



WE CARE ABOUT FOOTBALL

Union des associations européennes de football



Nr. 45

AN DIE MITGLIEDSVERBÄNDE DER  
UEFA

z.H.  
des Präsidenten und des Generalsekretärs

Ihre Zeichen

Ihre Korrespondenz vom

Unsere Zeichen  
CEO/lee/br

Datum  
14.07.03

### **Handbuch für gute Verhaltensregeln zur Bekämpfung des Rassismus**

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich freue mich, Ihnen ein Exemplar des UEFA-Handbuchs für gute Verhaltensregeln zur Bekämpfung des Rassismus im Fussball zustellen zu können.

Ein Entwurf dieses Handbuchs wurde an die Teilnehmer der Konferenz „Vereint gegen Rassismus“ in London am 5. März verteilt. Die definitive Fassung schliesst die Ergebnisse der Konferenz ein und wurde in Zusammenarbeit mit unseren Partnern auf diesem Gebiet – dem FARE-Netzwerk – erstellt, um der europäischen Fussballfamilie zu helfen, ein Problem zu verstehen, das unser Spiel in den vergangenen Saisons befleckt hat.

Dieses Handbuch wurde insbesondere erstellt, damit Sie die Herausforderung der Bekämpfung jeglicher Form von Rassismus im Fussball annehmen können. Wie man von einem solchen Dokument erwarten kann, wird versucht, praktische Anleitungen zu geben, und zwar durch das Aufzeigen von zahlreichen positiven Elementen, die in diesem Bereich bereits erreicht wurden, zusammen mit einigen Leitlinien für Aktionen.

Im November 2002 hat das UEFA-Exekutivkomitee CHF 2,6 Millionen aus dem Konto der Disziplinarstrafen für die Finanzierung von Antirassismus-Programmen der Landesverbände zugesprochen. Der Fonds stellt bis zu CHF 50 000 zur Verfügung, um 50% der Kosten Ihres Projektes zu decken (s. Rundschreiben Nr. 71-2002).

Wir freuen uns, dass bereits neun solcher Projekte zum Thema „Vereint gegen Rassismus“ gutgeheissen wurden und nun laufen.

./..



Gesuche sind mit einem schriftlichen Projektplan an die UEFA-Abteilung Unterstützungsprogramme (Kontakt: Patrick Gasser) zu richten. In der Anlage finden Sie zwei Dokumente, die Ihnen beim Antrag für Unterstützung aus dem Fonds helfen – Richtlinien für die Projektpräsentation und eine Checkliste.

Rassismus im Fussball ist ein Übel, das bekämpft werden muss, und ich hoffe, dass Ihnen dieses Handbuch in ihren nationalen Fussballorganisationen und Klubs helfen wird, eine positive Veränderung der Haltung aller, die an diesem grossartigen Spiel beteiligt sind, herbeiführen zu können.

Sollten Sie weitere Informationen zur Antirassismus-Kampagne der UEFA wünschen, kontaktieren Sie uns einfach.

Mit freundlichen Grüssen

**U E F A**

Gerhard Aigner  
Generaldirektor

Anlage

- Handbuch für gute Verhaltensregeln zur Bekämpfung des Rassismus
- Richtlinien für Mitgliedsverbände der UFEA zu Antirassismus-Projekten
- Checkliste für Mitgliedsverbände der UFEA zu Antirassismus-Projekten

Kopie (mit Anlagen)

- UEFA-Exekutivkomitee
- Kontroll-und Disziplinarkammer
- Berufungssenat
- Schiedsrichterkommission
- Ausschuss für Fairplay und Ethik
- Europäische Mitglieder des FIFA-Exekutivkomitees
- FIFA, Zürich

## **Richtlinien für Mitgliedsverbände der UEFA zu Antirassismus-Projekten**

### **1. Politik**

Hat Ihr Verband eine schriftliche Antirassismus-Politik entwickelt und angenommen, die zu ergreifende Massnahmen (wie einen Verhaltenskodex, einen nationalen Aktionsplan und die Verteilung des 10-Punkte-Plans der UEFA an die Klubs) definiert, um die Stadien von Rassismus frei zu halten und gleiche Chancen für alle innerhalb Ihrer Organisation und der Fussballstrukturen zu fördern?

#### Indikatoren

- Genehmigung einer Antirassismus-Politik durch die Exekutive
- Öffentliche Unterzeichnung eines Aktionsplans oder Kodex
- Ernennung eines leitenden Verantwortlichen, der sich um die Umsetzung der Politik kümmert

### **2. Partnerschaft mit Zielgruppen**

Wie werden Sie sicherstellen, dass die möglichen Zielgruppen von Rassismus und Intoleranz (d.h. ethnische und nationale Minderheiten, Immigranten, Juden, Roma oder Flüchtlinge) aktiv an den verschiedenen Projektstufen beteiligt sind (Planung, Umsetzung, Bewertung)?

#### Indikatoren

- Anzahl ethnischer Minderheiten, die an den verschiedenen Projekten beteiligt sein werden
- Beratung mit Gruppen ethnischer Minderheiten
- Verwendung positiver Bilder von ethnischen Minderheiten in Ihren Publikationen

### **3. Einbezug von Fans und Klubs**

Ist es möglich, die Identität oder Marke Ihrer Kampagne oder Ihres Projektes für die aktive Teilnahme und die „Aneignung“ durch Fussballklubs und Fans zu verwenden?

#### Indikatoren

- Ständige Kontakte mit Fangruppen, Fanprojekten und/oder Fanbetreuern während der Umsetzungsphase des Projekts
- Anzahl lokaler Fussballklubs und Fangruppen, die an der Aktion beteiligt sind
- Anteil des Budgets, das für Fanaktivitäten eingesetzt wird

### **4. Werbung**

Werden zur Verfügung stehende Kommunikationsmittel verwendet, um Ihre Antirassismus-Haltung bekannt zu geben? Dazu gehört die sichtbare Kommunikation in den Stadien (Werbebanden, Inserate in Spielprogrammen), Lautsprecherdurchsagen und die Veröffentlichung von Antirassismus-Inhalten in offiziellen Publikationen, Newsletter, Website usw.

#### Indikatoren

- Angemessene Werbung und Fotos
- Bewusstsein unter den Zuschauern und Konsumenten der Verbandsmedien

### **5. Ausbildung**

Haben Sie bereits daran gedacht, wichtige Akteure Ihres Verbandes (Schiedsrichter, Spielbeobachter, Sicherheitspersonal, Trainer und Fussballadministratoren) im Bereich Antirassismus auszubilden, um ihre Fähigkeit zu verbessern, Rassismus zu erkennen und zu bekämpfen?

### Indikatoren

- Ausbildungsplan und Vorkehrung für spezifische Antirassismus-Ausbildung
- Anzahl einbezogener wichtiger Akteure und Personal

## **6. Antirassismus-Erfahrung**

Haben Sie Nichtregierungsorganisationen mit Erfahrung auf dem Gebiet der Rassismusbekämpfung um Unterstützung gebeten, damit Sie Ihre Projekte oder Kampagnen effizienter durchführen können?

### Indikatoren

- Partnerschaften mit Nichtregierungsorganisationen
- Anteil des Budgets, das für Nichtregierungsorganisationen eingesetzt wird

## **7. Langzeit-Verfahren**

Wie stellen Sie sicher, dass die Aktion, die Sie umsetzen, kein einmaliger Anlass bleibt?  
Haben Sie sich mit der Weiterführung des Projekts befasst?

### Indikatoren

- Langfristige Planung
- Planung der Ressourcen für Weiterführung



---

### 3. Eingehen von Partnerschaften

- (a) Bezieht Ihr Projekt ethnische Minderheiten oder andere Zielgruppen ein?  
Ja •  
Nein •
- (b) Wenn ja, haben Sie ungefähre Zahlen?  
Ja • Bitte ungefähre Zahl angeben: \_\_\_\_\_  
Nein •
- (c) Haben Sie sich mit Gruppen ethnischer Minderheiten und Migranten auf regionaler, nationaler oder lokaler Ebene beraten?  
Ja •  
Nein •
- (d) Haben Sie Schritte unternommen, um die Aneignung Ihrer Antirassismus-Arbeit und Marke durch die Fans sicherzustellen, indem Sie sich mit Fangruppen während der Entwicklung des Projekts abgesprochen haben?  
Ja •  
Nein •
- (e) Haben Sie Nichtregierungsorganisationen mit Erfahrung auf dem Gebiet der Rassismusbekämpfung oder der Sozialarbeit (Fanbetreuung, Beziehungen zwischen verschiedenen Gemeinschaften) um Hilfe bei Ihrem Projekt gebeten?  
Ja •  
Nein •

Wenn ja, bitte Name(n) der Organisation(en) angeben \_\_\_\_\_

### 4. Werbung

- (a) Werden die Werbeelemente des Zehn-Punkte-Plans (wie Anschläge in Stadien, Werbeanzeigen, Artikel in Spielprogrammen) umgesetzt?  
Ja •  
Nein •
- (b) Beabsichtigen Sie, Antirassismus-Inhalte in anderen Ihnen zur Verfügung stehenden Medien wie Websites, Newsletters und anderen Publikationen zu veröffentlichen?  
Ja •  
Nein •

### 5. Ausbildung

- (a) Bestehen Pläne, dass Sie wichtigen Fußballakteuren Ausbildungen in den Bereichen Rassismus und Chancengleichheit erteilen?  
Ja •  
Nein •
- (b) Wenn ja, welche Gruppen erhalten eine solche Ausbildung?  
Administratives Personal •  
Schiedsrichter •  
Spielbeobachter •  
Sicherheitspersonal oder Polizei •

- Trainer •
- Spieler •
- Fans •
- Andere, bitte genaue Angaben •

## 6. Langfristige Planung

(a) Bitte geben Sie an, welche langfristigen Auswirkungen Sie vom geplanten Projekt erwarten

---

---

(b) Wie wollen Sie sicherstellen, dass das Projekt kein einmaliger Anlass bleibt?

---

---

(c) Werden Sie den Erfolg des Projekts bewerten?

- Ja •
- Nein •

(d) Wenn ja, wie möchten Sie ihn bewerten?

- Externe Bewertung •
- Beschreibende Bewertung •
- Reaktion von Teilnehmern •
- Reaktion von Fans •
- Reaktion von Partnern •
- Verwendung von Presseartikeln •
- Fotos •
- Website und andere Medien •