

Würzburger Beiträge zur Sportwissenschaft

Band 12

Jannis Linkelmann

# Von Dauersupportern und Konsumenten

Eine Analyse der Bedeutung  
von Fußballzuschauern für  
die Stadionatmosphäre



Cuvillier Verlag Göttingen  
Internationaler wissenschaftlicher Fachverlag



Würzburger Beiträge zur Sportwissenschaft

Band 12

Hrsg. von Harald Lange

Institut für Sportwissenschaft der Julius-Maximilians-Universität Würzburg





**Von Dauersupportern und Konsumenten.  
Eine Analyse der Bedeutung von Fußballzuschauern für die  
Stadionatmosphäre**

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Doktorwürde der

Fakultät für Humanwissenschaften

der

Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Vorgelegt von Jannis Linkelmann

aus Hamburg

Bonn, 2017



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Aufl. - Göttingen: Cuvillier, 2018

Zugl.: Würzburg, Univ., Diss., 2017

Erstgutachter: Professor Dr. Harald Lange (Würzburg)

Zweitgutachter: Professor Dr. Dr. Dr. Christoph Raschka (Würzburg)

Tag des Kolloquiums: 17. Januar 2018

Bonn, 14. März 2017

© CUVILLIER VERLAG, Göttingen 2018

Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen

Telefon: 0551-54724-0

Telefax: 0551-54724-21

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

Alle Rechte vorbehalten. Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlages ist es nicht gestattet, das Buch oder Teile daraus auf fotomechanischem Weg (Fotokopie, Mikrokopie) zu vervielfältigen.

1. Auflage, 2018

Gedruckt auf umweltfreundlichem, säurefreiem Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft.

ISBN 978-3-7369-9723-3

eISBN 978-3-7369-8723-4

## Vorwort

Der Ausgangspunkt eines Promotionsvorhabens ist zumeist ein einzelner Gedanke. Bei mir war dieser gewissermaßen Ausgangsbasis für eine mehrjährige Reise, zu deren Beginn ich noch verschiedene Ziele vor Augen hatte, bis sich schließlich die Atmosphäre im Fußballstadion als Bestimmungsort herauskristallisierte. Mein Weg wurde damit klarer, er ließ mich aber gleichzeitig auch auf das eine oder andere Hindernis stoßen.

Dank einiger Unterstützer konnte ich jedoch auch diese überwinden.

Zunächst gilt mein besonderer Dank dem Betreuer dieses Promotionsvorhabens, Herrn Professor Dr. Harald Lange, der mich in den vergangenen Jahren zu jeder Zeit unterstützt hat – auch und insbesondere in den herausfordernden Phasen dieser Arbeit.

Einen großen Dank möchte ich zudem Herrn Professor Dr. Dr. Dr. Christoph Raschka aussprechen, der dieses Vorhaben als Zweitgutachter und Prüfer im Kolloquium betreut hat.

Peter und Martin standen mir praktisch zu jeder Tages- und Nachtzeit für intensive und kontroverse Diskussionen zur Verfügung und gaben mir hilfreiche Feedbacks zu dem Geschriebenen. Hierfür danke ich ihnen sehr.

Meiner Schwester Tatjana danke ich dafür, dass sie mich so nimmt, wie ich bin. Denn insbesondere sie ist es, die ich aufgrund meiner wissenschaftlichen Tätigkeit viel zu selten gesehen habe.

Bei meinen Eltern, Katrin und Guido, bedanke ich mich für ihre lebenslange vorbehaltlose Unterstützung. Denn so logisch es auch scheinen mag, ist dies keine Selbstverständlichkeit und mein Dank kommt viel zu selten.

Schließlich möchte ich meiner geliebten Nicole für ihr Verständnis und ihre grenzenlose Unterstützung danken. Kaum jemand hätte jahrelang Urlaube mit mir und dem Computer erduldet und auf gemeinsame Freizeit verzichtet. Das werde ich ihr nie vergessen!

Gewidmet ist diese Veröffentlichung Heino Hassler. Ich durfte Heino im Frühjahr 2010 als überzeugten und engagierten Fanprojektmitarbeiter kennenlernen. Mit ihm verloren wir im Frühjahr 2017 einen Freund.

Heino, wir werden Dich immer in unseren Herzen tragen, insbesondere wenn wir in Thailand verweilen – Deinem Thailand!

*Jannis Linkelmann*





# Inhaltsverzeichnis

|  |             |
|--|-------------|
| <b>VORWORT</b>   | <b>V</b>    |
| <b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b>                                     | <b>XI</b>   |
| <b>TABELLENVERZEICHNIS</b>                                       | <b>XIII</b> |
| <b>I EINFÜHRUNG</b>  | <b>1</b>    |
| <b>1 EINLEITUNG</b>  | <b>1</b>    |
| 1.1 EINFÜHRUNG IN DEN FORSCHUNGSGEGENSTAND                       | 1           |
| 1.2 WICHTIGKEIT UND RELEVANZ DER FRAGESTELLUNG                   | 5           |
| 1.3 AUFBAU DER ARBEIT  | 8           |
| <b>II DESKRIPTIVE GRUNDLAGEN</b>                                 | <b>11</b>   |
| <b>2 ZUSCHAUER – THEORETISCHE GRUNDLAGEN UND FORSCHUNGSSTAND</b> | <b>11</b>   |
| 2.1 DER ZUSCHAUER – EIN HISTORISCHER ÜBERBLICK                   | 11          |
| 2.1.1 ZUSCHAUER IN DER ANTIKE                                    | 11          |
| 2.1.2 ZUSCHAUER IM MITTELALTER                                   | 14          |
| 2.1.3 ZUSCHAUER ZWISCHEN DEM 17. UND 19. JAHRHUNDERT             | 15          |
| 2.1.4 ZUSCHAUER IM 20. JAHRHUNDERT AM BEISPIEL DES FUßBALLS      | 16          |
| 2.1.5 FUßBALL ALS ZUSCHAUERSPORT IM ÜBERBLICK                    | 22          |
| 2.1.6 ZUSCHAUERUNTERSTÜTZUNG UND FANGESÄNGE                      | 25          |
| 2.2 FANS UND ZUSCHAUER – EINE ABGRENZUNG                         | 27          |
| 2.3 TYPISIERUNG VON ZUSCHAUERN                                   | 33          |
| 2.3.1 HORTLEDER  | 34          |
| 2.3.2 DOMBROWSKI   | 35          |
| 2.3.3 HEITMEYER UND PETER  | 37          |
| 2.3.4 GIULIANOTTI  | 38          |
| 2.4 DIE BEDEUTUNG DER MEDIEN FÜR DEN SPORT                       | 44          |
| 2.5 DIE BEDEUTUNG DER MEDIEN FÜR DIE ZUSCHAUER                   | 48          |
| 2.6 DER 1. FC KÖLN UND SEINE ANHÄNGER                            | 52          |
| 2.7 ÜBERSICHT ÜBER DIE ZUSCHAUERFORSCHUNG IN DEUTSCHLAND         | 55          |
| 2.8 FANGESÄNGE BEIM 1. FC KÖLN                                   | 60          |
| 2.8.1 HÖFER: MUSIK ALS STIMULUS BEIM 1. FC KÖLN                  | 60          |
| 2.8.2 KOPIEZ UND BRINK: FUßBALL-FANGESÄNGE                       | 63          |





## VIII

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| <b>3</b>   | <b>ATMOSPHERE</b>   | <b>69</b>  |
| 3.1        | ATMOSPHERE – EIN BEGRIFF, DEN JEDER KENNT UND NUTZT                                       | 69         |
| 3.2        | ATMOSPHERE NACH TELLENBACH  | 72         |
| 3.3        | ATMOSPHERE NACH SCHMITZ   | 73         |
| 3.4        | ATMOSPHERE NACH BÖHME   | 79         |
| 3.5        | STADIONATMOSPHERE IN DER WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFT NACH UHRICH                              | 83         |
| 3.6        | BEDEUTUNG DER ATMOSPHEREANSATZE FÜR DIE VORLIEGENDE UNTERSUCHUNG                          | 88         |
| <b>III</b> | <b>FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN DIESER ARBEIT</b>                                   | <b>93</b>  |
| <b>4</b>   | <b>FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN</b>   | <b>93</b>  |
| <b>IV</b>  | <b>METHODIK IN THEORIE UND PRAXIS</b>   | <b>99</b>  |
| <b>5</b>   | <b>METHODISCHES VORGEHEN</b>  | <b>99</b>  |
| 5.1        | QUANTITATIVE FORSCHUNG  | 100        |
| 5.2        | QUALITATIVE FORSCHUNG   | 103        |
| 5.3        | KENNZEICHEN UND GÜTEKRITERIEN BEI EMPIRISCHEM VORGEHEN AM BEISPIEL QUALITATIVER FORSCHUNG | 107        |
| 5.4        | TRIANGULATION VON METHODEN  | 111        |
| <b>6</b>   | <b>DIE (ONLINE-)BEFRAGUNG</b>   | <b>115</b> |
| 6.1        | DIE BEFRAGUNG   | 115        |
| 6.2        | ONLINE-BEFRAGUNG  | 120        |
| 6.2.1      | EINLEITUNG  | 120        |
| 6.2.2      | REKRUTIERUNG VON BEFRAGUNGSTEILNEHMERN  | 122        |
| 6.3        | AUFBAU UND STRUKTUR DES FRAGEBOGENS   | 126        |
| 6.3.1      | FRAGEFORMULIERUNG   | 126        |
| 6.3.2      | ARTEN VON FRAGEN UND ANTWORTVORGABEN  | 127        |
| 6.3.3      | SKALIERUNG/SKALENARTEN  | 130        |
| 6.3.4      | AUFBAU UND GESTALTUNG EINES FRAGEBOGENS   | 134        |
| 6.3.5      | CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN DER ONLINE-BEFRAGUNG  | 139        |
| <b>7</b>   | <b>DIE WISSENSCHAFTLICHE BEOBACHTUNG</b>  | <b>149</b> |
| 7.1        | BEOBACHTUNG   | 149        |
| 7.2        | FORMEN DER BEOBACHTUNG  | 151        |
| 7.2.1      | VERDECKTE UND OFFENE BEOBACHTUNG  | 152        |
| 7.2.2      | NICHT TEILNEHMENDE UND TEILNEHMENDE BEOBACHTUNG   | 153        |
| 7.2.3      | SYSTEMATISCHE UND UNSYSTEMATISCHE BEOBACHTUNG   | 154        |
| 7.2.4      | STANDARDISIERTE UND NICHT STANDARDISIERTE BEOBACHTUNG                                     | 155        |
| 7.2.5      | BEOBACHTUNG IN NATÜRLICHEN ODER KÜNSTLICHEN SITUATIONEN                                   | 156        |



|             |  |            |
|-------------|--|------------|
| <b>7.3</b>  | <b>TEILNEHMENDE BEOBACHTUNG</b>  | <b>157</b> |
| 7.3.1       | TEILNEHMENDE BEOBACHTUNG   | 157        |
| 7.3.2       | FELDZUGANG   | 158        |
| 7.3.3       | INFORMATIONSSAMMLUNG UND DOKUMENTATION   | 160        |
| 7.3.4       | AUSSTIEG AUS DEM FELD  | 163        |
| 7.3.5       | AUSWERTUNG   | 163        |
| 7.3.6       | DIE ROLLE DES WISSENSCHAFTLERS   | 164        |
| 7.3.7       | PROBLEME UND GRENZEN WISSENSCHAFTLICHER BEOBACHTUNG                            | 167        |
| <b>8</b>    | <b>ABLAUF DES METHODISCHEN VORGEHENS</b>                                       | <b>173</b> |
| <b>8.1</b>  | <b>ABLAUF DER ONLINE-BEFragung</b>   | <b>175</b> |
| <b>8.2</b>  | <b>ABLAUF DER STATISTISCHEN AUSWERTUNG</b>                                     | <b>183</b> |
| <b>8.3</b>  | <b>ABLAUF DER (TEILNEHMENDEN) BEOBACHTUNG</b>                                  | <b>188</b> |
| <b>8.4</b>  | <b>ABLAUF DER QUALITATIVEN INHALTSANALYSE</b>                                  | <b>195</b> |
| <b>9</b>    | <b>METHODISCHES VORGEHEN – EINE KRITISCHE REFLEXION</b>                        | <b>203</b> |
| <b>V</b>    | <b>UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE UND FORSCHUNGSPERSPEKTIVEN</b>                      | <b>207</b> |
| <b>10</b>   | <b>DIE BEDEUTUNG VON FUßBALLZUSCHAUERN FÜR DIE STADIONATMOSPHÄRE</b>           | <b>207</b> |
| <b>10.1</b> | <b>DIE ZUSCHAUER IM RHEINENERGIESTADION</b>                                    | <b>207</b> |
| <b>10.2</b> | <b>BESCHREIBUNG DER STICHPROBE DER ONLINE-BEFragung</b>                        | <b>213</b> |
| <b>10.3</b> | <b>ATMOSPHÄRE ALS MOTIVATOR FÜR DEN STADIONBESUCH</b>                          | <b>216</b> |
| 10.3.1      | THEORETISCHE BEZÜGE DER MOTIVATOREN BEI SPORTVERANSTALTUNGEN                   | 216        |
| 10.3.2      | DIE STADIONATMOSPHÄRE – EIN ATTRAKTIVITÄTSMERKMAL DES RHEINENERGIESTADIONS     | 225        |
| 10.3.3      | ZWISCHENFAZIT  | 228        |
| <b>10.4</b> | <b>DIE ATMOSPHÄRE IM RHEINENERGIESTADION</b>                                   | <b>229</b> |
| 10.4.1      | ERGEBNISSE DER ONLINE-BEFragung  | 230        |
| 10.4.2      | PHILOSOPHISCHE ATMOSPHÄREANSÄTZE IM RHEINENERGIESTADION                        | 240        |
| 10.4.3      | ZWISCHENFAZIT ZUM PHILOSOPHISCHEN ATMOSPHÄREVERSTÄNDNIS IM RHEINENERGIESTADION | 253        |
| <b>10.5</b> | <b>BEDEUTUNG DES ULTRA-ENSEMBLES FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG DER MANNCHAFT</b>       | <b>266</b> |
| 10.5.1      | DIE BEDEUTUNG DER UNTERSTÜTZUNG DER EIGENEN MANNCHAFT FÜR DAS ULTRA-ENSEMBLE   | 266        |
| 10.5.2      | ARTEN DER UNTERSTÜTZUNG  | 270        |
| 10.5.3      | SPIELUNABHÄNGIGER DAUERSUPPORT   | 275        |
| 10.5.4      | STIMMUNGSMONOPOL GEGENÜBER DEN ÜBRIGEN ZUSCHAUERN                              | 280        |
| 10.5.5      | ZWISCHENFAZIT  | 287        |
| <b>10.6</b> | <b>BEITRAG DES PUBLIKUMS ZUR STIMMUNG IM STADION</b>                           | <b>289</b> |
| 10.6.1      | SUPPORTINHALTE   | 290        |
| 10.6.2      | SUPPORTSTRUKTUR  | 294        |
| 10.6.3      | DAS PASSIVE PUBLIKUM   | 297        |



## X

|        |   |     |
|--------|---|-----|
| 10.6.4 | SPORTLICHER ERFOLG: UNTERSTÜTZUNG WILL VERDIENT SEIN      | 299 |
| 10.6.5 | BEGEISTERUNG WEITERER ZUSCHAUERGRUPPEN DURCH DAS PUBLIKUM | 302 |
| 10.6.6 | DOMINANZ DER GÄSTEANHÄNGER                                | 304 |
| 10.6.7 | ERGEBNISSE DER ONLINE-BEFragung                           | 306 |
| 10.6.8 | EINORDNUNG DER ERGEBNISSE                                 | 309 |

## **11 EINORDNUNG DER ERGEBNISSE IN EINE ÜBERGEORDNETE PERSPEKTIVE 315**

### **11.1** ‚STIMMUNGSGRAPHEN‘ – VERANSCHAULICHUNG DER UNTERSTÜTZUNGSINTENSITÄT **315**

11.1.1 1. FC KÖLN GEGEN BORUSSIA DORTMUND – MIT DEM ULTRA-ENSEMBLE ZUM SIEG 316

11.1.2 1. FC KÖLN GEGEN EINTRACHT FRANKFURT – BOYKOTTIERTE STIMMUNG 319

### **11.2** DIE UNTERSTÜTZUNG IM RHEINENERGIESTADION – VON DAUERSUPPORTERN UND KONSUMENTEN **323**

11.2.1 DIE DAUERSUPPORTER 325

11.2.2 DIE SPIELBEZUGSSUPPORTER 326

11.2.3 DIE ERFOLGSSUPPORTER 327

11.2.4 DIE KONSUMENTEN 328

### **11.3** DIE MACHT DER ULTRAS **331**

## **12 FORSCHUNGSAUSBLICK 339**

## **LITERATUR 343**

## **ANHANG 363**



## Abbildungsverzeichnis

|   |     |
|---|-----|
| Abbildung 1: Stimmen von Internetnutzern zur Atmosphäre im Kölner RheinEnergieSTADION (eigene Darstellung) .....                                | 4   |
| Abbildung 2: Leidenschaft, Identifikation und Engagement als Kernthemen des Fanseins nach Duttler (Duttler, 2015, S. 39) .....                  | 33  |
| Abbildung 3: Graphische Darstellung der Typologie nach Giulianotti (2002, S. 31) ..   | 39  |
| Abbildung 4: Übersicht über die forschungsleitenden Fragestellungen (eigene Darstellung) .....  | 97  |
| Abbildung 5: Formen der Befragung nach Kromrey (Kromrey, 2009, S. 364) .....  | 119 |
| Abbildung 6: Ablauf der Online-Befragung in Anlehnung an Hollaus (2007, S. 34) und Welker et al. (2005, S. 75) (eigene Darstellung) .....       | 182 |
| Abbildung 7: Beispielhafte Ordnung der Geschlechterzuordnung (eigene Darstellung nach Benninghaus, 2007, S. 30 f.) .....                        | 184 |
| Abbildung 8: Beispielhafte Ordnung der Benotung der Stadionatmosphäre (eigene Darstellung nach Benninghaus, 2007, S. 30 f.) .....               | 185 |
| Abbildung 9: Ablauf der (teilnehmenden) Beobachtung in Anlehnung an Mayring (2008) (eigene Darstellung) .....                                   | 194 |
| Abbildung 10: Eigenes Prozessmodell der induktiven Kategorienbildung für diese Arbeit nach Mayring (2015, S. 86) (eigene Darstellung) .....     | 197 |
| Abbildung 11: Stadionplan des RheinEnergieSTADIONS nach Zuschauergruppen (eigene Darstellung) .....   | 212 |
| Abbildung 12: Verteilung der Teilnehmer der Online-Befragung nach Geschlecht (eigene Darstellung) .....   | 213 |
| Abbildung 13: Verteilung der Teilnehmer der Online-Befragung nach Altersgruppen (eigene Darstellung) .....                                      | 214 |
| Abbildung 14: Anzahl der besuchten Heimspiele der Online-Befragungsteilnehmer (eigene Darstellung) .....  | 215 |
| Abbildung 15: Anzahl der Dauerkarteneinhaber unter den Teilnehmern der Online-Befragung (eigene Darstellung) .....                              | 215 |
| Abbildung 16: Gründe für den Stadionbesuch (Fußball und Gesellschaft, 2016b, o. S.) .....   | 224 |
| Abbildung 17: Wichtigkeit der Stadionatmosphäre für den Stadionbesuch (eigene Darstellung) .....  | 226 |
| Abbildung 18: Auswirkungen auf die Anzahl der Stadionbesuche bei abnehmender Zufriedenheit mit der Stadionatmosphäre (eigene Darstellung) ..... | 227 |



|  |     |
|--|-----|
| Abbildung 19: Faktoren für die Erzeugung von Stadionatmosphäre<br>(eigene Darstellung) .....   | 232 |
| Abbildung 20: Die Intensität der Stadionatmosphäre (eigene Darstellung).....   | 234 |
| Abbildung 21: Dreisprung der Atmosphäreintensität (eigene Darstellung) .....   | 235 |
| Abbildung 22: Benotung der Atmosphäre im RheinEnergieSTADION bei<br>Heimspielen (eigene Darstellung) .....                                       | 237 |
| Abbildung 23: Benotung der Atmosphäre im RheinEnergieSTADION<br>nach Gruppen (eigene Darstellung) .....  | 238 |
| Abbildung 24: Unterstützungsarten der Teilnehmer der Online-Befragung<br>(eigene Darstellung) .....  | 306 |
| Abbildung 25: Stimmungsgraph der Unterstützung mit Ultra-Ensemble<br>(eigene Darstellung) .....  | 318 |
| Abbildung 26: Stimmungsgraph der Unterstützung ohne Ultra-Ensemble<br>(eigene Darstellung) .....   | 320 |
| Abbildung 27: Graphische Darstellung der Stimmungstypen auf den Achsen<br>Unterstützung der Mannschaft und Spielbezug (eigene Darstellung) ..... | 329 |
| Abbildung 28: Stadionplan des RheinEnergieSTADIONS mit Verteilung der<br>Stimmungstypen (eigene Darstellung) .....                               | 330 |



## Tabellenverzeichnis

|   |     |
|---|-----|
| Tabelle 1: Zuschauerzahlen der 1. Bundesliga (Deutscher Fußball-Bund, 2015, o. S) .....   | 23  |
| Tabelle 2: Wandel des Gesamtrepertoires der Fans des 1. FC Köln zwischen 1977/1978 und 1996/1997 nach Kopiez & Brink (Kopiez & Brink, 1998, S. 135) ...   | 67  |
| Tabelle 3: Übersicht der Indikatoren zur Messung der Stadionatmosphären nach Uhrich (Uhrich, 2008, S. 145) .....  | 86  |
| Tabelle 4: Klassifikation der qualitativen Techniken zur Erhebung und Auswertung von empirischem Material (eigene Darstellung nach Bortz & Döring, 2015, S. 307).....                           | 105 |
| Tabelle 5: Unterschiede zwischen qualitativer und quantitativer Forschung nach Flick (Flick, 2014, S. 26) .....   | 107 |
| Tabelle 6: Dimensionen der Online-Befragung nach Taddicken & Batinic (Taddicken & Batinic, 2014, S. 153).....   | 122 |
| Tabelle 7: Aktive und passive Datenerhebungsmethoden für Online-Befragungen nach Thielsch & Weltzin (Thielsch & Weltzin, 2012, S. 116) .....  | 124 |
| Tabelle 8: Skalenarten nach Flick (Flick, 2014, S. 136) .....   | 133 |
| Tabelle 9: Vorteile verschiedener Fragedarstellungen nach Hollaus (Hollaus, 2007, S. 84) .....  | 138 |
| Tabelle 10: Übersicht über Vor- und Nachteile von Online-Befragungen (eigene Darstellung) .....   | 140 |
| Tabelle 11: Vergleich Online-Befragung vs. traditionelle Befragungsmethoden nach Taddicken & Batinic (Taddicken & Batinic, 2014, S. 159) .....  | 148 |
| Tabelle 12: Klassifizierung von Zuschauermotivationen im Sport nach Gabler (Gabler, 1998, S. 122; Hervorhebungen durch den Verfasser).....  | 217 |
| Tabelle 13: Anzahl musikalischer Fanäußerungen deutscher Fans vor und nach einem Torerfolg der deutschen Fußballnationalmannschaft während der WM 1990 nach Strauß (Strauß, 2002c, S. 164)..... | 222 |
| Tabelle 14: Übersicht über die durchschnittliche Unterstützung des Ultra-Ensembles pro Spiel (eigene Darstellung) .....   | 276 |
| Tabelle 15: Übersicht über die durchschnittliche Unterstützung des Ultra-Ensembles pro Spiel nach Spielverlauf (eigene Darstellung). .....  | 277 |
| Tabelle 16: Statistische Auswertung der Dominanz der Gästeanhänger (eigene Darstellung) .....   | 305 |





# 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 Fußballlehrer<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup> 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 Abstiege<sup>3</sup> 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

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.).

<sup>3</sup> 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.“<sup>4</sup>), und viele Internetautzer teilen:

---

<sup>4</sup> Gassmann, 2016, o. S.

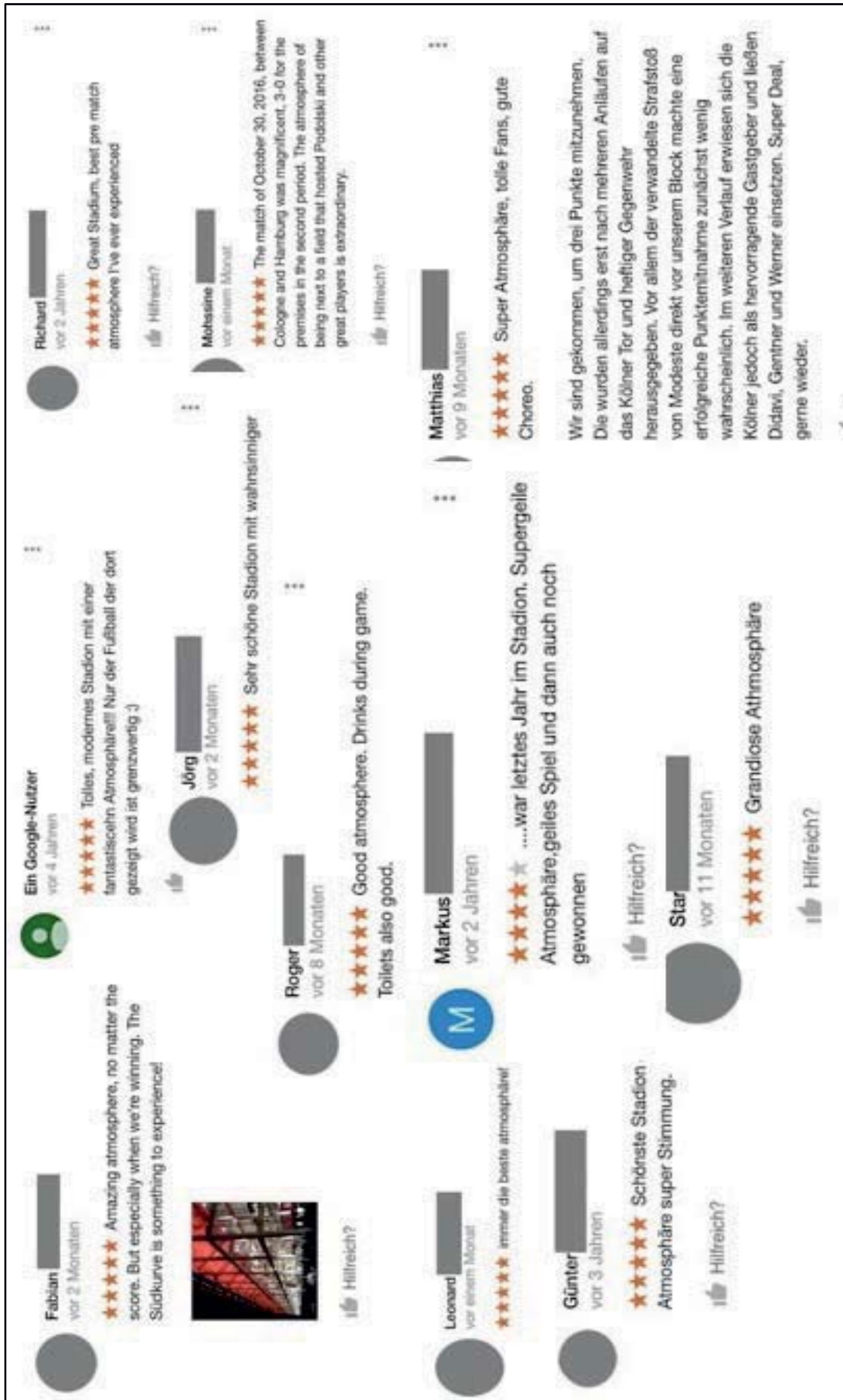


Abbildung 1: Stimmen von Internetnutzern zur Atmosphäre im Kölner RheinEnergySTADION (eigene Darstellung)



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).<sup>5</sup> 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-

---

<sup>5</sup> 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 annähert. 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).







## II Deskriptive Grundlagen

### 2 Zuschauer – theoretische Grundlagen und Forschungsstand

Die Begriffe Zuschauer und Fan sind im deutschen Sprachgebrauch weit verbreitet. Seien es Personen aus der Musikszene, aus dem Schauspielmilieu, Figuren in Videospielen oder auch Menschen in (professionellen) Sportvereinen. Im Rahmen der Untersuchung der Atmosphäre im Stadion nehmen Zuschauer eine bedeutende Funktion ein, daher soll im nachfolgenden Kapitel 2 die Geschichte der Zuschauer skizziert werden. Darüber hinaus möchte der Verfasser einen Einblick in die wissenschaftliche Forschung zur Kategorie Zuschauer und zu den damit einhergehenden Zuschauertypen geben und schlussendlich den Zusammenhang von Fußball, Zuschauern und Medien verdeutlichen.

#### 2.1 Der Zuschauer – ein historischer Überblick

Die nachfolgenden Kapitel geben einen Überblick über die Geschichte der Zuschauerschaft. Diese (passive) Tätigkeit, die in der Neuzeit allgegenwärtig ist, beschäftigte bereits antike Denker.

##### 2.1.1 Zuschauer in der Antike

Die Geschichte des antiken Sports ist seit jeher mit der seiner Zuschauer verbunden. Zeitgenössische Schriften berichten jedoch fast ausschließlich über das Wettkampfgeschehen selbst, dem Publikum als passiven und konsumierenden Anwesenden schenken die Schreibenden hierbei wenig Beachtung (Bremer, 2003, S. 29; Stollenwerk, 1996, S. 28; Strauß & Jürgensen, 1998, S. 9). Dennoch sind Zuschauer kein neues Phänomen und bereits seit Jahrtausenden anzutreffen. Sie begleiteten schon die sportlichen Handlungen der autochthonen Völker, welche vielfach ausgeprägte religiöse Elemente enthielten, beispielsweise Fruchtbarkeitsriten oder die Vertreibung böser Geister. Die Zuschauer der Antike kennzeichnete rückblickend eine hohe Aktivität: Sie bejubelten die Erfolge der Sieger und verschmähten die Unterlegenen (Strauß, Hagemanns & Tietjens, 2006, S. 377).

Wirklich sichtbar wurden Zuschauermassen bei Sportveranstaltungen jedoch erst in der griechischen und römischen Antike. Sportwettkämpfen kam in jener Zeit ein enormer Stellenwert zu. Von 776 v. Chr. bis in das 4. Jahrhundert n. Chr. hinein fanden in Griechenland Kultfeste (Agone) statt, bei denen auch athletische Wettkämpfe vor Schaulustigen ausgetragen wurden. In diesen ersten Anwesenden sieht Krüger (2012, S. 21) jedoch keine Sportzuschauer, sondern Pilger oder Besucher einer Kultstätte. Im Gegensatz dazu waren die Olympischen, Delphischen, Nemeischen oder Isthmischen Spiele wahre ‚Zuschauer-



magneten‘ (Krüger, 2012, S. 22; Strauß et al., 2006, S. 378), was die schiere räumliche Größe der damaligen Veranstaltungsstätten eindrucksvoll verdeutlicht. Das im 6. Jahrhundert v. Chr. errichtete Stadion von Olympia bot über 40.000 Zuschauern Platz, die sich auf Zuschauerrängen und aufgeschütteten Erdwällen aufhielten (Guttman, 1986, S. 15; Schmidt-Lux, 2010, S. 53). Die griechischen Zuschauer bestanden seinerzeit zu meist aus Männern, die ebenfalls den entsprechenden Sport betrieben (Schmidt-Lux, 2010, S. 52 f.). Frauen war der Zutritt zu den Wettkampfstätten untersagt (Gabler, 1998, S. 116). Überlieferungen weisen zudem darauf hin, dass den Zuschauern im Stadion von Delphi bereits 450 v. Chr. die Mitnahme von Wein verboten war, um Zuschauerausschreitungen zu verhindern (Bremer, 2003, S. 29; Gabler, 1998, S. 116).

Die Bedeutung der Olympischen Spiele für die damalige Bevölkerung zeigt auch der Aufwand, der für den Einzelnen damit verbunden war, um dem Ereignis beizuwohnen: Die Zuschauer nahmen weite Anreisen auf sich, übernachteten bei unzureichender Wasserversorgung und schlechten hygienischen Verhältnissen in Zelten oder unter freiem Himmel (Guttman, 1986, S. 15; Krüger, 2012, S. 22; Strauß, 2002c, S. 151). Und sie begleiteten die erfolgreichen Wettkampfleistungen begeistert und leidenschaftlich – hier ist durchaus eine Parallele zur Gegenwart zu ziehen (Guttman, 1986, S. 17; Bremer, 2003, S. 29; Gabler, 1998, S. 116). Vermutlich feuerten die Anwesenden auch bereits in dieser Zeit die jeweiligen Athleten ihres Heimatortes an (Schmidt-Lux, 2010, S. 53; Stollenwerk, 1996, S. 28).

Während der Sport in der griechischen Antike Sieg oder Niederlage – also jene Auswahl der Besten – in den Mittelpunkt stellte, entschieden die Kämpfe in Rom vielfach über Leben oder Tod (Gabler, 1998, S. 116; Guttman, 1986, S. 19; Weiler, 1987, S. 47). Die Circusspiele waren lange Zeit aber nicht nur Ausdruck sportlicher Leistungen, sie sind als Symbol für das Verhältnis zwischen Volk und Kaiser zu verstehen, als ein Ausgleich für den Machtverlust des römischen Volkes gegenüber seinem Herrschenden. Während das römische Volk die Spiele als Plattform nutzte, um den Herrschenden seine Interessen nahe zu bringen, dienten sie dem Kaiser als Herrschaftsinstrument (Krüger, 2012, S. 25). „Die ‚spectacula‘ im alten Rom sind der eigentliche Ursprung des massenhaften Zuschauersports, wie allein schon am Begriff (lat. spectare, schauen) zu erkennen ist“ (Krüger, 2012, S. 25).

Die Wagenrennen, Circusspiele, Tierhetzen und Gladiatorenkämpfe der Römer waren wahrlich Spektakel mit Schauwert (Strauß et al., 2006, S. 378), insbesondere die Wagenrennen zogen die Massen in ihren Bann. Sie waren der Fußball der damaligen Zeit (Winkler, 2013, S. 20). Die noch heute in Teilen erhaltenen altrömischen Amphitheater sind als Ausdruck dieser Phase zu verstehen. Bestes Beispiel für die riesigen Stadien, welche die Herrscher erbauen ließen, sind der Circus Maximus, in dem bis zu 350.000 Zuschauer die



Wagenrennen verfolgen konnten (Strauß et al., 2006, S. 378), und das Kolosseum, in dem bis zu 50.000 Schaulustige den Gladiatorenkämpfen beiwohnten (Strauß, 2012, S. 8). Insbesondere in Ersterem kam es dabei vielfach zu schweren Zuschauerausschreitungen mit Toten und Verletzten (Strauß, 2006, S. 38).

Eine Verbindung zu den Fans und Zuschauern von heute stellt Stollenwerk her, indem er die Frage aufwirft, ob ein Bäcker aus Mazedonien, „der sich den zwölftmaligen Besuch Olympischer Spiele sogar auf seinem Grabstein vermerken ließ, vielleicht mit jenen ‚Edel-Schlachtenbummlern‘ der deutschen Fußballnationalmannschaft zu vergleichen“ (Stollenwerk, 1996, S. 28) ist. Basierend auf einer Quellenstudie von Weiler (1987) konstatiert Gabler, dass sich das Publikum bereits in der Antike aktiv in die Wettkämpfe einbrachte:

„Die Zuschauer bekundeten Sympathie mit den Schwächeren durch lautes Zurufen und Begeisterung, verspotteten und verhöhnten die Athleten, zeigten plötzlichen Stimmungsumschwung, Nationalismus und Chauvinismus, und sie gierten nach Brutalität und Sensationen“ (Gabler, 1998, S. 129).

Der antike griechische Sport und dessen Wettkampfkultur waren eng mit der Lebensweise und Kultur der griechischen Aristokratie verbunden. Die Wettkämpfe zielten darauf ab, dass sich die Teilnehmer miteinander in ihrer sportlichen Leistung maßen und den Besten zum Sieger kürten. Die Gewinner waren die ‚Stars‘ der Antike, genossen in der griechischen Welt ein sehr hohes Ansehen und wurden vielfach verehrt (Winkle, 2013, S. 20). Ähnliches gilt für die Wettkämpfer in den römischen Arenen. Zwar stammten diese nicht aus der Aristokratie, sondern besaßen im Gegenteil einen sozial niedrigen Stand, gleichwohl verehrten und feierten die Zuschauer die erfolgreichsten Wagenlenker und Gladiatoren in gleichem Maße (Winkle, 2013, S. 20). Winkle (2013, S. 20) warnt davor, die damalige Zuschauerschaft und die heutige Fankultur gleichzusetzen, da die hierfür erforderliche langfristige und leidenschaftliche Beziehung zu einem externen öffentlichen Objekt aufgrund der wenigen Überlieferungen problematisch sei. Schmidt-Lux (2010, S. 53) vertritt eine in Teilen hiervon abweichende Meinung. Die Zuschauer der griechischen Antike könnten nicht als ‚Fans‘ im heutigen Sinn bezeichnet werden, da bei den Olympischen Spielen ein enger Zusammenhang zwischen religiösen und sportlichen Aspekten bestand (auch Guttman, 1986, S. 14 ff.). Er kommt aber zu dem Schluss, dass bei einigen Zuschauern von Gladiatorenwettkämpfen und Wagenrennen im antiken Rom sehr wohl von ‚Fans‘ gesprochen werden kann (Schmidt-Lux, 2010, S. 53). Ein Indiz dafür sieht der Autor in den teilweise regelmäßigen und gezielten Besuchen von Wagenrennen gegeben, welche die hohen Besucherzahlen der mitunter mehrmals die Woche stattfindenden Rennen erklärten. Zudem nimmt Schmidt-Lux an, dass der Grund für die Unterstützung nicht lediglich in der Herkunft oder der Familie der Kämpfenden zu suchen sei, sondern teilweise aus einer freien Wahl des individuellen Favoriten resultierte:



„Damit konstituierte sich ein Fantum, das aus freien Stücken Bindungen einging, auf diesen beharrte und hierfür Zeit, Geld und Leidenschaft aufbrachte [...]. Die Wagenrennen lassen sich auch nicht mehr als allein oder vorrangig religiöse Feste interpretieren, was zusätzlich für ihre Interpretation als frühe Fanobjekte spricht. Denn die Rennen als solche standen im Mittelpunkt der Veranstaltung und damit auch ihre Besucher (wenngleich dies nicht ausschloss, dass damit von Seiten der anwesenden Cäsaren auch politische Anliegen verbunden werden konnten)“ (Schmidt-Lux, 2010, S. 53 f.).

Auch Winkle (2013, S. 20) erkennt in den Sportveranstaltungen des antiken Rom durchaus Anzeichen für eine Form der Fankultur. Diese ergebe sich daraus, dass die Loyalität und Verehrung der Zuschauer dem Team gegolten habe und nicht lediglich den einzelnen Fahrern. Die Zuschauer bauten emotionale Bindungen zu bestimmten Circusparteien auf, die sich äußerlich an ihren Farben erkennen ließen – ähnlich den heutigen Trikots oder traditionellen Farben von Fußballmannschaften. Auf diese Weise konnten laut Winkle die Zuschauer auch Anhänger eines Teams bleiben, wenn favorisierte Pferde oder Fahrer dieses verließen (Winkle, 2013, S. 21).

### **2.1.2 Zuschauer im Mittelalter**

Der schlechten wirtschaftlichen und sozialen Lage geschuldet, existierte während des Mittelalters im deutschsprachigen Raum kaum Sport nach unserem heutigen Verständnis (Bremer, 2003, S. 29), während sich im Gegensatz dazu in anderen europäischen Ländern und Inseln sogar bereits die Zuschauerschaft im Sport wandelte. Sie zeichnete sich durch verschiedene Veranstaltungen für unterschiedliche Gesellschaftsschichten aus: Die Bauern spielten ‚Fußball‘, die Mittelschicht zog dagegen das Armbrustschießen vor, während der Adel Ritterturniere besuchte. Letztere entwickelten sich zu einem Zuschauerspektakel und die Ritter waren die ‚Sportlerstars‘ der damaligen Zeit (Bremer, 2003, S. 29; Gabler, 1998, S. 116). Krüger stellt heraus, dass das Publikum vielfach aus der Gefolgschaft der Ritter bestand, denen daran gelegen war zu sehen, wie sich ihre Herren schlugen. „Daraus leiteten sie vielfach ab, wie gut er sie im Ernstfall beschützen und den Gegnern Ehrfurcht und Respekt einflößen könnte“ (Krüger, 2012, S. 29).

Das mittelalterliche Turnierpublikum ist damit stark vom Massenpublikum im antiken Rom zu unterscheiden: Zuschauer und Akteure bildeten nun eine homogene (gesellschaftliche) Schicht und blieben weitestgehend unter sich (Guttman, 1986, S. 36; 39).

Aber auch im Mittelalter gab es größere Publikumsveranstaltungen, beispielsweise Ritterturniere. Bei den Ritterspielen in Sandricourt nahe Portoise waren im Jahre 1493 2.000 Zuschauer anwesend (Guttman, 1986, S. 35). Ein typisches Sportevent im späten Mittelalter und der frühen Renaissance war das Bogenschießen (Guttman, 1986, S. 46). Im Fokus standen jedoch weniger Sportgroßveranstaltungen, sondern viel eher das Ereignis-



hafte und die Unterhaltung (Schmidt-Lux, 2010, S. 54; Strauß, 2012, S. 8). Ritterturniere und Bogenschießwettbewerbe wurden vielfach auch von einem adeligen weiblichen Publikum besucht und dienten nicht zuletzt häufig der Brautwerbung und Heiratsanbahnung (Guttman, 1986, S. 39 ff.). Die konkrete Zusammensetzung der Zuschauer bei dem immer beliebter werdenden Kräftemessen im Bogenschießen ist jedoch nicht näher bekannt. Es gab aber bereits damals Personen, die regelmäßig und mit Begeisterung Turniere besuchten, um ihren Favoriten zu sehen (Schmidt-Lux, 2010, S. 54).

Die damaligen Zuschauer blieben jedoch nicht nur passiv. Bei einem sehr beliebten (fußballähnlichen) Spiel der dörflichen Bevölkerung auf dem Gebiet des heutigen Europas verschwammen die Grenzen zwischen Zuschauer und Akteuren: Zwei Mannschaften spielten hierbei gegeneinander und versuchten, einen Ball zu einem festgelegten Ziel – beispielsweise einer Brücke – zu bringen. Ein vorher umrissenes Spielfeld war nicht vorhanden, selbst Felder, Bäche und Wälder wurden in die Aktion einbezogen. Ein Spiel zog sich mitunter über mehrere Tage hin. Die Mannschaften konnten sich aus der ganzen Dorfbevölkerung zusammensetzen, sodass Kinder, Erwachsene und Alte häufig gleichzeitig Zuschauer und Teilnehmer waren (Guttman, 1986, S. 49 f.).

### **2.1.3 Zuschauer zwischen dem 17. und 19. Jahrhundert**

Die Abgrenzung zwischen Turnierpublikum und Massenpublikum verstärkte sich in den höfischen Gesellschaften des 17. und 18. Jahrhunderts, in denen das Volk nicht mehr an den Veranstaltungen und Festen der Herrschenden teilnahm, sondern diese seine eigenen Feste feierte (Krüger, 2012, S. 30). So etablierte sich im neuzeitlichen England Sport auch als Zuschauerveranstaltung. Die Upperclass veranstaltete bereits im Jahr 1711 das erste Pferderennen von Ascot, das bis heute als Veranstaltung der britischen High Society bekannt ist (Krüger, 2012, S. 33 f.). Schon damals stand es für die Verbindung aus Sport und Mode (Guttman, 1986, S. 67). Aber auch für die Bürgerlichen organisierte die Oberschicht Sportveranstaltungen: So fanden Boxkämpfe mit bürgerlichen Aktiven statt, an denen sich auch die Oberschicht als Zuschauer erfreute (Guttman, 1986, S. 72 f.).

Betrachtet man den Fan als spezifische Form des Zuschauers, sieht Schmidt-Lux seinen Ursprung im späten 19. Jahrhundert (Schmidt-Lux, 2010, S. 47). Die US-amerikanische Tageszeitung *Kansas Time and Star* berichtete am 26. März 1889 von den Anhängern des lokalen Baseballclubs als den „Kansas City baseball fans“. Der hier erstmals verwendete Begriff wurde in den Folgejahren zu einem geläufigen Ausdruck im Sport (Schmidt-Lux, 2010, S. 50).

Im 19. Jahrhundert setzten des Weiteren zwei wesentliche Prozesse für die Entwicklung vom Zuschauer zum Fan ein (Schmidt-Lux, 2010, S. 57). Erstens differenzierte sich die Zuschauerrolle aus, sodass der Fan geboren und sich der Begriff Ende des





19. Jahrhunderts etablieren konnte (Schmidt-Lux, 2010, S. 57). Die Voraussetzungen dafür schufen die Vereine, indem sie sowohl das aktive Betreiben eines Sports als auch dessen passives Betrachten ermöglichten. Zeitgleich förderten die Medien diese Entwicklung durch regelmäßige Berichterstattung.<sup>6</sup> So richteten Tageszeitungen seit dem Ende des 18. Jahrhunderts eigene Sportteile ein und etablierten die „culture of spectatorship“ (Guttman, 1986, S. 85). Zweitens wuchs das Fantum sich zu einem Massenphänomen aus. Die Besuche von Sportveranstaltungen bekamen einen regelmäßigen Platz in der individuellen Lebensführung der Fans, ihre Zahl stieg in die Höhe (Schmidt-Lux, 2010, S. 57).

Ende des 19. Jahrhunderts stellten die Spieler im englischen Fußball die Weichen für einen bezahlten Sport und damit auch für Professionalisierung und Kommerzialisierung. Im Zuge der Forderung, am Gewinn der steigenden Zuschauerzahlen beteiligt zu werden, wurde im Jahre 1885 der Profifußball institutionalisiert. 1888 gründete sich die Football League. Damit war die Möglichkeit geschaffen, dass sich Arbeitervereine und Clubs der Mittel- und Oberklasse im Wettkampf begegneten. Der Fußball etablierte sich somit als schichtenunabhängiger Zuschauersport. Jedoch leiteten diese Entwicklungen auch die erste Phase der Kommerzialisierung des Fußballs ein (Bremer, 2003, S. 98 f.).

#### **2.1.4 Zuschauer im 20. Jahrhundert am Beispiel des Fußballs**

Lust und Leidenschaft begeisterten Zuschauer schon seit jeher für sportliche Veranstaltungen. Sei es die Spannung des offenen Ausgangs, die die Zuschauer anzieht, die ‚Dramen‘, die sich währenddessen abspielen, oder die Leidenschaft, die aus dem Sport erwächst (Krüger, 2012, S. 20). Wie sich der Zuschauersport seit dem 20. Jahrhundert entwickelt hat, lässt sich insbesondere am Fußball exemplarisch nachvollziehen. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts galt Fußball primär als ein Spiel für die ‚besseren Kreise‘, erst allmählich wandelte er sich zu dem Zuschauersport Europas (Hopf, 1998, S. 143). „By the end of the century, the sport had become, once again, what it was in the Middle Ages: ‚the people’s game‘“ (Guttman, 1986, S. 105). Kaum eine andere Sportart hat sich derart schnell und intensiv bis in die untersten gesellschaftlichen Schichten verbreitet und dort verwurzelt (Kirchner, 1998, S. 144).

In England begann der Triumphzug des Fußballs spätestens Anfang des 20. Jahrhunderts, was sicherlich auch darin begründet lag, dass Fußball als eine der wenigen Mannschaftssportarten auch im Winter gespielt werden konnte. Zudem konnten sich die Zuschauer schnell die leicht verständlichen Regeln merken und dem Spiel problemlos folgen. Die festgelegte Spieldauer machte den Stadionbesuch planbar und die integrative Funktion im Rahmen der Unterstützung der lokalen Vereine begründete die steigenden

---

<sup>6</sup> Zur Bedeutung der Medien für die Entwicklung der Zuschauer siehe Kapitel 2.4 und 2.5.



Zuschauerzahlen (Bremer, 2003, S. 30). Beim britischen FA-Cup<sup>7</sup> wuchs beispielsweise die Zahl der Schaulustigen von 2.000 im Jahre 1872 auf 120.000 Zuschauer in 1923 (Bremer, 2003, S. 31; Guttman, 1981, S. 105).

Während der Fußball in England auf dem Vormarsch war, entstand in Deutschland im 19. Jahrhundert die konservativ-nationalistische Turnbewegung. Fußball galt als „undeutsch“ und als „englische Krankheit“ (Bremer, 2003, S. 99). Gleichwohl gründeten sich in den 1880er-Jahre die ersten Fußballvereine und am 28. Januar 1900 wurde der Deutsche Fußball-Bund (DFB) ins Leben gerufen (Bremer, 2003, S. 99 f.). Vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis zum Ersten Weltkrieg galt Fußball in Deutschland als bloßer Zeitvertreib; das Rasenspiel der damaligen Zeit hatte keine über das Spiel hinausgehende Wirkung, wie beispielsweise einen Austausch über das Ergebnis der Spiele und der Mannschaften. Auch existierten keine gemeinsame Kennzeichnung, keine ‚Devotionalien‘, keine Fanbekleidung, an denen die Anhänger eines bestimmten Vereins sich zu erkennen gegeben hätten (Oswald, 2013, S. 32).

Nach Ende des Ersten Weltkrieges setzte auch in Deutschland ein Zuschauerstrom ein. Viele deutsche Männer hatten das Spiel an der Front oder durch die Besatzer kennengelernt, zudem unterstützten die öffentliche Sportförderung und der Achtstundentag diese Entwicklung. Die Vereine verzeichneten zeitgleich einen enormen Mitgliederzuwachs. Gleiches galt für die Zuschauerzahlen. Vor dem Krieg besuchten selbst Spitzenspiele im Schnitt selten mehr als 100 Zuschauer, in den 1920er-Jahren kamen bereits durchschnittlich 50.000 Menschen zu den Endspielen der Deutschen Meisterschaft. Die Herausbildung dieses Zuschauersports blieb nicht ohne Kritik, insbesondere die Bewegung des Arbeitersports äußerte sich distanziert. So vertrat beispielsweise der Sozialdemokrat Helmut Wagner im Jahr 1931 die Auffassung, der bürgerliche Sport sei Sport *für* die Massen, wohingegen der Arbeitersport der Sport *der* Massen sei (Strauß et al., 2006, S. 378). Der DFB hielt lange am Amateurprinzip fest, sodass die in England entstandene Kommerzialisierung und Professionalisierung des Fußballs in Deutschland nicht gegeben war. Erst im September 1932 führte der DFB den Berufsfußball ein. Die Nationalsozialisten setzten diesen Beschluss jedoch nach ihrer Machtübernahme wieder aus und gründeten stattdessen eine zentrale „Reichsliga“ (Bremer, 2003, S. 32 f.). Das Profitum wurde als Teil „jüdischen Kommerzes“ verdammt und verboten (Bremer, 2003, S. 99 f.).

Nach dem Zweiten Weltkrieg erlebte der Fußball in Europa einen neuen Höhepunkt, denn wie bereits nach dem Kriegsende 1918 diente der Sport der Zerstreuung, aber auch der

---

<sup>7</sup> Beim FA-Cup (Football Association Challenge Cup) handelt es sich um den größten rundenbasierten Pokalwettbewerb im englischen Fußball. Er ist nach dem führenden englischen Fußballverband benannt und wird jährlich gemeinsam mit der obersten englischen Spielklasse durchgeführt.





Integration und der lokalen Identifikationsbildung. Die Zuschauerzahlen übertrafen noch diejenigen der Vorkriegsjahre (Bremer, 2003, S. 40).

In den 1960er-Jahren hatten die britische Football League, aber auch der Fußball in Deutschland mit einem stetigen Zuschauerrückgang zu kämpfen. Man hatte die eigene Einstellung gegenüber der Familie und dem eigenen Zuhause verändert und ärgerte sich über den fehlenden Komfort in den Stadien, den Defensivfußball und die fehlende Disziplin der Mannschaften. Die *Times* schloss daraus, dass „der Rückgang der Zuschauerzahlen nur gebremst werden kann, wenn Fußballspiele und ihre Begleitumstände attraktiver als andere konkurrierende Freizeitinteressen gemacht werden“ (Critcher, 1998, S. 151).

Diese Auffassung schienen auch Fußballmanager und Meinungsmacher der Medien zu teilen (Critcher, 1998, S. 152), denn der Fußballsport in England professionalisierte sich in den 1960er-Jahren erneut. Die Stadien wurden moderner, die Sitzplätze überdacht und Flutlichtanlagen für Abendspiele installiert. Die Zuschauer strebten einen größtmöglichen Unterhaltungswert an und ließen hierfür die lokale Bindung zu den Vereinen in den Hintergrund treten. Bremer konstatiert für diese Zeit drei Arten von Fußballfans:

„Der ‚Angehörige‘, der das Verhältnis zwischen sich und dem Verein als eine wechselseitige Verpflichtung versteht, der ‚Kunde‘, der die Befriedigung gewisser Wünsche erwartet und, sollten diese eine Zeitlang nicht erfüllt werden, seine Gunst jemand anderem zuwendet, und schließlich der ‚Konsument‘, welcher genau abwägt, wo er das meiste für sein Geld bekommt“ (Bremer, 2003, S. 41 f.).

Die Professionalisierung wirkte sich damit nachhaltig auf das Verhalten der Zuschauer im Stadion aus: In vielen Bereichen der Spielstätten verfolgten diese passiv das ‚Erlebnis‘ Fußball. Die Arbeiter und Angestellten, die bis dahin die Mehrheit im Stadion gestellt hatten, verdrängte man nun auf billige und abgelegene Plätze – und dies, obwohl sie es waren, die lautstark für ihre Mannschaft Sympathien bekundeten. Im Zuge dieser Entwicklung entstand bei ihnen das Gefühl, die ‚wahren Fans‘ zu sein, die sich grundlegend von der passiv überdacht sitzenden Zuschauergruppe unterschieden: Die ‚Fankultur‘ in England war geboren (Bremer, 2003, S. 43).

Die dem deutschen Fußball zu Beginn der 1960er-Jahre noch fehlende nationale Liga wurde 1963 eingeführt. Mit dieser Bundesliga stieg einerseits die Attraktivität der Sportart für das aufstrebende Medium Fernsehen (Bremer, 2003, S. 41 f.), andererseits endete mit dieser Professionalisierung und Kommerzialisierung das Amateurprinzip. Vorausgegangen war ein neuer ‚Zuschauerboom‘ nach dem Kriegsende in den 1950er- und 1960er-Jahren. Auch das Publikum veränderte sich und erreichte eine neue Qualität: So hielten die heute bekannten Fanoutfits und das aktivere Verhalten der Zuschauer Einzug in die Stadien – der Fußballfan war nun auch in Deutschland angekommen (Bremer, 2003, S. 100). Im



Stadion waren somit primär zwei Personengruppen anzutreffen: erstens der unverändert passiv-distanzierte Zuschauer, der häufig neutral eingestellt war und beherrscht auf das Spielgeschehen reagierte. Dieser erwartete in erster Linie ein interessantes Fußballspiel und identifizierte sich kaum mit einer Mannschaft oder einem Verein. Zweitens die Gruppe der Fans: Jene fieberten in unterschiedlichem Maße und verschiedener Ausprägung mit ihrer Mannschaft und ihrem Verein und zeigten ihre mitunter fast schon besessene Vereinsfixiertheit durch das Tragen der Vereinsfarben. Die Fans beurteilten das Spielgeschehen parteiisch, ein Sieg der eigenen Mannschaft war das zwingend zu erreichende Ziel (Bremer, 2003, S. 100 f.). Umso professioneller der Fußball wurde und die Zuschauerzahlen zunahmen, desto auffälliger wurde in den Augen der Fans und Zuschauer eine Distanzierung von den Vereinen und Spielern (Bremer, 2003, S. 101).

Oswald (2013) beschreibt und unterscheidet die frühe Fankultur der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts – als Vereinsfanatismus bezeichnet – von späteren Gruppen anhand von drei Hauptmerkmalen:

Erstens: Die Verbindung zum verehrten Verein kam ausschließlich über den Wohnort zustande, d. h., die Mannschaft wurde zur eigenen erklärt, weil sie im Wohnumfeld ihre Herkunft hatte. Herkunft reichte also als Verbindungsmerkmal aus.

Zweitens: Die Clubführung verstand sich als Teil der Anhängerschaft. Sie entstammte in den meisten Fällen der lokalen Mittel- und Oberschicht, agierte jedoch so, dass sich keine Opposition zwischen Führung und Basis bildete.

Drittens: Die Anhänger unterstützten ihren Verein bedingungslos, zeigten sich jedoch als „Vereinsfanatiker“ sehr gewalttätig, sodass Auseinandersetzungen und Ausschreitungen sowohl auf als auch neben dem Spielfeld an der Tagesordnung waren (Oswald, 2013, S. 30 f.).

Der Aufstieg des Fußballs als Zuschauersport setzte sich bis in die 1970er-Jahre fort, er fand seinen Platz in der sich neu formierenden Gesellschaft. Das nachfolgende Jahrzehnt kennzeichnete jedoch eine große Krise: Die Zuschauer entfremdeten sich von ihrer Mannschaft, man warf den Spielern Lustlosigkeit vor. Aus Sicht Ersterer flachte das Niveau des Fußballs ab, die erwartete Schnelligkeit und Eleganz war nicht zu finden. Der Fußball, seine Funktionäre, Vereine und Spieler entfernten sich immer weiter von ihren Zuschauern; Fußball war immer weniger ein gesellschaftlich wichtiges Gut. Wer etwas auf sich hielt, besuchte keine Fußballspiele mehr (Bremer, 2003, S. 43 f.). Umso stärker die Mittelschicht die Stadionbesuche ablehnte, desto größer wurde der Anteil jugendlicher Fans. „Das Fußballstadion wurde zum Schauplatz einer von sozialer Ausgrenzung und chauvinistischer Stimmung gekennzeichneten gesellschaftlichen Grundstimmung“ (Bremer, 2003, S. 44).



Der Hooliganismus hielt Einzug in die Stadien und verstärkte den Entfremdungsprozess. In diese Zeit fielen mehrere schwere Katastrophen in europäischen Fußballstadien: So starben 1985 bei einem Tribünenbrand im englischen Bradford 57 Menschen, mindestens genauso viele wurden zum Teil schwer verletzt. Die Ursachen für diese Katastrophe waren der unter der maroden Holztribüne gelagerte Müll und die von den Zuschauern achtlos weggeworfenen Zigaretten (Bremer, 2003, S. 45 f.). Dieses Negativereignis sollte jedoch nicht der einzige schwere Zwischenfall bleiben. Nur wenige Tage später durchbrachen bei dem Finale des Europapokals der Landesmeister im Brüsseler Heysel-Stadion Anhänger des FC Liverpool einen Maschendrahtzaun zu einem benachbarten Block. Sie prügeln auf die italienischen Zuschauer und Fans von Juventus Turin ein, Panik entstand. Bei dem Versuch zu fliehen, wurden 39 Menschen zwischen einem Absperrgitter und einer Tribünenmauer erdrückt oder zu Tode getreten. Ein Umdenken hinsichtlich der Sicherheit in Stadien fand auch nach diesem Unglück nicht statt (Bremer, 2003, S. 46). Es folgte 1989 in Sheffield die größte Tragödie des europäischen Fußballs. 96 Fans des FC Liverpool kamen im Stadion Hillsborough ums Leben, als über 4.000 Fans auf eine bereits hoffnungslos überfüllte Stehplatztribüne drängten. Die einströmenden Fans erdrückten die Menschen auf der Tribüne, indem sie jene gegen die unüberwindbaren Stahlgitter pressten (Bremer, 2003, S. 46 f.).

Die Gesamtheit dieser Katastrophen ließ die Verantwortlichen schließlich das Problem erkennen. Fortan interessierte die Vereine und Verbände nun nicht nur die Sicherheit der Spieler, sondern auch die der Zuschauer (Bremer, 2003, S. 47). Infolge eines in Großbritannien entwickelten Sicherheitskonzepts mussten Zäune und Stehplätze in den Stadien abgeschafft werden. Die fehlenden Stehplätze verdrängten jedoch großteils die bisherigen Stadiongänger, da sich diese die teureren Sitzplätze nicht leisten konnten (Bremer, 2003, S. 47). In Deutschland verabschiedete der *Nationale Ausschuss Sport und Sicherheit* (NASS)<sup>8</sup> im Jahr 1992 das *Nationale Konzept Sport und Sicherheit* (NKSS), in dem u. a. die Pflicht zu einer Stadionordnung und einem Ordnungsdienst festgelegt wurde. Gleichzeitig verpflichtete es die Vereine dazu, Fanprojekte einzurichten, woraus im Jahr 1993 die *Koordinationsstelle der Fanprojekte*<sup>9</sup> (KOS) hervorging (Bremer, 2003, S. 47 f.). Das NKSS wurde seitdem mehrfach fortgeschrieben.

In den 1990er-Jahren veränderte sich die soziale Zusammensetzung der Zuschauer. Hatte das Publikum bis in die 1980er-Jahre primär aus proletarischen<sup>10</sup> Männern bestanden,

---

<sup>8</sup> Der NASS setzt sich u. a. aus der Ständigen Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder, dem Bundesministerium des Inneren und dem DFB zusammen.

<sup>9</sup> Die KOS begleitet und koordiniert die sozialpädagogisch arbeitenden Fanprojekte inhaltlich und wirkt bei der Einrichtung weiterer Projekte mit.

<sup>10</sup> Proletarisch meint hier Männer aus der Klasse der Lohnarbeiter.



nahm in den 1990ern der Anteil an Angehörigen der Mittel- und Oberschicht<sup>11</sup> und Frauen zu. Während dies in Großbritannien großteils auf die Versitzplatzung in den Spielstätten zurückzuführen war, hatten anderenorts die Weltmeisterschaften (1990 in Italien, 1994 in den USA und 1998 in Frankreich) maßgeblichen Einfluss (Bremer, 2003, S. 48).

Durch die Regeländerungen vor der Weltmeisterschaft (WM) im Jahr 1990 wurde das Spiel schneller. Das Gastgeberland zeigte außerdem, dass ein Sport in der Kultur eines Landes fest verankert sein kann, denn nirgends sonst war Fußball in der damaligen Zeit derart gesellschaftsfähig und Bestandteil der Volkskultur wie in Italien. Während Zuschauer die Stadionbesuche in Deutschland häufig mit Bratwurst und vollurinierten Toiletten verbanden, glich der Fußball in Italien eher einer fantastisch inszenierten Oper. Italien avancierte zum Vorbild für andere europäische Fußballnationen (Bremer, 2003, S. 48 f.). Dies zeigte sich auch an den vielen deutschen Weltmeisterspielern von 1990, die in der italienischen Serie A spielten.

Die Weltmeisterschaft 1994 in den USA verdeutlichte einen bis heute anhaltenden Trend im Zuschauersport Fußball: die Entwicklung hin zu einer ‚Eventkultur‘. Die Veranstalter finanzierten die WM erstmals ohne öffentliche Gelder, vermarkteten das Turnier jedoch mit einem Ansatz, der den US-Sportprofiligen vergleichbar war. Es kamen erstmals verstärkt Zuschauer in die Stadien, die sich nur bedingt für Fußball interessierten. Diese „Event-Snobs“ fokussierten sich primär auf Großereignisse und weniger auf den Sport (Bremer, 2003, S. 49). Fußballspiele entwickelten sich zu Kultur- und Familienereignissen, die für viele mit einem Kino-, Theater- oder Opernbesuch gleichzusetzen waren. Immer finanzkräftigere Sponsoren wurden auf den Sport aufmerksam; so erhielten bei der WM in Frankreich im Jahr 1998 Sponsoren knapp 60 Prozent der Eintrittskarten –kostenlos. Und das, obwohl das Interesse an den zu kaufenden Tickets um ein Vielfaches die Stadionkapazitäten überstieg (Bremer, 2003, S. 49).

Der Wandel des Fußballs ging auch auf die realen sozialen Veränderungen in Westeuropa zurück: Ein aufstrebender Dienstleistungssektor und steigender Wohlstand verschafften der Sportart neue Zuschauer mit anderen Konsumgewohnheiten und Komfortansprüchen. Der Fußball war zum Volkssport geworden.

---

<sup>11</sup> In den Sozialwissenschaften werden die Begriffe der Klasse und der Schicht sehr unterschiedlich genutzt. Eine allgemeingültige Definition liegt nicht vor. „In der Regel fassen die beiden Begriffe Menschen zu einer Klasse oder Schicht zusammen, die sich in einer ähnlichen sozioökonomischen Lage befinden. Mit dieser Lage sind aufgrund ähnlicher Lebenserfahrungen ähnliche Persönlichkeitsmerkmale wie Einstellungen, Wertorientierungen, Bedürfnisse, Interessen oder Mentalitäten sowie ähnliche Lebenschancen und Lebensrisiken verbunden“ (Geißler, 2014, S. 74).



Prägend für die 90er ist aber vor allem der Einzug der neuen, so genannten ‚Spaßgesellschaft‘ in die Fußballstadien. [...] Die daraus resultierende Verteuerung der Plätze im Stadion wurde von den Fans hingenommen. Diese Treue und Leidensfähigkeit vieler ‚Fans‘ steigert sogar die Attraktivität eines Fußballklubs als Investitionsprojekt. Die Gefahr, so zeigt sich, dass die Kundschaft im Falle von Qualitätsmängeln das ‚Produkt‘ wechselt, ist so gering wie bei keinem anderen Konsumgut (Bremer, 2003, S. 50).

### **2.1.5 Fußball als Zuschauersport im Überblick**

Die Geschichte der Zuschauer geht in den vergangenen Jahrzehnten mit einem starken Wandel einher. Um diesen zu strukturieren, teilt Bremer (2003) den Fußball als Zuschauersport in drei Phasen ein:

- Fußball als Unterhaltung breiter Bevölkerungsschichten,
- Fußball als Fansport (im Stadion) sowie Fernsichtsport und
- Fußball als ‚Event‘ einer modernen Freizeitkultur.

In der ersten Phase suchten die Zuschauer vorzugsweise Unterhaltung. In Großbritannien dominierte zunächst die Arbeiterklasse die Zusammensetzung der Zuschauer, in Deutschland waren nahezu alle Bevölkerungsschichten präsent. Der Fußball wurde erstmals zum männerdominierten Massenphänomen, Frauen stellten im Stadion eher die Ausnahme dar (Bremer, 2003, S. 51).

In der zweiten Phase veränderte vor allem das Medium Fernsehen den Sport; in den 1960er- bis 1980er-Jahren entstand der ‚Fernsichtsportler‘. Er verfolgte die Spiele vom heimischen Sofa und somit fernab der maroden und zugigen Spielstätten. Zuschauer, für die Fußball einen Lebensmittelpunkt darstellte, übernahmen die Stadien. Damit einher ging eine Zunahme an Gewalt in den Sportstätten, Hooligans fochten ihre Kämpfe vor Ort aus. Die mediale Berichterstattung über die Ausschreitungen verstärkte den sich bereits abzeichnenden Trend und führte schlussendlich zur Verdrängung der übrigen Zuschauer aus den Stadien. Die Übriggebliebenen versammelten sich in den Stehplatzbereichen und unterstützten lautstark ihre Mannschaften (Bremer, 2003, S. 51).

Nach den tödlichen Katastrophen Ende der 1980er-Jahre begann die dritte Phase und damit ein grundlegender Wandel. Fußball wurde nach den 1920er-Jahren und der Phase nach dem Zweiten Weltkrieg zum dritten Mal ein Massenphänomen. Bis heute lockt er Zuschauer aus allen Bevölkerungsschichten in die Spielstätten der Profiligen (Bremer, 2003, S. 52). Nicht jeder interessiert sich dabei vorrangig für den Sport und die Mannschaft, vielmehr steht oftmals das ‚Event Fußball‘ im Fokus. Auch der aktuelle Fußball ist vor diesem Hintergrund zu begreifen. Die Geschichte des Zuschauersports Fußball lässt sich in Deutschland an seinen unterschiedlichen Phasen, aber auch an den Zuschauerzahlen ablesen:

**Tabelle 1: Zuschauerzahlen der 1. Bundesliga  
(Deutscher Fußball-Bund, 2015, o. S)**

| <i>SAISON</i> | <i>BUNDESLIGA</i> | <i>Ø PRO SPIEL</i> |
|---------------|-------------------|--------------------|
| 1963/1964     | 5.909.776         | 24.624             |
| 1964/1965     | 6.492.539         | 27.052             |
| 1965/1966     | 7.094.666         | 23.185             |
| 1966/1967     | 7.129.485         | 23.299             |
| 1967/1968     | 6.147.508         | 20.090             |
| 1968/1969     | 6.550.497         | 21.407             |
| 1969/1970     | 6.113.726         | 19.979             |
| 1970/1971     | 6.322.114         | 20.661             |
| 1971/1972     | 5.487.286         | 17.932             |
| 1972/1973     | 5.014.332         | 16.387             |
| 1973/1974     | 6.293.167         | 20.566             |
| 1974/1975     | 6.738.303         | 22.021             |
| 1975/1976     | 6.768.448         | 22.119             |
| 1976/1977     | 7.401.686         | 24.189             |
| 1977/1978     | 7.936.765         | 25.937             |
| 1978/1979     | 7.351.341         | 24.024             |
| 1979/1980     | 7.045.940         | 23.026             |
| 1980/1981     | 6.895.851         | 22.535             |
| 1981/1982     | 6.280.388         | 20.524             |
| 1982/1983     | 6.180.704         | 20.198             |
| 1983/1984     | 5.918.003         | 19.340             |
| 1984/1985     | 5.765.284         | 18.841             |
| 1985/1986     | 5.405.571         | 17.665             |
| 1986/1987     | 5.937.044         | 19.402             |
| 1987/1988     | 5.705.523         | 18.646             |
| 1988/1989     | 5.394.943         | 17.631             |

|           |            |        |
|-----------|------------|--------|
| 1989/1990 | 6.048.207  | 19.765 |
| 1990/1991 | 6.275.437  | 20.508 |
| 1991/1992 | 8.600.801  | 22.634 |
| 1992/1993 | 7.396.857  | 24.173 |
| 1993/1994 | 7.986.681  | 26.100 |
| 1994/1995 | 8.476.885  | 27.702 |
| 1995/1996 | 8.906.792  | 29.107 |
| 1996/1997 | 8.776.265  | 28.681 |
| 1997/1998 | 9.520.385  | 31.112 |
| 1998/1999 | 9.455.582  | 30.901 |
| 1999/2000 | 8.849.661  | 28.920 |
| 2000/2001 | 8.696.712  | 28.421 |
| 2001/2002 | 9.503.367  | 31.047 |
| 2002/2003 | 9.764.735  | 31.911 |
| 2003/2004 | 10.724.586 | 35.048 |
| 2004/2005 | 10.765.974 | 35.183 |
| 2005/2006 | 11.686.554 | 38.191 |
| 2006/2007 | 11.518.923 | 37.644 |
| 2007/2008 | 11.815.215 | 38.612 |
| 2008/2009 | 12.822.484 | 41.904 |
| 2009/2010 | 12.790.000 | 41.802 |
| 2010/2011 | 13.057.899 | 42.637 |
| 2011/2012 | 13.805.496 | 45.116 |
| 2012/2013 | 13.042.590 | 42.623 |
| 2013/2014 | 13.311.300 | 43.501 |
| 2014/2015 | 13.061.532 | 42.685 |
| 2015/2016 | 12.980.815 | 42.421 |





Die Zahl der verkauften Stadiontickets lag unmittelbar nach dem Start der Bundesliga im Schnitt bei knapp 25.000 (Saison 1963/1964) und 27.000 (Saison 1964/1965) pro Spiel. In den folgenden zwei Jahrzehnten schwankten die Zuschauerzahlen zwischen 16.000 und 26.000, wobei jährliche Abweichungen nicht ungewöhnlich waren. In den 1980ern zeigte sich eine Verdrängung von weiten Publikumsteilen, die Zuschauerzahlen blieben über sieben Jahre konstant unter 20.000, sie stiegen jedoch seit Beginn der 1990er wieder stetig an und liegen seit der Saison 2008/2009 konstant über 40.000 Zuschauern pro Spiel.<sup>12</sup> Seit Gründung der 1. Bundesliga im Jahr 1963 wuchs die Zahl der Stadionbesucher pro Spiel um mehr als 75 Prozent. So erfuhr alleine in den 2000ern die Zuschauerresonanz einen Aufschwung um mehr als 50 Prozent.

Alles in allem hat sich der Fußball während des 20. Jahrhunderts in der Mitte der Gesellschaft etabliert. Dies trifft sowohl für die Sporttreibenden als auch für die Zuschauer zu. „So vielfältig der Sport ist, so vielfältig ist auch das Phänomen ‚Zuschauen im Sport‘“ (Gabler, 1998, S. 113). Die Professionalisierung und die Steigerung der sportlichen Leistungen stellen hierbei wesentliche Gründe für die positive Entwicklung des Zuschauersports dar, die daraus resultierenden höheren Einnahmen lassen einen Kreislauf aus zunehmender Professionalisierung und Bedeutungssteigerung entstehen (Strauß, 2012, S. 9). Die Sportereignisse sollen die Zuschauer in den Stadien und Arenen möglichst stark und nachhaltig begeistern, gleichzeitig nehmen sie aus Vermarktungssicht die Rolle der Stimmungsmacher ein, die durch das Erschaffen grandioser Atmosphären den Fernsehkonsumenten vor dem Bildschirm fesseln soll. Infolgedessen entsteht ein lukrativer Kreislauf aus höheren Fernsehzuschauerzahlen und steigenden Einnahmen, die aus der Vermarktung und der Rechtevergabe resultieren<sup>13</sup> (Gabler, 1998, S. 117 f.).

Auch das Fantum unterlag in den vergangenen Jahrzehnten einer ausgeprägten und vielfältigen Kommerzialisierung. Gerade im Fußball zeigt sich dies an dem stetig wachsenden Absatz von Devotionalien, Vereinssymbolen und sonstigen ‚Gimmicks‘ – man denke nur an die jährlich neu erscheinenden Trikotserien. Hier gehen Angebot und Nachfrage Hand in Hand, denn die Fans sind auch bereit, enorme Summen für ihre Leidenschaft zu zahlen (Schmidt-Lux, 2010, S. 59). Dennoch konstatiert Schmidt-Lux ein „Massenphänomen bei gleichzeitiger Individualisierung der Fankultur“ (Schmidt-Lux, 2010, S. 59). Das Fansein ist zweifellos ein fester Bestandteil der heutigen Alltagskultur. Bedingt durch die Verfügbarkeit von Zeit und weiteren Ressourcen sind viele Fans von etwas oder jemandem geworden. Gleichzeitig weist dieses moderne Fantum lediglich ein geringes Maß an traditionellen

---

<sup>12</sup> Etwaige Schwankungen in den vergangenen Jahren können in Teilen auf die Stadiongrößen der jeweiligen spielberechtigten Mannschaften zurückzuführen sein. Steigen kleine Vereine in die 1. Bundesliga auf, können die Zuschauerzahlen einen Rücklauf verzeichnen.

<sup>13</sup> Kapitel 2.5 beleuchtet die Bedeutung der Medien für die Zuschauer.



Bindungen auf, sodass das Fanssein für jeden eine individuelle Möglichkeit und Verpflichtung gleichermaßen darstellt (Schmidt-Lux, 2010, S. 59 f.). Hieraus ergibt sich schlussendlich eine große Vielfalt und Differenziertheit von und in Fanszenen, -objekten und -aktivitäten (Schmidt-Lux, 2010, S. 60).

### **2.1.6 Zuschauerunterstützung und Fangesänge**

Zum Fangesang und zur Unterstützung durch Zuschauer von Sportveranstaltungen gibt es nur wenige zuverlässige historische Zeugnisse, dies gelte auch für die Antike, wie Kopiez und Brink<sup>14</sup> betonen, auch wenn Zuschauer sowohl in der griechischen als auch in der römischen Antike bei Veranstaltungen mit sportlichem Charakter permanent anzutreffen waren.<sup>15</sup> In antiken Quellen tauchen sie jedoch allenfalls als Randerscheinung auf (Kopiez & Brink, 1998, S. 27).

Kopiez und Brink behaupten, dass sich die Zuschauer bei den griechischen Agonen nicht lediglich passiv-konsumierend verhielten, sondern sie sich vielmehr mit dem Geschehen identifizierten, sie sogar in die Handlung nach den Wettkämpfen eingriffen, indem die Anhänger des Verlierers teilweise über den Sieger und dessen Begleiter herfielen. Der enthemmende Einfluss von Alkohol tat hier vermutlich sein Übriges (Kopiez & Brink, 1998, S. 28).

Bei den römischen Gladiatorenkämpfen vermuten Kopiez und Brink eine Atmosphäre, die mit heutigen Sportveranstaltungen vergleichbar ist. Insbesondere hinsichtlich der Akustik sehen die Autoren hier Parallelen:

„Und auch schon damals erlagen offenbar Einzelne (genau wie heute) dem Einfluss der Masse und konnten sich einer Identifikation mit ihr nicht entziehen: Nichts typisch Römisches, vielmehr Grundzüge allgemein-menschlichen Verhaltens“ (Kopiez & Brink, 1998, S. 28).

Bereits bei Gladiatorenkämpfen waren konkrete Ausrufe ähnlich den heutigen Schlachtrufen zu hören. Geläufig war ‚Habet, hoc habet!‘ (Er hat’s, das hat er!). Darüber hinaus folgte oftmals der Ruf nach Blut. Antike Autoren instrumentalisieren dieses Verhalten wahrscheinlich, um die verderbliche Wirkung der Gladiatorenkämpfe in der Spätphase der römischen Spielkultur zu kritisieren. Kopiez und Brink ziehen hier den Vergleich zur medialen Berichterstattung über gewalttätige Fußballfans in der Jetztzeit; so sei es anzunehmen, dass die Rufe nicht kollektiv erfolgten, sondern unkoordiniert von Einzelnen ausgestoßen wurden (Kopiez & Brink, 1998, S. 32). Dies könnte darin begründet liegen, dass Sprech-

---

<sup>14</sup> Kapitel 2.8.2 stellt weitere Ergebnisse aus Kopiez’ und Brinks Studie vor.

<sup>15</sup> Die Geschichte der Zuschauer stellt diese Arbeit in Kapitel 2.1 dar.





chöre unbekannt waren und die Zuschauer in der Antike schlichtweg nicht auf die Idee kamen, ihre Meinung bzw. ihren Willen auf diesem Weg zu artikulieren.

Vielfach bekannt ist die Tatsache, dass die Zuschauer römischer Gladiatorenkämpfe mit ihrem Verhalten Einfluss auf Leben und Tod des unterlegenen Gladiators nahmen. Dies geschah entweder durch das Senken des Daumens oder durch das Schwenken von Tüchern. Kollektive Äußerungen erfolgten also eher durch vereinbarte oder allgemein bekannte optische Zeichen denn durch verbale Äußerungen (Kopiez & Brink, 1998, S. 32 f.).

Zuschauer und ein von ihnen ausgehender Lärmpegel waren seit jeher mit Sport und Kampfschauspielen verbunden. Ganz gleich, ob dies Ausrufe Einzelner, das unkoordinierte Geschreie vieler, Versuche der Einflussnahme durch das eigene Verhalten, das Urteil zum Abschluss des Kampfes oder vereinzelt Zuschauererschreitungen waren. Gesang, wie er in der heutigen Zeit in ritualisierter Form praktiziert wird, war dem antiken Publikum hingegen fremd. Kam er doch zufällig zustande, galt er als eine Art „göttliches Wunder“ (Kopiez & Brink, 1998, S. 38). Kopiez und Brink kommen zu dem Schluss, dass die heute übliche Unterstützung der Sportler, z. B. in Form von rhythmischem Klatschen, Sprechchören und kollektiven Gesängen, in der Antike unbekannt war (Kopiez & Brink, 1998, S. 36). Der dürftigen Quellenlage geschuldet, muss ein umfassendes, detailreiches Bild des Zuschauerhaltens jedoch offenbleiben (Kopiez & Brink, 1998, S. 38).

Die Erforschung des Zuschauergesangs geht auf Peter Marsh, Elisabeth Rosser und Rom Harré (1978, S. 66 ff.; 131 ff.) zurück. In ihrer 1978 in England veröffentlichten Studie untersuchten sie das Rowdytum von Fußballzuschauern am Beispiel des Verhaltens der Anhänger des Vereins Oxford United und kamen u. a. zu folgenden Ergebnissen:

- Die Stimmungsmache geht auf einen Chant Leader zurück, der als Einziger Rufe und Gesänge für die übrigen Fans anstimmt.
- Dieser Chant Leader kennt das gesamte Gesangsrepertoire und entsprechende ‚Schlachtrufe‘; er hat ein Gefühl dafür, zu welchem Zeitpunkt welcher Gesang/Schlachtruf angebracht ist.
- Die Fans lernen bei Auswärtsfahrten Gesänge anderer Vereine kennen und tauschen diese aus.
- Auswärtsfahrten dienen auch der Probe neuer Melodieversionen. Lieder, die sich in diesem Zusammenhang bewährt haben, erreichen auch die heimische Fankurve und werden gegebenenfalls in das bestehende Repertoire integriert.
- Die Hauptfunktion des Gesangs ist vielfach die ritualisierte Beleidigung des Gegners – insbesondere des eine Halbzeit in unmittelbarer Nähe stehenden gegnerischen Torhüters (Kopiez & Brink, 1998, S. 13 f.).



Die Anfänge der Fangesänge sahen Kopiez und Brink in den 1960er-Jahren, wobei sie sich auf die Arbeit von Morris berufen. Dieser konstatiert drei Quellen des Fangesangs:

- Hymnensingen bei Finalspielen in Wembley,
- südamerikanische Einflüsse und
- Popmusik der Merseybeats in Liverpool (Morris, 1981, S. 304 ff.).

In Südamerika war das Fanverhalten bereits seit den 1920er-Jahren erheblich ausgeprägter. Die Begeisterung zeigte sich in besonderen Fällen im Abfeuern von Platzpatronen. Hieraus entwickelte sich später das Werfen von Papierschnipseln oder Toilettenpapier. Mit dem in den 1950er- und 1960er-Jahren aufkommenden Reiseverkehr lernten englische Fans bei der WM 1962 in Chile durch Händeklatschen rhythmisierte Gesänge kennen. Fanatische Fans des FC Liverpool führten diese Verbindung aus verbalen Ausrufen und körperlicher Handlung daraufhin auch in ihrem Stadion ein und stießen somit eine europaweite Verbreitung an. Während deutsche Zuschauer noch einfache Primärreaktionen und rhythmisches Klatschen zur Anfeuerung der Teams in den Stadien einsetzten, sangen in Mexiko bereits 1968 und 1970 bis zu 100.000 Menschen das Fanlied *La Golondrina* (Die Schwalbe) (Kopiez & Brink, 1998, S. 64 f.).

Bereits Jahrzehnte, bevor Fangesänge tatsächlich Einzug in die Veranstaltungsorte hielten, ertönte vor Beginn der Cupfinalspiele im Wembleystadion die christliche Hymne *Abide with me*. Diese Tradition beförderte die Entstehung von Fangesängen (Kopiez & Brink, 1998, S. 64 ff.).

Die dritte Säule, die für die Herausbildung und Weiterentwicklung der Fangesänge verantwortlich war, bildet die englische Popmusik der frühen 1960er-Jahre. Im Oktober 1963 landete die Gruppe *Gerry & the Pacemakers* mit *You'll never walk alone* einen Charterfolg, den die Fans des FC Liverpool auf der weltbekannten Tribüne *The Kop* im Anfield-Stadion unmittelbar übernahmen. Die Hymne aller Hymnen war geboren. Bis heute singen die Zuschauer in allen englischen Stadien dieses Lied, auch in Deutschland gehört es zwischenzeitlich zum festen Repertoire, unter anderem wird es von den Fans von Borussia Dortmund und des FSV Mainz 05 vor jedem Heimspiel angestimmt (Kopiez & Brink, 1998, S. 68).

## 2.2 Fans und Zuschauer – eine Abgrenzung

Zuschauer – ob in kleiner oder großer Anzahl – sind nach dem gängigen Sprachgebrauch allgegenwärtig. In manchen Situationen sind sie zufällig präsent, manchmal sehnlichst gewünscht, aber vielfach verleihen erst sie einem Ereignis einen herausragenden und erinnerungswürdigen Charakter (Strauß et al., 2006, S. 384; Strauß & Jürgensen, 1998, S. 7).