

SCHWAAD LAPPE

FC vs. VfL Wolfsburg · Samstag, 15.08.2009 · Nummer 39



Hallo FC-Fans,

nach dem **Pflichtsieg** in der ersten Runde des **DFB-Pokals** folgte eine **verdiente Niederlage am ersten Spieltag der Bundesliga**. Im Dortmunder Westfalenstadion wirkte das Team unseres neuen Trainers Soldo überfordert und besonders im Spiel nach vorne lief wenig zusammen. Einzig unser portugiesischer **Neuzugang Maniche** ließ sein Können einige Mal aufblitzen und

wird uns, sobald er seine konditionellen Defizite vollständig abgebaut hat, hoffentlich enorm weiterhelfen.

Außerdem dürfen wir nicht vergessen, dass drei absolute Leistungsträger unserer Mannschaft in Dortmund verletzungsbedingt aussetzen mussten. Natürlich blicken wir auf die beiden ersten Spiele der Saison noch im weiteren Verlauf des Flyers detailliert zurück.

Am heutigen Samstag findet das **erste Heimspiel** gegen den **VfL Wolfsburg** statt. Die graue Maus aus Niedersachsen ist in der vergangenen Spielzeit Deutscher Meister geworden und der Erfolg eines solchen **Werk- bzw. Retortenvereins** wird in Zukunft wohl leider keine Ausnahme mehr bleiben. Nachdem Projekt Hoffenheim geht bereits der nächste Modellversuch in dieser Hinsicht an den Start. In der Nähe von Leipzig hat sich der Energy-Drink-Hersteller **Red Bull die Kontrolle über den Oberligisten SSV Markranstädt gesichert**, und der Verein wird zukünftig unter dem Namen Rasen Ballsport Leipzig auf Punktejagd gehen.

Im heutigen Schwaadlappe werden wir uns dieser Thematik annehmen und Euch über Hintergründe und Gefahren dieser Entwicklung informieren. Darüber hinaus gibt es nach der Sommerpause wieder einige Kaufempfehlungen.

Unser Fanzine „Mentalita Kölsch“ erscheint mittlerweile zum 14. Mal und enthält wieder eine Vielzahl interessanter Themen. Natürlich gibt es auch wie gewohnt die Spielberichte zu allen Pflichtspielen der vergangenen Rückrunde. Neben unserem eigenen Fanzine erschien nach der Sommerpause auch eine neue Ausgabe des überregionalen Fanzines **„Blickfang Ultra“**, worüber wir Euch natürlich ebenfalls informieren möchten. Außerdem möchten wir Euch eine **CD** bzw. das Projekt hinter dieser CD vorstellen. Es handelt sich um einen **Solidaritäts-Sampler** und der Gewinn aus dem Verkauf fließt zu 100% in die Stadionverbotskasse. Die Stadionverbotskasse dient dazu, Mitgliedern unserer Gruppe, die von unverhältnismäßig harten Strafen und den damit verbundenen Kosten betroffen sind, finanziell unter die Arme zu greifen.

Ein weiterer Text dieser Ausgabe setzt die Reihe **„Stilmittel der Kurve“** fort und dieses Mal wird mit dem **Fanschal** einer der gängigsten Fanartikel näher betrachtet.

Viel Spaß beim Lesen! Schreien wir sie zum Sieg!



Rückblick: BSV Kickers Emden – FC 0:3

Das erste Pflichtspiel dieser Saison führte uns im Rahmen der 1. Runde des DFB-Pokals nach Emden. Das Spiel in Emden nutzte unsere Gruppe zu einem Abstecher ans Meer und so machten wir uns bereits in der Nacht von Freitag auf Samstag mit zwei 50er Bussen auf den Weg. Trotz der recht kühlen Temperaturen und Ebbe verbrachten wir einige Stunden an den Deichanlagen und im Watt der Nordsee. Die Sektion Stadionverbot sorgte mit Würstchen vom Grill für das leibliche Wohl der Anwesenden und nach dem obligatorischen Foto ging es gemeinsam mit dem Bus der Boyz in Richtung Stadion.

Die Partie in Emden bedeutete für vier Mitglieder der Wilden Horde das Ende ihres Stadionverbotes. Willkommen zurück, Jungs! Natürlich geraten alle weiterhin bestehenden Stadionverbote deshalb nicht aus unserem Fokus und noch vor dem Anpfiff richtete sich ein lautstarker Gruß an alle Stadionverbotler. Stadionverbotler mit uns! Danach leiteten wir das Spiel im Block mit einigen kleineren Fahnen und Doppelhaltern ein. Auf dem Feld gestaltete sich die Anfangsphase gegen die fünftklassigen Kickers aus Emden sehr mühsam.

Der Verein musste den hohen Lizenzauflagen des DFB für die 3. Liga Tribut zollen und zog sich freiwillig in die fünftklassige Oberliga zurück. Die neu formierte Mannschaft hielt allerdings gut dagegen und erst in der 37. Minute konnte Mohamad per Kopf das 1:0 für den FC erzielen. Die Stimmung im Gästeblock lässt sich während der ersten 45 Minuten als eher durchschnittlich bezeichnen. Zu Beginn der Begegnung war die Euphorie des Saisonstarts noch spürbar, aber gegen Ende der Halbzeit flachte die Stimmung leider immer weiter ab.

Nach dem Pausentee änderte sich auf dem grünen Rasen zunächst wenig und ab der 52. Minute mussten die Gastgeber nach einer gelb-roten Karte in Unterzahl weiterspielen. Kurz danach konnte Sanou auf 2:0 erhöhen und die Partie war entschieden. Unter den 1.500 anwesenden Kölnern steigerte sich die Stimmung gegen Ende des Spiels wieder etwas und fand seinen Ausdruck im Vortrag einiger bekannter kölscher Klassiker. Zwei Minuten vor Ablauf der regulären Spielzeit traf der zurückgekehrte Lukas Podolski mit einem Freistoß zum 3:0-Endstand. Anschließend wurde der Sieg gemeinsam mit der Mannschaft gefeiert und ohne besondere Vorkommnisse ging es zurück in die Domstadt.

Einstieg von Red Bull in Leipzig

Ein Thema, das von den Medien in der Sommerpause eher am Rande behandelt wurde, war der Einstieg des österreichischen Getränkeherstellers Red Bull beim fünftklassigen SSV Markranstädt. Der Verein aus einem Leipziger Vorort trat sein Startrecht in der Oberliga ab und am vergangenen Samstag ging der neue Verein RB Leipzig erstmals auf Punktejagd. RB steht dabei offiziell nicht für Red Bull sondern für Rasen Ballsport, allerdings ist die gewünschte Assoziation des Vereinskürzels mit dem Brause-Konzern selbstverständlich gewünscht. Notwendig wird diese Namensgebung aufgrund einer Vorschrift des DFB, nach der lediglich Sponsoren im Vereinsnamen vorkommen dürfen, wenn dies auf eine traditionelle und langjährige Verbindung zurückzuführen ist, wie im Falle von Carl-Zeiss Jena zum Beispiel.

Die zweite Mannschaft aus Jena war der erste Gegner der neu geschaffenen Mannschaft aus dem Leipziger Landkreis, das Spiel endete mit einem 1:1 und wurde von Protesten der FCC-Fans begleitet. Nach den Plänen von Red Bull-Besitzer Dietrich Mateschitz, soll RB Leipzig in naher Zukunft gegen die erste Mannschaft aus Jena antreten und mittelfristig soll im Leipziger Zentralstadion dann Bundesligafußball geboten werden. Die Namensrechte am WM-Stadion hat sich der Salzburger Konzern ab 2010 übrigens für 20 Jahre gesichert. Momentan spielt der Verein noch im „Stadion am Bad“ in Markranstädt, doch im kommenden Jahr wird der Verein nach Leipzig umziehen.

Die bevölkerungsreichste Stadt der neuen Bundesländer war bereits über einen längeren Zeitraum Ziel dieser Marketingstrategie, allerdings scheiterte ein Einstieg beim FC Sachsen Leipzig u.a. aufgrund monatelanger Proteste der Fans und den Bedenken des DFB. Ähnlich wie beim SV Austria Salzburg sollte die Tradition der ehemaligen BSG Chemie Leipzig (DDR-Meister:



1951, 1964, FDGB-Pokalsieger: 1966) ausgelöscht werden und der Verein zu einer reinen Werbemarionette verkommen. Neben der BSG Chemie ist Leipzig auch die Heimat des 1. FC Lokomotive Leipzig. Der ehemalige Europapokalfinalist, dessen Vorgängerverein VfB erster Deutscher Meister war, trifft am siebten Spieltag auf RB Leipzig. Bei diesem Spiel wird es im Zentralstadion zu einem ersten direkten Aufeinandertreffen der großen Leipziger Fußballtradition mit dem neu geschaffenen Werbekonstrukt kommen. Diese große Tradition und die Lage im Gebiet der ehemaligen DDR machten den Standort so attraktiv für diesen Einstieg.

Der ostdeutsche Fußball kränkelt seit der Wiedervereinigung und besonders in einer Stadt wie Leipzig sehnen sich die Menschen nach höherklassigem und erfolgreicherem Fußball. Dieses Kalkül veranlasste auch Red Bull einen Investitionsrahmen von angeblich bis zu 100 Millionen Euro zu veranschlagen. Allerdings werden zu Summen und Zahlen keine konkreten Angaben gemacht, eine Methode die auch bei Dietmar Hopps Investitionsobjekt aus Hoffenheim zu den gängigen Praktiken zählt. Wahrscheinlich würde die Bekanntgabe der tatsächlich investierten (Un-)Summen in der Öffentlichkeit Sympathien schmälern. Doch die Transfers der Spieler Neuhaus, Kläsenner und Hertzsch vom Zweitligisten Augsburg zu RB machen deutlich, in welcher Relation dem Fünftligisten finanzielle Mittel zur Verfügung stehen. Die Gesetzmäßigkeiten des Fußballs werden an diesem Punkt ausgehebelt und ein weiterer Verein aus der Retorte bahnt sich seinen Weg in höhere Klassen. Im Seniorenbereich konnte sich Red Bull den Startplatz des SSV Markranstädt erkaufen, allerdings blieben die Jugendabteilungen unter dem Dach des SSV Markranstädt und die benötigten Startplätze und Mannschaften wurden kurzerhand beim insolventen FC Sachsen eingekauft. Der Betrag von 100.000 Euro erscheint vor dem Hintergrund der mittelfristigen Ziele des neuen Vereins dann doch eher erbärmlich.

Die Zielvorgaben und Vorstellungen aus der Konzernzentrale in Salzburg sind dann auch der primäre Inhalt hinter dem gesamten Gebilde. Im Prinzip versucht Red Bull mit seinem Engagement im Fußball seine Marke bzw. sein Getränk noch weiter in der Mitte der Gesellschaft zu positionieren. Über gewachsene Traditionen und Strukturen im Volkssport wird sich dabei ohne Gewissen hinweggesetzt. Denn eben diese Traditionen sorgen zu einem beträchtlichen Teil für die Leidenschaft, Emotionen und die Begeisterung, die diesen Sport zu solch einem hohen gesellschaftlichen und kulturellen Gut gemacht haben. Eben diese Tatsache will sich Red Bull zu Nutze machen und den Stand des Volkssportes in der Gesellschaft nutzen, dass Vereine in diesem Plan eine untergeordnete Rolle spielen, wird billigend in Kauf genommen. Der Verein dient lediglich als Hülle des Sponsorings und wird praktisch zu einem Teil des Konzerns. So sollte das Logo des neuen Vereins fast 1:1 dem Logo der Getränkemarkte entsprechen, wogegen der Sächsische Fußballverband dann allerdings doch Einspruch aufgrund der zu deutlichen Assoziation mit dem Sponsor einlegte.

Zwar findet sich jetzt auf den Trikots kein Wappen, aber als Sponsor auf der Brust kann Red Bull natürlich trotzdem in Erscheinung treten. Die Auswirkungen einer solchen Entwicklung sind bereits heute im Profifußball zu erkennen. Vereine wie der VfL Wolfsburg oder die TSG Hoffenheim bestimmen das Bundesligageschehen mit und es scheint wohl nur noch eine Frage der Zeit, bis weitere Konzerne oder Einzelpersonen solch eine Einflussnahme im Fußball anstreben. Ein Beispiel für solche Geschäftspraktiken lieferte der Unternehmer Michael Kölmel.

Der Betreiber des Zentralstadions steht dem Einstieg Red Bulls sehr positiv gegenüber und erhofft sich endlich eine rentable Auslastung seiner Arena. Vor einigen Jahren sorgte Kölmel mit seiner Kinowelt AG bzw. der Sportwelt Beteiligungs GmbH im deutschen Fußball für Furore, als er erfolglosen Traditionsvereinen finanzielle Unterstützung zusicherte und ihnen somit zum Sprung in den Profifußball verhelfen sollte. Die meisten Vereine fanden sich anschließend in noch prekäreren Situationen



wieder und haben heute noch mit den Nachwirkungen zu kämpfen. Der SV Waldhof Mannheim stand u.a. aufgrund dieser Vorgeschichte schon mehrfach vor dem finanziellen Aus. Persönlich erhielt Kölmel wegen Untreue und vorsätzlicher Insolvenzverschleppung eine Bewährungsstrafe von 22 Monaten und eine Geldstrafe in Höhe von 126.000 Euro.

Dass solche Menschen dem Fußball über kurz oder lang schaden und mit ihrer Profitgier und persönlichen Interessen dem Spiel die Seele rauben, liegt auf der Hand. Eine Bundesliga dominiert von Clubs, deren primäre Ausrichtung einzig und allein auf eine erfolgreiche Markenpositionierung zielt, ist unter keinen Umständen erstrebenswert. Vereine sind keine Konzerne, sondern stehen stellvertretend für die Millionen Menschen, die mit Leib und Seele an ihnen hängen. Ein Fußballclub ist auch immer eines der Aushängeschilder seiner Stadt oder seines Stadtteils. Wenn diese Funktion für die Interessen eines Konzerns in den Hintergrund gerät, dann ist dies sehr bedenklich für die weitere Entwicklung des Fußballs.

Einen anderen Weg gingen die Fans der beiden großen Leipziger Vereine. Nachdem der VfB Leipzig Insolvenz angemeldet hatte und sich vom Spielbetrieb abmelden musste, gründete die aktive Fanszene den Verein unter dem alten Namen aus DDR-Zeiten FC Lokomotive Leipzig neu. Ein Beispiel wozu Fans aus Liebe und Leidenschaft in der Lage sind, vor allem spielt besagter Verein mittlerweile wieder in der Oberliga im oberen Tabellendrittel. Auch unter den aktiven Fans des FC Sachsen rund um die Ultra-Gruppierungen Diablos Leutzsch hegte sich gegenüber der Vereinsführung immer größerer Unmut, der im vergangenen Jahr dazu führte, dass die Fans einen neuen Verein unter dem traditionellen Namen BSG Chemie Leipzig mit der Heimat im Stadtteil Leutzsch gründeten.

Zwei Projekte die deutlich zeigen, was Leidenschaft und Liebe bewegen können. Natürlich schlagen diese Emotionen oft auch in die andere Richtung aus und die Rivalität zwischen den Anhängern beider Clubs gilt als eine der erbittertsten in Deutschland, auch RB Leipzig erhielt schon Gegenwind von den Fans beider Vereine. Von Unbekannten wurde z.B. der Rasen in Markranstädt mit Hilfe einer Chemikalie unbespielbar gemacht, in den Medien war auch die Rede von Androhungen tätlicher Angriffe gegenüber den Spielern des neuen Clubs, was u.a. zu Absagen von Testspielen führte. Natürlich schlagen solche Aktionen auch teilweise über die Strenge und liefern den Befürwortern des Projektes weiteren Vorschub, aber

die Ablehnung gegen Red Bull in Reihen der Fußballfans lässt sich auch sachlich fundieren und wir hoffen, dass wir Euch mit diesem Text einen kritische Sichtweise auf das gesamte Konzept eröffnet haben.

Neue Farben, keine Tradition gab es auch in Salzburg schon! Red Bull verpiss dich! Der Fußball gehört uns!



Fanzine „Blickfang Ultra“

Pünktlich zum Start der neuen Saison erschien die 13. Ausgabe des überregionalen Fanzines „Blickfang Ultra“. Auf 87 Seiten erwarten Euch wieder Bilder und Texte aus den Kurven Deutschlands und Europas.

Themen der aktuellen Ausgabe: Interview Schickeria München · Matchreport: u.a. Darmstadt vs. Mannheim · Saisonrückblick Hansa Rostock · Blick in die Kurve: Violet Crew Osnabrück · Blick in die Kurve: BSG Chemie Leipzig · Vorstellung deutschsprachiger Fanzines · Klänge aus der Kurve, Leserbrief, Fotoseiten und vieles mehr...

Das Heft kostet 3 Euro und weitere Informationen über die Bezugsmöglichkeit der aktuellen Ausgabe erhaltet Ihr bei jedem Heimspiel an unserem Stand hinter S3.

Für weitere Informationen: www.blickfang-ultra.de



Rückblick: BV Borussia 09 Dortmund - FC 1:0

Das Auswärtsspiel in Dortmund stellte für den FC den Start in die 47. Saison der Fußball-Bundesliga dar. Unsere Gruppe reiste gemeinsam mit weiteren Gruppierungen und Fanclubs der aktiven Fanszene schon frühzeitig mit dem Zug ins Ruhrgebiet.

Dem Aufruf im Trikot nach Dortmund zu fahren, folgte erfreulicherweise ein Großteil der Kölner unter den 7.500 Gästefans. Im Gästeblock wurde das Spiel durch eine gemeinsame Aktion mit den Ultras des BVB eingeläutet.

Während wir in unserem Sektor das Spruchband „Neue Farben, keine Tradition...“ zeigten, vollendete die Dortmunder Gruppe „The Unity“ den Satz mit dem Spruchband „gab es auch in Salzburg schon!“. Anschließend kamen in beiden Kurven Spruchbänder mit dem identischen Text („Red Bull verpiss dich! Der Fußball gehört uns!“) zum Vorschein. Diese Aktion richtet sich gegen den Einstieg des Getränkeherstellers beim fünftklassigen Leipziger Vorortclub Markranstädt, worauf wir in einem separaten Text in diesem Schwaadlappe eingegangen sind.

Nach den Ausfällen von Novakovic, Geromel und Podolski stand die Partie bereits im Vorfeld unter keinem guten Stern. Aufgrund dieser Verletzungsmisere musste der portugiesische Neuzugang Maniche sogar von Anfang an auflaufen, obwohl ihm im konditionellen Bereich noch einige Trainingseinheiten fehlen dürften. So begann das Spiel wie erwartet: der FC wurde von Beginn an in die eigene Hälfte gedrängt und konnte keine wirklichen Akzente im Spiel nach vorne setzen. Allerdings blieb es bis zur Pause beim 0:0, was vor allem der starken Leistung von Mondragon zu verdanken war.

Die Stimmung unter den mitgereisten FC-Fans war während der ersten 45 Minuten sicherlich in Ordnung, aber bleibt ausbaufähig. Einige Gesänge wurden von einem großen Teil des Gästeanhangs mitgetragen und erreichten eine beachtliche Lautstärke, aber immer wieder gab es Phasen, in denen die Unterstützung abnahm und nur noch von einem Teil der kölschen Schlachtenbummler im Stehplatzbereich getragen wurde. Besonders schwierig gestaltet sich im Dortmunder Gästeblock die Koordination der Gesänge zwischen Ober- und Unterrang, was allerdings beim diesjährigen Auftritt besser gelang als noch vergangene Saison. Nach dem Pausentee intensivierte der BVB die Angriffsbemühungen und in den ersten 15 Minuten des zweiten Durchgangs entstand ein regelrechtes Powerplay. Doch unser kolumbianischer Torhüter war weiterhin nicht zu bezwingen und hielt den FC im Spiel. Die Dortmunder Südtribüne zeigte in dieser Phase des Spiels auch ein ums andere Mal, welches Potential in ihr steckt, jedoch hielt der Gästeblock gut dagegen und feierte jede Parade unseres Schlussmannes.

Nach dieser Druckphase der Borussia konnte sich unser Team zwar etwas befreien und sogar für kurzzeitige Entlastung nach vorne sorgen, doch in der 75. Minute sorgte Matip mit einem Eigentor für das 0:1. Nachdem Rückstand gelang es der Mannschaft nicht mehr entscheidende Akzente nach vorne zu setzen und es blieb bei einer verdienten 0:1-Niederlage. Die Unterstützung der Mannschaft nahm gegen Ende der Begegnung aufgrund des Spielverlaufes und der kaum vorhandenen Torchancen leider immer weiter ab.



CD-Vorstellung „Diffidati con Noi“

Die CD „Diffidati con Noi“ (italienisch: Ausgesperrte/Verbannte mit uns) stammt aus dem Hause Diffidati Records und es handelt sich um einen Sampler mit verschiedenen Liedern aus den Bereichen Punk und Ska. Der Gedanke hinter diesem Projekt ist die finanzielle Unterstützung von Fußballfans, die von einem Stadionverbot betroffen sind, um z.B. etwaige Anwalts- und Gerichtskosten zu decken. Der gesamte Gewinn des Verkaufs der Tonträger kommt der Stadionverbotskasse zu Gute. Alle Bands auf dem Solidaritäts-Sampler haben Fußballbezug und im folgenden könnt Ihr die Trackliste einsehen:



- 1 – Fightball – 1.3.1.2.
- 2 – Klasse Kriminale – Goal
- 3 – The Last Minute – Banned for a Life
- 4 – Suspenders – Como Vengais !!!
- 5 – Los Fastidios – Football is coming
- 6 – Brigata Alcolica – Ultrá
- 7 – Bootstroke – Ena Goal
- 8 – Cervelli Stanki – Frana
- 9 – Banda del Rione – Eterno Amore
- 10 – Freiboiter – Law and Order
- 11 – The Offenders – Run from Riot Squad
- 12 – Reazione – Allo Stadio
- 13 – Stage Bottles – Come Together
- 14 – Lumpen – Fino alla Vittoria
- 15 – Tennentz Colombo – Il Calcio é cambiato
- 16 – Feine Sahne Fischfilet – Solidarität
- 17 – Klasse Kriminale – Anti Police Hooligans
- 18 – Bull Brigade – Sulla Collina
- 19 – The Bayonets – My Life my Destiny
- 20 – Oire Mutter – Geschichten aus der Kurve
- 21 – Statuto – Ragazzo Ultrá (Live)

Die CD kostet 8 Euro und weitere Informationen über die Bezugsmöglichkeit erhaltet Ihr bei jedem Heimspiel an unserem Stand hinter S3.

Stilmittel der Kurve: Schals

Egal ob Jugendlicher in der Südkurve, Familienvater auf der Osttribüne oder Geschäftsfrau in einer VIP-Loge; fast jeder Stadionbesucher trägt einen rot-weißen Schal, um auf diese Art und Weise seine Verbundenheit zum FC auszudrücken. Die ersten Generationen der Schals waren selbst genäht und ganz klassisch im rot-weißen Balkenmuster gehalten. Außerdem waren die enorme Länge und die Fransen charakteristisch für diese Art der Schals. Ähnlich wie der Fußball und die Fankultur entwickelten sich auch die verschiedenen Schaltypen immer weiter. Bedruckte Schals, Jacquardschals und Seidenschals sind neben den klassischen Woll- und Balkenschals mittlerweile unter den Fans verbreitet. Zusätzlich zu diesen verschie-

denen Arten hat sich aber auch die Gestaltung der Schals verändert. Bestanden die meisten Motive anfangs aus dem Namensschriftzug des Vereins und dem Vereinswappen an den beiden Enden des Schals, sind der Gestaltung mittlerweile keine Grenzen mehr gesetzt. Schals werden von den Konterfeis einzelner Spieler geziert, Sponsoren haben Schals als Werbefläche entdeckt und für Frauen gibt es Schals sogar in rosa.

In unseren Augen gerät der eigentliche Sinn und Zweck eines Schals auf diese Art und Weise allerdings stark in den Hintergrund. Auf der anderen Rheinseite haben Schals mit einem Sponsorenschriftzug wohl ihre traurige Berechtigung, aber jeder Kölner sollte sich darauf besinnen, was er mit dem Tragen eines Schals ausdrücken will. Ebenso wenig verständlich ist ein Schal in den Farbtönen rosa und

weinrot, der auf die Wünsche der Damenwelt abgestimmt sein soll. Diese Farbkombination hat in keinster Weise eine Verbindung zum FC oder zu unserer Stadt und wird in ähnlicher Art und Weise bei fast jedem x-beliebigen Bundesligisten produziert und angeboten. Ein Schal ist kein modisches Accessoire, sondern ein Symbol für Treue und Ausdruck seiner Liebe zu unseren rot-weißen Farben.

Natürlich kann unserer Gruppe vorgehalten werden, dass wir bereits Schals in gelb produziert haben, allerdings ist diese Farbe charakteristisch für unsere Gruppe und solche Artikel sind unseren Mitgliedern in geringer Stückzahl vorbehalten und werden nicht dazu genutzt, um potentielle Käuferschichten anzusprechen. Außerdem steckt hinter der Gestaltung von eigenen Artikeln und Schals die Intention seiner Liebe zum Verein und der Verbundenheit zu seiner Gruppierung Ausdruck zu verleihen.

Besonders die Schals gewisser Gruppierungen sind in bestimmten Kreisen ein begehrtes Objekt und dieser Trend des „Schalzockens“ scheint in Deutschland wieder schwer in Mode gekommen zu sein. Zunächst einmal halten wir es für sinnlos diesem Trend hinterherzurennen. Wenn Ultra-Gruppen dies untereinander tun ist es eine Sache, doch

Unbeteiligte zu berauben ist einfach nur erbärmlich. Dennoch sollte natürlich jeder auf seine Schals aber auch Fahnen oder Kleidungsstücke aufpassen und diese im Notfall auch verteidigen. Schließlich sind es Symbole der Leidenschaft, Verbundenheit und Liebe zu unserem Verein und unserer Stadt.

In manchen Stadien dieser Republik sind Schals mittlerweile das einzige erlaubte Fanutensil, was sicherlich eine bedenkliche Entwicklung ist. Allerdings sollte ein Schal aus diesem Anlass unbedingt zur Pflichtausrüstung eines jeden kölschen Schlachtenbummler gehören. Der Anblick einer Schalparade im Gästeblock und einer solchen roten Wand sind schließlich ein beeindruckend. Bei Heimspielen entsteht dieses beeindruckende Bild jedoch meistens lediglich zu Spielbeginn bzw. beim Abspielen unserer Hymne.

Eine Schalparade während dem Spiel zur Untermauerung des passenden Liedes sollte zum Repertoire der Kurve werden. Der optische Effekt bei dieser Art der Unterstützung ist nicht zu unterschätzen und jeder Besucher der Südkurve kann sich daran beteiligen.

Also werdet aktiv und präsentiert beim nächsten Spiel, wenn das „Veedel“ erklingt, stolz Euren Schal!



Fanzine „Mentalita Kölsch“

Am 15. August 2009 erscheint die 14. Ausgabe des Fanzines „Mentalita Kölsch“ der Wilden Horde 1996! Auf 136 Seiten erwarten Euch zunächst Spielberichte zu sämtlichen Pflichtspielen des 1. FC Köln aus der Rückrunde 08 / 09. In der Rubrik „Unsere Sicht“ versuchen wir zudem, die Ereignisse der vergangenen Monate rund um unseren Verein und unsere Kurve ausführlicher aufzuarbeiten, und schließlich finden auch einige Partien der FC-Amateure Erwähnung. Darüber hinaus ist das Heft mit vielen weiteren Rubriken gefüllt:



- Ultra und Polizeigewalt
- Das Megaphon erzählt
- Fanclub-Vorstellung „RE7-Crew“
- Historischer Spielbericht: Montpellier – FC '97
- 5 Jahre Junge Horde
- Roots & Culture: Die Ausstellungen der WH
- „Pro Fans“: Rückblick auf die letzten Monate
- Argentinien – verrückt nach Fußball
- Spielberichte aus Paris
- Pariser Kampagne für ein traditionelles Trikot

Weitere Texte und Informationen über unsere Gruppe und die Südkurve runden die 14. Ausgabe unseres Fanzines ab.

Die Ausgabe ist ab sofort zum Preis von nur noch 2,50 Euro auf folgenden Wegen käuflich zu erwerben:

- vor den Heimspielen bei unseren Handverkäufern im Umfeld des Müngersdorfer Stadions
- nach den Heimspielen in unseren Räumlichkeiten am Albert-Richter-Radstadion
- per E-Mail unter fanzine@wh96.de



FC vs. VfL Wolfsburg · Schwaadlappe Nr. 39 · 15.08.2009 · Auflage: 5.000
Kontakt: publikationen@wh96.de (Schwaadlappe) · stimmung@suedkurve-koeln.de (Stimmung) info@wh96.de (WH allgemein) · WILDE HORDE seit 1996

Der „Schwaadlappe“ ist kein Erzeugnis im Sinne des Presserechts, sondern ein kostenloser Rundbrief der Wilden Horde an Freunde und Fans des 1. FC Köln.