

# FuG

## Zeitschrift für Fußball und Gesellschaft

### Medien und Events

---

*Jochem Kotthaus*

Editorial: Mediale Konstruktionen und Events des Fußballs

115

---

### Schwerpunkt

*Markus Gerke, Michael Mutz*

Fußballturniere als soziale und emotionale Medienevents –  
Eine empirische Analyse zum Emotionserleben des Fernsehpublikums  
bei Spielen der deutschen Fußballnationalmannschaft

123

*Nicolas Wirtz*

Zwischen Spielbereitschaft und theatralischem Simulieren –  
Perspektiven zum Fairplay im Fußball

144

*Fabian Fritz, Ricarda Bolten*

Zur Frage der medienpädagogischen Kompetenzanforderungen an  
Fanprojektmitarbeiter\_innen an einem Beispiel von Berichterstattung  
im Spannungsfeld Fans und Polizei

158

*Jonas Schützeneder, Michael Graßl, Maria Lisa Schiavone*

Heimvorteil Putin? Die mediale Darstellung des russischen Präsidenten  
während der Fußball-Weltmeisterschaft 2018 – eine Inhaltsanalyse

178

*Michael Wetzels*

Alles nur „Massenspaß“? – Zur wissenskonstellativen Erweiterung des  
wissenssoziologischen Eventbegriffes am Beispiel der Bordeauxer Fanmeile  
zur Fußball-Europameisterschaft 2016

196

*Vinzenz Thalheim*

Ultras und der Fußball-Event: Vom Miteinander-Machen zum Selber-Machen  
und dem Machen der Sozialen Arbeit

220

---

---

## Freier Beitrag

|  |     |
|--|-----|
| <i>Thomas Grunau</i><br>„Sicherheitsabstand für übermotivierte Eltern“ –<br>Die soziale Arena rund um ‚Fußball-Eltern‘ | 240 |
|--|-----|

---

## Rezensionen

|   |     |
|---|-----|
| <i>Sebastian Möller</i><br>Chris Porter (2019): Supporter Ownership in English Football   | 258 |
| <i>Andrea Piontek</i><br>Juliane Müller (2013):<br>Migration, Geschlecht und Fußball zwischen Bolivien und Spanien.<br>Netzwerke - Räume – Körper | 259 |

---

|                 |     |
|-----------------|-----|
| Call for Papers | 261 |
|-----------------|-----|

Markus Gerke, Michael Mutz

## Fußballturniere als soziale und emotionale Medienevents – Eine empirische Analyse zum Emotionserleben des Fernsehpublikums bei Spielen der deutschen Fußballnationalmannschaft

### Zusammenfassung

TV-Übertragungen der Spiele der deutschen Fußballnationalmannschaft besitzen einen starken emotionalen Erlebniswert für das Publikum. Gerade bei WM- und EM-Turnieren scheinen sich starke Emotionen intensiv und kollektiv aufseiten der TV-Zuschauer\_innen Bahn zu brechen. Auf Basis eines repräsentativen Surveys während der Fußball-EM 2016 fragt dieser Beitrag, welche Emotionen vom TV-Publikum während der Spiele erlebt wurden und welche Einflussfaktoren diese bedingen. Der Artikel zeigt, dass das Schauen der Spiele bei der Mehrheit der Zuschauenden mit Emotionen der Freude und Spannung verbunden war. Die Intensität dieser Emotionen hängt neben dem Spielergebnis auch von der Identifikation mit der Nationalelf und vom sozialen Kontext des TV-Schauens ab. Fans und Personen, die ein Spiel gemeinsam mit einer größeren Gruppe anschauten, empfanden stärkere Emotionen. Diese Ergebnisse zeigen, dass die EM 2016 für weite Bevölkerungsteile ein soziales wie emotionales Event war. Sie bestätigen die zentrale Rolle von Fanbindungen für das Emotionserleben und sind konsistent mit Modellen der emotionalen Ansteckung in Gruppen.

### Schlüsselwörter

Kollektive Emotionen, affektive Dispositionen, Zuschaueremotionen, Sportkonsum, UEFA Europameisterschaft

### Abstract

Football broadcasts and especially those of matches played by the German national team have a strong emotional impact on their audiences. FIFA World Cups and UEFA EURO's in particular seem to be occasions during which strong emotions are exhibited intensively and collectively by TV viewers. Based on a representative survey conducted during the UEFA EURO 2016, this article investigates what types of emotions were experienced by the TV audience during matches and which factors influenced these emotions. We find that watching these matches was associated with emotions of joy and suspense in a majority of viewers. The intensity of these emotions was significantly influenced by the respective match result, the degree of identification with the national team and the social context of broadcast consumption. Fans and viewers who watched a match together with a larger group felt stronger emotions. These results show that the EURO 2016 was a social and emotional event for large parts of the population. They buttress the notion that fan loyalty is crucial for viewer experiences and are consistent with models of emotional contagion in groups.

### Keywords

Collective emotions, affective dispositions, spectator emotions, sport consumption, UEFA football championship

## 1. Einleitung

Sport besitzt einen besonderen emotionalen Erlebniswert für das Publikum, denn das Verfolgen von Wettkämpfen ist in der Regel mit Spannungs- und Erregungszuständen verbunden, die nicht etwa unliebsame Nebenwirkung von Sportkonsum sind, sondern im Gegenteil gerade von den Zuschauenden gesucht werden. Heinemann (1995: 178) stellt grundlegend fest: „Die Attraktivität des Wettkampfsports liegt in der Unsicherheit des Ergebnisses, ja man kann sagen, dass die Produkte, die im Wettkampfsport erzeugt werden, Unsicherheit und Spannung sind.“ Hinzu kommt, dass die gegenwärtigen medialen Inszenierungsweisen des Sports – insbesondere des Fußballs – explizit darauf ausgelegt sind, die dem Spiel inhärente Emotionalität aufzugreifen und weiter zu steigern. Fernsehübertragungen von Fußballspielen kommen kaum aus ohne Bilder von jubelnden Zuschauer\_innen im Stadion nach dem Torerfolg, weinenden Fans nach dem Verlust wichtiger Spiele, einer offensichtlich erregten und emotionalen Kommentierung und – gerade bei internationalen Fußballturnieren – vermehrt auch Einspielfilmen von oder Live-Schaltungen zu jubelnden Massen auf den Fanmeilen.

Die Spiele der Fußballnationalmannschaft der Männer bei Welt- und Europameisterschaften stellen dabei in qualitativer wie quantitativer Hinsicht einen zentralen und besonderen Fall des Auslebens von Emotionen – und deren medialer Rezeption und Verstärkung – im Fußballkontext dar: Die Übertragungen erreichen ein Millionenpublikum, welches augenscheinlich an den heimischen TV-Geräten – oder gemeinsam mit anderen in Kneipen, Biergärten oder Fanmeilen – mitfiebert. Und spätestens seit der FIFA WM 2006 in Deutschland gehört genau dieses öffentliche und massenhafte Mitfeiern und -leiden zum Standardrepertoire sowohl des Erlebens wie auch der Inszenierung solcher fußballbezogenen Mega-Events. Wie Ismer (2016: 220) in seiner Analyse der Übertragungen der Weltmeisterschaft 2006 betont, wird die Ekstase der Fans wohlwollend in der Berichterstattung aufgegriffen: „Über diese kollektive Emotionalität herrscht in der Vorberichterstattung einhellige Begeisterung: Man freut sich über die Freude“ und spiegelt diese gleichsam dem TV-Publikum wieder zurück. Gleichzeitig haben die Fußballwelt- und Europameisterschaften der Männer – wie auch in Deutschland in geringerem Maße die Olympischen Spiele und andere internationale Wettkämpfe – den Charakter von sportlichen Mega-Events, zu deren Anlass das öffentliche und mediale Interesse in einem relativ komprimierten Zeitraum, aber dafür umso intensiver, auf diese Wettbewerbe gerichtet ist. Diese Beobachtungen werfen zwei Fragen auf, die der nachfolgende Beitrag fokussiert:

- 1) Welche Emotionen erleben die Millionen von Zuschauer\_innen, wenn sie die EM-Spiele der DFB-Elf der Männer verfolgen?
- 2) Und von welchen Einflussfaktoren wird die Intensität dieser Affekte bestimmt?

Gerade vor dem Hintergrund des medialen Narratives einer quasi ausnahmslos mitfiebernden Bevölkerung fragt der vorliegende Beitrag nach dem Ausmaß des Gefühlserlebens auf Seiten des TV-Publikums insgesamt, wie auch danach, ob sich im Verlauf eines Turniers – mit seiner Dramaturgie von der Vorrunde bis zu den Ausscheidungsspielen – und in Abhängigkeit der Spielergebnisse möglicherweise immer mehr Personen immer stärker affizieren lassen. Zweitens liefert dieser Artikel Antworten auf die Frage, welche Faktoren das Erleben von Emotionen während der TV-Übertragungen von EM-Spielen der DFB-Auswahl beeinflussen. Hierbei steht neben der Identifikation der Zuschauenden mit dem DFB-Team vor allem die Frage im Fokus, ob das gemeinsame Schauen der Spiele mit anderen die erlebten Emotionen verändert und ggf. verstärkt.

Antworten auf diese Fragen sind nicht nur als Beitrag zur Debatte um kollektive Emotionen im Kontext des Sports zu verstehen, sondern auch deshalb gesellschaftlich relevant, da sich die hier erlebten Emotionen explizit auf ein national-aufgeladenes Identifikationsobjekt – die Fußballnationalmannschaft und indirekt damit verbunden die Nation an sich – richten. In der Diskussion werden daher die Ergebnisse in die sozialwissenschaftliche Debatte um kollektive Emotionen und deren mögliche identifikationsstiftende Funktionen eingebettet.

## **2. Theoretischer Rahmen: Fußball, Emotionserleben und emotionale Ansteckung**

### *Fußball-Events als emotionale Enklave*

Anknüpfend an die Überlegungen von Elias und Dunning (1993) zur Suche nach Erregung in der von Routine und Gleichförmigkeit geprägten modernen Gesellschaft, lässt sich davon ausgehen, dass Menschen heutzutage weitestgehend die Norm verinnerlicht haben, ihre Gefühle und emotionalen Bedürfnisse – vor allem in der Öffentlichkeit und dort besonders im Kontext der Berufsarbeit – kontrollieren zu sollen. Wutausbrüche, Panik, Trauer, ausgelassene Freude und andere starke Gefühlsausbrüche finden – wenn überhaupt – dann nur im Privaten statt. Konsequenz dieser Entwicklung ist ein wachsendes Bedürfnis nach Abwechslung, Unterbrechung der Gleichförmigkeit und lustvoll empfundener Spannung, das vor allem in den Bereich der Freizeit projiziert wird. Elias und Dunning (1993) sprechen hier von „mimetischer Erregung“, die eine als angenehm reflektierte emotionale Valenz aufweist und all den Aktivitäten innewohnt, die als Selbstzweck und zur Muße ausgeführt werden: Die Freizeit fungiert somit als „emotionale Enklave“, in der das Erleben und spontane Ausleben von Emotionen in stärkerem Maße sozial legitimiert ist, und stellt insofern einen Gegenpol zu einem von Routinen geprägten Alltag dar. Dies

Nicolas Wirtz

## Zwischen Spielbereitschaft und theatralischem Simulieren – Perspektiven zum Fairplay im Fußball

### *Zusammenfassung*

Theatralisches Simulieren ist im Fußball ein Mittel, um spielbeeinflussende Entscheidungen zu provozieren. Doch wie sieht ein Verhalten im Sinne des Fairplays eigentlich konkret aus, wenn die Grenze zwischen fair und unfair durch das Simulieren verschoben werden kann? Laut Regelwerk werden gegen das Simulieren Sanktionen verhängt. Allerdings ist die Umsetzung schwierig, da die Gefühlsäußerungen der Spielenden – ob simuliert oder nicht – unter Umständen gerechtfertigt sind. In diesem Artikel werden interaktionstheoretische und moralphilosophische Perspektiven zu theatralischem Simulieren im Fußball dargestellt. Außerdem wird die bestehende Datenlage analysiert und es werden Lösungsansätze diskutiert. Hierbei wird die moralische Bedeutung der Spielbereitschaft herausgearbeitet, die bei der Forderung des Fairplays eine Rolle spielt.

### *Schlüsselwörter*

Theatralik, Fairplay, Spielbereitschaft, Regelwerk, Schiedsrichter

### *Abstract*

In football, theatricality is a way of convincing the referee of an opponent's foul. How should fair behaviour actually be defined, if the border between fair and unfair can be shifted by the player's theatricality? The transaction of rules against theatricality is difficult, because the emotional expression is possibly justified, consequently judgement is speculative. This problem is analysed from interaction theoretic and moral philosophic point of view. Furthermore, existing data and possible solutions are discussed. It is concluded that willingness to play is important for the game. It encourages intensive tackling and supports game flow. Furthermore, it promotes the development of social effects, which are ascribed to the game.

### *Keywords*

Theatricality, Fair Play, Willingness to play, Rules, Referee

## Einleitung

Theatralisches Simulieren kann Fußballspielenden auf der ganzen Welt und auf jedem sportlichen Niveau Vorteile bringen, da dadurch spielbeeinflussende Entscheidungen provoziert werden können. Außerdem ist Simulieren im Zweikampf weniger anstrengend und reduziert das Verletzungsrisiko, indem der Zweikampfhärte aus dem Weg gegangen wird. Allerdings ist es laut Regelwerk verboten (Regel 12: unsportliches Betragen). In der praktischen Anwendung bleibt das Simulieren - abgesehen von eindeutigen Schwalben und heftigen Reklamationen - meist unbestraft und wird von Expert\_innen in der Besprechung von Fußballspielen oft als clever ausgelegt. Demnach ist es Fußballspielenden nicht zu verübeln, wenn sie ihre vermeintliche Opferrolle demonstrieren. Spieler, die trotzdem spielbereit bleiben, werden dafür sogar öffentlich kritisiert. So sagt Schalke's damaliger Trainer Domenico Tedesco über seinen Spieler Embolo nach dem Spiel gegen Frankfurt am 11.11.2018: „Da muss er sich fallen lassen“. Michel Platini, ehemaliger Präsident der UEFA, nimmt solche Praktiken schlichtweg als gegeben hin: „Simulieren ist Teil der Gesellschaft. Fußball ist auch Teil der Gesellschaft“ (Vaske 2006).

Von Fußballspielenden wird erwartet, dass sie gewinnen (wollen) und zwar mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln. Diese Erwartungshaltung und das resultierende Verhalten im Spiel stehen im Gegensatz zum Ideal des Fairplays, wie es von Fußball- und Sportverbänden (Olympische Charta und FIFA) postuliert wird. Fairplay beschreibt eine Haltung, die den Respekt vor den sportlichen Gegner\_innen sowie die Wahrung ihrer physischen und psychischen Unversehrtheit beinhaltet. Die billigende Inkaufnahme von Verletzungen ist eine Missachtung dieser Grundsätze, die im Fußball entsprechend des Regelwerkes hart sanktioniert wird. Darüber hinaus stellt sich aber auch die Frage, welchen Stellenwert theatralisches Simulieren im Sinne des Fairplays haben darf, wenn dadurch die Grenze zum Regelverstoß und die Schwere des Regelverstoßes beeinflusst werden sollen. Im Folgenden wird diese Problematik hinsichtlich moralphilosophischer und soziologischer Perspektiven analysiert und es wird die Bedeutung der Spielbereitschaft abgeleitet. Im Anschluss daran werden das Regelwerk und die Umsetzung des Regelwerkes hinsichtlich dieser Perspektiven analysiert. Hierzu werden Daten aus der Literatur einbezogen, die auf der Auswertung von Spielanalyse-Systemen basieren und Einflüsse von theatralischem Simulieren im Spiel zeigen. Ausblickend werden mögliche Ansätze für eine sozialwissenschaftliche Fußballforschung zu diesem Thema herausgearbeitet, um die Spielbereitschaft und das Simulieren empirisch erfassen zu können und den jeweiligen Stellenwert im Fußball diskutabel zu machen. Aufgrund der spielanalytischen Datenlage sowie der großen medialen Präsenz und der dadurch entstehenden Bedeutung für die Gesellschaft und die Praxis des Fußballs nimmt der Profifußball in diesem Artikel einen großen Raum ein. Dennoch beziehen sich die Ausführungen

*Fabian Fritz, Ricarda Bolten*

## **Zur Frage der medienpädagogischen Kompetenzanforderungen an Fanprojekt-Mitarbeiter\_innen an einem Beispiel von Berichterstattung im Spannungsfeld Fans und Polizei**

### *Zusammenfassung*

Nach der theoretischen Einordnung der Massenmedien entlang der Habermaschen deliberativen Demokratie werden die Rollen von Lokalpresse, Polizeiberichten, Fanmedien und der Fanprojektarbeit in Bezug zum Spannungsfeld Fans und Polizei nachvollzogen. Der Artikel leitet her, dass die massenmediale Berichterstattung zur Gewalt rund um den Fußball und seiner Fans durch die Polizeiberichte und deren Verarbeitung durch die Presse geprägt ist. Vor dieser Folie der vorgesehenen Rolle der Medien in einem deliberativen, demokratischen, gesellschaftlichen Diskurs entsteht so ein Machtgefälle im Austausch von Argumenten. Demgegenüber sehen sich Fans im Nachteil und artikulieren dies. Die Fanprojekte müssen in diesem Spannungsfeld professionelle Arbeit leisten und daher über die entsprechenden medienpädagogischen Kompetenzen verfügen. Ein solches Spannungsfeld wurde exemplarisch anhand von verschiedenen medialen Darstellungen der Akteur\_innen inhaltsanalytisch und kontrastierend untersucht. Aus dem konkreten Beispiel heraus wurden die angewendeten Kompetenzen des betreffenden Fanprojektes beleuchtet und vor dem vorab theoretisch hergeleiteten Hintergrund eingeordnet.

### *Schlüsselwörter*

Fanprojekte, Medienpädagogische Kompetenz, Spannungsfeld Fans und Polizei, Berichterstattung, Ultra

### *Abstract*

After the theoretical classification of the mass media on the basis of Habermas' deliberative democracy; the roles of the local press, police reports, fan media and fan project work in relation to the field of tension between fans and police are pinpointed. The article concludes that mass media coverage of the violence surrounding football and its fans is mainly influenced by police reports and their processing by the press. Against this background the intended role of the media in a deliberative, democratic, social discourse, a power gap arises in the exchange of arguments. On the other hand, fans see themselves at a disadvantage and articulate this. The fan projects must do professional work in this area of tension and therefore there is a need for appropriate media pedagogical skills. This field of tension was examined analytically and contrasted by using various media presentations of the actors. Based on the observed example, the applied competences of the respective fan project were examined and classified against a background that was theoretically derived beforehand.

### *Keywords*

Fan Projects, Media Pedagogical Competence, Football Fans and Police, Media Coverage, Ultras

## Problemaufriss

Massenmediale Berichte über Fußball sind vom enormen Kommerzialisierungsgrad dieses Sports und den damit im Zusammenhang stehenden Milliardenengeschäften geprägt. Es verwundert wenig, dass vorrangig Beiträge aus dem hoch professionalisierten Teil des Fußballsports und dem sozialen Leben von Top-Spieler\_innen, Manager\_innen und anderen Fußball-Stars die Berichterstattung dominieren und mit kommerziellen Beiträgen, wie Werbung oder Product-Placement, verknüpft werden. Dabei gerät ein Thema quantitativ in den Hintergrund, das im Falle von Berichterstattung aber dafür umso umfassender und mit einem großen Maß an Aufmerksamkeit gesendet und veröffentlicht wird. Es geht um Fangewalt rund um Fußballspiele, um organisierte Fans und um die Polizei. Die Fußballfankultur in Deutschland ist spätestens seit dem Aufkommen von Ultras durch Proteste und widerständige Handlungen geprägt. Oftmals geraten diese Fans in Konflikte mit der Polizei. An dieser Stelle sollen Fanprojekte mit ihrem vermittelnden Auftrag eingreifen und zur Lösung Konflikte rund um den Fußball beitragen (NASS 2012: 12). Die Gewaltereignisse werden allerdings öffentlich wahrgenommen und die Berichterstattung wird an verschiedenen Stellen und auf verschiedenen Ebenen geleistet und wiederum von verschiedensten Akteur\_innen aufgegriffen. Unter dem Gesichtspunkt, dass die Berichterstattung der Presse<sup>1</sup> oftmals auf ungenügender Recherche basiert und Fans tendenziell stigmatisiert (Gabriel 2010: 47f.) und gleichzeitig dem enormen Wandel der Presse durch Digitalisierung und die Nutzung neuer Medien (Schranz et al. 2017: 69ff.) unterliegt, ist es notwendig, sich dem Feld kritisch zuzuwenden. Im Folgenden soll daher das entstehende Spannungsfeld von medialer Berichterstattung, polizeilichen Pressemitteilungen, Fanberichten und insbesondere der Arbeit von Fanprojekten betrachtet werden. Dabei wird nach einer theoretischen Einordnung der Frage nachgegangen, welche Rollen die verschiedenen Akteur\_innen inne haben und wie sie diese Rollen ausgestalten. Hierzu wirft der Artikel einen exemplarischen Blick auf einen Vorfall rund um ein Spiel in der ersten Bundesliga, welcher sich im März 2018 ereignete. Dabei steht dessen öffentliche Aufarbeitung durch die genannten Akteur\_innen im Fokus. Daraus wird die Kernfrage abgeleitet, welche medienpädagogischen Kompetenzanforderungen für Mitarbeiter\_innen in Fanprojekten bereits gelten und künftig gelten sollten. Diese werden zum Abschluss zur Diskussion gestellt.

---

1 Der Definition von Rota folgend werden analog zu den Begriffen Presse- und Medienarbeit sowie Öffentlichkeitsarbeit mit Hilfe von Massenmedien in diesem Artikel die Begriffe Presse, Medien und Massenmedien synonym genutzt (1994: 4). Damit soll auch der uneinheitlichen Verwendung der Begriffe in der genutzten Literatur Rechnung getragen werden.

*Jonas Schützeneder, Michael Graßl, Maria Lisa Schiavone*

## Heimvorteil Putin? Die mediale Darstellung des russischen Präsidenten während der Fußball-Weltmeisterschaft 2018 – eine Inhaltsanalyse

### *Zusammenfassung*

Egal ob Demokratie, Autokratie oder Diktatur: Für Regierungen der Gegenwart gibt es kaum eine bessere Werbung als die Ausrichtung von sportlichen Großevents im eigenen Land. Vor allem für Autokraten und Diktatoren sind „der Fußball und der mit seiner Hilfe zusätzlich befeuerte Nationalismus ein willkommenes Mittel, um die eigene Größe zu zelebrieren“ (Ehrhart 2014: 189). Der vorliegende Beitrag untersucht deshalb anhand der Fußball-Weltmeisterschaft 2018 in Russland, wie solche Events sportpolitisch wirken und wie sie von Machthabern genutzt werden. Konkret umgesetzt wurde dies anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse, die die Berichterstattung der Deutschen Presse-Agentur (dpa) mit den offiziellen Mitteilungen aus dem Kreml vergleicht. Ein zentrales Ergebnis: Russlands Präsident Putin ist ein großer Gewinner der Weltmeisterschaft – und das, obwohl er während des Turniers kaum zu sehen war.

### *Schlüsselwörter*

Sportpolitik, Eventisierung, Mediatisierung, Politische Kommunikation, Sportjournalismus

### *Abstract*

No matter if democracy, autocracy or dictatorship: There is barely a better promotion than a big sports event in the own country. Especially for autocrats and dictators „football and the so fueled nationalism is an acceptable gift to present und celebrate the own greatness“ (Ehrhart 2014: 189). This article investigates by reference to the Football World Cup 2018 in Russia, how suchlike events appear and how they get used by governments or authorities. These questions are answered with the aid of a qualitative content analysis, which compares the coverage of the German news agency dpa and the official communication by the Moscow Kremlin. One key result: The Russian president Putin is a winner of the World Cup – although he was only marginally present in the public eye during the tournament.

### *Keywords*

sports journalism, sports policy, political communication

## Einleitung

Die großen Sportereignisse wie Fußball-Weltmeisterschaft oder Olympische Spiele begeistern ein Milliarden-Publikum, richten den Fokus auf die austragenden Länder und sorgen für diverse „Feel-Good-Momente“ während der Spiele (Schramm 2012). Dennoch geht die Begeisterung westlicher Länder für eine Bewerbung um eben solche Großereignisse merklich zurück. Vor kurzem verweigerten die Bewohner Calgarys in einem Referendum deutlich die Zustimmung zu einer Bewerbung für Olympische Winterspiele. Auch deutsche Städte (z.B. Leipzig und München) hatten sich in den letzten Jahren deutlich gegen Bewerbungen positioniert. Ungebrochen ist dafür das Interesse autokratischer Staaten und Regime an solchen Sporthighlights. Olympische Spiele in Peking, Fußball-Weltmeisterschaften in Russland und Katar, die Formel 1 in Aserbaidschan – es gibt zur Genüge Beispiele, die die Verflechtung von Sport und politischer Motivation hinter solchen Entscheidungen verdeutlichen.

Im Sommer 2018 wurde dies vor allem anhand der Fußball-Weltmeisterschaft in Russland demonstriert. Von „Putin-Festspielen“ und einer „WM zum politischen Zweck“ war in den Medien zu lesen. Tatsächlich hatte sich der russische Präsident jahrelang intensiv um die Spiele bemüht, dabei keine Kosten und Mühen gescheut. Umso interessanter ist demnach der Rückblick auf die Effekte. Es stellt sich die Frage:

*Wie wurde Putin während der Weltmeisterschaft 2018 medial dargestellt und welche politischen und/oder sportlichen Facetten der Berichterstattung wurden besonders betont?*

Um diese Forschungsfrage anzugehen, wird die Berichterstattung der Deutschen Presse Agentur (dpa) während der Fußball-Weltmeisterschaft (Juni und Juli 2018) mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht. Um einen Quervergleich zu erlangen, werden zusätzlich die offiziellen Pressemitteilungen aus dem russischen Kremlpalast erfasst und ebenfalls ausgewertet. So lässt sich zeigen, wie sich der Präsident durch die eigene Pressestelle selbst darstellen ließ und welche Aspekte die reichweitenstärkste deutsche Nachrichtenagentur aufgriff. Im Rahmen des Aufsatzes werden zunächst die Spannungsverhältnisse von Politik und Sport in der Gegenwart skizziert. Ein besonderer Schwerpunkt liegt hier im Blick auf autokratische Staaten und Regierungschefs, die Umsetzung und Effekte von sportlichen Großereignissen in solchen Ländern. Die disziplinäre Verortung des Beitrags ist daher wichtig: Es ist entscheidend, die Hintergründe und Verflechtungen aus Sicht der Politikwissenschaften zumindest zu verstehen, die Untersuchungsanlage und der Blick auf die Forschungsfrage selbst ist jedoch geprägt von der Kommunikationswissenschaft und der Journalistik. Es steht konkret die Frage im Raum, wie Putin als Gastgeber der

*Michael Wetzels*

## **Alles nur „Massenspaß“? – Zur wissenskonstellativen Erweiterung des wissenssoziologischen Eventbegriffes am Beispiel der Bordeauxer Fanmeile zur Fußballeuropameisterschaft 2016**

### *Zusammenfassung*

Der Artikel fokussiert die Erweiterung des wissenssoziologischen Eventbegriffes durch diskursive und strukturelle Wissenskonstellationen, welche die situative (Nicht-)Präsenz des Publikums auf der Fanmeile Bordeaux zur Europameisterschaft 2016 empirisch erklärbar machen können. Der Datenkorpus setzt sich unter dem method(olog)ischen Zugang der fokussierten Ethnographie und der Diskursethnographie aus Dokumenten, Bildern und ethnographischen Berichten zusammen, welche hauptsächlich in der ethnographischen Kernzeit vom 11. Juni bis zum 16. Juni 2016 vor Ort generiert wurden. Ziel des Artikels ist dabei die fruchtbare Verbindung der wissenssoziologischen Eventforschung und des Konzepts der Wissenskonstellationen zu betonen.

### *Schlüsselwörter*

Fanmeile, Europameisterschaft, Publikum, Event, Fankultur

### *Abstract*

The article focuses on the extension of the sociological concept of events through discursive and structural constellations of knowledge, which can empirically explain the situational (non-)presence of the audience on the Fanzone in Bordeaux for the European Championship 2016. The data corpus is composed of documents, images and ethnographic reports, which were mainly generated in the ethnographic core period from 11 June to 16 June 2016, under the method(olog)istic approach of focused ethnography and discourse ethnography. The aim of the article is to emphasize the fruitful connection between event research in the sociology of knowledge and the concept of constellations of knowledge.

### *Keywords*

Fanzone, European Championship, Audience, Event, Fan Culture

## Einleitung

Die Transformation des Fußballsports zu einer Mega-Eventkultur erscheint mit Blick auf das Aufkommen von Großveranstaltungen wie der Berliner Fanmeile als eine kaum überraschende Entwicklung. Der Einfluss popkultureller Elemente, wie die Halbzeitshows während des Fußballbundesligaspiels zwischen dem FC Bayern München und dem SC Freiburg durch die Sängerin Anastacia (anastaciafamily 2017) und dem DFB-Pokalfinale zwischen Borussia Dortmund und Eintracht Frankfurt durch Helene Fischer (Youtube 2017a), sind nur einige Beispiele, welche diese Veränderung dokumentieren. Aus wissenssoziologischer Sicht wurde hierfür bereits in den frühen 2000er Jahren die These vertreten, dass diese Formen von Eventkultur Ausdruck eines positiven, gemeinschaftsbildenden Ereignisses sind, um einen Ausgleich gegenüber der ‚kälter‘ werdenden Alltagswelt zu schaffen (Gebhardt 2008: 210). Spektakel, Affektivität und die Medialisierung der Fußballwelt (Schwier/Schauerte 2009) legen den Schluss nahe, dass die derzeitigen Formen des modernen Fußballs widerspiegeln, was die These der Eventisierung posttraditionaler Vergesellschaftungsformen (Hitzler/Honer/Pfadenhauer 2008) skizziert: dass hier ein „übergreifende[s] Spaß-Erleben“ (Hitzler 2000: 402) im Vordergrund steht.

Den beschriebenen Tendenzen der Transformation des Fußballsports zu einer Eventkultur ist zwar grundlegend zuzustimmen, sie forcieren allerdings zu stark die Verquickung von Eventstruktur und Publikum. Gerade der Fußball ist in seiner Publikumsausprägung ein ‚widerspenstiges‘ Phänomen, da die Eventisierung und Kommerzialisierung dieser Sportart auch negative Handlungen hervorruft, wie etwa das kollektive Auspfeifen der erwähnten Helene Fischer zeigt (Youtube 2017b) Wenn die These eines übergreifenden Erlebens von ‚Spaß‘ zutreffen würde, dann dürfte eine negative Reaktion wie diese eigentlich nicht stattfinden. Events können somit durch die Betrachtung ihrer Organisationsstruktur keine Rückschlüsse auf die Partizipierenden zulassen. Wie auch Betz (2012) in der Hervorhebung der Komplexitätsstruktur von Eventorganisationen zeigt (ebd., 174), muss eine dezidierte empirische Betrachtung von Events in ihrer Gesamtstruktur vorgenommen werden. Dies ist insbesondere dienlich, um das ‚Fehlen‘ eines lokalen Publikums nicht etwa als ‚Scheitern‘ eines Events aus Partizipierendensicht zu begreifen (Betz 2016; Wustmann/Scheurer/Eisewicht 2017). Die Fragestellung ist eher, welche empirischen Umstände eigentlich zu diesem realzeitlichen Umstand führten. Um dieser Frage nachzugehen, soll in drei Schritten vorgegangen werden. Da keine grundlegende Aufarbeitung aller Forschungen zu Events existiert, welche insbesondere auch im Bereich der Marketingforschung große Popularität genießen (Zanger 2012, 2013, 2015), wird sich (1) zunächst auf eine Aufarbeitung des wissenssoziologischen Eventbegriffes nach Winfried Gebhardt (2000) beschränkt, um dessen Potential wie auch Grenzen näher diskutieren und einen Erweiterungsvorschlag unterbreiten zu können. In einem zweiten Schritt wird der method(olog)ische Kern dieses Aufsatzes,

die fokussierte Ethnographie (Knoblauch 2001; Rebstein/Schnettler 2018) und die wissenssoziologische Diskursethnographie (Keller 2019) dargelegt werden (2), um folgend anhand des Fallbeispiels, der Fanmeile in Bordeaux zur Europameisterschaft im Jahre 2016, das ‚Fehlen‘ der Partizipierenden dieses Events erklärbar machen zu können (3). Den Abschluss stellt ein Ausblick auf zukünftige Möglichkeiten wissenssoziologischer Forschung zu Events und Publikum dar (4).

## 1. Theoretische Diskussion

In diesem Abschnitt soll das Erklärungspotenzial der wissenssoziologischen Eventforschung erörtert werden. Im ersten Abschnitt erfolgt eine Definierung des Begriffs Event (1.1), um auf dessen Grundlage für den zu diskutierenden, spezifischen Fall des Fußballs dessen derzeitige Grenzen aufzuzeigen und über den Einbezug des Kommunikativen Konstruktivismus (Knoblauch 2017) eine fruchtbare Erweiterung des theoretischen wie empirischen Spektrums anbieten zu können (1.2).

### 1.1 Wissenssoziologische Eventforschung

Die westliche Welt ist durch die Globalisierung einem Wandel unterschiedlicher Individualisierungs- und Deinstitutionalisierungsprozesse ausgesetzt (Gebhardt 2008: 210), sodass Großevents als Vergemeinschaftungsmomente außergewöhnlicher Korrelate des zeitgenössischen Alltags verstanden werden (Hitzler 2011: 13). Events charakterisieren sich durch einen „Ereigniskern“, der das „Zusammenwirken der mannigfaltigen AkteurInnengruppen“ als Trajekt-Struktur (Hitzler 2000: 403) fokussiert, sinnhaft erscheinen lässt und in sechs verschiedenen Dimensionen unterscheidbar macht.<sup>1</sup> Events kennzeichnen sich dadurch, dass sie (1) planmäßig erzeugte Ereignisse darstellen, welche auf professionalisierte Weise gebaut und mit Sinn und Bedeutung versehen werden (Gebhardt 2000: 19). Events sind keine spontanen Erzeugnisse, sondern erfordern eine wesentliche organisatorische Ebene (Betz 2012). Um eine Abgrenzung zum alltäglich-gewöhnlichen Leben gewährleisten zu können, ist es (2) nötig, dass einzigartige Erlebnisse vorliegen müssen, welche „[...] die Routinen und Zwänge des Alltages [durchbrechen] [...]“ (Gebhardt 2000: 19). Events sind somit von Differenz geprägt: die alltäglich geordnete Lebenswelt auf der einen und das außergewöhnliche Event auf der anderen Seite. Die dritte Dimension (3) ist die Ausdrucksform eines Events, welches durch einen kulturell-ästhetischen

---

1 Events stellen somit eine spezifische Form des Festlichen dar, wobei das ‚Neue‘ an spätmodernen Eventisierungen ihre Akzelerierung darstellt (Gebhardt 2000: 24).

Vinzenz Thalheim

## Ultras und der Fußball-Event: Vom Miteinander-Machen zum Selber-Machen und dem Machen der Sozialen Arbeit

### Zusammenfassung

In der Event-Soziologie wird von der These ausgegangen, dass kein Event-Typ dauerhaft ein außergewöhnliches Erleben bei seinen Teilnehmer\_innen auslösen kann und somit auch nicht dauerhaft kundenbindend sein kann. Am Beispiel des Fußball-Events im Stadion und der Besucherschaft sogenannter Ultras wird in dem Beitrag empirisch die These generiert, dass Ultras durch ihre Szene-Interaktion eine eigendynamische Erlebnisrationalität begründen. Diese verführt sie zur dauerhaften Event-Teilnahme. Dieser Befund widerspricht bisherigen Annahmen der Event-Soziologie und regt dazu an, die eigendynamische Teilnehmep Praxis auch von denjenigen Event-Gänger\_innen stärker zu berücksichtigen, die selbst nicht zu Event-Anbieter\_innen werden, sondern im formal vororganisierten Event verharren. Die szenebegogene Erlebnisrationalität der jugendlichen Fußball-Enthusiast\_innen wird abschließend für die Soziale Arbeit mit dieser Jugendszene reflektiert.

### Schlüsselwörter

Ultras, Event-Soziologie, Jugendforschung, Fußball, Soziale Arbeit

### Abstract

Sociological event theory promotes the thesis that no event is able to be permanently customer-binding due to the requirement of triggering constantly extraordinary emotions of their participants. Based on so-called Ultras in soccer the article generates an empirical thesis showing that Ultras establish their own dynamic rationality of experiences by having a scene-based network of interactions. Those self-made interactions are what seduce them to permanently participate in soccer events. These empirical findings contradict previous assumptions of sociology of events. The findings suggest paying more attention to dynamics of audiences that do not become providers themselves but stay in a formally organized event. Finally, the findings about juvenile Ultras are being reflected for social work with this youth culture.

### Keywords

Ultra-fans, sociology of events, youth studies, soccer, social work

## 1. Einleitung

Der Profifußball der Männer ist ein absoluter Publikumsliebling. Allein die Besucherzahlen der saisonal nahezu wöchentlich dargebotenen Fußballshows der Bundesliga 2017/2018 lagen auf dem konstant hohen Durchschnitt von 43.879 Zuschauer\_innen pro Spiel bei insgesamt 13.426974 Besucher\_innen<sup>1</sup>. Diese Besucherzahlen lassen auf eine enorme Kundenbindung schließen, was alles andere als selbstverständlich ist. Denn aus event-soziologischer Perspektive haben Events ein strukturelles Problem: Sie müssen sich ständig steigern, um ihr Versprechen auf ein außergewöhnliches Erleben einzulösen (Hitzler 2011). Daraus leitet sich die Frage ab, was den Fußball-Event auszeichnet, der ungeachtet dieser Annahme regelmäßig mit einem mehr oder weniger ähnlichen Angebot große Massen an Besucher\_innen bindet? Dieser Frage soll anhand der Besucher\_innen nachgegangen werden, die weitläufig als Ultras<sup>2</sup> bezeichnet werden. Denn Ultras fallen nicht nur durch ihre dauerhafte Event-Anwesenheit auf, sondern auch durch eine außergewöhnliche Teilnahmepaxis<sup>3</sup>, die auf einen besonderen Event-Enthusiasmus schließt, was bisherigen Annahmen der Event-Soziologie zu widersprechen scheint.

Um die aufgeworfenen Fragen und möglichen Widersprüche zu beleuchten, erfolgt zunächst eine event-soziologische Rahmung (2), anschließend eine Skizze sogenannter Ultras (3) und deren theoretische Einordnung als Szene (4). Schließlich wird eine Event-Praxis der Ultras beschrieben (5) und anhand eines empirischen Falls<sup>4</sup> rekonstruiert (6). Die empirischen Erkenntnisse werden der event-soziologischen Theorie kontrastierend gegenübergestellt (7) und abschließend für die Soziale Arbeit mit den Jugendlichen Event-Gänger\_innen reflektiert (8).

---

1 <https://www.dfb.de/bundesliga/statistik/zuschauerzahlen/> (Zugriff am 10.10.2019).

2 Zur Typologie von Fußballstadionbesucher\_innen siehe u. a.: Leistner (2017); Grau et al. (2016)

3 Praktiken werden vorliegend als sichtbarer Ausdruck der Bewegung von Körpern definiert. Sie umfassen sowohl Sprechakte (sayings) als auch Bewegungen (doings), die in Relation zu physischen Körpern und Dingen vollzogen werden. Ihre Verkettung konstituiert soziale Wirklichkeit (Reckwitz 2003).

4 Die Beobachtungen und Erkenntnisse beziehen sich auf eine von mir durchgeführte ethnographische Studie (ausführlich: Thalheim (2019)). Invivo-Codes werden im Text in doppelte Anführungszeichen gesetzt.

## 2. Das Event-Problem

Events sind aus dem Alltag herausgehobene, raum-zeitlich begrenzte, performativ-interaktive Ereignisse, die für relativ viele Menschen anziehend sind (Hitzler 2015: 251). Es handelt sich um vororganisierte Ereignisse, die aus kommerziellen oder weltanschaulichen Gründen durchgeführt werden und in einem beeindruckenden Ganzen synthetisiert sind. Jene Themen bieten die interaktive Grundlage für die vergemeinschaftende Teilnahme (Gebhardt 2000: 19f.). Die Bandbreite der als Event zu bezeichnenden Ereignisse ist groß und reicht vom institutionalisierten Dauerevent wie des Berliner Marathons bis hin zum als besonders einzigartig angepriesenen Mega-Event wie der internationale Weltjugendtag der katholischen Kirche (Gebhardt, Hitzler & Pfadenhauer 2000: 10). Gemeinsam ist den Events das Versprechen, besonders erlebenswert für ihre Teilnehmer\_innen zu sein (Hitzler 2015: S. 253). Auch etablierte Anbieter von Kultur oder Sport wie Fußball-Bundesliga-Spiele sehen sich dem Druck ausgesetzt, sich durch einen Unterhaltungsmix zu eventisieren, um ein möglichst außergewöhnliches Erleben auszulösen (Gebhardt, Hitzler & Pfadenhauer 2000: 10).

Der außeralltägliche Rahmen von Events wird durch Rituale hergestellt. Hierzu gehören Zugehörigkeitsbezeugungen wie Symbole, Embleme oder Uniformelemente sowie Interaktionen, etwa Gesänge oder Tänze, die Anzeigen, dass ein Ereignis eingeleitet oder beendet wird. Diese Formen der Metakommunikation eröffnen den Beteiligten die Erfahrung, Teil eines ekstatischen Kollektivs zu sein, das das Subjekt überschreitet und gleichzeitig leibhaftig von ihm selbst repräsentiert wird (Knoblauch 2000: 46f.). Der ästhetisch und emotional verdichtete Zeitraum des Eventrahmens minimiert ferner Routinen und Zwänge des Alltags, was als vitalisierende Kraftquelle des Seins von seinen Teilnehmer\_innen erlebt werden kann (Gebhardt 2000: 19f.). Um die Aussicht auf ein außergewöhnliches Erleben zu realisieren, wird – so die These – das Angebot immer weiter gesteigert. Daraus folgt eine Überbietungsspirale nach der Events ständig noch größer, noch spektakulärer, kurz: noch einzigartiger werden müssen (Hitzler 2015: 253). Um das einzigartige Erleben für ihre Teilnehmer\_innen zusätzlich jungfräulich zu halten, veranstalten Produzent\_innen ihre Events zudem in größeren zeitlichen Abständen (Gebhardt 2000: 22).

Als Essenz für das außergewöhnliche Erlebnis werden jedoch die Teilnehmer\_innen selbst genannt, die umfangreich in die Event-Dramaturgie einbezogen werden müssen. Erst das daraus entstehende Miteinander-Machen zwischen Produzent\_innen und Konsument\_innen macht ein Event zum außergewöhnlichen Erlebnis (Hitzler 2011: 13ff.). Vor dem Hintergrund einer Überbietungsspirale von immer neuen Angeboten, die das außergewöhnliche Erleben einlösen sollen, wird kohärent geschlussfolgert, dass kein Event-Typ sich dauerhaft und massenhaft kundenbindend institutionalisieren kann (ebd.: 19). Zusammenfassend wird an dieser Stelle

Thomas Grunau

## „Sicherheitsabstand für übermotivierte Eltern“ – Die soziale Arena rund um Fußball-Eltern

### Zusammenfassung

Die mediale Berichterstattung zum Kinder- und Jugendfußball im deutschsprachigen Raum wird in den letzten Jahren geprägt von der Auseinandersetzung um die Einflussnahme von Eltern auf das Spielgeschehen. Der Beitrag nähert sich dieser „sozialen Arena“ (Clarke 2012) aus einer situationsanalytischen Perspektive und geht der Frage nach, welche sozialen Welten an der Arena teilhaben und welche dominanten Narrative hervorgebracht werden. Hierfür wird auf Daten aus einem Forschungsprojekt zurückgegriffen, in dem Zeitungs- und Fernsehberichte zwischen 2000 und 2018 zu dem Themenbereich untersucht wurden. Anhand exemplarischer Verdichtungen wird aufgezeigt, dass Eltern im Kinderfußball als Aggressoren dargestellt werden, die negativen Einfluss auf das Spielgeschehen nehmen. Dieses Elternbild kongruiert mit einem romantizistischen Bild vom fußballspielenden Kind, welches möglichst frei vom elterlichen Einfluss seinen Spaß am Fußball ausleben soll. Am Ende des Beitrags wird weiterer Forschungsbedarf entlang der Fragen diskutiert, welche Funktionen diese Narrative erfüllen und welche Potenziale sich aus einer Konfrontation der diskursiven Daten mit ethnographischem Material ergeben können.

### Schlüsselwörter

Kinderfußball, Eltern, Diskurs, Situationsanalyse, Medien

### Abstract

In recent years the media coverage of children and youth football in the German speaking area has been shaped by the controversy regarding parents interacting with their children when on the football pitch. The article addresses this "social arena" from a Situational Analysis perspective and explores which "social worlds" (Clarke 2012) have access to this arena and which narratives are created – data from a project will therefore be used. Newspaper and television reports between 2000 and 2018 were analysed. With sample reports it will be shown that parents in children soccer are presented as aggressors with a negative influence on their activities on the pitch. This parenthood picture matches with a romanticistic view of a child that should enjoy football without parental influence. At the end of the article it will be discussed, which function those narratives fulfill and what possibilities are coming along with the confrontation of the discursive data with ethnographic material.

### Keywords

Youth Football, Parents, Discourse, Situational Analysis, Media

## 1. Einleitung

Der Diskurs um ‚Fußball-Eltern‘ soll im Zentrum dieses Beitrags stehen. Ähnlich wie ‚Eiskunstlaufmutter‘ – so lautet die These – ist der Begriff der Fußball-Eltern zu einer Art geflügeltem Wort geworden, mit dem ein ganz bestimmter Typus leistungsorientierter und emotionaler Eltern beschrieben wird, die in übergriffiger Manier auf ihre und weitere Kinder auf dem Fußballplatz zugreifen. Mit dieser negativen Konnotation grenzen sich ‚die Fußball-Eltern‘ von ihrem US-Amerikanischen Pendant, der ‚soccer mom‘, ab, das eher positiv besetzt ist. Der Begriff soccer mom wurde im Wahlkampf 1996 eingeführt, um eine spezifische Gruppe der Wählerschaft zu benennen, die als „the overburdened middle income working mother who ferries her kids from soccer practice to scouts to school“ (Dionne 2003: 234) beschrieben wurde. Es stellt sich die Frage, welche Aspekte mit der medialen Beschreibung von Eltern fußballspielender Kinder im deutschsprachigen Raum einhergehen. Dies ist das Thema dieses Beitrags. Hierfür wird auf Daten aus einem erziehungswissenschaftlichen Forschungsprojekt zurückgegriffen, welches sich mit dem Verhältnis von privaten und öffentlichen Erziehungssphären im Kinderfußball auseinandersetzt. In diesem Artikel wird die Diskursebene der Medien fokussiert und regionale und überregionale Artikel in Tages- und Wochenzeitungen, aber auch Fernsehbeiträge analysiert. Damit wird ein Desiderat in der sozialwissenschaftlichen Thematisierung von Eltern im Kinderfußball aufgegriffen, da vorhandene Studien sich meist auf der normativ-evaluativen oder auf der interaktionistischen Ebene bewegen.

Grundsätzlich spielt die familiäre Herkunft eine wichtige Rolle dabei, ob Kinder überhaupt einem Sport im Verein oder Klub nachgehen und welche Sportart dies ist (Mess/Woll 2012; Klein/Fröhlich/Emrich 2011). Wenn Eltern selbst sportlich aktiv sind, erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, dass auch ihre Kinder mit der Ausübung einer Sportart beginnen (Kraaykamp/Oldenkamp/Breedveld 2012). Zudem ist der sozioökonomische Hintergrund der Eltern von Belang: Je niedriger der soziale Status ist, desto seltener sind Kinder in Sportklubs oder –vereinen angemeldet. Zudem nehmen Kinder aus dem Arbeitermilieu eher in Teamsportarten Teil; Kinder aus bürgerlichem Milieu führen eher Einzelsportarten aus (Vandermeersch/Vos/Scheerder 2014; Kahma 2010). Zusätzlich spielen der Migrationshintergrund der Eltern, die Religionszugehörigkeit sowie geschlechtsspezifische Erziehungsideale eine wichtige Rolle dabei, ob und wie lange Kinder einer bestimmten Sportart nachgehen (exemplarisch Burrmann/Mutz/Zender 2015; Braun/Nobis 2011).

Die Partizipation an Sportangeboten wurde in sozialisationstheoretischen Studien als Chance der gesellschaftlichen Integration für Kinder, aber auch ihrer Familien gesehen. Watson (1977) sah hier besonders für Familien aus prekären Lagen besondere Chancen (Watson 1977). Auch in Deutschland ist die Hoffnung weit ver-