

Andreas Luh

„Wir sind die Ruhrpott-Kanaken“ – Fußball und Identität im Ruhrgebiet 1920 - 2000

Ruhrgebiet

Ihr seid das Ruhrgebiet,
die Droge, die mich aufrecht hält,
wo nur die Freundschaft zählt,
Ihr seid das Ruhrgebiet.
Und das Ruhrgebiet bin ich.

Hier kannst Du leben,
beim Fußball und beim Bier,
bist nie alleine bei uns im Revier.
Wir gehen gemeinsam durch dick und dünn.
Hier ist meine Heimat, hier gehör´ ich hin ...

...singt der Kölner Schlagersänger Wolfgang Petry in seiner ´Liebeserklärung´ an das Ruhrgebiet, die seit Mitte der neunziger Jahre zur Hymne der Jugend und der jüngeren Erwachsenen im Revier und in den Fußballstadien entlang von Emscher und Ruhr geworden ist. Das Bekenntnis zum Ruhrgebiet als Lebensraum ist seit den neunziger Jahren zu einem zentralen Baustein der sozialen Identität von immer mehr Menschen im ´Revier´ geworden, wie verschiedene Untersuchungen bestätigen. Die Frage „Würden sie sich selbst als Mensch aus dem Ruhrgebiet bezeichnen?“ beantworteten im März 1997 bei einer repräsentativen Studie im Auftrag des Kommunalverbandes Ruhrgebiet 83,2% der angesprochenen Bewohner des Ruhrgebiets mit „Ja“, ein Ergebnis das noch zwanzig Jahre zuvor undenkbar gewesen wäre¹. Wie im folgenden Beitrag zu zeigen sein wird, hat eine regionale Identitätsbildung auch bei der Anhängerschaft der Spitzenvereine im Ruhrgebiet stattgefunden. Aber mehr als das: Der Spitzenfußball im Ruhrgebiet wurde aufgrund seiner Erfolge in den neunziger Jahren zu einem *Katalysator einer regionalen Identitätsbildung*. Für diese These des vorliegenden Beitrages lassen sich weitere Indizien anführen:

Ein anfangs überraschendes, inzwischen gewohntes Heimzuschauerverhalten sind die dröhnenden „Ruuh-Pott, Ruuh-Pott“-Rufe bei Bundesligabegegnungen von Ruhrgebietsvereinen gegen auswärtige Mannschaften im Duisburger Wedau-, im Bochumer Ruhr-, im Dortmunder Westfalen-, im Gelsenkirchener Parkstadion und neuestens auch in der „Arena AufSchalke“. Werden die Fans in den Stadien des Ruhrgebietes von Anhängerscharen nord- oder süddeutscher Bundesligavereine mit dem abwertenden „Ihr seid die Ruhrpott-Kanaken, Ruhrpott-Kanaken“ provoziert, so ertönt aus den Fankurven der Ruhrgebietsvereine das stolz gerufene Bekenntnis zum Ruhrpott: Ja, „Wir sind die Ruhrpott-Kanaken! Ruhrpott-Kanaken!“

¹ Kommunalverband Ruhrgebiet (ed.): *Regionale Identität und Identifikation mit dem Ruhrgebiet*. Essen 1997, S.15.

Der Spitzenfußball scheint heute „Menschen aus verschiedenen Teilen des Ruhrgebiets zu einer Gemeinschaft von Sympathisanten und Anhängern“² zusammenzuführen. Die Fußballstadien wurden als „repräsentative Bausteine der Regionalgeschichte“³ zu Kristallisationspunkten eines erwachenden und wachsenden regionalen Gemeinschaftsbewusstseins. Dieser Sachverhalt erscheint auf den ersten Blick als etwas Selbstverständliches und ganz Natürliches, ist aber das Ergebnis eines Jahrzehnte dauernden mehrstufigen Bewusstseinswandels.

Identität ist die Antwort auf die Frage, wer man ist! Nach gängigen Theorien besitzt jeder Mensch eine personale und eine soziale Identität. Die soziale Identität „leitet eine Person aus ihrem Wissen über die eigene Zugehörigkeit zu einer oder mehreren sozialen Gruppen ab“⁴. Soziale Identität erweist sich als ein kompliziertes Geflecht unterschiedlich gewichteter Teilidentitäten, die zudem einem ständigen Wandel unterliegen, wie in der folgenden Untersuchung am Beispiel der sozialen Identität der Fußballanhänger im Ruhrgebiet deutlich werden wird.

Bis Ende der fünfziger Jahre waren die Spitzenklubs im Ruhrgebiet 'Vorort- bzw. Stadtteil-Vereine', die lokale, kleinräumige Identitäten verstärkten.

Die ersten Fußballhochburgen in Deutschland lagen seit der Jahrhundertwende in Dienstleistungszentren wie Berlin, Hamburg, Hannover, Leipzig, Dresden, Düsseldorf, Köln u.a. Erst seit der zweiten Hälfte der zwanziger Jahre stießen Ruhrgebietsvereine aus Duisburg, Gelsenkirchen, Dortmund oder Essen zu den bekannten Fußballhochburgen hinzu⁵. Ein Spezifikum dieser Vereine war in soziologischer Hinsicht, dass sie echte Arbeitervereine waren, deren Mitglieder- und Anhängerschaft sich aus dem Arbeitermilieu zusammensetzte. Mit dem sportlichen Aufstieg der Arbeitervereine von Hamborn 07, BV Altenessen 06, Borussia Dortmund u.a. konnte sich die unterprivilegierte Arbeiterbevölkerung des Ruhrgebietes bei jedem Stadionbesuch hautnah identifizieren und die eigene Sehnsucht nach Erfolg, Ruhm und gesellschaftlicher Anerkennung befriedigen⁶. Die Nähe der großen Fußballvereine zur Arbeiterbevölkerung im Ruhrgebiet fand insbesondere bei Schalke 04 ihren sprachlichen und symbolischen Ausdruck: Die Schalker Spieler hießen bzw. heißen im Volksmund „die Knapen“, der Bergmannshammer schmückt(e) das Schalker Vereinselement und

² Gehrman, Siegfried: „Fußballklubs als Mittel regionaler Identitätsbildung. „Schalke“ und „Borussia“ und das Ruhrgebiet“, in: Gehrman, Siegfried (ed.): *Fußball und Region in Europa*. Münster, Hamburg, London 1999, S.93

³ Hausberg, Hardy Heinrich: *König Fußball im Revier – Mythos oder Realität?* Unveröffentlichte Magisterarbeit, Ruhr-Universität Bochum 1999, S.115.

⁴ Strauss, Bernd: „Wer gab Philipp Ozersky für eine Lederkugel 2,7 Millionen Dollar?“, in: Schlicht, Wolfgang & Lang, Werner (ed.): *Über Fußball: Ein Lesebuch zur wichtigsten Nebensache der Welt*, 163-185, S.166.

⁵ Eisenberg, Christiane: „Deutschland“, in: Eisenberg, Christiane (ed.): *Fußball, soccer, calcio: Ein englischer Sport auf seinem Weg um die Welt*. München 1997, 94-129, S.99 f.

⁶ Lindner, Rolf & Breuer, Heinrich Th.: *„Sind doch nicht alles Beckenbauers“: Zur Sozialgeschichte des Fußballs im Ruhrgebiet*. Frankfurt a. M. 1978, S.51.- Gehrman: *Fußballklubs*, S.93 f.

das im Schalker Bergarbeiterstadtteil gelegene Stadion hieß „Glück-Auf-Kampfbahn“. Man ging „auf Zeche“, und man ging „auf Schalke“.

Die besondere Bedeutung von ‚König Fußball im Revier‘ hatte aber bis Ende der fünfziger Jahre nichts mit der Entwicklung eines besonderen regionalen Bewusstseins zu tun. Nach einer Kennzeichnung des Europäischen Parlamentes wird eine Region durch geographische Gegebenheiten und/oder eine gemeinsame historische Vergangenheit und/oder eine spezifische wirtschaftliche Struktur und gemeinsame ökonomische und kulturelle Interessen bestimmt⁷. Regionalbewusstsein meint dementsprechend das Wissen um die Zugehörigkeit zu einer Region, das sich in „gruppenspezifischen Anschauungen des Denkens, Fühlens und Handelns“⁸ äußert. Der britische Sozial- und Sporthistoriker Richard Holt⁹ spricht in diesem Zusammenhang von einer „Art Hinterland im Herzen“ und einem „emotionalen Ballungsraum“, der eine „analysierte Region“ zu einer von den Bewohnern bewusst wahrgenommenen und „gelebten Region“ macht.

Das Ruhrgebiet war dagegen lange Zeit ein amorpher, seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts wild gewachsener, durch Verwaltungsgrenzen und alte Landschaftsgrenzen (Rheinland und Westfalen) zerschnittener Wirtschaftsraum, in den Massen von Arbeitssuchenden aus dem westfälischen und dem nieder-rheinischen Umland, aus dem belgischen, dem ostpreußischen und schließlich dem polnischen Raum einströmten¹⁰. Aus der Sicht des deutschen Bürgertums der zwanziger Jahre war das Ruhrgebiet eine Problemregion, die durch Stahlwerke, Kohle und Zechen, die Arbeiterklasse, Knappenvereine, Sozialismus und Kommunismus, Gewerkschaften und Streiks, Thyssen und Krupp, durch stinkende Flüsse, grauen Himmel, Staub und Dreck geprägt war. Und auch die Menschen im Ruhrgebiet waren eher mit dem alltäglichen Überlebenskampf vor Ort als mit der Entwicklung eines regionalen Gemeinschaftsgefühls beschäftigt.

Eine sozialgeschichtliche Besonderheit des Fußballs im Ruhrgebiet war die enge, kleinräumige soziale Vernetzung von Arbeit, Wohnen, Freizeit und Sport. Um Zechen und Hüttenwerke entstanden Bergmanns- und Arbeiterkolonien, die ihre Fußballvereine, Vereinslokale und häufig auch Sportplätze und Sportstadien vor Ort besaßen. Beispiele für diese enge Verzahnung von schwerindustriellem Arbeits- und Lebensbereich und fußballerischem Umfeld sind die Hamborner Fußballvereine und die Thyssen-Hüttenwerke im Duisburger Raum, die Altenesse-ner Fußballvereine und die Zeche Carl im Essener Raum, Schalke 04 und die Zeche Consolidation in Gelsenkirchen, Borussia Dortmund und das Dortmunder Hoesch-Viertel. Die örtliche Bevölkerung verstand die erfolgreiche Entwicklung ‚ihres Vereins‘ als ‚ihr‘ gemeinsames Projekt, das lokale oder stadtteilmäßige Identitäten schuf.

⁷ Hausberg: *König*, S.105.

⁸ Blotevorgel, Hans H./Butzin, Bernhard/Danielzyk, Rainer: „Historische Entwicklung und Regionalbewusstsein im Ruhrgebiet“, in: 40 *Geographische Rundschau* 7-8 (1988), 8-13, S.8.

⁹ Holt, Richard: „Fußball und regionale Identität in Nordengland: Die Legende des Jackie Milburn“, in: Gehrman: *Fußball*, 51-70, S.51.

¹⁰ Reulecke, Jürgen: „Ein Drama in fünf Akten: 200 Jahre Sozialgeschichte des Ruhrgebiets im Überblick“, in: Reulecke, Jürgen (ed.): *Vom Kohlenpott zu Deutschlands „starkem Stück“*. Beiträge zur Sozialgeschichte des Ruhrgebiets. Bonn 1990, 9-26, S.14-21.

Die schwerindustriellen Arbeitgeber förderten diese Entwicklung aus verständlichen sozialpolitischen Gründen und hatten wesentlichen Anteil am regionalen und nationalen Aufstieg der führenden Vereine im Ruhrgebiet. Sie traten als lokale Mäzene auf, stellten Grundstücke für Sportplätze und Fußballstadien zur Verfügung, arbeiteten in den Gremien vieler Vereine in führenden Positionen mit und boten erfolgreichen Spielern sichere und 'leichtere' Arbeitsplätze¹¹. Seit Mitte der zwanziger Jahre bis zur Begründung der Bundesliga im Jahr 1963 drangen auf diese Weise eine ganze Reihe von Ruhrgebiets- 'Vorort- bzw. Stadtteilvereinen' in die höchsten deutschen Spielklassen vor. Neben Schalke 04 waren dies heute eher so unbekanntere Vereine wie Hamborn 07, die Sportfreunde Katernberg, Westfalia Herne, STV Horst-Emscher, SpVg. Erkenschwick, SV Sodingen u.a. Der Gelsenkirchener Stadtteilverein Schalke 04 war mit seinen sieben Deutschen Meisterschaften (1934, 1935, 1937, 1939, 1940, 1942, 1958) die erfolgreichste deutsche Mannschaft der Zwischenkriegszeit. In dieser Stellung abgelöst wurde Schalke 04 in der Nachkriegszeit bis zur Gründung der Bundesliga von Borussia Dortmund, dem Verein des Dortmunder Nordens (Deutscher Meister 1956, 1957, 1963).

Der Stadtteil bzw. der Vorort, in dem man lebte, arbeitete, Fußball spielte oder Fußballanhänger war, blieb das „Hinterland im Herzen“ (Holt), blieb der räumliche Bezugspunkt im Denken und Handeln der Menschen im Ruhrgebiet.

Bis in die Zeit der achtziger Jahre hinein wurden die Spitzenklubs des Ruhrgebiets zu 'Städtischen Repräsentationsvereinen', die gesamtstädtische Identitäten bestärkten.

Die Voraussetzung zur Entwicklung eines regionalen Bewusstseins im Ruhrgebiet wurde erst durch das Negativ-Dauererlebnis der ersten Kohlekrise (1957 bis 1967) und der ab 1973 folgenden Stahlkrise geschaffen. Das Ruhrgebiet wurde nun in der Tat zu einem „emotionalen Ballungsraum“. Während das deutsche Wirtschaftswunder, zu dem die Ruhrregion entscheidend beigetragen hatte, in anderen Teilen Deutschlands andauerte, wurde das Ruhrgebiet zu dem Ort einer sozialen Katastrophe. Der von den Zechen und Stahlwerken gestaltete Wirtschafts- und Lebensraum zerbrach. Aber dieses gemeinsame Erlebnis von Arbeitslosigkeit, Zechen- und Hüttenstilllegungen erzeugte vielleicht zum ersten Mal in der Geschichte des Ruhrgebiets ein regionales Gemeinschaftsgefühl, das sich bei den Protestkundgebungen von Zehntausenden gegen die Stilllegungen von Zechen und Stahlwerken in Oberhausen, Duisburg und Hattingen lautstark äußerte.

Parallel zur Kohlekrise vollzog sich mit der Gründung der Bundesliga im Jahr 1963 die zunehmende Professionalisierung des Spitzenfußballs. Den wachsenden finanziellen Anforderungen waren die Vorort- und Stadtteilvereine im Ruhrgebiet mit ihrer engen Bindung an die fördernde Schwerindustrie nicht gewachsen. In den ersten drei Jahrzehnten der Bundesliga kam es zu einem Leistungseinbruch der Ruhrgebietsvereine. Zwar konzentrierten sich in keiner anderen

¹¹ Lindner & Breuer: *Beckenbauers*, S.54 ff.- Gehrman: *Fußball – Vereine - Politik: Zur Sportgeschichte des Reviers 1900 – 1940*. Essen 1988, S.71-79, S.109 f.- Schulze-Marmeling, Dietrich & Steffen, Werner: *Borussia Dortmund: Der Ruhm, der Traum und das Geld*. Göttingen 1994, S.90 f.

Region Deutschlands so viele Bundesligavereine, aber deren sportliche Erfolge blieben in der Regel bescheiden. Über dreißig Jahre gelang keinem der Vereine der Sieg der Deutschen Meisterschaft. Mannschaften wie MSV Duisburg, Rot-Weiß Oberhausen, Rot-Weiß Essen, Wattenscheid 09, VfL Bochum und selbst Borussia Dortmund und Schalke 04 kämpften meist in der unteren Bundesliga-Tabellenhälfte um das Überleben oder stiegen sogar in die unteren Ligen ab.

So wie der Aufstieg des Spitzenfußballs im Ruhrgebiet strukturelle Gründe hatte, führten strukturelle Gründe auch zum Abstieg des Spitzenfußballs in der Region. Attraktive Arbeitsplätze für erfolgreiche Spieler waren nicht mehr in ausreichendem Maße vorhanden, und das Mäzenatentum der lokalen Zechen- und Stahlbarone wurde endgültig mit Einrichtung der zentral geführten Ruhrkohle AG Ende der sechziger Jahre beschnitten.

Die Spitzenvereine aus den süd- und norddeutschen Regionen und dem Rheinland zogen hinsichtlich ihrer finanziellen Ausstattung an den Vereinen des Ruhrgebiets vorbei. Neue Wege hinsichtlich der Vereinsorganisation und der Vereinsführung wurden bei Bayern München, Borussia Mönchengladbach oder beim 1. FC Köln beschritten, nicht aber bei Schalke 04, Bochum oder Dortmund. Bayern München ersetzte bereits Mitte der sechziger Jahre in der 'Ära Neudecker' den ehrenamtlichen „Spielausschuß-Vorsitzenden“ durch einen hauptamtlichen Manager, Mönchengladbach und Köln folgten. Während in den Ruhrgebietsvereinen nur Trainer und Spieler (mehr oder weniger) professionell bezahlt wurden, entstanden in anderen Bundesligavereinen professionelle Führungsstrukturen von der Vereinsverwaltung bis hin zur Spielerverpflichtung und Talentsichtung. Der zunehmenden Professionalisierung der Bundesliga standen bei den Spitzenclubs im Ruhrgebiet ehrenamtlich arbeitende und überlastete Vereinsstrukturen gegenüber, in (bisweilen) unseliger Verbindung mit patriarchalischem Mäzenatentum statt ökonomisch kalkuliertem Sponsoring. Schalke 04, das als letzte Mannschaft der Bundesliga das Trikot-Sponsoring einführte, wurde auf diese Weise gar zum „Klassenkasper der Bundesliga“¹². Und Borussia Dortmund 'verbrauchte' in den Jahren von 1963 bis 1986 nicht weniger als neun Präsidenten. Die Strukturkrise des Spitzenfußballs im Ruhrgebiet war ein Aspekt der Strukturkrise des Ruhrgebiets insgesamt. Zu lange wurde an alten Strukturen, Führungseliten und Fördermechanismen festgehalten, statt aktiv den notwendigen Strukturwandel voranzutreiben¹³.

Als Folge dieser Entwicklung fand bei den Spitzenvereinen des Ruhrgebiets eine Art Konzentrationsprozess statt, der nur solche Vereine überleben ließ, die sich zu 'Städtischen Repräsentationsvereinen' mit einer entsprechend großen Fangemeinde entwickelt hatten. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang Vereine wie Rot-Weiß Oberhausen, MSV Duisburg, Rot-Weiß Essen, Schalke 04, VfL Bochum und Borussia Dortmund, die sportlich jeweils für die Stadt standen, deren Namen sie in ihrer Vereinsbezeichnung führten. Die Stadtteil- und Vorortvereine des Ruhrgebiets verloren sowohl ihre sportliche als auch ihre identitätsstiftende Bedeutung.

¹² Hausberg: *König*, S.30, S.39.

¹³ Schulze-Marmeling & Steffen: *Borussia*, S.127 ff., S.137-141, S.150 f.

Seit Ende der achtziger Jahre sind der Fußball und die Spitzenklubs im Revier zu Katalysatoren eines Ruhrgebietsbewusstseins geworden.

Aus der Not und aus dem gemeinsamen Erlebnis der Montankrise heraus war es seit den sechziger und siebziger Jahren zur zaghaften Bildung eines regionalen (Misserfolgs- und Negativ-) Bewusstseins in der schwerindustriellen Krisenregion des Ruhrgebiets gekommen. Allerdings standen Subventionsforderungen mit Blick auf das früher Geleistete im Denken der Verantwortlichen und der Menschen im Revier im Vordergrund. Es fehlte lange Zeit an zukunftsorientierten Zielsetzungen. Erst in den achtziger Jahren vollzog sich ein notwendiger Perspektivenwechsel: Nicht mehr die vergangenheitsorientierte *Problembewältigung*, sondern der zukunftsorientierte *Strukturwandel* des Ruhrgebiets¹⁴ stand nun im Vordergrund der Konzeptionen der Landesregierungen, der Landschaftsverbände, des 1979 neugegründeten Kommunalverbandes Ruhrgebiet und neuer Vereinigungen wie des „Initiativkreises Ruhrgebiet“, des „Vereins pro Ruhrgebiet“ (1981) oder des „Projektes Ruhr GmbH“ (2000). Aktiv vorangetrieben durch eine Gründungswelle von Hochschuleinrichtungen, von Forschungs- und Technologiezentren und ihrer Multiplikatorfunktion sollte die Region zwischen Emscher und Ruhr zu einem Technologie- und Dienstleistungszentrum ausgebaut werden. Parallel verlief die Entwicklung des wenig attraktiven 'Kohlenpotts' zu einem Freizeit-, Erlebnis- und Kulturraum insbesondere für die jüngere 'Aktivbevölkerung', für die das Ruhrgebiet allmählich sogar Kultstatus gewann. Beispielhaft seien in diesem Zusammenhang genannt: die Einrichtung der sog. Revierparks als Freizeit-, Erholungs- und Sportzentren, der Ausbau einer kommerziellen Musical-Kultur und einer breiten Opern-, Theater-, Festspiel- und Kleinkunstkultur, das Bekenntnis zur Industriegeschichte der Region, die hiermit verbundene Einrichtung von Industrie-Museen, Industriedenkmälern und der erlebnisorientierten „Route der Industriekultur“ und schließlich die identitätsstiftenden, so lange schmerzlich vermissten Erfolge des Revierfußballs (auf die im Folgenden genauer einzugehen sein wird). Zur gezielten Imageverbesserung initiierte der Kommunalverband Ruhrgebiet über Plakate, Werbespots und Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften zwei bundesweite PR-Kampagnen, 1985-1996 die Aktion „Das Ruhrgebiet – ein starkes Stück Deutschland“ und seit 1998 die Aktion „Der Pott kocht“. Ruhrgebietskünstler unterschiedlichen Genres wie Herbert Grönemeyer, Marius Müller-Westernhagen, Helge Schneider, Herbert Knebel, Tana Schanzara u.v.a. haben durch ihre Auftritte für 'ihr Revier' und für die von ihnen gepriesene ruhrgebietspezifische Mentalität bundesweit geworben. Asterixbände wurden in 'Ruhrpott-Deutsch' übersetzt, Ruhrgebiets-Bildbände und Ruhrgebiets-Märchensammlungen überschwemmt die Büchertische.

In den neunziger Jahren wurde das Ruhrgebiet als Region zu einem von seinen Bewohnern (selbst)bewusst und mit Stolz wahrgenommenen Arbeits-, Lebens-, Kultur- und Erlebnisraum, zu einem 'emotionalen Ballungsraum'. 'König Fußball im Revier' war hierbei ein entscheidender Katalysator, den es sich lohnt, in diesem Zusammenhang genauer in den Blick zu nehmen.

¹⁴ Kommunalverband Ruhrgebiet (ed.): Das Ruhrgebiet und der SVR/KVR: Eine Dokumentation der Verbandsgeschichte. Essen 1996, S.186-195.

Der im Ruhrgebiet einsetzende Strukturwandel musste auch die Spitzenvereine des bezahlten Fußballs in der Region erfassen, wollten diese konkurrenzfähig bleiben. Vorreiter in dieser Entwicklung wurde Borussia Dortmund. Mit Dr. Gerd Niebaum übernahm 1986 ein Mann den Vorsitz des Vereins, der für eine neue Generation von Führungskräften bei den Spitzenvereinen des Ruhrgebiets stand. Niebaum war weder dem Kohle- oder Stahlgeschäft verhaftet, noch einem anderen Industriezweig besonderer lokaler Bedeutung. Der Wirtschaftsrechtler Niebaum brachte kein eigenes Kapital mäzenatenhaft in den Verein ein, sondern professionelles Management-Know-How, neue Sponsoringkonzepte und eine offensive Spieler-Verpflichtungsstrategie. Korrespondierend mit dem Strukturwandel der Stadt Dortmund zum Dienstleistungs- und Technologiezentrum des östlichen Ruhrgebiets gewann Niebaum ein Versicherungsunternehmen als Hauptsponsor, das damit arrivierte Unternehmen der Stahl- und Bierbranche in dieser Funktion ablöste¹⁵. Gemeinsam mit dem 1989 eingestellten hauptamtlichen Manager Michael Meier modernisierte Niebaum den BVB und bereitete ihn auf die Anforderungen des professionalisierten Show- und Mediensports der Bundesliga vor. Der BVB war (gemeinsam mit Bayern München) der erste Verein in der Bundesliga, der mit sog. Merchandisingkonzepten den kommerziellen Verkauf von Fanartikeln als lukrative Einnahmequelle im großen Stil erschloss. Im Herbst 2000 vollzog der BVB als erster Bundesligaverein die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft, um langfristig für das große internationale Fußballgeschäft gewappnet zu sein.

Nach dem Vollzug 'ihres inneren Strukturwandels' knüpften zuerst Borussia Dortmund und dann Schalke 04 in den neunziger Jahren an die Erfolge vergangener Zeiten an. Borussia Dortmund wurde 1989 DFB-Pokalsieger, 1992 Deutscher Vizemeister, 1995 und 1996 zweifacher Deutscher Meister und 1997 Champions-League-Gewinner und Weltpokal-Sieger. Schalke 04 gewann 1997 den UEFA-Cup und im Jahr 2001 die Deutsche Vizemeisterschaft. Der VfL Bochum erreichte 1997 immerhin den UEFA-Cup und erweist sich als permanent erfolgreiche Wiederaufstiegs Mannschaft in die 1. Bundesliga.

Welche Bedeutung die Erfolge von Borussia Dortmund und von Schalke 04 für das Ruhrgebiet hatten und haben, verdeutlicht ein Bericht aus dem Magazin „Der Spiegel“ vom Frühjahr 1997¹⁶:

„ 'Für uns Fans ist das Ruhrgebiet ein eigenes Land', verkündet der Strom- und Wasserinstallateur Dieter Merotto, 46, und bekommt glasige Augen, wenn er sich an das letzte Aufeinandertreffen der Revier-Rivalen im Dortmunder Westfalenstadion erinnert. 'Da haben alle nur noch Ruhrpott gerufen'. Der überraschende internationale Erfolg der zwei Ruhrgebietsmannschaften aus Schalke ... und aus Dortmund ... hat zwischen Kamp-Lintfort im Westen und Unna im Osten ein lang verschüttetes Ruhrpott-Gefühl neu aufleben lassen. Daß jetzt 'das Herz des deutschen Fußballs im Ruhrgebiet schlägt' (Bayern-München-Präsident Franz Beckenbauer), so wie einst in den goldenen Wiederaufbaujahren 'das Herz der deutschen Industrie', hat praktisch über Nacht die Zersiedelung des Ruhrpotts in viele Dienstleistungsgemeinden vergessen gemacht.“

¹⁵ Schulze-Marmeling & Steffen: *Borussia*, S.267 ff.

¹⁶ „Eben auch Malocher“, in: *Der Spiegel* Nr. 22 v. 26. Mai 1997, 80-84, S.80.

Und auch im spannenden Finish um die Deutsche Meisterschaft im Mai 2001 zwischen Schalke 04 und Bayern München wurde der fußballerische Höhenflug der 'Knappen aus dem Revier' zu einem identitätsstiftenden Ereignis für das gesamte Ruhrgebiet als Region. Am 11. Mai 2001 lautete die Headline auf der Titelseite der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung: „Der ganze Pott drückt den Schalkern jetzt die Daumen“, und weiter hieß es:

„Zuspruch selbst von den als Bayern-nah verdächtigten Fans des VfL Bochum erfahren sie in Gelsenkirchen. Sogar in der 'verbotenen Stadt' namens Dortmund setzen sie jetzt auf die 'Knappen'. Borussen-Fan Stefan Dodemont, eingefleischt durch und durch, sagt, was die meisten denken: 'Den Schalkern gönne ich den Titel eher als den Bayern, weil sie ihn sich erarbeitet hätten.'“

Die internationalen Erfolge von Borussia Dortmund und Schalke 04 im Frühjahr 1997 waren in der Analyse des Geographen und Regionalforschers Kisters eine Art Initialzündung für das offene Bekenntnis zur regionalen Identität im Ruhrgebiet. Die Grundlage für diese Initialzündung bildete der oben beschriebene Strukturwandel im Ruhrgebiet seit den achtziger Jahren und die Ausgestaltung des Reviers zu einem Freizeit-, Erlebnis- und Kulturraum, der sich stolz zu seiner Industrie-, Sozial- und Fußballgeschichte bekannte. „Ruhrpott-Ruhrpott“, so erschallt es seit dem Frühjahr 1997 in allen Fußballstadien und so ist es seitdem häufig auf den T-Shirts der Jugendlichen im Revier zu lesen. „Im Frühjahr 1997 entdeckte eine Region sich selbst: Das Ruhrgebiet ... Und dazu hat der Fußball, hier vor allem der FC Schalke 04, erheblich beigetragen.“¹⁷.

Das Aufkommen des „Ruhrpott“-Rufes im Frühjahr 1997 im regionalgeschichtlichen Zusammenhang

Regionalgeschichtlich hochinteressant ist zudem die detaillierte Recherche des ersten Aufkommens der „Ruhrpott-Ruhrpott“-Rufe in den Fußballstadien des Reviers. Auch hier zeigt sich die enge Beziehung von Kohle und Fußball, von Kickern und Kumpeln, wie sie seit den zwanziger Jahren für das Ruhrgebiet so typisch ist.

Bis 1997 flossen jährlich etwa 10 Milliarden DM an staatlichen Subventionen in den bundesdeutschen Kohlebergbau. 1997 hatte die Bundesregierung eine Entscheidung zu treffen, in welchem Umfang dieser Betrag bis zum Jahr 2005 abgebaut werden sollte. Der einsetzende Diskussionsprozess war seit Anfang 1997 eines der brisantesten Themen in der öffentlichen Meinungsbildung im Ruhrgebiet.

Am 14. Februar 1997 bildete sich eine 93,1-km-lange Menschenkette vom Oststrand bis zum Weststrand des Ruhrgebiets als „Band der Solidarität“ und als „Symbol für das Wir-Gefühl der Menschen im Revier“¹⁸, um gegen den Kahlschlag der Subventionen zu protestieren. Die Profimannschaft des VfL Bochum

¹⁷ Kisters, Sebastian: „Ruhrpott, Ruhrpott!“. *Wie die Europapokaltriumphe von Schalke 04 und Borussia Dortmund Image und Identität des Ruhrgebietes veränderten*. Bochum, 2000, S.73.

¹⁸ „Das ganze Revier zeigt Flagge für Kohle“, in: Westdeutsche Allgemeine Zeitung Nr. 39 v. 15. Februar 1997.

und auch der Präsident von Schalke 04, Gerd Rehberg, reihten sich in die Kette ein¹⁹. Am 6. März 1997, an einem Tag, der später als „Schwarzer Donnerstag fürs Revier“ titulierte wurde, kündigte die Bundesregierung die Kürzung der Kohlesubventionen auf jährlich 3,8 Mrd. DM bis 2005 an, was zu einem Verlust von 36.000 Arbeitsplätzen bis zum Jahr 2000 insbesondere im Ruhrgebietsbergbau geführt hätte²⁰. Die Bonner Pläne lösten tiefe Bestürzung und beispiellose Protestaktionen im Ruhrgebiet aus. Die Zechen wurden von Bergleuten besetzt und stellten am 7. März die Kohleförderung ein. Schwarze Fahnen wehten auf den Fördertürmen. Wie es der historische Zufall wollte, fand am gleichen Abend eines der ewig brisanten Bundesliga-Revierderbys zwischen dem VfL Bochum und Schalke 04 im Bochumer Ruhrstadion statt.

„Um ihre Solidarität mit dem gebeutelten Bergbau zu bekunden, betraten beide Mannschaften zusammen mit rund 50 demonstrierenden Kumpel den Rasen. Die Männer mit ihren gelben Schutzhelmen führten ein Riesentransparent mit sich, auf dem 33140 Zuschauer und Millionen vor dem Fernsehen lesen konnten: 'Den Bergbau erhalten – die Zukunft sichern'.“²¹

Erstmalig skandierten die Fans von Bochum und Schalke während der hochemotionalen Protestaktion der Kumpel auf dem Spielfeld und dann während des nachfolgenden Spiels in selten gesehener Eintracht den neuen 'Schlachtruf' der Fußballfans im Ruhrgebiet: „Ruhrpott-Ruhrpott“²².

Wenige Tage später wiederholte sich das nicht geplante, aber bezeichnende 'Zusammenspiel' von Kohle und Fußball, Kumpeln und Kickern. 15.000 aufgebrachte Bergleute durchbrachen am 11. März 1997 die Bannmeile in Bonn und marschierten in Richtung Kanzleramt. „'Wir sind das Volk' rufen die Bergarbeiter und immer wieder 'Ruhrpott, Ruhrpott, Ruhrpott...'“²³ Und wieder fand am gleichen Abend ein Revierderby in der Fußballbundesliga statt, diesmal zwischen dem MSV Duisburg und dem Schalke 04 im Gelsenkirchener Parkstadion. 5.000 Bergleute wollten das Fußballspiel für eine Protestkundgebung nutzen und die Stadionkassen besetzen. Spontan entschied sich der Manager von Schalke 04, Rudi Assauer, die aufgebrachten Kumpel ins Stadion zu lassen. Die 5.000 Bergleute erhielten freien Eintritt und liefen mit ihren Plakaten und Transparenten eine Protestrunde im Stadion. Sie wiederholten ihre „Ruhrpott-Ruhrpott“-Rufe, welche die Schalker und Duisburger Fans dann auch während des Spiels skandierten²⁴.

Das Parkstadion und die „Arena AufSchalke“ in Gelsenkirchen, das Wedaustadion in Duisburg, das Ruhrstadion in Bochum und das Westfalenstadion in Dortmund gehören zweifellos zu jenen „Orten regionaler Selbstthematizierung“, „an denen Menschen Vorstellungen über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft ihrer Region und ihrer regionalen Verwurzelung in Worten und Taten arti-

¹⁹ „Der Schulterschluss vor Ort“, in: Westdeutsche Allgemeine Zeitung Nr. 38 v. 14. Februar 1997.

²⁰ Kisters: *Ruhrpott*, S.49.

²¹ Schalke triumphiert, in: Westdeutsche Allgemeine Zeitung Nr. 57 v. 8. März 1997.

²² Aussage des Fanbeauftragten des VfL Bochum, von Herrn Dirk Michalowski, in einem Interview, geführt am 6. Dezember 2000.

²³ Westdeutsche Allgemeine Zeitung v. 12. März 1997, zit. in Kisters: *Ruhrpott*, S.50 f.

²⁴ Kisters: *Ruhrpott*, S.51.

kulieren²⁵. Die Rituale und Sprechchöre in solchen Stadien haben demzufolge eine hohe Aussagekraft für die Identität und das Selbstkonzept der Anhänger eines Vereins und deren städtische und regionale Bindung. Die in Interviews befragten Fanbetreuer des VfL Bochum und von Schalke 04²⁶ kommen in diesem Zusammenhang zu identischen Aussagen. Seit dem Frühjahr 1997 waren in nahezu jedem Heimspiel der Reviervereine gegen Fußballmannschaften aus anderen deutschen Regionen die besagten „Ruhrpott“-Sprechchöre zu vernehmen. Im Gelsenkirchener Park- und im Bochumer Ruhrstadion ist eine darüber hinausgehende Verhaltensweise der Fans zu beobachten: Führt Schalke 04 oder der VfL Bochum zur Halbzeit und werden die Halbzeitergebnisse der übrigen Begegnungen vom Stadionsprecher bekanntgegeben, kommt es zu „Ruhrpott“-Rufen, wenn ein anderer Ruhrgebietsverein auswärts bei einem süd-, nord oder ostdeutschen Verein in Führung liegt. Und auch bei der Siegesfeier nach dem UEFA-CUP-Gewinn von Schalke 04 im Mai 1997 wollten die „Ruhrpott-Ruhrpott“- Rufe vor dem Gelsenkirchener Rathaus kein Ende nehmen²⁷. All diese Phänomene sind Indizien für die Ausweitung der lokalen und städtischen Vereinsidentitäten zehntausender von Fußballfans im Ruhrgebiet.

Klar ist allerdings auch, dass städtische und Vereinsidentitäten gleichzeitig weiterhin von großer Bedeutung für die Fans sind. Bei Lokalderbys zwischen Ruhrgebietsvereinen sind gemeinsame „Ruhrpott“-Sprechchöre der rivalisierenden Fangemeinden eine absolute Ausnahme (s.o.). Bei Begegnungen zwischen Dortmund, Schalke und Bochum zeigen die Spieler häufig ein besonderes Maß an Einsatz und Härte, die ‚gegnerischen‘ Fans werden weiterhin als „Asoziale“, „blau-weiße Zecken“, „schwarz-gelbe Scheiße“ und „BSE-Verseuchte“ titulierte, und die Polizeiaufmärsche tragen weiterhin militärisch anmutende Züge. Der Sporthistoriker Siegfried Gehrman interpretiert diese Phänomene allerdings als typisches territoriales Rivalitätsverhalten um die Vorrangstellung in einem definierten ‚Revier‘: „eine solche Rivalität kann aber nur verstanden werden, wenn man die Existenz einer ... Identifikation vieler Menschen mit diesem Bereich voraussetzt“²⁸. Aus dieser Perspektive wären die Lokalderbys zwischen Dortmund, Schalke und Bochum sogar ein weiteres Indiz für die an Bedeutung gewinnende regionale Identität der Fan-Gemeinschaften.

Fazit

Identität ist die Antwort auf die Frage, wer man ist! Die vorliegende Untersuchung hat sich mit der Entwicklung der sozialen Identität der Fußballanhänger im Ruhrgebiet beschäftigt.

²⁵ Gans, Rüdiger: „Regionalbewusstsein und regionale Identität: Ein Konzept der Moderne als Forschungsfeld der Geschichtswissenschaft“, in: *Informationen zur Raumentwicklung* 11 (1993), 781-792, S.783.

²⁶ Interview mit Dirk Michalowski, Fanbetreuer beim VfL Bochum am 6. Dezember 2000.- Interview mit Burkhard Mathiak, betraut mit Fragen der Fanbetreuung in der Geschäftsstelle von Schalke 04, am 7. Dezember 2000.

²⁷ Ein Fest der Freude für den Pott. Gelsenkirchen feiert seine Sieger, in: Westdeutsche Allgemeine Zeitung Nr. 119 v. 23. Mai 1997.

²⁸ Gehrman: *Fußball*, S.95.

Die Spitzenvereine des Ruhrgebiets waren bis Ende der fünfziger Jahre sog. 'Stadtteil- und Vorortvereine', die lokale, kleinräumige Zugehörigkeiten schufen bzw. verstärkten. In den sechziger Jahren überlebten unter den Bedingungen der einsetzenden Professionalisierung in der neu gegründeten Bundesliga nur solche Spitzenclubs, die sich zu 'Städtischen Repräsentationsvereinen' mit einer erweiterten Anhängerschaft fortentwickeln konnten. Heute fühlen sich die Anhänger der Spitzenvereine darüber hinaus durch ihren Revierverein dem Ruhrgebiet als Region verbunden. Allerdings ist es nur Borussia Dortmund und Schalke 04 gelungen, zu echten 'Regionalen Repräsentationsvereinen' zu werden, die über eine breite Anhängerschaft im gesamten Ruhrgebiet und darüber hinaus verfügen. Das folgende Schaubild versucht, die sich wandelnden und individuell in unterschiedlicher Konstellation verklammerten Schichten sozialer Identität von Fußballanhängern im Ruhrgebiet abzubilden.

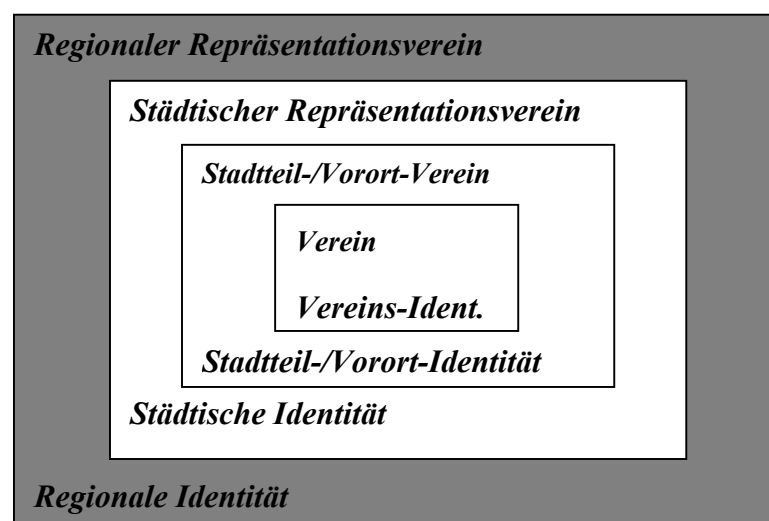


Abb. 1: Schichten sozialer Identität der Fußballanhänger im Ruhrgebiet

„Wir sind die Ruhrpott-Kanaken!“ hallt es selbstbewusst von den Rängen des Westfalen-, des Park- und des Ruhrstadions. Fußballstadien sind zu Kristallisationspunkten gelebter Ruhrgebietsidentität geworden.