

REAKTION I KALLEN WEHRT SICH GEGEN MEDIENSCHELTE

SEITE 18

REAKTION II WIE HÄLT MAN EINEN PENALTY?

SEITE 19

SPORT

– Tour de Suisse: Kreuziger gewinnt auf dem Klausenpass und ist neuer Leader – Seite 21

– Formel 1: Poleposition für Kimi Räikkönen, Robert Kubica startet aus der dritten Reihe – Seite 27



2008

Der Wandel der Fans: Mit Anzug und Hut 1944 in Bern, La Ola an der WM 1998 und römische Legionäre 2008 in Zürich

FOTOS: PHOTOPRESS/KEY, BONGARTS/GETTY, C. PLATIAU/REUTERS



1944

Fussball? Maskenball!

Sportliche Grossereignisse werden immer mehr zum Karneval: Die Fans feiern sich selbst – und erst dann ihr Team



1998

VON PHILIPP LÖPFE

ZÜRICH Es war der 15. Oktober 1981 im Oakland Coliseum. Die Oakland Athletics trugen ihr drittes Playoff-Spiel gegen die New York Yankees aus, und sie hatten schlechte Karten. Die ersten beiden Spiele waren verloren gegangen, im dritten lagen sie arg im Hintertreffen. Da hatte Crazy George Henderson eine Vision. Der professionelle Cheerleader wollte mehr als nur seine Trommel schlagen, er wollte La Ola.

Die Idee spukte schon einige Zeit im Kopf von Crazy George herum. Dank seiner Beliebtheit bei den Fans und der verzweifelten Lage von Oakland gelang es ihm diesmal, sie umzusetzen – La Ola war geboren. Die Wirkung war erstaunlich. «Nach der Welle war die Menschenmasse wie verändertert», erzählt Crazy George, «aufgedreht und ins Spiel involviert. Sie wussten, dass sie ihrem Team geholfen

hatten. Dank der Welle begannen die Fans, sich selbst als Teil des Baseball-Spiels zu fühlen.»

La Ola hat sich zum Gegenmodell der traditionellen Fankultur entwickelt. Diese hat Bill Shankly, legendärer Trainer des FC Liverpool in den Sechzigerjahren, auf den Punkt gebracht: «Es gibt Leute, die sagen, Fussball sei eine Sache auf Leben und Tod. Das stimmt nicht. Er ist wichtiger.» Bis heute wird darüber gestritten, ob dieses Zitat eine Perle britischen Humors oder ernst gemeint sei. Wahrscheinlich war es ernst gemeint, denn Fussball war damals eine sehr ernste Sache – und Fussballfan sein ebenfalls.

Lange Reisen, Fluchen und graue Stadien

Die Leiden der Fans hat Arsenal-Fan Nick Hornby in seinem Roman «Pitch Fever» realistisch beschrieben: Jedes Wochenende im Stadion, bei Auswärtsspielen ver-

bunden mit langen Anreisen. Oft waren die Spiele schlecht, die Stimmung mies, die Stadien grau. Fussballfan zu sein, bedeutete, Stunden um Stunden inmitten zorniger Männer zu verbringen, die auf alles fluchten, was sich bewegte: Trainer, Spieler, Schiedsrichter – und dafür erst noch Eintritt bezahlten.

Diese traditionelle Fankultur mit viel Solidarität («You'll never walk alone») und proletarischem Machogehabe («Lass jucken, Kumpel») wird zunehmend verdrängt durch eine von La Ola geprägte Partykultur. Fussball hat sich verbündet mit Rock. «Die Zuschauer haben begonnen, Sportanlässe zu «karnevalisieren», schreibt die Journalistin der «New York Times», Barbara Ehrenreich, in ihrem Buch «Dancing in the Streets». «Sie erscheinen in Kostümen, beginnen musikalische Aktivitäten zu entwickeln, die weit über das Brüllen ein-

facher Lieder hinausgehen, fügen eigene Songs und Tänze hinzu. Die Parallele zum Publikum eines Rockkonzerts ist nicht zufällig.»

Man geht auch zum Spiel, um eine Mega-Party zu feiern

Auch die neue Fankultur verlangt den wahren Fans viel ab. Wie ein richtiger Fasnächtler müssen sie sich jeweils in stundenlanger Fronarbeit auf den Match vorbereiten. Wer Mitglied der Mutterkurve (FC Basel) oder der Südkurve (FC Zürich) sein will, muss inzwischen mehr Lieder auswendig können als ein Mitglied eines Kirchenchors; und er muss dazu eine Choreografie beherrschen, bei wichtigen Spielen bei aufwändigen Produktionen mithelfen oder in Internetforen mitchatten. Wahrscheinlich ist es heute komplizierter, Mitglied einer «Fan-Kurve» als einer Zunft zu werden. Die Karnevalskultur hat heute den asketischen Ernst

auf den Stehplätzen verdrängt (Hooligans sind eine andere Geschichte). Natürlich geht man an einen Fussballmatch, um sein Team gewinnen zu sehen. Man geht aber auch, weil es eine Gelegenheit ist, sich zu kostümieren, zu essen und gesehen zu werden, zu essen, zu trinken und zu tanzen, kurz, um eine Mega-Party zu feiern. Wohl deshalb wird Fussball auch bei Frauen immer beliebter.

Anlässe wie die Euro werden zu immer aufwändigeren Karnevalen, mit Fanmeilen, Fancamps und TV-Arenen. Cliquen bilden sich, die sich regelmässig treffen. Inzwischen reisen selbst Fans zu Europa- und Weltmeisterschaften, deren Teams gar nicht qualifiziert sind. Das Turnier ist zum Karneval geworden; zu einem ekstatischen Ritual, das die Fans für einen Moment vergessen lässt, was Nietzsche den «Horror der individuellen Existenz» genannt hat.

TRAUMHAFTE QUOTEN FÜR SF

Die Euro ist primär ein TV-Fest. 88 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer gaben in einer repräsentativen Umfrage der SonntagsZeitung an, die EM zu Hause am Bildschirm zu verfolgen. Und sie tun es auch wirklich, wie die Zahlen des Schweizer Fernsehens zeigen. Noch nie war das Interesse an einem Fussballturnier so gross wie jetzt. Durchschnittlich **941 000 Personen** (52,8 Prozent Marktanteil) verfolgten bei SF die Liveübertragungen. Bei sechs Partien guckten im Schnitt sogar über eine Million Zuschauer bei SF zu. Und: Wer in der Deutschschweiz die Euro anschaut, tut dies in erster Linie bei SF (88 Prozent).