

Inhalt

Editorial

<i>Christian Brandt und Robert Warnecke</i> Digitalisierung und Fußball	3
--	---

Beiträge

<i>Christoph Buck, Kristina Hall, Sebastian Ifland, Moritz Rindermann und Julia Röttger</i> Managing the Digital Transformation – The Case of Professional European Sport Clubs	8
--	---

<i>Konstantin Eder, Sebastian Björn Bauers, Martin Kaden</i> Mitbestimmung im Wandel? Erwartungen der Generation Z an die Mitgliederpartizipation im deutschen Profifußball.....	23
---	----

<i>Florian Ingwersen and Dominic Habenstein</i> On-Pitch Use of Mobile Devices: An Acceptance Study Among German Elite Youth Football Coaches.....	38
---	----

<i>Henrike Diekhoff und Steffen Greve</i> Digital-gestützte Sportspielvermittlung im Sportunterricht der Grundschule aus der Perspektive der Lehrkräfte.....	54
---	----

<i>Lena Spickermann und Ole Merkel</i> „I’m a simple man: I see Rapinoe, I press dislike“ – Die diskursive Aushandlung der Einführung von Spielerinnen im Videospiel EA FC 24.....	69
---	----

<i>René Breiwe, Marion Y. Schwehr, Florian Monstadt, Leon Dittmann und Sabine Schlag</i> #EURO2024 – Fußball und Digitalität im Spiegel gesellschaftlicher Ungleichheitsverhältnisse. Eine explorative Studie zu Inhalten und Äußerungen in Social Media zur Fußball-Europameisterschaft aus diskriminierungskritischer Perspektive	83
--	----

Autorinnen und Autoren	99
------------------------------	----

Managing the Digital Transformation – The Case of Professional European Sport Clubs

Christoph Buck, Kristina Hall, Sebastian Ifland, Moritz Rindermann und Julia Röttger

Abstract: This paper addresses the question: *How do professional team sport clubs perceive the sport-specific efforts and challenges of the digital transformation?* Based on qualitative insights from professional football, basketball, and handball clubs in the German-speaking region, we give insights into how professional sports clubs engage, cope and struggle with digital transformation. We show, that from eight interrelated fields of action, which collectively shape digital transformation processes, professional sports clubs address fundamentals of digital transformation and advanced transformers. Our findings highlight that the way clubs interpret and organize the relationship between the two domains on-field and off-field plays a central role in shaping their digital strategies. Rather than following a uniform pathway, clubs exhibit distinct patterns in how they integrate or separate on-field and off-field initiatives, pointing to the need for context-sensitive approaches. The work offers a sport-specific lens through which the complexity of digital transformation in team sport clubs can be better understood and systematized.

Keywords: Sport, Digital Transformation, Digitalization, Sports Club

Die digitale Transformation managen – Das Beispiel professioneller europäischer Sportvereine

Zusammenfassung: Der Beitrag untersucht, wie professionelle Sportvereine Herausforderungen der digitalen Transformation wahrnehmen. Dafür wurden qualitative Interviews mit Vertreter*innen professioneller Fußball-, Basketball- und Handballvereinen im deutschsprachigen Raum geführt. In den Ergebnissen wird eine Unterscheidung in „fundamentals of digital transformation“ und „advanced transformers“, je nach strategischer Reichweite der Adaptionsprozesse herausgearbeitet. Dies geschieht vor dem Hintergrund von acht identifizierten Handlungsfeldern der digitalen Transformation. Dabei zeigt sich die Bedeutung der Beziehung zwischen den Bereichen „auf dem Spielfeld“ und „außerhalb des Spielfelds“. Die Art und Weise, wie Vereine diese Beziehung interpretieren und organisatorisch verankern, hat maßgeblichen Einfluss auf die Ausgestaltung ihrer digitalen Strategien. Einige Vereine integrieren digitale Initiativen über beide Bereiche hinweg, während andere eine klare Trennung vornehmen. Der Artikel bietet eine sportspezifische Perspektive, die dazu beiträgt, die Komplexität der digitalen Transformation in Mannschaftssportvereinen, wie Fußball, besser zu verstehen.

Schlagwörter: Sport, digitale Transformation, Digitalisierung, Sportverein

Introduction

Digital technologies have long since found their way into professional team sports. Whether it's digital ticketing (Marquez et al. 2020; Kim et al. 2022), live streaming (Kim/Kim 2020), a new stadium app (Horbel et al. 2021), or the social media presence (Vale/Fernandes 2018) of the favourite club, digitization enables new customer touchpoints at various points along the normal value chain in sports. This change offers professional sport clubs, characterized by Lang et al. (2018), the potential to widen their portfolio of service offerings and emotional bonding to new fan groups and stakeholders turning into new business models.

Sports management lacks a holistic approach to digitalization in clubs. Most clubs are content with partial, standard developments, missing the greater potential of a club-wide digital transformation (Gimpel et al. 2018). Achieving this requires a mindset shift throughout the organization, breaking old business models (Berghaus/Back 2017). The main issue: clubs lack guidance on adopting such a holistic digital strategy. There are no frameworks for integrating digitalization both off-pitch (management, marketing, ticketing) and on-pitch (coaches, sports scientists, scouts) (Diel et al. 2021b). While other sectors have digital management tools, the socially crucial sports sector (Hainline 2019) still lacks a comprehensive strategy. To address this, we ask the following research question:

How do professional team sport clubs perceive the sport-specific efforts and challenges of the digital transformation?

As other sectors have digital transformation management approaches, we draw on Management Information Systems (MIS) research to find structural orientation to answer our question. Over recent decades, MIS has studied digital transformation's impact and offers initial frameworks for a holistic approach (Gimpel et al. 2018; Verhoef et al. 2021; Vial 2019). However, the digital transformation is a highly sector-specific process (Gebauer et al. 2020), which is why due to the peculiar setting of professional sport clubs (Xiao et al. 2017) existing frameworks are too generic and, therefore offer only a starting point for deriving concrete guidelines for the sports clubs. We follow Mayring (2016) and Myers/Newman (2007) for conducting a qualitative research study to transfer the concepts of MIS to the context of sport clubs. Sports club managers can use our developed tool to understand, structure and manage digitalization regarding existing domain specifics. Our results also indicate that a key factor for effectively navigating the digital transformation lies in how each club individually interprets and handles the relationship between on-field and off-field domains.

Conceptual Background

Digital Transformation

The economy, as well as academia, often use the terms “digital transformation,” “digitization,” and “digitalization” synonymously and without a clear distinction. According to Tilson et al. (2010), “digitization” is the process of converting analog information into digitally encoded information. Thus, the core of the concept lies in the technological component, which forms the basis for digital transformation. While we can sharply define “digitization,” there is no sufficient distinction in the literature between “digital transformation” and “digitalization.”

Mitbestimmung im Wandel? Erwartungen der Generation Z an die Mitgliederpartizipation im deutschen Profifußball

Konstantin Eder, Sebastian Björn Bauers, Martin Kaden

Zusammenfassung: Im Zuge des technologischen Wandels unterliegt auch die Mitbestimmung in deutschen Profifußballvereinen zunehmend dem Einfluss der Digitalisierung. In diesem Zusammenhang gewinnt insbesondere die Betrachtung der Generation Z an entscheidender Bedeutung. Die in vollem Umfang durch digitale Einflüsse sozialisierte Fan-Generation besitzt progressive Erwartungen an das gesellschaftliche Miteinander. Vor diesem Hintergrund verfolgt die vorliegende qualitative Interviewstudie folgende zentrale Fragestellung: Welche Erwartungshaltung besitzt die Generation Z in Hinblick auf digitale Partizipation? Das Ziel der Untersuchung ist es, die Vorstellungen und Präferenzen der Generation Z hinsichtlich der inhaltlichen und anwendungsbezogenen Gestaltung der digitalen Mitbestimmung zu ermitteln. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass diese Alterskohorte neben dem starken Interesse an der Mitbestimmung grundlegender Vereinsentscheidungen eine Beteiligung an risikoarmen und gestalterischen Aspekten präferiert. Zudem zeigen sich die Bedenken der jungen Mitglieder hinsichtlich der Sicherheit im digitalen Raum, die entscheidend für den Erhalt der Werte und der Identität der Vereine ist.

Schlagwörter: Fans, Digitalisierung, Voice, Entscheidung, Mitgliederversammlung

Participation in Transition? Generation Z's expectations of member participation in German professional football

Abstract: In the course of technological change, member participation in German professional football clubs is also increasingly subject to the influence of digitalization. In this context, the consideration of Generation Z is becoming increasingly important. The fan generation, which has been socialized to the full extent by digital influences, has progressive expectations of social interaction. Against this background, this qualitative interview study pursues the following central question: What expectations does Generation Z have with regard to digital participation? The aim of the study is to determine the ideas and preferences of Generation Z regarding the content and application-related design of digital member participation. The findings demonstrate that this age cohort prefers participation in low-risk and creative aspects in addition to a strong interest in participation of fundamental club decisions. In addition, the young members' concerns about digital security are evident, as it plays a crucial role in preserving the club's values and identity.

Keywords: fans, digitalization, voice, decision, general meeting

1. Einleitung

Durch Proteste haben die Fans der deutschen Profifußballklubs eine Beteiligung eines strategischen Partners und Investors an der Deutschen Fußball-Liga GmbH (DFL) abgewendet (tagesschau.de 2024). Sie forderten insbesondere transparente Abstimmungsprozesse der DFL und eine offenere Kommunikation der Vereine (Rieger 2024). Dabei sind Fußballfans in Deutschland häufig auch Mitglieder ihres Vereins, und haben daher die Möglichkeit, in Mitgliederversammlungen formell auf Vereinsentscheidungen Einfluss zu nehmen (Kaden et al. 2025). Generell zeigen die Mitglieder der deutschen Profifußballklubs zunehmend Interesse an der Möglichkeit zur Partizipation in ihrem Verein (Adam et al. 2020). Sie bekunden ihren Wunsch nach Mitentscheidung vor allem auch aufgrund ihrer emotionalen Bindung und der daraus resultierenden Loyalität zum Fanobjekt (Roose/Schäfer 2017).

Mit Blick auf die Mitglieder ergibt sich jedoch die Frage, ob die aktuellen Mitbestimmungsmöglichkeiten im Rahmen der Mitgliederversammlungen (noch) zeitgemäß sind, insbesondere im Hinblick auf die veränderten Erwartungen der jüngeren Altersgruppen wie der Generation Z¹. Diese Generation zeichnet sich durch eine ausgeprägte Bereitschaft aus, sich stärker als Vorgängergenerationen aktiv für gesellschaftlich relevante Themen zu engagieren (Maas 2020). Zudem unterscheidet sich die Generation Z in ihrem Kommunikationsverhalten deutlich von ihren Vorgängern, insbesondere in Bezug auf die Art und Weise, wie sie kommuniziert (Germann 2023). Vorherige Generationen, wie die Generation Y oder die Generation X, wurden nicht wie die Generation Z durch den allgegenwärtigen Kontakt zu elektronischen Medien sozialisiert (Klaffke 2021; Maas 2020). Trotz der Herausforderungen durch Komplexität, Unsicherheit und Vorbehalte fördert die digitale Welt zentrale Werte und Kompetenzen wie Flexibilität, Transparenz und Autonomie, die für die Generation Z besonders wichtig sind. Für die Angehörigen dieser Generation ist die Digitalisierung darüber hinaus in zahlreichen Lebensbereichen nahezu zu einer Selbstverständlichkeit geworden (Klaffke 2021).

Im Hinblick auf den erheblichen Anteil der vollständig digital-sozialisierten Mitglieder deutscher Fußballvereine seit der Generation Z ist die Entwicklung einer interaktiven Online-Präsenz unumgänglich. Vor den Hintergründen des gestiegenen Anspruchs der Fans der Generation Z, stärker am gesellschaftlichen Geschehen beteiligt zu werden (Maas 2020) und ihrer tiefen Verwurzelung in der digitalen Welt als erste Digital Natives (Kleinhann/Reinecke 2020), ergibt sich folgende Fragestellung im Rahmen der Partizipationsforschung: Welche Erwartungen haben Vereinsmitglieder der Generation Z in Bezug auf die digitale Mitbestimmung deutscher Profifußballvereine? Ein besonderer Fokus liegt dabei auf dem Zugang zur digitalen Mitbestimmung sowie den Bereichen der digitalen Mitbestimmung. Die Beantwortung dieser Frage soll zum einen aus Sicht der Mitglieder aufzeigen, wie der inhaltliche und anwendungsbezogene Rahmen für die digitale Mitbestimmung der Profifußballvereine zukünftig gestaltet werden kann. Zum anderen werden potenzielle Auswirkungen für die Vereine bei der Einführung von digitalen Mitbestimmungsmöglichkeiten betrachtet. Die Auseinandersetzung mit möglichen Chancen und Risiken für Vereine durch die Implementierung digitaler Mitbestimmungsmöglichkeiten für Vereinsmitglieder der Generation Z konkretisiert den Nutzen und die Notwendigkeit digitaler Mitbestimmung.

1 Eine einheitliche Einteilung der Generationen mit entsprechenden Altersspannen und Angaben von Geburtsjahrgängen wurde in der Literatur bisher nicht festgelegt. In dieser Studie wird die Generation Z durch die Geburtsjahrgänge zwischen 1996 und 2010 definiert (Klaffke 2021; Oertel 2022).

On-Pitch Use of Mobile Devices: An Acceptance Study Among German Elite Youth Football Coaches

Florian Ingwersen and Dominic Habenstein

Abstract: Through 19 in-depth interviews with youth academy coaches at different levels, this study investigates the acceptance of mobile devices among elite youth football coaches in Germany, focusing on the integration of smartphones and tablets for on-pitch use. While mobile devices provide opportunities for live tracking, video feedback, and performance monitoring, their adoption remains influenced by traditional coaching norms and organizational limitations. Using the Technology Acceptance Model (TAM), this research explores coaches' perceptions of usefulness and ease of use, examining factors such as subjective norms, structural barriers, and resource availability. Findings reveal that while many coaches recognize the value of technology for individualized player development, the devices are typically viewed as supplementary to traditional methods. Social expectations, resource constraints, and device-specific challenges continue to shape coaches' willingness to integrate mobile tools, highlighting the need for targeted support to enhance the effective use of technology in youth coaching.

Keywords: Mobile Device Acceptance, Elite Youth Football Coaching, Technology Acceptance Model, Coaching Innovation, German Football Culture

Nutzung mobiler Endgeräte auf dem Platz: Eine Akzeptanzstudie deutscher Nachwuchsleistungsfußballtrainer

Zusammenfassung: Diese Studie untersucht auf der Grundlage von 19 Experteninterviews die Akzeptanz von mobilen Geräten bei Nachwuchsleistungsfußballtrainern in Deutschland, mit Fokus auf die Integration von Smartphones und Tablets im Training. Obwohl mobile Endgeräte Möglichkeiten für Live-Tracking, Video-Feedback und Leistungsüberwachung bieten, wird ihre Nutzung durch traditionelle Coaching-Normen und organisatorische Einschränkungen beeinflusst. Anhand des Technology Acceptance Models (TAM) wird die Wahrnehmung der Trainer bezüglich Nützlichkeit und Benutzerfreundlichkeit untersucht, wobei Faktoren wie subjektive Normen, strukturelle Barrieren und Ressourcenverfügbarkeit berücksichtigt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass viele Trainer den Wert der Technologie für die individuelle Spielerentwicklung erkennen, die Geräte jedoch meist als Ergänzung zu traditionellen Methoden sehen. Soziale Erwartungen, Ressourcenbeschränkungen und technologiespezifische Herausforderungen prägen weiterhin die Bereitschaft der Trainer, mobile Endgeräte zu integrieren, und verdeutlichen den Bedarf an gezielter Unterstützung, um den effektiven Einsatz von Technologie im Nachwuchstraining zu verbessern.

Keywords: Akzeptanz mobiler Geräte, Elite-Nachwuchsfußballtraining, Technologieakzeptanzmodell, Coaching-Innovation, Deutsche Fußballkultur

Introduction

As in every industry, so in sports, technological developments are influencing alterations in regulations and training environments (Morrison 2023). The pursuit of enhanced performance is an integral aspect of the nature of sports, and traditional practices are subjected to continuous scrutiny for the purpose of identifying potential enhancements. It is therefore imperative not to underestimate the potential of technological progress and possibilities (Memmert/Raabe 2017). Consequently, tablets have been employed on an extensive basis by coaches during matches in the Football Bundesliga for several years. In acknowledgement of their utility for activities such as live tracking, video feedback and performance monitoring. Likewise, laptops are perceived as particularly useful for a range of administrative and organisational tasks, including text processing, video editing, and data management. Furthermore, findings have been published concerning the utility of smartphones in the daily work of coaches, for example in communication with players and other stakeholders (Ingwersen/Schlesinger/Habenstein 2022).

However, despite these findings, there are indications in the media and scientific literature that the actual use of these mobile devices by coaches is not solely dependent on their perceived usefulness. Despite their indispensable role in the daily work of coaches, the label “laptop coach” has come to symbolize the traditional resistance to change within German football and coaching culture, which is strongly shaped by established practices and beliefs. This term, often used pejoratively by German sports media, discredits young, tech-savvy coaches (especially those, lacking a professional playing background) by framing their reliance on technology as a deviation from traditional coaching norms. Moreover, research has already been conducted into the perception of smartphones. Despite offering the same functions as tablets, they are generally regarded as leisure items that could detract from a coach’s professional image on the pitch. In contrast tablets are frequently regarded as emblematic of professionalism (Ingwersen et al. 2022). The use of technology on the pitch is particularly significant, as on-field work represents the core of a coach’s responsibilities. This setting is also where coaching most distinctly differs from other professional tasks like communication and administration, where mobile devices, particularly smartphones and laptops, are indispensable for efficient functioning. On the pitch, technology use is less straightforward, as traditional training methods remain deeply ingrained, and relational, hands-on engagement with players is central to coaching (Cushion/Armour/Jones 2003; Williams/Hodges 2005). Consequently, integrating mobile devices on the field presents unique challenges, as it must align with established norms while preserving the direct, interpersonal nature of coaching. The media discourse, existing research findings, and the unique demands of on-field coaching all suggest that coaches’ use of mobile devices on the field is influenced by factors beyond mere usefulness. Given the considerable autonomy coaches hold in choosing which technologies to adopt – due to their pivotal role in player development and the lack of clear guidelines or oversight on mobile device use in training (Ingwersen et al. 2022) – the decision to incorporate or avoid mobile devices largely hinges on each coach’s personal acceptance of the technology. Thus, understanding coaches’ acceptance of mobile devices is essential for optimizing technology integration in both coaching and coach development, and it serves as the central focus of this contribution.

Digital-gestützte Sportspielvermittlung im Sportunterricht der Grundschule aus der Perspektive der Lehrkräfte

Henrike Diekhoff und Steffen Greve

Zusammenfassung: Sportspiele sind im Sportunterricht beliebt, jedoch oft unzureichend mit schulischen Bildungs- und Erziehungszielen vereinbar. Schüler*inneninteressen, die oft durch Medien und Freizeit geprägt sind, passen nicht immer zum schulischen Bildungsauftrag, was zusätzlichen Aufwand für Lehrkräfte bedeutet. Um sportspielspezifische Ziele in Bildungsziele zu überführen, ist eine adäquate Unterrichtsgestaltung erforderlich, die Fair-play, die Teilhabe aller Schüler*innen sowie das Lösen von Konflikten betont. Diese Studie untersucht, wie das Konzept Teaching Games for Understanding in Kombination mit digitalen Medien, insbesondere der App Videocatch, umgesetzt wird. Die Ergebnisse zeigen, dass dieser Ansatz aus Sicht der Lehrkräfte die fußballerische Kompetenz der Schüler*innen verbessert, das Unterrichtsklima positiv beeinflusst und eine umfassende Auseinandersetzung mit Spiel- und Taktikverständnis fördert. Lehrkräfte berichteten von einer erhöhten Schüler*innenbeteiligung und verbesserten Lernbedingungen.

Schlagwörter: TGfU, Digitale Medien, Tagging, Fußball, App

Digital-supported teaching of sports games in primary school PE lessons from the teachers' perspective

Abstract: Sports games are popular in PE lessons, but are often not sufficiently compatible with school educational goals. Students' interests, which are often shaped by media and leisure activities, do not always fit in with the school's educational mission, leading to additional work for teachers. In order to translate sports game-specific goals into educational goals, an adequate lesson design is required that emphasizes fair play, participation of all students and conflict resolution. This study examines how the Teaching Games for Understanding concept is implemented in combination with digital media, in particular the Videocatch app. The results show that, from the teachers' point of view, this approach improves students' soccer skills, has a positive influence on the classroom climate and promotes a comprehensive approach to understanding the game and tactics. Teachers reported increased student participation and improved learning conditions.

Keywords: TGfU, digital media, tagging, soccer, App

1. Einleitung

Sportspiele erfreuen sich bei Schüler*innen großer Beliebtheit (DSB 2006). Doch trotz der Präsenz im Sportunterricht weisen Sportspiele nicht per se bedeutende Bildungs- und Erziehungspotenziale auf (Greve 2013; Kolb 2005; Sinning 2008). Oft sind die Interessen der

Schüler*innen angelehnt an Zielstellungen des Wettkampfsports aus Medien und Freizeit, was mit dem schulischen Bildungsauftrag nur mit großer Anstrengung in Einklang zu bringen ist. Hinzu kommt, dass Lehrkräfte häufig den Wünschen der Schüler*innen gerecht werden und/oder Unterrichtseinheiten mit minimalem Aufwand gestalten wollen (Kolb/Wolters 2002). Damit sportspielspezifische Ziele zu Bildungszielen werden können, erweist sich eine adäquate Inszenierung als notwendig. Vor dem Hintergrund des Erziehenden Sportunterrichts (Prohl 2010), der sowohl eine *Erziehung zum Sport* als auch eine *Erziehung durch Sport* umfasst, beinhaltet dies beispielsweise die Betonung von Fairplay, die Einbeziehung aller Lernenden am Spiel sowie das Lösen von Konflikten (Greve et al. 2023; König/Zentgraf 1999). *Erziehung zum Sport* fokussiert Bewegungsbildung im Kontext einer Sachaneignung, während *Erziehung durch Sport* auf die Persönlichkeitsentwicklung durch allgemeine Bildung abzielt. Die Integration beider Bildungsdimensionen, inspiriert von Klafki (2007), soll innerhalb des Rahmens zeitgemäßer Allgemeinbildung erfolgen und die Fähigkeiten zur Selbstbestimmung, Mitbestimmung sowie Solidarität fördern. Eine ausgewogene Berücksichtigung beider Aspekte erweist sich als entscheidend für eine Bewegungsbildung im Horizont allgemeiner Bildung (Prohl 2017). Der Sportunterricht im Allgemeinen, und der Sportspielunterricht im Speziellen, stehen vor der Herausforderung, die Persönlichkeitsentwicklung der Schüler*innen zu unterstützen, ohne die Bewegungskultur aus dem Blick zu verlieren. Dabei ist die Art und Weise der Vermittlung im Sportunterricht (das Wie) mindestens genauso wichtig ist wie die Inhalte (das Was) (Greve 2013). Mit Blick auf die Sportspiele ist festzustellen, dass Inhalt und Vermittlung selbiger seit vielen Jahrzehnten Gegenstand einer umfassenden Debatte in der Sportdidaktik sind (u.a. Greve et al. 2023). Interessant ist, welche Entwicklungen diese Debatte vor dem Hintergrund aktueller Diskurse, z.B. des Einsatzes digitaler Medien im Sportunterricht vor dem Hintergrund des Doppelauftrags, nimmt (Greve et al. 2020; Rehlinghaus 2024). Neben der Perspektive der Schüler*innen (u.a. Diekhoff/Greve 2025; Greve et al. 2022), ist die Perspektive der Lehrkräfte von großem Interesse, wobei hier in der deutschsprachigen Sportdidaktik ein Desiderat vorliegt (Jastrow et al. 2022). Die hier berichtete Studie geht daher der Frage nach, wie Lehrkräfte den digital-gestützten Sportunterricht erleben und deuten, und welche Herausforderungen und Chancen innerhalb des Unterrichtssettings aus ihrer Sicht ergeben.

2. Sportspielvermittlung nach dem Teaching Games for Understanding im Sportunterricht

In der Sportdidaktik besteht ein breiter Diskurs über geeignete Sportspielvermittlungskonzepte (König/Memmert 2012). Dabei zeigt sich ein klarer Trend weg von traditionell technizistischen Herangehensweisen hin zu spielorientierten Methoden (Griffin/Butler 2005; Kolb 2005). Beim schüler*innenzentrierten Ansatz des Teaching Games for Understanding (TGfU; Bunker/Thorpe 1982; Thorpe/Bunker 1989; Thorpe et al. 1984) handelt es sich um ein international diskutiertes Konzept, das in der Begründungslinie des Sozialkonstruktivismus steht. Der deutschsprachige Diskurs, der in den vergangenen Jahren kaum Diskussionspunkte geboten hat, ignoriert diesen Ansatz bislang weitestgehend, obwohl sich der Bildungsanspruch des erziehenden Sportunterrichts im TGfU realisieren lässt und deutliche Anknüp-

„I’m a simple man: I see Rapinoe, I press dislike“ – Die diskursive Aushandlung der Einführung von Spielerinnen im Videospiel EA FC 24

Lena Spickermann und Ole Merkel

Zusammenfassung: Der Beitrag untersucht mittels Kritischer Diskursanalyse nach Jäger (2012) misogynie und sexistische Aussagen zur Integration von Fußballspielerinnen in das Videospiel EA FC (ehemals FIFA) im Spielmodus „Ultimate Team“. Als Datengrundlage dienen Kommentare auf der Informationsplattform Futbin.com im Zeitraum von September 2023 (Ankündigung der Einführung der Spielerinnen in das Spiel) bis September 2024 (Ende des Spielzyklus). Die theoretische Rahmung erfolgt durch Kate Manne (2019) ihre Konzepte von Misogynie und Sexismus sowie Raewyn Connells Theorie der hegemonialen Männlichkeit (2015 [1999]). Die Analyse zeigt, dass die Einführung weiblicher Spielerinnen auf massive Abwehr in der überwiegend männlichen Gaming-Community stieß. Diese äußerten sich in sexistischen Argumentationen, die eine natürliche Unterlegenheit von Frauen postulieren, sowie in misogynen Aussagen gegen Spielerinnen wie Megan Rapinoe, die durch das, was sie verkörpern, patriarchale Normen in Frage stellen. Darüber hinaus wird im Beitrag der Frage nachgegangen, wie in einem digitalen Raum männlicher Hegemonie Kritik an Misogynie und Sexismus formuliert werden kann.

Schlagwörter: Sexismus, Kritische Diskursanalyse, Fußball, Videospiele, EA FC/FIFA

“I’m a simple man: I see Rapinoe, I press dislike” – The discursive negotiation of the introduction of female players in the video game EA FC 24

Abstract: Using critical discourse analysis according to Jäger (2012), this article examines misogynistic and sexist statements on the integration of female soccer players in the video game EA FC (formerly FIFA) in the game mode “Ultimate Team”. Comments on the information platform Futbin.com in the period from September 2023 (announcement of the introduction of female players into the game) to September 2024 (end of the game cycle) serve as the data basis. The theoretical framing is provided by Kate Manne’s (2019) concepts of misogyny and sexism and Raewyn Connell’s theory of hegemonic masculinity (2015 [1999]). The analysis shows that the introduction of female players met with massive resistance in the predominantly male gaming community. This was expressed in sexist arguments that postulated the natural inferiority of women, as well as in misogynistic statements against female gamers such as Megan Rapinoe, who questioned patriarchal norms. The article also explores the question of how criticism of misogyny and sexism can be formulated in a digital space of male hegemony.

Keywords: Sexism, critical discourse analysis, football, video games, EA FC/FIFA

Einleitung

Nach jahrzehntelanger nahezu vollständiger Unsichtbarkeit des Frauenfußballs füllen sich in den letzten Jahren die Stadien mit mehr Zuschauer*innen, die Spieler*innen werden bekannter und das Interesse für Frauenfußball nimmt zu (Keller 2023). Es lassen sich gegenwärtig viele Fortschritte beobachten, die auf eine wachsende Anerkennung des Frauenfußballs schließen lassen. So haben beispielsweise die USA 2022 einen bedeutenden Schritt für ihre Nationalmannschaften in Richtung Equal Pay gemacht. Diese Entwicklungen verweisen allerdings nicht auf uneingeschränkte Emanzipationsgewinne, sondern sind auch Resultate kapitalistischer Verwertung, d.h. das wirtschaftliche Potenzial des Frauenfußballs wurde erkannt (vgl. dazu Maurer/Sturmberg/Tilders 2024). Das zeigt sich unter anderem darin, dass Spielerinnen in dem weltweit erfolgreichsten Fußballvideospiel *EA Sports FC* (kurz EA FC, vormals FIFA) vermehrt eingeführt werden. Dies provozierte in der Gaming-Community einen großen *Aufschrei*, der sich insbesondere an den Kommentaren der Webseite *Futbin.com* (kurz Futbin) – der international meistgenutzten Informationsseite für den Spielmodus *Ultimate Team* – feststellen lässt (vgl. Blankus 2023).

Die im Folgenden zu analysierenden Reaktionen auf die Einführung von Spielerinnen in EA FC sind vor dem Hintergrund der besonderen Strukturierung von Gaming-Landschaften und ihrer politischen, sozialen und technischen Spezifika zu begreifen. So existiert ein breiter Forschungskorpus, der die sexistischen und misogynen Dynamiken im Gaming-Kontext beleuchtet und sie auf ein Konglomerat zusammenwirkender Verursachungsfaktoren zurückführt, die etwa in einer bis heute bestehenden geschlechtsspezifischen Sozialisation bestehen, in deren Folge Jungen eine höhere Tendenz zum Spielen von Computerspielen besitzen als Mädchen. Kowert et al. (2017) heben in diesem Zusammenhang darüberhinausgehend die sexistischen Vermarktungsstrategien von Spieleentwicklern (etwa in Bezug auf die sexistische Darstellung weiblicher Avatare) und die ungleiche Ratio zwischen männlichen und weiblichen Mitarbeitenden in Computerspieleformen hervor (vgl. Lynch et al. 2016). Dieses Zusammenwirken sich gegenseitig verstärkender Exklusionsmechanismen erschwert oder verhindert gar den Zutritt von Frauen und anderen marginalisierten Subjektgruppen in Gaming-Räume. Zu beobachten ist indes spätestens seit 2014 (seit dem, unter dem Titel ‚Gamer Gate‘ viral gegangenen Angriff medial präsender Gamerinnen, vgl. Strick 2021: 215–231), dass die Grenzen der weitestgehend homosozial strukturierten Gaming-Umgebungen durch sexistische Diskriminierungsvarianten abgesteckt und reproduziert werden. Folgt man Debbie Ging (2017), ist infolge von transnationaler Vernetzung und Diversifizierung digitaler Kommunikationsmöglichkeiten ein Nährboden für „unchecked misogyny“ (ebd.: 646) entstanden, der für viele überwiegend *weiße*, adoleszente Spieler ein emotionales Ventil zur Freisetzung sozialer Verlust- und Abstiegsängste bietet. Die nahezu unüberschaubare Multiplizität von Digitalplattformen, die, trotz ihrer zum Teil politisch auseinanderliegenden Schwerpunkte, eine Grundlage für das emotionsgeleitete Ringen überwiegend junger Männer um eine bedroht geglaubte Deutungshoheit und Identität bieten, wird in der Forschungs- und Medienlandschaft unter dem Terminus der *Manosphere* adressiert (vgl. Fox/Tang 2017; Ging 2017). Bezeichnend für sie ist eine besondere Form des Zusammenspiels von Emotion und Ideologie, mit dem unter dem Schutz der Anonymität, eine aggressive Instandhaltung maskuliner Überlegenheit im Angesicht eines feministisch imaginierten Feindbildes erkämpft wird (Ging 2017: 645; Richardson-Self 2017). Mit der vorliegenden Untersuchung wollen wir

#EURO2024 – Fußball und Digitalität im Spiegel gesellschaftlicher Ungleichheitsverhältnisse

Eine explorative Studie zu Inhalten und Äußerungen in Social Media zur Fußball-Europameisterschaft aus diskriminierungskritischer Perspektive

René Breiwe, Marion Y. Schwehr, Florian Monstadt, Leon Dittmann und Sabine Schlag

Zusammenfassung: Im Kontext der gegenwärtigen Digitalisierungsprozesse lässt sich die Kultur der Digitalität als Rahmen für gemeinschaftliches und individuelles Handeln in digitalen Räumen verstehen, was insbesondere auf Social Media im Fußballbereich übertragbar war. Im Vorfeld der Fußball-Europameisterschaft 2024 wurde erwartet, dass User Generated Content eine zentrale Rolle spielt und das Turnier zu einem personalisierten, lokalisierten Medienereignis machte. Diese digitale Inszenierung betraf nicht nur die sportliche Berichterstattung, sondern auch politische Meinungsbildung und Verhaltenslenkung. Im Hinblick auf den „Sozialraum Stadion“, der durch territoriale, identitätsbezogene und diskriminierende Strukturen geprägt ist, wird in einer explorativen Untersuchung beleuchtet, wie diese im digitalen Raum reproduziert, transformiert oder verstärkt werden. Eine diskriminierungskritische Perspektive offenbart, dass rassistische und heteronormative Phänomene auf Plattformen wie Facebook und X sichtbar werden und durch die Kultur der Digitalität in einem politischen Diskurs zusammengeführt werden.

Schlüsselwörter: Digitalität, Social Media, Diskriminierung, EURO2024, Politik

#EURO2024 – Football and digitality in the context of social inequality: An exploratory study on content and statements in social media regarding the European Championship from a critical perspective on discrimination

Abstract: In the context of current digitalisation processes, the culture of digitality can be understood as a framework for collective and individual action in digital spaces, which is particularly applicable to social media in the football sector. In the run-up to the European Football Championship in 2024, user-generated content was expected to play a central role in making the tournament a personalised, localised event. This digital staging involved not only sports reporting but also political opinion formation and behavioural control. With regard to the *social space stadium*, which is characterised by territorial, identity-related and discriminatory structures, an exploratory study will examine how these are reproduced, transformed or reinforced in the digital space. A critical perspective on discrimination reveals that racist and heteronormative phenomena become visible on platforms such as Facebook and X and are being brought together in a political discourse by the culture of digitality.

Keywords: Digitality, social media, discrimination, EURO2024, Politics

1 Einleitung

Vor dem Hintergrund gegenwärtiger Digitalisierungsprozesse können kulturelle Praktiken in der Gesellschaft als Ausdruck der Kultur der Digitalität (Stalder 2019) verstanden werden. Darin werden ageographische und atemporale Räume für singuläres und gemeinschaftliches Handeln eröffnet, in denen produktive Einbindungen in unendliche Referenzrahmen oder die Bildung gemeinschaftlicher Formationen erfolgen (ebd.). Diese kulturellen und sozialen Dynamiken gewinnen in digitalen Kontexten besondere Relevanz, da sie sowohl auf bestehende gesellschaftliche Räume als auch auf digitale Inszenierungsformen wirken. Insbesondere gilt dies für Social-Media-Kanäle, in denen die Nutzer*innen zu jeder Zeit von jedem Ort und zu jedem Thema schriftliche bzw. (audio-)visualisierte Posts abgeben, Bezüge herstellen bzw. sich vergemeinschaften (können) (vgl. Rasche/Braun von Reinersdorff 2023). Mit Blick auf die Fußball-Europameisterschaft 2024 (EURO 2024) stellt sich die Frage, wie der digitale Raum als Erweiterung traditioneller Sozialräume, insbesondere des Stadions, funktioniert und ob sowie in welcher Weise Diskriminierungsmuster dort sichtbar werden. Dabei ist hervorzuheben, dass sie in vielfacher Hinsicht omnimedial arrangiert wurde. Angesichts der Tatsache, dass nahezu alle Zuschauer*innen heutzutage mit digitalen Endgeräten ausgestattet sind, wurde erwartet, dass im Umfeld der EURO 2024 in großem Stil User Generated Content (von Usern erstellte Medieninhalte) erstellt und verbreitet wird (Rasche/Braun von Reinersdorff 2023). Das Turnier „avanciert[e] damit zur Digital Media Challenge“ (ebd.: 117; vgl. auch Gerke/Mutz 2019). Beiträge in Form von Facebook-Posts, Videoinhalten oder Tweets auf X, auf die Nutzer*innen in Form von Likes, Dislikes, Kommentaren oder Reposts reagieren konnten, machten die EURO 2024 zu einem „individualisierten, personalisierten und lokalisierten User-Event“ (ebd.: 120). In diesen Prozessen überschneiden sich digitale Dynamiken mit den sozialen, kulturellen und politischen Praktiken, die bereits den Sozialraum Stadion kennzeichnen. Darüber hinaus spielen digitale Medien eine entscheidende Rolle in der politischen Meinungsbildung und Verhaltenslenkung, wodurch die Bedeutung der EURO 2024 über den sportlichen Rahmen hinaus weiter gesteigert wurde (ebd.; vgl. auch Schulze-Marmeling 2018). Vor diesem Hintergrund wird im Beitrag die Fragestellung explorativ verfolgt, wie die besonderen Charakteristika des Sozialraums Stadion – als gesellschaftliches *Brennglas* (Dembowski 2014) für identitätsbezogene, territoriale Abgrenzungen sowie hegemoniale Männlichkeit und (lokal-)patriotische bis nationalistisch-rassistische Erscheinungsformen (z.B. Blaschke 2015; Eichener 2015; Fabich/Bednarsky 2008) – in digitalen Kontexten reproduziert, modifiziert oder transformiert werden. Im Fokus steht der Zusammenhang dieser Phänomene mit den Grundformen der Kultur der Digitalität. Dies schließt die Frage ein, inwiefern Social-Media-Plattformen wie Facebook und X diskriminierende Strukturen, z.B. in Form von Rassismus oder Sexismus, verstärken oder durch neue digitale Praktiken transformieren können. Die diskriminierungskritische Perspektive zeigt sich dabei in der ex- bzw. impliziten Darbietung sozial ungleich markierter individueller bzw. kollektiver Differenzsetzungen (vgl. Scherr 2010). Die vorgestellten explorativen Interpretationen hinsichtlich schriftlicher und visueller Darbietungen in den beiden ausgewählten Social-Media-Kanälen Facebook und X beziehen sich somit auf die digitale Inszenierung gesellschaftlicher (Ungleichheits-)Verhältnisse am Beispiel eines fußballerischen Großereignisses und verdeutlichen den Zusammenhang von Fußball und Digitalität aus diskriminierungskritischer Perspektive. Sie zeigen, wie sich diskriminierende Strukturen im digitalen Raum reprodu-