

Manifest für den unabhängigen Fan des Volkssport Fußball

Die Fankultur entwickelte sich in den letzten Jahrzehnten rasant in all ihren uns bekannten Schattierungen und gebar nicht nur die Hooligans, sondern darüber hinaus auch unzählige Gemeinschaften von stimmungsmachenden und oftmals äußerst kreativen Anhängern dieses Sports.

Die Erfolgsgeschichte nahm ihren Lauf und mit ihr hielten die Pharisäer und Händler Einzug in die Stadien des Volkes. Erst wurden nur die Übertragungsrechte verschachert und die Werbeeinnahmen stiegen ins Bodenlose. Je höher die Profitchancen, desto komplizierter entwickelte sich das Machtgefüge.

Der Fan aber blieb seiner Mannschaft treu, er gewöhnte sich schnell an Manager und Sponsoren. Anfänglich bedeutete Sponsoring auch, dass Unternehmen durch die Unterstützung einer Mannschaft das Nichtvorhandensein eines eigenen Werkvereins ausgleichen konnten. Ein sogenanntes win-win-Geschäft für alle Beteiligten: Die Vereine hatten mehr Geld für Ausstattung und Bezahlung der Spieler und die Firmen durften mit Ihrem Markenemblem auf den Körpern der Spieler werben, eine in unserem Land sehr vielbeachtete Werbefläche.

Mittlerweile lassen sich auf dem globalen Markt gerade zu Weltmeisterschaften Millionen mit dem Produkt Fußball verdienen und die FIFA, eine ursprünglich als Kontroll- und Organisationsgremium gedachte Unternehmung, nahm das Zepter in die Hand.

Das Resultat spiegelt sich in Exklusivvertrags- und Markenrechtsregelungen wieder, die einem Normalsterblichen jegliche Einbindung in das Geschehen verwehren. Der Fan darf nicht mehr teilhaben an dem Gesamtbild Fußball. Die Verfahrensweise der Kartenverteilung für die Spiele der WM 2006 zeigt geradezu exemplarisch, dass nun Politiker und Manager, aufgrund eines großzügigen Kartenkontingents den Fußball endgültig zu einem exquisiten Treffpunkt gestalten, in dem der Fan nur zu stören scheint.

Fangemeinschaften ist es selten gelungen gemeinsam Karten zu erlangen. Jeder, der das Glück hatte eine Karte zu ergattern wird für sich alleine stehen. Performances und Aktionen ganzer Gruppen werden sich zur WM darauf reduzieren, dass im Stadion lediglich von der FIFA verteilte Markenfähnchen (wahrscheinlich noch im Auftrag eines Werbepartners) geschwungen werden.

Kreativität ade?

Der Fan soll konsumieren, nicht gestalten. Je besser die Vermarktung des Produkts WM 2006 kontrolliert wird, desto wertvoller ist diese Ware. Die Gier der FIFA diesbezüglich geht so weit, dass durch den aggressiven Schutz der Vermarktungsrechte einem Künstler quasi die Hände gebunden werden sich kreativ mit diesem Ereignis in unserem Land auseinander zusetzen. Sogar wenn man mit seiner Arbeit nur eine, für den Betrachter geistige Verbindung zur WM herstellt - eine gerade in der Kunst doch eher subjektive Frage - wird man gebrandmarkt und verfolgt. Schnell sind einem die Wächter des Mammons auf der Spur und drohen mit Millionenklagen.

Gerade hier, gerade heute, in einer Zeit in der Karikaturisten nicht mehr karikieren dürfen, was sie denken, sollten alle Künstler ein Zeichen setzen, denn sonst dürfen auch wir bald in immer weniger Bereichen malen, zeichnen und gestalten was wir sehen, denken und fühlen.

Wehret den Anfängen !

Hannover, März 2006

THE UNITED STATES OF SOCCER



The illegal FIFA-Dollar. Diese Arbeit auf Leinwand mußte ich aufgrund der penetranten Einschüchterungsversuche seitens der FIFA gegen alle Kreativen dieser Welt einfach malen. Dieser Schein unterstützt nochmal den Text des Manifests auf eine sehr realistische Weise.





Manifesto for the independent fan of the people's sport soccer

In the last decades, fan-culture has developed rapidly into all the shades known to us. Moreover, it did not only give birth to the hooligans but also to countless communities of often extremely creative followers of this sport.

A successful story commenced and with it Pharisees and dealers found their way into the people's stadiums. First, only the broadcasting-rights were sold off and the advertising revenues rocketed. The higher the chances for profit, the more complicated the power-system was that developed.

But the fans remained true to their teams, they got used to managers and sponsors fast. In the beginning, sponsoring meant that by supporting a team companies were able to compensate for the lack of a company-owned team, a so called win-win-deal for all parties: The teams had more money for equipment and for the players' payment. On the other hand, the companies were allowed to advertise on the player's bodies, a much noticed advertising space in our country.

In the meantime, millions can be earned on the global market with the product soccer, especially during world championships. The FIFA, originally intended as a controlling and organizing body, took over. The result were exclusive contract - and trademark law regulations which bar mere mortals from any involvement in the events. Fans are no longer allowed to participate in soccer's overall picture. The ticket distribution procedures for the World Championship 2006 exemplify that now politicians and managers, due to a generous allotment of tickets, finally turn soccer-matches into an exquisite meeting point where the regular fan only seems to be a nuisance.

Only rarely, fan-societies were able to acquire tickets together. Everybody who had the luck to get a ticket will be on his or her own. Performances and other activities of whole fan-groups at the World Championship 2006 will be reduced to swaying small flags displaying brand-names (maybe even by order of promotion-partners).

Goodbye to creativity?

Fans are supposed to consume not to create. The better the marketing of the product World Championship 2006 is controlled, the more valuable this product is. The greediness of the FIFA related to this goes to such length that the aggressive protection of marketing-rights almost ties the artist's hands so that in our country artists cannot deal with this event in a creative manner any longer.

Even if an artist only establishes a connection to the World Championship 2006 of a mere mental quality – an especially in arts subjective question – artists are stigmatized and prosecuted. Mammon's guards track one down fast and threaten with charges worth millions.

Especially here, especially today, in a time when caricaturists are no longer allowed to caricature what they think, all artists should give a signal. Otherwise, the areas in which we are allowed to paint, draw and create what we see, think and feel will become less and less.

Resist now !

Hannover, March 2006

Andreas 2006