

## **St. Pauli: Kult statt Kommerz**

Hamburg. Der Name des Millerntorstadions, Spielstätte des Bundesliga-Zweitligisten FC St. Pauli, soll nicht an einen Sponsor verkauft werden. Einen entsprechenden Antrag beschlossen die rund 1000 Teilnehmer der Jahreshauptversammlung des Hamburger Traditionsclubs am Sonntag. »Wir machen nicht jeden Scheiß mit, die Identität des FC St. Pauli ist das Tafelsilber des Vereins«, sagte Antragsteller Jochen Harberg. Der wiedergewählte Vereinspräsident Corny Littmann dazu unbeeindruckt: »Das alles hat keine rechtlichen Konsequenzen, die Frage ist nicht, ob wir vermarkten, sondern wie wir vermarkten.« (sid/jW)

*<https://www.jungewelt.de/artikel/96196.st-pauli-kult-statt-kommerz.html>*