

Thorsten Post

Sportzuschauer und ihre Kontrollillusion

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2001 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832457891

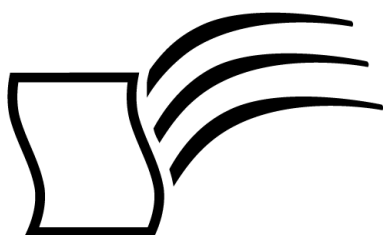
Thorsten Post

Sportzuschauer und ihre Kontrollillusion

Thorsten Post

Sportzuschauer und ihre Kontrollillusion

Magisterarbeit
an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
Fachbereich Sportwissenschaften
6 Monate Bearbeitungsdauer
September 2001 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 5789
Post, Thorsten: Sportzuschauer und ihre Kontrollillusion
Hamburg: Diplomica GmbH, 2002
Zugl.: Münster, Universität, Magisterarbeit, 2001

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2002
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|--|--------------|
| 1. Einleitung und Problemstellung | 1 |
| 2. Theoretischer Hintergrund | 4 |
| 2.1. Sportzuschauer | 4 |
| 2.1.1. Differenzierung des Sportpublikums | 4 |
| 2.1.2. Demografische Merkmale | 9 |
| 2.1.3. Zuschauer Motivationen | 13 |
| 2.2. Identifikation | 17 |
| 2.2.1. Begriffsdefinition | 17 |
| 2.2.2. Selbstkonzept und Soziale Identität | 18 |
| 2.2.3. Identifikation mit Sportmannschaften | 20 |
| 2.2.3.1. Motive | 21 |
| 2.2.3.2. Ausprägungen | 24 |
| 2.3. Kontrolle | 26 |
| 2.3.1. Begriffsdefinition | 27 |
| 2.3.2. Kontrollmotivation | 29 |
| 2.3.2.1. Situative Einflussfaktoren | 33 |
| 2.3.2.2. Individuelle Unterschiede | 34 |
| 2.3.3. Kontrollkonzept | 35 |
| 2.3.3.1. Kontrollvorgang | 35 |
| 2.3.3.2. Differenzierungen | 36 |
| 2.3.4. Strukturelle Aspekte personaler Kontrolle | 37 |
| 2.3.4.1. Der Ansatz nach J. R. Averill | 38 |
| 2.3.4.2. Der Ansatz nach S. C. Thompson | 43 |
| 2.3.5. Geringe personale Kontrolle und Kontrollverlust | 47 |
| 2.3.5.1. Theorie der gelernten Hilflosigkeit | 48 |
| 2.3.5.2. Reaktanztheorie | 50 |
| 2.3.5.3. Das integrative Modell | 53 |
| 2.3.6. Kontrollillusion | 55 |
| 2.3.6.1. Erklärungsansätze | 57 |
| 2.3.6.2. Die Experimente von E. J. Langer | 59 |

| | |
|---|-----------|
| 3. Zuschauer und die Beeinflussung sportlicher Leistung | 65 |
| 3.1. Kontrollbedürfnisse von Sportzuschauern | 65 |
| 3.2. Einfluss von (Sport)Zuschauern | 66 |
| 3.2.1. Passive Zuschauer | 67 |
| 3.2.1.1. „Drive theory of social facilitation“ | 67 |
| 3.2.1.2. „Mere presence theory“ | 68 |
| 3.2.2. Aktive Zuschauer | 70 |
| 3.2.2.1. Distraction | 70 |
| 3.2.2.2. Feedback | 71 |
| 3.2.2.3. Selbstpräsentation | 72 |
| 3.2.2.4. Öffentliche Erwartungen | 73 |
| 3.2.3. Zusammensetzung des Publikums | 74 |
| 3.2.3.1. Das „Averaging- summation“ Modell | 74 |
| 3.2.3.2. Die „Social impact“ Theorie | 75 |
| 3.2.4. Heimvorteil | 76 |
| 3.3. Effizienzanalyse: Kontrolle oder Kontrollillusion? | 79 |
| 4. Formulierung der Arbeitshypothesen | 82 |
| 5. Methode | 85 |
| 5.1. Darstellung des Untersuchungsgegenstandes und Ablaufschema der Untersuchung | 85 |
| 5.2. Untersuchungsteilnehmer | 85 |
| 5.3. Untersuchungsdurchführung | 86 |
| 5.3.1. Untersuchungszeitraum | 86 |
| 5.3.2. Auswahl der Testpersonen | 86 |
| 5.3.3. Der Fragebogen | 87 |
| 5.3.3.1. Fußballinteresse und Mannschaftspräferenz | 87 |
| 5.3.3.2. „Team Identification Scale“ | 88 |
| 5.3.3.3. Persönlichkeitsmerkmale | 89 |
| 5.3.4. Das Tippspiel | 90 |
| 5.3.4.1. Spielausgang | 90 |
| 5.3.4.2. Einsatz | 90 |
| 5.3.4.3. Wahrscheinlichkeit | 91 |
| 5.4. Untersuchungsauswertung | 91 |

| | |
|---|------------|
| 6. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse | 92 |
| 6.1. Darstellung der Ergebnisse des Fragebogenanteils | 92 |
| 6.1.1. Persönlichkeitsmerkmale | 92 |
| 6.1.2. Fußballinteresse | 94 |
| 6.1.3. Teamidentifikation und Mannschaftspräferenz | 95 |
| 6.2. Darstellung und Interpretation der hypothesenrelevanten Ergebnisse | 99 |
| 6.2.1. Tippspielergebnisse der Spielpaarungen | 99 |
| 6.3. Überprüfung der Arbeitshypothesen | 107 |
| 6.3.1. Spielausgang | 108 |
| 6.3.2. Einsatz | 112 |
| 6.3.3. Wahrscheinlichkeit | 115 |
| 6.3.4. Unterschiede in Abhängigkeit von der Identifikationsstärke | 121 |
| 7. Diskussion | 123 |
| 8. Zusammenfassung | 126 |
| 9. Literaturverzeichnis | 129 |
| 10. Anhang | 137 |
| A. Grafische Aufbereitung der spielpaarungsrelevanten Ergebnisse | 137 |
| B. Datenerhebungsbogen | 146 |

1. Einleitung und Problemstellung

Der Sport, und hierzulande insbesondere der Fußball, nimmt einen besonderen Stellenwert in der Gesellschaft ein, und die Literaturlage zu diesem Themenkomplex stellt sich dementsprechend breit gefächert dar. Von je her, seit der Fußball sich zum Zuschauersport entwickelte, interessierten die Autoren neben dem sportlichen Geschehen an sich, vor allen Dingen die Menschen, die, sei es lediglich als passive Rezipienten, oder besser noch als aktive Sympathisanten der Athleten an solcherlei Sportveranstaltungen partizipierten, deren Gemüt und Empfinden offensichtlich durch den Anblick der Sportdramatik bereichert wird:

„Sie schreien, sie toben sich aus und sie spielen den Narren, sie tragen groteske Hüte, gewaltige Papierblumen in den Farben der Spieler, die sie bevorzugen oder auf die sie gewettet haben, ja manche verkleiden sich geradezu, sie sind voll innerer Spannung, sie können sich beim geringsten Anlaß ausschütten vor Lachen, sie sind unzweifelhaft hysterisch und schwingen lärmende Ratteln, um wenigstens einen Bruchteil von dem auszudrücken, was sie im Augenblick empfinden, angeregt durch die Magie des Fußballs.“

Dieses Zitat von Rudolf Kirchner (Hopf, 1979,147) schildert besonders eindrucksvoll die Eindrücke eines neutralen Besuchers von den offensichtlich fanatischen Zuschauern eines Fußballspiels in England um die Jahrhundertwende (19./ 20. Jahrhundert). Viele dieser Verhaltensweisen lassen sich in die heutige Zeit transportieren und bei aktuellen Sportveranstaltungen wiederfinden. Das „Phänomen“ Fußballfan als Zielobjekt der Wissenschaft hat im Laufe der Jahre eine enorme Entwicklung durchlaufen und immer extreme Auswüchse gebildet: Von den beschriebenen Anfängen im England des 19. Jahrhunderts, über die Etablierung der Gewalt und einer sogenannten „Hooliganszene“ seit Beginn der 50er Jahre des letzten Jahrhunderts, bis hin zu dem modernen, komfortverwöhnten Typus „Edelfan“, der in den VIP- Lounges aller Fußballarenen dieser Welt zu Hause ist, und sich in den Mannschaftsfarben präsentiert, weil dies gerade als besonders „schick“ gilt. Die genannten Erscheinungsformen stehen in diesem Zusammenhang exemplarisch für eine Gruppe unserer Gesellschaft, die so vielfältig und schillernd ist, wie sich ihre Mitglieder in der Regel selbst optisch präsentieren. In der Öffentlichkeit wurde jedoch zunehmend, weniger die Gruppe der Sportzuschauer als vielmehr die der

Fans, insbesondere nach den Katastrophen von Brüssel und Sheffield weitestgehend auf ihr vermeintliches Gewaltpotential reduziert und demzufolge oftmals mit der sich mehr und mehr vom Sport separatisierenden Hooliganszene fälschlicherweise gleichgesetzt, und auch die Wissenschaft (u.a. Psychologie und Soziologie) nahm sich insbesondere diesem negativen Begleitumstand der Sportveranstaltungen an. Darüber hinaus reichend, ist die wissenschaftliche Literaturlage neben Beiträgen zur Motivlage der Zuschauer hinsichtlich des Besuchs einer Sportveranstaltung sowie zu ihren offensichtlichen Verhaltensweisen innerhalb der Arena, nur relativ dünn, weshalb tiefere Erkenntnisse über die Sportzuschauer und -Fans meist im Verborgenen bleiben. Diese Tatsache bildet den Anstoßpunkt der vorliegenden Arbeit, deren Ziel es sein soll, auf einem wissenschaftlich weitestgehend unerforschten Gebiet herauszuarbeiten, welche Prozesse dazu führen, dass Sportzuschauer, und innerhalb dieser Gruppe insbesondere die ausgewiesenen Fans einer bestimmten Mannschaft (aufgrund der außerordentlichen Popularität dieser Sportart hierzulande, sind in diesem Falle speziell die Fußballfans von Interesse) daran glauben, auf welche Weise auch immer, auf die sportlichen Geschicke und somit in direktem Maße auf die Leistung der Athleten einwirken zu können, und somit eine Möglichkeit der Einflussnahme bzw. der Kontrolle zu besitzen. Sicherlich spielt die diesbezügliche Bestätigung von Seiten der Sportler, Trainer und Journalisten eine entscheidende Rolle, deren Aussagen hinsichtlich des leistungsfördernden Einflusses, insbesondere des Heimpublikums, sich wie ein roter Faden durch die Medienlandschaft ziehen. Die allgemeine Fragestellung gewinnt jedoch unter Berücksichtigung der kontroversen wissenschaftlich gestützten Erkenntnis, dass die Möglichkeit einer, zumindest zielgerichtet eingesetzten, Einflussnahme von Seiten der Zuschauer, grundsätzlich nicht aufrecht erhalten werden kann, zusätzlich an Relevanz. Was ist also dran an der Kontrollmöglichkeit des Stadionpublikums, welches so gerne beispielsweise von den aktiven Fußballern vielsagend als „12. Mann“ bezeichnet wird? Diese Frage zu beantworten, bzw. die aus der Lektüre der wissenschaftlichen Literatur gewonnene Erkenntnis, dass es sich dabei weniger um Kontrolle, als vielmehr um eine Kontrollillusion handelt, zu bestätigen, ist das zentrale Anliegen dieser Arbeit. Hierzu wird zunächst eine definitorische Differenzierung und Charakterisierung der Zuschauerschaft anhand ihrer motivationalen Hintergründe sowie ihrer demografischen Merkmale vorgenommen, ehe die Entwicklung eines sportinteressierten Individuums hin zum ausgesprochenen Fan auf der Grundlage von Identifikationsprozessen vor dem Hintergrund der Herausbildung einer positiven sozialen Identität, skizziert werden soll.

Diese geschilderten Identifikationsprozesse, und damit zusammenhängend die Zentralisierung des Identifikationsobjektes im Leben seiner Anhänger, zeichnen auch verantwortlich für die Entwicklung eines ausgeprägten Kontrollbedürfnisses selbiger, woraufhin das theoretische Konstrukt der „Kontrolle“ u.a. in bezug auf seine motivationalen und strukturellen Aspekte dargestellt werden soll, ebenso wie die negativen Folgen, die mit einem Kontrollverlust einhergehen, so dass vor diesem Hintergrund die Entstehung des Konstruktes der Kontrollillusion, verständlich wird. Die Konzeption der Illusion von Kontrolle, welche allgemein besagt, dass objektiv nicht zu beeinflussende Lebenssituationen dennoch von Seiten eines Individuums „kontrolliert“ werden, kann je nach Art des ausgewählten Kontrollmechanismus, situationsabhängig vielfältige Erscheinungsformen annehmen. Einige Beispiele hierfür liefert Langer (1975). In einem konkreten Bezugsrahmen wird im Folgenden der (zumeist behaviorale) Einfluss von Sportzuschauern auf die Leistung der Akteure auf der Grundlage wissenschaftlicher Studien analysiert, ehe die resultierende Erkenntnis, dass sportliche Wettkämpfe in der Regel nicht von Seiten des Publikums zielgerichtet beeinflusst werden können und demzufolge auch nicht vorhersehbar sind, anhand einer eigenen empirischen Studie untermauert werden soll, deren vorrangiges Ziel es sein wird, nachzuweisen, dass ausgewiesene Fans einer Mannschaft der 1. Fußballbundesliga sich hinsichtlich eines Tippspiels bezüglich der Spielpaarungen des 1. Spieltages der Bundesligasaison 2001/ 2002 (welches eine objektiv nicht zu kontrollierende Situation repräsentiert, da der Spielausgang einer Bundesligapartie zwar nicht ausschließlich vom Zufall abhängig ist, jedoch nicht mit einhundertprozentiger Sicherheit vorhergesagt werden kann), dahingehend in ihrer Tipp Tendenz von den übrigen Testpersonen unterscheiden, dass sie einer aus den Identifikationsprozessen resultierenden Kontrollillusion, speziell im Hinblick auf die subjektive Informationsaufnahme und –Verarbeitung, unterliegen, derzufolge sie eine Überschätzung des Leistungsvermögens „ihrer“ Mannschaft vornehmen, die als vermeintliche Kontrolle gedeutet werden kann und in einem erhöhten Geldeinsatz sowie einer erhöhten Wahrscheinlichkeitseinschätzung bezüglich eines Sieges dieser Mannschaft ihren Ausdruck findet.

Nach diesem kurzen Überblick über die inhaltlichen Aspekte der Arbeit, soll im Folgenden zunächst einmal versucht werden, eine theoretische Basis des gesamten Themenkomplexes zu schaffen.

2. Theoretischer Hintergrund

Die zentrale Beantwortung der Frage, ob und in wie weit es den Sportzuschauern möglich ist, einen direkten Einfluss auf die Leistung der Athleten auszuüben, und ob es sich bei den, von einem Besuch einer Sportarena bekannten und offensichtlich einer Beeinflussung der Akteure dienlichen Verhaltensweisen der sportbegeisterten Fans um Kontrollmechanismen oder lediglich um eine Kontrollillusion handelt, macht also zunächst einmal eine Betrachtung der implizierten theoretischen Grundkomponenten unumgänglich. Dazu sollen, nachdem zu Beginn des Kapitels die Sozialfigur des Sportzuschauers einer genaueren Betrachtung u.a. in bezug auf ihre demografischen Charakteristika und ihre Motivation unterzogen wird, in erster Linie die psychologischen Konstrukte „Identifikation“ sowie „Kontrolle“ theoretisch ausgearbeitet werden, die anschließend in Kapitel 3. der Arbeit, als Hintergrund, in bezug auf die Erklärung der Beeinflussung der sportlichen Leistung von Seiten des Publikums ihre direkte Anwendung finden.

2.1. Sportzuschauer

„Sportzuschauer können sich über den Sieg einer Mannschaft freuen, über eine Niederlage ärgern und an spannenden Momenten teilhaben. Ohne Maßregelungen befürchten zu müssen, können sie Emotionen verbal und sogar körperlich ausdrücken“ (Weiß, 1990, 11). Nach dieser vereinfachten, definitorischen Charakterisierung der Besucher einer Sportveranstaltung, sollen im Folgenden, nach einer grundlegenden Differenzierung und Kategorisierung selbiger, die demografischen Merkmale sowie die zugrundeliegenden motivationalen Aspekte einer derartigen Sportpartizipation herausgearbeitet werden.

2.1.1. Differenzierung des Sportpublikums

In dem nun folgenden Kapitel dieser Arbeit, soll zunächst einmal die Besucherstruktur einer Sportveranstaltung genauer unter die Lupe genommen, analysiert und begrifflich definiert werden, da das Publikum sich aus verschiedenen Gruppierungen zusammensetzt, die sich in der Regel nicht nur dadurch unterscheiden, dass sie innerhalb des Stadions räumlich getrennt sind, sondern auch aufgrund verschiedener Motivationsgrundlagen für den Besuch, z.B. eines Fußballspiels, bzw. durch ihre verschiedenen Verhal-

tensmuster in der Arena und im Umfeld eine differenzierte Betrachtung erforderlich machen.

In der Literatur (z.B. Pilz, Schlippert & Silberstein, 1990; Raap, 1988) wird grundlegend häufig eine weitgehend undifferenzierte Unterscheidung zwischen *Zuschauern*, *Anhängern* und *Fans* vorgenommen:

Der als *Zuschauer* beschriebene Besucher einer Sportveranstaltung ist in der Regel ein relativ distanzierter und passiver Rezipient oder Konsument (Raap, 1988) des sportlichen Geschehens, der sich für die Sportart allgemein interessiert und sich daher nur in geringem Maße mit einem bestimmten Athleten oder Team identifiziert. Er reagiert betont beherrscht und neutral auf die Aktionen, und seine Erwartungshaltung ist auf einen interessanten, sportlichen Wettkampf ausgerichtet. Dieser neutrale Zuschauer repräsentiert jedoch lediglich eine minderheitlich vorkommende Spezies, da im Durchschnitt 90% der Zuschauer von Sportveranstaltungen einem der beteiligten Teams oder Athleten ihre Sympathien bekunden (Stollenwerk, 1996). Friederici (1998) unterscheidet innerhalb dieser Kategorie darüber hinaus zwischen sportuninteressierten-, zufälligen-, ruhigen-, und objektiven Zuschauern, sowie allgemein zwischen Experten und Pseudo-Experten.

Der sogenannte *Anhänger* entwickelt im Gegensatz zum Zuschauer bei der Teilnahme an einer Sportveranstaltung deutlich engagiertere Verhaltensmuster. Das Spektrum der gezeigten Emotionen erstreckt sich dabei von relativ kontrolliert bis zu dezent- fanatischen Auswüchsen. Eine deutliche Vereins- oder Athletenpräferenz ist sein eigen und er identifiziert sich konkret mit diesen, womit auch seine Erwartungen an den Wettkampf durch eine gute Darbietung der Idole, mit möglichst einem Sieg zur Folge, erfüllt werden.

Als *Fans* wird in der Regel in diesem Zusammenhang derjenige Teil des Publikums im Stadion beispielsweise bei einem Fußballspiel bezeichnet, deren Betätigung über das „normale“ Zuschauen des Spiels hinausgeht (Raap, 1988). Diese sogenannten „aktiven Fans“ sind fast ausschließlich im jugendlichen Alter (vgl. z.B. Pilz et al., 1990) und zeichnen sich durch eine große Identifikation mit dem Verein aus, welche meist eindrucksvoll durch Accessoires wie Trikots, Schals, Jacken oder Aufnähern nach außen getragen wird. Trotz der hohen finanziellen Belastungen werden Heimspiele regelmäßig und Auswärtsspiele so oft wie möglich besucht. Es wird ein hohes Solidaritätsgefühl gegenüber der Mannschaft und ihren Zielen aufgebaut. Dieses „Wir- Gefühl“ erklärt unter anderem, warum Erfolg und Misserfolg des Teams sich derart auf das Seelenleben

des Fans auswirken. Die gesamte Fan- Szene besteht im wesentlichen aus einem Konglomerat jugendlicher Interessengemeinschaften, die den Besuch des, meist samstäglichen, Fußballspiels fest in den Wochenrhythmus eingebaut haben (Heitmeyer & Peter, 1988). Im Gegensatz zu den Anhängern erwarten die Fans den Sieg der Mannschaft oder des Sportlers, mit dem sie sich voll und ganz identifizieren, unter allen Umständen. Ihre Emotionen entwickeln fanatisch- parteiliche Züge, die nicht selten den Gegner explizit diskriminieren.

Friebel definiert die Gruppe der Fans zusammenfassend als „sportlich besonders interessierte Zuschauer, die sich durch ein hohes Maß prinzipiell nicht auswechselbarer Vereinstreue verbunden mit einer überdurchschnittlichen Begeisterungsfähigkeit von den distanzierten Besuchergruppen unterscheiden“ (Raap, 1988, 29).

Nach Kübert, Hüther, Neumann & Swoboda (1994) folgen aus diesen Definitionsansätzen die Anhaltspunkte für die Bildung einer spezifischen Gruppe der Gesellschaft und damit die Entwicklung der Fan- Szene zu einer Subkultur unserer Gesellschaft.

Stollenwerk (1996) kritisiert diesen Differenzierungsansatz (Zuschauer, Anhänger, Fan) dahingehend, dass durch eine solche Kategorisierung lediglich ein verzerrtes Bild der Realität wiedergegeben wird: „Da der Fanbegriff in weiten Teilen des Fußballpublikums höchst negativ besetzt und eindeutig stigmatisiert ist, werden viele,..., eine entsprechende Selbsteinschätzung vermeiden, obwohl sie de facto von ihrem emotionalen Engagement und der Ausprägung ihrer Anhängerschaft Fans wären.“ (Stollenwerk, 1996, 80)

Die am weitesten untersuchte Zuschauergruppierung bei Sportveranstaltungen bilden, aufgrund des außergewöhnlichen Stellenwertes dieser Sportart in vielen Ländern der Welt, sicherlich die Fußballzuschauer. Bezogen auf diese Gruppe, hat sich neben der zuvor beschriebenen Unterteilung eine feinere Ausdifferenzierung durchgesetzt. Einige Autoren (u.a. Heitmeyer & Peter, 1988; Kübert et al., 1994; Aschenbeck, 1998) unterscheiden dabei *konsumorientierte-, fußballzentrierte- und erlebnisorientierte* Zuschauer bzw. Fans:

Der *konsumorientierte Zuschauer*, auch kritischer Kunde (Väth, 1994) genannt, gewinnt seine Hauptmotivation für einen Stadionbesuch in erster Linie durch den Wunsch nach Miterleben von sportlichen Spannungssituationen. Die Leistung steht für ihn im Mittelpunkt und er ist bestrebt einen guten Wettkampf zu sehen. Sein Verhalten entspricht dem eines Verbrauchers beim Einkaufen und gleicht seinen sonstigen Kauf- und Kon-

sumgewohnheiten: Bei seinen Kaufentscheidungen muss vor allem das „Preis-Leistungs-Verhältnis“ stimmen (Väth, 1994). Der Unterhaltungswert des Spieles muss für ihn die Aufwendungen (Eintrittspreis, Fahrtkosten, Zeit, etc.) rechtfertigen. Deshalb orientiert er sich zuerst am zu erwartenden Unterhaltungswert des Spieles. Die wichtigsten Faktoren sind dabei das Leistungsniveau der Mannschaften, das Mitwirken von Stars, die traditionellen Vereinsbeziehungen und die Tabellenkonstellation (Väth, 1994). Aus diesem Grund ist ein unregelmäßiger Stadionbesuch für diesen Zuschauertypus charakteristisch. Er frequentiert sein Besuchsverhalten nach Erfolg bzw. Misserfolg der Mannschaft, ist also stark leistungsorientiert und wird daher in der neueren Literatur (u.a. Wann & Branscombe, 1990) häufig als „Fair-Weather-Fan“ bezeichnet, der ins Stadion kommt, um sich im Licht des Erfolgs zu sonnen (basking in reflected glory). Bei entsprechenden Misserfolgen kann dies jedoch in komplette Verweigerung des Konsums umschlagen (cutting off reflected failure). Von der Mannschaft, mit der ihn keine sonderlich hohe Identifikation verbindet, erwartet er also Höchstleistung und Perfektion, das Spiel als solches sieht er als spannendes, perfektes Unterhaltungsprogramm. Darüber hinaus erwartet der kritische Kunde bei seinem Stadionbesuch einen gewissen Komfort, weshalb er nicht in den zumeist unüberdachten Fan-Blocks steht, sondern das Spiel eher von den überdachten Sitzplätzen der Haupttribüne aus verfolgt (Heitmeyer & Peter, 1988). Allgemein gesehen stellt für diesen Typus die rezeptive Teilnahme an der besuchten Sportart nur eine Freizeitaktivität unter vielen dar, und ist daher austauschbar. Durch diese relativ niedrige soziale Relevanz sieht er keine Notwendigkeit, sich einer Gruppe von Gleichgesinnten anzuschließen und wird daher nur in seltenen Fällen Mitglied eines Fanclubs sein (Kübert et al., 1994).

Den *fußballzentrierten Fan*, der meist männlichen Geschlechts und zwischen 16-30 Jahren alt ist (Pilz et al., 1990), und der häufig auch als Traditionalist (Väth, 1994) oder auch als „Die-Hard-Fan“ (u.a. Wann & Branscombe, 1990), als Gegenstück des zuvor dargestellten „Fair-Weather-Fan“, beschrieben wird, verbindet mit dem konsumorientierten Zuschauer seine Suche nach Spannungssituationen in bezug auf das Fußballspiel. Seine Motivationsgrundlage ist jedoch eine andere: Er zieht die Spannungssituationen nicht allein aus der sportlichen Darbietung, sondern ist orientiert an „seinem“ Verein. Die absolute Vereinstreue, die zumeist durch das Tragen von Fanartikeln, wie Trikots, Schals oder Mützen des jeweiligen Clubs zum Ausdruck gebracht wird, auch in Zeiten des Misserfolgs, hat für ihn Priorität, was ein Zeichen für eine keineswegs bedingungslose Leistungsorientierung darstellt (Heitmeyer & Peter, 1988; Väth, 1994). In diesem

Zusammenhang ist ein regelmäßiger Stadionbesuch, als Ausdruck der Vereinsbindung, für den Traditionalisten charakteristisch. Dies bedeutet allerdings nicht, dass er nicht durchaus kritisch gegenüber der Leistung seiner Mannschaft eingestellt ist, da mangelnde Einstellung und fehlende Leistungsbereitschaft der Spieler keinesfalls toleriert werden, was jedoch nur in äußerst drastischen Fällen zum kurzfristigen Aufkündigen der Unterstützung führen kann (um ein Zeichen zu setzen, dass es so nicht weitergehen kann).

Fußball ist für diesen Zuschauertypus ein zentraler Lebensinhalt geworden, er besitzt für ihn eine hohe soziale Relevanz. Dieser Fan sucht Anerkennung in einer Clique von Gleichgesinnten, wie zum Beispiel in Fanclubs. Er hat demzufolge also eine stark ausgeprägte Gruppenorientierung. Damit, und mit der Präsenz im Fanblock, schafft er sich ein Territorium, um dort seine Bedürfnisse in der Gemeinschaft zu befriedigen (Kübert et al., 1994).

Die Gruppe der *erlebnisorientierten Fans*, die den extremsten Pol dessen darstellt, was noch als Fan bezeichnet werden kann, sieht das Fußballspiel als „Spektakel“, als Rahmenhandlung um den eigenen Erlebnishunger zu stillen und die Suche nach Abenteuer zu befriedigen. Die Motivation wird also, ähnlich den zuvor beschriebenen Fangruppierungen, aus Spannungssituationen gewonnen, für die jedoch nicht unbedingt das Spiel verantwortlich sein muss. Vielmehr können diese auch durchaus selbst erzeugt werden, wenn das Geschehen auf dem Spielfeld nicht die gewünschten Erwartungen bezüglich der Spannungsmomente erfüllt. Der erlebnisorientierte Fan, häufig auch „Action-Fan“ genannt (u.a. Aschenbeck, 1998), zeichnet sich selten durch eine feste Gruppenorientierung aus. Sein Präsentationsfeld ist zunächst das Stadion, insgesamt gesehen ist er jedoch nicht auf diese Örtlichkeit fixiert, wenn anderswo etwas hinsichtlich seiner Bedürfnisbefriedigung geboten wird (Aschenbeck, 1998). Da hierbei auch „Fankämpfe“ im herkömmlichen Sinne (gegen die Anhänger des Gegners) durchaus nicht unüblich sind, und dieser Fantypus insgesamt gesehen, durch einen immer weiter fortschreitenden Differenzierungsprozess vom Fußball, gepaart mit einer latenten Gewaltneigung gekennzeichnet ist, kann er als eine Art Vorstufe des „Hooligans“ betrachtet werden.

Bei einer zusammenfassenden Betrachtung des Fußballpublikums unter Verwendung der zuvor dargestellten Differenzierung, bietet sich eine Anlehnung an Heitmeyer und Peter (1988) an, die die Fan-Szenerie dabei hauptsächlich hinsichtlich folgender Bedeutungsaspekte differenzieren: