

KA • BLOCK

Saison
14/15



03.08.14 KSC - Union Berlin **SCHRIFT** N° 01

+++ **Sonderzug nach Düsseldorf** +++

Zum zweiten Auswärtsspiel der Saison planen wir Supporters einen Sonderzug.

Wie schon in der letzten Saison wollen wir auch diese Saison wieder einen Sonderzug zum Auswärtsspiel bei Fortuna Düsseldorf am Sa., 23.08.2014 um 13 Uhr einsetzen um möglichst vielen KSC-Fans den Weg dorthin zu ermöglichen.

Abfahrt KA Hbf: 06:58 Uhr
Ankunft Düsseldorf: 11:22 Uhr

Vom Bahnhof Düsseldorf Flughafen zum Stadion und zurück stehen Shuttle-Busse bereit.

Abfahrt Düsseldorf: 16:30 Uhr
Ankunft KA Hbf: 20:46 Uhr

Fahrtpreis: 30 €

Vorverkauf:
- KSC-Fan- und Ticketshop
- Fanartikel Walli, Kaiserstr. 69
- Supporters-Container

**weitere Infos
auf Seite 3**



SUPPORTERS KARLSRUHE 1986 e.V.

RB Leipzig als neuer Retortenverein? Ein Marketing-Netzwerk gefährdet uns!

Retortenvereine wie Wolfsburg oder Hoffenheim sind mittlerweile in der Mitte des deutschen Fußballs angekommen. Doch hinter der Übernahme seitens Red Bull des Leipziger Clubs SSV Markranstädt steht ein größerer Plan, der mit seiner Strategie die Kultur des Fußballs gefährdet. Dem RB Leipzig ist ein "Marketing-Club", den Red Bull lediglich als Werbeträger im Fußball für die eigenen Produkte nutzt.

Was macht RB Leipzig und die Strategie von Red Bull so gefährlich für den Fußball?

➤ RB Leipzig wurde 2009 gegründet. Um nicht in der untersten Liga anfangen zu müssen, übernahm Red Bull den SSV Markranstädt und startete mit geändertem Logo, Clubnamen und Vereinsfarben in der 6. Liga. Eine Übernahme des FC Sachsen Leipzig scheiterte 2006 an Finanzproblemen, namensrechtlichen Problemen und der Befürchtung seitens des DFB, Red Bull könne zu großen Einfluss nehmen. Der Sächsische Fußballverband lehnte das von RB vorgeschlagene Wappen aufgrund von Ähnlichkeit zum Red Bull Logo ab. Der Verein musste ohne offizielles Wappen starten und trug dieses lediglich als "Trikotwerbung".

Fußball als reines Werbemittel
➤ Der Einstieg von Red Bull in den Fußball erfolgte nach einem Marketingplan: Bewusst wurde ein unterklassiger Verein im bevölkerungsstarken Standort Leipzig aufgrund der vorhandenen Infrastruktur (Stadion, zahlendes Publikum) ausgewählt, bei dem eine Übernahme bei voller Dominanz ohne Problem möglich war, was sich bis heute durch die volle Kontrolle aller Vereinsangelegenheiten bestätigt hat. RB Leipzig ist ein eingetragener Verein, wodurch die 50+1 Regel umgangen wird. Bei einem eingetragenen Verein (wie dem KSC) entscheidet die Mitgliederversammlung über grundlegende Entscheidungen. Da alle 9 (!) stimmberechtigten Mitglieder von RB Leipzig ausschließlich Mitarbeiter des Unternehmens Red Bull sind, war und ist eine Mitsprache von außen unmöglich. Eine (nicht-stimmberichtigte) Mitgliedschaft kostet insgesamt 900 Euro und kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden. Somit bleibt praktisch gewährleistet, dass RB Leipzig weiterhin zu Marketing-Zwecken der Firma Red Bull genutzt werden kann.

Wolfsburg, Hoffenheim, RB Leipzig?

➤ Zweifellos spielen Geldgeber und Investoren bei vielen Vereinen eine wichtige Rolle. Aber während Hopp bei Hoffenheim seinen Traum von der Championsleague verwirklichen will und Bayer sowie VW als regionaler Arbeitgeber eine enge Bindung zu Leverkusen und Wolfsburg haben, ist Red Bull hingegen ein profitierendes Unternehmen, das bei RB Leipzig nur Wirtschafts- und Marketingziele für seine Produkte verfolgt. Bei Hoffenheim steht immerhin nicht das Produkt "SAP" im Vordergrund, Dietrich Mateschitz ließ aber bereits erwarten, dass er bei ausbleibender Werbewirkung und weiteren sportrechtlichen Problemen sich wieder aus dem Fußball zurückziehen würde.

Der Einfluss von Mäzenen und Investoren haben die deutsche Fußballkultur bereits beschädigt. Mit Red Bull eröffnet sich eine neue Dimension: Fußball droht seine Identität zu verlieren, und sich völlig hin zum Marketingprodukt zu entwickeln.

Werbewerbungsverzerrung

➤ RB Leipzig ist nicht der einzige "Marketing-Club" von Red Bull. Auch bei Red Bull Salzburg, New York Red Bulls, Red Bull Ghana und Red Bull Brasil übernahm Red Bull bestehende Fußballvereine und wandelte diese in Werbeträger und sogenannte "Farn-Klubs" um. In diesem Netzwerk verhalten Transfers logischerweise ohne Abzessummen.

ULTRA1894

Besonders deutlich wird diese Werbewerbungsverzerrung in Österreich: Red Bull kontrolliert dort neben Salzburg auch die Fußballvereine aus Amst, Liefering und Pasching. Liefering wird voraussichtlich in der nächsten Saison in die 1. Liga aufsteigen - damit spielen 2 Red Bull Vereine in einer Liga. An einem fairen Wettbewerb wäre hier kaum noch zu denken. Ein Szenario, das bald vielleicht auch in Deutschland Einzug hält?

Nach dem finanziellen Rückzug von Red Bull musste sich der damalige FC Pasching auflösen, genauso wie Red Bull Ghana. Hier wird deutlich, dass Red Bull seine Investitionen in den Fußball schnell wieder einstellt, sollte sich der gewünschte werbewirksame Erfolg nicht einstellen.

Analyse: Was kann das für Vereine wie den KSC bedeuten?
➤ Sollte sich diese Praxis von Red Bull etablieren, könnte ein derartiger Einstieg beim KSC dafür sorgen, dass wir die Farben rot-weiß (oder eines anderen Sponsors) tragen müssen. Dies geschieht bisher bei jedem Verein, den Red Bull übernimmt. In Salzburg führte dies sogar zu einer Spaltung der Fanszene und Neugründung des Vereins "Sportverein Austria Salzburg".

Der aktuelle DFB-Generalsekretär Hermut Sandrock war zuvor Geschäftsführer bei Red Bull Salzburg und der Geschäftsführer von RB Leipzig Ulrich Wolter, war zuvor Geschäftsführer der DFB-Wirtschaftsdienstleistung GmbH. Durch derartige Lobbyarbeit kann Red Bull im deutschen Fußball ungehindert agieren und erhält dadurch große Vorteile gegenüber anderen Vereinen.

Red Bull investiert rund 100 Millionen Euro in RB Leipzig - bei derartigen finanziellen Engagement können Vereine ohne finanzkräftigen Sponsor nicht mithalten, da z.B. bei Spieldereignissen RB Leipzig stets mehr Geld bieten kann als kleinere Vereine. Viele traditionsreiche Vereine fielen diesem Trend bereits zum Opfer (Duisburg, Aachen, Eintracht, Ahlen, Offenbach...). Der KSC kann in einigen Jahren aus dem Profifußball verschwinden sein, wenn nur noch Marketing-Klubs die Bundesliga-Tabelle beherrschen:

1.	Red Bull Leipzig
2.	Kilme HSV
3.	Vattenfall Schleswig-Holstein
4.	Coca Cola Essen
5.	McDonalds Erfurt
6.	Bayern München
7.	Borussia Dortmund
8.	Gazprom Schalke 2021
9.	Red Bull Stuttgart
10.	McDonalds Dresden
11.	SAP Heidelberg
12.	Fania Köln
13.	Audi Ingolstadt
14.	VW Wolfsburg
15.	Mezzanix Buxtehude
16.	AWD Hannover
17.	McDonalds Bremen
18.	Vattenfall Wolfenbüttel

VATTENFALL SCHLESWIG-HOLSTEIN

Boycottiert Red Bull und deren Produkte - weitere Aktionen an den Spieltagen gegen RB Leipzig werden stattfinden. Infos dazu auf www.ultra1894.de

ULTRA1894

So, 03.08.2014, 15:30 Uhr
Karlsruher SC - Union Berlin**120 Jahre KSC!**

Dies wird ein kein normales Jahr.
Kein Jahr zum Zurücklehnen und Jubiläum
Feiern. Ein Jahr voller Entscheidungen und
Weichenstellungen abseits des Rasens wartet
auf uns.

Auf dem Platz muss von Anfang an gekämpft
werden.

Und auch wir auf den Rängen müssen zeigen,
dass jedes einzelne Jahr es Wert war für den
KSC sich zu engagieren und alles zu geben..

Mit voller Fahrt ins Jubiläumsjahr heißt es ab
sofort in Karlsruhe!

Eure Supporters**Fanprojekt****MainestraÙe 8**
76149 Karlsruhe

Tel.: 0721 / 5984471

fan-projekt@stja.karlsruhe.de

www.fanprojekt-karlsruhe.de

Volker Körenzig 0171 / 3105420
Jürgen Wiedmann 0178 / 1882366
Sophia Gerschel 0176 / 76786142
Carsten Lindwurm 0160 / 98257118



Fanbeauftragter: **Wolle Sauer**
E-Mail: fanbeauftragter@ksc.de
Tel.: 0163 / 6643400

**Kontakt**

Martin Tel.: 0171 / 9325297
e-mail: martin.loeffler@supporters-karlsruhe.de
Sven
e-mail: blockschrift@supporters-karlsruhe.de

(Fr) 08.08.14, 18:30 Uhr
FSV Frankfurt - KSCPreis: **17/22 Euro**
Abfahrt Busbahnhof: **14:00 Uhr****ausgebucht****Anmeldung und weiter Infos:**

- Am **Supportersstand** hinter der Gegengerade oder
- bei **Mark Falk** 0151/14421986 (busfahrten@supporters-karlsruhe.de)

Weitere Infos...

...erhaltet ihr auch unter:

www.supporters-karlsruhe.de**Badische Traber-Bus**

Abfahrt: **14:00 Uhr**
Preis: **25 Euro**
Ansprechpartner und Anmeldung:
Dieter Stock Tel. 01739967447 (keine SMS)

Neuer Seidenschal

Pünktlich zum Familientag gab es den neuen
Supporters-Seidenschal.

Ab heute gibts es ihn am Supporters-Container.

Preis: 10 € (NUR für Mitglieder)

Weitere Informationen zu den Supporters-
Fanartikeln findest du hier:

www.supporters-karlsruhe.de**Sicherer Sitzplatz, Verpflegung an Bord**

Das Konzept des Zuges ist es auch weiterhin,
jedem eine angenehme und entspannte Hin-
und Rückfahrt zu ermöglichen. Dazu gehört es,
dass ausschließlich so viele Tickets verkauft
werden, wie es Plätze im Zug gibt.

**Auch wird es ausgeschilderte Nicht-
Raucher-Bereiche geben!**

Wie auch letztes Jahr werden wir wieder
Trinken und, eventuell, auch Essen im Zug
anbieten. Die Ticketpreise sind so kalkuliert,
dass der Zug ausverkauft Null auf Null aufgeht,
weshalb wir darauf angewiesen sind, über
den Getränke- und Essensverkauf eventuelle
Verluste abzufangen. Deshalb bitten wir euch,
das Angebot auch anzunehmen und auf das
Mitbringen eigener Getränke zu verzichten.

Weitere Infos, Regeln und Bitten zum Zug auf:
www.supporters-karlsruhe.de

**ProFans Pressemitteilung**

**ProFans legt in der neuen Saison den Fokus auf
fangerechte Anstoßzeiten**

Berlin, den 18. Juli 2014

*„Während beim Großteil der Sportbegeisterten
sich das WM-Fieber allmählich abkühlt, hat für
viele Fans und Ultras der Vereine schon wieder
der Alltag begonnen. Der Alltag beginnt für alle
aktiven Fans dieses Landes mit dem Blick auf den
Spielplan der neuen Saison. Bereits auf den ersten
Blick erscheinen einige Ansetzungen, die vor allem
bei den auswärtsfahrenden Fans für Kopfschütteln
sorgen. Die Fans vom FC Sankt Pauli etwa müssen
an einem Freitagabend (Anpfiff 18:30 Uhr) mehr als
600km bis nach Aalen fahren. Ähnlich ergeht es den
Fans von Borussia Dortmund, die ebenfalls an einem
Freitag (Anpfiff 20:30 Uhr) in Augsburg spielen. Von
der 1. bis zur 3. Liga lassen sich diese Beispiele
allein für die ersten Spieltage fortsetzen. Wieder
einmal ist nicht ersichtlich, dass es für die DFL eine
Notwendigkeit gegeben haben könnte, zu diesen*

*fanunfreundlichen Terminierungen zu kommen.
Die ersten Terminierungen der Saison waren dabei
gewiss nur ein Vorgeschmack auf das, was in dieser
Saison vermutlich erneut folgen wird. Besonders auf
die Fans der 2. Liga werden erneut Anstoßzeiten
warten, die eine Anreise für viele Anhänger
unmöglich macht.*

*Das Bündnis ProFans gründete sich in der Saison
2000/01 unter dem Namen „Pro 15:30“. Es kam
damals erstmals in der Geschichte der Fan- und
Ultrakultur in Deutschland zu einem großen,
überregionalen Protest. Thematisiert wurde
ursprünglich die Zerstückelung des Spieltages auf
vier Tage mit jeweils einer Anstoß-Zeit (Fr-Sa-So-
Mo). Es wurden Vertreter der Initiative zur DFL
geladen, Versprechungen gemacht und Erwartungen
geweckt, die nicht eingehalten wurden. Seit über
13 Jahren finden regelmäßig Gespräche mit
Verbandsvertretern statt, die Protestbanner in den
Stadien sind oft besonders bei Montagsspielen der 2.
Liga vielen Fernsehzuschauern bekannt. Nachdem
die DFL unter anderem beim Fankongress 2012
professionelle Erklärungen zu den Hintergründen
der Terminierung abgegeben hat, scheint sich in
der Fanszene inzwischen etwas Resignation breit
gemacht zu haben....“
... weiterlesen auf:*

www.profans.de**KSC 2014/15**

08.08.2014, 18:30 Uhr FSV Frankfurt - **KSC**
DFB-Pokal 1. Runde
17.08.2014, 16:00 Uhr Neubrandenb. - **KSC**
23.08.2014, 13:00 Uhr Düsseldorf - **KSC**
30.08.2014, 13:00 Uhr **KSC** - Heidenheim
12.09.2014, 18:30 Uhr VfL Bochum - **KSC**
21.09.2014, 13:30 Uhr **KSC** - 1. FC Nürnberg

Happy Birthday!

Wir gratulieren unseren Mitgliedern, die heute
Geburtstag haben!

+++ Namen nur in der Druckausgabe +++

ALLES GUTE!

*** Die Mitglieder, die keine Veröffentlichung ihres
Geburtstages an einem Spieltag wünschen, bitten wir, dies
vorher schriftlich an mitglieder@supporters-karlsruhe.de
mitzuteilen. Danke! ***