Die Ära mit dem Billigklamottenhersteller kik sorgte nicht für halb so viel Theater wie jetzt der Deal mit Wiesenhof. Was kik angeht, sagt KDF: „Da waren wir aus heutiger Sicht zu blauäugig.“ Was Wiesenhof betrifft, er klingt jetzt wie Hoeneß: „Es ist ein Phänomen unserer Gesellschaft: Tierschutz vor Kinderschutz. Immer wenn es um die armen Kuscheltiere geht, ist der Protest viel größer.“

Was man lernen kann in Bremen und München? Es ist das Gegenteil von: Empört euch

KDF hat die Sponsoren kommen und gehen sehen. Werder lief schon auf mit Reklame für Schreibmaschinen aus Wilhelmshaven, Fotoapparate aus Japan, Fischkonserven aus Cuxhaven. Aus diesen Tagen stammt der Anti-Werder-Schmähgesang: „Was ist grün und stinkt nach Fisch?“ Und Wiesenhof? Hat den Klub nicht grundsätzlich entfremdet von den Fans, den Ultras. Sie tragen das Trikot allerdings nicht gern, der Bremer Fan zieht sein Werder-Hemd auch mal bei der Arbeit an, und Matthias Brandt trägt es, wenn er daheim in Berlin am Samstag Sky einschaltet. Der Hühnerstall von Wiesenhof ist selten draufgedruckt bei all diesen Fans.

Den Aufzug runter, rechts vom Haupteingang, da liegt der Ostkurvensaal, eine Art Kernzelle des Werdertums. Treffpunkt der politisch interessierten Fans, Diskussionsabende, Filmvorführungen. Das Wiesenhof-Logo hat nichts daran geändert, dass Werder ein sozial bewegter Verein ist. Vorträge zu Themen wie „Mädchen in Bewegung“ und „Homophobie im Fußball“, gibt es im Ostkurvensaal: Er ist Heimathöhle und Weiterbildungsstätte zugleich.

Es gibt eine schöne Geschichte über Klaus-Dieter Fischer, er soll einen Nazi mal persönlich verscheucht haben, der die Linken im Saal aufmischen wollte. Aber das sei Quatsch, sagt KDF: „Ich habe mit dem Vorsitzenden des Fanprojekts da gestanden, der Typ fixierte uns. Ich bin stehen geblieben. Da ist der abgehauen.“

Wahrscheinlich spricht der Hanseat Fischer einem Uli Hoeneß und einem Professor Salewski und einem Matthias Brandt und sogar dem Bayern-Ultra Gregor Weinreich aus der Seele, wenn er über seine Liebe spricht. Zum Verein, zum Fußball. Wie man sie erneuert, verteidigt, nie verliert.

KDF sagt: „Darauf kommt es ja an im Leben: Dass man nicht zurückweicht.“

Was man lernen kann in Bremen und München? Es ist das Gegenteil der ARD-Talkschiene. Es ist das Gegenteil von: Empört euch. Es wird immer wieder Verwerfungen und Verletzungen geben, auch in den Modellstädten Bremen und München. Trotzdem werden hier die Etablierten unter diesen heiß Liebenden und die Unangepassten unter diesen heiß Liebenden weiter an einer absolut revolutionären Idee der Kommunikationslehre arbeiten: Sie werden miteinander reden.