

FUSSBALL

Fans 2.0

In England ist der erste Profi-Club von einer Web-Community übernommen worden, und Anhänger des FC Liverpool organisieren sich im Netz, um ausländischen Investoren Anteile abzukaufen. Auch in Deutschland gibt es bereits den ersten Übernahmekandidaten – den Traditionsverein Fortuna Köln.

Als die Spieler in die Halbzeitpause verschwunden sind, beginnt im Stadion an der Anfield Road die Demonstration. Auf dem „Kop“, der legendären Fan-Tribüne des FC Liverpool, werden Banner mit dem Slogan „Yanks out“ entrollt. Dann singen fast alle im Stadion: „Sie machen sich nichts aus Rafa, sie machen sich nichts aus den Fans, Liverpool ist in den falschen Händen.“ Minutenlang wiederholen sie ihren Protest gegen die amerikanischen Besitzer ihres Vereins, die Trainer Rafael Benítez loswerden wollen und nicht viel übrighaben für das, was diesen Verein so groß und berühmt gemacht hat: seine Fans. Sie singen und klatschen, und bald wirkt ihr Klagegesang wie der Teil einer Liturgie. Es geht hier um mehr als nur schlechte Spiele oder ein paar Niederlagen zu viel, die Dinge laufen grundsätzlich schief beim FC Liverpool.

Auf dem Kop in Liverpool wurden Anfang der sechziger Jahre zum ersten Mal Fan-Gesänge angestimmt. Von hier aus schwappte zwei Jahrzehnte später die Gewalt der Hooligans über den Kontinent, die 1985 beim Europapokal-Finale im Brüsseler Heysel-Stadion gegen Juventus Turin 39 Fans das Leben kostete. Und nun will einer, der seit mehr als vier Jahrzehnten auf dem Kop zu Hause ist, der Fußballgeschichte ein weiteres neues Kapitel hinzufügen. Rogan Taylor, Autor einer Doktorarbeit über primitive Religionen, stellte vor einigen Wochen eine unerhörte Frage: Warum sollen nicht die Fans den Club kaufen?

Er saß mit Freunden beim Abendessen, und sie diskutierten, was es kosten würde. „500 Millionen Pfund müssten eigentlich reichen“, sagt Taylor. Wie viel wären treue Fans wohl bereit für einen Anteil am FC Liverpool zu zahlen? 5000 Pfund, glaubt Taylor, also brauchte man 100 000

Leute. Wie viele Fans hat der Club? „In England gut anderthalb Millionen, rund 20 Millionen in der ganzen Welt“, sagt Taylor.

Es gibt Leute, die halten ihn für größt-wahnsinnig oder schlicht verrückt, aber Taylor hat die Selbstsicherheit eines Mannes, der bereits auf ungewöhnliche Weise erfolgreich gewesen ist. „Ich mag große Ideen, und ungefähr alle zehn Jahre habe ich eine“, sagt er mit krächzendem Lachen. Taylor ist jetzt 63 Jahre alt, und an der Universität Liverpool leitet er die Football Industry Group, die er vor mehr als zehn Jahren initiierte und die einen weltweit einzigartigen Studiengang zur Ausbildung fürs Fußballgeschäft anbietet. Nach der Katastrophe im Heysel-Stadion 1985 gründete er die Football Supporters' Association, die als vereinsübergreifende Organisation die Interessen der Fans vertritt.

Damals hatte Rogan Taylor einen Leserbrief an eine große Tageszeitung geschrieben, diesmal nutzt er das Internet. Taylor ließ eine Website bauen und verkündete auf einer Pressekonferenz den Start von shareliverpoolfc.com. „Ich wollte einfach mal die Angel auswerfen und schauen, ob der Fisch anbeißt.“

Sicher war das nicht. Im englischen Profi-Fußball ist es nicht üblich, Mitglied in einem Club zu werden. Die Vereine sind Unternehmen, auch wenn mehr als hundert Jahre lang selten jemand damit richtig Geld verdiente. Viele gehörten reichen Unternehmerfamilien, die sich als Schutzherrn verstanden und die Clubs für ihre Arbeiter und Angestellten am Leben hielten. Diese Welt ist zwar längst untergegangen, doch als stimmberechtigtes Mitglied einen Club mitzuregieren ist für viele englische Fans noch immer eine ungeheure Vorstellung.

Trotzdem sind jenseits des großen Fußballgeschäfts in den vergangenen 15 Jah-



Englische Fußball-Websites
Aufstand von unten



CARL REGINEZ / ACTION IMAGES / PIXATHLON

ren in England 21 Vereine durch die Intervention sogenannter Supporters' Trusts vor der Pleite gerettet worden, 13 werden noch immer von Fans geführt, darunter sogar drei aus der vierten Liga.

„Aber erst wenn ein großer Club wie Liverpool den Fans gehören würde, wäre das ein Signal“, sagt John Williams, der das Centre for the Sociology of Sport an der Universität in Leicester leitet und selbst Fan des FC Liverpool ist. Er glaubt, dass die Fans sich inzwischen weniger vom Zauber der Premier League blenden lassen – vor allem seit ausländische Investoren in der kommerziell erfolgreichsten Fußball-Liga der Welt auf große Profite hoffen. Die Eintrittspreise sind fast dreimal so hoch



Liverpool-Fans in einem Pub während des Champions-League-Finales 2007

wie in der Bundesliga, und viele Anhänger, sagt Williams, „verstehen langsam, dass die neuen Besitzer die Clubs nicht übernehmen, um tolle Spieler zu kaufen“.

Noch aber gibt es den „Mythos vom Sugar Daddy“, wie das der „Guardian“ nennt, den Mythos vom Investor, der sich für Fußballmärchen zuständig fühlt. Ob Liverpool, Aston Villa oder West Ham United, überall wünschten sich die Fans einen neuen Roman Abramowitsch. Doch der russische Mäzen des FC Chelsea ist einer der ganz wenigen, der ohne Gewinnabsicht investiert.

„In England“, sagt Roly Edwards, 55, Geschäftsführer des FC Ebbsfleet United, „haben unglaublich viele Menschen die

Nase vom Spitzenfußball voll, weil das alles nicht mehr real ist.“ Das klingt wie ein guter Witz, schließlich ist sein Club gerade von einer virtuellen Gemeinschaft übernommen worden. Der Fünftligist, der eine Dreiviertelstunde östlich von London an der Themse-Mündung beheimatet ist, gehört seit sechs Wochen den Mitgliedern von myfootballclub.co.uk. Für umgerechnet 833 000 Euro erwarben 28 250 Fans Mitte Februar drei Viertel des FC Ebbsfleet United und bestimmen nun dessen Schicksal.

Edwards ist ein jovialer Mensch, der um die Ecke des Stadions ein Transportunternehmen betreibt und sich selbst als „echten Traditionalisten“ sieht. Seit 1964 besucht er

die Spiele des Clubs, seit zwölf Jahren ist er ehrenamtlicher Geschäftsführer und schaut mittags wie abends jeweils für ein oder zwei Stunden in seinem Büro vorbei, das man höflich als etwas abgeschabt beschreiben könnte.

Die neuen Besitzer des FC Ebbsfleet kommen aus 72 Ländern, darunter sind auch 100 Fans aus Deutschland. Vor kurzem reisten sogar zwei Anteilseigner extra aus Los Angeles an, um sich ein Spiel anzuschauen. „Sie wollten wohl in einem Moment dabei sein, in dem Geschichte geschrieben wird“, sagt Will Brooks, der Gründer von myfootballclub.co.uk. Zum ersten Mal in der Geschichte habe eine Internet-Community ein Unternehmen ge-

kauft, und der ehemalige Journalist glaubt, dass nach diesem Vorbild aus dem Fußball bald auch Institutionen wie Schulen oder Theater von Netz-Gemeinschaften übernommen werden könnten.

„Die Zeit ist reif für das Gefühl, dass wir Fans an die Macht kommen können“, sagt er. Die User von myfootballclub.co.uk haben bei Ebbsfleet United für umgerechnet 45 Euro Jahresbeitrag sogar mehr Einfluss als Abramowitsch bei Chelsea: Sie werden bald die Aufstellung der Mannschaft steuern können. Trainer Liam Daish schlägt sein Team vor, die User stimmen darüber ab. „Aber letztlich ist doch die Gefahr größer, dass ich mich mit einem Einzelnen überwerfe als mit 30 000 Leuten“, sagt der Coach.

Bislang wurde nur über den Ausrüster oder die Gestaltung von Shirts und Hosen abgestimmt. So wartet der Internet-Unternehmer Brooks neben dem windigen Trainingsplatz mit einem neuen Trikotsatz, was für echte Freude im Team sorgt. Trainer und Spieler sind zwar Vollprofis, aber verdienen im Schnitt gerade mal 2000 Euro im Monat.

Was aus der Ferne wie der bizarre Versuch eines Fußballmanager-Spiels mit echten Menschen wirkt, ist aus der Nähe betrachtet eine ziemlich reale Angelegenheit. „Wir merken jetzt, dass wir wirklich Verantwortung haben“, sagt Brooks und findet das manchmal „fast etwas gruselig“.

Rogan Taylor hat bisher fast 10 000 Menschen gefunden, die für einen Anteil am FC Liverpool 5000 Pfund investieren würden, die Kampagne kommt langsam in Schwung. Hochrangige Geschäftsleute, Banker

und Rechtsanwälte basteln an möglichen Übernahmemodelle und Satzungen, die sich am FC Barcelona orientieren sollen. Dort wählen die Mitglieder direkt den Präsidenten, und wie bei vielen anderen spanischen Clubs überbieten sich die Kandidaten in Wahlversprechen, die sie dann oft genug mit eigenem Geld einlösen. Doch auch eine Minderheitsbeteiligung oder andere Zwischenlösungen will Taylor zunächst nicht ausschließen, das Modell ist langfristig angelegt. Taylor spricht von einer „Konterrevolution“. Es könne doch nicht sein, „dass sich jeder hergelaufene Fremde einen Club kaufen kann, obwohl er nicht einmal das Geld dazu hat“.

Die beiden amerikanischen Investoren Tom Hicks und George Gillett sind im Februar 2007 wie Heuschrecken über den FC Liverpool hergefallen. Sie übernahmen den Club für 332 Millionen Euro, die dafür notwendigen Kredite sollen aus den Einnahmen des Clubs bedient werden. Das fällt inzwischen auch deshalb schwer, weil der FC Liverpool seit Monaten vom Streit

der neuen Inhaber paralyziert ist. Liverpool hat 141 Millionen Euro Schulden. Gillett will seine Anteile verkaufen, Hicks vielleicht auch, niemand weiß, was sie eigentlich vorhaben mit dem Club.

Der Aufstand der Fans begann, nachdem bekannt wurde, dass Hicks die Einnahmen aus Liverpool an seine Vereine in den USA, einen Baseball- und einen Eishockey-Club, weiterleiten will und Trainer Benítez, mit dem Liverpool 2005 die Champions League gewann, durch Jürgen Klinsmann ersetzen wollte. Gillett sagt, seine Familie habe Morddrohungen bekommen. So absurd ist diese Seifenoper aus der Investorenwelt, dass für einige Fans sogar Finanzinvestoren aus Dubai, die sich beim FC Liverpool einzukaufen versuchen, als Retter in der Not erscheinen.

Sowohl beim FC Liverpool als auch beim Ebbsfleet United verschmelzen auf erstaunliche Weise Globales und Lokales. Der kleine Club von der Themse hieß bis zum vorigen Jahr noch Gravesend & Northfleet und wurde umbenannt, weil in der

Clubs, die globale Marken wurden. Viele hat das von ihrem Club entfremdet, aber nun wird ihr FC Liverpool vielleicht gerade dank Internet und Globalisierung zu einem Verein der Fans.

Die Sehnsucht nach Teilhabe scheint überall groß zu sein. Will Brooks hat bereits Anfragen aus Dänemark, den USA und Italien abgelehnt, dort Vereine nach dem Vorbild von Ebbsfleet United zu übernehmen. In Israel funktioniert Hapoel Kiryat Shalom, ein Sechstligist aus Tel Aviv, nach ähnlichem Prinzip, und in Frankreich will die Internet-Community cmonclubdefoot.fr einen Verein kaufen.

In Deutschland sind zwar viele Fans längst Mitglieder in ihren Vereinen, aber weil ihr Mitspracherecht bei den Proficlubs inzwischen drastisch reduziert wurde, gibt es hierzulande ähnliche Projekte.

Auf der Website klub-der-fans.de haben sich mehr als 4000 Fans registrieren lassen, um einen Verein zu übernehmen. Und in dieser Woche startet deinfussballclub.de,

eine virtuelle Spielgemeinschaft des Medienunternehmers Dirk Daniel Stöveken. Sie will 49 Prozent der Anteile des ehemaligen Zweitligisten Fortuna Köln übernehmen. Voraussetzung: Es finden sich 30 000 Mitglieder, die 39,95 Euro pro Jahr zahlen wollen.

Schirmherr des Projekts ist der Filmregisseur Sönke Wortmann. Der Club war in den vergangenen Jahren bis in die fünftklassige Verbandsliga abgerutscht, nachdem sich Präsident Jean Löring zurückgezogen hatte. Der Verein gehört aber immer noch zu denjenigen mit den meisten Jugendmannschaften in Deutschland. Über die Mannschaftsaufstellung werden die User aber nicht abstimmen können. Wortmann sieht dadurch „die Autorität des Trainers untergraben“. Trotzdem glaubt Wortmann an den Erfolg des Modells, „weil es sehr bodenständig ist“.

Bei Ebbsfleet United hingegen ist schon das erste Fußballmärchen des Internetzeitalters wahr geworden. United hat das Pokalfinale für unterklassige Mannschaften erreicht und darf am 10. Mai zum ersten Mal in der Vereinsgeschichte im Wembley-Stadion spielen. 20 000 Fans werden dabei sein, darunter auch viele Mitglieder von myfootballclub.co.uk, die inzwischen eine fast altmodische Anhänglichkeit entwickelt haben.

Als Trainer Daish der Ebbsfleet-Community neulich mitteilte, dass er gern tragbare Tore fürs Training hätte, wurden innerhalb von anderthalb Stunden 2000 Euro gesammelt. Früher ist man für so etwas in der Vereinskneipe mit einer Zigarrenkiste herumgegangen.

CHRISTOPH BIERMANN



Fan-Protest in Liverpool: Seifenoper aus der Investorenwelt

Nachbarschaft des neuen Eurostar-Bahnhofs Ebbsfleet auf der Strecke von England zum Kontinent eine gleichnamige Ortschaft mit 10 000 neuen Wohnungen entsteht. Roly Edwards und seine Kollegen spekulierten schon vor der Übernahme durch myfootballclub.co.uk auf die zukünftigen Bewohner als Fans. Mit der Hilfe aus dem Internet will der Club nun auch vor Ort attraktiver werden, die Pläne für ein neues Stadion sind fast fertig.

Shareliverpoolfc.com wiederum wendet sich an Fans in der ganzen Welt. Die zweitmeisten Zugriffe kommen aus Norwegen, wo 30 000 organisierte Fans leben, und die Internet-Seite gibt es inzwischen auch auf Chinesisch. Taylor glaubt, dass sein Modell mit wachsender räumlicher Entfernung an Reiz gewinnt. „Wie attraktiv muss es für einen Geschäftsmann in Hongkong sein, der immer nur aus der Ferne Fan sein konnte, ein Teil des FC Liverpool zu werden wie jeder andere?“

Zum Unwillen vieler alteingesessener Fans gehörte der FC Liverpool zu den