

Ultras und der Fußball-Event: Vom Miteinander-Machen zum Selber-Machen und dem Machen der Sozialen Arbeit

Thalheim, Vinzenz

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Thalheim, V. (2019). Ultras und der Fußball-Event: Vom Miteinander-Machen zum Selber-Machen und dem Machen der Sozialen Arbeit. *FuG - Zeitschrift für Fußball und Gesellschaft*, 1(2), 220-239. <https://doi.org/10.3224/fug.v1i2.07>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Vinzenz Thalheim

Ultras und der Fußball-Event: Vom Miteinander-Machen zum Selber-Machen und dem Machen der Sozialen Arbeit

Zusammenfassung

In der Event-Soziologie wird von der These ausgegangen, dass kein Event-Typ dauerhaft ein außergewöhnliches Erleben bei seinen Teilnehmer_innen auslösen kann und somit auch nicht dauerhaft kundenbindend sein kann. Am Beispiel des Fußball-Events im Stadion und der Besucherschaft sogenannter Ultras wird in dem Beitrag empirisch die These generiert, dass Ultras durch ihre Szene-Interaktion eine eigendynamische Erlebnisrationalität begründen. Diese verführt sie zur dauerhaften Event-Teilnahme. Dieser Befund widerspricht bisherigen Annahmen der Event-Soziologie und regt dazu an, die eigendynamische Teilnehmep Praxis auch von denjenigen Event-Gänger_innen stärker zu berücksichtigen, die selbst nicht zu Event-Anbieter_innen werden, sondern im formal vororganisierten Event verharren. Die szenebegogene Erlebnisrationalität der jugendlichen Fußball-Enthusiast_innen wird abschließend für die Soziale Arbeit mit dieser Jugendszene reflektiert.

Schlüsselwörter

Ultras, Event-Soziologie, Jugendforschung, Fußball, Soziale Arbeit

Abstract

Sociological event theory promotes the thesis that no event is able to be permanently customer-binding due to the requirement of triggering constantly extraordinary emotions of their participants. Based on so-called Ultras in soccer the article generates an empirical thesis showing that Ultras establish their own dynamic rationality of experiences by having a scene-based network of interactions. Those self-made interactions are what seduce them to permanently participate in soccer events. These empirical findings contradict previous assumptions of sociology of events. The findings suggest paying more attention to dynamics of audiences that do not become providers themselves but stay in a formally organized event. Finally, the findings about juvenile Ultras are being reflected for social work with this youth culture.

Keywords

Ultra-fans, sociology of events, youth studies, soccer, social work

1. Einleitung

Der Profifußball der Männer ist ein absoluter Publikumsliebling. Allein die Besucherzahlen der saisonal nahezu wöchentlich dargebotenen Fußballshows der Bundesliga 2017/2018 lagen auf dem konstant hohen Durchschnitt von 43.879 Zuschauer_innen pro Spiel bei insgesamt 13.426.974 Besucher_innen¹. Diese Besucherzahlen lassen auf eine enorme Kundenbindung schließen, was alles andere als selbstverständlich ist. Denn aus event-soziologischer Perspektive haben Events ein strukturelles Problem: Sie müssen sich ständig steigern, um ihr Versprechen auf ein außergewöhnliches Erleben einzulösen (Hitzler 2011). Daraus leitet sich die Frage ab, was den Fußball-Event auszeichnet, der ungeachtet dieser Annahme regelmäßig mit einem mehr oder weniger ähnlichen Angebot große Massen an Besucher_innen bindet? Dieser Frage soll anhand der Besucher_innen nachgegangen werden, die weitläufig als Ultras² bezeichnet werden. Denn Ultras fallen nicht nur durch ihre dauerhafte Event-Anwesenheit auf, sondern auch durch eine außergewöhnliche Teilnahmepaxis³, die auf einen besonderen Event-Enthusiasmus schließt, was bisherigen Annahmen der Event-Soziologie zu widersprechen scheint.

Um die aufgeworfenen Fragen und möglichen Widersprüche zu beleuchten, erfolgt zunächst eine event-soziologische Rahmung (2), anschließend eine Skizze sogenannter Ultras (3) und deren theoretische Einordnung als Szene (4). Schließlich wird eine Event-Praxis der Ultras beschrieben (5) und anhand eines empirischen Falls⁴ rekonstruiert (6). Die empirischen Erkenntnisse werden der event-soziologischen Theorie kontrastierend gegenübergestellt (7) und abschließend für die Soziale Arbeit mit den Jugendlichen Event-Gänger_innen reflektiert (8).

1 <https://www.dfb.de/bundesliga/statistik/zuschauerzahlen/> (Zugriff am 10.10.2019).

2 Zur Typologie von Fußballstadionbesucher_innen siehe u. a.: Leistner (2017); Grau et al. (2016)

3 Praktiken werden vorliegend als sichtbarer Ausdruck der Bewegung von Körpern definiert. Sie umfassen sowohl Sprechakte (sayings) als auch Bewegungen (doings), die in Relation zu physischen Körpern und Dingen vollzogen werden. Ihre Verkettung konstituiert soziale Wirklichkeit (Reckwitz 2003).

4 Die Beobachtungen und Erkenntnisse beziehen sich auf eine von mir durchgeführte ethnographische Studie (ausführlich: Thalheim (2019)). Invivo-Codes werden im Text in doppelte Anführungszeichen gesetzt.

2. Das Event-Problem

Events sind aus dem Alltag herausgehobene, raum-zeitlich begrenzte, performativ-interaktive Ereignisse, die für relativ viele Menschen anziehend sind (Hitzler 2015: 251). Es handelt sich um vororganisierte Ereignisse, die aus kommerziellen oder weltanschaulichen Gründen durchgeführt werden und in einem beeindruckenden Ganzen synthetisiert sind. Jene Themen bieten die interaktive Grundlage für die vergemeinschaftende Teilnahme (Gebhardt 2000: 19f.). Die Bandbreite der als Event zu bezeichnenden Ereignisse ist groß und reicht vom institutionalisierten Dauerevent wie des Berliner Marathons bis hin zum als besonders einzigartig angepriesenen Mega-Event wie der internationale Weltjugendtag der katholischen Kirche (Gebhardt, Hitzler & Pfadenhauer 2000: 10). Gemeinsam ist den Events das Versprechen, besonders erlebenswert für ihre Teilnehmer_innen zu sein (Hitzler 2015: S. 253). Auch etablierte Anbieter von Kultur oder Sport wie Fußball-Bundesliga-Spiele sehen sich dem Druck ausgesetzt, sich durch einen Unterhaltungsmix zu eventisieren, um ein möglichst außergewöhnliches Erleben auszulösen (Gebhardt, Hitzler & Pfadenhauer 2000: 10).

Der außeralltägliche Rahmen von Events wird durch Rituale hergestellt. Hierzu gehören Zugehörigkeitsbezeugungen wie Symbole, Embleme oder Uniformelemente sowie Interaktionen, etwa Gesänge oder Tänze, die Anzeigen, dass ein Ereignis eingeleitet oder beendet wird. Diese Formen der Metakommunikation eröffnen den Beteiligten die Erfahrung, Teil eines ekstatischen Kollektivs zu sein, das das Subjekt überschreitet und gleichzeitig leibhaftig von ihm selbst repräsentiert wird (Knoblauch 2000: 46f.). Der ästhetisch und emotional verdichtete Zeitraum des Eventrahmens minimiert ferner Routinen und Zwänge des Alltags, was als vitalisierende Kraftquelle des Seins von seinen Teilnehmer_innen erlebt werden kann (Gebhardt 2000: 19f.). Um die Aussicht auf ein außergewöhnliches Erleben zu realisieren, wird – so die These – das Angebot immer weiter gesteigert. Daraus folgt eine Überbietungsspirale nach der Events ständig noch größer, noch spektakulärer, kurz: noch einzigartiger werden müssen (Hitzler 2015: 253). Um das einzigartige Erleben für ihre Teilnehmer_innen zusätzlich jungfräulich zu halten, veranstalten Produzent_innen ihre Events zudem in größeren zeitlichen Abständen (Gebhardt 2000: 22).

Als Essenz für das außergewöhnliche Erlebnis werden jedoch die Teilnehmer_innen selbst genannt, die umfangreich in die Event-Dramaturgie einbezogen werden müssen. Erst das daraus entstehende Miteinander-Machen zwischen Produzent_innen und Konsument_innen macht ein Event zum außergewöhnlichen Erlebnis (Hitzler 2011: 13ff.). Vor dem Hintergrund einer Überbietungsspirale von immer neuen Angeboten, die das außergewöhnliche Erleben einlösen sollen, wird kohärent geschlussfolgert, dass kein Event-Typ sich dauerhaft und massenhaft kundenbindend institutionalisieren kann (ebd.: 19). Zusammenfassend wird an dieser Stelle

festgehalten, dass Events vororganisierte, unterhaltungswerte Ereignisse sind, die durch ihre ritualisierten Abläufe ihren Teilnehmer_innen eine vergemeinschaftende Partizipation ermöglichen. Es ist diese Vergemeinschaftung, die für ihre Teilnehmer_innen ein außergewöhnliches Erleben erzeugen soll.

Der anhaltende Hype von Events in unserer Gegenwartsgesellschaft wird kompensatorisch erklärt. Demnach führen Modernisierungsprozesse zur Enttraditionalisierung, Pluralisierung und Individualisierung. Um Orientierung zu gewinnen und soziale Isolierung zu vermeiden, bindet sich das Individuum zeitweise an selbstgewählte Gesellungsgebilde, die in Events besonders flüchtig jedoch exzessiv gelebt werden können (Hitzler 2015: 251f.). In ihrer Funktion, die Entstrukturierung in der Spätmoderne temporär zu kompensieren, erhalten Events schließlich ihre gesellschaftliche Relevanz.

Übertragen auf die hier betrachtete Fußball-Veranstaltung wäre vor diesem theoretischen Hintergrund die Fußball-Show im Stadion als ein Event einzuordnen, da es die typischen Eigenschaften besitzt, wie monothematisch (Fußballsport), raumzeitlich begrenzt sowie kollektivfördernd zu sein. Der außergewöhnliche Rahmen des Stadion-Events wird ebenfalls Woche für Woche von den Anbieter_innen und Besucher_innen mit als typisch geltenden Ritualen für Events eingeläutet. Hierzu gehören etwa Zugehörigkeitsbekundungen seiner Teilnehmer_innen durch Schals, Oberteile und Fahnen des Fußball-Clubs oder metakommunikative Praktiken wie das gemeinsame Singen der Vereins-Hymne vor Spielanpfiff, kollektiver Jubel bei Torschüssen oder durch Stadiondurchsagen animierte Sprechchöre, die eine vergemeinschaftende Partizipation fördern sollen.

Die dargelegte Erörterung hat ferner das strukturimmanente Problem von Events offengelegt: Das Versprechen auf ein außergewöhnliches Erleben. Um dieses Versprechen einzulösen, wählen die Event-Anbieter_innen die Strategie, ihre Angebote immer weiter zu steigern, woraus eine Überbietungsspirale entsteht. In diesem Zusammenhang wurde auf die These verwiesen, dass kein Event-Typus dauerhaft kundenbindend institutionalisiert werden kann (Hitzler 2011: 19). Im Gegensatz zu dieser Problematik der dauerhaften Kundenbindung zeigt sich an den einleitend erwähnten Besucherzahlen des Fußballstadion-Events regelmäßig ein hohes Besucheraufkommen. Jene Feststellung, der relativ konstanten Besucherströme, ist angesichts der zeitweise wöchentlichen Darbietung von insgesamt 34-36 Spielen innerhalb einer Spielsaison (von August bis Mai oder Juni) besonders erstaunlich, da diese Routine nahelegt, abträglich für ein außergewöhnliches Event-Erleben zu sein. Es ließe sich zunächst vermuten, dass sich das hohe Besucheraufkommen im Stadionfußball aus einem großen Pool fluktuierender Zuschauer_innen zusammensetzt und deshalb eine konstant hohe Besucherzahl entsteht, da es sich immer wieder um andere Besucher_innen handelt. Der Annahme widerspricht hingegen, dass etwa die Hälfte aller

Eintrittskarten Dauerkarten sind.⁵ Um eine Dauerkarte zu besitzen, wird ein Pauschalpreis für den Veranstaltungszugang über eine gesamte Spielsaison entrichtet. Jene Dauerkarten werden nicht etwa für jede Saison neu beantragt, sondern das Angebot steht automatisch für das Folgejahr zur Verfügung, sofern man sich nicht dagegen entscheidet. Folglich besteht hier eine dauerhafte Kundenbindung.

Das Dauerkartenangebot deutet daraufhin, dass die Produzent_innen des Stadionfußball-Events bei ihrer Planung von vornherein davon ausgehen, Kunden institutionalisiert an ihr Angebot zu binden, was Events bisher abgesprochen wurde. Dieser Widerspruch wird nun anhand sogenannter Ultras beleuchtet, da sie nicht nur regelmäßig im Stadion anwesend sind, sondern zusätzlich durch eine extrem enthusiastische Teilnahmepraxis auffallen, die zunächst auf ein besonders gelungenes Miteinander-Machen zwischen Produzent_innen und Konsument_innen im Event schließt und damit auf eine außergewöhnliche Kundenbindung.

3. Ultras als außergewöhnliche Event-Enthusiast_innen

Auf eine Besucherschaft scheinen sich die Event-Betreiber_innen als dauerhaft gebundene Kunden besonders verlassen zu können: sogenannte Ultras. Ultras sind meist Heranwachsende im Alter von 15 bis 25 Jahren, die in Gruppen einen ausgewählten Fußballverein besuchen. Ultra-Besucher_innen reklamieren für sich das Ideal, „twenty-for-seven“ Ultras, also 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche diese Identität für sich zu beanspruchen und bei allen Heim- und Auswärtsshows ihres ausgesuchten Fußballanbieters dabei zu sein. Ein Blick in die Stehplatzbereiche der Profiligen scheint das Teilnahme-Ideal zu bestätigen, denn dort kann man Ultras von Event zu Event beobachten, wie sie sich aufsehenerregend und lautstark mit Fahnen, Trommeln und Gesängen auf ihre Veranstaltungsteilnahme vorbereitet inszenieren. Teile dieser Inszenierung thematisieren die Fußballdarbietung. So werden die favorisierten Mannschaftsspieler zu mehr Leistung und mentaler Stärke angefeuert. Ultras haben dadurch das Gefühl, innerhalb des sportlichen Wettkampfs hinter ihrer Mannschaft zu stehen, weshalb sie ihre fußballbezogene Tribünenpraxis auch passend zu dieser Konstruktion als „Support“ bezeichnen.

Zu den besonders aufwändigen Teilnahme-Praktiken zählen in diesem Zusammenhang sogenannte Choreographien. Dabei handelt es sich um Tribünenshows, wobei etwa Stofffahnen, die hunderte Quadratmeter groß sein können, über ganze

5 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/163863/umfrage/dauerkarten-fuer-die-bundesligasaison-nach-vereinen/> (Zugriff am 03.06.2019).

Besucherabschnitte ausgebreitet werden oder tausende von Fähnchen verteilt werden. So bestand eine der größten Choreographien der letzten Zeit aus einer insgesamt 1,4 Tonnen schweren Stofffahne sowie tausender Fähnchen in den angrenzenden Besucherbereichen des Fußballanbieters Eintracht Frankfurt. Diese Aktion wurde von einer Ultra-Gruppe über Monate vororganisiert.⁶ Der Ultra-Support, mit seinen aufsehenerregenden Aktionen, lässt auf ein Miteinander-Machen von Event-Anbieter_in und Event-Teilnehmer_innen par excellence schließen, das ein außergewöhnliches Gefühl verspricht, was das Ziel eines jeden Events ist. Somit fallen Ultras nicht nur durch ihre dauerhafte Teilnahme an der Veranstaltung auf, sondern auch durch ihre Teilnahme-Praxis.

Wie bereits angemerkt, überrascht die dauerhafte Bindung der Besucher_innen wie Ultras an den Event. Zwar unterliegt die Darstellung eines Fußballvereins einigen Variationen, wie etwa temporären Ortswechseln, die gegnerischen Sportmannschaften variieren oder die fußballerischen Darbietungen können gemäß des Fußballregelsystems besondere sportliche Bedeutung haben, z. B. wenn ein Verein durch einen Sieg in eine höhere Spielklasse aufsteigen kann. Im Grunde genommen bieten die Produzent_innen des Fußball-Events jedoch immer wieder das gleiche Angebot in Form einer sportlichen Darbietung einer Mannschaft an, die an den selben oder ähnlichen Orten mit einem relativ gleichbleibenden Ablauf ihre Vorführung vollzieht und das in besonders kurzen Zeitabständen. Das Angebot selbst scheint mithin wenig einzigartig zu sein und somit auch kaum neue Impulse für ein außergewöhnliches Erleben zu offerieren. Innovative Versuche der Event-Betreiber_innen neue Offerten zu implementieren, werden durch die Event-Gänger_innen sogar abgelehnt. So wurde etwa der Auftritt der Schlagersängerin Helene Fischer in der Halbzeit des DFB-Pokalfinale 2017 massiv von großen Teilen des Publikums ausgepiffen, weil diese Musik nicht zum Fußball passen würde⁷. Auch Gerüchte um eine Super League, die eine noch exklusivere Auswahl der besten Mannschaften in Europa initiieren soll, wurde von nicht wenigen Event-Gänger_innen scharf und öffentlich kritisiert.⁸ Hybridisierungsversuche, bei denen Events mit neuen Elementen angereichert werden, um mithin den Unterhaltungswert zu steigern (Betz et al. 2017: 15f.), werden von einigen Event-Gänger_innen demnach kritisch bis ablehnend betrachtet. Ultras sind zentrale Akteur_innen bei der Kritik an derartigen Hybridisierungs-Versuchen, wie auch die dauerhaften Proteste gegen Montagsspiele zuletzt zeigten, an

6 <https://www.welt.de/sport/fussball/article192866459/Europa-League-Starke-Choreo-der-Eintracht-Frankfurt-Fans-gegen-Chelsea.html> (Zugriff am 03.06.2019).

7 <https://www.welt.de/sport/fussball/article164993848/Helene-Fischer-brutal-ausgepiffen.html> (Zugriff am 28.05.2019).

8 <https://www.tz.de/sport/fc-bayern/fans-fc-bayern-muenchen-sauer-spruchbaender-gegen-super-league-10454029.html> (Zugriff am 28.05.2019).

denen sie umfangreich, gezielt und organisiert beteiligt waren.⁹ Ultras lassen sich vor diesem Hintergrund als regelrechte Hybridisierungs-Gegner charakterisieren, die das (vermeintlich) Althergebrachte konservieren möchten. Darauf verweisen auch Praktiken, wie den historischen Vereinsnamen auf selbsterstellten Kleidungsstücken mit dem Gründungsjahr zu präsentieren sowie anderweitige Inszenierungen, die darauf abzielen, den gewählten Verein in einem möglichst traditionsreichen Licht erscheinen zu lassen (Winands 2015: 105f.). Eine sich modernisierende und mithin hybridisierungs-offene Angebotsstruktur des Events passt nicht zu dieser Traditions-Programmatik und wird im Zusammenhang mit einer allgemeinen Kommerzialisierungskritik (u.a. Dembowski 2013) der Ultras gegenüber den Veranstalter_innen protestierend abgelehnt. Wurde zuvor die Tribünen-Praxis der Ultras im Sinne des „Supports“ einer Mannschaft noch als Miteinander-Machen zwischen Produzenten_innen und Konsument_innen par excellence gedeutet, verweist die Praxis des Protests auf ein tendenzielles „Gegeneinander-Machen“ beider Akteur_innen. Dieses von den Ultras initiierte „Gegeneinander-Machen“, um eine Angebotserweiterung zu verhindern, widerspricht ferner diametral der event-soziologischen These, wonach Event-Betreiber_innen immer wieder neue Angebote schaffen müssen.

In der Gesamtschau können drei Besonderungen von Ultras abgeleitet werden, die mit der Überbietungsspiralen-These der Event-Soziologie nicht geklärt werden können:

Die umfangreichen Veranstaltungsbesuche implizieren eine außergewöhnliche Kundenbindung einer nur bedingt einzigartigen und in hoher Frequenz stattfindenden Fußball-Show.

Die vororganisierten Tribünen-Praktiken stellen eine außergewöhnliche Teilnahme-Praxis dar, die auf einen extrem ausgeprägten Event-Enthusiasmus schließen lassen.

Proteste gegen erweiterte Angebote verweisen darauf, dass der herkömmliche Event-Rahmen den Ultras für ihre regelmäßige Anwesenheit auszureichen scheint.

Vor dem Hintergrund dieser drei Besonderungen der hier betrachteten Ultras wird die These generiert, dass Ultras durch ihre Teilnahme-Praxis eine eigendynamische Erlebnissrationalität begründen, die sie zur fortwährenden Event-Anwesenheit verführt und die zumindest partiell eine sich andauernd erweiternde Angebotsstruktur

9 <https://www.sueddeutsche.de/sport/montagsspiele-in-der-bundesliga-fernsehgeld-oder-fanliebe-1.3871739> (Zugriff am 31.05.2019).

durch die Veranstalter_innen überflüssig macht oder ihr gar gegenläufig ist. Um dieser These nachzugehen, wird nun die Interaktionsstruktur von Ultras theoretisch verortet.

4. Ultras als Szene

Die Praxis des „Supports“ der Ultras fungiert nicht nur als leistungssteigernder Ansporn für eine Sportmannschaft, sondern auch als Metakommunikation zwischen unterschiedlichen Ultra-Gruppen. Winands (2015) charakterisiert in Anlehnung an Goffman eine Ultra-Gruppe als Ensemble. Sie konkurriert mit den Ultra-Gruppen der anderen Vereine um den besten „Support“ mit den spektakulärsten Choreographien. Daraus ergebe sich ein regelrechter Ensemble-Wettbewerb zwischen den Gruppen, der zwar am Rande des Fußballspiels stattfindet, jedoch eine dominante Rolle einnehmen kann (ebd.: 151–202). Sich mit einem Namensschild (sogenannte Gruppen- oder Zaunfahne) sowie durch Kleidung als Ultras zu präsentieren, sind ebenfalls Strategien, um sich als Ultra-Gruppe identifizierbar zu machen und so eine anschlussfähige Interaktion mit gleichgesinnten Gruppen zu ermöglichen. Derartige gruppenübergreifende Interaktionsstrategien sind Gegenstand der Szeneforschung. In diesem Zusammenhang werden Szenen als lockere Netzwerke verstanden, in denen eine unbestimmte Zahl von Personen und Gruppen freiwillig miteinander vergemeinschaftet sind. Das Selbstverständnis der Beteiligten bezieht sich sowohl darauf ein Gruppenmitglied als auch ein Szene-Mitglied zu sein, wobei persönliche Beziehungen vornehmlich in den Gruppen entstehen. Die interaktive Basis der Szenen bilden Szene-Issues, d.h. gemeinsame und gruppenübergeordnete Themen, die eigendynamisch verhandelt werden. Zur Vergewisserung der kollektiven Existenz einer Szene trifft sie sich in vororganisierten, szenespezifischen Events, in denen ein Zusammengehörigkeitsgefühl exzessiv ausgelebt wird (Gebhardt 2002: 294). Szenen speisen ihre Attraktivität aus ihrem Zugehörigkeitsangebot, welches das verloren gegangene Gemeinschaftsleben in individualisierten Gesellschaften kompensieren soll (Hitzler/Niederbacher 2010: 16ff.). Ich möchte nachstehend Ultras als Szene¹⁰ in diesem Sinne konzeptualisieren, da die Akteure mittels gemeinsamer The-

10 Kotthaus (2017) verweist darauf, dass das Szene-Konzept nur eingeschränkt auf Ultras übertragen werden kann, da Szenen lediglich lockere, labile Interaktionszusammenhänge darstellen, die kaum klare Zugehörigkeitsgrenzen haben und keine eigenen Sanktionsinstanzen geltend machen können (ebd., 99f.). Im Gegensatz dazu verfügen Ultra-Gruppen bisweilen über formale Mitgliedschaften sowie Sanktionsmechanismen (Kathöfer/Kotthaus 2013), die auf einen vergleichsweise ausgeprägten Verbindlichkeitsgrad der Ultra-Zugehörigkeit verweisen, was im Widerspruch zur Szene-Unverbindlichkeit steht.

men wie des „Supports“ über eine gruppenübergreifende Interaktionsstruktur verfügen, worauf der benannte Ensemble-Wettbewerb ebenfalls verwies. Ferner leben sie ihre kollektive Existenz im vororganisierten Stadion-Event aus. Zwar haben Ultras als Szene ein dynamisches Eigenleben mit eventunabhängigen Treffen oder Interaktionen via Social Media. Ohne Stadion-Event könnten Ultras langfristig in der Form jedoch vermutlich nicht existieren, was auf eine enge Wechselbeziehung zwischen ihnen und dem vororganisierten Event deutet.

Im Folgendem wird die szenebegleitende Interaktion anhand eines Fallbeispiels aus meiner ethnographischen Studie¹¹ zunächst kontextuell eingebettet, um die Interaktionsstrategien besser nachvollziehen zu können.

5. Fahnenraub: Kampf auf (Gruppen-)Leben und (Gruppen-)Tod

Das Streben nach den Idealen der Ultra-Szene dokumentiert eine Ultra-Gruppe mittels ihrer Opferbereitschaft. Ihre glaubhafte Opferbereitschaft beweist eine Gruppe, indem sie an Spieltagen ihre Fahne (die Stofffahne wird am Zaun zum Spielfeld angebracht) durch „Support“ präsentiert. Die Gruppenfahne gilt als Lebenszeichen einer jeden Ultra-Gruppe, was durchaus wörtlich zu verstehen ist, wie folgende Interaktionsregel der Szene zeigt: Die Ultra-Gruppen versuchen gegenseitig ihre Fahnen durch einen offenen Kampf oder listige Strategien voneinander zu erbeuten. Verliert eine Gruppe ihre Fahne, muss sie sich gemäß der Szene-Regel auflösen. Regeln dieser Art fungieren als bestätigende Rituale für soziale Wechselbeziehungen (Gof-

Derartige Unterschiede sind entscheidende Differenzierungskriterien, die es ermöglichen, den Eigensinn von Szenen typologisch zu ordnen (Gebhardt 2010: 331). Eine derart differenzierte Bezugnahme auf das Szene-Konzept erfolgt vorliegend nicht. Das Szene-Konzept wird lediglich herangezogen, um auf die gruppenübergreifende Interaktionsstruktur der Akteur_innen zu verweisen.

- 11 Das ethnographische Forschungsprogramm versucht Lebenswelten durch die teilnehmende Beobachtung ihrer alltäglichen Vollzüge und den darin begründeten Ordnungs- und Sinnleistungen zu rekonstruieren. Der starke Empirie-Begriff impliziert, dass beobachtbare Praktiken nicht willkürlich sind, sondern einen sich methodisch selbst konstituierenden Kreislauf bilden, der zur anschlussfähigen Reproduktion von Lebenswelten wie die der Ultras führt (Breidenstein et al. 2015: 7). Einzelne Beobachtungen verweisen somit über ihren situativen Charakter auf generalisierbare Orientierungsmuster hinaus. Die Rekonstruktion der Beobachtungsprotokolle erfolgte mittels Grounded Theory (Corbin/Strauss 2015).

fman 2013). Die vorliegende Interaktionsregel behandelt folglich keine Nebensächlichkeit: Sie verhandelt die Bedingung der Gruppenauflösung und damit den „sozialen Tod“ der Szene-Gruppen. Jede Begegnung der Szene-Gruppen in und um den Fußball-Event wird so zum potenziellen Kampf auf Leben und Tod.¹² Somit ist nicht nur die Fußballmannschaft für die Dauer des Spiels Gefahren durch Angriffe und Verteidigungen ausgesetzt, sondern auch zwischen den Szene-Gruppen auf den Tribünen und im Veranstaltungsumfeld herrscht Gefahr, die zu bestimmten Strategien führt. So lassen sich etwa Ultras beobachten, die auf den Wegen zum Stadion-Event die Fahne – wie der Secret Service den Präsidenten – ständig im Blick haben und auch im Stadion die gegnerische Ultra-Gruppe nie ganz aus den Augen lassen sowie selbst latent Gelegenheiten ausloten, um gegnerische Fahnen zu erbeuten. Mithin konstituiert sich eine Art alarmierter Zustand für die Szene-Gruppen bei jeder Event-Teilnahme ihres auserwählten Fußballvereins. Der Event gründet vor diesem Hintergrund zwei erregende Krisen: Eine fußballerische und eine szenebegogene. Helden brauchen Krisen, die sie bewältigen können (Münkler 2015). Und so lässt sich einerseits beobachten, wie die Ultras hinter ihrer Gruppenfahne von der Tribüne aus ihrer selbstaufgelegten Pflicht nachkommen, eine ausgewählte Mannschaft mit ihrem opferbereiten „Support“ zu animieren. Andererseits befinden sie sich auch selbst in einem direkten Kampf auf (Gruppen-)Leben und (Gruppen-)Tod mit den anderen Szene-Gruppen, der sie in einen alarmierten Zustand versetzt. Sich diesen selbstinduzierten Krisen zu stellen und „seinen Mann zu stehen“, verspricht ein heroisches Erleben. Derart heroische Erfahrungsräume sind als außergewöhnlich zu charakterisieren, da sich im Alltag kaum entsprechende Gelegenheiten ergeben, um sich punktuell und derart ostentativ für Ideale einzusetzen, wie für Ultras im Stadion-Event.

Nach dem der existenzielle Kontext des Szene-Issues „Fahnenverlust=Gruppenauflösung“ skizziert wurde, folgt nun ein Auszug meines Feldprotokolls, in dem die Konsequenzen dieser Interaktionsregel näher beschrieben und anschließend rekonstruiert werden.

12 Zusätzliche Bedingungen können das Risiko des Fahnenverlusts minimieren oder maximieren. So bewegen sich die Beziehungen zwischen den Szene-Gruppen auf dem Kontinuum zwischen Fanfreundschaft und Erzrivale/Derbygegner. Erster Beziehungsstatus spricht für ein geringes Risiko angegriffen zu werden und letzterer für ein höheres. Die umfangreiche Trennung der Ultra-Gruppen durch Sicherheitspersonal (Polizei bzw. Ordner) innerhalb und außerhalb der Veranstaltung erschwert die gegenseitige Erbeutung zusätzlich erheblich.

6. Alarmierter Zustand: Zur eigendynamischen Erlebnisrationalität der Ultra-Szene

Die von mir ethnographisch begleitete Gruppe ereilte eines Tages das Schicksal, ihre Gruppenfahne verloren zu haben.

Auszug Beobachtungsprotokoll:

Als ich vom Fahnenverlust erfuhr, entschloss ich mich wenige Wochen nach dem Zwischenfall das Fußballspiel zu besuchen, an dem die Ultra-Gruppe sein wird, die die Fahne erbeutet hat, was Auseinandersetzungen erwarten ließ. Denn üblicherweise präsentiert die Szene-Gruppe mit der erbeuteten Fahne diese verkehrt herum hängend oder anderweitig deformierend im Stadion, um ihren Sieg über die andere Gruppe zu inszenieren.

Als ich kurz vor Beginn des Spiels in Richtung Kurve ging, lief mir ein bekannter Ultra entgegen. Wir gaben uns die Hand und im Weiterlaufen sagte er: „Ich warte nur darauf!“ Später stellte sich heraus, dass sich das Warten auf den erwarteten Moment bezog, an dem die andere Ultra-Gruppe die erbeutete Fahne präsentieren würde. Im Block angekommen fragte ich einen weiteren Ultra zum Fahnenklau. Er erzählte mir, dass der Fahnenklau eine „unfaire Aktion“ war, weil die Gruppenmitglieder mit der Fahne bei dem Raub stark in der Unterzahl waren, sich deshalb kaum verteidigen konnten, weshalb sie sich als Gruppe auch nicht auflösen würden.

Während des Spiels zeigte die gegnerische Ultra-Gruppe ein unmissverständliches Stoffbanner, auf dem der Ort der erbeuteten Fahnen geschrieben war. Das löste bei vielen adressierten Fans in der Kurve Schmährufe und Einladungen zum Kämpfen aus, z. B.: „kommt doch rüber!“. Die Gespräche, die ich mit den Ultras suchte, waren immer nur kurz und wurden mit der Erklärung unterbrochen, dass sie wieder an den Zaun (zum Spielfeld) müssten, um über ihn zu springen und zum gegnerischen Besucherblock zu stürmen, falls die andere Gruppe ihre Fahne zeigen sollte. Nach dem Spiel liefen viele der Ultras aus dem Stadion, ohne darauf zu warten, dass die zuvor supporteten Mannschaftsspieler wie üblich noch mal zur Kurve kommen und ebenfalls zur Kurve klatschen. Ich folgte ihnen nach draußen. Vor dem Stadion wollten sie in Richtung Gästebereich vordringen, wurden jedoch von einer Polizeikette aufgehalten. Daraufhin schrie dann einer irgendetwas, woraufhin viele, überwiegend mit Schals oder Sturmhauben ver mummt, in meine Richtung rannten, um über die andere Seite zum Gästebereich und der gegnerischen Ultra-Gruppe zu gelangen. Zwei ältere Fans in meiner Hör-

weite sprachen darüber, dass es früher hier immer so gewesen sei und lachten. Sie schienen, wie viele andere Besucher_innen auch, in einer Art freudiger Erregung über die Vorkommnisse zu sein. Ich war jedenfalls von Angst und Adrenalin durchströmt: Es war ein sehr aufregendes Erlebnis und das nur allein durchs Zuschauen.

Der Ausspruch des Ultras: „Ich warte nur darauf“, bezieht sich auf die Szene-Regel, nach der sich die Szene-Gruppen gegenseitig ihre Fahnen streitig machen und zum Spott deformierend inszenieren. Daraus ergibt sich ein von der Event-Betreiber_in nicht intendierter Aufmerksamkeitsfokus mit ganz eigenem Erlebnispotenzial. Denn das ursprüngliche Event-Angebot Fußballspiel zielt für gewöhnlich etwa darauf ab, dass die Zuschauer_innen auf einen Tordreffer und sonstige spektakuläre Spielzüge warten und sich reaktiv zu freuen oder traurig zu sein. Die Aussage: „Ich warte nur darauf“, bezieht sich hingegen auf eine Szene mit ihren Szene-Issues. Der vorliegende Szene-Issue ist durch seine existenzielle Dimension und der intervenierenden Bedingung des erlittenen Fahnenverlusts derart ausgeprägt, dass er das zentrale Ereignis im Event ist.

Die vielseitigen Anschläge an den Fahnenraub, wie ihn als „unfaire Aktion“ zu werten, schließt auf weitere Bedingungen (z.B. Anzahl der am Raub Beteiligten) des Szene-Issues, woraus etwa konforme und nicht konforme Erbeutungen abgeleitet werden können. Da die Gruppe sich aufgrund der Bewertung, dass es sich um einen nicht konformen Fahnenraub gehandelt habe, nun konsequenterweise auch nicht auflösen will, kann vice versa von der anderen Gruppe oder auch weiteren Szene-Gruppen kritisierend oder wie auch immer interaktiv aufgegriffen werden. So wäre es denkbar, dass die Ultra-Gruppe in sozialen Medien von anderen Ultra-Gruppen aufgefordert wird, sich aufzulösen oder ebenfalls angegriffen zu werden. Die potenziell unterschiedlichen Bewertungsmöglichkeiten deuten an, wie aus der existenziellen Fahnen-Regel ein komplexes Geflecht szenebbezogener Anschlussakte hervorgeht, das dazu beiträgt, dass die Szene sich eigendynamisch reproduziert. Hierzu zählt etwa auch der im Beobachtungsprotokoll registrierte Stoffbanner, den die andere Ultra-Gruppe zeigte, um auf den Ort des Überfalls zu verweisen, der zu einer scheinbar adäquaten, kollektiven Reaktion durch die Gewaltandrohungen etc. führte. Es ist dieses vororganisierte, szenebbezogene und anschlussfähige Interaktionsgeflecht, das den institutionalisierten Charakter der Ultra-Szene bildet und ihr ermöglicht, sich seit über 20 Jahren erfolgreich zu reproduzieren.

Die Strategie der Akteur_innen sich am Spielfeldzaun aufzuhalten, um schnell über ihn zu klettern, bestätigt ferner die weiter oben rekonstruierte Lesart, dass der Schutz der Fahne vor Angriffen oder deformierenden Inszenierungen die Szene-Teilnehmer_innen in einen permanent alarmierten Zustand versetzt. Die Szene-Interaktion fand ungeachtet des Spielabpfeiffs, der das formale Event-Ende einleitet, sofortigen Anschluss, da die Szene-Teilnehmer_innen rasch das Stadion verließen.

Daran zeigt sich wiederholt, dass die eventbezogene Identität der Ultras weit über den formalen Event-Rahmen hinaus expandiert ist und so auch veranstaltungsunabhängig handlungsrelevant bleibt. Dies ist als wesentliche Bedingung dafür festzuhalten, dass sich die Szene-Interaktion in ihrer Komplexität anreichern kann, woraus sich etwa eingangs erwähnte Selbstbilder ergeben, wie 24/7 ein Ultra zu sein.

Die Ultras verließen das Stadion, um zum Gästebereich zu gelangen, wo sie von einer Polizeikette aufgehalten wurden. Somit hat die Polizei als eine weitere Akteur_in in dem szenebезogenen Interaktionsgeflecht die Strategie der Ultras antizipiert. Diese Antizipation schließt auf Erfahrungswerte mit der Szene und verweist damit auf die ausgeprägte Institutionalisierung der Szene-Ordnung, da sie ihre Umwelt ebenfalls handlungsrelevant formt. Ein prägnantes Beispiel hierfür ist die Bezeichnung „Risikospiele“ der Polizei, Fußballvereine oder des Deutschen Fußballbunds. Ein Risikospiele bezieht sich nicht etwa auf sportbezogene Herausforderungen für eine der beiden Fußballmannschaften, sondern auf die Gefährdungseinschätzung durch die Begegnung zwischen gegnerischer Ultra-Gruppen an Event-Tagen.

Dass einige der Szene-Mitglieder verummumt waren, sieht nicht nur gefährlich und nach makabren „Abenteuer“ aus, sondern ist eine geeignete Strategie, um unerkannt von der Polizei zu bleiben. Sich zu verummumen verweist darauf, dass die Polizei als Interaktionspartner von Ultras mit ihren Strategien ebenfalls antizipiert wird, was dann zu adäquaten Reaktionen führt.

Indem die Szene-Gruppe versucht, zu der anderen Gruppe zu gelangen, präsentiert sie ihre Opferbereitschaft im Sinne der institutionalisierten Szene-Ordnung, was als glaubwürdiges Streben nach den Szene-Idealen von ihren Teilnehmer_innen beurteilt werden kann. Sich für Ideale aufzuopfern, ist heroisch. Es setzt jedoch konstitutiv voraus, Ideale zu haben. Die hier betrachtete Szene ist in der Lage, vielseitige Ideale wie den Support-Ethos, Antikommerz-Ethos oder eben den Fahnen-Ethos zu formulieren sowie sie praktisch umzusetzen. Die Ultra-Szene offeriert damit ihren Mitgliedern orientierungsspendende Gewissheiten, die ihnen vermitteln, wofür sie stehen und wer sie sind. Eine derartige Orientierung zu haben, ist alles andere als banal. So verweisen modernisierungstheoretische Diskurse (u.a. Beck 2015; Nassehi 2011) darauf, dass in der weitgehend unübersichtlichen Spätmoderne das Individuum zur permanenten Reflexivität und Revidierung sinnstiftender Identitätskonstruktionen aufgefordert ist, was verunsichern kann. Im Gegensatz dazu schafft die Ultra-Szene mit ihren Idealen eine identitätsstiftende Positionierungsressource, die einen temporären Halt in der individuell verunsichernden Spätmoderne verspricht.

Die Gefahren, die sich für die physische und psychische Integrität aus dem kämpferischen Charakter der vorliegenden Fahnen-Praxis ergeben, sind erregend. Es ist demnach die Reduktion des fußballerischen Wettkampf-Events auf Kampf ohne dem Medium des Fußballsports und damit auf „Kampf um des Kampfes willen“

(Simmel 2013: 206), woraus vorliegend für die Szene-Teilnehmer_innen ein außergewöhnliches Erleben entsteht. Während sich für Elias (2006) der fortschreitende Zivilisationsprozess in der Spannungsbalance beider Fußballmannschaften kennzeichnet, die sich zwar besiegen wollen, dafür jedoch nicht alle Mittel einsetzen dürfen (ebd.: 365), verweist vorliegender Fall mit dem reinen Kampffokus auf die Dezivilisierung der beteiligten Akteure. Scheint Fußball im allgemeinen für seine Zuschauer einen hohen Kontrollverlust emotionaler Ausbrüche zu legitimieren – im weitesten Sinne positiv konnotiert etwa durch Jubel oder Freudentränen und negativ konnotiert etwa durch Wutausbrüche oder Beleidigungen – forciert die Szene der Ultras mit ihrer gewalttätigen Fahnen-Regel einen besonders ausgeprägten Kontrollverlust. An dieser Stelle wird festgehalten, dass die Ultra-Szene mit ihren institutionalisierten Regeln aus sich selbst heraus eine Erlebnissrationalität zu generieren vermag, die eigendynamisch ist und bisweilen nur noch entfernt mit der ursprünglichen Event-Dramaturgie verbunden ist.

Zusammenfassend wurde anhand des Szene-Issues „Fahnenraub“ die Bedingung für eine kämpferische Praxis auf (Gruppen-)Leben und (Gruppen-)Tod innerhalb der Ultra-Szene rekonstruiert. Dieser Szene-Issue führt an Event-Tagen vor, während und nach der Fußball-Show zu einem permanent alarmierten Zustand der Szene-Gruppen, um ihre Fahne zu schützen oder eine zu erbeuten. Zusätzliche Normen, wie die der Fairness bei einem Überfall, bereichern diesen Szene-Issue mit vielseitigen interaktiven Anschlussmöglichkeiten an, wodurch sich die Szene förderhin reproduzieren kann. Der Fall hat gezeigt, dass sich die beobachtete Szene-Gruppe während des Fußballspiels primär an dem Verhalten der anderen Szene-Gruppe orientiert. Mit dieser Handlungsorientierung sind sie weniger als fußballbezogene Event-Besucher_innen anwesend, sondern vielmehr als Szene-Mitglieder. Der Szene-Logik folgend, leitete der Spielabpfiff als formales Event-Ende zu weiteren „Spielzügen“ zwischen den Szene-Gruppen über. Daran wird ersichtlich, dass dieses „Szene-Spiel“ mit seiner vororganisierten Praxis und seinen Regeln eine eigendynamische Erlebnissrationalität entwickelt hat, die bei weitem den formalen Event-Rahmen übersteigt. Die empirisch generierte These der eigendynamischen Erlebnissrationalität wird nun mit den beleuchteten Erkenntnissen der Event-Soziologie kontrastiert.

7. Vom Miteinander-Machen zum Selber-Machen

Das Miteinander-Machen zwischen Veranstalter_in und Konsument_in gilt für Events als konstitutiv (Hitzler 2011), da nur so das totale Erlebnis als außergewöhnliche und vitalisierende Kraftquelle des Seins evoziert werden kann (Gebhardt 2000). Um die Event-Gänger_innen zur vergemeinschaftenden Teilnahme zu aktivieren, wird in der Event-Soziologie von einer Überbietungsspirale der Event-Angebote

ausgegangen. Vor diesem Hintergrund wurde festgehalten, dass kein Event-Typ dauerhaft und massenhaft kundenbindend sein kann (Hitzler 2011).

Das vorliegende Fallbeispiel hat gezeigt, dass das Fußballspiel mit seiner Sport-Dramaturgie gegenüber der Szene-Dramaturgie mit ihrem selbstgewählten Schicksal eines symbolischen Kampfes auf Leben und Tod vergleichsweise banal und langweilig erscheint. Entsprechend nebensächlich wurde es behandelt. Daran zeigt sich die priorisierte Handlungsorientierung der Akteur_innen an ihrer zugehörigen Szene. D.h., dass die beforschten Akteur_innen als Mitglieder einer szenebezogenen Gruppe zwar im Kontext des Events operieren, da sie auf seine Symbole insbesondere das des Fußballvereins angewiesen sind, um ein gemeinsames Thema zu entfalten. Die Teilnahme-Praxis am Event erfolgt jedoch als Szene-Mitglied, weshalb der Szenebefugnis über dem Fußballbezug steht. Zwar können sich Szene-Issues mit dem ursprünglichen Veranstaltungsangebot Fußballsport überschneiden, worauf der eingangs erwähnte „Support“ der Mannschaft verwies. Dieser alleinige Bezug ist jedoch nicht zwangsläufig notwendig, um miteinander als Szene interagieren zu können und gilt deshalb umgekehrt nur eingeschränkt. Darauf verweisen etwa Spielunterbrechungen durch Szene-Issues wie durch die Nutzung von Pyrotechnik oder die spontane Event-Verweigerung als Protest, wenn ein Gruppenmitglied vor dem Stadion von der Polizei festgenommen wurde. Der Szene-Issue Fahnenraub ist ebenfalls ein prägnantes Beispiel für den priorisierten Szene-Bezug gegenüber dem Event-Angebot.

Die Fahnen-Regel, das Gerenne, die Vermummung, die Polizei: all das sind Faktoren zur Herstellung einer szenebezogenen und eigendynamischen Erlebnissituation. So gesehen hat die Szene der Ultras aus dem Miteinander-Machen innerhalb des Events ein ausgeprägtes „Selber-Machen“ entwickelt. Sie hybridisiert damit den Event eigenständig und konstituiert so eine szenebefugte Aufmerksamkeitsökonomie, die von der „Support-Show“ zur „Pyro-Show“ und von der „Kritik-Show“ zur „Gewalt-Show“ reicht. Es ist dieses „Selber-Machen“, durch das die Szene-Mitglieder ihr außergewöhnliches Erleben partiell unabhängig von den Veranstaltungsangeboten erzeugen und da sie hierfür den Event als vororganisierte Infrastruktur benötigen, bleiben sie ihm auch als Kunden treu. In gewisser Weise entlastet das „Selber-Machen“ der Szene die Event-Anbieter_innen darin, mit immer wieder neuen Erlebnisinhalten aufwarten zu müssen bzw. stellen Ultras mit ihrer Support-Show selbst ein Unterhaltungsangebot dar. Gleichzeitig können Veranstaltungsveränderungen Kritik in der Szene der Ultras auslösen, sofern sie nicht mit ihrer Szene-Erlebnissituation kompatibel sind, wodurch das „Selber-Machen“ der Ultras zum „Gegeneinander-Machen“ mit den Event-Betreiber_innen führt, was diesen dann regelmäßig auf die Füße fällt.

Das „Selber-Machen“ der Szene nach einer eigendynamischen Erlebnissituation – so die empirisch plausibilisierte These – erklärt ihre Kundenbindung an den

Event auch unabhängig davon, dass es sich in ewig monotoner Weise neuinszeniert. Der Verweis auf ein derart ausgeprägtes „Selber-Machen“ der Event-Teilnehmer_innen wurde in der bisherigen Event-Soziologie m. E. kaum berücksichtigt. Aus diesem Grund treffen auch bisherige Thesen wie die, dass Kunden nicht dauerhaft ans Event gebunden werden können oder dass Events ihre Angebote ständig steigern müssten, für Ultras nicht zu. Diese Erkenntnisse stehen der Praxis der Ultras bisweilen diametral entgegen, wie die Kritik an Neuerungen der Angebotsstruktur durch die Eventbetreiber_innen am Beispiel der Proteste gegen die Montagspiele, Super-League oder das Helene Fischer Konzert zeigten. Zwar verweisen etwa Hitzler/Niederbacher (2010) auf das Wechselverhältnis von Events und Szenen. Dabei werden jedoch sogenannte Organisationseliten, um die sich eine Szene organisiert, selbst zu eigenständigen Veranstalter_innen von Events (ebd.: 22ff.). Diese Entwicklung trifft dauerhaft jedoch nicht auf die Szene der Ultras zu. Denn diese verharrt im extern vororganisierten Event, in dem sie eine teilweise parallel stattfindende und ihrerseits vororganisierte Szene-Eventdramaturgie herausgebildet hat. So gesehen gibt es im Profifußball-Event zwei Organisationseliten: Die formale Veranstalter_in und die Ultras, deren unterschiedlichen Drama-Ideen zu regelmäßigen Konflikten bis hin zu Kriegserklärungen (Krieg dem DFB¹³) führen. Wie diesen Konflikten mit den jugendlichen Ultras im Rahmen offener Jugendarbeit begegnet werden kann, soll vor dem Hintergrund der hier empirisch plausibilisierten These einer szenebезogenen Erlebnissrationalität abschließend reflektiert werden.

8. Ausblick: Zum Machen der Sozialen Arbeit

Seit den 1980er-Jahren gibt es sozialpädagogische Fanprojekte, die die positiven Aspekte der Fußballfankultur durch freizeit-, sport-, kultur- und bildungspädagogische Maßnahmen niedrigschwellig fördern. Das 1993 verabschiedete Nationale Konzept Sport und Sicherheit (NKSS) führte zu einer stetig wachsenden Zahl von Fanprojekten, um insbesondere der Gewalt im Fußball multifaktoriell zu begegnen (Gabriel/Zeyn 2019: 27ff.). Grundsätzlich stellt sich für sozialpädagogische Fanprojekte die Frage, was an einer fußballbezogenen Szene förderungswürdig ist und welchen Aspekten entgegengewirkt werden sollte.

Die hier entfaltete These einer szenebезogenen Erlebnissrationalität hat auf die Eigendynamik der Ultras aufmerksam gemacht, mit der sie sich von der ursprüngli-

13 <https://www.zeit.de/sport/2017-08/ultras-krieg-dem-dfb-bild> (Zugriff am 20.06.2019).

chen Event-Rahmung entfernen. Meines Erachtens sollten sozialpädagogische Fanprojekte vor diesem Hintergrund fortwährend kritische Räume eröffnen, die auf diese Entkopplung und der daraus resultierenden Eigenverantwortlichkeit der Szene-Praxis hinweist und die Legitimationsfolie Fußball als Grund für das eigene Handeln gezielt relativieren. Selbstimmunisierungsstrategien gegenüber äußerer Kritik, etwa, dass man gewaltsam von einer anderen Szene-Gruppe die Fahne zu entwenden habe, um sich damit für einen ausgewählten Sportverein einzusetzen, können mithin adressiert und kritisch hinterfragt werden. Eine solche Dekonstruktion der eigenen Szene-Lebenswelt kann zu der zum Teil vorgeschlagenen Entideologisierung von Ultras (Gabriel/Zeyn 2019: 30) beitragen.

Die Ultra-Szene stellt gerade durch ihre thematische Erweiterung über den Fußballsport hinaus, wie der Kritik an befremdenden ökonomischen Praktiken von Fußball-Funktionär_innen oder durch gesellschaftspolitische Positionierungen,¹⁴ eine moderne Form der Partizipation an Gesellschaft dar. Meinungen zu formulieren und sich öffentlich für sie einzusetzen, ist ein genuin demokratischer Vorgang und im Sinne der Demokratie als Lebensform (Richter et al. 2016) sozialpädagogisch zu unterstützen. Insofern sollte die in diesem Feld tätige offene Jugendarbeit ihren Fokus nicht nur auf Handlungseinschränkungen hinsichtlich gewaltförmiger, diskriminierender oder rassistischer Praktiken von Ultras legen. Sie sollte ebenso auf die Handlungsermächtigung der Heranwachsenden in Form von öffentlichen Partizipationskompetenzen abzielen. Sozialpädagogische Fanprojekte könnten die überwiegend jugendlichen Ultras darin unterstützen, differenzierte Standpunkte zu entwickeln und demokratische Strategien auszuloten, um sie öffentlichkeitswirksam zu vertreten. Ziel dieses Ansatzes ist es, die Demokratie als Lebensform zu stärken. Für die Jugendlichen wäre eine demokratisch legitime Interessenvertretung deshalb vorteilig, weil sie ihr helfen würde, um eine breitere Unterstützung zu werben sowie sich legitimieren würde, eine Reaktionen etwa von Fußball-Funktionär_innen einzufordern. Diese Form öffentlicher Partizipation zu entfalten, würde ferner implizieren, die jugendlichen Ultras mit gesellschaftlicher Komplexität in Form von unterschiedlichen Interessenlagen zu konfrontieren, z. B. mit dem legitimen Interesse der Gewinnmaximierung von Fußball-Veranstalter_innen. Auf diese Weise zur öffentlichen Partizipation zu befähigen, ist eine große Herausforderung, verführt doch die Ultra-Szene gerade durch ihre orientierungsspendende Kompromisslosigkeit, die ihr ein kurzzeitiges Selbstwirksamkeitsversprechen einzulösen vermag. Denn Kriegserklärungen und dergleichen finden bei Fußball-Funktionär_innen Gehör und führen im Feld immer wieder zu sogenannten Chef-Gesprächen. Jene Formen des erzwun-

14 <https://www.zeit.de/sport/2016-10/ultras-fussball-engagement-gesellschaftsspielchen-ronny-blaschke/seite-3> (Zugriff am 19.06.2019).

genen, privilegierten Umgangs scheinen ethisch problematische Strategien der Ultras als adäquat zu bestätigen. In solchen Fällen verkommt jedoch die demokratische Partizipation zur stumpfen Machtdemonstration. Sie verliert wie im Fall der Kampagne Krieg dem DFB – mit ihrem paramilitärischen Charakter – zunehmend an Kreativität und Charme des Aufbegehrens gegen übermächtige Strukturen und riskiert so ihre breitere Unterstützung. Denn in solchen Fällen wird die öffentliche Interessenvertretung der Ultras zu dem, was sie Fußball-Funktionär_innen vorwirft zu sein: undemokratisch und egoistisch. Ein sozialpädagogischer Beitrag in diesem Spannungsfeld zwischen demokratisch-kompromissbereiter Ausdauer vs. dem Prinzip Daumenschrauben als kurzzeitiger Erfolg einer erzwungenen Aufmerksamkeit erscheint sinnvoll und nötig.

Literatur

- Beck, Ulrich (2015): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Betz, Georg/Hitzler, Ronald/Niederbacher, Arne/Schäfer, Lisa (Hrsg.) (2017): *Hybride Events. Zur Diskussion zeitgeistiger Veranstaltungen*. Wiesbaden: Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-16825-4>
- Breidenstein, Georg/Hirschauer, Stefan/Kalthoff, Herbert/Nieswand, Boris (2015): *Ethnografie: die Praxis der Feldforschung*. Konstanz: UTB.
- Corbin, Juliet/Strauss, Anselm (2015): *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Los Angeles: Sage.
- Dembowski, Gerd (2013): Ein Leitbild erfinden. Zur Identitätsbildung bei Ultras als Fußballfanggruppierungen zwischen Kultur und Kommerz. In: Bruder, Klaus-Jürgen/Barth, Claudia (Hrsg.): *Sozialpsychologie des Kapitalismus – heute: zur Aktualität Peter Brückners*. Gießen: Psychosozial-Verlag, S. 259–276.
<https://doi.org/10.30820/9783837966541-259>
- Elias, Norbert (2006): *Gesammelte Schriften, 15*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gabriel, Michael/Zeyn, Julia (2019): Die unabhängigen Fanprojekte. In: *Sozial Extra, 43 (1)*, S. 27–32. <https://doi.org/10.1007/s12054-018-0132-1>
- Gebhardt, Winfried (2000): Feste, Feiern und Events. Zur Soziologie des Außergewöhnlichen. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Events: Soziologie des Außergewöhnlichen*. Opladen: Leske + Budrich, S. 17–33.
https://doi.org/10.1007/978-3-322-95155-7_2
- Gebhardt, Winfried (2002): Die Verszenung der Gesellschaft und die Eventisierung der Kultur. Kulturanalyse jenseits traditioneller Kulturwissenschaften und Cultural Studies. In: Göttlich, Udo (Hrsg.): *Populäre Kultur als repräsentative Kultur: die Herausforderung der Cultural Studies*. Köln: Halem, S. 286–305.
- Gebhardt, Winfried (2010): ‚We are different!‘. In: Honer, Anne/Meuser, Michael/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Fragile Sozialität: Inszenierungen, Sinnwelten, Existenzbastler*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 327–339.
https://doi.org/10.1007/978-3-531-92017-7_23

- Goffman, Erving (2013): *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Grau, Andreas/Hävermann, Andreas/Winands, Martin/Zick, Andreas (2016): Football Fans in Germany. A Latent Class Analysis Typology. In: *Journal of Sporting Cultures and Identity*, 7 (1), S. 19–31. <https://doi.org/10.18848/2381-6678/CGP/v07i01/19-31>
- Hitzler, Ronald (2011): *Eventisierung. Drei Fallstudien zum marketingstrategischen Massenspaß*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92688-9>
- Hitzler, Ronald (2015): Das Event – ein Signum unserer Zeit. In: *Gesellschaft. Wirtschaft. Politik. Sozialwissenschaften für politische Bildung*, 64 (2), S. 251–258. <https://doi.org/10.3224/gwp.v64i2.19459>
- Hitzler, Ronald/Niederbacher, Arne (2010): *Leben in Szenen: Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*. Wiesbaden: Springer VS <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92532-5>
- Kathöfer, Sven/Kotthaus, Jochem (2013): *Block X - Unter Ultras. Ergebnisse einer Studie über die Lebenswelt Ultra in Westdeutschland*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Knoblauch, Hubert (2000): Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit. Zur Begrifflichkeit und Theorie des Events. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Events: Soziologie des Außergewöhnlichen*. Opladen: Leske + Budrich, S. 33–50.
- Kotthaus, Jochem (2017): Ultras als Szene. Methodologische Überlegungen zu einer Konzeptualisierung der Ultrabewegung als posttraditionale Vergemeinschaftung. In: Grau, Andreas/Heyde, Judith von der/Kotthaus, Jochem/Schmidt, Holger/Winands, Martin (Hrsg.): *Sozialwissenschaftliche Perspektiven der Fußballfanforschung*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 91–114. https://doi.org/10.1007/978-3-322-95155-7_3
- Leistner, Alexander (2017): Fans und Gewalt. In: Roose, Jochen/Schäfer, Mike/Schmidt-Lux, Thomas (Hrsg.): *Fans: Soziologische Perspektiven*. Wiesbaden: Springer, S. 219–246. https://doi.org/10.1007/978-3-658-17520-7_11
- Münkler, Herfried (2015): *Kriegssplitter: die Evolution der Gewalt im 20. und 21. Jahrhundert*. Berlin: Rowohlt.
- Nassehi, Armin (2011): *Soziologie: Zehn einführende Vorlesungen*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93076-3>
- Reckwitz, Andreas (2003): Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken / Basic Elements of a Theory of Social Practices. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 32 (4), S. 282–301. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2003-0401>
- Richter, Elisabeth/Richter, Helmut/Sturzenhecker, Benedikt/Lehmann, Theresa/ Schwerthelm, Moritz (2016): Bildung zur Demokratie. Operationalisierung des Demokratiebegriffs für pädagogische Institutionen. In Knaur, Rainard/ Sturzenhecker, Benedikt (Hrsg.): *Demokratische Partizipation von Kindern*. Weinheim: Beltz Juventa
- Simmel, Georg (2013): *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Thalheim, Vinzenz (2019): *Heroische Gemeinschaften. Ich-bin-Räume von Ultras im Fußball*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Winands, Martin (2015): *Interaktionen von Fußballfans: Das Spiel am Rande des Spiels*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09080-7>

Zur Person

Dr. Vinzenz Thalheim, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Kassel
Forschungsschwerpunkte: Jugendforschung, Heimerziehung, Sozialpädagogische Ethik.

Thematisch relevante Publikation:

Thalheim, Vinzenz (2019): Heroische Gemeinschaften. Ich-bin-Räume von Ultras im Fußball. Weinheim: Beltz Juventa

Anschrift: Arnold-Bode-Straße 10, 34109 Kassel

Email: vthalheim@uni-kassel.de