

Edition Soziale Arbeit

Vinzenz Thalheim

# Heroische Gemeinschaften

Ich-bin-Räume von Ultras im Fußball

**BELTZ** JUVENTA

# Edition Soziale Arbeit

Herausgegeben von  
Hans-Uwe Otto | Hans Thiersch

Vinzenz Thalheim

# Heroische Gemeinschaften

Ich-bin-Räume von Ultras im Fußball

**BELTZ** JUVENTA

Der Autor

Vinzenz Thalheim, Jg. 1986, Dr. phil., forscht im Fachbereich Humanwissenschaften am Institut für Sozialwesen der Universität Kassel. Seine Arbeitsschwerpunkte sind stationäre Formen der Jugendhilfe, Theorie der Sozialpädagogik, Jugendforschung und qualitativ rekonstruktive Sozialforschung.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme.



Dieses Buch ist erhältlich als:

ISBN 978-3-7799-6072-0 Print

ISBN 978-3-7799-5371-5 E-Book (PDF)

1. Auflage 2019

© 2019 Beltz Juventa

in der Verlagsgruppe Beltz · Weinheim Basel

Werderstraße 10, 69469 Weinheim

Alle Rechte vorbehalten

Herstellung: Hannelore Molitor

Satz: Helmut Rohde, Euskirchen

Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe, Bad Langensalza

Printed in Germany

Weitere Informationen zu unseren Autor\_innen und Titeln finden Sie unter:

[www.beltz.de](http://www.beltz.de)

Für Oma (†)

# Danksagung

Mein besonderer Dank gilt Prof. Wolfram Fischer, der mich in den Kreis der Wissenschaft aufgenommen hat und mich als mein Mentor über den gesamten Promotionsprozess begleitete. Prof. Mark Schrödter danke ich für seine umfangreichen, konstruktiven und inspirierenden Kritiken, wodurch sich die Doktorarbeit verdichtete. Bei Prof. Heidi Möller bedanke ich mich für die motivierenden und arbeitspraktischen Impulse. Schließlich möchte ich mich bei Dr. Matthias Müller bedanken, der mich in einer schwierigen Promotionsphase wieder auf den Weg gebracht hat. Darüberhinaus danke ich meinen vielen Kollegen, für ihre Anregungen in Interpretationsgruppen und spontanen Gesprächen. Auch meiner Freundin Paola Pardo Ysuhuaylas möchte ich dafür danken, dass sie immer an mich geglaubt hat. Last but not least bedanke ich mich für die Offenheit und das Vertrauen der Feldteilnehmer, die mich an ihrer Lebenspraxis teilnehmen lassen haben.

# Vorwort

Das vorliegende Buch von Vinzenz Thalheim ist das Ergebnis einer langjährigen empirischen Untersuchung zu Fußball-Ultras, die in der medialen Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden und der sozialpädagogischen Fanarbeit Sorgen bereiten. Wer sind sie? Was treibt sie an? Wie sehen ihre Praktiken aus? Wie werden sie „von außen“ wahrgenommen? Und nicht zuletzt: Was lernt man bei der Verfolgung dieser Fragen über unsere gegenwärtige Gesellschaft, ihre Restriktionen und Freiheitsgrade? Dem Gegenstand der Identitätskonstruktion einer geschlossenen Gruppierung einer alternativen Jugendszene angemessen, wählte Vinzenz Thalheim die dauernde Präsenz im Feld zur offenen teilnehmenden Beobachtung, der Datensammlung und zur Kontaktgewinnung für Gruppen- und Einzel-Gespräche. Die darauf bauenden sorgfältigen sprachverstehenden hermeneutischen Rekonstruktionen bringen die verdeckten Sinnstrukturen der Zielgruppe so plausibel zu Tage, dass sowohl Kenner der Szene wie auch weniger Bewanderte die Arbeit mit großem Gewinn lesen werden. Der wissenschaftliche Gewinn der Untersuchung für alle, die sich mit Fußball, Fußballfanarbeit, Jugendkulturen und den Fragen moderner Identitätsbildungen befassen liegt auf mehreren Ebenen.

Zunächst werden in den Praxen der Ultras ihre identitätsstiftenden Strukturen herausgearbeitet. Die Bearbeitung der Daten lässt das Milieu in lebendiger, oft unterhaltsamer Weise greifbar werden. Es entsteht beim Leser das Gefühl „nah dran“ zu sein, zugleich wird diese Bekanntschaft auf eine reflektierte theoretische Ebene gehoben, die den Mehrwert einer wissenschaftlichen Untersuchung gegenüber einem journalistischen Bericht deutlich werden lässt. Die Konzeptionsarbeit und die im Sinne einer hermeneutisch verfeinerten „Grounded Theory“ gewonnenen theoretischen Erträge sind eindrucksvoll und liegen auf dem Niveau bester Forschungspraxis. Sie widerspiegeln am Beispiel des Zuschauersports Aspekte moderner Gesellschaften und deren Probleme bei der Identitätsfindung ihrer jugendlichen Mitglieder.

Im Gang der Arbeit wird zunächst ein nicht-substantialistischer Identitätsbegriff eingeführt, dessen empirische Einlösung sich situationsbezogener Datengewinnung und der Auslegung scheinbar zufälliger Beobachtungen und Praxen verdankt. Ein Überblick über die gegenwärtige Fußballfan-Forschung streicht die Besonderheiten des eigenen Projektes heraus. Die ausgewählte handlungstheoretische Methodik wird präzise vorgestellt und weiterentwickelt. In den Kapiteln, die die empirischen Erträge vorstellen, geht es um *Bekanntnissnarrationen* als Mittel der Identitätsbildung, *Praktiken vor und im Stadion*, typisches Verhalten und Konfliktbereitschaft *auf Reisewegen*, die *Kampf-auf-Leben-*

*und-Tod-Symbolik* von Fahnen-Besitz oder -verlust und abschließend eine auf hohem theoretischen Niveau aber in den Daten begründete ausgefächerte Identitätstheorie.

Dass die Arbeit ein Musterbeispiel einer exzellent ausgeführten sozialwissenschaftlichen qualitativen Studie zum Fantum im Fußball darstellt, ist das eine. Sie ist darüber hinaus für alle Interessenten eine Quelle spannender Information und ein Lesevergnügen. Vielfältige fachliche Interessen an sozialwissenschaftlichen, sportsoziologischen und sozial-pädagogischen Forschungen werden angesprochen; zugleich ist die Untersuchung auch für nicht Fachleute von großem Gewinn.

Dem Buch ist die breite Rezeption zu wünschen, die es verdient.

Kassel, am 12. Juli 2018

Prof. em. Dr. Wolfram Fischer

# Inhalt

<b>Transkriptionszeichen</b>	12
<b>1 Einleitung</b>	13
<b>2 Forschungsstand</b>	19
2.1 Einführung in das Forschungsfeld	19
2.2 Begriffliche Kontextuierung des Forschungsfeldes	22
2.2.1 Fans als Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtung	22
2.2.2 Posttraditionale Formen von Gemeinschaften	31
2.2.3 Szenen als netzwerkartige Struktur von posttraditionalen Gemeinschaften	34
2.2.4 Events als Sinnangebote	37
2.3 Empirische Studien des Forschungsfeldes	42
<b>3 Methodologie</b>	54
3.1 Theoretisches Vorgehen	54
3.1.1 Zum Begriff Situation	56
3.1.2 Zum Begriff Identität	58
3.1.3 Zum Begriff sozialer Praktiken	61
3.2 Methodisches Vorgehen	62
3.2.1 Ethnographie	63
3.2.2 Grounded Theory	67
3.3 Zur ethnographischen und rekonstruktiven Praxis vorliegender Untersuchung	73
<b>4 Bekenntniss narration: Plausibilisierung von Teilnehmer- identitäten an Fußballdarbietungen</b>	80
<b>5 Infrastruktur der Fußballstadionveranstaltung</b>	87
5.1 Veranstaltungstypen	87
5.1.1 Theaterstück als geschlossene Darbietung	87
5.1.2 Konzerte als zuschaueroffenere Darbietungen	88
5.1.3 Wettkampfspiel als krisenhaftes Event des Gegeneinanders	89
5.2 Heim- und Gästebereich: Stadionaufenthalt als Bekenntnis	91
5.3 Der Zaun: Entsymbolisierung des symbolischen (Wett-)Kampf	97
5.4 Aufteilung Sitz- und Stehplatz	99

<b>6</b>	<b>Vorstrukturierung der Veranstaltung und Praktiken vor dem Fußballstadion</b>	101
6.1	Szene-Bekenntnis: Beziehungszeichen einer szenebezogenen Teilnahmeidentität	101
6.2	Standinhaber: Zur Idealisierung der Veranstaltung und der eigenen Teilnahme	108
6.3	Spenden-Eimer: Zur situationsgebundenen Identität als Spendensammler	113
6.4	Gemeinnütziges Handeln als idealisierende Praxis	117
6.5	Zusammenfassung der Vorstrukturierung der Veranstaltung und Praktiken vor dem Stadion	118
<b>7</b>	<b>Praktiken im Stadion</b>	120
7.1	Generalisiertes Misstrauen: Einlasskontrolle als symbolische Kontrolle über die Veranstaltung	120
7.2	Zur Aushandlung über die Kontrolle von Veranstaltungsabläufen	122
7.3	Veranstalter als Wächter der Sicherheit	125
7.4	Zur ambivalenten Wechselbeziehung zwischen dem Veranstalter und der Besucher-Gruppe	129
7.5	Interaktionsangebot Namensschild	132
7.6	Heilige hinter der Zaunfahne	134
7.7	Tribünensport: Zur situationsgebundenen Identität als Blockanweiser	144
7.8	Raum-Praxis-Parallelität: Zur situationsgebundenen Identität als Mitspieler	149
7.9	Tribünenshow als Eröffnungsakt: Zur situationsgebundenen Identität als darstellende Würdenträger	155
7.9.1	Choreos als künstlerische Praxis	156
7.9.2	Ankündigung als Koordination des kollektiven Akts	156
7.9.3	Raum-Zeitlichkeit: Besucher als Darsteller	158
7.9.4	Produktionsprozesse als Ich-bin-Räume eines veranstaltungsbezogenem Selbstbildes	160
7.9.5	Anlass Stadtjubiläum: Repräsentation von Errungenschaften	161
7.9.6	Verein und seine Errungenschaften als besonderer Teil der Stadthistorie	162
7.9.7	Vom Darsteller zum Würdenträger	163
7.9.8	Räumliche Anordnung	165
7.9.9	Papierrollen: Abschluss des symbolischen Aktes	165
7.10	Zur situationsgebundenen Identität der Beschwörer eines heiligen Wesens	169
7.11	Zur Inszenierung von Distanzlosigkeit und charismatisierender Krisenbewältigung	179

7.12	Wechselgesang: Zur situationsgebundenen Identität einer Grenzen überwindenden Gemeinschaft	184
7.13	Reflexion zur eigenen Forschungspraxis	186
7.14	Zur heroischen Aufopferung orientierungsspendender Gewissheiten	187
7.15	Kampf light: Zur Irrelevanz des Kampfes von kämpferischen Praktiken	207
7.16	Erleben von Adrenalin und Angst beim Ethnographen	214
7.17	Sich gerade machen: Kampf als Opferbereitschaft für das Bekenntnis	215
7.18	Umgemäht: Zur Maske der glaubhaften Bekenntnisträger	222
7.19	Reduzierung auf Kampf als Bewältigung sportlicher Krisen	233
7.20	Zusammenfassung der Praktiken im Stadion	240
<b>8</b>	<b>Praktiken auf Reisewegen</b>	246
8.1	Ordnung muss sein!	246
8.2	Im Gleichschritt auf Mission	248
8.3	Schwarzfahren: Zur Herstellung der Maske eine Ordnungsmacht zu sein	250
8.4	Zählen und gezählt werden: Zur Einschätzung von Ordnungsmächtigkeit	252
8.5	Zur Außeralltäglichkeit der Fußballveranstaltung	254
8.6	Zur konsolidierten Gruppenperspektive der Veranstaltungsgänger	257
8.7	„Die kümmern sich einen Scheiß“: Zur Maske der unbedeutenden Mitspieler und Anmerkungen zur ethnographischen Praxis	259
8.8	„Baue keinen Scheiß“: Zur Aufrechterhaltung von Geschlossenheit	267
8.9	Polizeikette: Zur dekontextuellen Neuinszenierung der Veranstaltung	271
8.10	Zusammenfassung Praktiken auf Reisewegen	277
<b>9</b>	<b>Alarmierter Zustand: Auf Leben und Tod zwischen den Szene-Gruppen</b>	280
<b>10</b>	<b>Materialbegründete Theorie</b>	291
10.1	Kernkategorie Reduktion	291
10.2	Kernkategorie Idealisierung	297
10.3	Kernkategorie Vulnerabilisierung	307
10.4	Kernkategorie Heroisierung	311
10.5	Schlüsselkategorie Selbstinstitutionalisierung einer heroischen Gemeinschaft	318
	<b>Literaturverzeichnis</b>	322

# Transkriptionszeichen

<b>Zeichen</b>	<b>Bedeutung</b>
,	kurzes Absetzen
(4)	Dauer der Pause in Sekunden
Ja	Dehnung des Vokals
((lachend))	Kommentar des Transkribierenden
/	Einsetzen des kommentierenden Phänomens
<b>nein</b>	betont
<b>NEIN</b>	Laut
‚nein‘	leise
viel-	Abbruch
( )	Inhalt der Äußerung ist unverständlich; Länge der Klammer entspricht etwa der Dauer der Äußerung
(sagte er)	unsichere Transkription
Ja=ja	schneller Anschluss
Ja so #war#	
#nein ich#	gleichzeitiges Sprechen ab „war“

# 1 Einleitung

Wer bin ich? Wie und wann inszeniere ich dieses *ich bin*? Brauche ich die Aussage: *Ich bin der, die* oder *das* überhaupt und wenn ja, wofür? Wie stark muss ich mit einem Thema verbunden sein, um zu sagen: *Ich bin*? Bin ich Fahrradfahrer, weil ich jeden Tag mit meinem Fahrrad fahre, Zahnputzer, weil ich jeden Tag meine Zähne putze, Demokrat, weil ich wählen gehe, wenn ich dazu aufgefordert werde? Die Fragen von *Ich-bin-Urteilen* führen ferner zu Fragen nach dem Anderen, als der Konstitution von *Du-bist-Urteilen*. An welche Bedingungen sind diese geknüpft und wie nimmt man Einfluss auf diese Bedingungen, um mit *Du-bist-Urteilen* als jemand bestimmtes identifiziert zu werden? Braucht man die anderen zum Eigenen- oder Selbst-sein? Wer sind die anderen überhaupt? Wie komme ich zu dem Urteil, dass sie jemand bestimmtes sind und welche Konsequenzen hat das wiederum für mein eigenes Sein? Passe ich mein *ich bin* an die anderen an oder bin ich immer ich: Wer bin ich *eigentlich*?

Fasst man diese Fragen zusammen, entsteht die Auseinandersetzung mit dem Thema, wie Selbst- und Fremdbilder sich konstituieren. Diese Frage leitet zunächst zu gesellschaftlichen Bedingungen über, da in ihr die handelnden Akteure jene Konstitutionen vornehmen.

Die Diagnose für die Gegenwartsgesellschaft scheint eindeutig: Autonome Entscheidungen des Individuums werden hinsichtlich der Wahl von Handlungsoptionen immer bedeutender (Hitzler & Niederbacher 2010, S. 183). Die so formulierte Individualisierungsthese behauptet, dass eine strukturelle Individualisierung stattfindet, deren Hauptmerkmal in der Entkopplung von gesellschaftlichen Prozessen zu sehen ist, woraus eine individuenbezogene Eigenverantwortlichkeit resultiert (Nassehi 2011, S. 140). Dies liege daran, dass gesellschaftliche Strukturen wie Klassenkategorien oder traditionelle Agenten und Agenturen wie Familie oder Religion immer mehr an Bedeutung und Funktion verlieren und durch nicht-traditionelle Sozialstrukturen wie beispielsweise Konsumstile ersetzt werden (vgl. Beck 2015). Daraus entsteht eine Gegenwartsgesellschaft, die immer fluid, immer multiaspektueller, immer widersprüchlicher, kurz: immer unübersichtlicher wird (Schütze 2002, S. 59). Diese gesellschaftlichen Verhältnisse werden unter dem Schlagwort *Spätmoderne* zusammengefasst (vgl. Rosa, Strecker & Kottmann 2013). Die Bezeichnung impliziert den gesellschaftlichen Entwicklungsprozess von vormodernen, stratifikatorisch differenzierten Gesellschaften (Nassehi 2011, S. 120), über frühmoderne Verhältnisse, welche durch die Industrialisierung evoziert wurden und bisherige

Traditionen und Institutionen ins Wanken brachten, hin zur entwickelten Moderne, in der neuausgerichtete Institutionen wie Kranken-, Alters- und Arbeitslosenversicherungen, wirtschaftspolitische Steuerungsprogramme oder verlässliche Bildungs- und Erziehungssysteme etabliert waren, die schließlich in die globalisierte, digitalisierte Spätmoderne überleiteten, in welcher die etablierten Institutionen sich erneut verflüssigen (Rosa, Strecker & Kottmann 2013, S. 25 ff.). Die damit einhergehende Entwertung traditioneller Glaubensinhalte löst Verhältnisse auf, welche den Individuen bisher einheitliche und sinnstiftende Weltverhältnisse offerierten und so Auskunft über die eigene Existenz vermittelten. Demgegenüber stehen gegenwärtig höchst verschiedene soziale Unternehmungen, die in sich sinnvoll erscheinen, jedoch keine globalen Orientierungen bereitstellen. Daraus resultieren ständige Konfrontationen mit heterogenen Deutungsmustern, die vom Individuum permanente Korrekturen seiner eigenen Weltbilder abverlangen, um an seinem heterogenen sozialen Leben teilnehmen zu können (Honer 2011, S. 21 f.). Die fortschreitende Funktionalisierung von Gesellschaftsbereichen verstärkt die Destabilisierung und Desintegration von Individuen (Fischer 2017, S. 63 f.). Denn weder Nation, noch Religion, noch Stand oder Familienherkunft liefern ausreichende Verankerung im *Großen und Ganzen* der Gesellschaft und scheiden somit als Zentralperspektive für Selbst- und Fremdbilder von Akteuren aus (Fischer 2017, S. 73). Mithin verschwimmen Selbstaussagen in einer Vielzahl von Anforderungen und Wahlmöglichkeiten von Lebensentwürfen, wodurch das Individuum als Selbstentwurf ständig prekär ist.

Paradoxaerweise führen die Auflösungstendenzen institutioneller Orientierungen dazu, dass es dem Individuum selbst überlassen wird, Sinnangebote mehr oder weniger frei zu wählen und vor allem selbst wählen zu müssen (vgl. Beck 2015). Das Individuum muss sich folglich nicht mehr nach dem verpflichtenden Charakter von Traditionen richten, sondern das eigene Leben selbst gestalten und für diesen Prozess Verantwortung übernehmen. Aus der Entscheidungsfreiheit und Verantwortung leiten sich gleichsam gesteigerte Reflexionsanforderungen für das Individuum ab (Rosa, Strecker & Kottmann 2013, S. 24). Entsprechend entsteht ein Spannungsverhältnis: Einerseits lösen sich traditionelle Orientierungsanker in pluralistisch-dynamischen Strukturen auf, welche ein (*Fast-*) *Alles-kann*, (*Fast-*) *Nichts-muss* suggerieren. Andererseits ist durch jene Multioptionalität gerade das Individuum gefragt, sich selbst Orientierung zu verschaffen. Eine derart gefasste Wechselbeziehung zwischen Individuum und Gesellschaft regt zur Frage an, wie die in der Gesellschaft agierenden Akteure mit der Herausforderung umgehen, sich für Orientierungen entscheiden zu müssen? Eine Frage, welche vorliegende Studie empirisch nachgeht, indem sie eine dieser selbstgewählten Orientierungsleistungen von Akteuren beleuchtet.

Die Auswahl des hierfür herangezogenen Forschungsfelds, um Orientierungs- und Entscheidungszwänge von Individuen bei gleichzeitig wenig orientierungsgebenden gesellschaftlichen Bedingungen abzubilden, begründet der Autor nun biographisch. Die autobiographische Begründung illustriert einerseits das Experimentieren mit den skizzierten Orientierungszwängen. Andererseits ermöglicht sie, einen ersten Eindruck über den Autor zu gewinnen, welcher sich direkt oder indirekt durch seine Lesartenbildung im empirischen Teil in die Studie einbringt. Aus diesem Grund lohnt es sich, ihn dann und wann als Erkenntnislieferant zwischen den Feldteilnehmern und den Lesern zu hinterfragen, wofür es naheliegend erscheint, ihn etwas kennenzulernen.

In der Grundschule begannen Freunde von mir, auf einmal über Fußball zu reden. Der eine bezeichnete sich als *Fan* von dem einen Fußballverein, andere von anderen Vereinen. Durch den Wunsch geleitet, dazuzugehören, wählte ich mir ebenfalls einen Fußballverein aus, als dessen Fan ich mich betitelte. Doch hinter meiner Entscheidung stand kein tatsächliches Interesse am Fußballsport, sondern ich wählte einfach den Verein meines engsten Freundes. Ich setzte mich nicht weiter mit den Spielen des Vereins auseinander und entwickelte auch sonst kein Interesse am Profifußball was nicht unbemerkt blieb. So wurden meine Freunde misstrauisch, ob ich denn tatsächlich ein Fan wäre, wenn ich noch nicht einmal wüsste, wie viele Tore die Mannschaft des Vereins in ihrem letzten Spiel geschossen hatte, dessen Fan ich angeblich war. Ich sollte bei dem Thema Fußball fortan ein Außenseiter bleiben.

In meiner eigenen Biographie begegneten mir auch im weiteren Verlauf wiederholt Menschen, die entweder ausdrücklich Fans eines Fußballvereins waren oder in Gesprächen über Fußball explizit formulierten, eben kein Fan zu sein. Ich konnte oft Begegnungen zwischen einander fremden Personen aus meinem Bekanntenkreis beobachten, die, wenn sie sich als Fußballfans zu erkennen gaben, intensive und lange Gespräche über diesen Sport führten. Die Gespräche wurden oft stark davon beeinflusst, wer von welchem Verein Fan war. So konnte eine sportliche Konkurrenzsituation zwischen Fußballvereinen Einfluss auf die Interaktionen der unterschiedlichen Fans haben, z. B. der eine den anderen dafür ärgern, dass *sein* Verein verloren hätte und *sein* eigener gewonnen hätte. Diese intensiv geführten Gespräche, die an vorhergehende Praktiken anschlossen wie Fußballspiele im Fernsehen oder auch im Stadion zu sehen, faszinierten mich und stimmten mich etwas wehmütig, da ich hieran keinen Anteil hatte. Mir fehlten die Voraussetzungen, nämlich einen Verein zu mögen und etwas über ihn und Fußball im Allgemein zu wissen. Die Aussage: „Ich bin Fan von einem Fußballverein“ dient dabei als Voraussetzung zur Gesprächseröffnung oder Teilnahme, um sich intensiv auszutauschen. Das Selbstbild *Fußballfan* stellt somit eine kommunikative Ressource dar. Es wird dabei ersichtlich, dass eine enge Verbindung zwischen der Selbstzuschreibung als

Fußball-Fan und dem thematischen Feld *Fußball* besteht. Diese Wechselbeziehung wird auch daran deutlich, dass es Menschen gibt, die bei Gesprächen über Fußball explizit Wert darauf legen, dass sie kein Fan sind und sich somit von potenziellen Fan-Gemeinschaften – aus welchen Gründen auch immer – abgrenzen. Folglich scheint Fußball im Alltag eng mit Identitätskonstruktionen verbunden zu sein. Dies wirft die Frage nach der Konstitution von fußballbezogenen Identitätsaussagen, bzw. wie ich es nennen möchte: *Ich-bin-Aussagen* auf, die dazu beizutragen scheinen, allgegenwärtig Menschen beobachten zu können, die über Fußball sprechen oder sich anderweitig mit diesem Thema auseinandersetzen. Darüber hinaus ist das Thema *Fußball* als Zuschauersport so allgegenwärtig, dass vermutlich (fast) jeder etwas über Fußball sagen könnte und wenn er gefragt werden würde, würde dieses Wissen reichen, um eine Meinung zu äußern. Unabhängig davon, wie die Meinung über Fußball ist, setzt der Umstand, eine Meinung zu haben, Wissen über dieses Thema voraus. Jene weitverbreiteten Wissensbestände deuten an, wie tief diese Sportveranstaltung in unserer Gesellschaft verwurzelt ist. Die Popularität des Fußballs als Zuschauersport in Deutschland und in vielen anderen Nationen der Welt ist so offensichtlich, dass sie kaum einer näheren Darlegung bedarf. Allein die Einschaltquote des Finale (Argentinien-Deutschland) der Fußball-Weltmeisterschaft der Männer 2014 in Deutschland von rund 34,65 Millionen Zuschauern<sup>1</sup> und weltweit von rund 659 Millionen Zuschauern<sup>2</sup> in Privathaushalten verweist auf ein gigantisches Massenphänomen. Auch die nationalen Fußballdarstellungen der Männer erfreuen sich großer Beliebtheit. So waren in der Spielsaison 2016/2017 in der Bundesliga insgesamt 12.703.727 Zuschauer im Stadion, d. h. pro Spiel der 34–36 Darbietungen pro Saison ein Durchschnitt von 41.515 Zuschauern<sup>3</sup>. Diese Zahlen sowie die Allgegenwärtigkeit von Fußball in Gesprächen und Medien lassen den Schluss zu, dass die Begeisterung über diese domestizierte Kampf-Veranstaltung dem Zeitgeist entspricht. Aber warum eigentlich?

Ein erstes *nosing around* (Herumschnüffeln) wie Robert E. Park es vorschlug (vgl. Lindner 2007), offenbart im Kontext Profifußball der Männer als Zuschauersport eine breite Facette an Besuchern der Stadionveranstaltung. Sie reicht von Kindern bis zu hochaltrigen Besuchern, von sitzenden, stehenden bis hüpfenden Zuschauern, von gelegentlichen Stadiongängern bis dauerhaft Anwesende bei den Spielen eines Fußballvereins. In meinen Recherchen hat eine

---

1 <http://www.spiegel.de/kultur/tv/tv-quote-wm-sieg-der-deutschen-beschert-der-ard-neuen-rekord-a-980860.html>, 20.07.2017

2 <http://de.fifa.com/worldcup/news/y=2015/m=12/news=fifa-fussball-wm-2014tm-3-2-milliarden-zuschauer-1-milliarde-beim-fina-2745551.html>, 20.07.2017

3 <https://www.dfb.de/bundesliga/statistik/zuschauerzahlen/>, 20.07.2017

Besucherschaft durch ihre aufmerksamkeiterregenden Praktiken immer wieder von sich reden gemacht: sogenannte Ultras. Sie sind in Gruppen deutschlandweit bei Fußballspielen regelmäßig in Stadien zu beobachten, wo sie umfangreich tätig werden. Wie zu zeigen sein wird, scheint der Stadionfußball für diese Akteure in ihrem Leben eine gewichtige Rolle zu spielen, die zu identitätsstiftenden Selbst- bzw. Fremdbildern führt, worauf die feldübliche Bezeichnung *Ultra* (ital. extrem) bereits verweist. Im Sinne des Theoretical Samplings (vgl. Strauss 1998) eignen sich *Ultras* im Zusammenhang mit der Frage nach Orientierungsleistungen und daran anknüpfenden Selbst- und Fremdzuschreibungen in spätmodernen Gesellschaften daher als besonders adäquates Forschungsfeld. Es ist also die Ubiquität des Fußballs und die Zuspitzung im Verhalten der *Ultras*, von deren Erforschung ich mir einen Wissenszuwachs über Eigenarten der Teilhabe in der *Spätmoderne* verspreche.

Ziel dieser Studie ist es, die konstitutiven Prozesse des Selbst- und Fremdbildes *Ultra* anhand der Praktiken derjenigen Akteure zu rekonstruieren, die sich als solche klassifizieren und als solche bewertet werden. Das Erkenntnisinteresse erfüllt zweierlei Funktionen:

1. Es werden Lesarten generiert, die helfen, das Phänomen *Ultras* im Fußball besser zu verstehen. Der offene, verstehende Ansatz dieser Studie ermöglicht dabei in besonderer Weise, bisher *unentdeckte* Aspekte dieser Teilwelt sozialwissenschaftlich zugänglich zu machen.
2. Das Phänomen *Ultra* als gesellschaftliche Praxis verspricht darüber hinaus, Erkenntnisse über sinnstiftende Orientierungen von Individuen in der Spätmoderne zu gewinnen. Diese Erkenntnisse stellen vor dem eingangs skizzierten modernisierungstheoretischen Hintergrund einen besonders relevanten Wissensbereich dar.

Bevor die forschungsleitende Frage nach dem Selbst- und Fremdbild sogenannter Ultras empirisch beleuchtet wird, erfolgt in Kapitel 2.1 die Einführung in das Forschungsfeld. Danach wird im Kapitel 2.2 die begriffliche Kontextuierung über den Gegenstand vorgenommen. Kapitel 2.3 legt den empirischen Forschungsstand dar. Anschließend wird das theoretische (3.1) und methodische (3.2) Vorgehen der Forschungsarbeit skizziert sowie die konkrete Umsetzung in vorliegender Studie (3.3) beschrieben.

Im empirischen Teil der Arbeit werden schließlich soziale Praktiken der sogenannten Ultras rekonstruiert. Die dabei vorgenommene Unterteilung nach raum-zeitlichen Kriterien dient allein der besseren Übersicht. Es sei angemerkt, dass eine derartige Einteilung immer nur künstlich erfolgen kann, da die Wechselbeziehungen zwischen den Praktiken einem konstitutiven Kreislauf unterliegen und nicht isoliert voneinander operieren. Zunächst werden jedoch in Ka-

pitel 4 grundlegende Teilnahmevoraussetzungen an dem Feld rekonstruiert. Kapitel 5 widmet sich der Infrastruktur der Stadionveranstaltung. Danach (6) werden die Praktiken der Akteure unmittelbar vor der Veranstaltung rekonstruiert. In Kapitel 7 erfolgt die Analyse ihrer Praktiken innerhalb der Veranstaltung. Anschließend werden die Handlungen auf den Reisewegen der Akteure rekonstruiert (8). In Kapitel 9 wird abschließend die Wechselbeziehung zwischen den raum-zeitlich getrennten Handlungsfeldern an einer letzten Beobachtung in den Fokus der Analyse gesetzt. Kapitel 10 fasst die Erkenntnisse in einer materialbegründeten Theorie zusammen mit dem Anspruch eine Antwort auf die klassische, ethnographische Frage zu finden: What the hell is going on here? (vgl. Geertz 2007).

## 2 Forschungsstand

Im nachstehenden Kapitel erfolgt zuerst eine einleitende Beschreibung des Forschungsfeldes. Aus dieser wird eine begriffliche Kontextuierung abgeleitet, welche im empirischen Teil der Studie angewendet wird. Danach wird der empirische Forschungsstand über das zu explorierende Feld dargelegt.

### 2.1 Einführung in das Forschungsfeld

Mitte der 1990er Jahre hat sich ein neuer Besuchertyp in deutschen Fußballstadien herausgebildet: die Ultras (u. a. Dembowski 2013). Ihr Vorbild geht auf die italienischen Ultra-Fußballfans zurück, woher die Namensgebung „Ultra“ (ital. extrem) stammt (Sommerey 2010, S. 53 f.). Der Gründungsmythos der Ultras in Deutschland besagt, dass es insbesondere durch eine voranschreitende Kommerzialisierung des Stadionfußballs zu einer Stimmungskrise während der Veranstaltung kam. Um mehr besucherseitige Stimmung zu entfachen, orientierten sich einige Stadiongänger an den italienischen Fußball-Ultras. Diese sind einerseits für ihre vielseitigen Praktiken wie Gesänge oder akustischen Beiträgen mit Trommeln bekannt, mit welchen sie die Mannschaftsspieler ihrer Vereine anfeuern. Andererseits treten die italienischen Ultras immer wieder kritisch zu (fußball-)politischen Themen wie der voranschreitenden Kommerzialisierung mit Plakaten, Fahnen oder Sprechchören im Stadion in Erscheinung und fallen durch gewalttätige Ausschreitungen auf (Gabler 2010, S. 31 ff.). Wie ihre Vorbilder initiieren auch die deutschen Ultras vielseitige Stimmungsbeiträge in der Fußball-Veranstaltung. Ferner kritisieren sie ebenfalls die ökonomisch orientierte Modernisierung des Profifußballs. Darüber hinaus thematisieren Ultras vereinzelt gar gesellschaftspolitische Probleme innerhalb der Veranstaltung etwa durch Transparente, was auf ihr generelles politisches Interesse hindeutet.

Ultras in Deutschland sind überwiegend männliche Jugendliche zwischen 16 und 25 Jahren, die in Gruppen organisiert sind (Pilz & Wölki-Schumacher 2009, S. 6). Ultra zu sein ist demnach ein gemeinschaftsorientiertes Phänomen. Der thematische Ausgangspunkt einer Ultra-Gruppe ist ein spezieller Fußballverein (meist Profifußballverein) zu dem ein exklusiver, emotionaler Bezug besteht. Ein Fußballverein kann zwar mehrere Ultra-Gruppen haben, eine Ultra-Gruppe jedoch nicht mehrere Fußballvereine.

Die Objektbindung der Ultras lässt sie bei scheinbar jeder Darbietung ihres ausgewählten Fußballvereins in den Fußballstadien persönlich anwesend sein.

In der Fußball-Show treten zwei Fußball-Mannschaften gegeneinander in einen sportlichen Wettstreit. Das Stadion-Event stellt unterschiedliche Teilnahmeoptionen bereit. Entsprechend der beiden Fußballmannschaften werden die Besucher zunächst in einen sogenannten Heim- und Gästebereich eingeteilt. Innerhalb der so vorselektierten Bereiche gibt es weitere Optionen wie Sitz- oder Stehplätze. Das Angebot kann folglich von seinen Besuchenden nach unterschiedlichen Interessenlagen wahrgenommen werden. Im Rahmen dieser Vorkonstrukturierung des Events durch den Veranstalter entscheiden sich Ultras gewöhnlich für die Stehplatzbereiche und dies, je nach Stadionbau, bevorzugt in den Kurven des Stadions. Pilz & Wölki-Schumacher (2009) konstatieren, dass die Ultra-Gruppen von dort aus ihre Zugehörigkeitsgefühle zu ihrem jeweiligen Fußballverein aktiv und lautstark zum Ausdruck bringen, wodurch sie maßgeblich zu einer angeregten Stimmung im Stadion beitragen, z. B. durch zentral gesteuerte Kurvenshows, die Choreographien<sup>4</sup> genannt werden (ebd., S. 6 ff.). Durch diese Praktiken intensiviert sich ihr Stadionerlebnis und das vieler anderer Zuschauer (Zifonun 2007, S. 107). Im Gegensatz zu diesen von vielen Besuchern und Veranstaltern geschätzten Aktivitäten der Ultras, üben sie auch Praktiken aus, die gegen das Veranstaltungsprotokoll verstoßen. Ein prominentes Beispiel hierfür ist die Nutzung von Pyrotechnik<sup>5</sup>. Jene Verstöße können zu Konflikten insbesondere mit den Fußballvereinen führen, die ihrerseits darauf mit Sanktionen reagieren wie durch sogenannte Stadionverbote, durch welche der Veranstaltungsbesuch für mehrere Jahre verwehrt werden kann.

Die Selbstpräsentationen der Ultras folgt dem Zuschauerideal im Fußball der *Zwölfte Mann zu sein*, als welche die Besucher analog zu den elf Spielern einer Fußballmannschaft gemeinhin bezeichnet werden. Diese Rolle nehmen Ultras mit ihren vielseitigen Tribünenpraktiken auf eine so ausgeprägte Art und Weise an, sodass der Eindruck entsteht, sie veranstalten eine parallele Show zur eigentlichen Fußballdarbietung (vgl. Winands 2015).

Dem Wesen des Events *Stadionfußball* ist es inhärent, dass sich die Ultra-Gruppen der gegeneinander antretenden Vereine bei einem Fußball-Event ebenfalls begegnen. Die jeweiligen Ultra-Gruppierungen eines Fußballvereins haben unterschiedliche Ausprägungen hinsichtlich Gruppengröße, politischer Einstellung, Gebrauch von Pyrotechnik oder der Dialogbereitschaft mit Fußballfunktionären (vgl. Gabler 2010). Ungeachtet dieser Ausprägungen im Detail

---

4 Als Choreographien werden organisierte Präsentationsformen der Ultras bezeichnet, die überwiegend beim Einlauf der Spieler zu Beginn der Veranstaltung nach einem bestimmten Ablauf dargeboten werden, z. B. das Entfalten einer selbst erstellten Stofffahne aus mehreren Hundert Quadratmetern über einen Zuschauerabschnitt, auf welchen der Fußballverein oder die Gruppe mit typischen Symbolen präsentiert wird.

5 Magnesium-Leuchtfackeln, die eine starke Rauchentwicklung produzieren und eine Abbrandtemperatur von 1600 bis 2500°C erreichen können.

bildet ihr gemeinsamer Gründungsmythos und insbesondere die Orientierung an Tribünenpraktiken eine gruppenübergreifende Basis, auf der die aufeinander treffenden Ultra-Gruppen im Stadion über das Spielfeld hinweg wechselseitig aufeinander Bezug nehmen. So kann darum konkurriert werden, welche Gruppe lauter, synchroner und vielfältiger ihren Stehplatzaufenthalt gestaltet oder es wird die andere Gruppe direkt durch ironische oder abwertende Rufe, Chöre oder Spruchbänder provoziert. Die wechselseitige Bezugnahme verweist auf eine ähnlich gelagerte Handlungsorientierung zwischen den zu beforschenden Akteuren.

Ultras folgen ihrem Selbstbild nach der Maxime, 24 Stunden am Tag und 7 Tage die Woche ein Ultra zu sein und sich immer und überall für ihr gewähltes Interessenobjekt einzusetzen (Hitzler und Niederbacher 2010, S. 163). Diese Formulierung grenzt die Mitgliedschaft als allumfassender Identitätslieferant von üblichen Teilrollen ab, die der moderne Mensch nur funktional und temporär ausübt. Die allumfassende Selbstauskunft verweist entsprechend auf eine umfangreiche Auseinandersetzung mit einem Profifußballverein, welche nicht auf die bloße Dauer der unmittelbaren Fußballdarbietung begrenzt ist. Aufwendige Praktiken wie die Erstellung von *Choreographien*, Kleidung, Printmedien (sogenannter Fanzines) oder die Organisation von gemeinschaftlichen Fahrten in Sonderzügen zu den auswärtigen Spielbegegnungen ihres Fußballvereins sind nur einige Beispiele für ihr umfangreiches Aktivitätsrepertoire, das unabhängig von der neunzigminütigen Stadionveranstaltung operiert. Ultra zu sein beinhaltet demnach Teil eines umfangreichen gemeinschaftlichen Handlungsvollzugs zu sein.

Die deutschlandweite Zahl von Ultras wurde 2010 auf ca. 5000 bis 10.000 Mitglieder geschätzt (Hitzler & Niederbacher 2010, S. 162). Die allgemeine Prominenz des Fußballsports in Deutschland sowie die anhaltende Faszination *Ultra* lassen jedoch auf eine weitaus höhere Mitgliederzahl schließen (Kathöfer & Kotthaus 2013, S. 45). Ultra-Sein ist somit seit über 20 Jahren insbesondere ein jugendkulturelles und an Popularität gewinnendes Phänomen in Deutschland und von daher ein relevantes Feld für die Jugendforschung.

Die vielseitigen und aufwendig organisierten Praktiken der Akteure, die sich auf ein Unterhaltungsangebot beziehen, woraus ein allumfassender Identitätslieferant hervorzugehen scheint, lädt zu der ethnographischen Frage ein: What the hell is going on here?

## 2.2 Begriffliche Kontextuierung des Forschungsfeldes

Im vorangegangenen Unterkapitel wurde das Phänomen *Ultra* in Deutschland skizziert. Für die begriffliche Kontextuierung der vorliegenden Studie werden aus dieser Einführung folgende Aspekte abgeleitet:

- *Ultras* haben eine starke emotionale Bindung zu einem kulturellen Objekt (Fußballverein), was sich von der regelmäßigen Teilnahme an den Objekt-Darbietungen in Stadien, der Gestaltung von objektbezogenen Fahnen, Bannern sowie Kleidung ableiten lässt. Jenes auf ein kulturelles Objekt ausgerichtete Handeln erinnert an Fans, welche Klassifikation zu klären ist?
- *Ultra* ist eine Praxis, die gemeinschaftlich stattfindet. Wie ist das Konstrukt Gemeinschaft in Bezug auf die *Ultras* zu charakterisieren und wie sind die Interaktionen zwischen den Gemeinschaften zu beschreiben?
- Die zu beforschenden Akteure beziehen sich mit ihren Praktiken umfangreich auf ein Event. Mithin ist zu klären, was in Bezug auf Fußballveranstaltungen unter einem *Event* verstanden werden kann.

Diese Aspekte werden nun begrifflich und theoretisch für den empirischen Teil der Studie kontextualisiert.

### 2.2.1 Fans als Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtung

Erstmals wurde die Bezeichnung *Fan* Ende des 19. Jh. von amerikanischen Journalisten verwendet, welche damit Anhänger von professionellen Sportmannschaften (insb. Baseball) adressierten. Doch Fankulturen als gesellschaftliche Praxis sind keineswegs eine Erscheinung der Neuzeit. So lassen sich Fan-Praktiken bis in die Antike zurückverfolgen, wo im Kolosseum begeistert und wiederholt Gladiatorenkämpfe und Pferderennen von einem Publikum verfolgt wurden. Es gibt Hinweise, dass nicht nur den Aktivitäten als vordergründiges Objekt zugeschaut wurde, sondern allein die Herkunft eines Darstellers über die Zugehörigkeitsgefühle der Zuschauer entschied (Schmidt-Lux 2010, S. 53.). Fanobjekt-Beziehungen schienen sich nie ausschließlich auf Darbietungen zu beschränken. Auch einzelne Personen konnten durch ihr zugeschriebenes Charisma Anhänger gewinnen. So konnte Hildegard von Bingen mit ihren Lehren oder Jahrhunderte später Johann Wolfgang von Goethe durch sein Werk „Die Leiden des jungen Werthers“ viele Anhänger um sich versammeln, die selbst an die realen Orte der literarischen Handlungen fuhren (Schmidt-Lux 2017, S. 55 f.). Die Zahl der für ein Massenpublikum ausgerichteten Veranstaltungen wuchs im 19. Jahrhundert stetig. Vor allem der Wettkampfsport wie Fußball

oder Boxen begeisterte viele Zuschauer und erfreute sich großer Beliebtheit. Die Verbreitung von Wettkampf-Darbietungen erklärte sich nicht zuletzt aus der medialen und der Glücksspielindustriellen Begleitung der Events. Sowohl die Sportveranstaltungen mit ihren verschiedenen Clubs und regelmäßigen Darbietungen als auch die kontinuierliche mediale Berichterstattung förderten die strukturelle Voraussetzung für ein umfangliches Interesse vieler Menschen. Ferner verhalfen ein allgemein umsich greifender ökonomischer Wohlstand sowie gesteigerte zeitliche Ressourcen *Fans* zu einem Massenphänomen werden zu lassen (ebd., S. 57 f.).

Der dargelegte, historische Abriss über Fankulturen verweist auf ein etabliertes Massenphänomen, dass als fester Bestandteil von Freizeit, Vergnügen bzw. privater Interessen innerhalb der Spätmoderne gewertet werden kann. Als Bedingungen für die Etablierung wurden insbesondere die kulturindustrielle Bereitstellung und Verbreitung von Fanobjekten sowie die wirtschaftliche Prosperität der Menschen in der Moderne und Spätmoderne festgestellt.

Im Folgenden werden konkrete Charakteristika von Fans skizziert.

Etymologisch leitet sich der Begriff *Fan* von *fanatisch* ab und schließlich von dem lat. Begriff *fanaticus*, was so viel wie Tempeldiener bedeutet. Die religiöse Wurzel der Bezeichnung *Fan* hält sich bis in die Gegenwart aufrecht, in dem Fans ein säkularer Glaube an ein kulturelles Objekt unterstellt wird (Jenkins 1992, S. 9 f.). Fans werden in der akademischen Kultur mit zahlreichen Stereotypen konfrontiert. So wurden Fans durch die Verabsolutierung der Wertschätzung einer Person oder eines Gegenstandes, verbunden mit der Abwertung aller anderen Ziele und eigenen Bedürfnissen verstanden. Nach diesem Verständnis wurde der Begriff des *Fans* als pathologisch gefasst und Fans als zwanghafte Menschen begriffen, die sozial wenig kompatibel sind und ein Außenseiter-Dasein pflegen (Rudin 1969; Haynal 1987 zit. nach Roose, Schäfer & Schmidt-Lux 2010, S. 12). Jenkins (1992) verweist darauf, dass der Begriff *Fan* zwar häufig mit einer verspielten Konnotation verwendet wird, die aus einer überschwänglichen Objekt-Beziehung abgeleitet wird, jedoch den Anschein des potenziell Fanatischen nie verloren habe. So wurden in einer Studie über Star Trek Fans, diese als *false believers* bezeichnet, die einer *Trekkie Religion*<sup>6</sup> nachgehen oder die Entwicklung der Fanobjektbindung zwischen Fans und Stars charakterisiert als ein Verhältnis, das von einer harmlosen Schwärmerei bis hin zur pathologischen Obsession führen kann<sup>7</sup>. Roose, Schäfer & Schmidt-Lux (2010) schlagen hingegen ein nicht-pathologisches Verständnis von Fans vor, da ohnehin aus einer soziologischen Perspektive nicht die Charakteristika

---

6 Jewett Robert & John S. Lawrence (1977): *The American Monomyth*. Garden City, NY: Anchor Press.

7 Julian Burchill (1986): *Damaged Gods: Cults and Heroes Reappraised*. London: Century.

der Fans, sondern die Charakteristika der Beziehung zwischen Fans und Fan-objekten im Vordergrund stehen (S. 12). Jenkins distanziert sich ebenfalls von einer stereotypen Vorstellung über Fans als antisoziale Außenseiter mit abwegigen Interessen. Er führt in diesem Zusammenhang die vielen Fan-Communities an, die man nicht einfach als idiosynkratisch aburteilen dürfe. Er geht davon aus, dass stereotype Vorstellungen über Fans eine kulturelle Hierarchie von Geschmäckern unterliege, in der Fankulturen als minderwertige Geschmacksrichtungen zählen. Im Gegensatz zu den negativ konnotierten Stereotypen von Fans werden so Fankulturen als akzeptable Positionierungen innerhalb der Massenkultur verstanden (Jenkins 1992, S. 23). Winter (2010) sieht ein bisweilen negatives Bild von Fans darin begründet, dass sie eine ästhetische Distanz zum Kunstwerk vermissen lassen, welche den guten Geschmack auszeichnen würde. Fans interessieren sich ferner nicht für Urteile von anerkannten Kritikern und institutionell abgesicherten Autoritäten. Sie interpretieren vielmehr selbst und folgen ihren eigenen Deutungen über das kulturelle Objekt. Diese Form der Abgrenzung kann eine stigmatisierende Reaktion von Nicht-Fans hervorrufen (S. 173).

Auch wenn das Fan-Sein in der Biographie eines Menschen zu einem sehr umfangreichen Relevanzsystem heranwachsen kann, schließt sich die vorliegende Studie jenen Autoren an, die den Begriff *Fan* nicht in einem pathologischen Sinne verstehen. Vielmehr wird die Bezeichnung *Fan* als etabliertes Alltagskonstrukt aufgefasst. Dafür spricht etwa die Weltmeisterschaft im Fußball der Männer 2006. In eigens für die Spielübertragungen eingerichteten öffentlichen Installationen (sogenannte Public Viewings) konnte man tausendfach in Deutschland Zuschauer beobachten, die in den Trikots der deutschen Nationalmannschaft uniformiert waren und ekstatisch der Dramaturgie der Fußballspiele folgten. Jene Phänomene wurden in der medialen Öffentlichkeit weniger als massenhafte Geschmacksverirrung kommentiert, sondern vielmehr als Ausdruck einer berechtigten Fangemeinschaft, die hinter *ihrer* Mannschaft stehe. Insbesondere bezogen auf Sport, aber auch in anderen Bereichen der kulturellen Massenproduktion wie Musik oder Filmen scheinen Konsumenten der jeweiligen Offerten sich selbst nicht selten als *Fans* zu bezeichnen oder wären nicht gekränkt, würde man ihnen gegenüber diese Zuschreibung formulieren. Eine solche allgegenwärtige Selbst- und Fremdzuschreibung mit der Bezeichnung *Fan* verweist auf eine alltagsgebräuchliche soziale Zuschreibung und nicht auf eine abweichende Persönlichkeit.

Nach dieser Abgrenzung zu einer pathologischen Bedeutung der Bezeichnung *Fan* hinzu einem gängigen Alltagsbegriff, wird nun der Frage nachgegangen, wie das Phänomen *Fan* alternativ gefasst werden kann.

Roose, Schäfer & Schmidt-Lux bezeichnen Fans als „[...] Menschen, die längerfristig eine leidenschaftliche Beziehung zu einem für sie externen, öffentlichen entweder personalen, kollektiven, gegenständlichen oder abstrakten Fanobjekt haben und in die emotionale Beziehung zu diesem Objekt Zeit und/oder Geld investieren“ (2010, S. 12). Nach dieser Definition wird zwischen Fan und kulturellem Objekt eine intensive emotionale Beziehung vorausgesetzt. Ohne Emotionen wäre ein Fan-Sein nicht möglich. Ferner müssen die Fan-Objekt-Beziehungen langfristig sein und über die unmittelbare Präsenz des Fanobjekts hinaus Bestand haben, etwa nach einem Musik-Konzert anhalten. So ziemlich alles scheint ein Fanobjekt werden zu können wie Personen, Musikstile, Konsumgüter. Als Prämisse eines Fantums wird lediglich die Externalität des Fanobjekts herausgestellt, welche eine Fan-Beziehung von anderen Beziehungen unterscheidet. Demnach sei es nicht möglich, Fan von einer Sportmannschaft zu sein, in der man selbst spielt, da diese Mannschaft dem handelnden Akteur nicht extern ist. Ferner bedingt der öffentliche und damit prinzipiell un abgeschlossene Zugang zu einem Fanobjekt eine Abgrenzung zu anderen Beziehungen wie Freundschaften. Derlei Beziehungen sind zwar auch mit Emotionen und Investitionen verbunden, finden jedoch im Privaten statt. Abschließend wird festgestellt, dass ein Fan-Sein zwingend mit proaktiven Handlungen korreliert, die sich durch Investitionen wie Zeit und Geld auszeichnen (ebd., S. 12 ff).

Ähnlich zu der eben genannten Betrachtung setzt Winter (2010a) in seiner Definition von Fans die potenziellen Fanobjekte als öffentlich verfügbare mediale Objekte voraus. Winter stellt gegenüber Roose und Kollegen (2010) die akteursseitige Herstellung einer Fanobjektbindung jedoch stärker in den Vordergrund. Mithin werden Fans als aktive, kritische und engagierte Konsumenten bezeichnet, die über differenzierte und kreative Rezeptions- und Aneignungspraktiken verfügen, welche durch Prozesse der Medienbildung erworben wurden (S. 289). Die dabei entstehenden umfassenden Wissensbestände über das kulturelle Objekt tragen dazu bei, dass die Zuschauer (Fans) mehr Spaß an den Darbietungen haben (Winter 2010b, S. 159). Winter verweist ferner auf die sozial-interaktive Dimension des Fantums. Demgemäß sind Fans soziale Akteure, die Kontakt zu Gleichgesinnten suchen. Das gemeinsame Thema bietet eine willkommene Grundlage, um emotionale Allianzen zu schließen, woraus affektive Formen der Vergemeinschaftung entstehen, die eine eigene Sozialwelt kreieren. Ferner gewährt die aktive Nutzerposition von Fans gegenüber ihrem Fanobjekt, ein gewisses Maß an Kontrolle über die Bedeutung des Objekts, welche durch das eigene Handeln entsteht. Hinsichtlich von Identitätsbildungsprozessen stellt Winter fest, dass innerhalb von Fanwelten Zugehörigkeiten zu einer Gruppe und entschiedene Abgrenzung zu anderen thematisch gleich gerichteten Fangruppen erfolgen. So unterscheidet er in seiner Typologie von Horrorfilmfans verschiedene Teilhabeformen, die er als eine Art Freizeit-

karriere deutet, welche jeweils Auswirkungen auf die soziale Anerkennung in der Sozialwelt der Horrorfilmfans haben. Der Typologie zur Folge gibt es den *Novizen*, den *Touristen*, den *Buff* und den *Freak*. Demgemäß befindet sich der *Novize* in der Peripherie der Sozialwelt der Horrorfilmfans. Er geht kaum soziale Beziehungen zu anderen Fans ein. Sein extremes Gegenüber ist der *Freak*. Er steht im Zentrum der Sozialwelt und kümmert sich aktiv um deren Erhalt, z. B. mittels der Organisation von Veranstaltungen. Der Typ *Freak* besitzt viele soziale Kontakte in der betreffenden Sozialwelt und genießt ein hohes soziales Ansehen unter den Horrorfans (Winter 2010a, S. 210–251). Die Typologie leitet sich zwar von Rezipienten von Horrorfilmen ab, ist jedoch durchaus auf andere Fankulturen als erste Orientierung übertragbar (Hepp 2010, S. 227).

Winter (2010b) konstatiert ferner, dass die fanobjektorientierten Aneignungsprozesse dazu beitragen, biographisch begründete Themen der Fans einzubringen. In diesem Zusammenhang kann etwa die Prominenz der Fanobjekte für Praktiken genutzt werden, um sich gegen dominante Bedeutungen und Sinnstrukturen in der Gesellschaft zu positionieren. So können sich etwa homosexuelle Fans als Stars verkleiden, um ein gesellschaftliches Gendermainstreaming zu thematisieren (S. 289). Als wesentliche Motivation des Fan-Seins wird die temporäre affektive Ermächtigung genannt, welche durch das Fanobjekt entsteht. Als zentrale Grundlage, um ein Fan zu werden, wird ein eigenbestimmter Prozess der Medienbildung als eine Art Medienkarriere vorausgesetzt, die in seiner oben genannten Typologie impliziert ist. Winters (2010b) Deutungen über die ausdifferenzierten und vergemeinschaftungsbildenden fanobjektorientierten Praktiken lassen ihn zu dem Schluss kommen, dass man von je eigenen objektbezogenen bzw. genrebezogenen Fankulturen ausgehen muss (S. 163).

Hepp (2010) unterscheidet hinsichtlich des Medienkonsums Fans von anderen Konsumenten durch ihren Grad an Produktivität. So bilden Fans in einem höheren Maß medienbezogene Formen von Vergemeinschaftungen aus, die sie beispielsweise in Veranstaltungen für Fans eines Genres ausleben, sogenannten Conventions. Zudem verfügen Fans über eine kulturelle Selbstreflexivität. Sie reflektieren aus ihrer Perspektive die eigenen Prozesse ihrer kulturellen Aneignung und nutzen die Rolle als Fan für gezielte Positionierungen in sozialen Interaktionen. Ferner werden Fans selbst zu Produzenten, in dem sie ihr Fantum in eigenen Medien wie sogenannte Fanzines artikulieren. Hepp sieht insbesondere in dem weitreichenden Netz an Produktionsprozessen, dass eine tendenziell flüchtige populärkulturelle Medienaneignung bei Fans nicht zu trifft, sondern prinzipiell auf Dauer angelegt ist (S. 227 f.).

Jenkins (1992) hebt ebenfalls hervor, dass Fans aktive Produzenten sind, welche die Bedeutung und Inhalte von kulturellen Objekten manipulieren, weshalb er

sie als *textual poachings* (*textbezogene Wilderer*, eigene Übersetzung) versteht (S. 12). Die *Wilderei* erfolgt in Communities von Gleichgesinnten, in denen favorisierte Lesarten über das Fanobjekt als vergemeinschaftendes Bindeglied fungieren. Sie benutzen Produkte der Massenkultur als Rohmaterialien und verwenden sie nach Belieben für ihre eigene kulturelle Produktionen sowie soziale Interaktionen (Jenkins 1992, S. 23 f.). In diesem Transformationsprozess werden Fans aktive Teilnehmer in der Konstruktion und Verbreitung der Bedeutung der jeweiligen kulturellen Objekte. Jenkins verweist darauf, dass jener Wandel von einem passiv konsumierenden Akteur zu einem pro-aktiv herstellenden Akteur Konsequenzen auf die Beziehung zwischen den Produzenten der kulturellen Objekte und den eigenwilligen Rezipienten hat, die gleichsam zu Produzenten geworden sind. Bezogen auf Literatur als kulturelles Objekt stellt er fest, dass die Beziehung zwischen Lesern und Autoren als ein anhaltender Streit über den Besitz<sup>8</sup> und die Bedeutung von Texten gekennzeichnet ist (Jenkins 1992, S. 28 ff.). Aus den fanobjektbezogenen Vergemeinschaftungen entstehen schließlich Fankulturen. Sie dienen als eigenständige Gegenwelten zur Alltagswelt. Die fanbezogene Anderswelt ermöglicht es, emotionale und soziale Bedürfnisse zu befriedigen, in dem anhaltende Beziehungen gepflegt werden. Ferner können intellektuelle Fähigkeiten und Kreativität ausgelebt werden, die sonst kaum verwirklicht werden können. Diese Gegenwelten zeichnen sich durch Akzeptanz gegenüber Differenzen aus und orientieren sich am menschlichen Wohlergehen. Sie bilden somit einen Gegenentwurf zum Alltag, in welchem die Orientierung an ökonomischen Vorteilen jene zwischenmenschlichen und künstlerischen Aspekte vernachlässigen. Daraus entsteht eine *weekend-only world*, in der Erfahrungen gemacht werden können, die in der Alltagswelt weniger leicht zugänglich sind (Jenkins 1992, S. 282 f.).

Clarke (1979) beschreibt in seinen Ausführungen über Jugendkulturen, die als Subkulturen begrifflich gefasst werden, ganz ähnliche kulturelle Produktionsprozesse, wie sie bei Fans festzustellen sind. Er fasst die Produktionsprozesse einer Gemeinschaft als *Stil* zusammen. Als Bedingung zur Schöpfung eines Stils werden soziale Praktiken genannt, die sich auf sehr begrenzte und kohärente Ausdrucksformen beziehen. Die Auswahl der stilbildenden Praktiken bezieht sich auf bereits vorhandene Objekte und Bedeutungen. Es wird folglich nichts neu erfunden. Vielmehr findet eine Transformation, eine Umgruppierung bzw. Übersetzung des Bestehenden in einen neuen Kontext statt, der neue Bedeu-

---

8 Dieser Streit scheint ebenfalls bezogen auf das Unterhaltungsangebot Fußball gegeben zu sein, worauf die Publikation „Ballbesitz ist Diebstahl“ von dem Bündnis Aktiver Fußballfans (2004) hinweist. In ihr wird die Aushandlung zwischen Fans und Fußballinstitutionen diskutiert, wobei die Gestaltung der Großveranstaltung thematisiert wird.

tungen hervorbringt. Die Transformation des vorhandenen kulturellen Rohmaterials ermöglicht es einer Gruppe, dass sie sich in den symbolischen Objekten wiedererkennen kann, indem die Neuordnung die spezifischen Interessen und Werte einer Gruppe auszudrücken vermag. Aus der transformierten Zusammensetzung der kulturellen Objekte entwickelt eine Gruppe schließlich ein Selbstbild, welches durch den jeweiligen Stil zum Ausdruck kommt. Stile kreieren eine Symbolsprache, mit eigenen Bewertungsmaßstäben. Ein Stil vermag es so, dass klassenspezifische Probleme auf *magische* Weise temporär symbolisch überwunden werden können. Ein Stil entsteht durch die Herausnahme vorhandener Objekte und Symbolsysteme aus ihren herkömmlichen Kontexten. Jene Elemente werden durch eine Gruppe und ihren Interpretationen der Rohmaterialien zu einem neuen kohärentem System zusammengesetzt. Die stilbezogene Identität einer Gruppe entsteht jedoch nicht nur durch innere Aushandlungsprozesse. Ihre Entwicklung hängt auch von dem Verhältnis der Gruppe zu ihrer gruppespezifischen Umwelt ab. Diese Umwelt schließt andere signifikante Gruppen ein. Jene Außenbeziehungen sind für die gesamte Dauer des Gruppenbestehens determinierend. Als Voraussetzung für die Interaktion mit anderen Gruppen werden stilistische Grenzen der Gruppenmitgliedschaft definiert. Mithin entstehen Interaktionen zwischen verschiedenen Stil-Gruppen wie Mods und Rocker oder Hippies und Skinheads (Clarke 1979, S. 136 ff).

Zusammenfassend wird aus den Erkenntnissen der Fanforschung festgehalten, dass als Voraussetzungen für eine Fanobjekt-Beziehung kulturelle Objekte verfügbar sowie finanzielle und zeitliche Ressourcen gegeben sein müssen, um an ihnen teilzuhaben. Ferner wurde herausgearbeitet, dass Fans bezogen auf ihre Fanobjekte in vielseitiger Weise aktiv werden und nicht nur passiv das kulturelle Objekt konsumieren. Die objektbezogene Praxis wird mithin zu einem zentralen Konstitutiv eines jeden Fans. Die Fanobjektbindung, die zwischen den Akteuren und dem kulturellen Objekt entsteht, ist von einer hohen emotionalen Involviertheit und gleichzeitig von einer kritischen Distanz charakterisiert. Diese Dimensionierung verweist auf der einen Seite auf eine affektiv begründete Auseinandersetzung mit dem kulturellen Objekt. Andererseits bildet die Strategie der kritischen, extensiven Deutungsarbeit der Fans an ihrem Fanobjekt die Basis für einen emanzipatorischen Akt, wodurch sie eigene Lesarten bilden und mit ihnen die ursprünglichen Produzenten des kulturellen Objekts konfrontieren. Eine top-down Vorgabe von Produzierenden an Rezipierende wird in diesem Zusammenhang aufgelöst, was Jenkins (1992) an der konflikthaften Beziehung zwischen Lesern und Autoren prägnant verdeutlichte.

Bezogen auf den Forschungsgegenstand wird nun reflektiert, wie die Erkenntnisse aus der Fanforschung für die vorliegende Studie fruchtbar gemacht werden.

Um das Verhältnis zwischen den ursprünglichen Produzenten eines kulturellen Objekts und den rezipierenden Produzenten näher zu beleuchten, hilft es m. E. zwischen einem kulturellen Objekt und denjenigen Akteuren zu unterscheiden, die das kulturelle Objekt deuten und entsprechend ihrer Deutungen in Praktiken inszenieren. Diese Perspektive, der unterschiedlichen Deutungen und Inszenierungen eines kulturellen Objekts fokussiert nicht auf seine ursprüngliche Bedeutung, sondern auf interaktiv hergestellte Deutungen von Akteuren über das Objekt, welche wiederum einer prozesshaften Eigenlogik unterliegen. Aus dieser Perspektive stünde folglich nicht mehr die Fan-Objekt-Beziehung im Vordergrund, sondern die Fan-Fan-Beziehung. Die Eigenlogik der Interaktionen gründet dann ein Selbstbild mit eigenen Namen und Praktiken wie es im Kapitel 2.1 bei den sogenannten Ultras skizziert wurde.

Es wurde ferner dargelegt, dass die Transformationen der kulturellen Objekte die Möglichkeit des Entwurfs einer utopischen Gegenwelt konstituieren, in der ein Miteinander gelebt werden kann, dass in der Alltagswelt als unmöglich erscheint. Die Vermischung von Fanwelt und Alltagswelt birgt m. E. eine nicht zu unterschätzende gesellschaftliche Funktion der Fanwelten. So verweist Joas (2011) auf die Schwierigkeit, Orte zu finden, die es ermöglichen, eigene Werte öffentlich auszudrücken (Joas zitiert nach Schößler 2011, S. 73). Auf die Verbindung zwischen ästhetischer Inszenierung und ethischer Positionierung wurde bereits verwiesen (vgl. Söffner 2010). Die Erkenntnis aus der Fanforschung sensibilisieren den empirischen Teil der vorliegenden Studie insofern, als dass die beobachteten Praktiken auch vor dem Hintergrund ihrer kompensatorischen Funktion gegenüber Alltagserfahrungen zu betrachten sind.

Des Weiteren erinnert die ästhetische Inszenierung als ethische Positionierung daran, was Clarke als Stil bezeichnete. Clarkes Ausführung über Gruppenstile beziehen sich jedoch auf die Ausdifferenzierung zwischen Gruppen aus verschiedenen Genres, z. B. Mods contra Rockers, Skinheads contra Hippies. Der Austausch zwischen Gemeinschaften innerhalb eines Stil-Genres wie es bei *Ultras* unterschiedlicher Fußballvereine der Fall ist, wird dagegen nicht beleuchtet. Ferner ist der von Clarke verwendete Begriff der *Subkultur* problematisch angesichts der Spätmoderne. Seine Ausführungen zu Subkulturen beziehen sich auf klassenspezifische Strukturmerkmale der 1970er-Jahre in Großbritannien. Das *Sub* verweist dabei auf eine Stamm- bzw. Hegemonialkultur. Sowohl die Eingrenzung von Generationen oder Hegemonialkulturen als auch die Unterscheidungen von Klassen gelten in der Spätmoderne (vgl. Rosa, Streckler & Kottmann 2013) hingegen als aufgeweicht und somit als keine verlässlichen Strukturmerkmale. Kotthaus (vgl. 2017a) verweist in ähnlicher Argu-

mentation darauf, dass Ultras nicht als klassische Subkultur zu konzeptionalisieren sind. Gleichwohl fokussiert das Konzept des *Stils* auf die interaktive Dimension zwischen den Akteuren, welche kulturelle Objekte neu arrangieren, woraus sich Gruppen konstituieren. Diese Perspektive auf interaktive Praktiken wird in der vorliegenden Studie ebenfalls eingenommen. Insofern werden die Überlegungen zu dem Begriff des *Stils* als hilfreiche Heuristik für die Betrachtung der empirischen Daten aufgegriffen. Jedoch müssen die Bedingungen einer gegenwärtigen Stilbildung auf die aktuelle gesellschaftliche Situation übertragen werden, um Fehlschlüsse zu vermeiden. So wäre die Deutung eines Klassenkampfes, welcher mittels der Symbolik eines objektbezogenen Stils vollzogen wird, hinsichtlich gegenwärtiger gesellschaftlicher Verhältnisse vermutlich weniger tragbar.

Abschließend ist festzuhalten, dass die beschriebenen Definitionen von Fans zunächst auch auf das Phänomen *Ultras* übertragbar sind. Denn wie in Kapitel 2.1 skizziert, zeichnen sich diese Akteure etwa durch eine relativ kontinuierliche Veranstaltungsteilnahme aus, was auf eine langfristige emotionale Bindung zu einem für sie externen kulturellen Objekt schließt. Zudem präsentieren sich *Ultras* durch ihre pro-aktiven Praktiken in Fußballstadien mit selbsterstellten Materialien als kulturelle Produzenten, welche Rohmaterialien wie Fußballverein oder Stadionevent interaktiv neu arrangieren. Jene konstituierten Stile fungieren als Abgrenzungen zu anderen Akteuren, d. h. sie führen zu Selbst- und Fremdzuschreibungen.

Indem *Ultras* mittels der erfolgten Erörterung im weitesten Sinne als Fans eingeordnet werden, wird zugleich auf die m. E. berechtigte Kritik von Roose und Kollegen (2010) eingegangen, welche darauf verwiesen, dass in vielen Studien die beforschten Akteure und nicht die Forschenden darüber entscheiden, wer ein Fan ist (S. 11), wodurch die Logik des Feldes unreflektiert zu übernommen werden scheint.

Ungeachtet der Überschneidung der Charakteristika von *Fans* mit *Ultras* ist der Begriff *Fan* eng verbunden mit dem kulturellen Objekt und thematisiert somit insbesondere den Zugang als auch die Aufrechterhaltung der Fan-Objekt-Beziehung. Die Eigenlogik der Interaktionen zwischen den Akteuren rückt damit in den Hintergrund als eine Art Bestandteil der Fan-Objekt-Beziehung. Die interaktiv hergestellte soziale Wirklichkeit innerhalb der Akteur-Akteur-Beziehungen ist hingegen das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie, weshalb der Begriff *Fan* mit seinem Fokus auf die Fan-Objekt-Beziehung einschränkend erscheint.

Ferner wurde darauf verwiesen, dass Fankulturen ein Massenphänomen darstellen und somit dem Zeitgeist entsprechen. Diese Feststellung führt zu der Frage, welche gesellschaftlichen Funktionen Fankulturen für die Akteure zu erfüllen versprechen bzw. welche Probleme sie lösen sollen. Mit der gesell-

schaftlichen Funktion von Fankulturen aus modernisierungstheoretischer Perspektive befasst sich die Szeneforschung (vgl. Hitzler 2010a)<sup>9</sup>. Aus dieser Perspektive werden Fankulturen als netzwerkartige Zusammenschlüsse von *posttraditionalen Gemeinschaften* (vgl. Hitzler, Honer & Pfadenhauer 2008) verstanden. Das Konzept der *posttraditionalen Gemeinschaft* und der *Szene* verspricht im Gegensatz zum Fanbegriff vordergründiger die interaktive Eigenlogik der Akteur-Akteur-Beziehungen zu beleuchten und damit im Kern das empirische Interesse der Forschungsarbeit zu behandeln. Zum anderen ermöglichen es diese Konzepte, den empirischen Teil vor dem Hintergrund gegenwärtiger gesellschaftlicher Verhältnisse zu kontextualisieren, womit dem Erkenntnisinteresse entsprochen wird, das nach Strategien von Selbst- und Fremdzuschreibungen in der Spätmoderne fragt. Aus diesem Grund werden nun die letzt genannten theoretischen Konzepte vorgestellt.

### 2.2.2 Posttraditionale Formen von Gemeinschaften

Beck (2015) stellt fest, dass ungeachtet von Ungleichheiten in der deutschen Gegenwartsgesellschaft, nicht von einer Klassengesellschaft ausgegangen werden kann. Als einen zentralen Grund dafür nennt er, dass insbesondere in der Nachkriegszeit nach 1945 der Wirtschaftsaufschwung in der BRD zu einem kollektiven Mehr geführt hat. Jener Umstand dünnte subkulturelle Klassenidentitäten und -bindungen aus bzw. löste sie auf. Im Zuge dessen kam es zu einem Prozess der Individualisierung und Diversifizierung von Lebenslagen und -stilen, welche eine nach sozialen Klassen strukturierte Wirklichkeit unterwandern und hinterfragen (121 f.). Die materiellen und zeitlichen Entfaltungsmöglichkeiten treffen auf die Verlockung des Massenkonsums, wodurch traditionale Lebensformen verdrängt werden. Die Überschneidungszonen von sozialen Schichten werden größer und mithin die Suche nach neuen Orientierungsmöglichkeiten. Eine Gesellschaft, die nicht mehr in wahrnehmbaren Klassenkategorien handelt, sucht nach anderen Sozialstrukturen und findet sie etwa in ungleichen Konsumstilen. Der Konsum als Lebenspraxis, nimmt in diesem neugeordneten Prozess von wechselseitigen Identitätszuweisungen eine zentrale Funktion ein (ebd., 124 ff.).

Hitzler (2010) knüpft an Becks Überlegungen an und stellt heraus, dass individuelle Orientierungen und Sinnsetzungen auch in einer komplexen, pluralisierten Welt typischerweise nicht autonom erfolgen. Vielmehr wird die individuelle Geordnetheit von Welt durch gemeinschaftliche Sozialisationsagenturen wie nicht-traditionalen Milieus beeinflusst. Jene Post-Milieus sind nicht sta-

---

9 Auf die Übertragung des Szene-Konzepts auf Fankulturen verweist Hepp (2010, S. 227).

tisch. Akteure pflegen mehr oder weniger flexibel Kontakte in ganz unterschiedlichen sozialen Räumen, was zu relativ offen strukturierten Milieus führt. Vieles scheint demnach im neuen und scheinbar grenzenlosen Miteinander möglich. Nur eines soll vermieden werden: mental und emotional einsam zu sein. Der nach wie vor bestehende Vergemeinschaftungsdrang soll Verunsicherungstendenzen in einer komplexen Realität durch kollektive Orientierungen kompensieren. Denn in der Gegenwartsgesellschaft verlieren traditionelle Sozialisationsagenturen wie Familie, Kirche oder politische Organisationen insbesondere für Heranwachsende ihre entlastende Funktion. An ihre Stelle treten soziale Erfahrungsräume, die sich jedoch traditionellen Verbindlichkeitsansprüchen entziehen (S. 14 ff.). Mithin bilden sich Gesinnungsgenossenschaften heraus, deren vergemeinschaftende Kraft aus ähnlichen Lebenszielen und ästhetischen Ausdrucksformen erwachsen. Jene Sinnwelten werden als *posttraditionale Gemeinschaftsformen* bezeichnet. Als Merkmale für jedwede Form der Gemeinschaft wird die Abgrenzung zu einem „Nicht-Wir“, einem Zugehörigkeitsgefühl, ein von der Gemeinschaft geteiltes Interesse, eine gemeinsam geteilte Wertsetzung der Mitglieder und das Vorhandensein zugänglicher Interaktionsräume erachtet (Hitzler, Honer & Pfadenhauer 2008, S. 9 ff.). In diesen sozialen Gebilden bestehen wie bei traditionellen Gemeinschaften ebenfalls Regeln, Routinen und Weltdeutungsschemata. Im Unterschied zu traditionellen Gemeinschaften gelten sie jedoch nicht als (relativ) alternativlose Lebensentwürfe. Vielmehr sind die posttraditionale Gemeinschaften durch vergleichsweise geringe *Kosten* leicht wähl- und abwählbar. Ferner ermöglichen sie parallele *Mitgliedschaften* (Hitzler 2010a, S. 14 f.). Die Wahlgemeinschaften haben typischerweise kein institutionelles Sanktionspotenzial, um ihre Weltansicht durchzusetzen. Stattdessen verführen sie zur Teilnahme durch erlebenswerte Erfahrungsmöglichkeiten, aus welchen eine freiwillige, emotionale Bindung ihrer Mitglieder resultiert. Jene Bindungskraft ist gleichsam temporär und führt zu einer wechselnden Partizipation an verschiedenen Gemeinschaften. Ferner erfolgt die Reproduktion einer solchen posttraditionale Form der Gemeinschaft nicht durch geteilte Interessen, sondern sie erzeugen sie, d. h. aus dem gemeinsamen Handeln ergibt sich die Existenz der Gemeinschaft (Hitzler, Honer & Pfadenhauer 2008, S. 12 f.). Die Autoren beziehen sich in ihrem Konstrukt der *posttraditionale Gemeinschaft* u. a. auf Maffesolis Konzept des Neo-Tribalismus (1988 zit. nach Keller 2006). Maffesoli konstatiert einen Wandel von einer rational-individualistischen Gesellschaft hinzu einer postmodernen Konfiguration, in der vielfach zergliederte und sich in ständiger Neuordnung befindende Stammesbildungen erfolgen. Die Metapher des *Stammes* (engl.: tribe) verweist darauf, dass es sich bei dieser Art von Gemeinschaften nicht um erzwungene, existenzielle oder zweckorientierte Gruppenbildungen handelt. Vielmehr stehen gemeinsam geteilte Erlebnisse, Erfahrungen und Gefühle der Gemeinschaftsbildung im Vordergrund. Der daraus hervorgehende Neo-Tribe

ist ein komplexes Gebilde, welches aus Ritualen und Zwängen besteht. Er ist von einer organischen Solidarität gekennzeichnet, in der das Individuum sich im Kollektiv verliert. Der Glaube bzw. die Selbstvergewisserung der Gemeinschaft erfolgt durch emotionale Hingabe seiner Mitglieder. Die emotionale Involviertheit ist wiederum kontingent wie die Mitgliedschaft selbst (Keller 2006, S. 106 ff.).

Auch wenn *posttraditionale Gemeinschaften* insbesondere bei heranwachsenden Jugendlichen eine übliche Gesellungsform darstellen, beschränkt sich diese Art von sozialen Zusammenschlüssen nicht auf diese Lebensphase. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass die Phase der Jugend ohnehin entstrukturiert ist und als Kulturphänomen keinen klaren Altersgrenzen folgt. In diesem Zusammenhang werden die Vergemeinschaftungen als *juvenil* bezeichnet, womit sie sich für Altersphasen auch nach der Jugend öffnen (Hitzler 2010a, S. 9 f.).

Traditionale Formen der Gemeinschaft sind also relativ starre und alternative, soziale Gebilde. Sie können sich mittels Zwangsstrukturen, Zugehörigkeit und Abgrenzung etablieren und sich aus diesen reproduzieren. *Posttraditionale Gemeinschaften* kennzeichnen sich dagegen durch eine freiwillige und emotionale Teilnahme. Diese Vergemeinschaftungsformen überzeugen durch ihr verführerisches Angebot und nicht durch Zwang. Sie werden als kollektive Orientierung charakterisiert, aus der eine organische Solidarität hervorgeht, mit welcher schließlich individuell erlebte Verunsicherungstendenzen angesichts der Komplexität der Gegenwartsgesellschaft kompensiert werden sollen. Die Bedingung für die Existenz der Gemeinschaft ist die gemeinsame Praxis. Der tendenziell offene Zugang in *posttraditionalen Gemeinschaften* und ihre fehlenden Zwangsstrukturen haben flüchtige und parallele Mitgliedschaften zur Folge. Die losen Zusammenhänge machen sie damit im hohen Maß kompatibel für individualisierte Lebensentwürfe in einer pluralisierten Gesellschaft.

Der dargelegte Gemeinschafts-Begriff ist fruchtbar für das zu ergründende Feld. Die Erkenntnis, dass die posttraditionale Form der Gemeinschaft nicht durch ein geteiltes Interesse entsteht, sondern es durch ihre Praxis erst erzeugt, verweist auf die zentrale Bedeutung der Interaktionen zwischen den Akteuren. Damit einhergehend verschiebt sich der Fokus von der im vorhergehenden Kapitel dargelegten Perspektive einer Fan-Objekt-Beziehung auf die Akteur-Akteur-Beziehung. Jener Ansatz scheint erkenntnisfördernd für das Forschungsfeld, da er unmittelbar die Präsentationsformen der Akteure thematisiert. Mithin lassen sich die in Kapitel 2.1 skizzierten Praktiken der zu befororschenden Akteure vielmehr als Interaktionsangebote zum Zweck der Gemeinschaftsbildung verstehen und weniger vordergründig als eine fanobjektbezogene Praxis. Aus dieser Perspektive bildet ein kulturelles Objekt wie ein Fußballverein die Basis für die Vergemeinschaftung. Die Praxis der entstandenen

Gemeinschaft orientiert sich jedoch an der interaktiven Eigenlogik zwischen den vergemeinschafteten Akteuren und nicht zwangsläufig an dem sich ohnehin inhaltlich selbst reproduzierenden Fanobjekt. Entsprechend wird der Begriff *Fan* in vorliegender Studie insbesondere als Erklärung für den Zugang zu einer Gemeinschaft genutzt. Um jedoch gemäß des Erkenntnisinteresses die beobachteten Praktiken der Akteure besser zu verstehen, ist der Begriff der *Gemeinschaft*, welcher in der Forschungsarbeit bisweilen synonym als *Gruppe* bezeichnet wird, naheliegender, da er insbesondere auf die empirisch noch zu ergründende Eigenlogik der Interaktionen zwischen den Akteuren abzielt. Entsprechend werden im empirischen Teil die Begriffe Gemeinschaft oder Gruppe für die zu beforschenden Akteure verwendet.

Nachdem das Konzept der *posttraditionalen Gemeinschaft* beleuchtet und mit dem Begriff *Fan* diskutiert wurde, wird nun die netzwerkartige Gestalt skizziert, in welcher die thematisch fokussierten Gemeinschaften miteinander interagieren, um so die Bedingungen der gegenseitigen Bezugnahme zwischen den Akteuren zu beleuchten.

### **2.2.3 Szenen als netzwerkartige Struktur von posttraditionalen Gemeinschaften**

Wie einleitend dargestellt, beziehen sich *Ultras* bei Stadionfußballspielen in ihren Tribünenpraktiken nicht nur auf das Fußballspiel, sondern auch auf die jeweils andere Ultra-Gemeinschaft des gegnerischen Fußballvereins, z. B. mit Bannern oder Gesängen. Die interaktive Orientierung zwischen den Ultra-Gemeinschaften erfolgt wie im empirischen Teil zu zeigen sein wird, auch außerhalb der Veranstaltungsorte. So nehmen *Ultras* auf Reisewegen zu den Veranstaltungen verbalen oder physischen Kontakt mit anderen reisenden *Ultra-Gemeinschaften* auf. Verschiedene Internet-Portale oder Fanzines, in denen über Regeln im Umgang miteinander diskutiert wird, deuten ebenfalls auf einen regen Austausch zwischen Ultra-Gemeinschaften hin, welcher auf gruppenübergreifende Handlungsorientierungen verweist. Ultra-Gemeinschaften scheinen folglich adäquate Adressaten füreinander zu sein, da sie als Gruppen von Gleichgesinnten gewertet werden, woraus anschlussfähige, reziproke Interaktionen hervorgehen. Das sozialwissenschaftliche Konzept der *Szene* widmet sich derlei gruppenübergreifenden Interaktionsstrukturen, weshalb es als begrifflicher Bezug für den empirischen Teil nun skizziert wird.

Szenen werden als lockere Netzwerke charakterisiert, in denen eine unbestimmte Zahl von Personen und Personengruppen freiwillig vergemeinschaftet sind (Hitzler & Niederbacher 2010, S. 16 f.). Szenen sind ein funktionales Äquivalent eines verloren gegangenen Gemeinschaftslebens in einer individualisier-

ten Gesellschaft. Sie versprechen individuelle Selbstvergewisserung und Einflussnahme auf die je eigene soziale Situation ihrer Teilnehmer (Lucke 2006, S. 21). Szenen sind lokal gefärbt, jedoch nicht lokal begrenzt. Es sind keine formalisierten Organisationen mit offiziellen Mitgliedern. Fixierte Mitgliedschaftskriterien gibt es nicht. Ein beliebiger Ein- und Austritt ist deshalb spontan möglich und wahrscheinlich. Lediglich das Bekenntnis zur Teilnahme und die Orientierung an der äußeren Form der Szene ist Voraussetzung (Schulze 2000, S. 463). Szenen (lat. *Scena* = Zelt, Bühne, Theater) dienen dazu, etwas in der Öffentlichkeit zu *inszenieren* bzw. in Szene zu setzen (Lucke 2006, S. 7). Sie lassen sich als Gesinnungsgemeinschaften charakterisieren, in denen vor allem Jugendliche in ihrer Suche nach identitätsstiftenden Ankern auf Gleichgesinnte hinsichtlich ihrer Interessen treffen. Das gemeinsame Bindeglied von Szenen sind thematische, ästhetische und mentale Formen der kollektiven Selbststilierung, z. B. Musikstil, Sportart, Weltanschauung, Konsumgegenstände (Gebhardt, Hitzler & Pfadenhauer 2000, S. 11). Sie dienen als Grundlage für vielseitige Gemeinschaftserlebnisse. Als kleinster dramaturgischer Nenner einer Szene ist ein Bild zu nennen, was nur mit Szenewissen verstanden werden kann (Lucke 2006, S. 7). Das Selbstbild einer Gruppe innerhalb einer Szene umfasst sowohl das Bild, eine Gruppe zu sein als auch ein Teil einer Szene zu sein. Die Kommunikation innerhalb einer szenezugehörigen Gruppe ist engmaschiger als zwischen den Gruppen einer jeweiligen Szene. Jedoch ist die gruppenübergreifende Interaktion ein wichtiger Bestandteil für die Gewissheit der Existenz einer Szene. Der kommunikative Austausch innerhalb dieser Netzwerke dient dazu, sie zu reproduzieren. Die Interaktionen zwischen Gruppen erfolgen durch szenetypische Symbole, Zeichen und Rituale. Jene Signale der Szenezugehörigkeit machen es nicht erforderlich, dass sich die Szenegänger persönlich kennen (Hitzler & Niederbacher 2010, S. 20). Zur Vergewisserung der kollektiven Existenz einer Szene dienen monothematische Events, in denen ein Zusammengehörigkeitsgefühl exzessiv inszeniert und ausgelebt wird (Gebhardt 2002, S. 294). Die existenzielle Reichweite der szeneimmanenten Deutungsangebote kann für den einzelnen Szenegänger relativ weitreichend sein, dringt jedoch kaum bis in alle Lebenslagen vor. Dafür ist die Szene ebenso wie die eigene Teilnahme zu unbeständig (Lucke 2006, S. 20). Die jederzeit kündbare Zugehörigkeit zu einer Szene bietet nur kurzfristig die Illusion, dass ein Urteil über das wirklich Wichtige und Richtige im Leben auf eine verallgemeinerungsfähige Grundlage gestellt werden kann (Gebhardt, Hitzler & Pfadenhauer 2000, S. 12).

Eine Hierarchisierung innerhalb von Szenen ergibt sich aus einer szeneeorientierten Leistungserbringung. Hitzler & Niederbacher (2010) führen in diesem Zusammenhang sogenannte Organisationseliten an. Dabei handelt es sich meist um langjährige Szenegänger, die durch ihr Szene-Wissen und ihre Kontakte im Netzwerk selbst Events produzieren können, z. B. Konzerte oder Conventions