



Jannis Linkelmann (Autor)

Von Dauersupportern und Konsumenten

Eine Analyse der Bedeutung von Fußballzuschauern für die Stadionatmosphäre



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/7731>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentzsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>



I Einführung

1 Einleitung

„Im Kölner Stadion ist immer so eine super Stimmung, da stört eigentlich nur die Mannschaft.“

(Udo Lattek)

1.1 Einführung in den Forschungsgegenstand

Der ehemalige Fußballlehrer¹ und spätere Sportdirektor des 1. FC Köln, Udo Lattek, wurde im Jahr 2010 von der Deutschen Akademie für Fußball-Kultur für den besten Fußball-spruch ausgezeichnet.² Er beschrieb in seiner ihm eigenen Art den Zustand seines ehemaligen Vereins und traf damit – zumindest in den Augen der Akademie – anscheinend den Nagel auf den Kopf. Neben seiner damaligen Sichtweise auf die sportliche Situation seines früheren Clubs hob Lattek die besondere Stimmung und Atmosphäre im Rhein-EnergieSTADION während eines Heimspiels des 1. FC Köln hervor. Dieser erfreute sich damals wie heute trotz mehrerer Auf- und Abstiege³ in der eigenen Stadt großer Beliebtheit.

Doch nicht nur der 1. FC Köln erfährt aktuell großen Zuspruch; insgesamt macht sich seit einigen Jahren in Deutschland eine neue Welle der Fußballbegeisterung breit. In der ganzen Bundesrepublik etablierte sich über alle sozialen Schichten hinweg Fußball insbesondere in den 2000er-Jahren als Sport in der Mitte der Gesellschaft. Dies lässt sich speziell an dem stark gewachsenen Zuschauerzuspruch belegen: Zwischen den Spielzeiten 2000/2001 und 2013/2014 stiegen die Besucherzahlen pro Spiel in der Bundesliga von rund 28.500 auf 43.500 Zuschauer. Dies entspricht einem Zuwachs von mehr als fünfzig Prozent. Fußball ist derzeit vielfach ein wesentlicher Bestandteil deutscher Alltagskultur. Zu Wochenbeginn arbeiten viele Gespräche im beruflichen Umfeld und Medienberichte die Fußballergebnisse des Wochenendes auf. „Fußball wurde zum ‚Kulturgut‘ erhoben und hat seinen Platz mittlerweile selbst in den letzten Bastionen deutschen Bildungsbürgertums

¹ Zum Zwecke der vereinfachten Lesbarkeit findet in dieser Studie vorwiegend das generische Maskulinum Anwendung. Die weibliche Form wird dabei stets mitgedacht. Eine Ausnahme bilden die Inhalte, die sich ausdrücklich auf Frauen beziehen.

² Die Deutsche Akademie für Fußball-Kultur „versteht sich als Anlaufstelle für all diejenigen, die den Fußballsport als kulturelles und gesellschaftliches Phänomen wahrnehmen“ (Deutsche Akademie für Fußball-Kultur, 2016, o. S.). Sie verleiht den Deutschen Fußball-Kulturpreis jährlich in fünf Kategorien, darunter den „Fußballspruch des Jahres“ (Deutsche Akademie für Fußball-Kultur 2017, o. S.).

³ Seit der Saison 2014/2015 spielt der 1. FC Köln wieder in der 1. Fußball-Bundesliga.



gefunden“ (Stolz, 2002, S. 18). Der heutige Zuschauersport Fußball stellt zunehmend einen Sportkonsum dar, seine Rezipienten sind Anhänger und Konsumenten zugleich. Sie fiebern mit ihren Lieblingsvereinen, -mannschaften oder -spielern und tauchen dabei in eine kommerzialisierte Form von Unterhaltung ein (Opaschowski, 1996, S. 39; Vinnai, 2010, S. 144 f.). Gleichzeitig kommt den Zuschauern von Fußballspielen jedoch eine eigene Rolle zu, die sie gewissermaßen zu Teilnehmern an dem *Erlebnis Stadionbesuch* werden lässt:

„Obwohl die Zuschauer sich körperlich außerhalb des Spielfeldes aufhalten, sind sie wie die Spieler Aktivisten des Spiels, die zum Spiel gehören, und nicht die passiven, nur zuschauenden Zuschauer im Theater. Sie können, wie die entsprechende Wendung sagt, anfeuern. Wer könnte im Theater einen Hamlet zum Handeln anfeuern?“ (Handke, 1972, S. 136)

Aus dem aktiven Handeln der vormals vielfach auf das visuelle Wahrnehmen reduzierten Zuschauer entstand in den vergangenen Jahren im Zusammenspiel mit der Atmosphäre in den deutschen Stadien das von Lattek hervorgehobene Qualitätsmerkmal der deutschen Bundesliga. So freute sich der ehemalige Trainer des FC Bayern München, Carlo Ancelotti, bereits vor seinem Amtsantritt auf die Atmosphäre in der Fußball-Bundesliga: „Ich freue mich besonders auf die Atmosphäre in den Stadien, denn es scheint so zu sein, dass die vollen Stadien für eine ganz besondere Stimmung sorgen. Das fasziniert mich am meisten“ (o. A., 2015c, o. S.).

Selbst das Auswärtige Amt macht unter dem Titel *Faszination Fußball-Bundesliga* auf der Webseite einer seiner Auslandsvertretungen Werbung mit der Stadionatmosphäre:

„Auch wenn der voranschreitende kommerzielle Wandel in Europas Stadien auch vor Deutschland nicht vollends halt macht, hat sich der deutsche Fußball dabei doch immer noch seine Identität bewahren können. [...] Als abschreckendes Beispiel gilt oft England. Befinden sich dort bereits viele Vereine zunehmend in den Händen ausländischer Investoren und ist vielerorts eine einst legendäre Fankultur durch horrenden Eintrittspreisen aus dem Stadion gedrängt worden, ist die Atmosphäre deutscher Spielplätze jedoch noch immer einzigartig. Trotz der unschwer wahrnehmbar zunehmenden Massenkompatibilität des Fußballs bleibt die Stadionatmosphäre der Bundesligisten in puncto Stimmung, Choreografien und Fan-Gesängen Ausdruck einer lebendigen Fankultur. Spiele bei Borussia Dortmund, Schalke 04 und beim 1. FC Köln sind anschauliche Beispiele dafür“ (Coekoll, o. J., o. S.).



Wie Udo Lattek betont auch die Deutsche Botschaft in Phnom Penh (Kambodscha) die Atmosphäre im RheinEnergieSTADION in Köln-Müngersdorf. Eine Einschätzung, die der Präsident des FC Bayern München, Uli Hoeneß („Ich mag auch diese wunderbare Atmosphäre in diesem Stadion. Da bekommt man selbst als Gast Gänsehaut.“⁴), und viele Internetautzer teilen:

⁴ Gassmann, 2016, o. S.

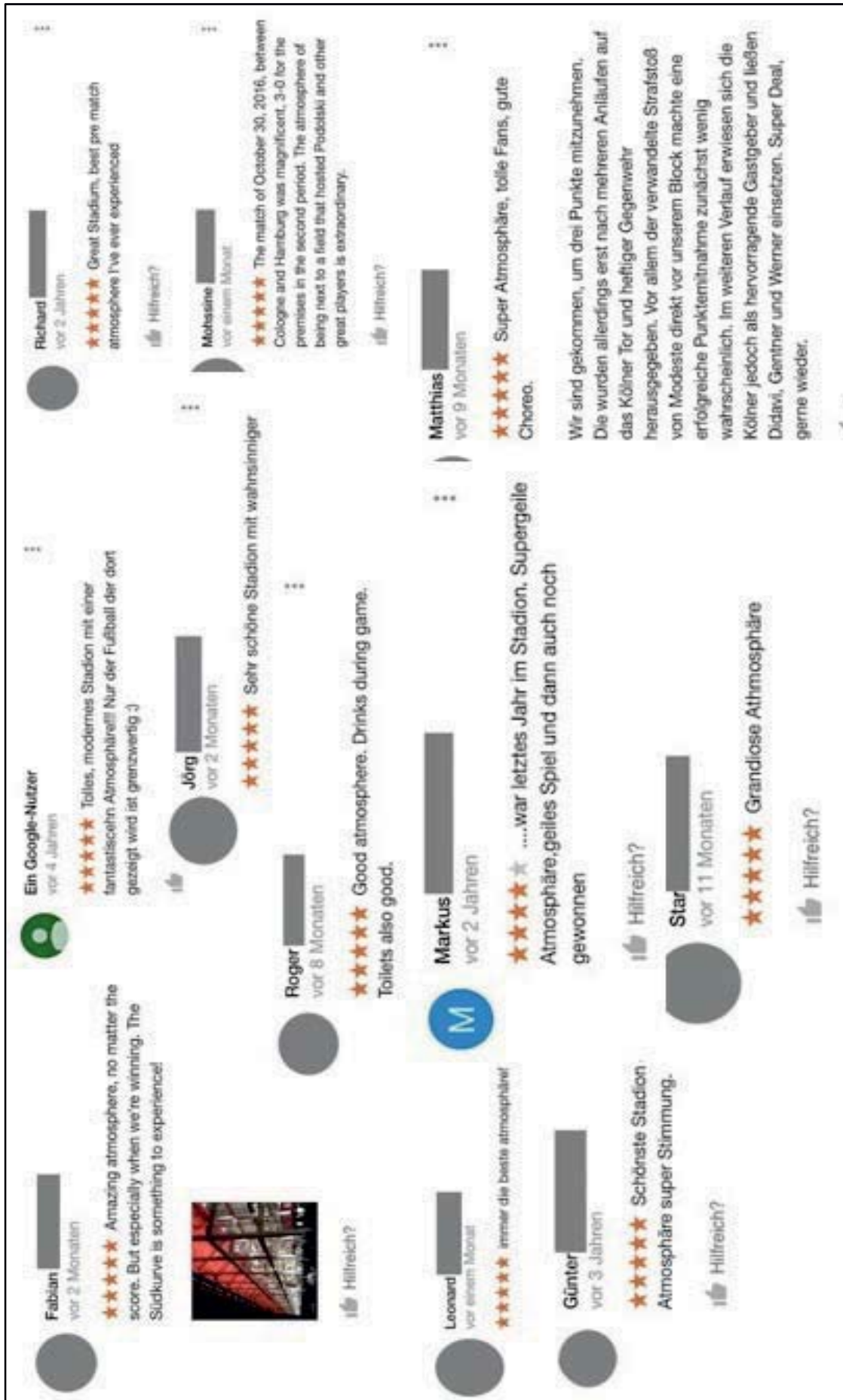


Abbildung 1: Stimmen von Internetnutzern zur Atmosphäre im Kölner RheinEnergieSTADION (eigene Darstellung)



Internetnutzer wählten in den vergangenen Jahren bei nicht repräsentativen Umfragen die Kölner Stadionstimmung und die Vereinshymne zur besten Deutschlands (o. A., 2014b, o. S.; o. A. 2016, o. S.). Möchte sich sportwissenschaftliche Forschung mit den Geschehnissen auf den Zuschauertribünen während eines Spiels der Bundesliga auseinandersetzen, bietet sich insbesondere die Stadionatmosphäre als ein Wesensmerkmal des deutschen Fußballs an. Das RheinEnergieSTADION in Köln erfährt in diesem Zusammenhang derart positive Resonanz, dass es sich für die wissenschaftliche Auseinandersetzung ausnehmend gut eignet. Mit den Arbeiten von Höfer (1979) und Kopiez und Brink (1998) liegen zu den Gesängen und der Stimmung bereits ähnlich gelagerte Studien vor, die es gestatten, aktuelle Erkenntnisse vor ihrem historischen Hintergrund zu betrachten. Aus dieser Verbindung ergibt sich das Dissertationsvorhaben:

Von Dauersupportern und Konsumenten.

Eine Analyse der Bedeutung von Fußballzuschauern für die Stadionatmosphäre

1.2 Wichtigkeit und Relevanz der Fragestellung

Während die Bundesliga ‚boomt‘ und die Zuschauerzahl bei den Spielen der Vereine Höchststände aufweist, „hat die fachwissenschaftliche Auseinandersetzung um den Fußball zumindest im deutschen Sprachraum bislang kaum begonnen“ (Stolz, 2002, S. 19). Obwohl eine Vielzahl von populärwissenschaftlichen Büchern rund um das Thema Fußball erschienen ist, bleibt der Anteil der Fachliteratur unverändert niedrig. Arbeiten, die den Sportzuschauer in den Mittelpunkt wissenschaftlicher Betrachtungen stellen, beschränken sich vielfach auf die Themen Gewalt und Aggression. Die Soziologie und Psychologie interessiert in diesem Zusammenhang neben individuellen und gruppenspezifischen Gewaltphänomenen vor allem das Thema Massenverhalten (Winkle, 2013, S. 19). Den überrepräsentierten Ausführungen zu gewaltsamen Zuschauern stehen nur verhältnismäßig wenige Untersuchungen zum Zuschauer im Allgemeinen gegenüber (Messing & Lames, 1996a, S. 26). Um diesem Ungleichgewicht entgegenzuwirken, betrachtet die vorliegende Arbeit auch genau diese Zuschauergruppe, die bisher gewissermaßen als ‚graue Masse‘ in der Forschung wahrgenommen wurde.

Denn die Zuschauer in ihrer Gesamtheit sind zwischenzeitlich zu einem Teil des Spiels geworden und somit unverzichtbar für die Medien, die Vereine und die Verbände. Stadionbesucher sind hierbei kein Wirtschaftsfaktor, da die primären Einnahmen über Sponsoren und die Übertragungsrechte erwirtschaftet werden, gleichwohl sind sie unentbehrlich für eine Art Folklore. Es sind vornehmlich die Zuschauer, die durch die Unterstützung der Mannschaften für die Atmosphäre in einem Fußballstadion verantwortlich sind (Bremer, 2003, S. 102).



Der Stadionatmosphäre und -stimmung wird dabei ein eigener Unterhaltungsnutzen zugeschrieben, sie gilt als eines der wichtigsten Motive für den Besuch von Sportveranstaltungen (Uhrich, 2008, S. 6 ff.). Bereits 1979 war für vier von fünf Besuchern eine gute Stimmung im Stadion „genauso wichtig wie das eigentliche Spiel“ (Stollenwerk, 1979, S. 206). Bei einer im Jahr 2016 veröffentlichten Befragung war für etwa 90 Prozent der ca. 2.500 befragten Zuschauer von Fußballspielen die Stadionatmosphäre wichtig oder sehr wichtig (Fußball und Gesellschaft, 2016b, o. S.). Ausführliche Befragungen zu den Atmosphären im Kontext von Sportveranstaltungen und zu deren wissenschaftlicher Aufarbeitung liegen jedoch nur in geringem Umfang vor, sodass man berechtigterweise von einem Forschungsdesiderat sprechen kann. Herauszuheben sind in diesem Zusammenhang die Arbeiten von Uhrich und Winands. Ersterer untersuchte das Konzept der Atmosphäre bei Teamsportveranstaltungen am Beispiel des Fußballs aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive (Uhrich, 2008, S. 199).⁵ Die ethnographische Studie Winands' (2015) behandelt die Interaktionen von Fußballfans im Stadion. Grundlage für seine Analyse bildeten die Ausführungen Goffmans (1977). Im Mittelpunkt seiner Ausarbeitungen standen die Zuschauer auf den Stehplätzen – den sogenannten Fankurven. Er führt aus:

„Von Bedeutung dürfte auch der Blick über die Kurven hinaus auf die Interaktionen auf den Tribünen- und Logenplätzen der Geraden sein. Die Besucher dieser Bereiche sind in der vorliegenden Analyse nur bedingt Gegenstand der Betrachtung. Im Mittelpunkt stehen die Fankurven. Dabei wird sich auch in diesen Sektoren rege an der Interaktion beteiligt. Welche Muster sind explizit dort zu beobachten, wie interagiert diese Zuschauerschaft mit dem Feld und wie mit anderen Bereichen des Stadions?“ (Winands, 2015, S. 246)

Das vorliegende Dissertationsvorhaben ergänzt die jüngst erschienene Studie Winands', die das Augenmerk nur auf die kleine Gruppe der in den Fankurven stehenden Fans lenkt, und erweitert sie zugleich, indem Zuschauer, Zuschauerverhalten und Atmosphäre zusammengedacht werden.

Der Begriff der Atmosphäre ist vielfältig und im deutschen Sprachgebrauch fest verwurzelt. Er findet u. a. in der Beschreibung von Festen, Sportveranstaltungen und in der Philosophie Anwendung (Hauskeller, 1995, S. 13; Rauh, 2007, S. 124). Über Atmosphären wird mit einer großen Selbstverständlichkeit gesprochen, auch in Verbindung mit Fußballspielen in Stadien bzw. mit Spielen der Fußball-Bundesliga ist der Ausdruck allgegenwärtig. Was sich präzise hinter diesem Terminus verbirgt, mit welchen Grundlagen und Assoziationen er einhergeht, wird dabei kaum beachtet, hier liefert die Philosophie einen möglichen Erklärungsansatz. Mit einem interdisziplinären Anspruch überträgt diese Studie den phä-

⁵ Kapitel 3.5 skizziert Ergebnisse der Arbeit Uhrichs.



nomenologischen Atmosphärebegriff auf die konkrete Atmosphäre in einem Fußballstadion. Sie versucht dabei zu ergründen, wie und in welchen Situationen Stadionatmosphäre zustande kommt. Welch ausgeprägte wissenschaftliche Relevanz dieses Vorhaben besitzt, wurde bereits angerissen: Der deutsche Profifußball müsste ohne die Unterstützungshandlungen der Zuschauer auf eines seiner ihn auszeichnenden Qualitätsmerkmale verzichten – eine Tatsache, die jedoch bislang weitestgehend unbeachtet blieb (Knoblauch, 2000, S. 39).

Um die bestehenden Wissensdefizite in den Forschungsgegenständen der Stadionatmosphäre und der Zuschauerforschung ohne Gewaltbezug in Teilen zu erhellen, wurde ein explorativer Ansatz verfolgt. Hierfür nutzt die vorliegende Dissertation (teilnehmende) Beobachtungen sowie eine Online-Befragung. Als Handlungsrahmen stehen ihr vier forschungsleitende Fragestellungen zur Verfügung:

Im Mittelpunkt steht erstens die Bedeutung der Atmosphäre für den Stadionbesuch. Legt man die Erkenntnisse der wissenschaftlichen Literatur und öffentliche Äußerungen zugrunde, entsteht der Eindruck, dass für viele Zuschauer die Stadionatmosphäre eine besondere Motivation für den eigenen Besuch vor Ort darstellt. Mithilfe der Online-Befragung möchte die vorliegende Studie die Wichtigkeit der Atmosphäre für das ‚Erlebnis Stadionbesuch‘ herausarbeiten und in diesem Zuge hinterfragen, ob sich eine diesbezügliche Unzufriedenheit negativ auf die Anzahl der Stadionbesuche auswirken kann.

In einem zweiten Schritt möchte dieses Forschungsvorhaben Erkenntnisse aus der sportwissenschaftlichen Zuschauerforschung mit der philosophischen Atmosphäreforschung verbinden. Dabei soll untersucht werden, in welchen Situationen Stadionatmosphäre im philosophischen Sinne im RheinEnergieSTADION vorzufinden ist. Hierbei wird sich zudem der Relevanz des philosophischen Atmosphärebegriffs für die Zuschauerforschung angenähert. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen zu denjenigen aus der Online-Befragung in Beziehung gesetzt werden.

Im Rahmen der dritten forschungsleitenden Fragestellung soll sich der Bedeutung der Ultra-Gruppierungen für die Atmosphäre im RheinEnergieSTADION zugewandt werden. Folgt man der vorliegenden wissenschaftlichen Literatur, kann behauptet werden, dass Ultra-Gruppierungen bei der Unterstützung der eigenen Mannschaft besonders aktiv sind. Entspricht dieses tatsächlich der Realität? Diese Arbeit geht der Relevanz dieser Gruppierungen nach, arbeitet zudem die Arten und die Strukturen der Unterstützung heraus und betrachtet schlussendlich die Interaktion der Ultras mit weiteren Zuschauergruppen.

Bei der abschließenden vierten forschungsleitenden Frage liegt ein Schwerpunkt auf den übrigen Zuschauern – der ‚grauen Masse‘ – im RheinEnergieSTADION. Unter Einbindung der Ergebnisse der Online-Befragung arbeitet die Untersuchung die Aktivitäten und das



Engagement der Besucher der Nord-, Ost- und Westtribüne heraus, um in einem zweiten Schritt zu verdeutlichen, in welchem Maße die eigene Mannschaft hierdurch unterstützt wird. Gleiches gilt für die möglichen Auswirkungen der Aktivitäten der Südkurve auf das Handeln des Publikums und die Interaktionen zwischen den übrigen Zuschauergruppen. Eine besondere Bedeutung erreicht diese Frage, da die Ultra-Gruppierungen bei mehreren Heimspielen nicht anwesend sein durften bzw. den Support boykottierten und die übrigen Zuschauer somit die Hauptverantwortung für die Unterstützung der Mannschaft trugen.

Ein wesentliches Merkmal dieses Forschungsvorhabens ist der hohe Realitätsbezug; mithilfe der vier forschungsleitenden Fragestellungen erarbeitet diese Studie die Rolle und Bedeutung der Stadionatmosphäre für die Fußballzuschauer nicht auf einer abstrakten Ebene wie zum Beispiel anhand von Definitionen oder Messmodellen, sondern analysiert die Atmosphäre in ihrem unmittelbaren Umfeld – im Stadion mit Zuschauern.

1.3 Aufbau der Arbeit

Resultierend aus den im Vorangegangenen beschriebenen Anforderungen gliedert sich dieses Dissertationsvorhaben in fünf Abschnitte: die Einführung (I), die deskriptiven Grundlagen (II), die forschungsleitenden Fragestellungen (III) sowie die Methodik in Theorie und Praxis (IV) und die Untersuchungsergebnisse und Forschungsperspektiven (V).

In der Einführung leitet diese Arbeit in kompakter Form in das Forschungsvorhaben ein (Kapitel 1.1), hebt dessen Wichtigkeit und Relevanz hervor (Kapitel 1.2) und skizziert den Gesamtaufbau der Studie (Kapitel 1.3).

Im Kapitel zu den deskriptiven Grundlagen wird der theoretische Unterbau, auf dem die nachstehenden Ausführungen fußen, detailliert dargelegt. Hierbei wird eine Unterteilung in zwei Hauptabschnitte vorgenommen. Im ersten Teil vermittelt der Verfasser einen Einblick in die bestehende Forschung zu Sportzuschauern. Dafür wird zunächst ein historischer Überblick über die Kategorie des Zuschauers (Kapitel 2.1) gegeben, unterschiedliche Definitionen werden betrachtet (Kapitel 2.2) und Typisierungen von Zuschauern vorgestellt (Kapitel 2.3). Nach diesem allgemeinen Abriss fokussiert sich das folgende Kapitel auf die Forschungsschwerpunkte, indem es die Bedeutung der Medien für den Sport (Kapitel 2.4) und für die Zuschauer (Kapitel 2.5) skizziert, den 1. FC Köln und dessen Anhänger vorstellt (Kapitel 2.6) sowie zusammenfassende Einsichten in den Forschungsstand zur Zuschauerforschung (Kapitel 2.7) und zu Forschungsergebnissen mit Bezug auf Fangesänge beim 1. FC Köln (Kapitel 2.8) liefert.

Im Mittelpunkt des zweiten Teils der deskriptiven Grundlagen steht die Atmosphäre. Zunächst wird der Begriff in seinem Wortgebrauch vorgestellt (Kapitel 3.1), bevor kurz auf den ersten in Deutschland veröffentlichten Atmosphäreansatz von Tellenbach (Kapitel 3.2)



verwiesen wird. Im Anschluss vermittelt Kapitel 3 Einblicke in die philosophischen Ansätze von Schmitz (Kapitel 3.3) und Böhme (Kapitel 3.4). Den Abschluss des deskriptiven Abschnitts bildet die bereits angesprochene Arbeit Uhrichs (Kapitel 3.5).

Der dritte Abschnitt stellt die forschungsleitenden Fragestellungen (Kapitel 4) als Handlungsrahmen dieser Arbeit vor, bevor sich der vierte Abschnitt den angewandten Methoden zuwendet. Hierfür skizziert der Verfasser zunächst die quantitative (Kapitel 5.1) und die qualitative Forschung (Kapitel 5.2), deren Kennzeichen und Gütekriterien (Kapitel 5.3) sowie die Triangulation von Methoden (Kapitel 5.4). Die nachfolgenden Kapitel haben die durchgeführte Online-Befragung (Kapitel 6) und die wissenschaftliche Beobachtung als genutzte qualitative Methode (Kapitel 7) im Blick. Kapitel 8 überträgt die theoretischen Grundlagen auf diese Arbeit und charakterisiert jeweils den konkreten Ablauf der Online-Befragung (Kapitel 8.1), der Beobachtung (Kapitel 8.3) und der jeweiligen Auswertungen und Analysen (Kapitel 8.2 und 8.4). Eine kritische Reflexion des methodischen Vorgehens (Kapitel 9) rundet diesen Abschnitt ab.

Mit der Darstellung der Untersuchungsergebnisse und der Forschungsperspektive bildet der fünfte Abschnitt den Hauptteil der Studie. Im Mittelpunkt steht dabei die Beantwortung der vier forschungsleitenden Fragestellungen (Kapitel 10.3 bis 10.6). Als Grundlage für alles Folgende ordnet der Verfasser zunächst die im RheinEnergieSTADION anzutreffenden Zuschauergruppen in den Forschungskontext ein (Kapitel 10.1), um im Anschluss die Teilnehmer der Online-Befragung anhand ihrer soziodemographischen Daten zu beschreiben (Kapitel 10.2). Auf der Basis dieser Erkenntnisse wird die erste forschungsleitende Frage beantwortet und die Bedeutung der Stadionatmosphäre für den Stadionbesuch dargestellt (Kapitel 10.3). Kapitel 10.4 verbindet die Ergebnisse der Online-Befragung zur Atmosphäre mit den konkreten Atmosphäresituationen im RheinEnergieSTADION, die dem philosophischen Atmosphäreverständnis entsprechen. In den beiden folgenden Kapiteln zeigt sich die Bedeutung des Ultra-Ensembles für die Atmosphäre im RheinEnergieSTADION (Kapitel 10.5), auch der Beitrag des (übrigen) Publikums zur Stimmungserzeugung in der Spielstätte wird herausgearbeitet (Kapitel 10.6). Um zu weiteren Forschungen zu Stadionatmosphären und Zuschauern anzuregen, gliedert diese Untersuchung die Ergebnisse abschließend in übergeordnete Perspektiven ein (Kapitel 11) und formuliert einen Forschungsausblick (Kapitel 12).

