



Gemeinsam gegen Missbrauch: v.l. Polizeipräsident Erwin Südfeld, Oberbürgermeister Pit Clausen, die Bielefelder Drogenbeauftragte Uschi Castrup, Daniel Müller vom Dachverband Arminia, Ole Wolf vom Fanprojekt, DSC-Präsident Wolfgang Brinkmann, Fanbeauftragter Christian Venghaus, Jürgen Siemering vom Arminia Supporters Club und DSC-Geschäftsführer Ralf Schnitzmeier. FOTO: ANDREAS ZOBE

Alkoholgenuss mit Augenmaß

NW 17.09.10

Zum Arminia-Heimspiel gegen Ingolstadt: Kampagne soll Fans sensibilisieren

VON MATTHIAS BORNHORST

■ Bielefeld. Unter dem Motto „Wo stehst Du?“ starten der Sozial- und Kriminalpräventive Rat der Stadt Bielefeld (SKPR) und die Fan-AG des DSC Arminia eine Plakatkampagne, die sich mit gesellschaftlichen Problemen im Fußball befasst. Den Auftakt der Aktion bildet das Heimspiel der Arminen gegen den FC Ingolstadt am kommenden Sonntag.

Als Themen stehen dabei zunächst „Alkoholmissbrauch“ und „Vandalismus“ im Mittelpunkt der Aktion. „Diese Probleme sind zwar in der gesamten Gesellschaft verankert“, stellt SKPR-Geschäftsführer Thomas Niekamp klar. „Die Kampagne ist aber gezielt im Umfeld des Stadions angesiedelt, wo Alkoholmissbrauch und Vandalismus offener zu Tage treten können als anderswo.“

Der Fußball als Volkssport Nr. 1 eigne sich wie kein anderer Sport dazu, „bestimmte Missstände an den Wurzeln zu packen“, betont Niekamp. Daher bot sich die Zusammenarbeit mit dem Zweitligisten als „prominentestem Verein der Stadt“ geradezu an. So hat Arminias Präsident Wolfgang Brinkmann auch keine Sekunde gezögert, als er von der Plakatkampagne erfuhr. „In den Sitzungen des Präsidiums ging es bisher zum Glück nicht um solche Miss-

stände. Aber wir unterstützen die Aktion gerne und hoffen auf einen großen Erfolg.“

Konkret arbeitet Arminias Fan-AG mit dem Präventivrat zusammen. DSC-Fanbeauftragter Christian Venghaus berichtet, „dass viele Menschen ehrenamtlich an der Kampagne mitgearbeitet haben.“ Zur Fan-AG zählen neben den Fanbeauftragten der Arminia Supporters Club, das Schwarz-Weiß-Blaue Dach und das Fanprojekt.

Für die neue Aktion verteilen die Initiatoren in Ostwestfalen 7.000 Postkarten, bekleben 300 Litfassäulen und hängen großformatige Plakate auf. Auf den Plakaten wird mit anschaulichen Motiven für „Alkoholgenuss mit Augenmaß“ und „Respekt vor dem Eigentum anderer“ plädiert. „Uns ist schon bewusst, dass sich Fußball und Alkohol oft berühren“, stellt Niekamp klar. „Wir plädieren für ein kontrolliertes Trinken.“

Eine Arbeitsgruppe der SKPR beschäftigt sich intensiv mit dem Thema „Alkohol und Sport“. Dort diskutieren neben Vertretern aus den Bereichen



Bierja: Aber nur in kontrollierten Mengen. FOTO: DPA

des Sports auch die Polizei, die Drogenberatung, die Universität Bielefeld und das Jugendamt. „Bielefeld ist zwar seit Jahren eine sichere Stadt, im Fußball

galten wir aber lange als die unsicherste Stadt Deutschlands“, meint Niekamp. Der Grund dafür seien drei bis vier Spielabbrüche in den Amateurligen an jedem Wochenende. Nicht ohne Stolz konstatiert er: „Das hat sich geändert. Heute haben wir nur noch höchst selten einen Spielabbruch.“ Verantwortlich für diese Besserung sei auch die verstärkte Konzentration des SPKR auf den Sport. „Die neue Kampagne ist in ein größeres Gesamtkonzept eingebettet.“ Eine wichtige Säule des Konzepts bildet die Kooperation mit dem Bielefelder Fanprojekt. Somit werde die Wahrnehmung der Kampagne weiter gesteigert.

Die Stadt Bielefeld begrüßt das Vorhaben des SPKR und der Fan-AG ebenfalls ausdrücklich. „Das ist eine innovative Methode“, lobt Oberbürgermeister Pit Clausen die Initiatoren, „um ohne erhobenen Zeigefinger positiven Einfluss auf die Bürger zu nehmen.“ Wenn Arminia als Sportverein seine Stimme gegen Alkoholmissbrauch und Vandalismus erhebe, „hat das eine andere Wirkung, als wenn das der Oberbürgermeister macht.“

Die Plakataktion ist erst der Anfang einer Reihe von Aktionen, die sich mit verschiedenen gesellschaftlichen Problemfeldern befasst. „In Zusammenarbeit mit der Universität Bielefeld planen wir, im Februar die Ausstellung „Tatort Stadion“ nach Bielefeld zu holen“, offenbart Venghaus. Der Fanbeauftragte kündigt außerdem an, dass „noch weitere Probleme wie Homophobie oder Rassismus zusammen mit dem SKPR aufgegriffen werden sollen.“

Bundesweite Aktionen im Fußball

■ Die Plakatkampagne gegen Alkoholmissbrauch und Vandalismus reiht sich in bundesweite Initiativen gegen soziale Probleme im Fußball ein. So startete die Deutsche Fußball-Liga im Jahr 2006 die Aktion

„Rassismus die Rote Karte“. Vor Bundesligaspielen präsentieren die Profis seitdem in regelmäßigen Abständen rote Karten, um so gegen Rassismus im Stadion zu protestieren.

In der damaligen Arbeits-

gruppe der DFL vertreten: Arminias jetziger Geschäftsführer Ralf Schnitzmeier. Der hofft, „dass die Plakatkampagne eine Strahlkraft für die ganze Stadt Bielefeld entwickelt.“ (bw)

www.wostehstdu.de