



Tussen peepshow, politiek en penalty's

**BRRR...
Welkom in de hel!**

Het is de angstaanjagende tekst op de deur met daarachter de spelerstunnel naar het veld. Aan het eind van de tunnel, een metertje of dertig verderop, wacht je een doodskop met een akelige grimas. De beenderen eronder lijken op twee armen die je bij je kladden willen grijpen. Ze komen je tegen de muren al van verre tegemoet. Er brandt niet meer dan een flauw rood schemerlicht in deze zwarte gang. Hoe morbide wil je het hebben?

Tekst en foto's: René Otterloo

De zondige mijl

Die sündige Meile, oftewel: moeten we nog iets vertellen over de Reeperbahn? Tien tegen één dat het de bekendste straat van Duitsland is.

Een weekendje voetbal in Hamburg is een uitstekend excuus om het roemruchte uitgaansleven in de stad te verkennen. Niet om nu opeens cultureel verantwoord te doen, maar het is zeker de moeite waard om aan de hand van een gids een rondwandeling te maken door deze buurt. Je komt in ruim een uur tijd namelijk op plekken terecht waar je als leek nooit terecht zou komen.

Zo belandde de hoofdredacteur van Panenka Magazine in één van de laatst overgebleven typische havenkroegjes: Zum Windjammer (sinds 1971) aan de Davidstrasse, waar in ruim vier decennia nauwelijks iets veranderde. Gemoedelijk om daar een paar lokale Astra's weg te tikken. Het biermerk is evenzeer cult als Sankt Pauli zelf.

Links en rechts van de Reeperbahn vind je kleine restaurantjes waar je voor ruim minder dan 15 euro een prima maaltijd voorgeschoteld krijgt. Let op: lang niet in alle etablissementen kun je met je pinpas betalen.

Van de rosse buurt, los even van de seksbioscopen en de obscure paaldansclubs, is overigens niet veel over. In slechts één straat, de Herbertstrasse, tref je nog dames achter het raam aan. In het steegje geldt een verboden toegang voor dames (géén grap).

Aan het eind van de Grosse Freiheit, waar ongeveer alle Sodom en Gomorra samenkomt, staat de Sankt Josephkirche. Aldaar kun je direct om vergiffenis vragen. De tekst op het bordje bij de ingang is wat dat betreft veelzeggend: 'Es gibt nichts, womit Jesus nicht fertig wird'.

Dat is dan weer een opluchting!



En dan lopen wij als onderdeel van een stadionrondleiding nog op normaal schoeisel. Het geknars van 22 paar stalen noppen in deze nauwe ruimte zal vlak voor de wedstrijd vast een extra luguber effect veroorzaken. Dus daarom: Brrr...!

Iedereen begrijpt dat je deze ambiance bij maar één club kunt aantreffen. Inderdaad, bij FC Sankt Pauli. De nieuwe kledingsponsor bedacht een aardigheidje om de samenwerking met dé cultclub van Duitsland te bekrachtigen. Dat werd afgelopen zomer deze huiveringwekkende spelerstunnel.

Ik arriveer bewust een dag voor de wedstrijd tegen VfL Bochum in Hamburg. Tijdens wedstrijddagen worden namelijk geen stadiontours gehouden en dan had ik dit tafereel dus gemist. De eerste tip: kom dus een dag eerder of vertrek een dag later. Je krijgt beslist geen spijt van zo'n rondgang door de gewelven van Stadion am Millerntor. Bovendien weten de gidsen je onderweg veel verhalen en anekdotes te vertellen over het wel en wee van 'die Kiezkicker'.

En tip twee: reserveer je rondleiding tijdig online. Er bestaat veel interesse. De thuisduels van FC Sankt Pauli worden standaard bezocht door veel buitenlandse gezelschappen, die stuk voor stuk een kijkje willen nemen in de buik van het stadion.

Roemrucht

Sankt Pauli. Welkom in het rauwe havenkwartier aan de oevers van de Elbe waar peepshows, politiek en penalty's permanent vechten om voorrang. Al eeuwenlang is de wijk één van de kleurrijkste gebieden van het land. De handel tiert er welig, het uitgaansleven is veelzijdig, seksbioscopen zitten vol. Van oudsher waren het de matrozen die zich in deze hete buurt na een lange periode op zee in de armen van de meisjes van plezier stortten. Lang leve Sodom en Gomorra!

Op letterlijk enkele honderden meters van de Reeperbahn wordt gevoetbald. De historie van FC Sankt Pauli is al even roemrucht als die van het uitgaansgebied. Pieken en dalen kenmerken het wel en wee van de club, die dan weer promoveert naar de Bundesliga ('dat beschouwen we als een ongelukje') en dan weer vertoeft op het randje van bankroet.

Heidens karwei

Hoewel de prestaties op het veld niet het allerbelangrijkste zijn voor Sankt Pauli is het van het grootste belang, zo vertelt onze stadiongids Frank, dat de club zich dit seizoen in de Tweede Bundesliga handhaaft. Dat wordt een heidens karwei, want bij het ingaan van de winterstop bungelde de club onderaan de ranglijst. Het puntje dat de ploeg een dag later overhield aan het duel tegen VfL Bochum (1-1) deed daar niets aan af.

Onze Frank gruwelt bij de gedachte dat de fans na de zomer op pad moeten naar Sportfreunde Lotte of Sonnenhof Grossaspach. En dat ze moeten spelen tegen clubs die nauwelijks

tweehonderd supporters meenemen naar Hamburg. Wat zal dat met de sfeer doen? Neem Bochum, dat komt tenminste met het maximale aantal van drieduizend voluit zingende supporters. Maar niet alleen dit: bij degradatie lopen de tv-gelden terug van acht miljoen naar acht ton. Dat gaat werkgelegenheid kosten bij Sankt Pauli, voorspelt hij.

Krakersrellen

Frank is een voormalig kraker. Hij was er bij in de tachtiger jaren van de vorige eeuw, toen een serie oude panden in de Hafenstraße werd opgekocht door rijke projectontwikkelaars. Dat was tegen het zere been van de ultra-



Vier voetbalvrienden van Amicitia VMC uit Groningen tijdens hun jaarlijks voetbatripje voor de Jolly Roger.

Jolly Roger, dé Fankneipe

De Jolly Roger, dáár moet je voor aanvang of na afloop van een thuisduel zijn om met de echte fans van Sankt Pauli in contact te komen. De Fankneipe is te vinden aan de Budapest Strasse 44. Loop bij de hoofdingang van het stadion naar de straatkant, sla rechtsaf en binnen een paar minuten sta je er voor de deur. Qua uiterlijk is het café trouwens niet te missen. De pui van het pand is beplakt met duizenden stickers en op de voorzijde prijkt bovendien de karakteristieke doodskop.

De kans bestaat overigens dat je na afloop een plekje buiten de Jolly Roger moet zoeken. Velen doen dat zonder morren. Het pand is niet al te groot. Vooral bij de doorgang tussen de bar en het zaaltje is het dringen geblazen. Weet dat er naast het café een winkeltje is, waar ze vanuit de koeling ook bier verkopen. Welk publiek welkom is in de Jolly Roger, althans volgens de Facebookpagina van het café? 'Kneipe für St. Pauli-Fans und alle anderen netten Menschen weltweit. Keine Rassisten und sonstige Arschlöcher erwünscht.'

Het is maar dat je het weet.

Facebook.com/jollyrogerstp - Twitter - @jollyrogerstp



linkse scene van Sankt Pauli, die zich hiertegen heftig verzette. Bij wijze van protest gebruikten ze een zwarte vlag met een doodskop. Sindsdien bepaalt dit symbool het beeld van de voetbalclub.

Het onderstreept dat voetbal en politiek nauw met elkaar verweven zijn in het oude havenhart van Hamburg. Welke club organiseert voor zijn jonge fans een vliegreis naar voormalig concentratiekamp Auschwitz? Welke club is echt extreem gekant tegen verschijnselen als fascisme, racisme, homofobie en vreemdelingenhaat? Welke club hangt op een prominente tv-positie in het stadion de leuze 'Kein Mensch ist illegal'?

Populair

Ultralinks of niet, de populariteit van FC Sankt Pauli in het vooral christendemocratische Duitsland is enorm. Na Bayern München, Borussia Dortmund, Schalke 04 en Borussia Mönchengladbach volgt Sankt Pauli als goede vijfde. De club telt vele honderden fanclubs in binnen- én buitenland.

De cultclub van Hamburg won begin 2002 met 2-1 van het grote Bayern München, juist nadat Bayern de wereldbeker had veroverd. In drie maanden tijd gingen ruim 80.000 t-shirts (à twee tientjes) met één 'simpel' woord er op over de toonbank: Weltpokalsiegerbesieger. Het is en blijft een prachtig woord; wereldbekerwinnaaroverwinnaar. Driemaal woordwaarde met Scrabble en je bent spekkoper.

Ik loop er tegenaan in de fanshop van FC Sankt Pauli, vlak naast de hoofd-

ingang van het stadion, als mij deze hype weer te binnen schiet. Het verhaal gaat dat het verkoopsucces destijds voorkwam dat Sankt Pauli failliet ging, want zo goed stond de club er niet voor. Inmiddels staat de teller op bijna 150.000 bruin bedrukte tricots; uniek voor een vereniging van dit kaliber. En dan te bedenken dat de eerste oplage voorzichtig werd ingeschat: 400 stuks.

Wedstrijddag

Zaterdag. Het is de dag van de wedstrijd, die al om één uur 's middags begint. Het VfL Bochum van Gertjan Verbeek komt naar de Millerntor. Ik wandel bijtijds van mijn hotel naar het stadion, wat in dit geval een eitje is. Ik doe er vijf minuten over. Hotel Pacific aan de Neuer Pferdemarkt is sober, maar proper ingericht. En een



Museum voor 'Mythos Sankt Pauli'

Voetbalreizigers die Stadion am Millerntor bezoeken, krijgen er vanaf volgend jaar een extra attractie bij.

FC Sankt Pauli bouwt momenteel aan een eigen museum, waarin de ruim honderdjarige historie van de club (anno 1910) op geheel eigen wijze uit de doeken wordt gedaan. Een bijzondere club verdient immers een bijzonder museum.

Medio november vorig jaar gingen de bouwwerkzaamheden van start. De plek: direct naast de Fanladen onder de tribune tegenover de hoofdtribune.

Nog niet al het geld voor deze investering (800.000 euro) is binnen, maar de fans van Sankt Pauli kennende, zullen ze de som uiteindelijk op tafel brengen. Wil je vanuit Nederland of Vlaanderen het project ondersteunen, word dan alvast donateur van het museum. Voor 24 euro per jaar draag je je steentje bij.

We kunnen erop rekenen dat het nieuwe clubmuseum anders wordt dan de clubmusea elders in Europa. Er wordt bijvoorbeeld niet alleen een 'Hall of Fame' ingericht, maar ook een 'Hall of Pain'. Immers: FC Sankt Pauli is een club waar de dieptepunten vaak dieper waren dan de hoogtepunten hoog.

'Wunder und Pleiten, Aufstiege und Abstiege, Gänsehaut und Freudetänen; wir haben eine Geschichte zu erzählen.'

Het is de geschiedenis van een club die niet alleen één van de bekendste ter wereld werd, maar tevens uitgroeide tot een cultureel fenomeen. Maar nog even geduld dus, a.u.b.!

www.1910-museum.de
www.facebook.com/1910eV

De Fanladen, een fenomeen dat we in ons land niet kennen

Stefan Schatz is een kind van Sankt Pauli. Volgens eigen zeggen werd hij om de hoek van het stadion geboren en sindsdien heeft het DNA van de club zijn lichaam niet verlaten. Anno 2017 is hij de eerstverantwoordelijke van de Fanladen, een fenomeen dat we in ons land niet kennen, maar waarvan er in Duitsland ongeveer vijftig bestaan.

De Fanladen is een sociaalpedagogisch fanproject, dat qua verantwoordelijkheid in principe los staat van de club maar waaraan zowel de (prof) club in kwestie als de regionale of plaatselijke overheid meebetalen. Dat laatste gebeurt op fifty-fifty-basis. Bij FC Sankt Pauli ligt het nog weer anders, maar daarover later meer.

Stefan werkt er nu veertien jaar. Ooit kwam hij er via zijn schoolopleiding als vrijwilliger terecht. Later werd hij parttimer en tegenwoordig staat hij voor veertig uur per week op de loonlijst, evenals vier andere pedagogisch werkers.

'De Fanladen is bestemd voor alle jongvolwassen voetbalfans', zo vertelt hij. 'Ten onrechte wordt vaak gesteld dat wij een instantie zijn om de problemen met hooligans te bestrijden. Het is ook geen project voor alleen werkloze jeugd. Hier komen jongeren van ouders met een academische opleiding tot en met jeugd uit arme arbeidersgezinnen. Ze komen hier voor een potje tafelvoetbal, voor een kopje koffie, om te chillen of om fan-uitingen te maken: vlaggen, spandoeken, enzovoorts.'



Verdraagzaamheid

Maar er is meer. Via de Fanladen komen direct of indirect maatschappelijke thema's aan de orde, die zorgen voor het verbeteren van de onderlinge verdraagzaamheid. Politieke vorming, het past helemaal in het straatje van de fans en de fan-beleving die FC Sankt Pauli uitdraagt.

Het sociale engagement leverde de Fanladen onlangs de hooggewaardeerde Julius Hirschprijs op. De hoofdprijs van 7.000 euro gaat naar een bijzonder initiatief: een excursietrip voor jongeren naar Auschwitz. Dankzij deze prijs betalen de deelnemers slechts 150 euro mee, een vliegticket Hamburg-Krakau v.v. inbegrepen. Deze zomer gaat het allemaal gebeuren, zoals deze zomer ook een grote antiracismebijeenkomst vanuit het voetbalnetwerk plaatsvindt in Tel Aviv.

Stefan: 'Wij houden een antiracismetoernooi waaraan onder meer de leden van fanzine De Rat van NAC Breda meedoen. Verder begeleiden we het project-Kiezkick voor voetballertjes uit de wijk die niet doordringen tot de selectieteams van FC Sankt Pauli en waarvan de ouders het zich niet kunnen permitteren om de contributie bij een andere club te betalen. Deze kinderen voetballen op het kunstgrasveld achter het stadion.'

Millerntor Roar

De Fanladen kwam 27 jaar geleden voort uit een burgerbeweging in de wijk tegen de beoogde nieuwbouw van een voetbalstadion met veel aanverwante luxe. De protesterende wijkbewoners en aanhangers van de voetbalclub verenigden zich, waaruit bijvoorbeeld fanzine Millerntor Roar ontstond. De redactie van het protest-

blad zocht een ruimte en die ruimte betekende feitelijk de geboorte van de Fanladen.

Stefan: 'Wij hebben totaal geen moeite om vrijwilligers te vinden voor projecten of de organisatie van toernooien. Ik denk dat wij een paar duizend jongeren per jaar bereiken, ook minderjarigen. Voor deze groep, de Ragazzi U18, organiseren we aparte busreizen naar uitduels. Tegen gereduceerd tarief, onder begeleiding, zonder alcohol en zonder nicotine. Met een deel hiervan zijn we tijdens de laatste herfstvakantie in Manchester geweest, om daar de plaatselijke Sankt Pauli-fans en de supporters van FC United of Manchester te ontmoeten.'

Zenuwcentrum

De Fanladen is ook zenuwcentrum voor de pakweg 500 supportersclubs van FC Sankt Pauli, van New York tot New Delhi en alles wat daar tussen zit. Per thuiswedstrijd zijn er sowieso 400 toegangskaarten beschikbaar. Tijdens het laatste duel voor de winterpauze was de Nederlandse fanclub te gast in Am Millerntor.

In het verlengde hiervan is Stefan Schatz de Fanbeauftragter van FC Sankt Pauli. 'In de licentie-eisen van de Duitse voetbalbond staat dat een club als Sankt Pauli iemand in vaste dienst moet hebben om de stroom supporters te begeleiden. De club heeft dit uitbesteed aan onze Fanladen, daar betalen ze ons ook voor. Daarin zijn wij uniek in ons land.'

www.stpauli-fanladen.de

prima ontbijtje is bij de prijs inbegrepen. Hamburg is een dure hotelstad, dus let goed op je centen.

Rond elf uur is het al een drukte van belang op het plein voor de hoofdingang. De vega-burgers dienen waarschijnlijk als ontbijt, de eerste biertjes worden weggetikt. De winkelwagentjes waarin daklozen lege flessen verzamelen, zijn nog grotendeels leeg maar dat zal niet lang duren.

Op weg naar de Fanladen fotografeer ik de spelersbus van de thuisclub. Zonder aanleiding word ik aangesproken door één van de fans van Sankt Pauli. Hij ziet er wat woest uit, met bijzondere oorbellen en tattoo's op zijn handen, maar het blijkt een alleraardigste kerel met een zachte stem. Waar ik vandaag kom en waarom ik hier vandaag ben?

We raken een aantal minuten aan de praat en hij wil voor mij zelfs fanzine Die Übersteiger kopen. Hij waarschuwt mij om niet ongevraagd vogels van diverse pluimage – en dat zijn er heel wat! – op de foto te zetten. Dat wordt niet gewaardeerd. Mensen zijn gesteld op hun privacy.

Het is inderdaad verleidelijk om de kleurrijke supportersschare van Sankt Pauli in zijn volle breedte te fotograferen, maar de meesten bedanken voor de eer.

Gegengerade

De echte fans van Sankt Pauli beklimmen de tribunes zodra de poorten open gaan. De zogeheten Gegengerade (de tribune aan de lange zijde tegenover de hoofdtribune) is veruit favoriet. Het bestaat voor het grootste gedeelte uit staanplaatsen. De controle is streng, maar ik heb niet het idee dat er veel verboden attributen in de container verdwijnen.

Vanaf de tribune heb ik zicht op de Flakturm, een kolossale bunker uit de Tweede Wereldoorlog – gebouwd door duizend dwangarbeiders – met op het dak afweergeschut van de Nazi's om vanaf daar Engelse en Amerikaanse bommenwerpers uit de lucht te knallen. Tijdens een luchtalarm was er in deze schuilkelder, met muren van ruim drie meter dik, plaats voor

18.000 inwoners. De geschiedenis vertelt dat er ooit ook 25.000 mensen in gingen. Als je tijd hebt, neem een kijkje van binnen. Tegenwoordig wordt de vroegere bunker met vijf etages benut als woontoren en oefenruimte voor muzikanten.

Intussen is het een paar minuten voor enen. We zijn vandaag met 29.526 voetballiefhebbers binnen de poorten. Daarmee is het Millerntorstadion 'restlos ausverkauft'. Dan klinken zesmaal de onheilspellende klokken uit Hells Bells van AC/DC.

De spelers verschijnen op het veld, Gertjan kuiert naar de dug-out, de wedstrijd kan beginnen.

Skybox voor één dag

In Stadion am Millerntor is het mogelijk om een unieke skybox voor één (wedstrijd)dag af te huren. Je moet er wel aardig voor in de buidel tasten om er met je elftal te bivakkeren – er kunnen zeker veertien spelers in – maar de ambiance is zeer bijzonder.

De skybox is ingericht als een kleedkamer uit pakweg de jaren zeventig van de vorige eeuw. Ooit was er een sponsor die een seizoen voor dit interieur koos. Na afloop van het contract bleef de inventaris echter achter en bij Sankt Pauli dachten ze: waarom zouden we dit opruimen? Groot gelijk, waarschijnlijk bestaat nergens anders in Europa zo'n kleurrijke skybox.

Tijdens een stadionrondleiding mag je een kijkje nemen in deze retro-kleedkamer. De ruimte is aangekleed met tal van attributen en parafernalia uit de tijd van veertig, vijftig jaar geleden.





Afstuderen op FC Sankt Pauli

Tot drie jaar geleden wist Oncko Heldring niets over de fanscene van FC Sankt Pauli. Na een tip hierover besloot hij zijn afstudeerscriptie over deze subcultuur te schrijven. Hij woonde ruim drie maanden in Hamburg om zich volledig onder te dompelen in deze subcultuur.

Intussen is Oncko (27) een groot fan én lid van de club. Hij stopte vorig seizoen zelfs een jaar met voetbal om met een seizoenkaart in de binnenzak regelmatig op en neer te reizen naar Stadion am Millerntor.

Wat maakt het allemaal zo bijzonder?

Oncko: 'Aan de ene kant is FC Sankt Pauli een traditionele voetbalclub, maar anderzijds is de politieke verwevenheid heel groot. Soms weet je niet wat zwaarder weegt, zo dicht ligt het bij elkaar.'

Waag eens een poging?

'Ik weet het niet. Ik denk dat de mensen in de eerste plaats plezier beleven aan het voetbal en elkaar graag ontmoeten bij het stadion, maar dat het bij de meesten niet zonder het nastreven van hun linkse idealen kan.'

Waar merk je dit bijvoorbeeld aan?

'Onder de supporters heerst een bijzondere stickercultuur. Er worden heel veel stickers met een boodschap verspreid.'

Ik reis wel eens mee naar uitwedstrijden en als er onderweg een stop wordt gemaakt, gaan de fans direct overal stickers op plakken. Je ziet het ook bij de Jolly Roger, het fancafé. Daar kun je bijna niet meer door de ramen heen kijken. Allemaal stickers.'

Voor welke studie richtte jij je op Sankt Pauli?

'Culturele Antropologie. Ik heb met veel fans gesproken over hun club en in mijn vakgebied doe je ook veel aan participerende observatie.'

Ik ging overal naar toe om te zien en om te voelen hoe de mensen de club beleven, ook naar bijeenkomsten in de wijk. Het opvallende is dat iedereen eigenlijk wel iets met FC Sankt Pauli heeft.'

Ben je alles aan de weet gekomen?

'Nee, zeker niet. Ik zou best eens willen weten tot hoe ver die politieke verwevenheid doorwerkt en hoe de machtsverhouding ligt tussen de club en de supporters. Die zijn best fel.'

Kun je een voorbeeld geven?

'Het Duitse elftal werkte eens een training af in het stadion. Op één van de tribunes hangt de kreet 'Kein Fussball den Faschisten' tegen racisme en uitsluiting. Speciaal voor die training werd een deel van deze voor de fans belangrijke slogan afgeplakt. Dat werd een aardige rel, want de fans waren het daar absoluut niet mee eens.'

Die grote betrokkenheid is voor mij exemplarisch voor Sankt Pauli.'



Zoals het was in 2007
De supporters van FC Sankt Pauli kijken soms met weemoed terug. Tien jaar geleden zag Stadion am Millerntor er totaal anders uit. Voor de echte liefhebber een stapje terug in de tijd. Sankt Pauli anno 2007.

Fankurve



ASTRA

URTYP

Saufen für Sankt Pauli

Eind 2003 zit lelijk eendje FC St. Pauli in ernstige licentie-problemen, en staat het op het punt uit de 2e Bundesliga te degraderen naar de Regional-liga (amateurs). In Nederland komen supporters bij licentieperikelen van hun club vaak niet verder dan het verzamelen van een paar handtekeningen of een demonstratie van bescheiden omvang, in de hoop dat de plaatselijke overheid en het bedrijfsleven met geld over de brug komen.

Nee, zo niet in Sankt Pauli. De Kultverein startte een paar weken eerder een ludieke reddingsactie waarvan plotseling het hele land in de ban raakte. De Hamburgse club uit de gelijknamige volkswijk haalde niet alleen in korte tijd de benodigde twee miljoen op, maar kon ook nog een aardig spitsje kopen en wat onderhoud plegen aan het stadion.

Een massale reddingsoperatie van de fanclubs bracht uitkomst. Dit was het resultaat van véél T-shirts verkopen, véél prominenten in stelling brengen en vooral véél zuipen. Linkse politici en bekende spelers struinden markten en winkelcentra af om het speciale FC St. Pauli Retter-T-shirt te verkopen. Striptease-danseressen op de Reeperbahn begonnen hun act gehuld in het bruine club-tricot, dat pas werd uitgetrokken als een klant het vereiste bedrag op de bar legde. Kom daar maar eens om bij een willekeurige club in Nederland!

Hoofdsponsor Astra Bier sprong in de bres met een verkoopstunt waarvan de gehele opbrengst naar de club zou vloeien; alle horeca in de wijk meldde zich spontaan aan voor deze campagne die de naam Saufen für Sankt Pauli kreeg.

Binnen enkele dagen sloeg de actie over naar heel Duitsland en zelfs ver daarbuiten. Financiële bijdragen stroomden binnen, zelfs uit Australië en Brazilië. Via het internet werden bijna 50.000 Retter-T-shirts verkocht. Voorzitter Corny Littmann, de enige bekende homo-voorzitter in de voetbalwereld en eigenaar van twee sextheaters aan de Reeperbahn, mocht op diverse tv-zenders reclame maken.

De twee clubs die als grootste vijanden te boek staan, aartsrivaal en stads-genoot Hamburger SV en de commerciële eliteclub FC Bayern München, boden beide een benefietwedstrijd aan en tussendoor kwam ook Celtic FC, partnerclub van de St. Pauli-supportersvereniging, een bezoekje brengen.