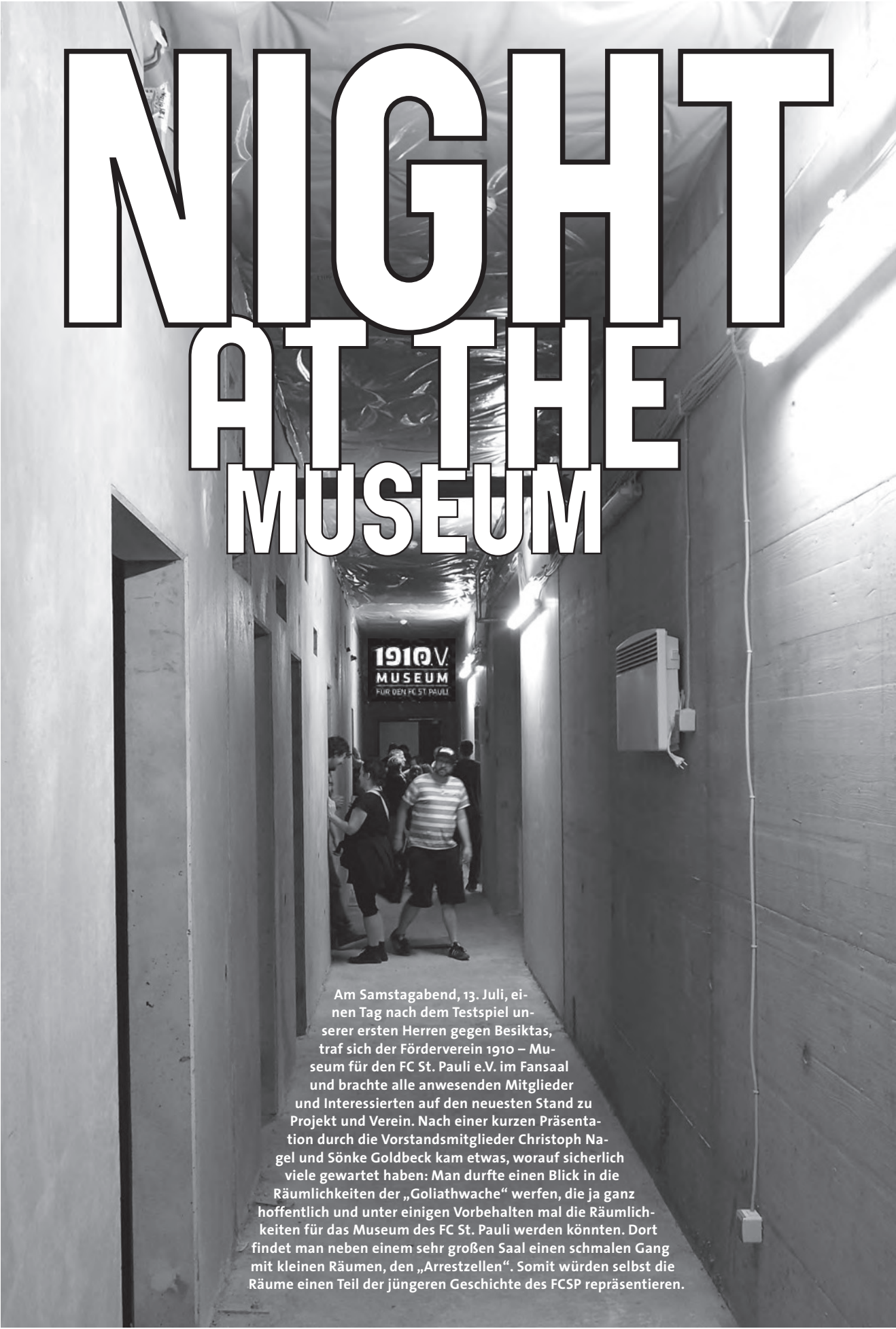


NIGHT AT THE MUSEUM



Am Samstagabend, 13. Juli, einen Tag nach dem Testspiel unserer ersten Herren gegen Besiktas, traf sich der Förderverein 1910 – Museum für den FC St. Pauli e.V. im Fansaal und brachte alle anwesenden Mitglieder und Interessierten auf den neuesten Stand zu Projekt und Verein. Nach einer kurzen Präsentation durch die Vorstandsmitglieder Christoph Nagel und Sönke Goldbeck kam etwas, worauf sicherlich viele gewartet haben: Man durfte einen Blick in die Räumlichkeiten der „Goliathwache“ werfen, die ja ganz hoffentlich und unter einigen Vorbehalten mal die Räumlichkeiten für das Museum des FC St. Pauli werden könnten. Dort findet man neben einem sehr großen Saal einen schmalen Gang mit kleinen Räumen, den „Arrestzellen“. Somit würden selbst die Räume einen Teil der jüngeren Geschichte des FCSP repräsentieren.

Im Anschluss gab es dann noch ein nettes Beisammensein bei Punkrock, Bier und zwanglosem Gesabbel im Fansaal. Am folgenden Sonntagabend traf ich Christoph und Sönke im Konferenzraum der Fanräume zu einem langwierigen, aber genauso kurzweiligen Interview über das Museum, den Stand und wie es weitergeht.

Bringing Up Baby

ÜS: Wie seid Ihr beide denn zum Museumsverein gekommen?

Christoph: Bei mir lag es relativ nahe, da ich in Zusammenhang mit dem Jubiläumsbuch ja quasi „Vorarbeit“ geleistet hatte. Mein Autorenkollege Michael - der von uns Museumsleuten einer der größten Sammler ist - und ich waren somit recht früh bei dem Thema dabei. Ich selber bin eher ein Sammler von Geschichten, nicht so sehr von Dingen. Das ergänzt sich somit sehr gut. Wir hatten dann also über unsere Bücher viele Geschichten und Informationen veröffentlichten können, aber es gibt darüber hinaus natürlich Dinge, die man über die Buchform nicht optimal vermitteln kann. Die Atmosphäre im Millerntor musst du multimedial erzählen können. Da braucht's z. B. gute Akustik, Surround-Sound, und so habe ich beim Schreiben gemerkt, dass ich gerne noch einen Sinn mehr zur Vermittlung gehabt hätte. Daher ist es ungeheuer spannend, das Medium „Museum“ zu haben. Die Dinge dann nicht über Texttafeln zu erzählen, sondern dreidimensional und alle Sinne ansprechend, finde ich sehr spannend. Somit war ich Gründungsmitglied, aber anfangs noch nicht im Vorstand. Das haben wir neulich verändert. Ursprünglich waren im Vorstand Michael Pahl, Bernd-Georg Spies und Roger Hasenbein vertreten und bei unserer 1910-JHV im März wurden auch Sönke und ich mit in den Vorstand gewählt, um die Arbeit auf mehr Schultern zu verteilen.

Sönke: Bei mir ging's mit der AG Stadionbau los, wo ich sehr intensiv mitgearbeitet hatte, und so saß irgendwann Michael Pahl mit in der Runde und sagte, „Wir brauchen noch Platz für'n Museum. Habt Ihr daran gedacht?“ Neben der Fläche der Polizeiwache gab es damals noch eine so gerade ausreichende im südlichen Bereich der Gegengerade. Durch Planänderungen wurde die dann aber viel zu klein. Somit wurde umso deutlicher, dass eine Gegengerade, die komplett für den FCSP zur Verfügung steht, die einzige langfristig sinnvolle Lösung für einen wachsenden Verein darstellt. Für das Museum ist das sogar eine Entscheidung um „Leben und Tod“, gleichzeitig musste umgehend gehandelt werden. Ich habe dann ein paar Aspekte wie z. B. einen vorläufigen Nutzungsplan für die Fläche vorangetrieben und steckte plötzlich mitten drin im Projekt „Museum“. Auf den ersten Blick klingt ein Museum vielleicht nicht sonderlich sexy, aber wenn man beginnt, in die Thematik einzusteigen, fasziniert die Vielfältigkeit und die Chancen eines solchen Projekts. Und natürlich entsteht da auch der Ehrgeiz, nicht „irgendetwas“ zu realisieren, sondern das „beste Museum aller Zeiten“ – natürlich im Sinne von am besten zu unserem Verein und sei-

nem Umfeld passend. Es darf also auf keinen Fall auf eine staubige Sammlung von Pokalen und Trikots hinauslaufen.

ÜS: Warum braucht der FC St. Pauli ein Museum? Und was hat der ortsansässige Fan davon? Ist das nicht in erster Linie etwas für Touristen?

Christoph: Interessant, dass Du sagst, „für Touristen“. Viele Stimmen sagen eher, dass sei was für Hardcore-Fans und Sammler. Natürlich gibt es aber auch darüber hinaus ganz viele verschiedene Zielgruppen. In jedem Fall wird man aber auch dann etwas vom Museum haben, wenn man den FC St. Pauli noch nicht kennt. Das Spektrum beginnt beim Hamburg-Touristen und geht über den „Totenkopf-T-Shirt-Käufer“, Sympathisanten oder Gelegenheitsfan, der es ganz spannend findet, mehr über den Verein zu erfahren, bis hin zum echten „Insider“, der vielleicht schon seit den 1960er- oder 70er-Jahren fest mit dem Verein verwoben ist. Die und alle dazwischen werden etwas davon haben – und zwar nicht nur einen informativen, sondern auch einen emotionalen Wert. Emotionen sind für uns ebenso wichtig wie die reine Vermittlung von Wissen.

Blast from the Past

ÜS: Okay. Aber bislang geht's doch auch ohne. Warum brauchen wir nun das Museum?

Christoph: Zum Beispiel, weil es hier vielleicht eine der oder ggf. sogar die ungewöhnlichste „Erfolgsgeschichte“ gibt, die der Sport jemals geschrieben hat. Und zwar weil es zum einen keine Erfolgsgeschichte im eigentlichen Sinne ist und zum anderen nicht nur mit Sport zu tun hat. Das ist der Unterschied. Reine Fußballmuseen finde ich oft vergleichsweise langweilig. Keines von denen, die ich bislang besucht habe, hat mich wirklich überzeugt, denn dort hat man sich größtenteils auf Ergebnisse und Erfolge konzentriert. Pokale und so was. Es gibt schon einige etwas bessere Beispiele, aber mein Interesse wird erst dann wirklich geweckt, wenn es über den engen Rand des Sports hinausgeht. Das hast Du beim FC St. Pauli automatisch. Sofort kommt doch die Frage auf, was der Verein für den Stadtteil und der Stadtteil für den Verein bedeutet. Auch durch die Werte der Fanszene hast Du automatisch Dinge, die über den Tellerrand des Fußballs hinausgehen. Und ganz entscheidend ist: Für die Identität des Vereins spielt der sportliche Erfolg keine so große Rolle wie bei vielen anderen Clubs. Im Buch haben wir damals geschrieben, der FC St. Pauli habe etwas geschafft, was viele Menschen sich wünschen, nämlich nicht wegen des Erfolges geliebt zu werden, sondern um seiner Selbst willen. Und dieses „Selbst“ wollen wir erklären und vermitteln. Wie kann es sein, dass ein so erfolgloser Gurenkлуб weltweit bekannt und beliebt ist? Zudem sucht der Verein ja auch ständig neu nach seiner Identität und somit ist auch die Selbstfindung spannend und ungeheuer wichtig. Ebenso werden die Ziele ständig neu definiert: Wer sind wir, wo wollen wir hin, Spagat, „Kommerz“ und Werte... Und dafür braucht der Verein auch einen Ort, der Anstöße liefert, wo man hingehen kann und sich an Dinge erinnert: Wer sind wir, wo kommen wir her? Darüber hinaus meine ich jedoch auch, dass

viele einen ganz persönlichen Nutzen daraus ziehen können. Nenn es „Seelenwaschanlage“ oder so: Wenn Du gerade mal eine Scheißlebensphase haben solltest und Du gehst da rein und schaust dir die genüsslich ausgelebten Krisen des FC St. Pauli an und siehst aber auch, dass er da immer wieder rauskommt, dann kann das auch Dir Trost und Hilfe spenden. Naja, und zum Schluss kann jeder seine intensivsten braun-weißen Momente wieder erleben: „Bokal“-Serie, Aufstiege, Abstiege, Derbysiege. Gänsehaut und Nachdenklichkeit. Ein Museum, das Deine Stimmung verändern kann.

Sönke: Wichtig ist auch, dass ein Museum, wie wir es uns vorstellen, viel mehr ist, als das, was man landläufig damit assoziiert. Man denkt natürlich automatisch an Ausstellungen, aber zu einem vollständigen Museum gehört ein Archiv bzw. Depot, in dem wichtige Dinge geschützt aufbewahrt und wenn nötig auch restauriert werden, dazu gehört die wissenschaftliche Einordnung der Objekte. Ein Museum dient also auch der Forschung und erst, wenn es um Vermittlung geht, ist dann die Ausstellung eine der verschiedenen Möglichkeiten der Außenwirkung. Es geht aber auch eine virtuelle Vermittlung, z.B. über Websites, oder eine ideelle, z.B. in der pädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen oder mit Vorträgen. In unserem Fall ist noch wichtig, dass das Archiv natürlich den ganzen Verein abdecken soll und nicht nur die 1. Fußballherren. Auch andere Abteilungen außerhalb des medialen Rampenlichts sollen sich zumindest im Archiv, aber natürlich auch in den Ausstellungen wiederfinden können. Und wie Christoph schon sagte: Das FC St. Pauli-Museum soll uns selbst als Fans dieses Vereins als Reflektionspunkt dienen, aber auch in der Außenwirkung Dinge über den Verein vermitteln. Um die Gegengerade, wie sie jetzt ist, zu verstehen, muss man zum Beispiel ihre Vergangenheit kennen. Um das Heute zu verstehen, muss man wissen, wo es her kommt. Und nur wenn man das Heute dann auch wirklich verstanden hat, kann man die Zukunft gestalten. Und um noch mal direkt bei Christoph anzuknüpfen: Ein titelfreier Stadtteilverein aus der zweiten Liga mit einer derartigen internationalen Strahlkraft ist ein Phänomen. Wir haben bspw. Fanclubs in England, USA oder Katalonien, und zwar nicht von Exil-Hamburgern, sondern von Menschen, die toll finden, für was der FC St. Pauli ihrer Meinung nach steht. Dieses Spannungsfeld zwischen Internationalismus und Stadtteilbezogenheit ist somit eben sehr interessant.

ÜS: Dann war ich einmal im Museum. Und dann?

Christoph: Der Reiz zum Immerwiederkommen wird durch die Qualität der wechselnden Ausstellungen entstehen. Aber auch die Dauerausstellung, die modular aufgebaut werden soll, wird immer wieder verändert werden. Du wirst aber nicht nur ein zweites Mal hingehen wollen, weil es etwas Neues gibt, sondern auch, um es einfach noch einmal zu sehen. Deine Lieblings-CD hörst Du ja

auch nicht nur einmal. Das Museum wird vielschichtig sein und viel Positives in dir auslösen. Seien es neue Gedanken oder Emotionen. Momentan können wir das natürlich nur versprechen, aber mit zunehmender Zeit und den noch folgenden Veranstaltungen wird immer deutlicher werden, wie wir uns das vorstellen.

Neben der Vergangenheit kann natürlich auch die Zukunft thematisiert werden. Das Museum als kollektiver Think-Tank sozusagen.

Sönke: Da könnte dann thematisiert werden, welche Herausforderungen der Verein und seine Fanszene in den nächsten 10 Jahren zu bewältigen haben. Welche Trends gibt es, die heute bestimmend sind? Sei es Kommerzialisierung und Professionalisierung, seien es die ständigen Sicherheitsdebatten. Und wenn man das behält und anpasst, dann weiß man, welche Herausforderungen ein Verein früher hatte, aber aus der Sicht von früher und nicht aus der Rückschau. Und man kann prüfen, was von den Prognosen eingetreten ist. Welche Kämpfe wurden geführt und wie erfolgreich waren sie?

Aber genau wie jetzt werden wir natürlich auch nach Fertigstellung des Museums viele Veranstaltungen machen. Die aktuell stattfindenden bzw. geplanten (Aufstieg 1988, „Ein Kessel Braun-Weißes 2“ mit Fanräume im November, „Fußball und Liebe“ Ende September) sind also ein Ausblick auf das, was uns später erwartet.

Extrem wichtig: der FCSP erhält endlich ein systematisch betriebenes Archiv als Gedächtnis des Vereins.

Das Ganze ist wie ein Puzzle. Wir setzen jetzt bereits die ersten Puzzlestücke zusammen und es werden immer mehr. Und das Puzzle verändert sich ständig.

Expect the Unexpected

ÜS: So, genug theoretisiert. Was erwartet uns denn dann genau?

Christoph: Für ein fertiges Konzept ist es jetzt noch zu früh.

Momentan konzipieren wir bereits konkrete Ausstellungen und Veranstaltungen, die schon lange vor der Eröffnung des Museums stattfinden (Aufstieg 1988, Fußball und Liebe, Stadion-Ausstellung). Das macht uns und unsere Ziele mit 1910 e.V. nicht nur öffentlich wahrnehmbar, sondern wir sammeln so natürlich auch Erfahrung.

Es könnte sein, dass wir im Eingang nicht irgendeinen pompösen Meisterschafts-Pokal hinstellen (wir haben ja auch keinen), dass der Besucher aber ein optisches und akustisches Gefühl vermittelt bekommt, wie es ein Spieler hat, der ins Millerntor einläuft. Grundsatz bei allem: Möglichst viele oder alle Sinne ansprechen. Wenn Du dann entsprechend emotionalisiert ins Museum reinkommst und dann landest Du gleich in der Pokalabteilung und dort steht in einem großen Raum einzig der Oddset-Pokal, dann hast Du auch gleich wieder eine ironische Brechung drin – die aber nicht nur Effekt ist.

Denn gehst Du dann weiter, ist die ironische Brechung dann rückblickend doch nicht so groß, denn Du merkst, dass mit diesem Oddset-Pokal eine Geschichte verbunden ist, und

diese Geschichte ist das Entscheidende. Selbst ein Champions-League-Pokal ist ohne seine Geschichte nur eine große Vase.

Erst lachst Du, und dann erinnerst Du Dich oder die Ausstellung erinnert Dich: dass der Gewinn des Oddset-Pokals 2005 für die jüngere Vereinsgeschichte ggf. eines der wichtigsten Daten war. Ohne den Oddset-Pokal hätten wir jetzt kein dreiviertelwertiges neues Stadion und würden vielleicht auch nicht zweite Liga spielen. Möglicherweise würde es uns sogar gar nicht mehr geben!

Denn den Oddset-Pokal musste der FC St. Pauli als Regionalligist ja bekanntlich gewinnen, um sich in der Folgesaison für den DFB-Pokal zu qualifizieren. Und dann kam die „Bokal“-Serie, die den Verein finanziell saniert hat. Was hat dieser Popelpokal uns an Glück gebracht. Unvergessliche Fußballspiele. Und ich würde niemals irgendein Champions-League-Finale gegen FC St. Pauli - Hertha BSC im DFB-Pokal-Viertelfinale eintauschen. Ich glaube nicht, dass auf höherem sportlichem Niveau das emotionale Niveau größer sein kann. Das ist nicht steigerbar.

Sönke: Naja, Oberhausen 1:1, Christoph...

Christoph: (lacht) Ja, aber das war ein Moment, das Herthaspiel waren gleich mehrere solcher Momente, dann wieder Rückschläge – das wurde immer dramatischer. Hab jetzt schon wieder Gänsehaut, wenn ich daran denke!

Unsere Helden in der „Bokal“-Serie in diesen seltsamen Camouflagetrikots finde ich halt tausendmal geiler, als wenn da Figo und Ronaldo über den Platz rennen. Dass der Erfolg bei uns nicht selbstverständlich ist, das ist toll.

Toll ist aber auch, dass wir mit dem Gegenteil umgehen können. Um wieder ans Museum zu denken, können wir uns dort z.B. auch eine „Scheiß-St.Pauli“-Ecke leisten. St. Pauli als „Feindbild“ finden wir sehr interessant, weil das „um die Ecke“ zeigt, dass der Verein eben doch für einiges steht, auch wenn ihm das heute einige absprechen wollen.

Unser Museumspate Benedikt Pliquett hat übrigens angeboten, den Schuh vom Derby-Sieg, mit dem er die HSV-Eckfahne umgetreten hat, unserem Museum zur Verfügung zu stellen. Da hast Du dann ein Ausstellungsstück und Du hast eine wunderbare Geschichte dazu zu erzählen. Und diese Ge-

schichte führt dann auch zu den zahlreichen heftigen Reaktionen diverser HSV-Fans. Da ist dann der nahtlose Übergang zum FC St. Pauli als Feindbild.

So kannst Du viele Momente schaffen. Du kannst das Derby wieder erleben. Aber Du kannst auch vorher etliche Gürkenderbys zeigen, um die Freude über diesen einen Derbyieg noch verständlicher zu machen.

Ein Gegenbeispiel: Im Borusseum (Museum vom BVB) werden nur siegreiche oder unent-



Sönke Goldbeck ist Vorstandsmitglied bei 1910 e.V., Mitglied im ständigen Fanausschuss und der AG Stadionbau, dabei besonders aktiv im Bereich Polizeiwache / Sicherung der Gegengerade für Vereinszwecke. Sönke hatte sich mal vorgenommen, nie Ämter anzunehmen oder sich in Vereinspolitik einzumischen – ist damit aber gründlich gescheitert. Im 1910 e.V. ist er u.a. für den Business Plan und Projektmanagement zuständig.

schiedene Derbys gegen Schalke 04 gezeigt. Die Niederlagen finden gar nicht statt.

Sönke: Wir wollen auch nicht rein chronologisch, sondern themenbezogen vorgehen. Vorstellbar sind – neben anderen wichtigen Themen – zwei Räume, einen mit der „Hall of Fame“, also den größten Erfolgen und einen mit der „Hall of Shame“, da kommen die ganzen Misserfolge rein. Davon gibt's ja genügend.

Christoph: Spätestens wenn wir das erwähnen, versteht jeder, warum wir viel Fläche brauchen ... (lacht)

Sönke: Die „Shame“-Momente sind aber auch wichtig, um zu verstehen, wo diese intensive Freude z.B. beim Platzsturm in Fürth zum Aufstieg herkommt.

Christoph: Die köstlichsten Erfolge im Leben und in diesem Verein sind immer ein „Trotzdem“. Erst das macht sie so schön, denn sie sind nie selbstverständlich.

Wichtig ist mir aber, dass wir neben dem „Wiedererleben“ immer auch Tiefe in der Information bieten wollen. Es wird kein reines Emotions- und Spaßmuseum mit flachen Inhalten. Man kann von jeder Stelle aus tiefer einsteigen, was man z. B. mit Tablets bewerkstelligen kann. Wenn Dich was interessiert, kannst Du dir zu-

Devotionalien wie Benes Derbysieger-Schuh auszustellen, sondern auch und gerade die Inhalte von Fans. Zum Beispiel sind historische Banner, bemalte Bettlaken, Tapeten usw. für uns super interessant. Leider gehen ja diese Dinge sehr leicht verloren. Die Banner „St. Pauli ohne Hafensstraße ist wie Bundesliga ohne den FC St. Pauli“, die durchs Viertel getragen wurden, sind ein gutes Beispiel. Oder die Proteste gegen das „Phantom der Oper“, oder das Original-Transpi zum „Sport-Dome“

...Oder die ersten Fan-T-Shirts. Es gab vor „Volker hört die Signale“ auch ein Franz-Gerber-Shirt, das wir zu gerne hätten. Oder auch Aufkleber, Flugblätter oder deren Entwürfe.

Sönke: Aber auch die Prozesse dazu: warum nicht was zu Übersteiger-Redaktionssitzungen. Wie gehen die, wie haben die sich verändert? Wie entsteht eine Choreographie von USP oder damals bei Carpe Diem & Co.? Das Endprodukt kennen wir alle, aber den Prozess dahin kennen nur sehr wenige. Wer sitzt mit wem wo zusammen und entscheidet, dass eine Demo gemacht wird oder eben dass keine Demo gemacht wird? Was läuft hinter den Kulissen?

Needful Things

Christoph: Dafür brauchen wir u.a. Sachspenden. Wir haben noch einiges von der Jahrhundertausstellung, aber wer irgendwas Interessantes hat, soll sich gern bei uns melden unter info@1910-museum.de. Und dann wird sich unsere AG Archiv/Sammlung melden. Auch ruhig nachfragen, wenn man sich nicht ganz sicher ist, ob irgend etwas brauch-

bar ist. Aber nicht nur Dinge, sondern auch Geschichten und Wissen sind für uns spannend, z.B. um Zeitzeugen-Interviews aufzeichnen zu können.

Sönke: Toll ist eben, wenn man zu den Dingen auch die Geschichte weiß und uns diese auf einem Zettel beilegt. Dann können wir es besser einordnen. Übrigens sind ggf. auch sehr banal wirkende Dinge interessant. Alte Aufkleber zum Beispiel ... Kaum Material- aber ggf. hoher ideeller Wert. Mit der richtigen Story und dem Wissen um die Herkunft kann das ein wichtiger Baustein für die Geschichte des Vereins sein. Wir sammeln ja nicht nur für die Ausstellung, sondern auch für das Ar-

chiv, das Gedächtnis des Vereins, was derzeit einfach nicht vorhanden ist.

Christoph: Ein weiterer Grund, warum wir viel mehr Ausstellungsstücke brauchen, als wir auf einmal im Museum zeigen können, ist, dass wir sehr viele Sonderausstellungen machen werden. Das Museum wird nicht statisch werden, sondern wird sich immer verändern und immer etwas Neues zeigen.

Assault on Precinct 13

ÜS: **Wie ist denn der Stand der Goliathwachenplanung?**

Sönke: Dazu kann man nicht viel sagen. Man sollte da den Verhandlungen zwischen FC St. Pauli und Stadt nicht vorgreifen. Nur so viel: Wir sind optimistisch, aber gejubelt wird erst, wenn die Unterschrift trocken ist.

The Color of Money

ÜS: **Und finanziell? Wie sieht's denn in Sachen Finanzierung aus? Die Veranstaltungen dienen ja sicherlich auch dazu, Mittel zu generieren, oder?**
Christoph: Das ist so, ja!

Sönke: Wir liegen leicht über der Erwartung. Das Problem ist natürlich, dass wir aufgrund der ungeklärten Situation der „Goliathwache“ beim Fundraising im Moment nur mit angezogener Handbremse fahren können. Große Kampagnen und Großsponsorenakquise finden daher noch nicht statt. Aber aus Veranstaltungen und durch unsere 250 Mitglieder kommt was zusammen. Wir haben auch schon Unterstützungs-Zusagen von der AFM und von Ballkult und noch etlichen weiteren Personen und Institutionen.

Allerdings haben wir natürlich auch schon Ausgaben. Und zwar dort, wo wir nicht abhängig sind von der Fläche der Goliathwache. Zum Beispiel im Archiv. Das bauen wir jetzt schon auf, und das kostet halt Geld.

Wir überlegen aber auch weitere Dinge, die nicht mit der Ausstellungsfläche zusammenhängen. Zum Beispiel wollen wir gerne Infotafeln im Stadion, aber auch im Stadtteil aufhängen. An Orten, die relevant für die Vereinsgeschichte sind. Zum Beispiel an der Schlachtereier Miller, wo die „Wunderelf“ sich nach dem Krieg ihre „Fleischprämien“ holte. Oder in der Gegengerade, wo die Infotafel dann auch bei Stadionführungen zum Tragen kommen wird. Mit alten Fotos vor dem Umbau oder aus den Jahrzehnten davor.

Help!

ÜS: **Was kann ich denn als Interessierter machen, um Euch zu unterstützen?**

Christoph: Am besten und einfachsten: Mitglied bei 1910 e.V. werden! Dazu geht man auf unsere Website www.1910-museum.de, drückt sich den Mitgliedsantrag aus, unterschreibt ihn und sendet ihn gescannt oder per Post an uns zu. Aus rechtlichen Gründen geht leider kein Onlineformular. Ab 24 Euro im Jahr ist man dabei. Also 2 Euro im Monat. Man darf natürlich auch gerne mehr zahlen. Oder man besucht unseren Stand auf dem Südkurvenvorplatz bei Heimspielen und füllt dort einen Antrag aus.

Die Mitgliedsbeiträge stellen für uns eine erhebliche Sicherheit dar, da sie kalkulierbar



Christoph Nagel ist Vorstandsmitglied bei 1910 e.V., hat vorher zusammen mit Michael Pahl „FC St. Pauli - Das Buch. Der Verein und sein Viertel“ und „FC St. Pauli - Alles Drin“ verfasst. Seit 2004 als freier Redakteur für die VIVA ST. PAULI tätig. Christoph hatte seinerzeit über die Recherchen zum Buch immer mehr auch Kontakte zur aktiven Fanszene aufgebaut. Er ist Mitglied des Fanclubs „Optimistische Fatalisten“. St. Pauli hat ihn nach einer spaßreichen aber erfolglosen Jugendfußballkarriere zurück zum Fußball gebracht. Mit dem Beginn seines Geschichts-Studiums in HH lernte er seinen Kommilitonen Michael Pahl kennen. So kam es Mitte der 1990er- Jahre zu den ersten Besuchen beim FCSP.

sätzliche Informationen besorgen und den Museumsbesuch sogar bis nach Hause verlängern, weil Du eine gewisse Zeit lang auch von dort aus Zugriff auf das Material hast.

Sönke: Hier interessiert uns aber auch eine Interaktivität. Museum nicht als Einbahnstraße, sondern in beide Richtungen. So werden wir vermutlich Ausstellungsstücke, zu denen uns Informationen fehlen, online stellen und Fans können uns die Hintergründe und Informationen übermitteln. Sowohl Fakten, als auch Geschichten.

Christoph: Bei den Ausstellungstücken geht es auch nicht nur darum, die „Stars“ unter den

sind. Zudem ist die Mitgliederanzahl auch immer ein gutes Argument in der Außenwirkung. Da freuen wir uns also immer sehr drüber. Und wer glaubt: „Das läuft da ja alles prächtig. Da muss ich mich nicht engagieren...“: Nix da, wir brauchen Euch alle! Als Mitglied kann man natürlich aktiv mitarbeiten, sich engagieren und mit vollem Stimmrecht bei den Hauptversammlungen mitbestimmen, wo die Reise hingehen soll. Oder die Sache auch einfach nur finanziell unterstützen. Aber auch jeder, der unsere Veranstaltungen besucht, spendet, ein T-Shirt kauft, einen Aufkleber von 1910 e.V. irgendwo hinklebt, wo andere Leute ihn sehen, hilft uns.

Back to the Future

ÜS: Beim Stichwort „Museum“ denkt man an die Vergangenheit ... In der Rückschau hat sich ja beim FCSP tatsächlich viel getan. Wir haben ein fast fertiges neues Stadion, wir sind finanziell auf soliden Füßen, wir sind effektiv und professionell, wir spielen keinen Rumpelfußball mehr. Da gibt es bestimmt viele, die damit fremdeln. Sind wir noch der Schwarze Block oder schon die SPD des Fußballs geworden?

Christoph: Vielleicht sind wir es ja wieder. Bei einigen Reaktionen auf aktuelle Veränderungen (z.B. den Gegengeraden-Schriftzug „Kein Fußball den Faschisten!“) denkt man eigentlich, es gäbe einen Konsens. Liest man dann aber manche Kommentare aus dem Netz von

Auch darüber beschwerten sich manche Fans. Das sei ihnen dann doch persönlich zu viel. Es ist gut, wenn sich solche Leute an uns reiben können! Als Reaktion auf solche Statements kam auf Facebook und anderswo z.B. immer sofort, ob denn bei einem nicht-gleichgeschlechtlichen Paar kein Problem bestünde? Und vielleicht denkt derjenige dann noch mal nach.

Auch, dass vom FC St. Pauli ein kurzer Film geschaffen wurde, der die Zahlen zur völlig hysterisierten Sicherheitsdebatte gerade rückt, finde ich sehr gut,

Dazu die Eröffnung der Fanräume und die Gegengeradenbemalung durch die Fans: Ich sehe da in den letzten Monaten eine wahn-sinnig positive Entwicklung hin zu einer klaren Identität, wo Fanszene und Geschäftsstelle sehr positiv zusammenarbeiten. Natürlich immer wieder auch mal mit Rückschlägen oder Missverständnissen, aber die Richtung stimmt.

Sönke: Wenn man früher und heute vergleicht ist es schon so, dass der Verein erwachsen geworden ist. Und er ist auch gewachsen. In den glorreichen 1980er-Jahren waren hier 3000 Leute, da konnte man mit 100 Gleichgesinnten eine Kulturänderung herbeiführen. Auch heute bestimmt natürlich eine Minderheit besonders aktiver Fans und Vereinsmitglieder viel vom Gesamtbild des Vereins, aber es braucht heute mehr Energie,

The Great Rock'n'Roll-Swindle

ÜS: Ist der Spagat zwischen notwendiger Kommerzialisierung und Sozialromantik überhaupt zu schaffen?

Sönke: Ich glaube schon. Man muss nur gucken, wo man die Grenze zieht. Jeder Mensch muss ja in seinem Leben etliche Kompromisse schließen. Und viele projizieren nun einen Perfektionsanspruch auf den FCSP, den sie selber im Alltag gar nicht erfüllen könnten.

Der Verein ist das Idealbild und es reagieren dort Leute heftiger als in anderen Zusammenhängen. Im eigentlichen Vereinsmarketing, in der Außendarstellung, hat sich gefühlt in der letzten Zeit einiges massiv verbessert. Beispiele wären das Kiezhelden-Projekt - das sich natürlich noch beweisen muss - oder die Viva, die deutlich kreativer ist, als viele Spieltags-Propaganda-Blättchen, außerdem die Regenbogenfahne auf der Süd und der oben schon erwähnte Film zur Sicherheit in Stadien. In der Vermarktung, also da, wo das Geld hereinkommen soll, gibt es sicherlich noch massiv Raum für Verbesserungen. Dinge, die in der Vergangenheit zu starken Reaktionen geführt haben, kamen häufig aus dieser Ecke und es wurde für einen relativ kleinen finanziellen Vorteil ein recht großer ideeller Schaden angerichtet. Da ist mir zu wenig positive Kreativität - ich finde es schon etwas enttäuschend, wie wenig da kommt. Ich kann mich an keinen Moment der



Leuten, die sich als St. Pauli-Fans bezeichnen, dann wundert man sich und stellt fest, dass die offenbar nicht den leisesten Schimmer haben, wo wir herkommen. Die müssen dann schnell ins Museum und die Tradition des Vereins kennen lernen.

Ich fand den Gegengeraden-Schriftzug sehr wohltuend. Er ist eine wahnsinnig starke Geste im Fußball, die in Deutschland sonst fehlt. So gerade gemacht hat sich noch kein anderer Verein. Zwar gibt's immer mal irgendwelche Botschaften auf Videowalls, die sind aber auch schnell wieder weg. Unseren Schriftzug kriegste nicht wieder weg. Das ist ein Bekenntnis. Zack. Da zeigt St. Pauli klare Kante und es ist wichtig für die anderen, dass hier ein Grundkonsens herrschen sollte und es nicht nur um Fußball geht. Dass es Fans unseres Vereins gibt, die sich daran reiben, finde ich verblüffend, aber umso wichtiger wird die Klarheit in der Sache. Außerdem die Regenbogenfahne und die küssenden Männer auf der Gegengeraden.

um Veränderungen herbeizuführen oder den Folgen gesellschaftlicher Entwicklungen entgegenzuwirken.

Es ist auch nicht mehr die Frische und die Wut der ersten Jahre, sondern es gibt nun Strukturen, von denen einige extrem erfolgreich sind und Dinge ermöglichen, die früher undenkbar gewesen wären. Gleichzeitig können aber Strukturen auch Veränderungen hemmen und in manchen Fällen die Eigeninitiative, die immer schon ein ganz wesentlicher Faktor in der Entwicklung von Verein und Umfeld gewesen ist.

Wir sind immer noch ein ganz anderer Verein, als andere, aber wir müssen aufpassen, frisch und beweglich genug zu bleiben. Die Aktionen der Sozialromantiker habe ich z. B. genau in diesem Sinne wahrgenommen: nicht noch mehr Strukturen, sondern die Re-Aktivierung und Bündelung von Eigeninitiative. Das wird sicherlich in der historischen Betrachtung noch ganz spannend werden.

Art „Wow, das ist mal richtig gut““ erinnern. Wir hoffen da auch ein bisschen auf das Museum. Mit Museen wird normalerweise nicht das große Geld verdient. Wir erwarten zwar aufgrund der einmaligen Lage, recht schnell entsprechende Zuschauerzahlen zu erreichen. Wir haben mit den Verantwortlichen zahlreicher anderer Vereinsmuseen gesprochen, die beneiden uns fast alle um unsere Chancen. Wichtiger aber ist die ideelle Stärkung, die ehrliche Vermittlung, was diesen Verein und sein Umfeld in ihrer ganzen Komplexität ausmacht – und eine weitere Stärkung des Stadions als Herz des Vereins, auch außerhalb der Spieltage.

// Interview und Bilder: Mirco

Kontakt zum Verein 1910 e.V.:
www.1910-museum.de
blog.1910-museum.de
 Mail: info@1910-museum.de