A graphic of a stadium filled with spectators. The seating areas are colored in green, white, and black. Large, stylized letters spelling "UEFA" are visible on the stands. A thick red curved line starts from the bottom right and sweeps across the middle of the stadium graphic.

UEFA-Handbuch für Fanbeauftragte

Deutsche Version (Ausgabe 2011)

Vorwort

VORWORT DES UEFA-PRÄSIDENTEN

Die Fans sind die Seele des Profifussballs. Ohne sie würde sich dieser kaum von einem Amateursport oder einem Hobby unterscheiden. Während die meisten Spieler und Trainer im Laufe ihrer Karriere den Klub wechseln, gehen Fans mit ihrem Team durch dick und dünn, bleiben ihm treu und bilden so die Grundfesten ihres Klubs. In guten Zeiten kann das allgemeine Interesse an einem Klub steigen, in schlechten Zeiten hingegen sind es die loyalen Fans, die den Scherbenhaufen zusammenkehren.

Die UEFA glaubt, dass dieses Handbuch einen bedeutenden Beitrag zu einer besseren Kommunikation zwischen Klubs und ihren Fans leisten kann. In der sich ständig verändernden und unübersichtlichen Welt des Spitzfussballs ist Kommunikation wichtiger denn je und dient sowohl den Fans als auch den Klubs.

In zahlreichen europäischen Klubs ist das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Zusammenarbeit mit den Fans gestiegen und es gibt viele gute Beispiele fortschrittlicher Initiativen. Es bleibt in diesem Bereich jedoch noch sehr viel zu tun, weshalb das Kriterium des Fanbeauftragten in das UEFA-Klublizenzierungsverfahren, das über 1 000 Profiklubs umfasst und die grösste Plattform für die Klubfussball-Governance darstellt, integriert wurde.

Das Kriterium bezweckt insbesondere eine Verbesserung der Kommunikation und die Bereitstellung einer Anlaufstelle für Fans, damit sie sich besser organisieren und sich mehr Gehör verschaffen können. Dank



einer besseren Organisation der Fans kann das positive Fanverhalten als Gegenstück zu negativen Vorkommnissen, über die oft berichtet wird, in den Vordergrund gerückt werden.

Dieses Handbuch ist ein Teil der Initiative, ein erster Schritt. Der Erfolg des Projekts wird von der Bereitschaft der Fans und der Klubs abhängen, sich konstruktiv auf das Projekt und aufeinander einzulassen. Zweifellos ist die Rolle eines Fanbeauftragten sehr anspruchsvoll und mit Schwierigkeiten verbunden, wie bei der Lektüre dieses Handbuchs deutlich wird. Die UEFA erwartet keine perfekte Einführung und reibungslose Umsetzung dieses Kriteriums, doch viele lohnenswerte Schritte sind nicht einfach zu verwirklichen. Wir sind jedoch überzeugt, dass die Anforderung dank dem Engagement der Fans, der Klubführung und der Klubbetreiber, der kontinuierlichen, wertvollen Unterstützung von Supporters Direct sowie der Ausbildung seitens der Nationalverbände und Ligen mit der Zeit ein wichtiger und integrierender Bestandteil der Klublizenzerierung im Fussball werden wird.

**Michel Platini
UEFA-Präsident**

Inhaltsverzeichnis

VORWORT DES UEFA-PRÄSIDENTEN

1 Einleitung

THEORETISCHER TEIL

2 Standarddefinitionen und Zielgruppen	10
2.1 Fanbeauftragter – Standarddefinition	10
2.2 Zielgruppen	14
2.2.1 Fans	14
2.2.2 Klubmanagement und -abteilungen	18
2.2.3 Sicherheits- und Ordnungsdienste	18
2.2.4 Fanbeauftragte anderer Klubs	18
2.2.5 Nationalverbände und Ligen	18
2.2.6 UEFA	19
3 Vorteile	20

PRAKТИSCHER TEIL

4 Auswahl eines Fanbeauftragten	24
5 Fanbetreuung und -unterstützung	26
5.1 Organisatorisches	26
5.2 Mindestanforderungen für Fanbeauftragte und Empfehlungen	26
5.3 Mindestanforderungen für Klubs und Empfehlungen	28
5.4 Unterstützung durch den Nationalverband / die Liga	30
5.5 Kommunikationskanäle	31
6 Aufgaben des Fanbeauftragten	32
6.1 Fanbeauftragter eines Klubs	32
6.2 Fanbeauftragten-Koordinator Nationalverband/Liga	36
7 Ausblick und Umsetzung	38

FALLSTUDIEN

8 Fallstudien	40
8.1 Brøndby IF, Dänemark	40
8.1.1 Einführung in die Situation bei Brøndby	40
8.1.2 Interview mit dem CEO von Brøndby	40
8.1.3 Interview mit dem Fanbeauftragten von Brøndby	43
8.2 Deutschland	46
8.2.1 Einführung in die Situation in Deutschland	46
8.2.2 Interview mit dem Sicherheitsbeauftragten des FC Schalke 04	46
8.3 FC Slovan Liberec, Tschechische Republik	50
8.3.1 Einführung in die Situation beim FC Slovan Liberec	50
8.3.2 Interview mit dem Fanbeauftragten des FC Slovan Liberec	50
9 Quellen/Kontakte/Links	52
10 Danksagung	54

Grundlagen

1. Einleitung

Die Empfehlungen in diesem Handbuch stützen sich auf Artikel 35 des UEFA-Reglements zur Klublizenzierung und zum finanziellen Fairplay, Ausgabe 2010. Gemäss Artikel 35 müssen die europäischen Klubs vor Beginn der Spielzeit 2012/13 einen Fanbeauftragten ernennen, der eine angemessene und konstruktive Kommunikation zwischen Klub und Fans sicherstellt. Die Einführung dieses Kriteriums im Rahmen des UEFA-Klublizenzierungsverfahrens ist ein weiterer Meilenstein für das Klub-Fan-Verhältnis und unterstreicht den grossen Wert, den die UEFA auf den Dialog und die Kommunikation zwischen Klubs und Fans legt.

Artikel 35 ist das Ergebnis ausführlicher Gespräche zwischen der Führungsinstanz des europäischen Fussballs und Supporters Direct. Während der Entwicklungsphase wurde das Fanbeauftragtenkonzept beim von Football Supporters Europe (FSE) organisierten Europäischen Fussballfan-Kongress in Hamburg besprochen. Das Konzept wurde in der Saison 2009/10 von den in der UEFA-Klublizenzungskommission vertretenen Nationalverbänden vollumfänglich unterstützt und in enger Zusammenarbeit

mit Supporters Direct erarbeitet.

Es wurde eine Expertengruppe mit Vertretern von FSE sowie Fanbeauftragten von Dachverbänden und Klubs gebildet, um die UEFA

und Supporters Direct bei der Umsetzung des Projekts zu unterstützen.

Fans und Nationalverbände wurden über das Projekt informiert und um Rückmeldungen gebeten, die in dieses Handbuch integriert wurden.

Artikel 35 - Fanbeauftragter

1. Der Lizenzbewerber muss einen Fanbeauftragten eingesetzt haben, der als zentraler Ansprechpartner für die Fans dient.
2. Der Fanbeauftragte muss regelmässig an Treffen mit dem Vereinsmanagement teilnehmen und in Sicherheitsangelegenheiten mit dem Sicherheitsverantwortlichen zusammenarbeiten.

Im Allgemeinen sollen die personellen und administrativen Kriterien im UEFA-Reglement zur Klublizenzierung und zum finanziellen Fairplay die Art, wie Fussballklubs geführt werden, verbessern (Good Governance). Ein wichtiges Ziel der Einsetzung eines Fanbeauftragten ist das Erreichen von Transparenz und besserer Kommunikation zwischen den beteiligten Parteien.

Im Rahmen dieses Projekts werden die Fans nicht als Konsumenten im Profifussball definiert und es wird anerkannt, dass es im Interesse aller Beteiligten liegt, noch grössere Anstrengungen zu unternehmen, um ein harmonisches Verhältnis zwischen Klubs und ihren Anhängern zu schaffen.

Die Mehrheit der Fans ist vernünftig,

verantwortungsvoll und muss ernster genommen werden, da diese wichtige langfristige „Investoren“ sind. Ein Einbezug der Fans und ihrer Rückmeldungen in den Entscheidungsfindungsprozess kann den Klubs helfen, bessere Entscheidungen zu treffen.

Die Erfahrung hat gezeigt, dass Fans, die über die Art mitentscheiden können, wie sie behandelt werden, sich besser verhalten, während Ausschluss und Repression offenkundig keine guten Ergebnisse hervorbringen. Anhänger sollten nicht als potenzielle Unruhestifter, sondern als Menschen angesehen werden, die einen aktiven Beitrag zum Funktionieren ihres Klubs leisten können. Fanbeauftragte können Anhängern dabei helfen, verantwortungsvollere Partner zu werden sowie die Qualität und Zweckmässigkeit des Dialogs zu verbessern.

Ziele von Artikel 35

Artikel 35 verfolgt folgende Ziele:

- Bildung von Netzwerken von Fanbe-

auftragten auf nationaler und europäischer Ebene, um den Austausch von Wissen und empfehlenswerten Vorgehensweisen zu vereinfachen und das Verhältnis zwischen den verschiedenen Interessengruppen, insbesondere zwischen Fans und Klubverantwortlichen/-besitzern/Sicherheitsbeauftragten zu verbessern.

- Sicherstellung eines minimalen Kommunikationsflusses zwischen Klubs und ihren Anhängern und somit Verringerung der Gefahr einer Ausgrenzung der Anhänger.
- Verbesserung der Möglichkeit der Fans, ihr grosses Gewicht in die Waagschale zu legen und stärker auf die Entscheidungsfindung ihres Klubs einzuwirken.
- Bieten von Anreizen für eine weitgehend unorganisierte Anhängerschaft, sich zu organisieren und ihre Meinung zu äussern. Eine besser organisierte Anhängerschaft hat mehr Einfluss und der Fanbeauftragte kann diesen Einfluss besser geltend machen. ▶



Entstehung

Von Fans gefordert

In den vergangenen Jahren haben Fanvertreter aus ganz Europa die Notwendigkeit einer Verbesserung der Kommunikation zwischen Fans, Klubs, Dachverbänden und der Polizei hervorgehoben und nach intensiven Gesprächen auf nationaler und europäischer Ebene die Einführung von Fanbeauftragten vorgeschlagen.

Von der UEFA und Nationalverbänden gefordert

Die UEFA ist der Ansicht, dass ein solcher Dialog den Charakter des Fussballs als Sport mit verschiedenen Interessengruppen, deren Ansichten berücksichtigt werden

müssen, besser widerspiegelt. Fussballfans wurden im Rahmen dieses Dialogs lange ignoriert, werden nun aber als wertvolle Interessengruppe / Mitglieder der Fussballfamilie betrachtet.

In einer Umfrage, die Supporters Direct 2007 im Auftrag der UEFA durchführte, war die Mehrheit der befragten Mitgliedsverbände der Ansicht, dass der Dialog zwischen Fans und Verbänden sowie zwischen Fans und Klubs verbessert werden sollte, da die Fans so ernsthaftere und verantwortungsvollere Partner werden könnten.

Indem die UEFA die Anhänger als wichtige Interessengruppe anerkennt und die europäischen Fanorganisationen Supporters



Direct (SD) und Football Supporters Europe (FSE) sowie die Arbeit von Fussball gegen Rassismus in Europa (FARE) und des Centre for Access to Football in Europe (CAFE) unterstützt, trägt sie dazu bei, Standards für Fangruppierungen festzulegen.

UEFA-Präsident Michel Platini unterstrich die Haltung der UEFA, indem er sagte: „Die Fans sind die Seele des Profifussballs – sie sind die Identität der Klubs. Besitzer, Trainer und Spieler wechseln, doch die Fans bleiben immer. Bei der UEFA versuchen wir, die Ansichten der Fans in unser Handeln einzubeziehen.“

Über dieses Handbuch

Dieses Handbuch soll Neulingen in der Rolle des Fanbeauftragten wie auch Personen mit Erfahrung in der Fanarbeit dienen. Es ist ein auf der Grundlage von Rückmeldungen von Fangruppierungen, Nationalverbänden, Klubs und anderen Interessengruppen erarbeitetes Grundlagendokument, das empfehlenswerte Vorgehensweisen, Mindestanforderungen und Empfehlungen festlegt. Gemeinsam mit verschiedenen, von der UEFA entwickelten Online-Anwendungen soll das Handbuch einen Leitfaden für Fanbeauftragten-Projekte bieten sowie Mindestanforderungen und Empfehlungen festlegen.

Dachverbände, Klubs und Fans sollen weiterhin gemeinsam nationale Richtlinien entwickeln, bei denen sie die verschiedenen Strukturen und Unterschiede in den UEFA-Mitgliedsverbänden sowie die wichtigsten Rahmenbedingungen in den einzelnen

Ländern berücksichtigen.

Im Nachgang zu Treffen mit Anhängern, Fanbeauftragten und Dachverbänden haben Supporters Direct und die UEFA eine Expertengruppe eingesetzt, die sie bei der Erarbeitung dieses Handbuchs, der Stellenbeschreibung sowie der erforderlichen Qualifikationen und Mindestanforderungen für Fanbeauftragte, Klubs und Dachverbände unterstützte.

Das Handbuch wird durch Online-Anwendungen ergänzt, die aufgrund von Entwicklungen im Profifussball regelmässig aktualisiert werden und dazu beitragen, das Verhältnis zwischen Fans und ihren Klubs zu verbessern. Für Fanbeauftragte von Nationalverbänden und Klubs werden auch Workshops organisiert.



Definition

2. Standarddefinition und Zielgruppen

2.1 Fanbeauftragter – Standarddefinition

Um eine einheitliche Interpretation sicherzustellen, ist eine Standarddefinition für das Rollenverständnis des Fanbeauftragten erforderlich:

- Ein Fanbeauftragter nimmt eine Brückenfunktion zwischen den Fans und dem Klub ein und trägt zur Verbesserung des Dialogs zwischen den beiden Seiten bei.
- Seine Arbeit ist abhängig von den Informationen, die er von beiden Seiten erhält, und von seiner Glaubwürdigkeit auf beiden Seiten.
- Ein Fanbeauftragter informiert Fans über wichtige Entscheidungen der Klubführung und leitet umgekehrt Ansichten der Fans an die Klubführung weiter.
- Er baut nicht nur Beziehungen mit verschiedenen Fangruppierungen, sondern auch mit der Polizei und den Sicherheitsbeauftragten auf.
- Ein Fanbeauftragter tritt vor einem Spiel mit dem Fanbeauftragten des gegnerischen Klubs in Kontakt, um dazu beizutragen, dass die Fans die Sicherheitsrichtlinien befolgen.

Ein Fanbeauftragter ist ein Mediator zwischen Fans und Klub, Nationalverband bzw. Liga. Der Fanbeauftragte ist auch die Verbindungs person zwischen anderen am Fussball Beteiligten, wie der Polizei und Ordern.

Idealerweise vom Klub als Verbindungs-

person zu den Fans angestellt, vertritt der Fanbeauftragte SOWOHL die Interessen des Klubs (bzw. des Nationalverbandes / der Liga) ALS AUCH jene der Fans.

„Ich wurde von den Fans und vom Klub angestellt. Der Klub zahlt einfach den Beitrag der Fans an meinem Gehalt.“
(Patrick Vestphael, Fanbeauftragter Brøndby IF)

Um seinen Job richtig zu machen, benötigt der Fanbeauftragte gute Informationen von allen Seiten. Es ist daher wichtig, dass der Fanbeauftragte glaubwürdig ist und von allen Beteiligten, d.h. Klub, Fans, Nationalverband, Liga, Polizei, Ordner usw. respektiert und akzeptiert wird.

Oft mag es angemessener sein, die Fans über den Fanbeauftragten über Entscheide der Klubführung zu informieren und so zu vermeiden, dass sie über Zeitungen oder die Klub-Website darüber erfahren. Gleichzeitig können die Fans ihre Vorschläge über den Fanbeauftragten dem Klub unterbreiten. So kann der Fanbeauftragte dem Klub helfen, bessere Entscheide zu fällen, indem er die Ansichten, Bedürfnisse und Bedenken der Fans an die Klubführung weiterleitet. Fanbeauftragte haben somit eine aktive Rolle in der Gestaltung der Vereinspolitik und sind nicht nur Dienstleister.

Der Aufbau von Beziehungen mit den verschiedenen Interessengruppen ist ein wichtiger Teil der Aufgabe des Fanbeauftragten. Dazu gehört nicht nur die Kommunikation mit den Fans,



sondern auch jene mit der Polizei und den für die Zuschauerkontrolle zuständigen Organisationen. Eine Möglichkeit, dies zu tun, ist eine Sicherheitsbesprechung vor dem Spiel, bei der mögliche Probleme im Zusammenhang mit dem jeweiligen Spiel aufgegriffen werden. Der Fanbeauftragte kann eine wichtige Rolle dabei spielen, die Stimmung der Fans an die Polizei und die Ordner zu übermitteln.

Es ist im Interesse aller, Spiele friedvoll über die Bühne zu bringen. Die Übermittlung zuverlässiger Informationen an die Fans trägt zur Erreichung dieses Ziels bei. Ein Fanbeauftragter kennt seine Fans, seine Stadt und die eigene Fankultur und kann so wertvolle Informationen liefern, wie den Weg zum Stadion, Parkmöglichkeiten für die Fans, welches Pub die angereisten Fans problemlos besuchen können, was Fans ins Stadion mitnehmen dürfen, ob es in jüngster

Zeit Unruhen gegeben hat usw. Außerdem wissen die Fans, dass sie in der Person des Fanbeauftragten jemanden haben, der an ihrer Stelle mit der Polizei und den Ordner kommuniziert.

Für den Heimverein bedeutet dieser Informationsaustausch zwischen Fanbeauftragten, dass er weiß, was er von den Fans der Gastmannschaft zu erwarten hat und sich entsprechend darauf vorbereiten kann. Der Klub weiß, ob bestimmte Auswärtssfans zum Beispiel den Ruf haben, Unruhe zu stiften und wie die Fans zum Stadion reisen. Dies ermöglicht es Klubs zu differenzieren und nicht alle Auswärtssfans gleich zu behandeln, was bedeutet, dass die Fans besser behandelt werden. Der Aufbau eines Netzwerks von Fanbeauftragten in ganz Europa wird ein wichtiger Faktor in diesem Prozess sein und ist ein Ziel des Projekts. ▶

In der Praxis



Was bedeutet dies in der Praxis?

Es ist zu betonen, dass wir am Anfang eines Prozesses stehen und dass dieser zunächst nur Mindestanforderungen beinhalten kann. Die Rolle des Fanbeauftragten ist nicht als solche anerkannt; jeder weiß, was ein Taxifahrer macht, doch nur wenige verstehen die Funktion eines Fanbeauftragten. In einer ersten Phase wird man deshalb neben der Grundausbildung durch die Dachverbände in Zusammenarbeit mit Supporters Direct und der UEFA insbesondere aus der Praxis lernen müssen. Netzwerke auf nationaler und europäischer Ebene werden den Fanbeauftragten helfen, Erfahrungen auszutauschen, voneinander zu lernen und die Standards weiter zu verbessern.

Dadurch, dass der Fanbeauftragte zwischen dem Klub auf der einen und den Fans auf der anderen Seite steht, gleicht seine Aufgabe einem Tanz auf zwei Hochzeiten. Dem Fanbeauftragten muss dieser Spagat gelingen. Tanzt er zu lange auf der einen Hochzeit, d.h. vertritt er die Interessen der

einen Seite stärker als jene der anderen, erfüllt er seine Aufgabe nicht richtig und erreicht sein Ziel nicht. So driften die beiden Seiten auseinander.

Es ist auch wichtig, dass der Fanbeauftragte ein Kommunikator und kein „Feuerwehrmann“ ist. Eine seiner Aufgaben besteht darin, Probleme erst gar nicht entstehen zu lassen. Er tut dies durch Ausbildung, Kommunikation, Information, Überzeugungsarbeit und Kontakt mit den Fans. Das Ziel besteht darin, Fans zu ermutigen, die Verantwortung für ihre eigenen Handlungen zu übernehmen. Selbstregulierung durch Fans ist immer die beste Form der Prävention, und moderne Polizeistrategien, wie sie im EU-Handbuch für polizeiliche Zusammenarbeit festgehalten sind, anerkennen die dringende Notwendigkeit, enge Verbindungen zu knüpfen und den Dialog mit Fangruppierungen und natürlich mit Fanbeauftragten aufzunehmen. Wenn die Gewalt auftritt, ist es bereits zu spät – die Intervention des Fanbeauftragten ist zu Ende

und er muss die Angelegenheit der Polizei oder den Ordnern überlassen.

Prävention und Selbstregulierung sind hier die Schlüsselwörter. Dazu gehört die Tabuisierung von Gewalt und die Förderung von Respekt und Toleranz für andere Fans und für Minderheiten, die Fussballspiele besuchen. Die Fans dazu zu ermutigen, einen für sie bindenden Verhaltenskodex zu verfassen, ist eine mögliche Vorgehensweise.

Der Fanbeauftragte ist besser geeignet als der Sicherheitsbeauftragte, um Selbstregulierung unter den Fans zu erreichen, da er einer von ihnen ist. Die Fans sind viel eher geneigt, dem Fanbeauftragten zu vertrauen und auf ihn zu hören. Um dieses Vertrauen aufrechtzuerhalten, muss der Fanbeauftragte vertrauliche Informationen über Fans vertraulich behandeln und Klubs müssen verstehen, dass er ihnen nicht alles sagen kann, was er weiß. Wo der Sicherheitsbeauftragte nur das Vergehen sieht, erkennt der Fanbeauftragte auch den Prozess, der dazu geführt haben mag.

Deshalb sind wir der Überzeugung, dass die Rolle des Sicherheitsbeauftragten und jene des Fanbeauftragten getrennt werden sollten, wie in Artikel 35 festgehalten. Aus diesem Grund ist auch die Glaubwürdigkeit so wichtig.

Heutzutage ist ein Fanbeauftragter viel mehr als ein Mediator zwischen Klub und Fans. Als Teil seiner Rolle übernimmt er manchmal Aufgaben, die eher zum Profil eines Reisebürokaufmanns, Kundendienstleiters oder Beraters gehören.

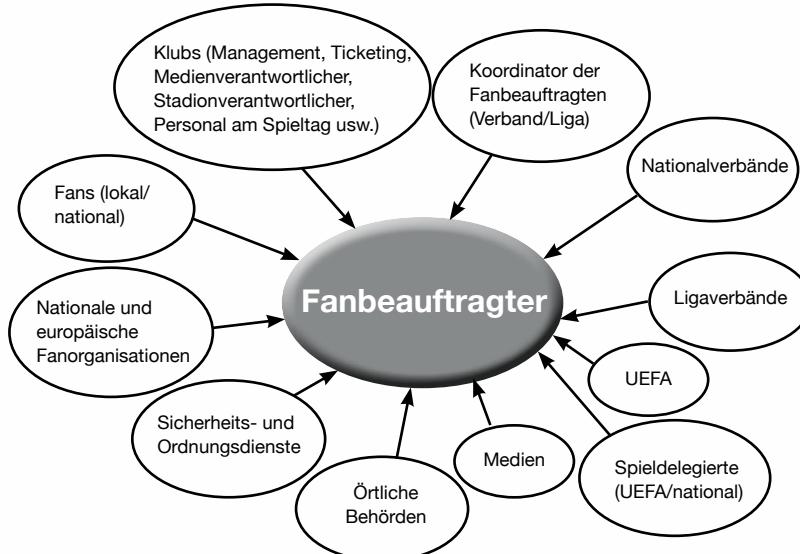
Genau deshalb sollte der Fanbeauftragte wenn immer möglich aus der Fanszene stammen. Er muss bei den Fans präsent sein, sie kennen und unter ihnen bekannt und akzeptiert sein. Nur so kann er den Puls unter den Anhängern spüren, deren Probleme verstehen und ihre Bedürfnisse und Wünsche wahrnehmen. Es ist eine schwierige Aufgabe, die Belastbarkeit und viel harte Arbeit erfordert. Deshalb wird die Bezeichnung eines echten Fans empfohlen.



Zielgruppen

2.2 Zielgruppen

Der Fanbeauftragte sieht sich in seiner Arbeit einer ganzen Reihe von unterschiedlichen Interessengruppen gegenüber, deren Bedürfnisse und Erwartungen oft deutlich auseinandergehen und verschiedene Arten von Unterstützung erfordern.



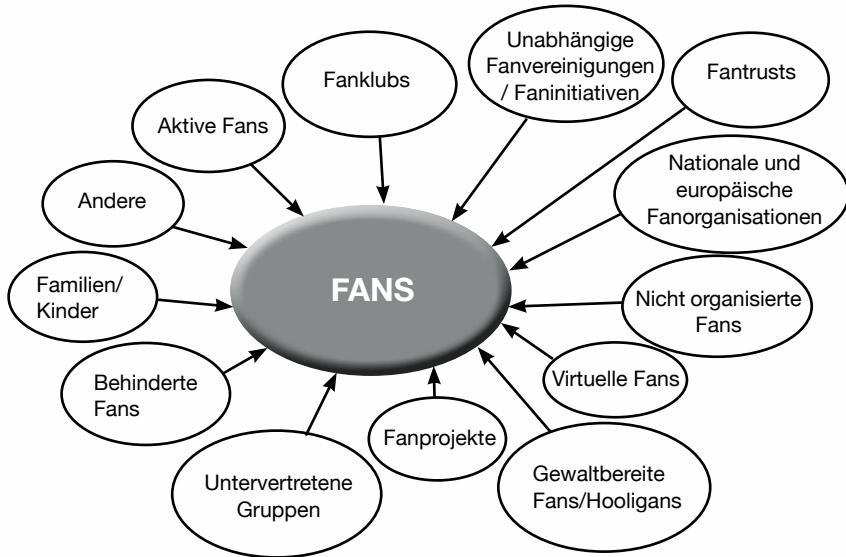
2.2.1 Fans

Wie die Funktionsbezeichnung schon sagt, sind die Fans die wichtigste Zielgruppe des Fanbeauftragten. Fussballfans fühlen sich emotional und persönlich mit ihrem Klub verbunden, doch sie sind keine homogene Gruppe, sondern haben sehr unterschiedliche Bedürfnisse und Erwartungen, mit denen sich ein Fanbeauftragter in seiner täglichen Arbeit auseinandersetzen muss. Der Fanbeauftragte eines Klubs oder Nationalverbands hat das Ziel, eine Brücke zwischen diesem und den Fans zu bauen. Doch wer sind die Fans?

Bis zu einem gewissen Grad ist der Fussball ein Spiegel der Gesellschaft und des lokalen Umfelds eines Klubs. Es gibt viele Gründe, weshalb Menschen in ein Stadion gehen, um

sich ein Spiel anzuschauen. Und diese Gründe werden durch kulturelle, geschichtliche, gesellschaftliche und sogar psychologische Faktoren beeinflusst, die sich gegenseitig beeinflussen und sich in einem ständigen Wandel befinden. Es gibt keinen typischen Fan. Im Gegenteil, jeder Klub hat eine andere Fankultur. Deshalb ist es unmöglich, Fans in feste Kategorien einzuteilen. Wir können die Zielgruppen der Fanbeauftragten also nur grob skizzieren.

Die Fanszene umfasst verschiedene Gruppen, auf die sich ein Fanbeauftragter einlassen muss. Die Gruppen sind je nach lokaler Struktur und Kultur unterschiedlich; in anderen Ländern existieren sie gar nicht alle.



Aktive Fans (Heim- und Auswärtsspiele)

Damit sind jene Fans gemeint, die im Stadion visuell und akustisch Stimmung schaffen, z.B. Ultras. Obwohl es verschiedene Gruppen mit unterschiedlichen Philosophien gibt, ist ihnen eine enorme emotionale Verbundenheit mit dem Club gemein. Ihre Kreativität und Leidenschaft treten manchmal in Konflikt mit den Sicherheitsanforderungen im Stadion, was zu Missverständnissen mit der Polizei führen kann.

Der Fanbeauftragte muss versuchen, die gegenseitigen Vorurteile der Parteien abzubauen, indem ein Dialog zwischen den aktiven Fans, Sicherheitsbeauftragten, Ordnern und der Polizei aufgebaut wird.

Fanklubs

Der Fanbeauftragte muss mit den organisierten Fangruppen (z.B. Fanklubs) kommunizieren, damit er die Interessen der Fans beim Club vertreten kann. Ein etablierter und respektvoller Dialog ist unerlässlich und kann zum Beispiel mit Vertretern oder Sprechern dieser Gruppen entwickelt werden.

Unabhängige Fanvereinigungen / Faninitiativen

Diese entstehen, wenn sich Fans organisieren, um für einen bestimmten Zweck wie Anstoßzeiten, Eintrittskartenpreise, Antidiskriminierung einzustehen; sie sind eine andere Form der Fanvertretung. ▶

Zielgruppen

Fantrusts

Fantrusts vertreten Fans über nicht-gewinnorientierte, demokratische Kooperativen, die einen Aktienanteil und eine Vertretung im Vorstand ihres Klubs erwerben. Sie setzen sich für Demokratie und Transparenz bei der Klubführung sowie engere Verbindungen mit der Gemeinschaft, in deren Dienst sie stehen, ein.

Nationale und europäische

Fanorganisationen

Fanbeauftragte müssen auch mit nationalen und europäischen Fanorganisationen wie Football Supporters Europe (FSE) und Supporters Direct (SD) sowie mit Nichtregierungsorganisationen wie Fussball gegen Rassismus in Europa (FARE), der European Gay & Lesbian Sports Federation (EGLSF) und dem Centre for Access to Football in Europe (CAFE) Verbindung aufnehmen. Weitere Informationen zu diesen Organisationen finden sich in Kapitel 9.

Nicht organisierte Fans

Zwar wird ein Fanbeauftragter einen Grossteil seiner Arbeitszeit auf organisierte Fangruppierungen verwenden, doch ist es auch wichtig, die Mehrheit der Spielbesucher jeden Alters nicht zu vernachlässigen, die nicht durch eine bestimmte Gruppierung vertreten werden.

Virtuelle Fans

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Arbeit des Fanbeauftragten ist die Überwachung der Stimmung der Fans auf Internetforen und gegebenenfalls die Aufnahme des Dialogs

mit ihnen. Fanbeauftragte nutzen im Rahmen ihrer Kommunikationsarbeit verstärkt auch soziale Medien wie Facebook und Twitter.

Gewaltbereite Fans/Hooligans

In Gruppen von Fussballfans gibt es oft gewaltbereite Minderheiten, die den Konflikt mit gegnerischen Fans an im Voraus vereinbarten Orten suchen. Andere Fans, die normalerweise nicht als Hooligans gelten, könnten zu Gewalt greifen, wenn sie sich zum Beispiel von der Polizei oder von Ordnern ungerecht oder unverhältnismässig behandelt fühlen.

Obwohl Fanbeauftragte Gewalt nicht für immer aus dem Fussball verbannen können, ist es wichtig, dass sie Zugang zu diesen Gruppen haben, wenn sie zu einer Eindämmung der Gewalt durch Prävention und Deeskalation beitragen sollen.

Fanprojekte

In verschiedenen Ländern wurden Fanprojekte eingeführt. Dabei geht es in erster Linie um soziale Arbeit mithilfe von kulturellen und gesellschaftlichen Projekten mit dem Ziel, gewaltpräventiv auf jugendliche Fans einzuwirken. Eine Hauptaufgabe ist es, ständiger Ansprechpartner für Fans (Hooligans, Ultras usw.) und den Klub zu sein, um das gegenseitige Verständnis zu verbessern und somit nachhaltige und positive strukturelle und ideologische Veränderungen auf beiden Seiten herbeizuführen.

Behinderte Fans

Behinderte Fans können verschiedene zusätzliche Bedürfnisse haben, um ein

Spiel besuchen und ihr Team unterstützen zu können. Der Fanbeauftragte hat zur Verbesserung des Stadionzugangs beizutragen und in Zusammenarbeit mit dem Behindertenbeauftragten des Klubs Standards festzulegen, zu erhalten und zu verbessern. Der Fanbeauftragte arbeitet eng mit dem Behindertenbeauftragten zusammen; in einigen Klubs übernimmt eine Person möglicherweise beide Rollen. Ist dies der Fall, sollte der Fanbeauftragte die einschlägige Gesetzgebung sowie die entsprechenden baulichen Vorschriften kennen und genau über behindertengerechte Einrichtungen und Dienstleistungen Bescheid wissen.

Untervertretene Gruppen

Ethische Minderheiten, Frauen, Homosexuelle, Bisexuelle, Transsexuelle usw. sind in europäischen Fussballstadien traditionell untervertreten und/oder werden diskriminiert. Der Fanbeauftragte sollte diese Gruppen unterstützen, indem er sie auf allen Ebenen einbezieht und sicherstellt, dass das Stadion für alle Mitglieder der Gesellschaft offen steht und alle willkommen heisst. Der Fanbeauftragte sollte sich der verschiedenen Formen von Diskriminierung im Stadion bewusst sein und einerseits Massnahmen vorsehen, um darauf zu reagieren, andererseits eng mit den Fanvereinigungen zusammenarbeiten, die diese Minderheiten vertreten, und deren Rat suchen.

Familien und Kinder

In modernen Stadien sind angemessene Vorkehrungen für Familien zu treffen.

Nachwuchsfanklubs bzw. Kinderfanklubs sollten jedoch nicht als Rekrutierungsfeld für künftige Fans gesehen werden. Massnahmen zur Förderung von Respekt und Toleranz können in diesem Bereich ebenfalls Teil der Aufgabe eines Fanbeauftragten sein.

Andere

Fanbeauftragte sollten Dienstleistungen für sämtliche Fans im Stadion bieten. Um dies zu tun, müssen sie die verschiedenen Gruppen und die Entwicklungen innerhalb dieser Gruppen kennen. Fanbeauftragte können spezifische Massnahmen einführen, um Zielgruppen wie zum Beispiel Rentner zu unterstützen. ▷



Zielgruppen

2.2.2 Klubmanagement und -abteilungen

Da ein Fanbeauftragter von einem Klub ernannt oder angestellt wird, untersteht er den Weisungen der Klubführung. Eine enge Beziehung mit den Fans ist für jeden Klub wichtig. Eine Vergrösserung der Anhängerschaft dient sowohl der Erreichung finanzieller Ziele als auch der gesellschaftlichen Verantwortung des Klubs. Sicherheit am Spieltag gehört ebenfalls zu den Prioritäten des Klubs und der Fanbeauftragte kann zur Erreichung dieser Ziele beitragen, indem er unter der Woche und an Spieltagen eng mit den verschiedenen Abteilungen des Klubs zusammenarbeitet.

2.2.3 Sicherheits- und Ordnungsdienste

Die Sicherheit in und um ein Fussballstadion an Spieltagen ist von grösster Bedeutung. Ein Fanbeauftragter hat daher in ständigem Kontakt mit dem Sicherheitsbeauftragten des Klubs, der Polizei, den Ordnern, den Transportunternehmen usw.



zu stehen. Ausserdem sollte nach Spieltagen eine Nachbesprechung mit dem Sicherheitspersonal stattfinden, um Probleme/Trends festzuhalten und Rückmeldungen über positive/negative Vorfälle einzuholen. Ein Fanbeauftragter übernimmt keinerlei Verantwortung für die Sicherheit, kann jedoch eine unterstützende Funktion einnehmen (falls verlangt und angemessen).

2.2.4 Fanbeauftragte anderer Klubs

Eine gute Beziehung mit Fanbeauftragten anderer Klubs ist zentral, um die Bedürfnisse und Wünsche der entsprechenden Fans verstehen und vermitteln zu können. Die Fanbeauftragten sämtlicher Klubs sollten Informationen z.B. betreffend Reisevorkehrungen, Stadionordnungen und lokalen Gepflogenheiten austauschen und Strategien entwickeln, um ein Spiel für alle zu einem grossartigen Erlebnis werden zu lassen.

„Bei der Good Governance geht es darum, die Fans zu schützen.“ (Steve Coppell, ehemaliger Flügelspieler von Manchester United und der englischen Nationalmannschaft sowie Trainer verschiedener englischer Klubs)

2.2.5 Nationalverbände und Ligen

Dachverbände bemühen sich, den Fussball unter Einbezug der verschiedenen Interessengruppen professionell zu verwalten. Das Verhältnis zwischen den Fans und ihrem Klub spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. Der Nationalverband oder die Liga –

je nachdem, wer der Lizenzgeber für das UEFA-Klublizenzierungsverfahren ist – muss einen Projektleiter für das Fanbeauftragten-Projekt bezeichnen, der dafür zuständig ist, das Projekt und die Projektanforderungen während der Umsetzungsphase zu kommunizieren und das Projekt zu betreuen, sobald es läuft. Das Ziel soll darin bestehen, die Qualifikationen und Erfahrungen von Fanbeauftragten zu verbessern, indem regelmässig Workshops organisiert werden und Unterstützung bereitgestellt wird. Ausserdem kann es für einen Nationalverband sehr nützlich sein, das Konzept eines aktiven Fanbeauftragten einzuführen, der eine Schlüsselrolle in der Entwicklung der Beziehungen mit nationalen Fanorganisationen sowie den Fans der Nationalmannschaft spielt. Da Umfeld und Beweggründe für einen Projektmanager und einen Fanbeauftragten des Nationalverbands ähnlich sind, kann es sich dabei gut um dieselbe Person handeln.

2.2.6 UEFA

Die UEFA ist der Ansicht, dass die Anhänger die Seele der Fussballgemeinde, der sie angehören, bilden. Zudem ist eines der Ziele der UEFA gemäss Art. 2 Abs. 1 Bst. j) der UEFA-Statuten die „Sicherstellung, dass Bedürfnisse der verschiedenen Interessengruppen des europäischen Fussballs (Ligen, Vereine, Spieler, Anhänger) angemessen berücksichtigt werden“. Durch die Verbesserung des Dialogs zwischen allen Interessengruppen möchte die UEFA die Governance im Fussball verbessern und gleichzeitig ein sicheres Umfeld für ihre Wettbewerbe gewährleisten. Sie wird ein europäisches Netzwerk von Fanbeauftragten schaffen und unterstützen, um sowohl eine bessere Governance als auch erhöhte Sicherheit an den Spieltagen zu erreichen. In enger Zusammenarbeit mit der UEFA wird Supporters Direct Ausbildungen und allgemeine Unterstützung für die Fanbeauftragten von Dachverbänden und Klubs bereitstellen.



Vorteile

3. Vorteile

Für Klubs und Fans ist es wichtig, gemeinsam an der Einführung von Fanbeauftragten zu arbeiten, um sicherzustellen, dass alle Seiten optimal davon profitieren können. Auf der Grundlage der Erfahrungen in Ländern, die bereits Fanbeauftragte haben, konnten wir die folgenden möglichen Vorteile für Klubs, Nationalverbände, Ligen und Fans feststellen:

- direkter Kommunikationskanal zwischen Klubs, Nationalverbänden/Ligen und Fans;
- verbesserte Beziehungen mit Fans (Fanclub der Nationalmannschaft, nationale Fanorganisationen, Fangruppierungen auf Klubebene);
- bessere Kenntnis der Ansichten und Strukturen von Fans und somit bessere Ausgangslage für die Lösung von Problemen;
- besser organisierte Fans;
- grössere Transparenz auf beiden Seiten, die zu besserem Feedback, besserer Entscheidungsfindung und weniger Missverständnissen führt;
- verbesserter Dialog zwischen Fans verschiedener Klubs;
- weniger Gewalt/besseres Konfliktmanagement;
- bessere Stimmung;
- finanzielle Vorteile durch den Anstieg der Zuschauerzahlen, bessere Verkaufszahlen bei Fanartikeln und höhere Sponsoring-Einnahmen, verbesserte Identifikation der Fans mit dem Klub / der Nationalmannschaft.

Die UEFA ist überzeugt, dass Klubs wesentlich mehr gewinnen dürfen als sie investieren, was bedeutet, dass der Einsatz von Fanbeauftragten eine





sehr kosteneffiziente Massnahme ist. Fanbeauftragte verfügen über unschätzbare Erfahrung, die der Markt sonst nicht zu bieten hat. Obwohl Fanbeauftragte insbesondere als Verbindungsperson zwischen Fans und Klubführung handeln, indem sie den Informationsfluss verbessern, können sie auch als Blitzableiter zwischen Klubverantwortlichen und Fans dienen, indem sie eine Kontaktstelle beim Klub für Fans bieten, die ansonsten den Sportchef, den Medien- oder den Sicherheitsbeauftragten mit Anfragen bombardieren würden. Den Fans ermöglichen sie es, dass ihre Ansichten wahrgenommen und nicht einfach nur ignoriert werden. Die Anhänger fühlen sich ernst genommen und das Image des Klubs bei den Fans wird verbessert. Die Beziehungen zwischen Klubs und Fans können so deutlich verbessert werden.

Klubs und Nationalverbände würden von einer besser organisierten Anhängerschaft und folglich besseren Kommunikationskanälen mit festen Kontaktpersonen profitieren. Der Umgang mit wenigen etablierten Fanorganisationen statt mit zahlreichen unorganisierten Fangruppen bedeutet, dass der Klub verlässlichere Partner, bessere Verfahren und mehr Einfluss auf den Dialog mit seinen Fans hat. Die Rolle des Fanbeauftragten beim englischen Premier-League-Klub Arsenal zum Beispiel besteht darin, die verschiedenen Anhängergruppen (rund 120 Zweige) unter einen Hut zu bringen. Dabei ist es wichtig, dass die Fanklubs ihre Unabhängigkeit bewahren. Die Klubs sollten ihre Fans anerkennen und sie bitten, bestimmte Richtlinien zu befolgen, ihnen aber ansonsten freie Hand lassen.

Auch die Transparenz sollte sich verbessern, ▶

Vorteile



da der Fanbeauftragte besser in der Lage ist, Beschlüsse der Klubführung, z.B. zu Eintrittskartenpreisen, zu kommunizieren. Die Konsultation der Fans in diesem Verfahren kann ausserdem die Qualität der Entscheidungen verbessern und dazu beitragen, teure Fehler zu vermeiden. Es ist immer ratsam, den Anhängern die Gründe für Entscheidungen zu erklären, statt diese einfach nur von oben zu diktieren.

Das Fanbeauftragten-System sollte auch zu einem verbesserten Dialog und zur Zusammenarbeit von Anhängern verschiedener Klubs führen. Bei Gesprächen zwischen Fanbeauftragten vor einem Spiel kann der Fanbeauftragte der Heimmannschaft dem Fanbeauftragten der Auswärtsmannschaft zum Beispiel Informationen zu ganz verschiedenen Themen liefern. Ein anderes Beispiel sind UEFA-Champions-League-Informationsblätter, wie sie den Fans mit den Eintrittskarten zugestellt werden. Die Fans können durch ein Treffen vor dem Spiel zur Besprechung möglicher Probleme

und Weiterleitung relevanter Informationen an Polizei und Sicherheitsbeauftragte auch zur Verringerung von Feindseligkeiten beitragen.

Ein weiterer Nebeneffekt dürfte die Eindämmung von Gewalt sein, was in Deutschland in den letzten 18 Jahren trotz einer Verdreifachung der Zuschauerzahlen erreicht werden konnte. Alle in diesem Handbuch beschriebenen Massnahmen dienen schliesslich dazu, die kleine Minderheit von Unruhestiftern von den echten Fans, d.h. der grossen Mehrheit der Fans, zu isolieren. Insbesondere aus diesem Grund hat zum Beispiel die portugiesische Fussballliga beschlossen, einen Fan-Ombudsmann einzusetzen. Sie ist der Überzeugung, dass die Eindämmung von Gewalt durch die Verbesserung der Beziehungen mit vernünftigen und verantwortungsvollen Fans ein wirkungsvoller Weg ist, um mehr Familien und andere Fans zurück in die Stadien zu bringen.

Die Klubs dürften auch eine Verbesserung der Stimmung feststellen, da der Fanbeauftragte für die Kommunikation mit den Fans in allen Bereichen eingesetzt werden kann. Der Fanbeauftragte kann mit Ultragruppen zusammenarbeiten, um zum Beispiel Choreographien zu erarbeiten oder Bereiche für Fangesänge oder Eintrittskartenverkäufe für die loyalsten Fansektionen zu organisieren usw.

Wir sind auch der Ansicht, dass verbesserte Beziehungen mit den Fans und der Anstieg der Zuschauerzahlen einen Einnahmenanstieg mit sich bringen, z.B. beim Eintrittskartenverkauf, Catering, Merchandising und Sponsoring. Die Marketingabteilung des Klubs kann den Fanbeauftragten damit beauftragen herauszufinden, welche Art von Produkten die Fans am ehesten kaufen würden.

Fans, deren Bedürfnisse und Wünsche ernst genommen werden, identifizieren sich stärker mit ihrem Team und sind eher

geneigt, mehr Geld im Stadion auszugeben.

Die wichtigste Säule schliesslich, auf die sich Artikel 35 stützt – die Bedeutung von Konsultation und Kommunikation für die Verbesserung der Organisation – ist nichts Neues; es handelt sich dabei um erwiesene Konzepte innerhalb des Fussballs. So werden die Bilder der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland oder der UEFA EURO 2008 in Österreich und der Schweiz, wo die Fans alle gemeinsam in den Fanzonen und Fanparks feierten und sich die Spiele auf Grossbildschirmen anschauten, immer in Erinnerung bleiben. All dies war möglich, da die 1992 in Deutschland eingeführten Sicherheitskonzepte im Zusammenhang mit der Fanarbeit in das Sicherheitskonzept für grosse internationale Wettbewerbe integriert wurden. Dies ist die beste Bestätigung für das in diesem Handbuch beschriebene Fanbeauftragtenkonzept.



Auswahl eines Fanbeauftragten

4. Auswahl eines Fanbeauftragten

Die Verantwortung für die Auswahl eines Fanbeauftragten obliegt der Klubführung. Die richtige Person für diese Funktion zu finden ist keine leichte Aufgabe, doch oft kommen Personen in Frage, die vorher in Fanorganisationen ihres Klubs gearbeitet haben. Aufgrund der zahlreichen verschiedenen Aufgaben eignet sich nicht jeder Fan für die Rolle des Fanbeauftragten. Die wichtigsten Voraussetzungen für den Fanbeauftragten bestehen darin, dass er unter den Anhängern des Klubs bekannt und weitläufig akzeptiert ist und dass er die Zielgruppen sehr gut versteht.

Idealerweise sollte der Klub einen Vollzeit-Fanbeauftragten einstellen. In einigen grösseren Ligen kann die grosse Arbeitsbelastung die Einstellung von mehr

als einem Fanbeauftragten erforderlich machen. Andernorts kann es sein, dass Klubs nicht über die nötigen finanziellen Ressourcen verfügen, um einen Vollzeit-Fanbeauftragten einzustellen. In solchen Fällen kann ein Teilzeit-Fanbeauftragter eingestellt oder die Funktion des Fanbeauftragten mit einer anderen Rolle im Klub kombiniert werden. Bei kleineren Klubs kann der Fanbeauftragte auf freiwilliger Basis arbeiten, wobei ihm nur Ausgaben wie Telefongespräche entweder direkt vom Klub oder wie in Österreich vom Dachverband erstattet werden.

Ist es nicht möglich, einen Fan für diese Rolle zu verpflichten, kann eine interne Bezeichnung erfolgen. In diesem Fall ist es jedoch unerlässlich, dass die ausgewählte Person die Fanszene genau kennt und mit



den Anhängern mitreist bzw. bei Spielen bei ihnen sitzt. Einige Klubs mögen versucht sein, einen Fanbeauftragten zu bezeichnen, der nicht aus der Fanszene stammt (z.B. einen ehemaligen Spieler), doch sie sollten wissen, dass die betroffenen Personen in solchen Fällen in der Vergangenheit häufig schnell wieder gekündigt haben, da die Aufgabe sehr anspruchsvoll ist und Erfahrung gefragt ist.

Im Folgenden finden Sie eine Liste mit Anforderungen, die Klubs helfen soll, einen passenden Fanbeauftragten zu finden.

FACHLICHE VORAUSSETZUNGEN

- Erfahrungen im positiven Anleiten von Menschen;
- Erfahrungen und Kontakte zu entscheidenden Netzwerken in der Fanszene (z.B. Fanklubs, Ultra- und Hooliganszene) auf lokaler und nationaler Ebene;
- Berufsabschluss, technischer Abschluss oder Hochschulabschluss;
- im Umgang mit Menschen erworbene Grundkenntnisse der Pädagogik, Psychologie und Soziologie, vor allem in Bezug auf gruppendiffusiv-dynamische Prozesse;
- Grundkenntnisse der englischen Sprache (für europäische Spiele);
- fundierte Kenntnisse der neuen Medien/Technologien (Geschäftsapplikationen, Internet usw.);

- politische Neutralität;
- Bekenntnis zu zentralen Werten wie Antidiskriminierung und Ablehnung von Gewalt.

PERSÖNLICHE KOMPETENZEN

- gute Kommunikations- und Konfliktlösungskompetenzen;
- Teamfähigkeit;
- Lernbereitschaft;
- viel Engagement, Motivation, Zuverlässigkeit und Flexibilität;
- Kommunikationsfähigkeit, vor allem in Gruppen sowie in der Öffentlichkeit;
- dienstleistungsorientiertes Denken und Verhalten;
- Verhandlungssicherheit und Durchsetzungsfähigkeit;
- angemessene Lebenserfahrung und Erfahrung im Umgang mit Fans; Kenntnisse und Kontakte in der Fanszene des Klubs;
- zeitliche Flexibilität, besonders an Wochenenden, und Belastbarkeit;
- situationsbezogenes professionelles Auftreten;
- beruhigendes, deeskalierendes, verschärfendes professionelles Verhalten in Stress- und Konfliktsituationen.

Anforderungen für Fanbeauftragte

5. Fanbetreuung und -unterstützung

Um die Umsetzung von Artikel 35 in der Anfangsphase zu erleichtern, hat die UEFA in Zusammenarbeit mit Supporters Direct eine gewisse Anzahl Mindestkriterien für Fanbeauftragte, Klubs und Dachverbände festgelegt und verschiedene Empfehlungen für die weiteren Schritte in den kommenden Jahren herausgegeben. Eine genauere Auflistung der täglichen Aufgaben ist in Kapitel 6 zu finden.

5.1 Organisorisches

Der Fanbeauftragte sollte wenn möglich vom Klub angestellt und somit in das Organigramm des Klubs aufgenommen werden. Ist dies nicht möglich, sollten folgende Bedingungen entsprechend gelten:

- Der Fanbeauftragte ist der Klubführung unterstellt und unterliegt deren Weisungen;
- die Aufgaben und Kompetenzen des Fanbeauftragten sind in einem Arbeitsplan festzulegen und dem Fanbeauftragten ist ein grosser Spielraum in der Organisation seiner Arbeit einzuräumen;
- der Fanbeauftragte soll der Klubführung regelmässig über seine Arbeit berichten;
- die Klubführung sollte den Fanbeauftragten zu allen fanspezifischen Fragen anhören und ihm ein Antragsrecht einräumen;
- der Klub soll dem Fanbeauftragten eine E-Mail-Adresse zuteilen und diese auf der Klubwebsite zusammen mit einem Link zu diesem Handbuch und einer kurzen Projektbeschreibung aufführen;
- das nationale Arbeitsrecht ist einzuhalten, insbesondere im Zusammenhang mit den Arbeitszeiten.

5.2 Mindestanforderungen für Fanbeauftragte

Ein Fanbeauftragter muss folgende Mindestanforderungen erfüllen:

- Er muss als Hauptkontaktperson beim Klub für Fans zur Verfügung stehen;
- er stellt den Informationsfluss / die Kommunikation / den Dialog zwischen den Fans und dem Klub sicher;
- er nimmt Verbindung mit den verschiedenen Fangruppierungen, anderen Fanbeauftragten, dem Fussballverband, der Liga, der Polizei usw. auf und baut entsprechende Beziehungen auf;
- er muss von den Fans ernst genommen werden und sollte deshalb Erfahrung und Kontakte zu den Netzwerken der Fanszene des Klubs haben;
- er holt Rückmeldungen ein, überwacht und bewertet das Projekt.

Empfehlungen für Fanbeauftragte

Ganz im Interesse des Klubs sollten Fanbeauftragte mit ihrem Handeln die Erhaltung und Verstärkung der Anhängerschaft anstreben und sowohl bei Heim- als auch bei Auswärtsspielen für

mehr Zuschauer (Diversität und Anzahl) werben. Sie sollten Fanbeteiligung in sämtlichen Bereichen des Klubs aktiv fördern.

Fanbeauftragte sollten insbesondere versuchen, möglichst bald einen guten Dialog zwischen Fans, Polizei und Ordnern herzustellen, und gleichzeitig die Interessen der Fans in deren Interaktion mit der Polizei sowie die Interessen von Polizei und Ordnern in deren Interaktion mit den Fans angemessen zu vertreten.

An Tagen ohne Spiel sollte der Fanbeauftragte versuchen:

- Sitzungen zu organisieren/beizuwohnen, um die Fans über die jüngsten Entwicklungen im Klub zu informieren bzw. fanbezogene Anträge und Bedürfnisse zu behandeln;
- Sitzungen zwischen Anhängern und Klubvertretern (Spieler, Trainer, Vorstandsmitglieder, Offizielle, Stadionmanager usw.) und Behördenvertretern (Polizei, Ordner, öffentliche Transportunternehmen, lokale Behörden usw.) zu organisieren, um z.B. den Dialog zwischen den verschiedenen Parteien und das Verständnis ihrer gegenseitigen Rollen und Ansichten zu verbessern;
- Veranstaltungen für Fans (Fussballturniere, Partys usw.) zu organisieren;
- Fanklub-Sitzungen beizuwohnen;
- sich an Diskussionen auf Fan-Websites (Foren usw.) zu beteiligen und soziale Medien zu nutzen, um eine positive Fankultur zu fördern;
- mit Medienvertretern zusammenzuarbeiten und besonders darauf zu achten, dass Fanarbeit und Fans im Allgemeinen in den Medien angemessen dargestellt werden;
- mit dem Fanbeauftragten der gegnerischen Mannschaft vor einem Spiel in Kontakt zu treten, um:
 - für Fans wichtige Informationen auszutauschen,
 - negativen Einstellungen und Vorurteilen entgegenzuwirken und Konflikte zu verhindern (die Organisation von gemeinsamen Veranstaltungen wie Fanfussballspiele, Fanzonen können hier einen Beitrag leisten).

An Spieltagen (vor, während und nach dem Spiel) sollte der Fanbeauftragte:

- bei den Fans anwesend sein;
- die Unterstützung der Mannschaft fördern, indem die Fans positiv beeinflusst werden, und versuchen, erkennbare Gewaltbereitschaft zu entschärfen;
- Beschwerden von Fans nach dem Spiel entgegennehmen und versuchen, die Umstände und die Gründe für diese Beschwerden und andere am Spieltag aufgetretene Probleme zu erkennen.

Anforderungen für Klubs

5.3 Mindestanforderungen für Klubs

Ein Klub muss folgende Mindestanforderungen erfüllen:

- einen Fanbeauftragten bezeichnen und sicherstellen, dass dieser die vom Lizenzgeber organisierten Kurse besucht;
- angemessene Ressourcen (Büro, Ausrüstung, Akkreditierung usw.) zur Verfügung stellen;
- regelmässige Sitzungen zwischen der Klubführung und dem Fanbeauftragten organisieren;
- Vorkehrungen für regelmässige Sitzungen zwischen dem Fanbeauftragten und den verschiedenen Fangruppierungen treffen;
- den Fanbeauftragten zu fanbezogenen Themen konsultieren.

Empfehlungen für Klubs

Über diese Mindestanforderungen hinaus sollte ein Klub versuchen, den Fanbeauftragten nach Möglichkeit zu unterstützen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Fanbeauftragte eine schwierige Vermittlerrolle als Verteidiger der Fans einerseits und als Vertreter des Klubs andererseits zu spielen hat.

Ein Klub kann den Fanbeauftragten mit verschiedenen Massnahmen bei der effizienten Wahrnehmung seiner Aufgaben unterstützen:

- Bereitstellung eines eigenen Büros mit entsprechender Ausrüstung (Telefon, Handy, Fax, Computer, Internet, Drucker usw.) in den Räumlichkeiten der Geschäftsstelle des Klubs und mit Zugang zum Klubnetzwerk (Medien, Agenturkontakte usw.);
- Nutzung der Klubinfrastruktur (Sitzungszimmer, technische Ausrüstung usw.);
- Bereitstellung eines Fahrzeugs, um es dem Fanbeauftragten zu ermöglichen, seine relevanten Zielgruppen aufzusuchen;
- Bereitstellung eines Jahresbudgets, über das der Fanbeauftragte für seine Arbeit verfügen kann;
- Ausstattung mit Fanartikeln (Autogrammkarten, Poster, Abzeichen, T-Shirts usw.) zur Verteilung an Fans und wenn möglich Freikartenkontingent;
- Unterstützung bei der Verfassung und Produktion fanspezifischer Publikationen;
- Organisation interner Schulungen, um sicherzustellen, dass die Mitarbeiter des Klubs wissen, wer der Fanbeauftragte ist und seine Rolle verstehen;
- Herstellung von Kontakten zwischen Fans, Fanklubs und Spielern, Trainern und Kluboffiziellen;

- Unterstützung bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen von und für Fans (z.B. Fussballturniere, Reisen zu Auswärtsspielen);
- Bereitstellung von Ausbildung und Anweisungen;
- Gewährleistung, dass Informationen über den Klub umfassend und schnell verfügbar sind;
- Sicherstellung von Transparenz durch die Erklärung der Überlegungen, die zu Entscheiden geführt haben;
- Erstellung eines formellen Verfahrens für die Behandlung von Stadionverboten, die Kommunikation von Entscheiden an Anhänger und die Prüfung anschliessender Berufungen, wobei sicherzustellen ist, dass der Fanbeauftragte auf allen Stufen des Verfahrens angehört wird;
- Bereitstellung von Ordnern des Klubs, welche die Fans zu Auswärtsspielen begleiten;
- Informationsaustausch mit anderen Klubs;
- Bereitstellung einer Spielfeldakkreditierung für den Fanbeauftragten der Auswärtsmannschaft.



Unterstützung durch Verband/Liga

5.4 Unterstützung durch den Nationalverband / die Liga

Ein Dachverband sollte die Erfüllung folgender Mindestanforderungen anstreben:

- Entwicklung, Koordination und Förderung der Fanarbeit in Klubs;
- Durchführung von Schulungen für Fanbeauftragte, um:
 - empfehlenswerte Vorgehensweisen im Zusammenhang mit fanspezifischen Fragen und der Fanarbeit in Klubs vorzustellen,
 - Standardverfahren festzulegen und gemeinsame Ziele sicherzustellen,
 - den Informations- und Erfahrungsaustausch zu fördern;
- Führung einer Datenbank mit Kontaktangaben von Fanbeauftragten, wie sie von den Klubs im Rahmen des Klublizenzierungsverfahrens unterbreitet werden;
- Beurteilung, ob Klubs die Anforderungen gemäss Artikel 35 des UEFA-Reglements zur Klublizenenzierung und zum finanziellen Fairplay erfüllen und entsprechende Bestrafung von Klubs bei Nichterfüllung;
- Bereitstellung von Berichterstattungs- und Rückmeldungskanäle für die Fanbeauftragten.

Es wird deshalb empfohlen, dass Dachverbände ihre eigene, vom Projektmanager überwachte Fankontaktstelle einrichten und einen Fanbeauftragten beschäftigen, der diese leitet; so erfüllen sie die oben aufgeführten Mindestanforderungen.

Um die Fanbeauftragten in ihrer Arbeit mit den verschiedenen beteiligten Parteien zu unterstützen, können ihnen Dachverbände möglicherweise eine Akkreditierung ausstellen, die ihnen Zugang zu allen Stadien im Land gibt.



5.5 Kommunikationskanäle

Die Klubs haben verschiedene Möglichkeiten, um mit ihren Fans zu kommunizieren und ihre Beziehung zu ihnen zu verbessern, und der Fanbeauftragte kann dabei eine wichtige Vermittlerrolle spielen. Zu diesen Möglichkeiten gehören:

- Fan-Chartas, d.h. Vereinbarungen, die gemeinsame Ziele und die Verpflichtungen des Klubs gegenüber seinen Fans und umgekehrt festhalten und die Rechte und Pflichten beider Parteien genau definieren;
- Fanforen (regelmässige [zweimonatliche oder vierteljährliche] Treffen zwischen Club- und Fanvertretern, deren Protokolle z.B. auf der Website des Klubs veröffentlicht werden);
- Fanausschüsse oder Konsultationsgruppen, um Rückmeldungen von Fans zusammenzutragen;
- Zufriedenheitsumfragen/Feedbackfragebögen für Fans;
- Diskussionsgruppen (informelle Treffen, bei denen Fans die Gelegenheit haben, den Clubmitarbeitern ihre Ansichten mitzuteilen);
- Beschwerdeverfahren;
- spezielle Fanrubrik auf der Website des Klubs, einschliesslich einer Unterrubrik, in der die Fans ihre Meinung kundtun können;
- Newsletter und ähnliche Publikationen;
- soziale Medien (Facebook, Twitter usw.);
- Nachwuchsfanklubs/Kinderfanklubs;
- freiwillige Helfer an Spieltagen, welche die Fans in verschiedenen Bereichen unterstützen;
- Fanzonen;
- Fanbotschaften (z.B. bei europäischen Spielen);
- offene Trainingstage;
- Fanveranstaltungen (z.B. zu Weihnachten oder zum Saisonauftakt) mit Autogrammstunden.

Aufgaben

6. Aufgaben des Fanbeauftragten

6.1 Fanbeauftragter eines Klubs

Im Folgenden sind Aufgaben, die ein Fanbeauftragter übernehmen kann, aufgelistet. Die Aufgaben sind unterteilt in die tägliche Arbeit an Tagen ohne Spiel und die Fanarbeit bei Heim- und Auswärtsspielen sowohl vor als auch während und nach dem Spiel. In Anbetracht des Arbeitsaufwands mag es angebracht sein, ein Fanbeauftragten-Team zu bezeichnen, damit der Hauptverantwortliche z.B. bei Abwesenheit vertreten werden kann. Die Arbeit des Fanbeauftragten ist natürlich je nach kulturellen und strukturellen Gegebenheiten von Land zu Land unterschiedlich. Ein Standardrezept gibt es nicht. Deshalb kann diese Liste lediglich als Leitfaden dienen.

a) Tägliche Arbeit

Routinearbeit

Korrespondenz mit Fans (die Klubpolitik transparent machen)

Beantworten, Weiterleiten oder Verfassen von E-Mails/Briefen

- direkte oder persönliche Anfragen
- allgemeine Anfragen

Telefongespräche/Internet

- Beantworten und Weiterleiten eingehender Anfragen
- Kommunikation mit Fans
- Besuch von Internetforen und, wo angemessen, Einschalten in die Diskussionen

Datenverarbeitung

- Verwaltung der Fanklub-Datenbank
- Aktualisierung der Fan-Website

Informationsbeschaffung (über den Klub, Fanklubs, Fanangelegenheiten usw.)

Mögliche Quellen:

- Medien
- Internet
- Medienkonferenzen
- Schulungen
- persönliche Kontakte
- bestehende CRM-Systeme (Customer Relationship Management) des Klubs

Mögliche Empfänger:

- Fans
- Kluboffizielle
- interne Abteilungen
- Medien (unabhängige Medienarbeit nur zu fanbezogenen Themen)

Beteiligung an Arbeitsgruppen/ Teilnahme an Treffen zu fanbezogenen Themen

Fanbezogene Themen (allgemeine aktuelle Informationen von der Klubführung, Catering, Treffen mit Sponsoren, Veranstaltungen für Mitglieder, Ticketing, Antidiskriminierungskampagnen usw.).

Teilnahme an Sicherheitstreffen und/oder Besprechungen vor Spielen

- Saisonvorbereitung
- vor und gegebenenfalls nach Heimspielen
- nach Bedarf

Beitrag im Fall von Stadionverboten

- Dialog mit der Klubführung und betroffenen Fans
- Kontakt mit Auswärtsverein

Ticketing (besonders für Auswärtsspiele)

- Gegebenenfalls Zuteilung des Kartenkontingents
- Kontrolle des Kartenkontingents
- Zurückbehalten von Eintrittskarten für „Notfälle“

b) Mittel- und langfristige Aufgaben

Organisation der Kommunikation zwischen Spielern und Fans

- Spielerabende
- Frage- und Antwort-Stunden für Mitglieder/Fanklubs
- regionale Fanklubtreffen mit Spielern
- Besuch von Fanparties mit Anwesenheit von Spielern
- Autogrammstunden
- Besuch von Fussballturnieren

Organisation von Fanreisen (wenn nicht unabhängig von den Fans organisiert)

Kontakt mit der Reiseagentur des Klubs oder Bezeichnung von Vertretern für Reisen zu:

- Auswärtsspielen (im Inland und in Europa)
- Freundschaftsspielen
- Trainingslagern
- Länderspielen

Kommunikation/Networking

- Fanbeauftragte anderer Klubs
- lokale und nationale Fanorganisationen

Ausbildung und Informations-/Erfahrungsaustausch

- Obligatorische Teilnahme an vom Nationalverband / von der Liga organisierten Fanbeauftragten-Treffen und von den Fanbeauftragten selbst

organisierten Treffen (gegebenenfalls mehrmals jährlich)

- Teilnahme an fanbezogenen Veranstaltungen und Konferenzen
- Organisation von Treffen mit anderen Fanbeauftragten
- Teilnahme an Sicherheitstreffen
- Kontaktpflege mit dem Nationalverband
- Kurse und Seminare des Nationalverbandes / der Liga
- Ausfüllen von Spielberichten im Namen des Lizenzgebers

c) Aktivitäten am Spieltag

Auswärtsspiele

Informationsbeschaffung (Situation im Heimverein)

- Reiseinformationen, -vorkehrungen, -routen
- Empfehlungen für das Verhalten in der Stadt / im Land bzw. beim besuchten Klub
- Treffpunkte für Auswärtsfans
- Kontakt mit dem Fanbeauftragten der Heimmannschaft
- Kontakt mit dem Sicherheitsbeauftragten
- Kontakt mit Polizei und Ordnern und gegebenenfalls Informationsaustausch
- vor europäischen Auswärtsspielen Kontakt mit dem Heimverein, um Kontaktstellen und -personen auszumachen, die die Sprache der Gastmannschaft oder zumindest Englisch sprechen

Kommunikation

- Informationen auf der Klubwebsite
- Newsletter, E-Mails an Fanklubs oder individuelle Fans ▶

Aufgaben Fanbeauftragter

- gegebenenfalls persönlich per E-Mail oder Telefon

Reise zum Spiel

- mit organisiertem Fanzug bzw. -bus
- unabhängig per Bus/Zug/Flugzeug

Vor dem Spiel

- Präsenz und Kontakt mit Fans ausserhalb des Gästesektors (möglicherweise Verwendung eines Klubfahrzeugs als Kontaktstelle für Fans)
- Präsenz und Kontakt mit Fans in Pubs und an Fantreffpunkten
- kurze Treffen mit Kollegen (Fanbeauftragter der Heimmannschaft, Sicherheitsbeauftragter, Polizei, Ordner), z.B. 45 Minuten vor Spielbeginn

Während des Spiels

- Präsenz im eigenen Fansektor (Steh- oder Sitzplatzbereiche der auswärtigen Fans)
- falls nötig teilweise Präsenz am Spielfeldrand, um beruhigenden, deeskalierenden Einfluss auf die Fans auszuüben (der Fanbeauftragte ist jedoch nicht für die Zuschauerkontrolle zuständig)

- Vermittlung zwischen Ordnern und Fans im Fall von Problemen
- Kontakt mit Fans in der Halbzeit
- Kontakt mit den für die Zuschauerkontrolle zuständigen Personen, Polizei, Ordnern und Kollegen

Nach dem Spiel

- Präsenz in der Nähe des Ausgangs des Gästesektors
- Kontakt mit Fans nach dem Spiel
- Überwachung der Abreise der Fans
- Präsenz in der Stadt oder der Umgebung des Stadions (je nach Ort und Situation)
- Teilnahme an Fantreffen in Pubs in der Stadt und gegebenenfalls vom Fanbetreuerteam oder von Fanclubs organisierten Festen oder Veranstaltungen

Rückkreise

- unabhängige Rückkreise

Heimspiele

Fanaktivitäten/Choreographien

- Konsultation mit den betroffenen Fanorganisationen
- Koordination von Abläufen mit dem Marketing-/Organisationsteam im



Stadion

- Benachrichtigung von und Kontakt mit Sicherheitsbeauftragten

Weiterleiten von Informationen

- Empfehlungen für Verhaltensweisen
- Kontakt mit dem Fanbeauftragten der Heimmannschaft
- Kontakt mit dem Sicherheitsbeauftragten
- Fantreffpunkt/-anlaufstelle
- Kontakt mit Polizei und Ordnern und gegebenenfalls Informationsaustausch

Kommunikation

- Informationen auf der Klubwebsite
- Newsletter, E-Mails an Fanklubs
- gegebenenfalls persönlich per E-Mail oder Telefon

Vorbereitung von Zeremonien und Aktivitäten auf dem Spielfeld

- Präsentationen des Fanklubs auf dem Spielfeld
- Auftritte von Fanklubs oder jungen Fans
- Organisation von Spielerbegleitkindern/ Balljungen/-mädchen
- Geburtstagsankündigungen usw.

Vor dem Spiel

- Präsenz und gegebenenfalls Kontakt mit Fans der Gastmannschaft und deren Vertretern ausserhalb des Gästesektors
- Präsenz und Kontakt mit Fans der Heimmannschaft im Stadion und an Fantreffpunkten
- kurze Treffen mit Kollegen (Fanbeauftragter der Gastmannschaft, Sicherheitsbeauftragter, Polizei, Ordner), z.B. 45 Minuten vor Spielbeginn

Während des Spiels

- Präsenz im eigenen Fansektor (Steh-

oder Sitzplatzbereiche)

- falls nötig teilweise Präsenz am Spielfeldrand, um beruhigenden, deeskalierenden Einfluss auf die Fans auszuüben (der Fanbeauftragte ist jedoch nicht für die Zuschauerkontrolle zuständig)
- Vermittlung zwischen Ordnern und Fans im Fall von Problemen
- Kontakt mit Fans in der Halbzeit
- Kontakt mit den für die Zuschauerkontrolle zuständigen Personen, Polizei, Ordnern und Kollegen

Nach dem Spiel

- Präsenz in der Nähe der Informationsstelle (oder ähnlicher Kontaktstelle) und Kontakt mit den Fans
- Teilnahme an Fantreffen in Pubs in der Stadt und gegebenenfalls an vom Fanbetreuerteam oder Fanklubs organisierten Festen oder Veranstaltungen



Aufgaben Verband/Liga

6.2 Fanbeauftragten-Koordinator

Nationalverband/Liga

Fanbeauftragten-Koordinatoren haben das Fanbeauftragten-Projekt während der Umsetzungsphase zu überwachen, Schulungen zu organisieren, Standardverfahren zu entwickeln und die Fanarbeit der Klubs zu beaufsichtigen. Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Entwicklung einer positiven Beziehung mit einzelnen Fans und nationalen Fanorganisationen. Einige Verbände haben unter Umständen auch einen Fanklub der Nationalmannschaft mit der gesamten damit verbundenen organisatorischen Verantwortung. Die Rolle ist abhängig von der Situation im jeweiligen Land. Einige Vorschläge für Aktivitäten auf nationaler Ebene:

Projektmanagement

Entwicklung und Ausbildung

- Erarbeitung und Einführung einheitlicher Standards und Verfahren
- Organisation von Kursen und Treffen für Fanbeauftragte (einschliesslich gemeinsamer Treffen mit Sicherheitsbeauftragten von Klubs, falls erforderlich)
- Engagement in entsprechenden Kommissionen des Verbands

Überwachung der Fanarbeit in den Klubs

- Berichterstattung und Auswertung von Spieltagen, um Schwächen zu erkennen und das Funktionieren des Systems sicherzustellen
- Bewertung der Situation der

Fanbeauftragten in Klubs (z.B. anhand einer Checkliste bei Besuchen an Spieltagen) und regelmässige Überwachung

- Verbesserungsvorschläge
- Überwachung der Bezeichnungen von Fanbeauftragten im Hinblick auf ihre Eignung

Kommunikation

- Informationsbeschaffung über Klubs, Fanbeauftragte, Fanorganisationen, spezialisierte Magazine, Internet usw.
- Verarbeitung und Weiterleitung der Informationen an die betreffenden Personen/Gremien
- Zusammenarbeit mit Polizei, Wissenschaftern oder anderen relevanten Organisationen
- Kontakt mit entsprechenden ausländischen Institutionen

Fanarbeit auf Stufe der Liga

Kontaktstelle für Klubs

- Bereitstellung von Informationen zu fanbezogenen Themen
- Unterstützung bezüglich Auswahlkriterien für die Fanbeauftragten und der ersten Schulung
- allgemeine Hilfestellung

Kontaktstelle für Klub-Fanbeauftragte, nationale Fanorganisationen (falls vorhanden) und Fans im Allgemeinen

- Informations- und Dienstleistungsstelle
- regelmässige Mitteilungen
- Hilfestellung
- Organisation von Treffen mit

Fanvertretern (Treffen mit dem Nationalverband, Fanforen, Fankongresse usw., falls vorhanden)

- Teilnahme an Workshops, Rundtischgesprächen, von Fanbeauftragten und anderen von Fans organisierten Treffen als offizieller Vertreter des Nationalverbands / der Liga
- Erstellung eines Handbuchs für Fanarbeit in Zusammenarbeit mit Fans
- Erstellung von Fanführern (z.B. für grosse Turniere) in Zusammenarbeit mit Fans
- Beteiligung an Kampagnenarbeit (Antidiskriminierung, Gewaltprävention usw.)
- gegebenenfalls Organisation fanbezogener Projekte

Aktivitäten der Nationalmannschaftsfans

Für einige Nationalverbände mag es nützlich sein, dass ihr Fanbeauftragten-Koordinator auch die Aktivitäten des Fanklubs der Nationalmannschaft (falls vorhanden) überwacht. Dies könnte folgende Aufgaben umfassen:

Fanarbeit (Heimspiele)

- Koordination des Einsatzes lokaler Fanbeauftragter
- Koordination der Kontakt- und Unterstützungsdiestleistungen für behinderte Fans in Zusammenarbeit mit dem Behindertenbeauftragten des Klubs
- allgemeine Schnittstellenfunktion (Fans, Fanklub der Nationalmannschaft, Fanbeauftragte, Nationalverband, Ordner, Stadionverwaltung, Polizei usw.)
- Kontaktpflege mit Fanklubmitarbeitern, Fanbeauftragten, regelmässigen



Spielbesuchern, freiwilligen Helfern

- Präsenz im Gästesektor/Bereich für Fangesänge: Vermittlung, Beantwortung von Fragen, Informationsaustausch, Entgegennahme von Vorschlägen, Unterstützung bei Problemen usw.

Fanarbeit (Auswärtsspiele)

- Koordination der Kontakt- und Unterstützungsdiestleistungen (wo angebracht)
 - Fanbeauftragten-Team
 - Fanklubmitarbeiter
 - Fan-Botschaft
- allgemeine Schnittstellenfunktion (Sicherheits- und Eintrittskartenabteilungen des Nationalverbands, Sicherheitsdienste, Nationalverband des Heimteams, Polizei, Fanbeauftragte, Fanklub, Fan-Botschaft, andere Fans usw.)
- allgemeine Präsenz im Gästesektor (siehe Heimspiele)

Ausblick und Umsetzung

7. Ausblick und Umsetzung

Es besteht Einigkeit darüber, dass nicht nur zwischen Fans und Klubs und/oder Verbänden, sondern auch unter den Fans ein europäischer Fussballdialog stattzufinden hat. In modernen Polizeistrategien wird ebenfalls berücksichtigt, wie wichtig die Zusammenarbeit mit den Fans im Hinblick auf die Schaffung eines sicheren Umfeldes für das Fussballpublikum ist. Das Fanbeauftragten-Projekt ist ein weiterer Schritt auf dem Weg zur Anerkennung der Fans als ernsthafte und verantwortungsvolle Partner und zur Verbesserung der Qualität und der Nützlichkeit des Dialogs.

Das allgemeine Ziel des Projekts ist der Aufbau von Fanbeauftragten-Netzwerken auf nationaler und europäischer Ebene. Jüngste Zwischenfälle bei Spielen der UEFA Champions League und der UEFA Europa League haben Probleme zum Vorschein gebracht, die möglicherweise hätten vermieden werden können, wenn im Vorfeld der Spiele ein Dialog mit den Fanbeauftragten stattgefunden hätte.

Regelmässige Befragungen von Fanbeauftragten auf Klub- und Nationalmannschaftsebene und von Fangruppen werden es ermöglichen, die Arbeit der Fanbeauftragten zu verbessern und dieses Handbuch in Übereinstimmung mit den jüngsten Erkenntnissen zu aktualisieren.

Nächste Schritte

Um die neuen Anforderungen umzusetzen, wird im Rahmen des Fanbeauftragten-Projekts ein Netzwerk von Kontaktpersonen

jedes nationalen Dachverbandes in Europa geschaffen, mit dem Ziel, den Klubs und Fangruppen das Projekt zu erklären. Nach der Umsetzung werden die UEFA und die Nationalverbände die Kontaktstelle für Anfragen von Klubs und Club-Fanbeauftragten sein, während Supporters Direct die wichtigste Kontaktstelle für allgemeine Anfragen von Fangruppen oder Fans sein wird, die sich aktiv am Projekt in ihrem Klub beteiligen möchten.

591 Klubs haben eine UEFA-Lizenz für die Saison 2011/12 beantragt, während sich über 700 weitere Klubs um nationale Lizenzen auf der Grundlage der UEFA-Kriterien oder ähnlicher Grundsätze bewarben. Aus diesen Zahlen werden Umfang und Bedeutung dieses Projekts ersichtlich. Wie das Lizenzierungsverfahren an sich stellt auch die Ausbildung und Einsetzung von Fanbeauftragten ein Instrument zur Erhöhung der Mindeststandards dar – ein dynamisches und sich wandelndes System, anhand dessen die Verbesserung des Dialogs zwischen Fans und Klubs angestrebt wird.

Jeder Klub muss bis Frühling 2012, wenn er bezüglich des Erhalts einer Klublizenz für die UEFA-Wettbewerbssaison 2012/13 bewertet wird, einen Fanbeauftragten bezeichnet haben.

Ausbildung für Nationalverbände und Klubs

Die Ausbildung ist von entscheidender Bedeutung. Nationalverbände sollten jährlich Workshops organisieren, um es

Fanbeauftragten zu ermöglichen, die in ihrem Land geleistete Arbeit zu bewerten, Informationen auszutauschen und sich auf nationale Standards und Verfahren zu einigen. Wenn möglich sollten Fanvertreter teilweise in die Ausbildung einbezogen werden, um sicherzustellen, dass ihre Bedürfnisse und Wünsche zur Kenntnis genommen und berücksichtigt werden.

Zu Beginn wird die UEFA mithilfe erfahrener Fanbeauftragter und in Zusammenarbeit mit Supporters Direct die Dachverbände dabei unterstützen, Workshops für ihre Klubs und die Fanbeauftragten dieser Klubs zu entwickeln. Um die Einführung des Fanbeauftragten-Konzepts zu unterstützen und in Anbetracht dessen, dass das Konzept in einigen Ländern neu ist, wurden verschiedene Schulungsvideos vorbereitet und werden zunächst den Nationalverbänden und anschliessend den Klubs über die UEFA-Website und andere interne Kommunikationsplattformen (z.B. KISS) zur Verfügung gestellt. Die Schulungsvideos geben Anleitungen und liefern Beispiele von Club-Fanbeauftragten und Dachverbänden, die bereits über Erfahrungen mit diesem Projekt verfügen. Nach und nach werden zusätzliche Beispiele für empfehlenswerte Vorgehensweisen und Fallstudien hinzugefügt.

Die Entwicklung von Software, die es Nationalverbänden ermöglichen soll, die Fanarbeit eines Klubs zu bewerten, ist ebenfalls im Gang.

Auf nationaler Ebene empfehlen wir, dass der jeweilige Lizenzgeber die Verantwortung

für die Übersetzung dieses Handbuchs oder wichtiger Auszüge daraus in seine Landessprache für seine Klubs übernimmt. Die Lizenzgeber können das Handbuch auch anpassen oder ergänzen, um nationale Besonderheiten und Ziele darin aufzunehmen.

Die UEFA wird die Bedeutung des neuen Kriteriums weiterhin hervorheben und das Fanbeauftragten-Projekt den Verbandsspitzen sowie anderen wichtigen Interessenträgern im Fussball (den Klubs über die Europäischen Klubvereinigung ECA, dem Verein der europäischen Berufsfußballligen EPFL, FIFPro, der EU usw.) ans Herz legen.

Feedback einholen

Es ist wichtig, weiterhin Rückmeldungen von Fans, Klubs und Dachverbänden einzuholen, um nicht nur Beispiele für gute Vorgehensweisen, sondern auch Herausforderungen und Probleme festzuhalten, um die angebotenen Dienstleistungen und das Handbuch verbessern zu können. Supporters Direct und das Netzwerk nationaler Dachverbände werden sicherstellen, dass die UEFA dies tun kann.



Fallstudien

8. Fallstudien

8.1 Brøndby IF, Dänemark

8.1.1 Einführung in die Situation bei Brøndby

Brøndby ist einer der erfolgreichsten dänischen Klubs. Seit seiner Gründung 1964 gewann er zehnmal die Meisterschaft und sechsmal den nationalen Pokal. Zu den ehemaligen Spielern gehören Michael Laudrup, Kim Vilfort, John Jensen und Peter Schmeichel. Die Fans von Brøndby sind bekannt für ihre Kreativität und Leidenschaft, die sie sowohl visuell als auch stimmlich zum Ausdruck bringen; andererseits haben sie auch den Ruf, gewaltbereit zu sein. Im Bestreben nach besseren Beziehungen zu den Fans des Klubs und nach Absprache mit zahlreichen Experten aus dem Bereich beschloss der Vorstand von Brøndby, aktiv zu werden und stellte im November 2010 einen Vollzeit-Fanbeauftragten, Patrick Vestphael, ein. Supporters Direct sprach am 18. Januar 2011 mit dem damaligen CEO von Brøndby IF, Ole Palmå, um herauszufinden, weshalb der Klub diesen Schritt lange vor der Einführung von Artikel 35 des UEFA-Reglements zur Klublizenzierung und zum finanziellen Fairplay für die Saison 2012/13 getan hat.

8.1.2 Interview mit Ole Palmå, CEO von Brøndby IF

Ole, weshalb haben Sie beschlossen, so früh einen Fanbeauftragten zu bezeichnen, bereits 18 Monate bevor Artikel 35 den Klub dazu verpflichtete?

Wir waren grossem Druck ausgesetzt, da unsere Ergebnisse und die Leistungen unseres Teams schlecht waren. Außerdem herrschte im Management aufgrund der negativen Schlagzeilen des Klubs Unruhe. Die Fans waren enttäuscht und fragten sich, weshalb ihr Klub an Attraktivität verlor. Die Fans fühlen sich sehr stark mit ihrem Klub verbunden und empfinden eine grosse Leidenschaft für ihn. Doch es war auch eine grosse Frustration vorhanden und die Reaktionen der Fans waren gemischt. Auf der positiven Seite stand die leidenschaftliche Unterstützung für den Klub. Auf der negativen Seite hingegen standen Vandalismus, Hooliganismus und Randale (gegen den Klub).

Der Druck kam nicht nur von Personen, die mit dem Klub zu tun hatten, sondern auch vom Verband und unseren Sponsoren. Auf der einen Seite stand das alte Denkmuster, das Massnahmen in Form von Strafen, Stadionverboten usw. forderte, auf der anderen Seite standen die Medien, die sehr viel Einfluss auf solche Angelegenheiten haben. Natürlich wird gelegentlich übertrieben und zu stark auf die negativen Aspekte und Probleme fokussiert.

Der Klub [die Klubführung] war aus den genannten Gründen frustriert. Wir mussten sofort etwas unternehmen und die Bezeichnung eines Fanbeauftragten war genau das Richtige. Wir wollten eine Brücke zwischen den Fans und dem Klub bauen. Wir wollten die Probleme anpacken. Wir wollten den Fokus vom Negativen auf das Positive richten und den Lauf der Dinge ändern.

Wer sind diese Fans?

Wir führen mit unseren Fans schon seit Jahren einen Dialog. Das gesamte dänische Fussballfankonzept, das seinen Ursprung in den 1980er-Jahren in der Nationalmannschaft hat, wurde zunächst in Brøndby umgesetzt. Die Fans von Brøndby sind kreativ und proaktiv; sie setzen Massstäbe. Sie fühlen sich auch sehr unabhängig. Sie wollen nicht vom Klub kontrolliert werden und es ist wichtig, dies zu akzeptieren.

In der normalen Geschäftswelt versucht man, ein Produkt zu verkaufen, auf die Kunden zu hören. Der Fussball ist anders und das ist das Schöne daran. Die Fans, die gleichzeitig auch Kunden sind, sind Teil des Produkts. Für die Sponsoren ist die Stimmung der wichtigste Aspekt. Dies kam bei zwei von uns durchgeführten Studien zum Ausdruck. Die Fans sind ein Teil des Produkts und nicht nur seine Käufer. Deshalb müssen die Fans in den Entscheidungsprozess einbezogen werden. Sie müssen angehört und verstanden werden. Sowohl betreffend positive als auch negative Aspekte.

Abgesehen von der Förderung einer positiven Fankultur, weshalb ist es wichtig für Sie, einen Fanbeauftragten zu haben?

Die Zuschauer müssen sich bei einem Spiel sicher fühlen können. Wir möchten, dass die Fans bis ans Limit gehen, aber nicht darüber hinaus. Wir haben nichts dagegen, wenn sie die Grenzen ausreizen, doch wir sind entschieden gegen Gewalt. Es muss gewisse Regeln geben. Wir haben in der Vergangenheit versucht, einen Dialog zu führen, haben Treffen abgehalten, fanden

die Verständigung allerdings gelegentlich schwierig. Haben die Fans auf uns gehört? Haben sie uns verstanden?

Letztendlich haben wir alle dieselben Ziele. Wir möchten ins Stadion kommen und unsere Gefühle ausleben. Wir möchten singen und schreien. Wir lieben unseren Klub. Doch die Kommunikation ist manchmal schwierig. Sprechen wir dieselbe Sprache? Wollen wir dasselbe? Aus diesen Gründen halten wir einen Fanbeauftragten für wichtig.

Patrick kann nicht verhindern, dass bengalische Feuer angezündet werden, doch vielleicht kann er uns dabei helfen, uns besser zu verstehen und die Dinge so zu ändern. Wir werden möglicherweise nicht immer in der Lage sein, den Fans Erklärungen zu liefern, doch Patrick steht dem Klub nahe und weiß, wie die Dinge laufen, was die Kommunikation für ihn einfacher macht. Für uns ist entscheidend, dass dies ein Signal des Klubs ist. Es ist die Anerkennung, dass der Dialog der einzige Weg zur Lösung von Problemen und zur Verbesserung der Situation für die Fans und den Klub ist. Es gibt zwei Möglichkeiten: Entweder reden wir mehr oder wir bestrafen mehr.

Wir erfahren grossen Druck seitens der Politik und der Polizei. Es bestehen Konflikte bezüglich Budgets und vieler anderer Dinge. Es ist leicht zu sagen „Löst das Problem“. Doch wollen sie auch wirklich helfen?

Die Ernennung eines Fanbeauftragten bedeutet eine grosse Veränderung für den Klub. Wir verstehen die Frustration der Fans. Es gab diese „wenn es dir nicht passt, dann geh eben“-Haltung. Die Bezeichnung ist ein ▶

Fallstudien

Symbol der Veränderung und sehr wichtig für uns, doch sie wird nicht von einem Tag auf den anderen eintreten.

Was unternehmen Sie, um die Beziehungen zwischen den Fans und dem Klub zu verbessern?

Wir haben Ende November [2010] eine Fankonferenz durchgeführt. Wir wollten möglichst viele Akteure, darunter die Polizei, den Dänischen Fussballverband (DBU), die Klubvereinigung, Fans anderer Klubs, Akademiker und den Sicherheitsbeauftragten von Cardiff City einbeziehen. Der DBU und die Klubvereinigung vertraten zunächst die Haltung: „Es ist euer Problem, ihr müsst es lösen. Wenn ihr es nicht tut, dann tun wir es.“ Wir haben ihnen gesagt, dass wir es lösen wollen, jedoch nicht einverstanden seien mit der Art der Problemlösung. Wir hatten Fälle aus Grossbritannien untersucht und gesehen, dass die Polizei dort einen ganz anderen Ansatz wählte. Nun haben wir, was wir eine Event-Polizei nennen. Wir haben mit Fans gesprochen um herauszufinden, was sie wollten und sie sagten, dass sie zum Beispiel einen Fanmarsch von einer Bar zum Stadion möchten. Zusammen mit der Polizei versprachen wir ihnen, sie dabei zu unterstützen. Dies reichte von der Sperrung der Strassen für den Marsch bis hin zur Erlaubnis, diskret unterwegs am Strassenrand zu pinkeln. Es hat funktioniert! Es ging darum, die Regeln etwas anzupassen. Die Reise zu Auswärtsspielen war ein anderes Problem. Die dänische Eisenbahngesellschaft hatte oft Probleme mit Vandalismus, wenn sie Fans zu

Auswärtsspielen beförderte. Die Kosten beliefen sich auf acht Millionen Kronen jährlich und es wurden Stimmen laut, wonach der Klub bezahlen sollte. Nun organisieren wir Fanzüge. Es gibt drei Regeln: Keine Drogen, kein Drogenverkauf und kein Vandalismus. Bei den Fahrten wird auf Vertrauen gebaut – nicht jede Fahrkarte wird kontrolliert. Diese Fanzüge sind mittlerweile so beliebt, dass die Mitarbeiter der Eisenbahngesellschaft dort arbeiten wollen. Die Kosten für Schäden sind auf 200 000 bis 300 000 Kronen gesunken, was eine normale, zu erwartende Zahl ist. Entscheidend sind Kommunikation, Verständnis, Geben und Nehmen. Die Fankonferenz hat gezeigt, dass es verschiedene Möglichkeiten gibt, Probleme zu lösen. Bei Brøndby glauben wir an den Dialog mit Hilfe eines Fanbeauftragten.

Führen Sie vor dem Spiel Sicherheitstreffen durch?

Zurzeit führen wir nicht vor jedem Spiel ein Sicherheitstreffen durch. Wir haben maximal fünf „Hochrisikospiele“. Unsere Absicht besteht jedoch darin, in Zukunft solche Treffen abzuhalten. Wir werden mit der Polizei sprechen und entscheiden, wie wir vorgehen sollen. Patrick wird dabei anwesend sein.

Aufgrund welcher Kriterien haben Sie den Fanbeauftragten ausgewählt?

Erstens waren wir uns einig, dass der Fanbeauftragte eine Person sein soll, die von den Fans akzeptiert und respektiert wird. Das war unser Hauptkriterium. Eine interne Bezeichnung wäre nicht glaubwürdig gewesen. Wir haben uns auch mit

Akademikern in Verbindung gesetzt, die in diesem Bereich forschten, um mehr über die Anforderungen zu erfahren.

Zweitens suchten wir jemanden mit viel Köpfchen und breiten Schultern. Empathie und Kommunikationstalent sind wichtig, da ein Fanbeauftragter mit sehr schwierigen Situationen konfrontiert werden kann. Der Fanbeauftragte muss im aktuellen politischen Umfeld zureckkommen. Er oder sie muss fähig sein, mit wütenden Fans und Polizisten zu kommunizieren. Er muss auch den richtigen Ton treffen und die richtige Persönlichkeit für diese Aufgabe haben. Obwohl Patrick noch relativ jung ist, bringt er Erfahrung mit und erfüllt sämtliche Kriterien.

In einem nächsten Schritt soll bewiesen werden, dass das System funktionieren kann. Patrick muss seine eigene Rolle erst definieren. Er muss entscheiden, wie er die Sache anpacken möchte und was seine Aufgaben sind. Dies ist sehr wichtig. Es geht auch um Vertrauen. Wir müssen Patrick vertrauen, aber wir müssen auch wissen, dass er uns nicht alles sagen wird. Er muss das Vertrauen der Fans haben. Er wird seine Geschichte nicht ändern, um die Fans bzw. den Klub zufriedenzustellen.

Glauben Sie, dass das Fanbeauftragten-Konzept bei Brøndby funktionieren wird?

Es wird eine Weile dauern. Und es wird sich entwickeln. Es ist wichtig, dass Patrick unabhängig bleibt. Er ist nicht dem Sicherheitsbeauftragten unterstellt, sondern mir. Er ist frei, da er dazwischen steht.



**8.1.3 Interview mit
Patrick Vestphael,
Fanbeauftragter bei
Brøndby**

Patrick, Sie haben Ihre Stelle vor ein paar Monaten angetreten. Wie läuft es?

Es läuft gut, danke. Es gefällt mir sehr, Fanbeauftragter zu sein. Als ich begann, bestanden keine richtigen Erwartungen an mich oder den Klub, da es sich um eine komplett neue Position handelte und zwar nicht nur bei Brøndby, sondern in ganz Dänemark. Ich kann innerhalb des Klubs sehr gut arbeiten – das Umfeld ist perfekt.

Was sind Ihre Hauptaufgaben?

Meine Hauptaufgabe ist die Verstärkung des Dialogs zwischen dem Klub und den Fans. Darum geht es in meinem Job. Obwohl der Dialog im Vordergrund steht, arbeite ich auch täglich an zahlreichen Projekten im Namen der Fans. Ein Projekt ist zum Beispiel ein Fankongress, der im Sommer von Football Supporters Europe in Brøndby abgehalten wird.

Ich mache mir auch gemeinsam mit dem Klub Gedanken, wie das Stadion einladender gemacht werden kann. So haben wir zum Beispiel unterhalb der Tribüne der Hardcore-Fans von Brøndby ein Hip-Hop-Konzert veranstaltet. Das Konzert wurde in enger Zusammenarbeit mit einigen Saisonkarteninhabern organisiert und fand beim ersten Spiel der zweiten Saisonhälfte 2010/11 statt. Wir haben auch verschiedene spontane Aktionen organisiert. ▶

Fallstudien

Wie entwickelt sich die Arbeit mit den verschiedenen Abteilungen innerhalb des Klubs und anderen Interessengruppen wie der Polizei und den Ordern?

Ich arbeite sehr eng mit allen Abteilungen des Klubs zusammen. Für die Kommunikationsabteilung schreibe ich zum Beispiel fanbezogene Artikel für die offizielle Website des Klubs. Die Marketingabteilung habe ich darin beraten, wie die Werbung bei den Fans besser ankommt. Es ist wichtig, dass die Fans nicht den Eindruck erhalten, dass sie von ihrem Klub als reine Geldquelle behandelt werden. Sie müssen spüren, dass ihre Bedürfnisse und Wünsche ernst genommen werden. Jüngst beschlossen die Ultras, eine spontane Choreographie mit allen Fans zu organisieren und forderten alle auf, einen Schal zum Spiel mitzubringen, damit eine Schalwand gebildet werden kann. Ich sprach mit der Marketingabteilung und die Verantwortlichen beschlossen, am Tag des Spiels im Klubladen Schals 50 % günstiger zu verkaufen. Es lief sehr gut und alle waren zufrieden.

Was den zweiten Teil der Frage anbelangt, so stehe ich bei jedem Spiel in Kontakt mit den Ordern. Sie kennen mich aus meiner Zeit als Fan und wir haben ein ausgezeichnetes Verhältnis. Sie wissen, dass sie mir vertrauen können, nicht zuletzt weil ich ein Klubangestellter bin. Gleichzeitig weiß ich, dass ich ihnen vertrauen kann. Mit der Polizei hatte ich eine erste Sitzung, damit sie mich und meine Rolle kennenlernen konnten. In den kommenden sechs Monaten hoffe ich, die Zusammenarbeit mit der Polizei erweitern zu können. Der Input

muss von beiden Seiten kommen, damit wir sehen, wie gut wir unsere jeweiligen Jobs machen.

Durch die Einführung von Artikel 35 versucht die UEFA, die Good Governance bei Klubs zu fördern. Weshalb denken Sie ist es so wichtig für Klubs, auf ihre Fans einzugehen?

Diese Frage ist leicht zu beantworten. Die Fans sind der Klub. Sie sind der Motor des Klubs. Wenn man es aus kommerzieller Sicht betrachtet und sagt, dass Fans Konsumenten oder Kunden sind, so muss man auf die Wünsche der Kunden hören. Gäbe es die Fans nicht, würde niemand das Produkt kaufen. Spieler, Trainer und Präsidenten kommen und gehen, doch die Fans bleiben. Es macht also Sinn, mit ihnen zu sprechen und herauszufinden, was sie wollen. Klubs müssen die Fans als Teil der Lösung und nicht als Teil des Problems ansehen. Was man den Fans gibt, erhält man doppelt zurück. Wenn die Fans



glücklich sind, ist alles in Ordnung. Wenn die Fans unglücklich sind, hat man 15 000 wütende Kunden.

Wie sieht Ihre Vergangenheit als Brøndby-Fan aus?

Mein Vater ist in der Nähe des Stadions aufgewachsen und so war ich schon als kleines Kind ein Fan. Mit 15 oder 16 wurde ich dann aktiver Fan. Ich machte Choreographien für die Fangruppen und wirkte bei der Gründung von Alpha Brøndby mit, der grössten Ultra-Gruppe des Klubs. Während sieben Jahren war ich sehr aktiv an der Gestaltung der Fankultur in Brøndby beteiligt und kenne deshalb viele Leute aus der Fanszene und habe zahlreiche Kontakte.

Wie haben die Brøndby-Fans auf Ihre Bezeichnung reagiert?

Ich hatte das Glück, dass sich der Klub bezüglich Fanarbeit von Akademikern mit guten Verbindungen zu den Brøndby-Fans beraten liessen. Sie rieten dem Klub zu einem proaktiven und progressiven Vorgehen im Umgang mit den Fans und empfahlen die Bezeichnung eines Fanbeauftragten. Über die Akademiker fragte der Klub die Fans, was sie wollten. Es fanden Gespräche statt und ich wurde gefragt, ob ich an diesem Job interessiert wäre. Ich sagte, dass ich natürlich interessiert wäre, falls die Fans mich für die richtige Besetzung hielten. Es stellte sich heraus, dass ich von sämtlichen Sektionen der Fangemeinde unterstützt wurde und am Ende war ich der einzige richtige Kandidat. Ich hatte mir in der Vergangenheit nichts zu Schulden

kommen lassen, das mich aus dem Prozess ausgeschlossen hätte, und so erhielt ich die Stelle. Ich bin allen sehr dankbar für das Vertrauen, das sie mir entgegenbringen.

Welchen Tipp würden Sie anderen Klubs in Dänemark im Zusammenhang mit der Bezeichnung eines Fanbeauftragten geben?

Ich würde sagen, dass die Bezeichnung eines Fanbeauftragten der beste Weg ist, wenn ein Klub den Dialog mit seinen Fans sucht. Doch der Klub muss den Dialog auch wirklich wollen. Er muss es ernst meinen mit der Einladung der Fans in den Klub. Ich komme auf die vorangegangene Frage zur Good Governance zurück. Die Fans sind eine wichtige Interessengruppe und deshalb müssen Klubs hören, was sie zu sagen haben. Und es hat keinen Sinn, jemanden aus der Marketingabteilung zu nehmen und ihn den neuen Fanbeauftragten zu nennen. Es muss jemand aus der Fanszene sein.

Wie würden Sie Ihre bisherige Arbeit zusammenfassen?

Ich würde sagen, es läuft sehr gut. Der Klub war offen im Umgang mit meinen Vorschlägen in verschiedenen Bereichen. Sie legen sehr viel Wert darauf, meine Ansichten zu kennen und machen das Beste aus der Position. Sie geben mir nicht einfach ein Büro im Keller und vergessen, dass ich da bin. Bei unseren Treffen kann ich die Ansichten der Fans vorbringen. Ich würde sagen, dass es bis jetzt eindeutig eine sehr positive Erfahrung war.

Fallstudien

8.2 Deutschland

8.2.1 Einführung in die Situation in Deutschland

Wer mehr über den Hintergrund des Fanbeauftragten erfahren möchte, muss nach Deutschland blicken. Die ersten Fanbeauftragten wurden 1992 im Rahmen des Nationalen Konzepts für Sport und Sicherheit (NKSS) eingeführt. Wie viele andere europäische Länder hatte Deutschland in den 1970er- und 1980er-Jahren unter den Problemen Hooliganismus und Gewalt zu leiden. Der Deutsche Fussball-Bund (DFB), der Deutsche Sportbund (DSB) und Politiker aus den Innen- und Sportministerien von Bund und Ländern beschlossen daher ein gemeinsames Vorgehen gegen dieses Problem. Dies führte zur Erarbeitung des NKSS mit den Schwerpunkten Fanbetreuung und -unterstützung (Fanprojekte und Fanbeauftragte), Stadionsicherheit, Stadionordnung und Koordination aller Beteiligten.

Die Arbeit war so erfolgreich, dass die Rolle des Fanbeauftragten in die Lizenzanforderungen der Deutschen Fussball Liga (DFL) aufgenommen wurde.

Wie oben erwähnt, ist ein wichtiger Aspekt der Rolle des Fanbeauftragten in Deutschland neben der Good Governance die Prävention. Um mehr über die Interaktion zwischen Fanbeauftragten und Sicherheitsbeauftragten eines Klubs zu erfahren, haben wir uns mit Volker Fürderer, Sicherheitsbeauftragter beim FC Schalke 04, unterhalten.



8.2.2 Interview mit Volker Fürderer, Sicherheitsbeauftragter beim FC Schalke 04

Artikel 35 des UEFA-Reglements zur Klublizenzierung und zum finanziellen Fairplay verlangt eine enge Zusammenarbeit zwischen Fanbeauftragten und Sicherheitsbeauftragten. Welche Vorteile hat eine solche Zusammenarbeit für Sie als Sicherheitsbeauftragter bei Schalke?

Erstens habe ich durch den Fanbeauftragten einen direkten Kommunikationskanal zu den Fans. Durch sie kann ich die Strukturen innerhalb der Fanszene kennenlernen. Zweitens erhalte ich durch die Zusammenarbeit die Möglichkeit, das gegenseitige Verständnis zwischen den verschiedenen Beteiligten wie zum Beispiel den Ultras und den Hooligans auf der einen und der Polizei auf der anderen Seite zu fördern. Drittens kann ich so Trends innerhalb der Fanszene ausmachen und den Puls der Fans spüren.

Wie sieht diese Zusammenarbeit in der Praxis aus?

Ich arbeite sehr eng mit den Fanbeauftragten zusammen, wenn es zum Beispiel um Stadionverbote geht. Auf Schalke haben wir zum Beispiel ein Anhörungsverfahren erarbeitet, bei dem Fans, die eines Fehlverhaltens beschuldigt werden, die Chance erhalten, ihre Version der Geschehnisse zu schildern. Anschliessend besprechen wir die Fakten des Falls

und entscheiden, ob ein Stadionverbot angemessen ist und verhängt werden soll oder nicht.

Wir arbeiten auch im Vorfeld der Spiele täglich zusammen. Für Heimspiele kann ich über die Fanbeauftragten direkt mit dem Gastverein kommunizieren. Anträge für eine Choreographie der Gästefans zum Beispiel werden mir über den Fanbeauftragten mitgeteilt. Wir arbeiten auch im Zusammenhang mit der Anzahl zu erwartender Gästefans, deren bevorzugten Transportmitteln und der Aufteilung in ordentliche Fans und mögliche Unruhestifter mit ihnen zusammen. Alle diese Informationen fließen dann in das Sicherheitstreffen vor dem Spiel ein. Vor Auswärtsspielen in Deutschland und Europa arbeite ich sehr eng mit dem Fanbeauftragten zusammen, um sicherzustellen, dass alles glatt läuft, zum Beispiel bezüglich der Anreise zum und der Abreise vom Stadion und ich spreche mich auch mit der Polizei vor Ort ab.

Es ist auch sehr hilfreich, sicherheitsrelevante

Informationen für Fans über die Fanbeauftragten kommunizieren zu können. Die Fanbeauftragten können ihnen erklären, weshalb es zum Beispiel nötig ist, Gänge und Treppen freizuhalten und weshalb wir hinter den Toren Netze anbringen mussten. Wir tun diese Dinge nicht, um die Fans zu verärgern. Wir tun sie aus Sicherheitsgründen und die Fanbeauftragten können die Gründe hinter diesen Massnahmen besser erklären als ein Sicherheitsbeauftragter.

Schliesslich halten wir regelmässig Sitzungen ab, um Informationen auszutauschen und das Verständnis für die Rolle des anderen zu verbessern. Unsere nationalen Treffen zum Beispiel werden zwar separat, aber am selben Ort abgehalten mit einer gemeinsamen Sitzung zur Besprechung von relevanten Angelegenheiten.

Denken Sie, dass es Sinn macht, die Rollen des Fanbeauftragten und des Sicherheitsbeauftragten zu trennen? ▶



Fallstudien

Ja, absolut, da in unseren beiden Funktionen ein Interessenskonflikt besteht. Das Problem der Pyrotechnik illustriert dies sehr gut. Fanbeauftragte würden ihre Glaubwürdigkeit in der Fanszene sehr schnell verlieren, wenn sie lediglich als verlängerter Arm des Sicherheitsbeauftragten angesehen würden. Fans möchten Fackeln, Rauchbomben usw. verwenden können, um eine bessere Stimmung zu schaffen. Laut geltendem Gesetz können sie dies jedoch nicht tun. Der Fanbeauftragte kann den Fans erklären, weshalb sie diese Dinge nicht verwenden dürfen; mein Job ist es sicherzustellen, dass sie es nicht tun. Auch in anderen Belangen habe ich eine ganz andere Rolle als der Fanbeauftragte. Ich sehe mich als Verbindungs person zwischen den Fans und der Polizei und zwischen dem Klub und der Feuerwehr oder den Ordnern. Doch es gibt einige Grundregeln, an die ich mich halten muss. Das Verhältnis zwischen den Ultras und der Polizei ist sehr schwierig und manchmal inexistent, doch eine meiner Aufgaben besteht darin, beide Seiten zusammenzubringen und der Fanbeauftragte kann mir dabei helfen.



Unterschied zwischen Sicherheitsbeauftragten und Fanbeauftragten

Wie in Artikel 35 des UEFA-Reglements zur Klublizenzierung und zum finanziellen Fairplay festgehalten, ist die UEFA der Ansicht, dass diese beiden Zuständigkeitsbereiche auf Klub- und Nationalmannschaftsebene separat behandelt werden sollten.

Die Erfahrung hat gezeigt, dass es bedeutende Interessenskonflikte zwischen den Hauptaufgaben eines Sicherheitsbeauftragten und jenen eines Fanbeauftragten gibt.

Die Hauptaufgabe des Sicherheitsbeauftragten besteht in der Koordination der Sicherheitsvorkehrungen und der Kommunikation mit der örtlichen Polizei, der Feuerwehr, der Sanität und dem Krisenmanagement. Der Sicherheitsbeauftragte des Klubs arbeitet auch mit entsprechenden Agenturen zusammen, um ort- und eventspezifische Risikobewertungen vorzunehmen und so Bedrohungen und Schwachpunkte auszumachen. Der Fanbeauftragte auf der anderen Seite steht mit den oben genannten Gruppen regelmässig in Kontakt, konzentriert sich aber auf den Aufbau eines Vertrauensverhältnisses mit den Fans und übt positiven Einfluss auf sie aus, um die Selbstregulierung zu fördern und unerwünschtes Verhalten auszuschalten. Eine Verschmelzung beider Rollen

könnte negative Auswirkungen auf die für beide Positionen erforderlichen Qualitätsstandards haben.

Fankultureller und administrativer Hintergrund

Fans sind besonders empfindlich auf Sicherheitsfragen, meist aufgrund negativer Erfahrungen in der Vergangenheit. Ultragruppen und eine grosse Zahl an organisierten Fans stellen die dominanten Gruppen in den Stadien und sind somit die wichtigste Zielgruppe des Fanbeauftragten.

In der Vergangenheit bestanden oft Sicherheitsabläufe für die Fankontrolle und die Fans wurden oft sowohl von den Klubs als auch von der Polizei einzig als Risikopotenzial erachtet. In den Klubs und Verbänden wurden nach und nach Sicherheitsbeauftragte für diesen Bereich eingesetzt.

Fanbeauftragte sind Vermittler zwischen den Fans und dem Klub und/oder dem Nationalverband. Ihre Arbeit ist deshalb abhängig von den Informationen, die sie von beiden Seiten erhalten, von ihrer Glaubwürdigkeit auf beiden Seiten und einem gewissen Vertrauen.

Eine Verschmelzung der beiden Rollen (Sicherheitsbeauftragter und Fanbeauftragter) macht die Aufgabe des Fanbeauftragten schwieriger, da der Aufbau eines Dialogs mit den Fans als Sicherheitsangelegenheit betrachtet wird. Folglich neigen die Fans dazu, einen solchen Fanbeauftragten nicht

als zuverlässige und glaubwürdige Kontaktstelle zu akzeptieren. Es ist sehr wichtig, dass Fanbeauftragte nicht als weiterer Ausläufer der Zuschauerkontrolle angesehen werden.

Neben diesen Interessenskonflikten zwischen den beiden Rollen ist das Auseinanderhalten der beiden Bereiche auch eine Sache des Zeitmanagements. Die Aufgaben des Sicherheitsbeauftragten und des Fanbeauftragten werden als Vollzeitbeschäftigungen angesehen, sofern sie sorgfältig und gemäss den Mindestanforderungen ausgeführt werden. Dennoch sollten Sicherheitsbeauftragte und Fanbeauftragte regelmässig miteinander in Kontakt stehen, um Angelegenheiten zu besprechen, die ihnen die Erfüllung ihrer jeweiligen Aufgaben erleichtern können.

Fallstudien

8.3 FC Slovan Liberec, Tschechische Republik

8.3.1 Einführung in die Situation beim FC Slovan Liberec

Der 1958 gegründete FC Slovan Liberec wurde 2002 der erste Klub ausserhalb Prags, der die tschechische Meisterschaft gewinnen konnte; diesen Erfolg konnte er 2006 wiederholen. Slovan Liberec gewann 2000 ausserdem den nationalen Pokalwettbewerb und qualifizierte sich 2002 für den UEFA-Pokal. Als mittelgrosser Klub der tschechischen Liga verfügt Slovan Liberec nicht über unbegrenzte finanzielle Ressourcen, um einen Vollzeit-Fanbeauftragten einzustellen. Der Kompromiss bestand in der Einstellung eines ehemaligen aktiven Fans, Tomáš Čarnogurský, in der Marketingabteilung. Ihm wurde die Verantwortung übertragen, die Beziehung des Klubs mit seinen Fans zu verbessern.



8.3.2 Interview mit dem Fanbeauftragten des FC Slovan Liberec, Tomáš Čarnogurský

Tomáš, wie viele Stunden verwendest du jede Woche auf deine Aufgabe als Fanbeauftragter?

Das ist schwer zu sagen. Offiziell bin ich bei der Marketingabteilung angestellt und die meiste Zeit verweise ich auf PR- und Merchandising-Aufgaben, doch ich kann nach Bedarf auch Zeit auf Fanangelegenheiten verwenden, da ich auch für diesen Bereich zuständig bin.

Normalerweise ist es rund ein Drittel meiner Arbeitszeit unter der Woche, aber im Rahmen von Spielen konzentriere ich mich ausschliesslich auf die Fanarbeit.

Was sind Ihre Hauptaufgaben?

Als Fanbeauftragter bin ich insbesondere für die Kommunikation zwischen den Fans, dem Klub und anderen Institutionen, für die Organisation von Reisen zu Auswärtsspielen (inklusive Ticketing), Fantreffen und Fanturniere, die Betreuung des offiziellen Fanklubs und die Teilnahme an internationalen Kampagnen (FARE-Aktionswoche usw.) zuständig. Ich kümmere mich auch um die Verwaltung der Räume für Fanprojekte im Stadion, die der aktiven Anhängerschaft bei Bedarf zur Verfügung stehen (mindestens zweimal wöchentlich und bei Heimspielen). Sie werden insbesondere von den Ultras benutzt.

Besuchen Sie auch Auswärtsspiele und wenn ja, reisen Sie alleine oder mit den Fans?

Ja, ich reise mit den Fans zu allen Auswärtsspielen, insbesondere bei Busreisen, die vom Klub gemeinsam mit den Fans organisiert werden. Ich bin bei Heim- und Auswärtsspielen mit den Fans auf der Tribüne.

Haben Sie in der Fanszene feste Ansprechpartner?

Die Fanszene ist nicht sehr gross und wir kennen einander. Doch die wichtigsten Ansprechpartner sind die inoffiziellen Anführer der aktiven Fangruppen.

Wohnen Sie als Fanbeauftragter Sicherheitssitzungen mit der Polizei und dem Ordnungsdienst bei?

Ja, jedoch nicht immer. Ich stehe vor Auswärtsspielen und Risikospielen normalerweise in Kontakt mit der Polizei, dem Ordnungsdienst und den Vertretern des anderen Klubs. Im Stadion helfe ich dann, etwaige Probleme zu lösen.

Wie ist die allgemeine Situation im Land? Haben andere tschechische Klubs ebenfalls einen Fanbeauftragten bezeichnet oder eingestellt?

In den anderen tschechischen Klubs gibt es bisher noch keine Fanbeauftragten im eigentlichen Sinn. In den meisten Fällen sind Klubvertreter, deren Hauptaufgabe in anderen Bereichen liegt, für die Kommunikation mit der Fanszene zuständig. In größeren Klubs sind es normalerweise Mitarbeiter der Marketing- oder PR-Abteilungen, während es in kleineren Klubs sogar Mitglieder der Vereinsführung sein können. Die Fanarbeit wird also oft willkürlich gehandhabt und auch unterschätzt. Dabei gilt es zu beachten, dass mindestens ein Drittel der Klubs in der höchsten Spielklasse nur eine kleine aktive Fanszene, niedrige Zuschauerzahlen und kaum Fans haben, die zu Auswärtsspielen reisen.

Wie ist das Verhältnis zwischen dem Klub und den Fans im Allgemeinen?

Die aktive Fanszene in der Tschechischen Republik besteht immer noch aus kleinen Gruppen von Hooligans und wird von diesen beeinflusst. Ultras sind nur in wenigen Klubs stärker und Ultra- und Hooligan-Gruppen

sind oft durchmischt. Das Fehlen einer Fanpolitik bei verschiedenen Klubs und von systematischer Fanarbeit verbessert die aktuelle Situation auch nicht. Es muss mehr getan werden, um die Entwicklung attraktiver Alternativen zu den Hooligans für die Fans zu fördern. Eine zunehmende Unterdrückung des Hooliganismus unterdrückt auch andere Formen der aktiven Unterstützung.

Welche Erfahrung haben Sie in Ihre Arbeit mitgebracht?

Während meines Universitätsstudiums (Soziologie und Sozialpolitik) habe ich begonnen, als Freiwilliger bei einem lokalen Fanprojekt mitzuarbeiten [Sozialarbeit mit Fans], das von Fans für Fans aufgebaut wurde. Die Einsatzbereiche wurden schrittweise ausgeweitet. Als ich mit dem Studium fertig war, suchten wir zusammen mit dem Klub nach Lösungen für die Zukunft. Ich erhielt eine Vollzeitstelle beim Klub, wobei ein wichtiger Aufgabenbereich die Fanarbeit ist.

Das Konzept, das wir entwickelt haben, ist einzigartig in der Tschechischen Republik und verbindet Fanarbeit und -unterstützung mit einer Art Fanprojektarbeit. Das Konzept mag Verbesserungswürdig sein und ist nicht mit der hochentwickelten Fanarbeit in Deutschland vergleichbar, doch es war die einzige Möglichkeit, unter tschechischen Bedingungen bei unserem kleinen Klub eine Art systematischer Fanarbeit einzuführen. Ich kann die Erfahrung, die ich bei den Fanbotschaften bei internationalen Turnieren und im Rahmen sozialer Fanarbeitskonzepte gesammelt habe, verwenden.

Quellen/Kontakte/Links

9. Quellen/Kontakte/Links

Europäische Fanorganisationen und Nichtregierungsorganisationen im Fussball

Football Supporters Europe (FSE)

Das Netzwerk Football Supporters Europe ist ein unabhängiges, repräsentativ und demokratisch organisiertes Breitensportfussballnetzwerk von Fussballfans in Europa mit Mitgliedern in 36 Ländern, die über zwei Millionen Fussballfans auf dem ganzen Kontinent vertreten.

FSE ist in Bereichen wie Ticketing, Anstosszeiten, Fankultur, Diskriminierung und Sicherheit im Fussball tätig und organisiert den jährlichen Europäischen Fussballfan-Kongress (EFFC).

<http://fanseurope.org>

info@footballsupporterseurope.org

Supporters Direct (SD)

Supporters Direct setzt sich für eine breitere Anerkennung der gesellschaftlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Werte von Sportvereinen ein und steht in Kontakt mit der UEFA, der Europäischen Kommission



und anderen europäischen Gremien, Ligen und Nationalverbänden.

Supporters Direct berät Fangruppen in über 20 Ländern, wie sie ihre Fans über nichtgewinnorientierte, demokratische Fankooperativen, bekannt als Fantrusts, die den Erwerb eines Aktienanteils und die Erlangung einer Vertretung im Vorstand ihres jeweiligen Klubs anstreben, vertreten können.

<http://www.supporters-direct.coop>
enquiries@supporters-direct.coop

Fussball gegen Rassismus in Europa (FARE)

Das Netzwerk FARE setzt sich für die Bekämpfung von Diskriminierung ein und fördert Aktivitäten zur gesellschaftlichen Integration durch die Verbindung der Ressourcen von Organisationen in ganz Europa. Es unterstützt und fördert Gruppen und koordiniert Bemühungen auf europäischer Ebene. FARE unterstützt Organisationen dabei, empfehlenswerte Vorgehensweisen auszutauschen und vereint gegen Diskriminierung im Fussball aufzutreten.

Heute hat das Netzwerk aktive Partner in über 37 Ländern und arbeitet mit Fans, Spielern, Organisationen für Migranten und ethnische Minderheiten sowie Dachverbänden wie der UEFA und der FIFA zusammen. Es zählt auch Mitglieder aus dem Fussball wie Profiklubs und Spielergewerkschaften.

<http://www.farenet.org>
enquiries@farenet.org

European Gay & Lesbian Sport Federation (EGLSF)

Die European Gay & Lesbian Sport Federation wurde 1989 gegründet. Ihre Ziele sind:

- Kampf gegen Diskriminierung im Sport aufgrund der sexuellen Orientierung
- Förderung der Integration im Sport und Emanzipation Homosexueller
- Unterstützung des öffentlichen Bekennisses homosexueller Sportlerinnen und Sportler
- Informationsaustausch und Förderung der Koordination zwischen europäischen Sportgruppen und Turnieren
- Unterstützung der Gründung neuer Sportgruppen für Homosexuelle/Bisexuelle/Heterosexuelle, Transsexuelle und gemischter Sportgruppen

<http://www.eqlsf.info/>

eqlsf@eqlsf.info/

Centre for Access to Football in Europe (CAFE)

Das Centre for Access to Football in Europe fungiert als Berater und Partner aller Interessengruppen im Hinblick auf den Austausch empfehlenswerter Vorgehensweisen sowie die Beratung und Anleitung in Bezug auf behinderte Fans. Zu den Interessengruppen gehören die Europäische Kommission (über das Europäische Komitee für Normung, CEN), die UEFA als Dachverband des europäischen Fussballs, die 53 Mitgliedsverbände der UEFA und deren Ligen und Mitgliedsvereine, die Ausrichter der Fussball-Europameisterschaft, behinderte Fans, andere nationale und europäische Fan-Netzwerke, Nichtregierungsorganisationen für Behinderte und andere interessierte Organisationen.

<http://www.cafefootball.eu>

info@cafefootball.eu

Online-Quellen

Auf UEFA.com wird eine Bibliothek mit für die Fanarbeit relevanten Dokumenten wie Leitfäden mit empfehlenswerten Vorgehensweisen, Reglementen, Berichten, Studien usw. geschaffen und zur Verfügung gestellt.

Danksagungen

Expertengruppe

Agustí Bassols (Ombudsmann der Mitglieder des FC Barcelona, Spanien)

Tomáš Čarnogurský (Fanbeauftragter, FC Slovan Liberec, Tschechische Republik)

Stuart Dykes (Fanbeauftragten-Projektberater, Supporters Direct)

Antonia Hagemann (Leiterin Entwicklung Europa, Supporters Direct)

Sefton Perry (Benchmarking-Manager, UEFA-Abteilung Klublizenzierung und Finanzielles Fairplay)

Thomas Schneider (Leiter Fanangelegenheiten, Deutsche Fussball Liga)

Jorge Silvério (Fan-Ombudsmann bei der Portugiesischen Profifussballliga)

Patrick Vestphael (Fanbeauftragter, Brøndby IF, Dänemark)

Thomas „Tower“ Weinmann (Fanbeauftragter, Borussia Mönchengladbach, Deutschland)

Daniela Wurbs (Koordinatorin/CEO Football Supporters Europe)

Unser Dank geht auch an folgende Personen:

Lasse Bauer (Alpha Brøndby), Dave Boyle (ehemaliger CEO, Supporters Direct), Julia Ebert (Fanbeauftragte, Werder Bremen), Volker Fürderer (Sicherheitsbeauftragter, FC Schalke 04), Gerald von Gorrissen (Fankontaktstelle, DFB), Tommy Guthrie (Leiter Fanbeziehungen, FC Fulham), Vegar Hjermundrud (Norwegische Fanvereinigung), Ralf Klenk (Fanbeauftragter, VfB Stuttgart), Karl Lundén (Schwedische Fussballfanvereinigung), Marie Maillefer (Assistentin UEFA-Abteilung Klublizenzierung und finanzielles Fairplay), Bjorn Martens (Fanvereinigung, Ajax), Christian Müller (ehemaliger Finanzchef der Deutschen Fussball Liga), Matthias Neumann (Fanprojekt, Borussia Mönchengladbach), Ole Palmå (ehemaliger CEO, Brøndby IF), Marco Rühmann (Projektleiter Fanangelegenheiten, Deutsche Fussball Liga), Till Schüssler (Fanbeauftragter, Werder Bremen), Pedro Faleiro Silva (Fanvereinigung, Sporting Lissabon), Jill Smith (Fanbeauftragter, FC Arsenal), Helmut Spahn (ehemaliger Sicherheitsbeauftragter, DFB), Heidi Thaler (FairPlay, Wien), Frank Watermann (Fanbeauftragter, Hannover 96), Dieter Zeiffert (Fanbeauftragter, Werder Bremen)

©UEFA 2011. Alle Rechte vorbehalten. Der Name UEFA, das UEFA-Logo sowie alle Markenzeichen im Zusammenhang mit UEFA-Wettbewerben sind geschützte Marken und/oder von der UEFA urheberrechtlich geschützt. Sie dürfen nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

UEFA
Communications Division
Route de Genève 46
CH-1260 Nyon 2
Switzerland
Telephone +41 848 00 27 27
Telefax +41 848 01 27 27
UEFA.com

Union des associations
européennes de football

