

Leitlinien des FC St. Pauli

1. Der FC St. Pauli in seiner Gesamtheit aus Mitgliedern, Angestellten, Fans und Ehrenamtlichen ist Teil der ihn umgebenden Gesellschaft und somit auch mittelbar und unmittelbar von gesellschaftlichen Veränderungen in politischen, kulturellen und sozialen Bereichen betroffen.
2. Der FC St. Pauli stellt sich dieser gesellschaftlichen Verantwortung und tritt über den sportlichen Bereich hinaus für die Interessen seiner Mitglieder, Angestellten, Fans und Ehrenamtlichen ein.
3. Der FC St. Pauli ist ein Stadtteilverein. Hieraus zieht er seine Identifikation und hat eine soziale und politische Verantwortung gegenüber dem Stadtteil und den hier lebenden Menschen.
4. Der FC St. Pauli vermittelt ein Lebensgefühl und ist Sinnbild des authentischen Sports. Dies ermöglicht eine Identifikation mit dem Verein unabhängig von etwaigem sportlichen Erfolg. Wesentliche Merkmale für diese Identifikationsmöglichkeit sind dabei besonders zu fördern und zu schützen.
5. Toleranz und Respekt im gegenseitigen Miteinander sind wichtige Eckpfeiler im FC St. Pauli.
6. Auch wenn der FC St. Pauli heute aus vielen Abteilungen besteht, wird er seit jeher in Außen- und Innenwirkung durch den Fußball geprägt.
7. Neben dem allgemein gültigen Recht bilden die Stadionordnung und die Auswärtsfahrtordnung des Fanladens die Basis, auf der sich Mitglieder, Angestellte, Fans und Ehrenamtliche des FC St. Pauli bewegen.
8. Jeder Einzelne und jede Gruppe sollte sein/ihr gegenwärtiges und künftiges Handeln ständig selbstkritisch prüfen und sich seiner/ihrer Verantwortung für andere bewusst sein. Die Vorbildfunktion gerade für Kinder und Jugendliche darf nicht in den Hintergrund geraten.
9. Es gibt keine „besseren“ oder „schlechteren“ Fans. Jeder kann sein Fansein nach eigenem Gutdünken ausleben, solange dies nicht gegen o. g. Bestimmungen verstößt.
10. Der FC St. Pauli wird weiterhin ein guter Gastgeber sein. Er gesteht seinen Gästen weitgehende Rechte zu, erwartet aber auch, dass dies entsprechend gewürdigt wird.

11. Die aktive, d. h. in erster Linie die auch am Spieltag vor Ort engagierte Fanszene bildet das Fundament für die Emotionalisierung des Fußballsports, welche wiederum die Grundlage der Vermarktungsfähigkeit des FC St. Pauli darstellt.
12. Sponsoren und Wirtschaftspartner des FC St. Pauli und deren Produkte sollen im Einklang mit der gesellschaftlichen und vereinspolitischen Verantwortung des Clubs stehen. Näheres regeln die Vermarktungsrichtlinien.
13. Der FC St. Pauli setzt sich bei den jeweiligen Verbänden für eine frühzeitige Spieltagsterminierung und fanfreundliche Anstoßzeiten ein.
14. Das Wesentliche beim Sport ist das Spiel der Mannschaften, deshalb soll dieses auch im Vordergrund stehen. Die Atmosphäre wird geprägt durch die Interaktion zwischen Fans und Spielern. Das Rahmenprogramm zeichnet sich durch Sachlichkeit sowie vereins- und stadtteilbezogene Informationen aus.
15. Der Verkauf von Waren und Dienstleistungen beim FC St. Pauli wird neben wirtschaftlichen Gesichtspunkten geprägt durch die Grundsätze der Sozialverträglichkeit, Angebotsvielfalt, Nachhaltigkeit und Ökologie. In Frage kommende Zahlungsmittel müssen fankompatibel sein. In Fällen von Güterknappheit genießen Dauerkarteneinhaber und Mitglieder Vorkaufsrechte.

St. Pauli
November 2009