

sportlicher Erfolg zu sein. Diesem Prinzip wird alles untergeordnet, und natürlich ist die Verlockung, durch entsprechende finanzielle Mittel kurzfristigen sportlichen Erfolg zu erzielen, auch in Köln groß. Doch im Jahr 2012 war es die Entscheidung der Mitglieder, statt des Vorstandsteams um Franz-Josef Wernze unseren jetzigen Vorstand erstmalig zu wählen. Dieses Beispiel zeigt, dass eine kritische Mitgliedschaft sehr wohl die Risiken beim Einstieg eines vermeintlichen Gönners erkennt. Mittlerweile gibt es genügend Beispiele dafür, wie Investoren ihr Engagement eher als Projekt sehen und damit die Existenz ganzer Vereine gefährden können. Ein System, welches der Selbstbestimmung durch die Fans und Mitglieder nicht den nötigen Schutz gewährt und stattdessen die Fremdbestimmung durch Konzerne fördert, ist auf lange Sicht zum Scheitern verurteilt.

Allerdings darf man die Funktion als Korrektiv auch nicht überschätzen. In Hamburg wurde der Einstieg des Investors Klaus-Michael Kühne durch die Mitglieder de facto erst ermöglicht. Offiziell spielt unsere Mannschaft auch nicht mehr im Müngersdorfer Stadion. In Leipzig konnten Fans vor etwas mehr als einem Jahr hingegen die Erhöhung der Eintrittspreise verhindern. Doch entscheidend ist, dass eine solche Mitbestimmung in Leipzig immer vom guten Willen der Verantwortlichen möglich ist. Eine verbrieftete Mitbestimmung gibt es nicht. Vor diesem Hintergrund sollten wir FC-Fans von unseren Möglichkeiten Gebrauch machen, und durch Mitgliedschaft im Verein und aktive Mitarbeit den Weg des 1. FC Köln mitgestalten!



FC-Choreo anlässlich des 68. Geburtstages unseres 1. FC Köln

Inhaltlich verantwortlich: **Südkurve 1. FC Köln e.V.**
 Kontakt: info@suedkurve.koeln · www.suedkurve.koeln
 September 2016

Infolyer des **Südkurve 1. FC Köln e.V.**
1. FC Köln vs. RB Leipzig · 25.09.2016 · 5. Spieltag



STATEMENT DES SÜDKURVE 1. FC KÖLN E.V. ZU RB LEIPZIG

Hallo FC-Fans,

Rasenballsport Leipzig oder kurz: RB Leipzig – eigentlich Red Bull Leipzig – heißt unser heutiger Gegner. Schon seit längerem, und spätestens seit dem Aufstieg in die Bundesliga, erhitzt dieses Projekt die Gemüter der Fußballfans. Daher möchten wir euch mit diesem Flyer unseren Standpunkt näher bringen und die Gründe für die Proteste gegen RB Leipzig erläutern.

Wer verbirgt sich hinter RB Leipzig?

Die Geschichte der Leipziger beginnt 2009. Der Aufstieg von der Oberliga bis in die Bundesliga wurde durch einen finanziellen Kraftakt des österreichischen Unternehmens Red Bull ermöglicht. Bekannt wurde der Konzern durch den Vertrieb eines taurinhaltigen Getränks mit gleichem Namen. Mittlerweile ist der Dosenhersteller dem sportinteressierten Publikum eher durch bzw. für seine vielfältigen Aktivitäten im Bereich des Sports bekannt.



Choreo „Millionen lieben den FC“

Die Idee, den Fußball als Werbepattform zu nutzen, ist nicht neu. Wormatia Worms und Eintracht Braunschweig gelten als Vorreiter der Trikotwerbung. Mit Bayer Leverkusen und dem VfL Wolfsburg fungieren zwei ehemalige Werksmannschaften mittlerweile als Werbeträger für die dahinterstehenden Konzerne. Red Bull „perfektioniert“ diese Idee jetzt und nutzt

den Fußball ausschließlich zur Wertsteigerung der eigenen Marke. Es wurde also ein Fußballverein gegründet, dessen primärer Zweck nicht der Spielbetrieb, sondern die Werbung für eine Marke ist. Dies bedeutet eine Zäsur für den deutschen Fußball, denn jede Fußballmannschaft hatte bisher zunächst den vorrangigen Zweck, Fußball zu spielen. Red Bull kehrt dieses Prinzip um.

Dementsprechend wurde auch der Standort Leipzig aus rein marktstrategischen Gründen für dieses Projekt ausgewählt. In der gesamten Region wurde seit Jahren kein hochklassiger Fußball mehr geboten und trotzdem existiert eine große Fußballtradition. Der Standort Leipzig war für Red Bull also ideal, die eigene Marke über den Fußball in Deutschland zu verbreiten. „Wir haben uns die Standorte Berlin und Düsseldorf angesehen und glauben, dass Leipzig für so ein Projekt perfekt geeignet ist“, sagte Andreas Sadlo, ehemaliger Präsident von RasenBallsport



Leipzig, im Herbst 2009. Die endgültige Entscheidung über den Einstieg fällt dann die Unternehmensleitung um Dietrich Mateschitz.

Wie wurde der Einstieg in Leipzig vollzogen?

Nachdem ein Einstieg von Red Bull bei Sachsen Leipzig im Jahr 2006 an den Mitgliedern des Vereins und einem Veto des DFB scheiterte, kam man in Fuschl am See auf eine andere Idee und hob einen eigenen eingetragenen Verein aus der Taufe.

Am 19. Mai 2009 wurde der neue Verein RasenBallsport Leipzig e. V. (RB Leipzig) gegründet. Um die DFB-Auflagen bei der Lizenzierung zu umgehen, übernahm RB Leipzig zu Beginn der Saison 2009/2010 das Startrecht der ersten Mannschaft des SSV Markranstädt, der damals unterhalb der Regionalliga und damit außerhalb des Zuständigkeitsbereichs des DFB spielte. Schließlich signalisierte der DFB zu Zeiten, als Red Bull einen Einstieg bei Sachsen Leipzig in Erwägung zog, Bedenken, was die Lizenzerteilung anging. Nun waren zunächst der Sächsische Fußball Verband sowie der Nordostdeutsche Fußballverband für RB Leipzig zuständig. Ein Jahr später gab RB Leipzig die Startrechte der zweiten bis vierten Mannschaft wieder nach Markranstädt und schuf aus der ersten Mannschaft des ESV Delitzsch eine zweite RB Leipzig Mannschaft. Bei aller Kritik an diesem Vorgehen sollte nicht unerwähnt bleiben, dass dies keine Erfindung von RB Leipzig ist. Startrechtsübernahmen sind im Leipziger Fußball auch von den Vereinen Chemie und Lokomotive bekannt, ebenso bediente sich Austria Salzburg dieses Mittels.

Der Sächsische Fußball Verband erteilte dem neuen RB Leipzig die Lizenz, stellte jedoch die Auflage, dass Änderungen am Vereinslogo vorgenommen werden mussten, da dieses zu stark an das Firmenlogo von Red Bull erinnerte. RB Leipzig lief in der Oberliga, in der der Verein seine Heimspiele im Stadion am Bad in Markranstädt austrug, wegen dieses Streits mit Trikots ohne Vereinslogo auf. Das Red Bull Logo war als „Sponsorenlogo“ dennoch groß auf den Trikots aufgedruckt. In Paragraph 12 der Satzung des Sächsischen Fußball Verbands heißt es eigentlich:



1. Ursprüngliches RB Leipzig Logo (vom Sächsischen Fußball-Verband 2009 abgelehnt)



2. Verändertes RB Leipzig Logo (vom DFB und dem Nordostdeutschen Fußball-Verband 2010 akzeptiert, von der DFL 2014 jedoch abgelehnt)



3. Heutiges RB Leipzig Logo (von der DFL 2014 akzeptiert)

„Änderungen, Ergänzungen oder Neugebung von Vereinsnamen und Vereinszeichen zum Zwecke der Werbung sind unzulässig. Verstöße dagegen führen zum Ausschluss aus dem Verband. Aus gleichem Grund kann die Neuaufnahme eines Vereins abgelehnt werden.“ RB Leipzig wurde dieser Paragraph aber nicht zum Verhängnis.

Trotz der zaghaften Widerstände im Sächsischen Fußball Verband gegen das Logo von RB Leipzig wurde für den neuen Club eine Ausnahme gemacht. Eigentlich hätte ein Verein, der in der Oberliga starten will, eine eigene Jugendabteilung vorweisen müssen, um die Lizenz für die Oberliga Nordost zu erhalten. RB Leipzig hatte vom SSV Markranstädt jedoch nur das Startrecht der ersten vier Mannschaften sowie das Seniorenteam übernommen. Doch beim Sächsischen Fußball Verband drückte man ein Auge zu und verpflichtete RB Leipzig, im Gegenzug quasi, die Jugendabteilung von Sachsen Leipzig zu übernehmen, gegen den mittlerweile ein Insolvenzverfahren eröffnet wurde.

Gegen Ende der ersten Saison von RB Leipzig akzeptierte der Sächsische Fußball Verband auch den neuen Logovorschlag des Vereins, der im Vergleich zum abgelehnten Logo nur minimal verändert wurde. So wurden die beiden roten Bullen, die vorher eins-zu-eins aus dem Red Bull Firmenlogo übernommen wurden, leicht abgeändert, in dem sie einen roten Streifen hinzugefügt bekamen. Seitdem machen die Bullen im RB Leipzig Logo einen bewegten Eindruck. Der „RB“ Schriftzug in dem Logo wurde weiterhin in der gleichen Schriftart gehalten, wie im geschützten Markenlogo von Red Bull. Doch für den Sächsischen Fußball Verband stellte dies offenbar keinen Verstoß gegen den eigenen Paragraph 12 dar, der Vereinslogos zu Werbezwecken eigentlich verbietet. Mit den weiteren Aufstiegen wechselte RB Leipzig in den Zuständigkeitsbereich des Nordostdeutschen Fußballverbands bzw. des DFB. Doch auch diese beiden Verbände hatten an dem damaligen Vereinslogo von RB Leipzig nichts zu beanstanden.

Stellt RB Leipzig einen Präzedenzfall dar?

Schwierigkeiten dürfte der DFB (und später auch die DFL) bei der Beanstandung des RB Leipzig Logos bekommen haben, weil man nur wenige Jahre vorher das Vereinslogo vom Leichtathletik Rasensport Ahlen e.V., damals besser bekannt unter LR Ahlen, durchgehen ließ. Das Vorgehen von RB Leipzig konnte letztlich funktionieren, weil LR Ahlen diesen Weg Jahre vorher ohne große Widerstände geebnet hatte.

Am 1. Juni 1996 entstand LR Ahlen durch eine Fusion aus TuS Ahlen und Blau-Weiß Ahlen. Das neue Vereinslogo von LR Ahlen wurde dabei stark an das Firmenlogo von LR International angelehnt, der Firma des Klubmäzens Helmut Spiker. Lediglich die Weltkugel im LR International Logo wurde durch einen Fußball ersetzt und der „International“ Schriftzug in einem anderen Layout durch



„LR Ahlen e.V.“ getauscht. Ein Vorgehen, das RB Leipzig später wiederholen sollte. Und auch bei der Namensgebung scheint man sich bei Red Bull an LR Ahlen orientiert zu haben. Die Bezeichnungen „RasenballSport“ (RB) und „Leichtathletik Rasensport“ (LR) klingen ähnlich und sind bei deutschen Fußballvereinen alles andere als üblich.



Logo von Leichtathletik Rasensport Ahlen e.V. (LR Ahlen) von 1996 bis 2006 (sowohl vom DFB als auch von der DFL akzeptiert)



Zum Vergleich das Firmenlogo von LR International, dem Unternehmen des Mäzens von LR Ahlen

Als letzte Hürde, um sich im deutschen Profifußball zu verankern, stand nach dem Aufstieg in die 2. Bundesliga für RB Leipzig die Lizenzierung durch die DFL für die Saison 2014/2015 bereit. Die DFL erteilte RB Leipzig zwar die Lizenz, knüpfte daran aber drei Auflagen: Der Verein sollte für einen besserer Zugang für neue Mitglieder sorgen, die Vereinsführung sollte mehrheitlich von Personen übernommen werden, die nicht zum Red Bull Konzern gehören und am Vereinslogo mussten erneut Änderungen vorgenommen werden.

RB Leipzig reagierte auf die DFL-Auflagen, führte sogenannte Silver- und Gold-Passiv-Mitgliedschaften ohne Möglichkeiten der Mitbestimmung ein und platzierte in der Vereinsführung teilweise Personen, die zwar in der Vergangenheit Aufträge von Red Bull (z.B. als freiberufliche Anwälte) erhielten, aber nicht hauptamtlich für den Konzern tätig waren.

Das Logo von RB Leipzig wurde auf Wunsch der DFL nochmals geändert. Statt der gelben Sonne aus dem Red Bull Logo, wurde nun ein Fußball in das RB Leipzig Logo aufgenommen. Auch hier gibt es wieder Parallelen zu LR Ahlen, wo eine Weltkugel statt nun einer Sonne durch einen Fußball ersetzt wurde. Zudem rückten die Buchstaben „RB“ neben den „Leipzig“ Schriftzug und waren fortan nicht mehr in der Schriftart gehalten, die auch im Red Bull Logo verwendet wird.

Damit war im Sommer 2014 für RB Leipzig der Weg frei in die Bundesliga. Bundesweite Proteste gegen RB Leipzig, die bereits beim ersten Pflichtspiel des Vereins in Jena begannen, über die Jahre jedoch nur zaghaft weitergeführt wurden, nahmen exakt ab Sommer 2014 rapide zu, was sich zum Beispiel in der Gründung der bundesweiten „Nein zu RB“ Kampagne bemerkbar machte. Die Aktivitäten gegen RB Leipzig wurden somit ab diesem Zeitpunkt zu Massenprotesten, als RB Leipzig die letzten Hürden bei der Lizenzierung bereits gemeistert hatte.

Gibt es noch weitere Engagements von Red Bull im Fußball?



Geld regiert die Welt – und RB bald die Fußballwelt?

Wie weiter oben bereits erwähnt wurde, ist Red Bull für seine Aktivitäten im Fußball bekannt und diese Aktivitäten gehen weit über die Aktivitäten eines normalen Sponsors hinaus. So gibt es in Sogakope (Ghana), Campinas (Brasilien), Harrison (USA), Salzburg und Liefering (beide Österreich) Fußballmannschaften, die ebenfalls unter dem Namen Red Bull agieren oder zumindest maßgeblich unter dem Einfluss von Red Bull stehen. Die Trikots, Logos und Vereinsfarben sind ähnlich bzw. gleich. Die Identität der Mannschaften bezieht sich in erster Linie nicht auf den Standort, sondern auf die Marke. Zusammenfassend kann man von einem Fußballkonzern sprechen. Die Eigenständigkeit der einzelnen Standorte spielt dabei keine Rolle.

Aus unserer Sicht prägen aber gerade die Eigenständigkeit und die damit verbundenen Alleinstellungsmerkmale den Fußball seit Generationen. Eigenständigkeit ermöglicht überhaupt erst die Identifikation, die im Umfeld von Vereinen wie dem 1. FC Köln eine solche Faszination auslöst. Die oben beschriebenen Strukturen sind jedoch nicht neu. Ajax Amsterdam besitzt beispielsweise eine Mannschaft in Südafrika (Ajax Cape Town) und der Volkswagen Konzern ist an drei Mannschaften (FC Bayern, VfL Wolfsburg und FC Ingolstadt) in der Bundesliga beteiligt. Solche Strukturen können langfristig zu Interessenkonflikten und damit auch zu Wettbewerbsverzerrungen führen.

Bis zum verstärkten Engagement in Leipzig lag der Fokus von Red Bull auf Salzburg. Die besten Spieler wurden in die Mozartstadt transferiert und insbesondere dem österreichischen Zweitligisten Liefering kam dabei eine Sonderstellung zu. Er firmierte nämlich inoffiziell als zweite Mannschaft der Salzburger und gewährte Talenten oder Ergänzungsspielern Spielpraxis. Nebenbei



Die einzige Tradition in Salzburg: Ausscheiden in der CL (Spruchband Rapid Wien)

Wie weiter oben bereits erwähnt wurde, ist Red Bull für seine Aktivitäten im Fußball bekannt und diese Aktivitäten gehen weit über die Aktivitäten eines normalen Sponsors hinaus. So gibt es in Sogakope (Ghana), Campinas (Brasilien), Harrison (USA), Salzburg und Liefering (beide Österreich) Fußballmannschaften, die ebenfalls unter dem Namen Red Bull agieren oder zumindest maßgeblich unter dem Einfluss von Red Bull stehen. Die Trikots, Logos und Vereinsfarben sind ähnlich bzw. gleich. Die Identität der Mannschaften bezieht sich in erster Linie nicht auf den Standort, sondern auf die Marke. Zusammenfassend kann man von einem Fußballkonzern sprechen. Die Eigenständigkeit der einzelnen Standorte spielt dabei keine Rolle.



umging man somit die Regelung, dass zweite Mannschaften nicht höher als in der drittklassigen Regionalliga antreten durften. Doch das Hauptaugenmerk hat sich verschoben. Spätestens seit dem erneuten Scheitern der Salzburger in der Qualifikation zur Champions League fungiert Red Bull Salzburg als „zweite Mannschaft“ der Leipziger. Der Leipziger Sportdirektor Rangnick hat somit Zugriff auf zwei Kader und kann beliebige Spieler zwischen beiden Standorten transferieren. Nicht überall trifft diese Praxis auf Gegenliebe. Ehemalige Salzburg-Spieler wie Martin Hinteregger gehen hart mit ihrem Ex-Arbeitgeber ins Gericht: „Ich habe [...] eine Wut auf Leipzig! Die Art und Weise, wie Leipzig Salzburg kaputt macht, ist nicht schön anzuschauen“. Vielleicht verschiebt sich die Diskussion auch noch dahingehend, dass die Leipziger Interessen den Interessen eines anderen Red Bull Standorts untergeordnet werden.

Wie funktioniert ein solcher Fußballkonzern?

Eine symbolische Ablöse von Salzburg nach Leipzig ist dabei eher schmückendes Beiwerk, denn das Geld bleibt schließlich im Konzern. Aktuell stehen sechs Spieler mit Salzburger Vergangenheit im Leipziger Kader. Beispielhaft für das Geschäftsgebaren ist der Transfer von Marcel Sabitzer. Der österreichische Nationalstürmer stand bei Rapid Wien unter Vertrag. Sein Kontrakt umfasste eine Klausel, die einen Transfer innerhalb Österreichs untersagte. RB Leipzig verpflichtete den Spieler daraufhin und verlieh ihn umgehend weiter an RB Salzburg. Es zeigt sich: Verträge mit Spielern verlieren somit noch weiter an Bedeutung und man kann von keinem Spieler erwarten vor diesen Rahmenbedingungen überhaupt noch ein Mindestmaß an Identifikation für seinen Arbeitgeber aufzubringen.

In diesem Sommer wechselte Naby Keita für 15 Millionen Euro aus Salzburg nach Leipzig. Insgesamt summierten sich die Transferausgaben der Leipziger auf ca. 50 Millionen Euro. Unser Erzrivale vom Niederrhein gab im selben Zeitraum 30 Millionen Euro für neue Spieler aus, generierte aber zugleich 45 Millionen Euro aus Verkäufen. Leipzigs Transfererlöse gehen hingegen gegen null Euro. Das Investitionsvolumen ist enorm und entkoppelt vom sportlichen Erfolg. Die UEFA gibt vor, mit dem Financial Fairplay eben jene Geschäftspraktiken zu unterbinden, indem die Ausgaben an die Einnahmen gekoppelt werden sollen. Da RB Leipzig jedoch noch an keinem internationalen Wettbewerb teilnimmt, betreffen diese Regularien den Verein noch nicht.

Welche Dimension hat das Engagement von Red Bull in Leipzig?

Während RB Leipzig in der Saison 2013/2014 als Drittligist „nur“ drei Millionen Euro Ablösesummen zahlte, steigerte sich dies bereits eine Saison später deutlich. In der Zweiten Bundesliga angekommen, wurden 2014/15 bereits gut 23 Millionen Euro in neues Personal investiert. In der letztjährigen Aufstiegs-



Spruchband „Mit Investoren gibt es keine Perspektive!“

saison waren es bereits 26 Millionen Euro, ehe in diesem Jahr der Betrag nochmals verdoppelt wurde. Das Leipziger Projekt wird von den Verantwortlichen vor Ort immer für seine Nachhaltigkeit gerühmt.

Insbesondere in Abgrenzung zu Traditionsvereinen wird in dieser Hinsicht auch gerne die Anders- und Einzigartigkeit des Projektes betont. Seit Gründung im Jahr 2009 standen mit Ralph Hasenhüttl, Ralf Rangnick, Achim Beierlorzer, Alexander Zorniger, Peter Pacult, Tomas Oral und Tino Vogel nicht weniger als sieben Trainer an der Seitenlinie. Sieben Trainer in sieben Jahren hat selbst unser FC nicht verschlissen! Nachhaltig soll bei RB angeblich auch die Nachwuchsarbeit sein. Allerdings äußerten sich bislang insbesondere Vertreter ostdeutscher Vereine, aber auch die Verantwortlichen von Eintracht Frankfurt und Hertha BSC, vermehrt kritisch über den Umgang der Leipziger mit Nachwuchsspielern. „Es herrscht eine Guerilla-Situation. Die gehen direkt an die jungen Spieler ran und bieten so viel Geld, dass es schwer ist, Nein zu sagen. Wegen der guten Luft geht bestimmt keiner nach Leipzig“, gab Peter Fischer, Präsident von Eintracht Frankfurt, im Sommer 2014 zu Protokoll.

In der diesjährigen Sommertransferperiode stellten zahlreiche Manager wie Jörg Schmadtke die Vorgänge auf dem Transfermarkt in Frage. Insbesondere durch die Summen, die mittlerweile von britischen Vereinen für Spielertransfers aufgerufen werden, ist der Markt überhitzt. Immer häufiger wird darüber diskutiert, ob sich nicht längst eine Spekulationsblase gebildet habe. Das hieße, dass der Umsatz bei diversen Transfers nicht dem tatsächlichen Wert des Spielers entspricht. Besonders für Vereine wie den 1. FC Köln stellt RB Leipzig keinen klassischen Aufsteiger und Konkurrenten dar. Trotz einer Stabilisierung und der dritten Bundesligasaison in Folge kann unser Verein lediglich ein deutlich geringeres Transfervolumen stemmen als RB Leipzig.

Vor allem für kleine und mittelgroße Teams birgt es Gefahren, diese Entwicklung mitzugehen. Jörg Schmadtke warnte davor, den Weg der finanzkräftigen Klubs mitzugehen: „Wenn der eine oder andere Verein glaubt, er müsse da mithalten, könnte das zum Problem werden. Ich bin gespannt, wenn einige in ein oder zwei Jahren Kassensturz machen.“ RB Leipzig ist sicher nicht die Ursache für diese Entwicklung, kann die Entwicklung aber in den nächsten Jahren in Deutschland noch weiter befeuern. Vor allem werden die Leipziger diesen Weg mitgehen können.



Was unterscheidet RB Leipzig von anderen Fußballvereinen?

Gerne verweisen die Leipziger Verantwortlichen auf die Auslastung des Stadions und man kann nicht behaupten, dass RB Leipzig kein bzw. nur ein geringes Interesse weckt. Insbesondere im Osten mobilisiert RB Leipzig die Fußballfans. Natürlich geschieht dies nicht im selben Maße wie der 1. FC Köln dies im Rheinland tut. Doch der eigentliche Unterschied liegt darin, dass FC-Fans ohne Probleme Teil Ihres Vereins werden können. Über 80.000 Mitglieder im 1. Fußball-Club Köln 01/07 e.V. sprechen diesbezüglich eine deutliche Sprache. In Leipzig beläuft sich die Zahl der Fördermitglieder hingegen nur auf ca. 600 Personen. Der Unterschied zwischen Mitgliedern und Fördermitgliedern besteht im nicht vorhandenen Stimmrecht, das in Leipzig nur einem exklusiven Personenbereich von 17 Personen vorbehalten ist.



„Da geht's lang!“. Demokratische Vereinsstrukturen? Fehlanzeige!

Nach deutschem Vereinsrecht ist die Mitgliederversammlung das oberste Organ eines jeden Vereins. Die Macht geht also von den Mitgliedern aus. Sie wählen beispielsweise den Vorstand und etwaige Kontrollgremien. Diese Möglichkeit zur Partizipation wird in Leipzig bewusst beschränkt. Dies geschieht zum einen über einen sehr hohen Mitgliedsbeitrag von 800 Euro und eine einmalige Aufnahmegebühr von

100 Euro. Zum anderen gibt es weitere hohe Hürden für die Aufnahme als stimmberechtigtes bzw. ordentliches Mitglied. Leider gibt es diesbezüglich keine näheren Informationen, da die Satzung des RasenBallSport Leipzig e.V. nicht öffentlich einsehbar ist. Zudem gibt es beispielsweise keine Möglichkeit über ein Formular auf der Homepage dem Verein als ordentliches Mitglied beizutreten. Lediglich Formulare zum Beitritt als förderndes Mitglied für 100, 500 oder 1.000 Euro Jahresbeitrag sind online zu finden. Diese Mitgliedschaften beinhalten allerdings kein Stimmrecht. Mit Abschluss einer fördernden Mitgliedschaft muss man übrigens die Satzung und alle weiteren Ordnungen akzeptieren.

Die Satzung des 1. FC Köln sieht hingegen vor, dass jedes Mitglied ab dem 18. Lebensjahr nicht nur stimmberechtigt ist, sondern auch die Möglichkeit hat, im Rahmen der Mitgliederversammlungen Anträge zu stellen. Das Demokratieverständnis könnte also unterschiedlicher nicht sein.

Wie gestaltet sich die Struktur von RB Leipzig?

Der Grund für die Struktur bei RB Leipzig liegt darin, dass der Verein de facto ein Teil der Konzernstruktur des österreichischen Getränkeherstellers Red Bull ist, und die Konzernführung auch die Kontrolle behalten möchte. Sämtliche Mitglieder stehen oder standen daher auch in engen beruflichen Beziehungen zu Red Bull. Über weitere Gremien des Vereins ist öffentlich so gut wie nichts bekannt. Zu Beginn dieses Jahres wurde aber publik, dass ein förderndes Mitglied in den Aufsichtsrat gewählt worden ist.



Mitglieder sind kein störendes Beiwerk, sondern das Herz eines jeden Vereins.

Selbstverständlich geschah dies erst nach einer längeren Bewerbungsprozedur und einer Prüfung durch den sogenannten Ehrenrat. Über die Personen und die Struktur der Gremien ist öffentlich nur sehr wenig bekannt. Die Vereins- bzw. Konzernführung legt in diesem Zusammenhang äußersten Wert auf Diskretion. Anders ausgedrückt, sind diese Strukturen in hohem Maße intransparent. Mittlerweile wurde der Spielbetrieb der Profifußballer in Leipzig zudem ausgegliedert und der Einfluss von Red Bull durch den Kauf von Kapitalanteilen weiter zementiert. Auch in Köln ist der Spielbetrieb ausgegliedert und der Einfluss der Mitglieder ist somit nicht mehr unmittelbar, sondern nur noch mittelbar möglich. Diese mittelbaren Einflussmöglichkeiten sind aber durch eine demokratische und öffentliche Satzung festgeschrieben. Der Mitgliederrat wird direkt durch die Mitglieder gewählt und entsendet zwei seiner Mitglieder in den Gemeinsamen Ausschuss, der über die wesentlichen Entscheidungen der ausgegliederten Kapitalgesellschaft entscheidet. Eine wirksame Kontrolle durch die Mitglieder wird somit ermöglicht. Zudem werden sämtliche Gremien transparent auf der Homepage vorgestellt.



Drückt man es in einem Besitzverhältnis aus, so gehört der 1. FC Köln seinen Mitgliedern; in Leipzig ist das Verhältnis umgekehrt. Die Zuschauer dienen dem Konzern als Kulisse, als unmündiges Beiwerk seiner Inszenierungen. Scheinbar gibt es bei den Verantwortlichen auch eine große Angst vor mündigen und kritischen Fans. In diesem Zusammenhang fallen dann Begrifflichkeiten wie „Übernahme der Macht“ und „chaotische Zustände“. Damit diskreditieren die Leipziger Verantwortlichen nicht nur alle Sympathisanten ihres Konstrukts, sondern die gesamte Basis des Volkssports Fußball. Ehrenamtliches Engagement und Mitbestimmung prägen und prägten die Vereine schließlich seit über einem Jahrhundert und diese Basis besteht nicht aus finanzstarken Konzernen, die aus Marketinggründen den Fußball als Bühne für ihr Produkt nutzen wollen.

Welchen Nutzen haben demokratische Strukturen für einen Fußballverein?

Entscheidend ist auch, dass Mitglieder und Fans mit einer Möglichkeit zur Mitbestimmung ein wichtiges Korrektiv bilden. Das Leipziger Konstrukt ist nur so lange nachhaltig, wie Red Bull bzw. Herr Mateschitz Interesse daran haben. Andernfalls ist RB Leipzig nichts weiter als ein ambitioniertes Projekt. Wie schnell Herr Mateschitz die Geduld verlieren kann, zeigt sich nicht nur durch Aussagen im Rahmen der verweigerten Lizenzierung („Gestatten Sie mir ein offenes Wort: Wir wollen niemanden zwangsbeglücken...“), sondern auch beim Umgang mit dem hauseigenen Fernsehsender ServusTV. Dort drohte er die Einstellung des Sendebetriebs für den Fall der Gründung eines Betriebsrates an. Unabhängige Kontrolle scheint für die Machenschaften des Konzerns einem Weltuntergangsszenario nahe zu kommen...

Die Existenz eines Vereins wie des 1. FC Köln hängt hingegen nicht von den Launen einzelner Personen ab, sondern wird auch und gerade durch eine starke und aktive Mitgliedschaft gesichert. In der öffentlichen Debatte spricht man oft von etablierten Traditionsvereinen. Die Pflege und der Erhalt solcher Traditionen wie Vereinsnamen, -wappen und -farben werden durch die Mitglieder aber erst gesichert. Das Unterscheidungsmerkmal ist somit nicht die Tradition oder eine längere Geschichte, sondern die Selbstbestimmung eines Vereins zur Pflege dieser identifikationsstiftenden Merkmale. Eine solche Identifikation in Leipzig ist abhängig vom Konzept der Verantwortlichen in der Konzernzentrale. Die einzige Konstante scheint maximale Aufmerksamkeit und



Protestspruchband in der Südkurve gegen den ehemaligen FC-Investor Franz-Josef Wernze