

Vorläufiger Auswertungsbericht der Schiedsrichter Kampagne „Nein! zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“

Vorgeschichte

Im Jahr 2008 startete „ballance hessen“ die Kampagne „Nein! zu Rassismus und Gewalt“. Das Ziel bestand vor allem in der Sensibilisierung gegen Rassismus und Gewalt im Jugendfußball.

Darüber hinaus sollten durch die öffentlichen Bekenntnisse von Spielern, Trainern und Vorständen Impulse gesetzt werden, die einen positiven Beitrag zum gesellschaftlichen Klima im Sinne von „Integration, Toleranz und Fair Play“ leisten.



Methodisch basierte es im Wesentlichen auf dem von Herrn Prof. Gunter A. Pilz entwickelten Konzept der „freiwilligen Selbstverpflichtungserklärung“. Es wurde ein Basistext im Sinne einer Erklärung gegen Rassismus und Gewalt zur Verfügung gestellt, der von Mannschaften / Vereinen besprochen und im Sinne der Zielsetzung spezifiziert werden konnte, bevor er

eigenhändig von all jenen zu unterschreiben war, die gerne teilnehmen und das betreffende Logo am Ärmel Ihrer Spielkleidung tragen wollten.

Ein wichtiger Schritt war die Implementierung der Kampagne im Rahmen des von LOTTO Hessen und dem HFV geförderten Projekts „Hessenliga – fairer Sport mit Freunden“ zur Saison 2008/2009. Mittlerweile in der 3. Spielzeit sind jeweils alle 18 (bzw. 19) Hessenligisten involviert und alle Spieler tragen das Logo auf Ihren Trikot-Ärmeln. Hierzu erteilte der Vorstand des HFV ausdrücklich die erforderliche formale

Bekenntnis gegen Rassismus und Gewalt

Ich verurteile jede Form von Rassismus und Gewalt. Jeder Mensch – gleich welcher Herkunft, Hautfarbe oder Religion – hat ein Recht darauf, respektiert zu werden und darf nicht ausgegrenzt oder diskriminiert werden. Als Schiedsrichter schreite ich in meinem Wirkungsbereich kompromisslos gegen rassistische Äußerungen, Provokationen, Beleidigungen und Handlungen ein und unternehme ich alles in meiner Macht stehende gegen Rassismus und Gewalt.

Genehmigung des „Tragens des Logos auf der Spielkleidung“.

Ein Bündel ergänzender Maßnahmen (Stadiondurchsagen, spezielle Veranstaltungen zum Thema – s. www.ballance-hessen.de), die hier nicht vertieft werden können stellt sicher, dass interessierte Personen mehr über das Thema erfahren und sich ihrerseits engagieren können. Die Kampagne reichte weit über die Hessenliga hinaus:

- Eintracht Frankfurt beteiligt sich bis heute mit den A – C-Junioren, sowie
- Hessen Kassel mit seinem Fanbeauftragten
- Die Radio-FFH-Fußballschule des FSV Frankfurt und
- Weitere Vereine und Netzwerkpartner

Kampagnenstart der hessischen Schiedsrichter

Zu Beginn der Saison 2009/2010 entschied der Verbandsschiedsrichterausschuss unter der Leitung von Obmann Gerd Schugard und dem damaligen Lehrwart und Bundesligaschiedsrichter Lutz Wagner (seit 2003 Toleranzbotschafter von ballance hessen), sich der Kampagne anzuschließen.

Im Einklang mit Appellen und Kampagnen der FIFA, UEFA und des DFB trat man so erkennbar verbreitetem rassistischen und rechtsradikalen Gedankengut entgegen, das bedauerlicherweise auch in Hessen – sowohl in städtischen auch in ländlichen Gebieten – anzutreffen ist, bedauerlicherweise mit steigenden Tendenzen (vgl. *Studie "Rechte Cliques in Hessen"*. Referent: Prof. Dr. Benno Hafeneeger, Universität Marburg)

Auf die Frage: Was war Ihre wichtigste Motivation, diese Kampagne zu initiieren bzw. zu unterstützen, antworteten:

...Lutz Wagner

„Der durchweg positive Grundgedanke, die guten Erfahrungen aus dem Vorgängerprojekt zur WM 2006, die positiven Auswirkungen auf Spieler und Umfeld sowie die Unterstützung für uns Schiedsrichter durch die positive Beeinflussung von Spiel, Spieler und Umfeld...“

...Karsten Vollmar:

„Wesentliche Motivation waren die gesellschaftlichen Gegebenheiten, sprich die wachsende Erfordernis Integration auf dem Fußballplatz voranzubringen und damit die Schwierigkeiten dieses Prozesses mit dieser Kampagne zu mindern. Daneben ist unbestritten, dass Rassismus als historisches, politisches und soziales Problem in die Öffentlichkeit getragen werden muss und wer kann besser als die Schiedsrichter auf die Gerechtigkeitsfrage aufmerksam machen...“

...Dr. Michael Imhof

„Gerade in Zeiten eines Erstarkens rassistischen Gedankenguts bis hin in höchste Kreise, die über eine Öffentlichkeit verfügen, über die sie viele Nachahmer nicht nur an den Stammtischen der Republik finden können, ist es wichtig, einen Kontrapunkt zu setzen, und klar Position zu beziehen. Das ist mit den Mannschaften der Hessenliga hervorragend gelungen. Für die

Schiedsrichter war die Beteiligung an dieser Kampagne eine ausgezeichnete Möglichkeit, sich mit einem vom Aufwand her niederschweligen Angebot zu beteiligen.“

Bei der Umsetzung konnte man auf Erfahrungen aus der Projektphase „ballance 2006“ aufbauen, als unter dem Motto „Fair mit Pfiff“ bereits von Olympia Kassel (Karl-Heinz Koch) und der TSG Messel (Dr. Michael Imhof) das Themenfeld vielfältig methodisch aufgegriffen worden war (vgl. www.wm2006-hessen.de).

Insbesondere orientierte man sich natürlich an der in der Hessenliga erfolgreich angelaufenen Kampagne. Bei den Verbandslehrgängen für **Hessenliga-** (Juni 2009) und **Verbandsliga-Schiedsrichter** (Juni 2010) wurde die Kampagne zentral von Michael Glameyer (Geschäftsführer ballance hessen) präsentiert, was auf 4 Schritten basierte:

1. Rahmenprojekt ballance hessen
2. Diskussion der Grundsatzfrage „Rassismus und Gewalt in Fußball und Gesellschaft“ (Hintergrundpapier Dr. Michael Imhof)
3. Entscheidungsfindung / Besprechung und Unterzeichnung der Selbstverpflichtungserklärung
4. Kampagnenstart, Öffentliches Bekenntnis durch Tragen des Logos

In einem weiteren Schritt wurde es allen **hessischen Schiedsrichterkreisen** freigestellt, in ihren Vereinigungen auszuloten, wie das Interesse der Schiedsrichter aussieht und sich freiwillig an der Kampagne zu beteiligen. Nachdem die Öffentlichkeitsmitarbeiter (ÖMIs BfOs – Beauftragte für Öffentlichkeitsarbeit) zentral geschult worden waren, übernahmen sie – ausgestattet mit entsprechenden Materialien (Flyer, Konzept, Powerpointdatei etc.) – die dezentrale Präsentation und Federführung vor Ort. Vereinzelt übernahmen Dr. Michael Imhof oder Felix Kempa (Schwalm-Eder Kreis) die Schulung in Nachbarkreisen.

12 Schiedsrichtervereinigungen entschieden sich zu Beginn oder im Verlaufe der Saison 2010/2011 zur Teilnahme an der Kampagne.

Gemeinsam mit den Hessenliga- und Verbandsligagespannen ergab sich folgendes Teilnahmefeld (Nennung nach Zeitpunkt des Beitritts zur Kampagne:

SR-Vereinigung / Kreis	Ansprechpartner	beteiligte Schiedsrichter
Hessenliga	Karsten Vollmar	50
Verbandsliga	Karsten Vollmar	80
Darmstadt	Dr. Michael Imhof	ca. 40
Schwalm-Eder-Kreis, Jan. 2010	Felix Kempa	ca. 150
Odenwaldkreis	Thorsten Schenk	ca. 30
Alsfeld, 20.11.2010	Peter Zinn	ca. 100
Schlüchtern, 10.05.2010	Martin Bechtel	30
Friedberg, 01.05.2010	René Filges	15
SR-Gruppe Eintracht Frankfurt	Thomas Jung	16

Fulda, 22.08.2010	Michael Wilhelm	ca. 150
Bad Hersfeld-Rotenburg 27.08.2010	Karsten Vollmar	ca. 150
Wolfhagen-Hofgeismar 19.11.2010	Mike Britting	72
Marburg 07.12.2010	Christoph Heuser	79
Gießen, 18.02.2011	Hans-Peter Schön	97
Insgesamt		ca. 1.059 *

*Hier nicht mit eingerechnet sind die Personen, die zusätzlich über Veranstaltungen (Hallen-Kreismeisterschaft etc.) erreicht wurden.

Außer dem Tragen des Logos und des Werbens für die Kampagnenziele durch die einzelnen Schiedsrichter, wurden auch besondere Veranstaltungen und Aktionen durchgeführt.

Beispielsweise transportierte die Schiedsrichtervereinigung des Schwalm-Eder Kreises das Thema mit einem originellen Ansatz erfolgreich in die Hallen-Kreismeisterschaften und fand alleine dort 920 (!) Unterstützer, die durch ihre eigenhändige Unterschrift ihre Solidarität bekundeten. Wie weit die Aktion auch die Gespräche und das Verhalten von Funktionären, Trainern und Spielern positiv beeinflussten, wurde im Bericht von Felix Kempa deutlich. Dem Projekt wurde hierfür schließlich der „Antirassismus-Preis 2010“ von ballance hessen verliehen, überreicht von Schirmherrin Steffi Jones.

Projektende ballance hessen

Es liegt in der Natur von Projekten, dass sie außer Zielen einen Anfang und ein Ende haben. Im Jahr 2002 war das Projekt (als „ballance 2006“) u.a. mit dem Ziel gestartet, einen positiven Beitrag zu einer friedlichen Fußball-WM 2006 und einer toleranten Gastgeberschaft in Deutschland zu leisten.

Mit neuen Schwerpunkten (Fair Play im Jugendfußball, „girls & boys in ballance – fair und tolerant zur Frauen WM 2011“ u.a.) wurde das Projekt auf den Zeitrahmen bis nach der Frauen-WM 2011 in Deutschland ausgedehnt.

Nun endet es zum 31.12.2011 und damit entfällt (gleichsam im Sinne „höherer Gewalt“ und zwar - aufgrund des Fußball-Kalenderjahres - zum 30.06.2011) auch die Basis der hier beschriebenen Schiedsrichter-Kampagne „Nein! Zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“

Ob dies bedauerlich ist und inwieweit zur nachhaltigen Ergebnissicherung eine Nachfolgekampagne erforderlich ist - hierüber zu befinden ist nicht Gegenstand dieses vorläufigen Auswertungsberichts.

Es sollen hier jedoch die bis zum heutigen Tag erzielten Ergebnisse abgebildet werden. Diese zu interpretieren und Schlussfolgerungen daraus zu ziehen, dies ist die Aufgabe des zuständigen Verbandes HFV, dem dieser Bericht vorgelegt wird.

Die Kampagne im Urteil der Beteiligten

Zur Auswertung wurden

- auf der Leitungsebene 3 Personen sowie
- die in der Kampagne aktiven Schiedsrichter und ihrer regionalen Multiplikatoren

per Fragebogen um ihre Bewertung der Kampagne gebeten (s. Anl.)

Die Ergebnisse der Rückmeldungen sind nachfolgend dokumentiert:

Leitungsebene

Auf die Frage: „**Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Ergebnisse, die erzielt werden konnten?**“ antwortete

...Lutz Wagner

„Es ist schwer Unbewusstes bewusst zu machen, und dabei hilft nur Hartnäckigkeit

Wie wichtig sind doch Vorbilder

Viele sind empfänglich doch oftmals müssen sie erst geweckt werden

Mit vernünftigen Strukturen geht vieles leichter“

...Karsten Vollmar:

„Zentrales Ergebnis ist eine zunehmende Sensibilisierung der Öffentlichkeit. Daneben sind die SR als (Mit-)Träger der Kampagne wahrgenommen worden, die eben auch soziales Engagement in ihrer Aufgabe sehen und dieses in praktischen Vorhaben umsetzen!

Die mediale Resonanz hat ein Übriges dazu beigetragen, dass das Thema in die Öffentlichkeit gelangt ist. Viele Rückmeldungen und Zeitungsartikel geben darüber Aufschluss“

...Dr. Michael Imhof

„Rassismus fängt nicht erst an, wenn ein Migrant zusammen geschlagen wird. Rassismus bzw. eine Neigung zu einer rassistischen Grundeinstellung äußert sich bereits durch kleine, scheinbar nebensächliche Begebenheiten, z.B. wenn ein Spieler wegen seiner Herkunft beleidigt oder provoziert wird. Das wichtigste Ergebnis dieser Kampagne ist daher für mich, dass viele Schiedsrichter dafür sensibilisiert werden konnten, wie wichtig es ist, bereits auf vermeintliche Kleinigkeiten, wie verbale Provokationen, zu achten. Gerade das frühzeitige Unterbinden von Provokationen mit rassistischem Hintergrund kann für ein erheblich entspannteres Klima auf dem Platz sorgen und spätere Eskalationen verhindern helfen.

Schiedsrichter

Von den in der Kampagne aktiven Schiedsrichtern (Anzahl...) erhielten wir exakt 99 Bögen ausgefüllt zurück.

Fragen zum Ankreuzen

Auf drei Fragen war mit Ankreuzen zu antworten – hier die Ergebnisse:

1. Gesamtbewertung der Kampagne:

- **91** Schiedsrichter kreuzten an „Ich finde die Kampagne **gut**“
- **7** Schiedsrichter kreuzten an „Ich finde die Kampagne **sinnlos**“

2. Reaktion der Spieler

- **41** Schiedsrichter nahmen „**positive Reaktionen**“ durch die Spieler wahr, **56** Schiedsrichter stellten „**keine erkennbare Reaktion**“ fest. In **1** Fall wurde eine „**negative Reaktion**“ registriert.

3. Reaktion der Zuschauer

- **33** Schiedsrichter nahmen „**positive Reaktionen**“ durch die Zuschauer wahr, **65** Schiedsrichter stellten „**keine erkennbare Reaktion**“ fest. Die Option „negative Reaktion“ wurde in keinem einzigen Fall angekreuzt.

Schriftliche Kommentare

Außer der Möglichkeit des Ankreuzens konnten die Schiedsrichter zu den jeweiligen Fragen schriftliche Kommentare abgeben. Nachfolgend die interpretierte Zusammenfassung der Aussagen. Die vollständige Zitatensammlung liegt dem Verband und Herrn Prof. Gunter A. Pilz selbstverständlich ungekürzt vor.

Repräsentativ ausgewählte Kommentare zur Reaktion der Spieler:

Eine wichtige Rolle bei den Kommentaren spielte das Ärmel-Logo, das hier offenbar als Blickfang fungierte. In etwa der Hälfte der Nennungen wird berichtet, dass Spieler Neugierde / Interesse zeigten:

- Spieler sprechen mich als Person an, fragen nach was das Logo bedeutet bzw. was dahinter steht.
- Meist wird das Logo näher betrachtet und gelesen – und für sehr gut „befunden“
- ... Gelegentlich fragen Spieler nach und reagieren dann positiv. Bei der Mehrzahl der Spieler ist nicht klar, ob sie uninteressiert sind, oder es bereits kennen. Blicke der Spieler lassen erkennen, dass das an und für sich ja doch sehr auffällige und ungewohnte Logo wahrgenommen wird.

... die eher positiv / zustimmend geprägt ist:

- Ein ausländischer Spieler sagte während eines Spieles zu mir, dass er es klasse findet, dass die Unparteiischen, die eine wichtige Rolle bei einem Fussballspiel spielen, diese Aktion unterstützen.
- Vieler Spieler sagen in Gesprächen über das Thema dann, dass sie es sehr gut finden, dass man ein Zeichen setzt. Auch wenn es nur "ein Logo" ist, allein die symbolische Aussagekraft würde schon viel ausmachen.
- Ausländischer Spieler sagte zu mir: „Super-Sache, dass Ihr das macht!“
- Bei einem Spiel kam ein Spieler (Türke) zu mir und meinte: „Ey Schiri, echt cool! Super, das auf Deinem Arm“

Ebenso ca. die Hälfte der Kommentare erlebt eher Gleichgültigkeit der Spieler:

- ich habe kaum Reaktionen von Spielern auf das Logo erlebt.
- Bis jetzt hat mich kein Spieler angesprochen
- Das Logo wird genau so akzeptiert wie jeder Werbeaufdruck auf den Trikots der Spieler

Folgende „negative Reaktion“ wurde verzeichnet:

- Ein Spieler meinte zu mir es wäre gespielt

Repräsentativ ausgewählte Kommentare zur Reaktion der Zuschauer:

Insgesamt zeigt sich ein deutlicher Trend, dass positive Effekte bei den Zuschauern erzielt wurde, die außerdem mehrheitlich positiv reagierten:

- Zuschauer meckern nicht mehr so oft
- Ein Zuschauer sagte mal zu mir, in deinem Alter so ein Abzeichen, gute Sache
- Positiv: Überall
- Finde ich stark. Fazit vieler Zuschauer
- Häufig persönliche Ansprache zur Aktion. Welche als positiv empfunden wird.

- Bei RW Frankfurt hängt ein Foto von mir mit dem Ballance-Plakat und den Logos auf dem Arm. Dort wurde ich schon darauf angesprochen. Viele Vereine vor allem der Hessenliga zeigen ihre Unterstützung.
- In Ligen wie der Hessen-, Verbands- und/oder Gruppenliga ist das Verhalten durch die Kampagne besser geworden. Schiedsrichter und deren Entscheidungen werden eher akzeptiert bzw. Beleidigungen oder Zwischenrufe haben deutlich nachgelassen.
- Zuschauer fragt: „Was ist denn das für ein Aufkleber?“ Nach Erklärung von mir: „Das hätte man schon früher machen sollen“
- Wurde bei einem Turnier der Kreismeisterschaften im Futsal von Eltern darauf angesprochen. Sie fanden die Kampagne gut
- In Spielen im SR-Team fällt den "Bänken" das Logo schon eher auf, da mehr Zeit zum Beobachten ist. Ich habe es in einem Spiel erlebt, dass während des laufenden Spiels ein Betreuer den Assistenten aufgesucht und gefragt hat, was das für ein Logo sei. Die Reaktion war ausgesprochen positiv.
- Gerade von jüngeren Schiedsrichtern wird das Logo mit einem gewissen Stolz getragen, so mein Eindruck.

Nicht selten entstand aber auch der Eindruck, dass nicht wirklich verstanden wird, um was es geht:

- Viele Zuschauer können mit dem Logo nichts anfangen
- ... wenn man es erklärt finden sie es richtig.

Ca. ein Drittel der Kommentare erlebt eher Gleichgültigkeit der Zuschauer:

- Angesprochen wurde ich noch nie darauf, was natürlich nicht bedeutet, dass es niemandem auffällt.
- leider bislang noch keine Reaktion feststellbar.
- Man nimmt es zwar scheinbar zur Kenntnis, aber eine Reaktion lässt man sich nicht anmerken

Ich finde die Kampagne gut, weil...

(Repräsentativ ausgewählte Begründungen von 91 Nennungen)

- Klare Zeichen gegen Rassismus und Gewalt gesetzt werden müssen
- Da wir in Deutschland viele Ausländer haben, die Fußball spielen und hier klar deutlich gemacht wird, dass wir unparteiisch sind und die Menschen so akzeptieren wie sie sind, egal woher sie kommen.
- Weil der Sport nichts mit der Herkunft zu tun hat – Sport soll unabhängig von der Hautfarbe etc. sein
- Ein kleiner Beitrag zum besseren faireren Miteinander.
- Menschen werden dadurch auf dem Platz gleich behandelt. Gutes Gefühl für diese!!!
- Da der moralische Verfall leider nicht zurück geht. Man muss weiterhin Gegenpunkte setzen.
- ... Rassismus nicht in diese Welt gehört.

- Sie bietet die Möglichkeit, Fair-Play, Gerechtigkeit, Gemeinsamkeit und Freude auf dem Fußballplatz zu verwirklichen, darüber hinaus schützt sie vor Vorurteilen und vereint Deutsche und Ausländer.
- Es wird sonst immer nur viel in den Medien geredet, aber es passiert kaum etwas auf unseren Plätzen. Hier hat man mal die Möglichkeit auch richtig aktiv an solch einer meiner Meinung nach Wichtigen Sache teil zu haben. Und ich bin gerne Botschafter für diese Sache.
- Es für die SR's eine Möglichkeit ist "Flagge" zu zeigen!

Es wird wiederholt auf **Probleme mit der Befestigung des Logos** (üblicherweise mit Doppelklebeband) hingewiesen:

- hätte man den Schiedsrichtern Trikots mit einem aufgebügelten Logo zur Verfügung stellen sollen oder aber Aufbügler verteilen. Es passiert immer wieder das sich die Aufkleber ablösen und man mehr damit beschäftigt ist den Aufkleber nicht zu verlieren als nach dem Spiel zu sehen
- Die Befestigung mittels doppelseitigem Klebeband ist, insbesondere wenn das Trikot verschwitzt ist oder es regnet, schwierig.
- Die Aufkleber-Qualität sollte verbessert werden. Fallen regelmäßig unmittelbar nach Anpfiff ab. Nervig! Deshalb wird der Aufkleber nicht mehr getragen, obwohl die Kampagne eigentlich für gut befunden wird

Ich finde die Kampagne sinnlos, weil...

(Repräsentativ ausgewählte Begründungen von 7 Nennungen)

- Es keinerlei Reaktionen auf das Logo gibt
- es niemanden an/um den Sportplatz interessiert
- Sinnlos finde ich NICHT das "ballance"-Projekt als solches, sondern lediglich die aufgeklebten Logos, weil sie a) keinen Aufmerksamkeitsgrad erreichen (weder bei Spielern noch bei Zuschauern, die gar nicht wissen, was die SR da auf dem Ärmel tragen) und b) ohnehin nur eine symbolische Handlung sind, die von außen nicht erkannt wird.
- Es sollte jedem ein Bedürfnis sein, Integration zu fördern, dazu benötige ich eine solche Aktion nicht. Auch ohne solche Ärmelabzeichen lebe ich die Toleranz gegenüber Menschen, mögen diese auch anderer Hautfarbe sein.

Beispiele für „Weitere Anmerkungen“:

In wenigen Einzelfällen fühlten sich Schiedsrichter selber unzureichend über die Kampagne informiert („Es wurde auch kein Hinweis auf den Bezug des Logos gegeben“)

Ausblick

Wie bereits erläutert, endet mit Beendigung von „ballance hessen“ die hier beschriebene Schiedsrichter-Kampagne „Nein! Zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“ zum 30.06.2011. Der HFV wird als zuständiger Verband darüber befinden,

inwieweit zur nachhaltigen Ergebnissicherung eine Nachfolgekampagne erforderlich ist und wie diese aussehen könnte.

Dieser vorläufige Auswertungsbericht möchte die bis zum heutigen Tag erzielten Ergebnisse abbilden um die weitere Entscheidungsfindung zu begünstigen.

Die Leitungsebene beantwortete die Frage: „**Was ist Ihre Empfehlung für die Zukunft?**“ wie folgt:

...Lutz Wagner

„Weitermachen!...“

...Karsten Vollmar:

„Im Schiedsrichterbereich ist festzustellen, dass wir gerne auch an weiteren Elementen der Kampagne interessiert sind. In der Praxis werden wir momentan nicht mehr machen können, als durch das Ärmellogo unsere Zugehörigkeit in der Breite der Aktiven zur Kampagne auszudrücken... Wenn aber neue Impulse kommen sollten, werden wir das selbstverständlich auf der Leitungsebene unterstützen und wo es geht auch zu einer Mobilisierung unserer SR beitragen!“

...Dr. Michael Imhof

„Damit die Kampagne einen noch höheren Bekanntheitsgrad erlangt und nicht den Eindruck entstehen lässt, da sei wieder „eine neue Sau durch's Dorf getrieben“ worden, ist es aus meiner Sicht absolut notwendig, die Kampagne inhaltsgleich weiter zu führen und noch einige Jahre zu treiben. Erst dann wird sich der Eindruck fest setzen, dass es sich hierbei wirklich um ein fundamentales Anliegen des HFV handelt. Heute ist den meisten Vereinen noch nicht einmal bekannt, dass auf dem letzten Verbandstag die „Präambel“ der Satzung und die Strafordnung in dieser Hinsicht geändert worden sind. Das gilt es, durch diese Kampagne weiter zu verbreiten, möglicherweise durch einen Aktionstag, in den in – niederschwelliger – Weise alle Vereine einbezogen werden.“

Es geht aus meiner Sicht nicht um spektakuläre Maßnahmen, sondern um den steten Tropfen, der mit konstanter, dauerhafter „Penetration“ irgendwann allein durch die Sichtbarkeit des Logos am Schiedsrichter allen Beteiligten klar macht: „Heute hat Rassismus keine Chance!“

Auf der Ebene der Schiedsrichter darf man bei einer Zustimmung von **91** („Ich finde die Kampagne **gut**“) zu **7** („Ich finde die Kampagne **sinnlos**“) davon ausgehen, dass Akzeptanz und Votum für eine Fortsetzung des Engagements gegen Rassismus und Gewalt sprechen. („Ich bitte darum die Kampagne weiterzuführen!!!“, „Tolle Aktion, weiter so!“)

Abschließende Anmerkungen des Geschäftsführers

„Der eigentliche Durchbruch der Kampagne "Nein! zu Rassismus und Gewalt - ballance hessen" mit seinem markanten gelben Ärmellogo wurde mit der Implementierung und nachhaltigen Verankerung in der Hessenliga geschafft. Dennoch wurde die Aktion erst durch die Gilde der Schiedsrichter (der „Aristokratie des Fußballs“) in besonderer Weise „geadelt“. War für die Hessenligisten das Ligasponsoring durch LOTTO Hessen eine legitime Motivation, die Kampagne aufzugreifen, so war der Beweggrund der Schiedsrichter ausschließlich ideeller Natur. Über 1.000 (!) Schiedsrichter beteiligten sich an dieser Aktion an und werteten damit „ballance hessen“ als Gesamtprojekt enorm auf.

Bereits die Geste als solche nötigt Respekt ab: dass die Schiedsrichter als „neutrale Instanz“ die „Zivilcourage“ aufbringen, persönlich mit einem Slogan aufzutreten, der sich öffentlich gegen Rassismus wendet und durch das Tragen des Logos mit den Spielern Schulterchluss üben.

Abschließend möchte ich dem VSA für das Vertrauen, den Mut und die gute Zusammenarbeit danken und ebenso den landesweit auf und neben den Fußballplätzen vorbildlich engagierten Schiedsrichtern.

Michael Glameyer, Geschäftsführer ballance hessen und IBZW



Gutachterliche Stellungnahme zu Ballance Hessen

„, ballance hessen“ ist es mit der Kampagne „Nein! Zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“ in der Hessenliga sowie für hessische Schiedsrichter gelungen, einen weiteren wichtigen und vor allem nachhaltigen Schritt ... zu tun.

Dabei muss, das zeigen die Erfahrungen, die Bekämpfung von Rassismus und Gewalt im Fußball auf mindestens zwei Pfeilern beruhen: Zum einen geht es um **Sensibilisierung** für die Probleme von Rassismus und Gewalt, um dann darauf aufbauend, zum anderen **konkrete Maßnahmen, Aktionen** gegen Rassismus und Gewalt zu ergreifen.

Mit den beiden Aktionsschwerpunkten: Schiedsrichter-Kampagne „Nein! Zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“ und „Hessenliga – Fairer Sport mit Freunden“ hat das Projekt „ballance hessen“ dies konsequent und überzeugend umgesetzt.

Schiedsrichter-Kampagne „Nein! Zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“

Die Schiedsrichter-Kampagne „Nein! Zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“ leistet, wie die Auswertungen der Befragungen der beteiligten Schiedsrichter eindrucksvoll belegen, einen wichtigen Beitrag zur Sensibilisierung für das Problem der Gewalt und des Rassismus im Fußball. Mit einem relativ einfachen, kostengünstigen Mittel, dem Logo „Nein! Zu Rassismus und Gewalt – ballance hessen“, wird eine hohe Aufmerksamkeit und Zustimmung erzielt. Aussagen bezüglich der Reaktionen der Spieler wie „*meist wird das Logo näher betrachtet und gelesen und für sehr gut befunden*“; „*gelegentlich fragen Spieler nach und reagieren dann positiv*“; „*viele Spieler sagen in Gesprächen über das Thema dann, dass sie es sehr gut finden, dass man ein Zeichen setzt. Auch wenn es nur „ein Logo“ ist, allein die symbolische Aussagekraft würde schon viel ausmachen*“ und noch deutlicher, von den Spielern mit Migrationshintergrund: „*Super-Sache, dass Ihr das macht!*“; „*Ey Schiri, echt cool!, das auf Deinem Arm*“ zeigen, dass die Botschaft angekommen ist. Die beiden letzten Aussagen sind auch deshalb in ihrer Bedeutung nicht zu unterschätzen, als in Untersuchungen

über die Genese von gewalttätigen Auseinandersetzungen auf dem Fußballplatz festgestellt wurde, dass vor allem bei Tätern mit Migrationshintergrund in über 50 % der Fälle eine Schiedsrichterentscheidung Ursache und entsprechend auch die Schiedsrichter meist Opfer der Gewalthandlungen sind. Dahinter steckt die Unterstellung, dass der Schiedsrichter nur gepfiffen hat, weil der Spieler einen Migrationshintergrund hat. Mit der Aussage „Super-Sache, dass Ihr das macht“, oder „ey Schiri, echt cool, das auf Deinem Arm“ wird zum Ausdruck gebracht, dass die Botschaft angekommen ist und die Gefahr, dem Schiedsrichter bei seinen Entscheidungen Rassismus oder Fremdenfeindlichkeit zu unterstellen erheblich, dürfte damit erheblich geringer sein. Dass das Logo auch vermehrt Anlass zu Gesprächen zwischen Schiedsrichtern und Spielern über Rassismus und Gewalt ist, macht deutlich, dass die Intention über das Logo ein Bewusstsein und Interesse für dieses Thema zu schaffen und damit die Basis für gemeinsame Aktionen und Maßnahmen gegen Gewalt und Rassismus, erfüllt wurde. Dies verdeutlichen auch die Reaktionen der Zuschauer – die oft durch ihr Verhalten am Spielfeldrand erst die Emotionen und Gewalt auf den Rasen bringen.

Es ist deshalb nicht nur zu wünschen, sondern geradezu dringend geboten, diese Aktion fortzusetzen, nicht zuletzt auch eingedenk der Tatsache, dass Maßnahmen gegen Gewalt und Rassismus kein Anlass für ein einmaliges Event sind, sondern im Sinne der Nachhaltigkeit ein Prozess, eine dauerhafte Aufgabe. Dabei sollten die Anregungen bezüglich der Beschaffenheit des Logos aufgegriffen und überlegt werden, ob es nicht – im Sinne der Selbstverpflichtung – Sinn macht, das Logo auch auf den Trikots der Spieler anzubringen und durch entsprechende große Banner die Botschaft auch für die Zuschauer deutlich sichtbar zu machen. Also: die Kampagne auf Spieler und Zuschauer – auch auf Kreisebene - erweitern und konsequent fortsetzen und wenn möglich durch entsprechende öffentlichkeitswirksame Kampagnen und spezielle Schulungen von Schiedsrichtern und Vereinsvertretern begleiten. So wird zu Recht darauf aufmerksam gemacht, dass man auch *„die Spieler, ab der Jugend, über diese Werte informieren“* sollte und dass die Kampagne die *„Möglichkeit bietet, Fair Play, Gerechtigkeit, Gemeinsamkeit und Freude auf dem Fußballplatz zu verwirklichen und Deutsche und Ausländer auf dem Fußballplatz vor Vorurteilen schützt und vereint.“*

Dem ist nichts hinzufügen.

...

Wenn es dieses Projekt nicht schon gäbe. Man müsste es erfinden!

Insofern ist auch hier nur zu hoffen, dass das Projekt ohne Abstriche fortgesetzt wird und somit auch langfristig die Erfolge erntet, die bereits jetzt beeindruckend sichtbar sind und vor allem, um im Sinne der Nachhaltigkeit dafür zu sorgen, dass die ergriffenen Maßnahmen zum festen Bestandteil der Sportvereinsaktivitäten werden.

Dies vor allem in der Erkenntnis, dass die Zielprojektionen Respekt, Anerkennung, Toleranz, Fairness, Kameradschaft und Integration zwar im Sport angelegt sind, sich aber nicht per se, quasi von selbst einstellen, sondern (vor)gelebt und täglich neu erarbeitet werden müssen.

In diesem Sinne ist zu hoffen, dass das Projekt „ballance hessen“, das mich sehr überzeugt und begeistert, sowohl bezüglich der Sensibilisierung mit der Erweiterung der Schiedsrichterkampagne „Nein! Zu Rassismus und Gewalt“ auf Spieler und Zuschauer und der Förderung konkreter Maßnahmen durch die „Hessenliga – Fairer Sport mit Freunden“ (ausgedehnt auf die Kreisligen) zu wünschen, dass es zu einem festen Bestandteil der Fußballvereinsalltags in Hessen wird. Der Hessische Fußball - Verband hat mit diesem Projekt auch einen bedeutenden Betrag zu den Nachhaltigkeitsinitiativen des Deutschen Fußball-Bundes geleistet.

Prof. Dr. Gunter A. Pilz

im Juni 2011