



★★★ **10 FANTASTISCHE JAHRE** ★★★



FOTOGRAFIE HORST HAMANN



10 FANTASTISCHE JAHRE



2003-2013



10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA



FOTOGRAFIE HORST HAMANN

★ INHALT

Vorwort Wolfgang Niersbach	5
Die Fans	8
Die Mannschaft	20
Fan Club-Aktionen	30
Choreografien	38
Fan-Match	42
Fan Club-Charter Färöer	50
Cup der Fans	56
Impressionen	62
Grußwort Oliver Bierhoff	74
10 Jahre Fan Club Nationalmannschaft	76

★ LIEBE LESERINNEN UND LESER,

wir sind ein gutes Team. Und ich meine damit nicht nur unsere Nationalmannschaft. Ich beziehe die Fans dabei ganz bewusst mit ein. Denn Spieler und Anhänger bilden eine starke Einheit. Die Wechselwirkung zwischen beiden stimmt. Es springt der Funke der Begeisterung in beide Richtungen über. Zum einen stößt der attraktive Fußball unserer Nationalmannschaft auf positiven Widerhall. Man spürt, wie groß die Identifikation mit dem Team ist. Zum anderen lassen sich die Spieler von den stimmungsvollen Kulissen tragen. Und das ist vornehmlich ein Verdienst des Fan Club Nationalmannschaft powered by Coca-Cola.



Seit mittlerweile zehn Jahren gibt es ihn. In dieser Zeit ist er zur stattlichen Größe gewachsen. Nicht nur die Mitgliederzahl von knapp 50.000 dokumentiert diese Entwicklung. Auch die Struktur des Fan Club zeugt davon. Inzwischen gibt es die Fan Club-Betreuer, die Choreo-Gruppe, die Fahنشwenker oder die Trommlergruppe. Immer mehr Aktivitäten gehen aus den Reihen des Fan Club hervor. Zuvorderst muss man in diesem Zusammenhang die vielen Reisen nennen, die angeboten werden. Dabei einige Touren, die so manchem professionellen Reiseveranstalter zu Ehren verhelfen würden.

Das Angebot für die Mitglieder des Fan Club wird immer größer. Der Service hört längst nicht mit dem Welcome-Package auf, das jedes Neu-Mitglied erhält. Vorzüge beim Ticket-Kauf, Fan-Camps bei den großen Turnieren, Fan-tastic Moments, Gewinnspiele oder der Fan Club-Bus sind nur ein paar Stichpunkte, die ein weites Spektrum umreißen. In diesem Zusammenhang darf nicht unerwähnt bleiben, dass Coca-Cola seit Beginn dieses Projekt unterstützt und mit seinem Engagement viel für die Fans möglich macht.

Der Fotograf Horst Hamann, bekannt durch den Bildband „New York vertical“ und selbst ein passionierter Fußball-Fan, hat den Fan Club im Jubiläums-Jahr begleitet. Das Ergebnis seiner Dokumentation kann sich im wahrsten Sinne des Wortes sehen lassen. Es sind tolle Bilder entstanden, die große Emotionen tragen.

Ich wünsche Ihnen weiterhin viele schöne und unvergessliche Fußballmomente und viel Spaß beim Schmökern.

Ihr

Wolfgang Niersbach
DFB-Präsident



DIE FANS

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA













DIE MANNSCHAFT

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA











FAN CLUB-AKTIONEN

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA









CHOREOGRAFIEN

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA





FAN-MATCH

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA









FAN CLUB-CHARTER FÄRÖER

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA







CUP DER FANS

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA







IMPRESSIONEN

★ ★ ★

10 JAHRE FAN CLUB NATIONALMANNSCHAFT
POWERED BY COCA-COLA













” SONST GRATULIERT IHR UNS ZU UNSERER
LEISTUNG, HEUTE DREHEN WIR DEN SPIESS EINMAL UM:
LIEBE FANS, EUER EINSATZ IST PHÄNOMENAL!
WIR SIND FROH, EUCH AN UNSERER SEITE ZU WISSEN.
VIELEN DANK FÜR EURE UNTERSTÜTZUNG.
MACHT WEITER SO! “

PHILIPP LAHM
Kapitän der Nationalmannschaft



★ LIEBE FANS,

als die Idee zur Gründung des Fan Club entstand, war ich Markenbotschafter von Coca-Cola und noch als Spieler aktiv. In meiner Zeit als Nationalspieler durfte ich die Unterstützung unserer Fans und die Stimmung bei den Länderspielen emotional auf dem Platz miterleben. Das Anfeuern unserer Fans und Choreografien in den Kurven sind immer Motivation für die Spieler. Allerdings waren wir oft ein bisschen neidisch über das Bild der Fans in anderen Ländern. Die Fans waren unser 12. Mann, aber Choreografien und ein organisiertes Anfeuern gab es bei uns nicht. Deswegen war ich sofort von der Vorstellung begeistert, den Fan Club Nationalmannschaft ins Leben zu rufen. Der damalige DFB-Generalsekretär Horst R. Schmidt träumte von einer „weißen Wand“ - diese Vision hat mir gefallen.

Mit dem DFB und Coca-Cola trafen zwei sehr unterschiedliche Partner aufeinander. Und vielleicht funktioniert die Zusammenarbeit gerade deswegen so gut, weil die Partner so verschieden sind und sich optimal ergänzen. Ich weiß noch, wie weit die Ziele auseinander lagen. Der DFB hoffte auf 10.000 Mitglieder, Coca-Cola sprach von 100.000. Mittlerweile sind wir bei fast 50.000 angekommen, Tendenz steigend. Ein tolles Ergebnis. Schon hier möchte ich mich bei allen aktuellen Fan Club-Mitgliedern bedanken.

Ein großer Erfolg des Fan Club Nationalmannschaft ist die Kontinuität, mit der er gewachsen ist und mit Inhalten gefüllt wurde. Vor allem ist er nicht kommerzialisiert, sondern in hohem Maße authentisch - und damit von Fans und Spielern akzeptiert. Das zeigt sich auch daran, dass es nach der WM 2006 den von einigen befürchteten Einbruch nicht gab. Die Fans sind nicht Mitglied geworden, nur um an Karten für die Spiele des Sommermärchens zu kommen. Sie haben erlebt, dass es einen echten Mehrwert bietet, Mitglied des Fan Club zu sein.

Für die Zukunft habe ich eine Hoffnung: Wir wollen als Fan Club weiter wachsen, die Fan Club-Familie soll noch größer werden. Und wer weiß, vielleicht schaffen wir es eines Tages, ein Länderspiel zu bestreiten, bei dem das gesamte Publikum aus Mitgliedern des Fan Club besteht. Dann hätten wir keine weiße Wand - sondern ein weißes Stadion. Lasst uns also weiterhin gemeinsam unsere, DIE Nationalmannschaft unterstützen und von Erfolgen und gemeinsamen schönen Momenten träumen.

OLIVER BIERHOFF
Manager der Nationalmannschaft
und Pate des Fan Club Nationalmannschaft

10 FANTASTISCHE JAHRE

★ ★ ★

2003-2013



2003

DIE GRÜNDUNG. Der Fan Club Nationalmannschaft wird am 29. März vor dem Länderspiel gegen Litauen in Nürnberg offiziell ins Leben gerufen.

10.371

FANS verwandeln die Südtribüne des Dortmunder Westfalenstadions in die größte menschliche Flagge. Für die Choreografie vor dem Länderspiel gegen Schottland am 10. September 2003 erhält der Fan Club einen Eintrag in das Guinness-Buch der Rekorde.





2004

Seit der EURO 2004 bejubeln die Fans die deutschen Tore mit dem **RIESENTRIKOT**. Natürlich ist das Mega-XL-Jersey immer im neuesten Design.

UNZÄHLIGE



Pappen und Folien sind bei den **CHOREOGRAFIEN** des Fan Club Nationalmannschaft verwendet worden. Das Choreo-Team hat die Ideen dazu und setzt sie in den Stadien um. Und liefert damit ein spektakuläres Schauspiel für Zuschauer und Spieler.



17

FAN CLUB-BETREUER gibt es. Sie sind flächendeckend über ganz Deutschland verteilt. Sie fungieren als Bindeglied zwischen dem Orga-Team und den Mitgliedern. Ihre Aufgaben sind vielschichtig. Sie organisieren Reisen, liefern Impulse und sind von Beginn an wichtige Stützen des Fan Club.



2006

DAS SOMMERMÄRCHEN: Der Traum vom Titel platzt jäh. Doch die Fans zeigen die richtige Reaktion. Nach der Halbfinal-Niederlage gegen Italien verzeichnet der Fan Club so viele Neu-Anmeldungen wie nie zuvor. Mehr als 1.000 Menschen treten am 5. Juli 2006 dem Fan Club bei.

SIEBENMAL

wurde der **CUP DER FANS** bereits ausgetragen. Es ist die Gelegenheit für Fan Club-Mitglieder, Fan-Outfit gegen Trikot zu tauschen und einen gepflegten Kick in geselliger Atmosphäre hinzulegen.



52

PROMINENTE MITGLIEDER hat der Fan Club mittlerweile. Ihr Zuspruch ist gleichsam Anerkennung und Bekenntnis - zur Nationalmannschaft und zu den Fans. Mittlerweile gehören Mitglieder aller deutschen Weltmeister-Mannschaften dem Fan Club an: Von Birgit Prinz über Rudi Völler und Paul Breitner bis zu Horst Eckel.



ZUM DRITTEN MAL



wird der Fan Club seinen Mitgliedern in der Fremde ein Zuhause bieten. Bei der WM 2014 wird er erneut ein **FAN-CAMP** organisieren, das als Basis-Lager und Ausgangspunkt für die Reisen zu den Spielen der deutschen Mannschaft dient. Dieses Modell hat sich bereits bei der EURO 2008 in Klagenfurt und bei der WM 2010 in Pretoria bewährt.

3-1-9

Rein sportlich gesehen könnte die Bilanz der **FAN-MATCHES** besser sein. Doch viel wichtiger als das blanke Ergebnis ist, dass Freundschaften geschlossen und gepflegt werden. Und das schon seit dem ersten Fan-Match 2007.



EINMAL



Mäuschen sein und Einblick in den Kreis der Nationalmannschaft erhalten? Wer möchte das nicht? Der Fan Club macht es möglich. Zu den Heimspielen verlost er regelmäßig **FAN-TASTIC MOMENTS**. Mit Thomas Müller an der Playstation, am Tischkicker mit Mario Gomez, beim Abschluss-training kiebitzen oder die Kabine inspizieren - all das hat der Fan Club für seine Mitglieder bereits realisiert.

84.000

KILOMETER hat der Fan Club-Bus seit seiner Jungfernfahrt 2006 zurückgelegt. Und das nicht nur in Deutschland. Der Oldtimer war in Liechtenstein, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, San Marino oder Italien im Einsatz. Überall dient er als Anlaufstelle und Info-Punkt. Der Doppeldecker lädt auch zum Verweilen ein. Denn sein Interieur schmücken viele Pokale, Wimpel und Schnappschüsse.



10 **FAHNENSCHWENKER** leisten ganze Arbeit, um zur unvergleichlichen Atmosphäre bei Länderspielen beizutragen. Die Fahnen-schwenker mit ihren riesigen Fahnen sind mittlerweile fester Bestandteil eines Länderspiels – beim Einlauf der Mannschaften genauso wie beim Torjubiläum.





SEIT 2010

führt der Fan Club Nationalmannschaft die Wahl des „**NATIONALSPIELERS DES JAHRES**“ durch. Bastian Schweinsteiger (2010) und Mesut Özil (2011 und 2012) erhielten bisher die Auszeichnung. Außerdem lässt der Fan Club bei jedem Länderspiel über den „Man of the Match“ bzw. die „Spielerin des Spiels“ abstimmen.



154

LÄNDERSPIELE absolvierte die Nationalmannschaft seit Bestehen des Fan Club. Dabei stehen 99 Siege, 29 Remis und 26 Niederlagen zu Buche.

(Stand 20.11.2013)

ACHTMAL

gewann die Frauen-Nationalmannschaft die **EUROPAMEISTERSCHAFT**. Zuletzt im Jubiläumsjahr des Fan Club – und natürlich mit dessen Unterstützung.



SCHWARZ UND WEISS

2006 landete Oliver Pocher zur WM mit „Schwarz und Weiß“, der deutschen Version des Songs „Black and White“ von Frameless, einen Hit. Das Lied wurde bei der Heim-WM nicht nur zum Ohrwurm, sondern auch zur offiziellen **FAN CLUB-HYMNE**.



50.000

MITGLIEDER zählt der Fan Club inzwischen. Mit der Unterstützung der Fan Club-Mitglieder wird jedes Spiel zum Heimspiel.

WIR SIND DER 12. MANN!



WIR STEHEN AUCH IN ZUKUNFT HINTER EUCH!

★ IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

Deutscher Fußball-Bund
Otto-Fleck-Schneise 6
60528 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (69) 6788-0
Internet: www.dfb.de
E-Mail: info@dfb.de

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT:

Ines Rupprecht, Jürgen Eißmann

REDAKTION:

Niels Barnhofer, Roland Gerfin

GESTALTERISCHE

GESAMTVERANTWORTUNG:

Juri Müller

FOTOS:

Horst Hamann

FOTOS HISTORIE:

W-com GmbH

DRUCK UND PRODUKTION:

abcdruck GmbH, Heidelberg

LAYOUT:

B2 Design, info@b2design.info

” AN MANCHE DINGE GEWÖHNT MAN SICH SEHR
SCHNELL. DIE UNTERSTÜTZUNG, DIE WIR BEI DER
NATIONALMANNSCHAFT DURCH DIE FANS ERFAHREN,
IST UND BLEIBT IMMER ETWAS BESONDERES.“

MIROSLAV KLOSE
Seit Gründung des Fan Club
Mitglied der Nationalmannschaft

