

FARBEN UND WAPPEN VON HERTHA BSC



INHALTE

- 01** Auszug aus der Vereinssatzung des Hertha Berliner Sport-Club (Hertha B.S.C.) e.V.
- 02** Die Fahne pur – Das Herzstück unseres Vereins
- 03** Das H-Wappen – Das Symbol unserer Anfänge
- 04** Der Adler – Eine Fusion zweier Gegensätze
- 05** Der Discoball – Ein erster Versuch, unsere Fahne auszutauschen
- 06** Hertha BSC Berlin – Eine kommerzielle Neuausrichtung
- 07** Die Farben von Hertha BSC – Identität und Authentizität

EINLEITUNG

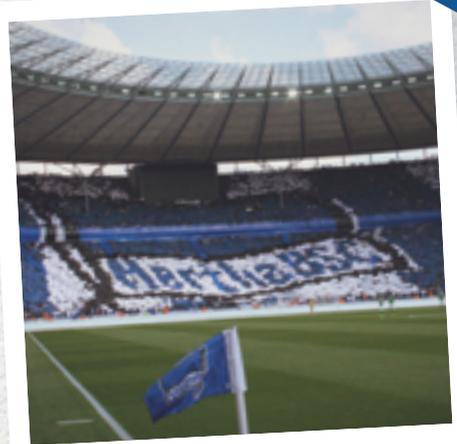
Im Nachgang der letzten Mitgliederversammlung im Mai 2025 gab es einige Diskussionen über die Bedeutung der unterschiedlichen Logos aus unserer Vereinsgeschichte. Dies wollen wir zum Anlass nehmen, um unsere Meinung kundzutun und auch unsere persönliche Ablehnung zu einigen dieser Symbole zu begründen. Denn uns ist bewusst geworden, dass wir uns hierzu in der Vergangenheit nicht umfassend geäußert haben. Das wollen wir nun nachholen.

Zusammengefasst ist für uns die "Fahne pur", die wir auf der Mitgliederversammlung im Mai 2014 in der Satzung des Hertha BSC e.V. als Vereinslogo verankert haben, selbstverständlich das Maß aller Dinge. Die weiteren Logos müssen kritisch, aber auch individuell betrachtet werden. Wir wollen hiermit verhindern, dass alte Logos weiterhin unreflektiert produziert und konsumiert werden.

Darüber hinaus möchten wir mit dieser kleinen Broschüre zu Trikotfarben und Logos aus unserer über 130 Jahre langen Hertha-Geschichte Orientierung bieten. Das Ziel ist nicht nur in die Kurve zu wirken, sondern auch Hertha BSC ein Heft an die Hand zu geben, das in Zukunft hoffentlich Streitpunkte zu Logos und Trikots ausräumt und zu mehr Gemein-

samkeit und Identifikation führt. Wir sind zuversichtlich, dass sich alle, denen Hertha BSC am Herzen liegt – Mitglieder, Fans und Offizielle – hierin wiederfinden können.

Auch wenn wir teilweise sehr deutlich sind, möchten wir betonen, dass wir niemandem unsere Meinung aufzwingen. Wir freuen uns aber gleichzeitig über jeden einzelnen Herthaner, der unsere Gedanken teilt und sich mit dem Thema ernsthaft auseinandersetzt.



23.08.2014



06.08.2011

AUSZUG AUS DER VEREINSSATZUNG DES HERTHA BERLINER SPORT-CLUB (HERTHA B.S.C.) E.V.

§1 (NAME, SITZ UND RECHTSFORM)

1. Der am 25. Juli 1892 in Berlin gegründete „Hertha, Berliner Sport-Club“ (Hertha B.S.C.) ist eingetragener Verein mit dem Sitz in Berlin.
2. Die Farben des Vereins sind blau-weiß.
3. Die Fahne des Vereins ist blau-weiß, horizontal je zur Hälfte geteilt. Der obere Teil ist blau, der untere weiß. Im unteren weißen Teil befindet sich der blaue Schriftzug Hertha BSC. Diese Fahne ist das offizielle Vereinslogo. Sie findet ausschließlich freistehend, ohne weitere Akzentuierungen, Verwendung.



10.04.2012



DIE FAHNE PUR - DAS HERZSTÜCK UNSERES VEREINS

Bei Hertha BSC gab es in der Historie schon mehrere Änderungen des Vereinslogos, sei es aufgrund einer Fusion oder auch aus Marketinggründen. Auch wenn die erste Fahne mit dem H in den Vereinsarchiven erst im Jahr 1921 auftauchte, gibt genau diese Fahne die Richtung vor. Oben blau, unten weiß und ein kleines H im blauen Bereich. Man erkennt auch, dass das H schon früh eine zentrale Rolle in der Vereinsgeschichte spielte, sowohl in den Gründungsjahren als auch beim späteren Wappen bis hin zu den ersten Fahnen. Nach der weniger schönen Adler-Zeit hat sich die Grundidee der Fahne immer weiter etabliert. Sie wurde zu dem Erkennungssymbol unserer Hertha, welches selbst die kleinsten Kinder schnell zuordnen können.

Die Fahne an sich hat sich optisch immer mal wieder verändert und weiterentwickelt. Laut den Archiven tauchte zwischen 1943 und 1963 die erste optisch „aufwändigere“ Version der Fahne auf. Mittlerweile ist sie das Kernstück des Logos der Ostkurve Hertha BSC, also ein wichtiger Teil unserer heutigen Fanszene. Ab 1963 kam dann die erste Fahne, die bereits deutlich der heutigen Fahne ähnelt. Gleichzeitig gab es auch noch die umgangssprachliche „70er Jahre“-Fahne, die es eigentlich auch schon in den 60ern gab. Seit der Abwahl des Discoballs durch die Mitglieder im Herbst 1983, gibt es die Fahne in der Form, wie wir sie heute kennen und lieben.



22.10.2010

Knapp 12 Jahre (1999 - 2011) mussten wir den „Hertha BSC Berlin“-Kreis um die Fahne ertragen, der sie unnötig einengte und verkleinerte. Als die Zeit reif war, entstand aus diesem Grund die Faninitiative „Fahne pur - Zurück zu den Wurzeln“, die sich zum Ziel gesetzt hat, das Bewusstsein für unsere Fahne zu stärken und sie wieder zu „befreien“.

Auch dank dieser Initiative ist die Bindung zur Fahne noch stärker geworden und spätestens nach der Mitgliederversammlung im Mai 2014 hatten wir das Symbol, welches uns alle verbindet - ohne Einschränkung und Spielereien.

Am Ende wurde die sogenannte Fahne pur genau so in der Satzung verankert: „Die Fahne des Vereins ist blau-weiß, horizontal je zur Hälfte geteilt. Der obere Teil ist blau, der untere weiß. Im unteren weißen Teil befindet sich der blaue Schriftzug Hertha BSC. Diese Fahne ist das offizielle Vereinslogo. Sie findet ausschließlich freistehend, ohne weitere Akzentuierungen, Verwendung.“

Wir haben eine Logo-Geschichte, die uns nachweislich geprägt hat und jeder Teil dieser Geschichte hat uns da hingeführt, wo wir heute sind. Wir haben eine unglaubliche Bindung zu unserer Fahne aufgebaut und sie ist unser Anker, auch wenn es schlecht läuft. Die Fahne ist das Symbol unserer Gemeinschaft, welches wir selbst mitgestaltet und geprägt haben. Sie steht für Treue und Leidenschaft. Während sich andere Fans überlegen müssen, wie sie die Wappen ihrer Vereine auf Fahnen darstellen, haben wir einen unschätzbaren wichtigen Wiedererkennungswert. Unsere Fahne ist das wichtigste Alleinstellungsmerkmal unseres Vereins.

Für uns gibt es keine bessere oder schlechtere Herthafahne. Jede gehört zu uns und selbst wenn sich jemand seine eigene Herthafahne entwerfen möchte, sind am Ende nur ein paar Dinge entscheidend: Oben blau, unten weiß, oben das weiße H und/oder unten der Schriftzug in Blau - freistehend und bestenfalls ohne jeden Kreis.

Lasst uns unsere Fahne mit Respekt behandeln und weiterhin stolz durch die Straßen und in die Stadien tragen.



DAS H-WAPPEN – DAS SYMBOL UNSERER ANFÄNGE

Das Wappen mit dem H - oder auch das reine H - gehörte zu den ersten Versuchen, ein zeitgemäßes Symbol zu schaffen, welches unseren Verein repräsentieren sollte. Dieses Logo besitzt selbstverständlich eine geschichtliche Daseinsberechtigung, ist jedoch nicht das Symbol, worüber wir uns in der heutigen Zeit definieren. Es stammt aus einer Zeit, als unsere Hertha noch BFC Hertha 1892 hieß. Für uns ist es ein traditionsreiches Wappen, welches neben unserer Fahne das bedeutendste Symbol darstellt.

Die aktive Fanszene hat es schon zu verschiedensten Anlässen genutzt - sei es in einer Choreografie, bei der die Gründungszeit thematisiert wurde, oder auf dezerten Merch-Artikeln. Auch wenn dieses Wappen streng genommen nicht das Gründungslogo des Vereins ist, wird es dennoch häufig als dieses eingeordnet.



Die bekannte Herthafahne trat erst nach der besagten Trennung vom Berliner Sport-Club richtig in Erscheinung und entwickelte sich seither zu unserem Wahrzeichen. Sie ist das Symbol, das unseren Verein seit fast 100 Jahren ausmacht.

Das historische Wappen mit dem H ist trotzdem ein sehr wichtiger Teil unserer Geschichte, weil es aus einer Phase stammt, in der unser Verein das Fußballspielen erlernte, erste Erfolge feiern konnte und langsam zum Berlins Aushängeschild wurde. Im Jahr 2005 wurde es auf einem Trikot neu aufgelegt - ein Schritt, der von uns Fans damals durchaus positiv aufgenommen wurde.

Anlass war das 100-jährige Jubiläum der ersten Berliner Meisterschaft unserer Hertha - ein sehr würdiger Anlass. Dass das Trikot ursprünglich als Pokaltrikot geplant war, letztlich aber eher planlos in mehreren Bundesliga-Heimspielen getragen wurde, erscheint aus heutiger Sicht unglücklich umgesetzt.

Aus unserer Sicht ist das H-Wappen ein wichtiges Symbol einer prägenden Zeit und eignet sich für Accessoires und anlassbezogen auch für besondere Sammlerstücke. Für den Einsatz als offizielles Vereinssymbol auf der Mannschaftsausrüstung erscheint es uns nur im Ausnahmefall würdiger Anlässe angebracht.



26.04.2014



DER ADLER – EINE FUSION ZWEIER GEGENSÄTZE

Eine Fusion von Vereinen ist in der Fußballgeschichte nicht ungewöhnlich. Es gibt positive, aber auch negative Beispiele. In den 20er Jahren war unsere Hertha, damals noch unter dem Namen BFC Hertha 1892, ambitioniert, aber – wie eigentlich immer – in finanziellen Nöten. Dann gab es noch den in Wilmersdorf beheimateten Berliner Sport-Club, der über größere finanzielle Mittel und höheres Ansehen verfügte. Die Fusion sollte die nötige Schlagkraft mit sich bringen, was sportlich auch gelang. Der Name „Hertha BSC“ war geboren und wir trugen den Adler des Berliner Sport-Clubs.

Ein Logo, das für das bürgerliche Establishment und das preußische Selbstverständnis stand, nicht aber für unsere Hertha aus dem Wedding, was schon damals zu einer Entfremdung führte.

Auch wenn man immer von der erfolgreichsten Zeit des Vereins spricht, war hier nicht alles Gold, was glänzt. Der Unmut der Mitglieder und der Vorwurf, Identität und Unabhängigkeit verkauft zu haben, wurden immer größer und lauter. Die beiden Vereine und auch ihre jeweiligen Mitglieder hatten eine komplett unterschiedliche DNA. Auf der einen Seite unser Weddinger Arbeiterverein, auf der anderen Seite die Wohlhabenden vom Berliner Sport-Club. Das sorgte auch unter den Mitgliedern für Konflikte. Schon damals gab es Diskussionen über die Spielkleidung, Farben, Symbole und das Stadion, wobei sich die Mitglieder unserer Hertha immer bevormundet fühlten. Trotz sportlicher Erfolge stagnierten dadurch die Zuschauerzahlen und Vereinsmitglieder kündigten ihre Mitgliedschaft.

Es kam, wie es kommen musste. Während der ersten gewonnenen Meisterschaft im Jahr 1930 trennten sich die Vereine - was sich seit 1929 bereits angedeutet hatte. Die Trennung verlief nicht geräuschlos und sie hat gezeigt, dass diese beiden Vereine aus unterschiedlichen Welten kamen und eine Fusion nicht funktionieren konnte. Der Adler wurde noch etwas länger getragen, weil die Umstellung der Spielkleidung damals nicht so schnell umgesetzt werden konnte - was uns leider unnötig viele Meisterschaftsbilder mit dem unbeliebten Adler auf der Brust brachte.

Obwohl Hertha BSC und der Berliner Sport-Club bereits ab 1930 wieder getrennte Wege gingen, wurde zur Saison 2006/2007 völlig aus dem Nichts das fremde Vereinslogo des Berliner Sport-Clubs ausgegraben und aufs Trikot unserer Mannschaft gestickt. Der Verein wollte hiermit an den Sieg der Meisterschaft vor 75 Jahren erinnern. Der fragwürdige Logowechsel stellte einen eklatanten Angriff auf einen der wenigen Kernwerte unserer Vereinsidentität dar: Unser Logo. Der Adler auf dem Trikot löste Widerspruch in der Fanszene von Hertha BSC aus und sorgte dafür, dass sich die Ultraszene zum ersten Mal intensiver mit der Logo-Historie unseres Vereins auseinandersetzte.

Diese Auseinandersetzung hatte mehrere Folgen. Gegen den Adler wurde mit kritischen Spruchbändern und der Kampagne „Herthafahne - sonst nix!“ protestiert. Zudem erkannten wir die Herthafahne endlich als das, was sie war und ist: das zentrale Identifikationsmerkmal unseres Vereins. In unseren Anfangsjahren unüberlegt produziertes Fahnenmaterial mit dem Discoball-Logo wurde aussortiert und auch die Dopplung „Hertha BSC Berlin“, durch die unsere Fahne auf dem Vereinslogo eingekreist wurde, wurde nun kritischer betrachtet. Dieses Bewusstsein führte wenige Jahre später zum Start der Kampagne „Fahne pur - zurück zu den Wurzeln“, deren Ausgang jedem Herthafan bekannt ist.

Der Adler gehört zu unserer Geschichte und erinnert uns daran, was so nicht mehr passieren darf: Die Spaltung des Vereins und das Verkaufen unserer Werte für den sportlichen Erfolg. Gerade in der heutigen Zeit sehen wir, dass die Gemeinschaft wichtiger ist als jeder Titel.

Aus unserer Sicht ist der Adler untragbar!



DER DISCOBALL – EIN ERSTER VERSUCH, UNSERE FAHNE AUSZUTAUSCHEN

Das sogenannte „Discoball“-Logo wurde von Hertha BSC im Jahr 1979 aus der Taufe gehoben. Im Stadionheft zum Heimspiel gegen Eintracht Braunschweig bewarb der Verein dieses Logo mit folgenden Worten: „Das neue, zweifellos moderne Emblem von Hertha BSC, mit dem zu einem Fußball gerollten und gut lesbaren Clubnamen, ist geschmackvoll und wird sich sicherlich schnell einbürgern.“

Mit dieser Einschätzung täuschten sich die Hertha-Verantwortlichen seinerzeit jedoch ganz gewaltig, denn viele Fans und Mitglieder waren keineswegs damit einverstanden, dass die Herthafahne durch ein „modernes“ Emblem ersetzt werden sollte. Stattdessen formierte sich damals Widerstand gegen das unerwünschte Logo, der auf der Mitgliederversammlung im Herbst 1983 schließlich von Erfolg gekrönt war: Die Mitgliederversammlung entschied, dass Hertha BSC zur Fahne zurückkehrt.



Die Historie des Discoball-Logos war der Ulträsene in ihren Anfangsjahren jedoch unbekannt. Wir behaupten auch gar nicht, dass der Discoball hässlich sei – und so fand er in den frühen 2000er-Jahren auf Doppelhaltern und Schals seinen Weg ins Kurvenbild. Leider fehlte damals, vermutlich aufgrund der mangelnden Vernetzung und Zusammenarbeit, die Wertevermittlung der älteren Generation.

Es dauerte bis ins Jahr 2006, ehe wir uns im Zuge der Reaktivierung des Adler-Logos intensiver mit der Geschichte unseres Vereins und seiner Wappen auseinandersetzten. In diesem Zusammenhang erkannten wir den Discoball als das, was er ist: Den Versuch unsere Herthafahne zu verdrängen, motiviert durch den Wunsch, moderner – und damit besser vermarktbar – zu erscheinen.

Ein Versuch, der zum Glück bereits weit vor unserer Zeit auf den Widerstand der Hertha-Fans traf.

Aus Respekt vor unserer Fahne und der Geschichte unserer Fanszene gestanden wir unseren Fehler ein, weshalb sämtliches Material mit diesem Logo aussortiert wurde. Daher ist es keine Überraschung, dass dieses Logo seit nunmehr fast 20 Jahren keine Rolle mehr im Kurvenbild der Ostkurve spielt.

Leider befeuerte Hertha BSC die Diskussion um dieses Logo erneut, als der Verein auf der Mitgliederversammlung im Mai 2025 eine limitierte Mitgliederjacke präsentierte - mit dem Discoball auf der Brust. Vor dem Hintergrund der Abwahl dieses Logos im Jahr 1983 sowie der Wahl für die Fahne pur im Jahr 2014 - mit einer Mehrheit von 99% - durch die jeweiligen Mitgliederversammlungen, ist die Verwendung dieses Logos für uns nicht akzeptabel. Die Symbolik, für welches Vorhaben es damals stand, kann man weder kleinreden noch ausblenden.

Da sich viele Herthaner dieser Geschichte - wie einst auch wir - womöglich nicht bewusst sind, nutzen wir diese Gelegenheit, um über den Discoball aufzuklären. Wir freuen uns über jeden Herthaner, der diesen Hintergrund einmal für sich reflektiert und seine eigenen Schlüsse daraus zieht.

Der Discoball stellt für uns das erste Kommerzialisierungslogo bei Hertha BSC dar und war der Versuch, unsere Fahne aus Vermarktungsgründen auszutauschen.

Deshalb gehört der Discoball aus unserer Sicht leider zur Vereinsgeschichte - als Fehler, der sich nicht wiederholen darf und auch keinen Kultstatus verdient hat.



QUELLE: HERTHA BSC



HERTHA BSC BERLIN – EINE KOMMERZIELLE NEUAUSRICHTUNG

In den 90er Jahren dümpelte unsere Hertha im Mittelfeld der 2. Liga nur so vor sich hin. Nachdem wir 1996 den Abstieg in die 3. Liga nur dank des besseren Torverhältnisses abwenden konnten, begann mit Trainer Jürgen Röber der große Aufschwung. Aufstieg 1997, Klassenerhalt 1998, Champions League 1999...

Im Zuge des Erfolgs kam im Verein wie schon in der Vergangenheit die glorreiche Idee auf, das Vereinslogo zu „modernisieren“. Die klassische Herthafahne wurde durch einen Kreis mit dem Schriftzug „Hertha BSC Berlin“ ergänzt. Zwar war die Fahne bereits zuvor von einem dünnen Ring umgeben, doch durch die neue Gestaltung wurde sie weiter verkleinert und optisch weit unter Wert verkauft.

Unsere Hertha präsentierte sich von nun an mit einem standardisierten, runden Logo, das dem internationalen Markt Rechnung tragen sollte – inklusive Stadtnamen, wodurch der Vereinsname gleich mehrfach im Logo auftauchte. Während andere Vereine stolz ein einzelnes Symbol wie einen Buchstaben zur Wiedererkennung nutzen, wirkte unser Logo überladen und unausgewogen.

Dass Fans und Mitglieder in diesen Prozess nicht eingebunden wurden und vor vollendete Tatsachen gestellt wurden, muss kaum betont werden.

Dieser Ring war nie wirklich beliebt, wurde aber über viele Jahre weitgehend hingenommen. Gleichzeitig gewann auch die unbeliebte Bezeichnung „Hertha BSC Berlin“ (Anm.: Hertha Berliner Sport-Club Berlin) wieder an Präsenz. Auch in dieser Hinsicht müssen wir Fans uns an die eigene Nase fassen, denn auch im Liedgut der Ostkurve war die Bezeichnung „Hertha BSC Berlin“ in einigen Gesängen präsent. Mit fortschreitender Auseinandersetzung mit der Vereinsidentität und ihren Kernelementen Wappen und Vereinsname hinterfragten wir uns auch in dieser Hinsicht. „Hertha BSC Berlin“-Gesänge verschwanden logischerweise aus unserem Liederrepertoire.

Nach dem Abstieg 2010 gründete sich innerhalb der aktiven Fanszene die Initiative „Fahne pur – zurück zu den Wurzeln“. Ihr Ziel war es, zu einem Logo zurückzukehren, mit dem sich alle Fans identifizieren können – unserer Herthafahne und sonst nichts.

Aus unserer Sicht entwertet dieses Logo unsere Fahne, stellt nicht unseren Vereinsnamen dar und sollte deshalb keine Verwendung finden.



18.12.2010



21.01.2012

DIE FARBEN VON HERTHA BSC - IDENTITÄT UND AUTHENTIZITÄT

Kein Kleidungsstück hat eine vergleichbare Außenwirkung wie das Trikot, in dem die Mannschaft auf dem Feld steht. „Heute wollen sie gewinnen, für das blau-weiße Trikot“ heißt es nicht von ungefähr vor jedem Heimspiel in der von allen Herthanern gesungenen Hymne.

Die Farben unseres Vereins sind seit jeher Blau und Weiß. Sie wurden bei der Gründung des BFC Hertha 1892 in Anlehnung an die Farben des Schornsteins des „Hertha“-Dampfers als Vereinsfarben festgelegt und haben sich bis heute gehalten. Und somit ist für uns auch klar, dass das Trikot unserer Hertha-Mannschaft eben jene Farben zu tragen hat. Als Kernidentifikationselement von Hertha BSC hat sich das Trikot mit den blau-weißen Längsstreifen etabliert. Es kommt in dieser Erscheinung seit Jahrzehnten zum Einsatz.

Doch neben Blau-Weiß gibt es weitere Farben, die einen Bezug zu Hertha BSC aufweisen und die hierdurch eine Authentizität in der Außenwirkung von Hertha BSC ausstrahlen.

Im Gegensatz zu vielen anderen Vereinen, die heute die Bezeichnung „Berlin“ im Namen tragen, kann Hertha BSC mit Fug und Recht von sich behaupten, ein waschechter Berliner zu sein. Bereits bei der Gründung des BFC Hertha 1892 war dieser im Berliner Norden rund um den Gesundbrunnen beheimatet. Hertha BSC ist schon immer ein Berliner Verein gewesen, der nicht erst durch spätere Gebietsreformen eingemeindet werden musste.

Die Stadt Berlin ist somit Kernbestandteil unserer Vereinsidentität und daher weisen auch die Stadtfarben Rot und Weiß mit dem schwarzen Berliner Bären einen authentischen Hertha-Bezug auf. Neben unseren Vereinsfarben spielen auch die Stadtfarben im Erscheinungsbild unserer Kurve eine zentrale Rolle. So gehören Berlin-Schwenkfahnen, Berlin-Choreografien und bei Auswärtsspielen die markanten Berlin-Zaunfahnen mit den vielen Stadtteilen, aus denen Herthaner stammen, als Aufschrift zum gängigen Repertoire der Herthafans.



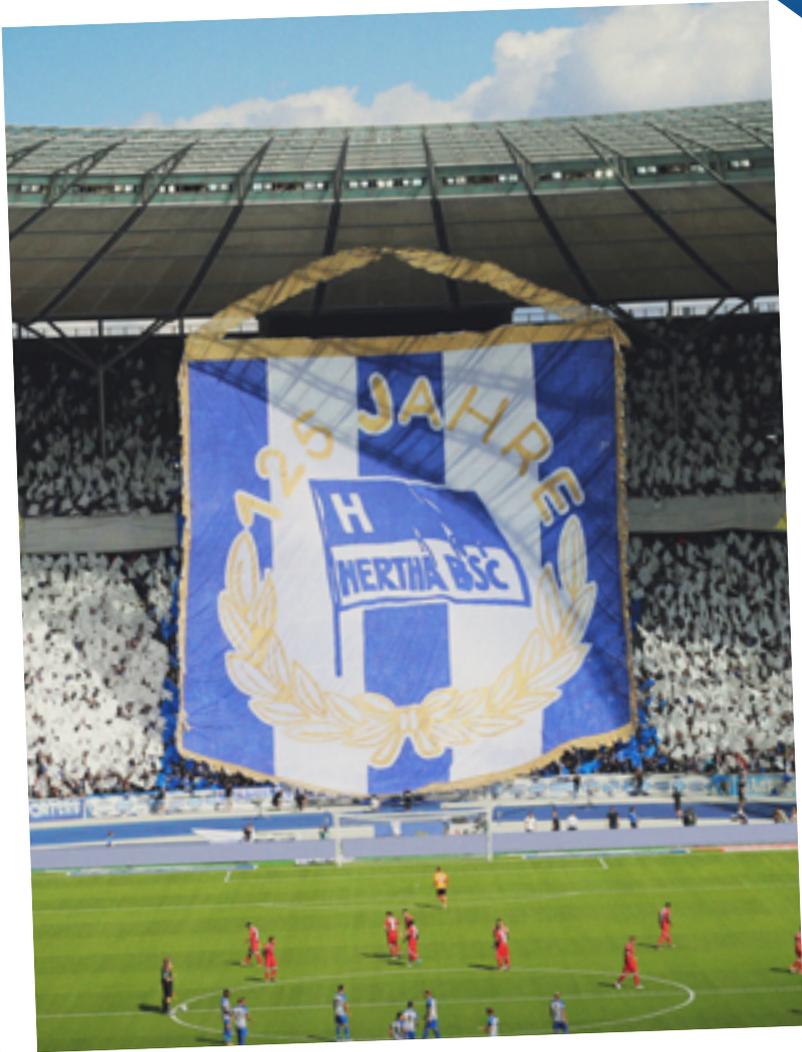
10.05.2014

Eine Besonderheit der Vereinsgeschichte darf an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben. Häufig zierten rot-schwarze Längsstreifen in der Vergangenheit den Auswärtsdress der Jungens von der Hertha. Nach der Befreiung Deutschlands vom Nationalsozialismus wurde nämlich ein Gesetz erlassen, welches die Auflösung aller Nazi-Organisationen durch die Alliierten zur Folge hatte. Da auch die gleichgeschalteten Sportvereine als Nazi-Organisationen eingestuft wurden, existierte Hertha BSC wie auch alle anderen Sportvereine zwischen 1945 und 1949 nicht (die eigene Geschichte während des Nationalsozialismus hat Hertha BSC lesenswert im Buch „Hertha unter dem Hakenkreuz“ aufarbeiten lassen). Stattdessen schnürten die Berliner Fußballspieler in lokalen Sportgruppen die Fußballschuhe. Wegen der engen Verwurzelung im Herkunftsbezirk traten die Fußballer von Hertha BSC und dem SV Norden-Nordwest nun gemeinsam unter dem Namen „SG Gesundbrunnen“ unter anderem in den Farben Rot und Schwarz gegen das runde Leder. Im Volksmund blieb der Name Hertha BSC jedoch unangetastet und am 1. August 1949 durfte der Fußball-Betrieb wieder unter dem traditionellen Namen „Hertha BSC“ aufgenommen werden.

Auch hinsichtlich lizenzrechtlicher Auflagen wie Heimtrikot, Auswärts-trikot und Ausweichtrikot ergibt sich aus unserer Sicht ausreichend Spielraum aus den zur Verfügung stehenden Farben. Identität ergibt sich nicht aus Trendfarben, dem Wunsch nach Aufmerksamkeit oder der Farbpalette des Ausrüsters. Farbliche Entgleisungen wie pinke und gelbe Trikots, orange Trainingskleidung oder bunte Fanartikel stießen daher in der Vergangenheit stets auf Widerstand und werden es auch zukünftig tun.

Die Identität unseres Vereins wird durch die Vereinsfarben, die Vereinsgeschichte und unsere Stadt Berlin geprägt. Die Mannschaft auf dem Platz soll diese Identität bestmöglich verkörpern.

**„BLAU-WEIß SIND
UNSERE FARBEN,
HERTHA IST
UNSER VEREIN! ...“**



19.08.2017

Wir stehen für eure Kritik, eure Rückmeldungen und euer Feedback jederzeit und mit offenen Ohren zur Verfügung. Wir bevorzugen das persönliche Gespräch am Fanwagen, in der Ostkurve, im Olympiastadion oder bei den Auswärtsspielen von Hertha BSC.

Ihr könnt uns aber auch eine Mail an info@foerderkreis-ostkurve.de schreiben.

