



Zusatzfragebogen Kandidatencheck

Thema	Fans und Verein
Frage 1	Ein sehr wichtiger Bestandteil des Vereins Fortuna Düsseldorf sind die Fans. Für wie wichtig erachten Sie eine mündige Fanszene und Fanorganisationen wie den Supporters Club? Was kann der Aufsichtsrat für ein gutes Verhältnis zwischen Fans und Verein tun?
Antwort	Eines möchte vorab sagen: Ohne die Zuschauer und die Unterstützung unserer gesamten Fangemeinde hätten wir die vielen schwierigen Momente der Vereinshistorie nicht überstanden. Das ist außergewöhnlich und nicht hoch genug einzuschätzen. Die Identifikation der Fans mit dem Verein – ganz gleich, ob sie auf der Haupttribüne oder auf der Gegengeraden sitzen oder hinterm dem Tor stehen – ist ein Faustpfand. Wichtig für die Stabilität und Lebendigkeit des Vereins sind die organisierten Fans, die der Fanszene eine Stimme verleihen. Sie erlangen dadurch Sichtbarkeit, um ihre Wünsche, Anregungen und Kritik zu äußern. Gerade für Fortuna als mitgliedergeführten Verein ist es daher zwingend notwendig, dass sich der Vorstand mit seinen Mitgliedern regelmäßig austauscht. Der Aufsichtsrat – mit seinen von den Vereinsmitgliedern direkt gewählten und vom Wahl- bzw. Sportausschuss bestellten Mitgliedern – sollte dafür sorgen, dass es einen regelmäßigen und konstruktiven Austausch zwischen Fans und Verein gibt.
Frage 2	Im Sommer 2020 wurde ein neues Sicherheitskonzept der Polizei akzeptiert, welches von Vereinsseite ohne Rücksprache mit Fanvertretern oder Fanprojekt und darüber hinaus sogar ohne Einbezug der eigenen Fanbetreuung unterzeichnet wurde. Sind Sie der Meinung, dass der Verein in Sachen Sicherheit mit den Fans zusammenarbeiten sollte? An welchen anderen Stellen können Fans in die Vereinsarbeit eingebunden werden?
Antwort	Selbstverständlich sollte der Verein auch in Sachen Sicherheit mit den Fans zusammenarbeiten. Die Frage, für wen der Verein die Maßnahmen vornehmlich anpasst, ist doch schnell zu beantworten: die Zuschauer. In dieser Diskussion gibt es aber einen Punkt zu bedenken: Letztlich muss der Verein die Vorgaben der Sicherheitsbehörden einhalten und umsetzen, daher ist der vereinseigene Spielraum geringer als manche vielleicht glauben. Das ändert aber nichts daran, dass es eminent wichtig ist, die Fans über geänderte Sachlagen wenigstens zu informieren. Das führt mich an dieser Stelle auch wieder zur ersten Frage: Auch bei diesem Thema muss eine regelmäßige Kommunikation zwischen Verein und Fans institutionalisiert werden.
Frage 3	Finden Sie, dass Fanbelange bei Fortuna ausreichend berücksichtigt werden? Welche Rolle spielen Fanthemen beim Verein und wie kann die Zusammenarbeit verbessert werden?
Antwort	Ob Fanbelange „ausreichend“ berücksichtigt werden, ist eine schwer zu beantwortende Frage. Es besteht immer Spielraum zur Verbesserung. Gerade wenn wir an das „Flair“ unseres Stadions denken. Hier sollten die Fans mehr eingebunden werden, damit sich die Arena noch ein Stückchen mehr nach unserer Heimat anfühlt. Der Verein setzt sich hierfür schon – soweit ich das mitbekomme – stark ein und nimmt die Interessen der Fans sehr ernst und vertritt sie auch gegenüber der Arenabetreibergesellschaft. Nichtsdestotrotz ist hier noch „Luft nach oben“. Insgesamt hat sich meiner Meinung nach im Punkt „Fan-Beteiligung“ in den vergangenen Jahren bereits einiges zum Positiven verändert: Stichwort „regelmäßige Umfragen“ in der Fortuna-App oder die Miteinbeziehung der Fans bei



	der Gestaltung der Trikots. Zur Zusammenarbeit generell habe ich bei den Fragen 2 und 3 schon was geschrieben.
--	--

Thema	Vereinsarbeit und Außendarstellung
Frage 1	Welche soziale Verantwortung trägt der Verein Fortuna Düsseldorf? Wie sollte der Verein mit gesellschaftlichen Themen wie beispielsweise einer Gehaltsobergrenze im Fußball umgehen?
Antwort	<p>Die Heimat der Fortuna ist der Arbeiterstadtteil Flingern. Dort liegen die Wurzeln, und diese prägen unseren Verein auch heute. Allein schon aus der klubeigenen Historie heraus trägt der Verein eine Verantwortung für seine Mitglieder und sein Umfeld. Die CSR-Abteilung macht insofern einen wunderbaren Job, zuletzt mit dem Kinderschutzprojekt „KIDS CARE - Sport treiben, Kinder schützen“. Insbesondere in dieser von gesamtgesellschaftlicher Unsicherheit und persönlichen Ängsten geprägten Zeit halte ich es für richtig, wenn sich der Verein sozialen Themen widmet und wichtige Statements abgibt, beispielsweise „Love Fortuna, hate Racism“.</p> <p>Über den Punkt Gehaltsobergrenze im Fußball lässt sich trefflich streiten. Ich finde es allerdings richtig, dass sich Fortuna diesbezüglich positioniert hat.</p>
Frage 2	Fortuna ist nun den Schritt in die Eigenvermarktung gegangen. Vor dem Hintergrund sozialer Verantwortung und wachsender Kommerzialisierung wurde zuletzt unter anderem die Zusammenarbeit mit der Gauselmann-Gruppe kritisch gesehen. Wo sehen Sie die Grenzen der Eigenvermarktung?
Antwort	<p>Unter großen Kraftanstrengungen hat der Verein viele Jahre gebraucht, um die alten Sportwelt-Fesseln der Fremdsteuerung in punkto Vermarktung abzulegen. Was diesen Punkt betrifft, sind wir heute wieder ein mündiger Verein, der beides aus eigenem Antrieb heraus steuern kann: die soziale Verantwortung und die Vermarktung. Ich bin der Ansicht, dass wir bei Fortuna beide Säulen vorantreiben können, ohne unsere DNA aufzugeben. Nur eines darf nie wieder passieren: Die Grenzen sind dort, wo der Verein eigene Rechte wieder abgeben muss oder Werbung für Unternehmen oder Branchen macht, die im Gegensatz zu unseren unverrückbaren Werten stehen. Es gibt mögliche Werbeformate oder -flächen, die per se auszuschließen sind, beispielsweise Fangnetze hinter den Toren. Potentielle Werbeflächen vor der Fankurve sind ebenfalls sensibel zu bewerten. Spieler dürfen nicht als laufende Litfaßsäulen genutzt werden.</p>
Frage 3	Es gibt häufig Kritik an fanunfreundlichen Spielansetzungen, der zunehmenden Spieltags-Zerstückelung sowie der Verteilung der TV-Gelder. Wie sollte sich der Verein hierzu gegenüber DFB und DFL positionieren?
Antwort	<p>Der Verein muss hier klar Stellung dahingehend beziehen, dass die Anstoßzeiten – bei allem Verständnis für die Interessen der TV-Anstalten – so attraktiv sind, dass das Gros der Fans auch weiterhin die Spiele live in den Stadien verfolgen kann. Fußball ohne Fans ist wie Düsseldorf ohne Altbier. Es wird uns doch seit Monaten vor Augen geführt, wie es sich anfühlt, wenn keine Fans im Stadion sind. Fußball lebt von der Stimmung im Stadion.</p>