
In Winterthur ist vieles anders: ausbleibender Erfolg, Zweitklassigkeit. Und die Bierkurve. Ein Farbtupfer in der Schweizer Fanszene.

Text: Nicolas Galladé, Bild: David Baumgartner

DIE BIERKURVE: PROSECCO FÜR FANS

Die Einladung kam einem Ritterschlag gleich: Als einzige Schweizer Delegation unter über 40 Fangemeinschaften aus ganz Europa nahm die Winterthurer Bierkurve Mitte Juni am antirassistischen Fanturnier in St. Pauli teil. Wie kommt es dazu, dass ausgerechnet die Fans eines Challenge-League-Teams die Schweizer Farben vertreten? Und wer ist die Bierkurve?

Letztere Frage hat schon zu philosophischen Exkursen geführt. Und so viele Antworten hervorgebracht, wie Leute befragt wurden. Die Kürzestversion: Die Bierkurve ist eine lose, bunte Fangemeinschaft, die sich als fortschrittliche Fussballfans sieht und sich und den Fussball nicht todernst nimmt. Das Motto lautet: «Für den FCW – gegen Rassismus. In den Stadien und überall.» Das ist in etwa der gemeinsame Nenner. Alles andere ist Projektion und Würde der Vielfalt der Kurve und ihren Individuen nicht gerecht.

Anfangen hat alles in der Saison 1997/98. Der nicht erfolgsverwöhnte FC Winterthur, letztmals in der höchsten Spielklasse 1985, tauchte in jener Saison gar in die 1. Liga. Die beiden Derbys gegen den Quartierverein Veltheim und – immerhin – der sofortige Wiederaufstieg waren die dünn gesäten Saison-Highlights. Ähnlich dünn gesät waren damals auch die Zuschauer – über welche Winterthur ohnehin nicht im Überfluss verfügt. «Heute

war ich das letzte Mal auf der Schützenwiese», war seit dem Abstieg in die Zweitklassigkeit ein oft zitierter Satz, der viel über die Vereinstreue aussagt. Aber auch über den damals luschen Dunstkreis der Vereinsleitung. Eine Hand voll Unentwegter aus dem Umfeld der Alternativbeiz Widder platzierte sich in der Saison 1997/98 jeweils unter der Matchtafel mit der altmodisch wirkenden grossen Uhr, gleich vor dem Getränkestand. «Und weil es so wenige im Stadion waren zu jener Zeit, gesellten sich die Leute aus der Alternativszene hinzu», berichtet Michi Sauerland, der heute die Libero-Bar in der Schützenwiese führt, im Dokumentarfilm «Bierkurve im Halbfinal». An selber Stelle erfährt man auch, wie die Bierkurve zu ihrem Namen kam: Als ein Fan dem damaligen FCW-Spieler Renato Brugnoli an einem Robbie-Williams-Konzert in Zürich huldigte, lokalisierte dieser den Fan als «Bierkürvler». Die Bierkurve war geboren. Dass Brugnoli den Ausdruck der gleichnamigen Fankurve des FC Schaffhausen entlehnte, störte (und wusste) niemand.

Aufmerksamkeit erregte der immer grösser werdende, meist dunkel gekleidete Haufen Anfang 2002. Zu diesem Zeitpunkt, der eigenwillige Unternehmer Hannes W. Keller («Ich habe keine Ahnung von Fussball.») hatte kurz davor das Präsidium übernommen, zeichnete sich ein gigantischer Schuldenberg ab. Der Vorgängervor-

stand hatte nach dem Wiederaufstieg über den Verhältnissen gelebt. Es war die Zeit, als der Betriebsbeamtete nach Spielschluss die Matcheinnahmen mitnahm. Der FCW stand vor dem Konkurs. Neben Hannes W. Kellers Geld war es vor allem die Bierkurve, die dies verhinderte. Sie hielt dem Verein in der schwarzen Stunde die Stange und organisierte ein Benefizkonzert im Kulturzentrum Gaswerk. Michi Sauerland und Andreas Mösl (heute Geschäftsführer des FCW) konnten einen Scheck von 15 000 Franken für die Juniorenabteilung überreichen. Die Bierkurve erhielt Anerkennung. Bei alteingesessenen Fans, Vereinsleitung und in der Öffentlichkeit.

Kunst und Prosecco im Salon Erika

Zum alternativen Haufen der ersten Stunde gesellten sich immer mehr Leute hinzu: Kulturschaffende, jüngere und ältere Fussballfans, Medienschaffende, Lokalpolitiker und überdurchschnittlich viele weibliche Fans. Letzteres vor allem dank dem «Salon Erika». Einem Container, der unter dem Motto «Kunst und Prosecco im Stadion» jeweils mit einer 90-minütigen Kunstaussstellung und viel Prosecco lockt. Die Erträge fliessen der Bierkurve oder noch besseren (wohltätigen) Zwecken zu. Weitere Kurvenspezialitäten: Cheerleader-Auftritt der «Beerleaders», Abschiedskonzert der Kultband Hukedicht in der Halb-

zeitpause, der «Laufpass – das Magazin für treue Fans», regelmässige Benefizkonzerte oder das weltweit erste «Public Listening» in der Bierkurve anlässlich einer Radio-Liveübertragung eines Auswärtsspiels.

Den vorläufigen Höhepunkt erlebte die Bierkurve in der Saison 2005/06, als GC und Luzern aus dem Cup geworfen wurden, ein Sonderzug mit 700 Personen als rollende Party zum Viertelfinal nach Genf fuhr und vor über 8000 Zuschauern erst im Halbfinal gegen Sion die Party ein abruptes Ende fand. Diese Cuppartie und die Geschichte der Choreo («Fendantflasche leer») steht auch im Zentrum des 22-minütigen Dok-Films «Bierkurve im Halbfinal» von David Baumgartner und Manuel Bossard. Mit dem Erfolg (zumindest neben dem Platz) hat sich auch das Gesicht der Bierkurve gewandelt, heftige Diskussionen dazu haben zugenommen. Die Grundsätze sind aber dieselben geblieben: «Für den FCW – gegen Rassismus. In den Stadien und überall.» Angesichts der jüngsten Entwicklungen einer wachsenden Fangemeinschaft verwundert es auch nicht, dass für nicht wenige in der Bierkurve der Gedanke an einen dereinstigen Aufstieg in die Super League mehr Albtraum als Traum bedeutet. Aber ein Cupsieg, dafür wären alle zu haben. Das würde auch besser zum FCW und der Bierkurve passen. ■

Nicolas Galladé ist Bierkürvler



Die Winterthurer Bierkurve schaut in den Spiegel: Vorführung des Dokumentarfilms «Bierkurve im Halbfinal» auf der Schützi.