

schaft nicht nachvollziehen. »Einige sind aber auch total interessiert und wollen genauer wissen, was wir da machen«, so Kira. Das heißt aber nicht, dass sie auch alles erfahren. »Die wichtigen Angelegenheiten bleiben natürlich intern.« Zora hat einen festen Partner aus der Gruppe. »Für mich ist das ganz logisch«, meint Zora, »weil ich mit den Leuten aus der Gruppe ja auch am meisten zu tun hab, das hat sich dann so entwickelt.« Für Kira ist eine Beziehung außerhalb der Ultra-Szene nur schwer vorstellbar. »Ich verbringe in meiner Freizeit die meiste Zeit mit der Gruppe. Gleichzeitig sind es meine besten Freundinnen und Freunde. Jemand, der der Szene komplett fremd ist, hätte für mein Fußballleben, glaube ich, nur wenig Verständnis.« Den Zusammenhalt in der Gruppe empfinden beide als tadellos. Der Frauenanteil ist zwar nur gering, aber Probleme bereitet das nicht. »Ich fühle mich von den Männern in der Gruppe natürlich voll akzeptiert, sonst wäre das für mich auch nicht möglich dort zu arbeiten«, sagt Kira. Zora fühlt sich ebenfalls wohl. »In der Gruppe gibt es keine Diskriminierung. Wir sehen uns alle als gleichwertig an. Ich glaube kaum, dass alle wirklich frei von Vorurteilen sind, allein durch Erziehung und so, aber in der Gruppe sind wir alle gleichberechtigt.«

Allerdings scheinen viele Stadionbesucher die Präsenz von Frauen in der Kurve nicht so gerne zu sehen. Sie sind nicht frei von Vorurteilen gegenüber weiblichen Fußballfans. Der gesellschaftlich anerkannte Sexismus, der in vielen Köpfen steckt, spiegelt sich da im Verhalten einiger Männer wider. Komische Blicke und dämliche Anmachsprüche sind für Kira und Zora keine Seltenheit. Ein Ordner behauptete zum Beispiel einmal: »Das einzig geile an Bremen sind die Ärsche der Frauen«. Andere meinten, wenn die Frauen die Reihen für den Rest der Gruppe freihalten, würden sie von den Männern vorgeschickt. Auch hören Kira und Zora Sprüche wie: Flyer, die von den Frauen für die Gruppe verteilt werden, sollten doch bitte mit Telefonnummern verziert werden. Zora erklärt: »Viele Fans akzeptieren Frauen nicht als gleichwertig, jedenfalls ist die Akzeptanz beziehungsweise der Respekt nicht so groß wie den Männern gegenüber. Wichtig ist dann nicht auf Durchzug zu schalten, sondern Kontra zu geben!« Gegen Rassismus zum Beispiel wird in der Kurve und den Gruppen schon viel gemacht, für Sexismus hingegen muss meistens erst noch sensibilisiert werden. Dabei ist Sexismus, genauso wie Rassismus, Diskriminierung. Auch wenn sie jeweils verschiedene Formen sind, gilt es beiden entschlossen entgegen zu treten. Wichtig sei schließlich die Aufklärungsarbeit im Themengebiet Sexismus. Da gäbe es noch viel zu tun, betonen Zora und Kira.

2010 machen die Beiden ihr Abitur. Konkrete Pläne für die Zukunft haben sie aber noch nicht. »Nach der Schule will ich studieren oder eine Ausbildung machen. Was genau weiß ich aber noch nicht. Ich würde aber gerne

in Bremen bleiben, wenn das geht. Ich würde aber auch umziehen und dann versuchen, trotzdem weiter zum Fußball zu gehen«, sagt Kira. Auch Zora möchte in Zukunft Berufsleben und Fußball unter einen Hut bekommen und will deshalb versuchen, einen Studiums- oder Ausbildungsplatz in Bremen zu finden. »Es ist nicht absehbar, dass meine Leidenschaft für Werder einmal aufhört. Ein Leben ohne Fußball – das kann ich mir einfach nicht vorstellen.«

Fußball – Ein soziales Band der spätmodernen Gesellschaft?

von Jochen Bonz

Beobachtungen an zwei Erscheinungsformen der Fußballbegeisterung

Nicht alle Menschen mögen Fußball, aber viele. Niemand würde dies ernsthaft bezweifeln. Übersetzt man diesen Sachverhalt in die Sprache der Geistes- und Sozialwissenschaften, heißt dies: Fußball bildet einen Gegenstand kollektiven Interesses. Damit besitzt Fußball eine Qualität, die in der zeitgenössischen Gesellschaft eine Ausnahme darstellt.

Diese gilt als »posttraditional«. ²⁸ Damit ist im Wesentlichen gemeint, dass es ihr an kollektiven Objekten, an geteilten Werten und Motiven mangle. Die zeitgenössische Gesellschaft gilt als fragmentiert in »Lebensstile« und »Szenen«; ²⁹ ihr fehlt das »soziale Band«.

Die Fußballbegeisterung wirft deshalb die Frage auf, ob es sich nicht bei ihr um ein solches Band handeln könnte. Anders formuliert: Kann nicht die Fußballbegeisterung ein Modell dafür abgeben, wie sich spätmoderne Vergemeinschaftung überhaupt denken lässt? Obwohl die Frage nach dem sozialen Band heute – etwa in Form der Arbeiten Bruno Latours ³⁰ – nachdrück-

28 Vgl. Hitzler, Ronald / Bucher, Thomas / Niederbacher, Arne 2005: *Leben in Szenen: Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*, 2. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag.

29 Ebd. und Schulze, Gerhard 1992: *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt a. M.: Campus.

30 Die Frage nach dem sozialen Band steht im Zentrum der jüngeren Studien Latours. Vgl. Latour, Bruno 2007: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

lich im Raum der geistes- und sozialwissenschaftlichen Diskussion steht, wurde sie im Hinblick auf Fußball bislang nicht konsequent gestellt.³¹

Die Charakterisierung des Fußballs als Gegenstand kollektiven Interesses besitzt aufgrund unbestreitbarer Fakten große Plausibilität: Ausverkaufte Stadien und immer neue Rekorde im Verkauf von Dauerkarten, hohe Zuschauerquoten bei Fernsehübertragungen, die große Zahl von Gaststätten, die Spiele in Live-Übertragungen zeigen etc. sprechen eine deutliche Sprache. Was sich jedoch qualitativ hinter Aussagen verbirgt, wie »Viele Menschen mögen Fußball«, »Fußball ist ein Gegenstand kollektiven Interesses«, ein »kollektives Objekt der Begeisterung«, ist unklar. Eint Fußballbegeisterte möglicherweise die »affektive Wucht«,³² die Michael Prosser als Kennzeichen von Fußballereignissen im Stadion beschreibt? Oder könnte die »Epiphanie der Form«,³³ die Hans-Ulrich Gumbrecht in der Zirkulation des Balles sich abzeichnen sieht, das einende Moment sein?

Wie die von mir an zwei Tagen im Herbst 2006 aufgenommenen Fotografien zeigen, macht bereits ein Besuch beim täglichen Training der Profimannschaft des SV Werder Bremen deutlich, dass dem kollektiven Objekt der Fußballbegeisterung zumindest keine homogene Personengruppe entspricht. Zu unterscheiden sind etwa Familien, einzelne ältere Herren, einzelne junge Männer, Paare und Gruppen von Jugendlichen.

Das Fußballspiel biete sich »[a]ufgrund seines vielseitigen Charakters [...] den unterschiedlichsten Interpretationen an«,³⁴ schreibt der französische Ethnologe Christian Bromberger im Fazit seiner Studie *Le Match De Football – Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*

(1995),³⁵ deren methodischer Schwerpunkt auf einer langjährigen Feldforschung unter Fans von Olympique Marseille liegt. Der hier in der Vieldeutigkeit anklingende Partikularismus steht in einem Spannungsverhältnis zum eingangs konstatierten Universalismus der Fußballbegeisterung.³⁶ Diese beiden Aspekte versuche ich im Weiteren differenziert zueinander in Beziehung zu setzen.

Nicht unattraktiv ist es, bei dieser Aufgabe von Stereotypen auszugehen, wie etwa der von Richard Giulianotti (2002) vorgeschlagenen Kategorisierung der Fußballfans nach vier Typen: »Supporter«, »Fan«, »Follower« und »Flaneur«.³⁷ Angemessener erscheint mir jedoch, »dichte Beschreibungen« (Clifford Geertz)³⁸ von Erscheinungsformen der Fußballbegeisterung zu erarbeiten. Denn sie ermöglichen, den »native's point of view« zu erfassen, den Bronislaw Malinowski (1922) in seiner für die Ethnologie klassischen Studie näher charakterisiert als »his Weltanschauung, the breath of life and reality which he breathes and by which he lives.«³⁹ Im Vergleich solcher, sich unterscheidender Anschauungen vom Fußball können dann Aussagen über das Verhältnis von universaler und partikularer Fußballbegeisterung getroffen werden.

Habitus/kollektive Identifikationen der Fußballbegeisterung

Bromberger deutet in seiner Studie an, wie sich verschiedene Anschauungen vom Fußball in der Begeisterung für ein- und denselben Verein treffen, indem sich die Stadt auf das Stadion »projiziert«:⁴⁰ entsprechend ihren Wohnorten in der Geografie der Stadt platzieren sich bestimmte Zuschauergrup-

31 Christian Bromberger interessiert diese Frage, wenn auch nicht explizit in Bezug auf die spätmoderne Gesellschaft. Seiner Studie, auf die ich im Weiteren noch Bezug nehme, schuldet meine Überlegung Einiges. Vgl. Bromberger, Christian 1998: Fußball als Weltsicht und als Ritual, in Belliger, Andréa und David J. Krieger (Hg.): *Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch*, Wiesbaden: VS Verlag, S. 285–301. Ein Großteil der Beiträge in dem von Gabriele Klein und Michael Meuser herausgegebenen Sammelband *Ernste Spiele* thematisiert Fußballphänomene unter dem Aspekt der Vergemeinschaftung. Worin die Gemeinschaft allerdings besteht – in meinen Begriffen: worin das soziale Band besteht – bleibt jedoch unkonkret, so dass ihre Thematisierung oberflächlich wirkt. Aus meiner volkswissenschaftlich-kulturwissenschaftlichen Perspektive erscheint mir außerdem das methodische Instrumentarium in den meisten Fällen unklar. Im Gegensatz hierzu bemühe ich mich im Folgenden um eine nachvollziehbare, strenge und mit Gründlichkeit praktizierte Methodik. Vgl. Klein, Gabriele/Meuser, Michael (Hg.) 2008: *Ernste Spiele. Zur politischen Soziologie des Fußballs*, Bielefeld: Transcript.

32 Prosser, Michael 2002: *Das Stadion als ›Festplatz der Weltausgrenzung‹*. In Herzog, Markwart (Hg.): *Fußball als Kulturphänomen. Kunst – Kult – Kommerz*, Stuttgart: Kohlhammer, S. 271–276: 271.

33 Gumbrecht, Hans Ulrich 2005: *Lob des Sports*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 100.

34 Bromberger, Christian 1998, a. a. O.,: 300.

35 Bromberger, Christian mit Alain Hayot und Jean-Marc Mariottini 2001: *Le Match de Football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, 3. Aufl., Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Paris. Eine ausführliche Darstellung von Brombergers Überlegungen findet sich bei Johanna Rolshoven, vgl. dieselbe 2008: *Fußball aus kulturwissenschaftlicher Perspektive*, in Schmidt-Lauber, Brigitta (Hg.): *FC St. Pauli. Zur Ethnographie eines Vereins*, 3. Aufl., Hamburg: LIT, S. 38–53: 47f.

36 Auch die hier von mir gebrauchte begriffliche Unterscheidung zwischen dem Fußball als einem zugleich universellen als auch partikulären Phänomen übernehme ich von Bromberger; vgl. Bromberger, Christian 1998, a. a. O., S. 300.

37 Giulianotti, Richard 2002: *Supporters, Followers, Fans, And Flaneurs*, *Journal of Sport & Social Issues*, Volume 26, No. 1, Sage Publications, S. 25–46.

38 Vgl. Geertz, Clifford 1991: *Dichte Beschreibung. Bemerkungen zu einer deutenden Theorie von Kultur*, in ders.: *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*, 2. Aufl., Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

39 Malinowski, Bronislaw 1984: *Argonauts Of The Western Pacific*, 24. Aufl., Long Grove, Illinois: Waveland Press, S. 517.

40 Bromberger, Christian 1998, a. a. O., S. 290.

pen auch innerhalb des Stadions. Immigranten, »selbständige Handwerker, Geschäftsleute, Industrie- und Handelsdirektoren« unterscheidet Bromberger, ebenso Arbeiter, Angestellte und Manager. Ausgehend von dieser Unterscheidung zwischen ethnischen, schichtspezifischen und berufsbezogenen Gruppenzugehörigkeiten erscheint es mir – schon aus heuristischen Gründen – sinnvoll, diese Konzeptualisierungen kollektiver Wirklichkeitswahrnehmungsweisen weiter zu abstrahieren. Dementsprechend sind die Kollektive, von denen ich ausgehen möchte, weder die auf meinen Fotografien erkennbaren Familien, die älteren Herren, jüngeren Männer, Paare und Cliques von Jugendlichen, noch handelt es sich bei ihnen um Brombergers Arbeiter, Angestellte und Manager. Stattdessen spreche ich von Habitus beziehungsweise Identifikationen⁴¹ der Fußballbegeisterung.

Zur Erforschung von Habitus beziehungsweise Identifikationen als Innenperspektiven spezifischer kollektiver Wirklichkeitswahrnehmungsweisen bedarf es des Zugangs zu einer Personengruppe, die sich einen Habitus/eine Identifikation teilt. Ein solcher Kontakt ergab sich für mich ausgerechnet an der Universität, in der Situation unseres Studiumsprojektes. Eine am Projekt mitwirkende Studentin versorgte das Seminar mit Informationsmaterial einer Gruppe von Ultras namens Infamous Youth, zu deren Mitgliedern sie selbst zählt. Zu diesem Material gehörte unter anderem ein Aufkleber mit dem hier gezeigten Motiv, dem Emblem der Gruppe.

Begreift man das Motiv mit Dick Hebdiges semiologischem Kulturforschungsansatz als eine intentionale Aussage, lässt sich ein erster Eindruck von der Identifikation der Gruppe gewinnen.⁴² Die im Folgenden wiederge-

41 Zum Begriff der Identifikation bei Waltz vgl. ders. 2006: Tauschsysteme als subjektivierende Ordnungen: Mauss, Lévi-Strauss, Lacan, in Moebius, Stephan/Papilloud, Christian (Hg.): Gift – Marcel Mauss' Kulturtheorie der Gabe, Wiesbaden: VS Verlag, S. 81–105. Zu dem hier verwendeten Habitus-Begriff Pierre Bourdieus vgl. Bonz, Jochen 2006: Das Kultur-Wissen des Habitus. Ausführungen zu Pierre Bourdieus Rekonzeptualisierung des ethnologischen Kulturbegriffs angesichts der Kultur der Moderne, in Hillebrand, Mark/Krüger, Paula/Lilge, Andrea/Struve, Karen (Hg.): Willkürliche Grenzen. Das Werk Pierre Bourdieus in interdisziplinärer Anwendung, Bielefeld: Transcript, S. 91–112. Der Begriff der Identifikation ist insofern präziser, als er die Form der Subjektivität eindeutiger bezeichnet, um die es mir an dieser Stelle geht: Das Subjekt einer kollektiven Wirklichkeitswahrnehmungsweise. Der Begriff des Habitus steht bei Bourdieu ebenfalls hierfür, allerdings definiert er diesen darüber hinaus als ein kulturelles Erbe und, zumindest implizit, auch als die basale Position des Subjekts, sein grundlegendes Verhältnis zur Wirklichkeit. Die beiden letzteren Aspekte gelten nicht für beide der im Weiteren beschriebenen Beispiele.

42 Hebdige analysierte materielle Bedeutungsträger wie Kleidung und Musik als Bestandteile des Stiles eines spezifischen popkulturellen Milieus. Sein Ziel war es, die in dem jeweiligen Stil artikulierten Vorstellungen und Werte der jeweiligen Subkultur heraus zu arbeiten. Vgl. Hebdige, Dick 1979: Subculture. The Meaning of Style, London: Routledge.



Bildunterschrift, Bildunterschrift bild unter Schrift

gebenen Interpretationen des Emblems entstanden im Seminar, das als Interpretationsgruppe fungierte.⁴³

Die Interpretationen der Studierenden machten sich insbesondere am Aspekt des Totenkopfs und der grünen Mütze fest. Mit Letzterer wurde Robin Hood assoziiert. In dieser Lesart verweist das Emblem auf eine Gesetzlosigkeit, die mit dem politischen Einsatz gegen soziale Ungerechtigkeit verbunden ist. Analog hierzu wurde der Totenkopf mit Piraterie assoziiert. In einer Studierenden evozierte das Emblem aufgrund des die gesamte untere Gesichtshälfte umfassenden Zackenkranzes außerdem die Vorstellung von einer »lachenden Kreissäge«. Sie verstand dies als Ansage von Kampfbereitschaft. Auch wurden die Knochen als bedrohlich wahrgenommen, ebenso wie als Hinweis auf Vergänglichkeit. Das anwesende Mitglied der Gruppe widersprach in diesem Punkt: das Totenkopfmotiv sei quasi zufällig zustande gekommen aufgrund der Vorliebe eines zu ihrer Gruppe gehörenden Kreativen, der Roboter und Totenköpfe möge und das Emblem gestaltet habe. Sie räumte allerdings ein, sie selbst verbinde mit dem Totenkopf durchaus etwas, nämlich ewige Treue, Anhängerschaft bis in den Tod. Den Studierenden fiel außerdem die Freundlichkeit der Totenkopfdarstellung auf, wie sie im Zwinkern, der Karikaturhaftigkeit und überhaupt in der ironischen Dar-

43 Zur Methode der Interpretationsgruppe vgl. Leithäuser, Thomas/Volmerg, Birgit 1988: Psychoanalyse in der Sozialforschung, Opladen: Westdeutscher Verlag.

stellungsweise des Totenkopfs zum Ausdruck kommt und die etwa deutlich im Gegensatz steht zu anderen Totenkopf-Emblemen, wie etwa dem des FC St. Pauli. Die Buntheit des Emblems und seine ästhetische Nähe zu Graffiti wurden konstatiert. Eine Konnotation, die den Seminarteilnehmern hierzu in den Sinn kam, war »jung und wild«.

Das Mitglied der Gruppe wies uns auf den Umstand hin, dass in der internationalen Ultraszene häufig Kopfdarstellungen in Emblemen verwendet würden; in der Regel allerdings martialische Männerköpfe. Aus ihrem Emblem spräche dagegen »kein Mackertum«.

Lediglich eine Assoziation bezog sich ausdrücklich auf Fußball: außer an Robin Hood erinnerte die Kopfbedeckung einen Studenten auch an eine Schiebermütze und damit an ein Artefakt der Arbeiterfußballfankultur, wie sie – wie Rolf Lindner⁴⁴ beschreibt – für Regionen wie zum Beispiel das Ruhrgebiet eine traditionelle Erscheinungsform der Fußballbegeisterung darstellt.

Anerkennung

In der schieren Tatsache des Vorhandenseins des Aufklebers kommt, über die Bedeutungen einzelner Elemente hinaus, noch etwas anderes zum Ausdruck, das in sämtlichen vorliegenden Studien⁴⁵ zur Kultur der Ultras Erwähnung findet: der »Wunsch nach Sichtbarkeit«, wie es bei Bromberger heißt. Die Tatsache, dass sich Aufkleber aus der Bremer Ultra-Szene im öffentlichen Raum Bremens und an den Bahnhöfen umliegender Kleinstädte – z.B. an Ampelmasten oder auf Stromkästen – vielfach finden, verstärkt den Stellenwert dieser Beobachtung. Auch in einem ausführlichen Gespräch, das ich im Frühjahr 2009 mit zwei Mitte Zwanzigjährigen Mitgliedern von Infamous Youth führte, kam dieser Wunsch zum Ausdruck. In diesem Fall in dem nachhaltigen Ärger, den sie über die Verantwortlichen des SV Werder Bremen empfanden, die unter anderem ihr soziales und politisches Engagement nicht zu würdigen wüssten. Letzteres machen die Ultras unter anderem daran fest, dass die Vereinsführung zwar mit ihnen einen Verhaltenskodex

44 Lindner, Rolf und Heinrich Th. Breuer 1978: »Sind doch nicht alles Beckenbauers«. Zur Sozialgeschichte des Fußballs im Ruhrgebiet, Frankfurt a. M.: Syndikat.

45 Vgl. Pilz, Gunter A., Sabine Behn, Andreas Klose, Victoria Schwenzer, Werner Steffan, Franciska Wilki 2006: Wandlungen des Zuschauerhaltens im Profifußball, Schorndorf: Hofmann; Falk, Phillip 2008: Ultramanie, Schmidt-Lauber, Brigitta (Hg.): FC St. Pauli. Zur Ethnographie eines Vereins, 3. Aufl., Münster: LIT, S. 102–119; Alkemeyer, Thomas 2008: Fußball als Figurationsgeschehen Über performative Gemeinschaften in modernen Gesellschaften, Klein, Gabriele/Meuser, Michael (Hg.), a. a. O., S. 87–111: 97.

aushandelte, diesen dann jedoch durch einseitigen Abbruch der Kommunikation bereits anlässlich des geringsten Vorfalls gebrochen habe.

Vor diesem Hintergrund entwerfen die Beiden ein Bild von ihrer Gruppe, das deutlich werden lässt, dass und auch inwiefern die Gruppe selbst als Medium für Sichtbarkeit und Respekt fungiert – für die Erfahrung von »Anerkennung«, um es mit Axel Honneth auszudrücken.⁴⁶ Die oft gerade 13–14-jährigen Jugendlichen, die Kontakt zur Gruppe suchen, sind in der Regel fasziniert von dem von der Ultra-Kultur im Allgemeinen hervorgerufenen Eindruck von subkultureller Abweichung. Auf was die Jugendlichen im Falle von Infamous Youth allerdings tatsächlich stoßen, ist eine Gruppe, die sich in erster Linie in diesem Aspekt – eine Gruppe zu sein – ernst nimmt. So muss zum Beispiel die Mitgliedschaft erteilt werden – sie besteht nicht automatisch durch Mitmachen. Über die im unmittelbaren Zusammenhang mit Fußball stehenden Aktivitäten hinaus wird ein beträchtlicher Teil der neben Verpflichtungen wie Schule oder Studium zur Verfügung stehenden Freizeit gemeinsam verbracht. Wie meine beiden Gesprächspartner betonen, wird von den Gruppenmitgliedern außerdem erwartet, Verantwortung für die Gruppe zu übernehmen: für die anderen Mitglieder ebenso wie für die Ziele und Aktivitäten der Gruppe. Aus gut 40 Personen besteht diese zum Zeitpunkt des Gesprächs. In dem Bereich der Fankurve des Stadions, der von der »aktiven Fanszene«, wie sich die Ultras selbst nennen, bestimmt wird, stellt Infamous Youth damit die größte Personengruppe und deshalb zwei von insgesamt drei so genannten Shoutern: Vorsängern, welche die Gesänge in der Kurve bündeln und verstärken. Was die Betrachtung des Emblems nahe gelegt hat, wird im Gespräch bestätigt: die Aktivitäten in der Kurve sind bei Infamous Youth mit politischen Zielen verbunden. Deren Charakter wird von den beiden Gesprächspartnern mit »Antirassismus« und »Antisexismus« spezifiziert.

Zusammengenommen fügen sich die Aussagen der beiden Ultras zusammen mit unseren Beobachtungen am Emblem zu einem Eindruck von der Identifikation der Gruppe. Offenbar übersetzt die Gruppe den Wunsch nach Sichtbarkeit von der Faszination für subkulturelle Abweichung in produktivere, sozial verträglichere Verhaltensweisen. Möglicherweise stellt sich dieses Phänomen in der Gestalt von Infamous Youth in besonders freundlicher Form dar. (Aufgrund des jungen Altersdurchschnitts, aber sicherlich auch aufgrund ihres spezifischen Auftretens und der von ihnen vertretenen Werte werden die Infamous Youth-Mitglieder im Jargon der Bremer Polizei als

46 Vgl. Honneth, Axel 2002: Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte, 3. Aufl., Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

»Hobbits« bezeichnet, wie ein Seminarteilnehmer erzählt, der mit einem Polizisten befreundet ist.) Die hier zu beobachtende Übersetzung des Wunsches, etwas los zu machen, in andere Wünsche und Tätigkeiten scheint mir jedoch hiervon unabhängig zu sein.

Als kollektives Begehrenobjekt der Ultras gilt gemeinhin der Verein an und für sich: mit seiner Tradition, seinen Insignien, wie etwa den Vereinsfarben und dem Vereinswappen, und seiner Historie. Hinzu kommt das Spektakel, das die Ultras während des Spiels betreiben und das von Außenstehenden häufig als maßlose Selbstinszenierung wahrgenommen und auch kritisiert wird.⁴⁷ Am Beispiel Infamous Youth wird deutlich, dass es den Ultras in diesem Fall (1) tatsächlich um eine Beziehung zum Verein geht und dass in dieser Beziehung (2) eine Gruppe entsteht, die – den von Hebdige beschriebenen Subkulturen vergleichbar – für ihre Mitglieder eine Welt spezifischer Werte, Motive, Handlungen, auch einen Zeitraum, hervorbringt. In Rahmen dieser Welt erfolgt die zuvor in der Rebellion gesuchte Sichtbarkeit und Selbstbestätigung. Sie resultiert aus der Anerkennung des Einzelnen durch die Gruppe und auf der Grundlage der von der Gruppe repräsentierten, geteilten Werte und Regeln. Deshalb, weil die Gruppe etwas derart Fundamentales für die Gruppenmitglieder ermöglicht, geht es ihr an erster Stelle um sich selbst, möchte ich argumentieren.

Allerdings ist dieses Selbst nicht nur abhängig vom Vorhandensein des Vereins, auf den es sich bezieht. Die Gruppe bezieht sich darüber hinaus in vielfältiger Weise auch auf Aktionen anderer Ultras im Allgemeinen und auf bestimmte Ultra-Gruppen anderer Vereine im Besonderen, etwa in Italien, Frankreich und Südamerika. Und sie bezieht sich auch auf weitere Gruppen, wie Ultra-Gruppen gegnerischer Vereine; andere Vereine an sich; andere Ultra-Gruppen innerhalb der eigenen Fankurve; Fans des eigenen Vereins, die andere Identifikationen haben und andere Kollektive bilden; die Repräsentanten des Vereins; der Fan-Beauftragte des Vereins und das vereinsunabhängige Bremer Fan-Projekt; die Mannschaft und einzelne Spieler; die zweite Mannschaft des Vereins; die Polizei beziehungsweise verschiedene Gruppen der Polizei (wie die »Szenekundigen Beamten« (SKBs), Sondereinsatzkräfte etc.).⁴⁸

47 Vgl. zum Beispiel Köster, Philipp 2008: Der dressierte Fanblock, 11 Freunde Nr. 85, S. 26–33.

48 Die hier aufgezählten Akteure haben sich im Verlauf unseres Projekts abgezeichnet, etwa in Interviews zur Fanfeindschaft zwischen Bremern und Hamburgern. Thomas Alkemeyer sieht auch das Prinzip, dass hier von den Ultras andere Gruppen adressiert werden, nicht aber, dass es dabei nicht nur um das In-Erscheinung-Treten im Allgemeinen geht, sondern tatsächlich um Beziehungen, und zwar um Beziehungen zu einer Vielzahl diskret benennbarer Personengruppen. »Adressaten ihrer Show sind konkurrierende Fangruppen ebenso

Es ließe sich vermuten, diese Anderen ermöglichen der Gruppe ein Othering, indem sie imaginäre Gegner abgäben, die das idealisierte Selbstbild der Gruppenmitglieder durch Andersartigkeit und die damit verbundene Möglichkeit, diese abzuwerten, bestätigte. Wenn auch nicht unplausibel, greift diese Lesart doch offensichtlich zu kurz. Besteht der Bezug der Gruppe zu den Anderen doch nicht nur in der rivalisierenden Abgrenzung, sondern außerdem auch in der Kontaktaufnahme und im Wunsch, auch von den Anderen respektiert und anerkannt zu werden. Aus welchem anderen Grund sollten sich meine Gesprächspartner von Infamous Youth darüber ärgern, dass die Vereinsführung ihnen eine solche Anerkennung vorenthält?

In den Begriffen einer klassischen ethnologischen Konzeption lässt sich das Verhältnis der Gruppe zum Verein und anderen Personengruppen deshalb besser als ein symbolischer Gabentausch begreifen: wesentlicher Bestandteil der Selbstwahrnehmung der Einzelperson ist nicht nur die Zugehörigkeit zur Gruppe, sondern die im Ausgang von der Gruppe konstituierte Welt. Sie basiert insofern auf dem Vorhandensein der Gruppe, als diese die Einheit bildet, von der aus Beziehungen zu Anderen bestehen. Diese Beziehungen konstituieren die Gruppe als Ganze und mit ihr das einzelne Subjekt der Gruppe, wie in der ethnologischen Beschreibung des Gabentauschs die einzelnen Positionen, zwischen denen getauscht wird, im Medium des Gabentauschs entstehen.⁴⁹ Auf der Grundlage dessen, was bislang über die Kultur der Ultras bekannt ist, ließe sich nur vermuten, worin die Schulden und Gaben bestehen könnten, die zwischen der jeweiligen Ultra-Gruppe und den Anderen zirkulieren. So begreifen die beiden Infamous Youth-Mitglieder offensichtlich ihr Engagement während des Spiels in der Kurve, auch ihr politisches Engagement gegen Rassismus und Sexismus sowie ihr in der Integration junger Fußballfans zum Ausdruck kommendes soziales Engagement als eine Gabe der Gruppe an den Verein. Ebenso können Phänomene wie das Entwenden der Fahne einer Ultra-Gruppe eines anderen Vereins als Ehrverletzung und damit als eine negative Gabe aufgefasst werden. Auch sie zeugt vom Vorhandensein einer Beziehung und dem Wunsch nach Anerkennung.

wie das Tribünenpublikum und die Fernsehzuschauer »draußen« an den Bildschirmen. Die im Stadion zu einer ringförmig geschlossenen Masse zusammengefügte Zuschauergruppen werden sich selber zur Schau.« A. a. O., S. 97. (Mit den Begriffen der Lacan'schen Psychoanalyse formuliert: Alkemeyer sieht nur die imaginäre, nicht die symbolische Dimension des Handelns der Ultras. Vgl. hierzu auch das Fazit.)

49 Zur Logik des symbolischen Gabentauschs vgl. Waltz, Matthias 1993: Ordnung der Namen. Die Entstehung der Moderne: Rousseau, Proust, Sartre, Frankfurt a. M.: Fischer. S. 90ff. Waltz kombiniert hier die Gabe-Theorie Marcel Mauss' mit Lévi-Strauss strukturalistischer Tauschkonzeption.

Eine andere Identifikation

Der Präsident des SV Werder Bremen, Klaus-Dieter Fischer, unterstützte mich bei dem Versuch, mit Vertretern einer offensichtlich am anderen Ende des Spektrums der Fußballbegeisterung zu vermutenden Personengruppe Kontakt aufzunehmen, den VIPs. In seiner Antwort auf meine Emailanfrage schickte er mir »die Telefonnummern von fünf ›Edelfans‹, die bereit sind, sich Ihren Fragen zu stellen« (Fischer). Eine dieser Personen ist der von mir auf Mitte 60 geschätzte Firmeninhaber Herr Jürgens (Name geändert). Er stammt gebürtig aus der näheren Umgebung Bremens und ist seit früher Jugend regelmäßiger Besucher im Weserstadion. Seit einigen Jahren ist er darüber hinaus ehrenamtlich in einer verantwortungsvollen Funktion für den Verein tätig. Grundzüge seiner Wirklichkeitswahrnehmungsweise versuche ich im Folgenden aus dem hier wiedergegebenen Ausschnitt aus einem Gespräch zu rekonstruieren, das wir im Herbst 2008 führten. Bei der dabei zur Anwendung kommenden Methode handelt es sich um eine Diskursanalyse, die Kategorien, in denen die Wirklichkeit wahrgenommen wird, expliziert.

Auszug aus dem Interview mit Herrn Jürgens⁵⁰

Wie ist das mit dem Logen- und dem VIP-Bereich?

»Auch da muss ich sagen, dass wir in der Beziehung es nicht zu sehr übertreiben mit den Logen und dem VIP-Bereich. Da herrscht auch noch einigermaßen Umgang, sag ich mal, untereinander, was ja ganz wichtig ist.«

Das heißt, dass man Kontakt hat?

»Man hat Kontakt. Man kann mit den Leuten auch sprechen, die im VIP-Bereich sind. Es ist nicht äh, ähm – wie soll man sagen? überkandidelt würde ich nicht unbedingt sagen. Aber es ist nicht so, dass auch mit den einfachen Leuten da nicht gesprochen wird. Das ist schon so, dass die auch – Dieses ganze Drumherum bei Werder Bremen, hoffe ich immer, dass es so bleibt, wie es zurzeit ist. Und ich bin auch der Meinung, dass ein Stadionausbau nicht unbedingt nötig gewesen wäre. Weil das, was ich habe, und die Begehrlichkeit, die behalte ich jetzt ja aufrecht. Wir haben 43.000 Zuschauer, können wir unterbringen. Ich muss nicht ein Stadion haben mit 52.000 und hab

⁵⁰ Die von Herrn Jürgens stark betonten Silben sind durch Unterstreichung hervorgehoben.

dann vielleicht immer Probleme, die letzten Plätze noch los zu werden. Mir ist lieber: ein ausverkauftes Stadion, eine wunderbare Atmosphäre. Und das, was Werder jetzt schaffen will, dass also die Laufbahn ja mit bestückt wird, so dass wir ein reines Fußballstadion bekommen – das ist schon eine wichtige Voraussetzung.«

Das finden Sie auch gut?

»Das finde ich sehr gut und das wird auch von den Fans angenommen. Und es ist immer das: Das, was ich habe, muss ich verwalten, aber ich muss es auch verschönern. Und Werder macht jetzt zurzeit so, dass sie's verschönern. Das ist ja auch das Wichtigste überhaupt, dass es ein richtig schmuckes Stadion wird, für's Umfeld – Man muss auch davon ausgehen, dass ja viele Geschäfte im Stadion auch getätigt werden, viele Geschäftspartner eingeladen werden zu einem Spiel, wo man sich auch vor dem Spiel und nach dem Spiel noch mal ne Stunde zusammensetzen kann und das eine oder andere besprechen kann, was ja ganz, ganz wichtig ist. Ne ganz andere Voraussetzung.«

Sie meinen, es ist wichtig, dass man sich auch im Stadion noch aufhalten kann, um sich zu besprechen? Oder gehen Sie dann wo anderes hin?

»Nein, nein, es ist ja so, dass zum Beispiel viele Firmen eine Loge haben, wo sie Geschäftspartner zu einladen. Und dann kann man also diese Gespräche auch führen. Das ist überhaupt keine – Das bietet sich natürlich hervorragend an. Also, das ist schon wichtig, dass die Menschen aufeinander zu gehen, miteinander reden. Und nirgendwo ist es so gegeben: Wenn Sie auf den Straßen laufen, dann läuft der eine links und der andere rechts. Und kaum wird miteinander gesprochen. Im Stadion ist es anders. Da wird miteinander gesprochen, da wird sich unterhalten, da wird auch mal über andere Dinge gesprochen, nicht nur über Fußball. Und das ist eigentlich das Schöne, äh, ähm, Kommerzionelle⁵¹ vom Fußball her gesehen.«

Erleben Sie das auch so mit Ihren Geschäftspartnern?

»Ja. Das erlebe ich die ganzen Jahre mit. Ich erlebe aber auch, dass ein Miteinander ist, dass ein Miteinander ist, und dass zum Beispiel eine Kommuni-

⁵¹ Das von Herrn Jürgens an dieser Stelle gesprochene Wort ist von mir tatsächlich nur als die hier wiedergegebene Wortneuschöpfung zu verstehen.

kation stattfindet zwischen den Menschen. Das sind ja alles verschiedene Charakteren, die da aufeinander treffen. Und es gibt auch viele, die jetzt, sag ich mal, im VIP-Bereich, in der Ostkurve, ihren Stammplatz haben, die auch mal nach draußen gehen und ne Bratwurst essen, um mit den andern mal draußen zu diskutieren, die dann in den Sitzplätzen sitzen.«

Meinen Sie, denen ist es auch wichtig, den Kontakt aufzunehmen, in diesen Kontakt da rein zu gehen?

»Also, ich denke mal, es ist wichtig, dass der Kontakt da ist, dass die Leute miteinander sprechen, so dass wir dann auch eines Tages die Chaoten, die es leider immer noch gibt, dadurch gut in den Griff bekommen, dass jeder mal auf den andern aufpasst. Ich denke mal, der Tag wird kommen. Der darf ruhig kommen.

Auf mich macht das schon einen sehr zivilen Eindruck. Also, ich geh auch in die Ostkurve auf die Stehplätze, aber halt nicht in den extremen Bereich, sondern in den andern Bereich und nehme auch meine Töchter mit.

Wir können also absolut zufrieden sein, dass wir sehr wenig Probleme mit Fans haben. Sehr wenig Probleme mit den Ausschreitungen der Fans haben. Das beinhaltet aber auch, dass viele Menschen eben miteinander sprechen und untereinander sich unterhalten und das ergibt natürlich dann auch wiederum das Bild, was man ja immer nach außen darstellen will, was aber auch innerlich so ist, dass es eine große Familie ist. Und trotzdem Millionenbeträge, die umgesetzt werden – Ist niemand neidisch drauf, das ist das Schöne: Dass der kleine Arbeiter nicht böse ist, weil nun der Spieler zweieinhalb Millionen kriegt. Das ist völlig egal. Es geht um's Fußball. Es geht um das Erlebnis. Und Viele warten schon förmlich drauf, wenn alle vierzehn Tage das Heimspiel stattfindet – das ist für die dasselbe, wenn Leute in Urlaub fahren (...).«

Herr Jürgens äußert in diesem Gesprächsausschnitt die Überzeugung, wie im Leben überhaupt, müsse auch ein Fußballverein pflegen, was er besitze. Hierzu gehörten sowohl der Erhalt des Bestehenden als auch dessen Verschönerung. Den zum Zeitpunkt des Gesprächs und der Ausarbeitung des vorliegenden Textes realisierten und zuvor viel diskutierten Umbau des Bremer Weserstadions hin zu einer reinen Fußballarena hält er deshalb für notwendig. Eine ebenfalls diskutierte Erhöhung der Zuschauerkapazität schätzt er dagegen als kontraproduktiv ein. Denn gerade wie die Verschönerung Sorge auch das regelmäßige Ausverkauftsein des Stadions für »Atmosphäre«. Diese bilde eine wichtige »Voraussetzung.« Es gehe auch darum, ein »schmuckes Stadion« zu haben. Dies sei wichtig für das Umfeld: die Geschäftsleute,

die im Stadion Verhandlungen mit Geschäftspartnern führen, häufig in von Firmen angemieteten Logen, vor und nach dem Spiel.

Was bei aller notwendigen Modernisierung erhalten bleiben müsse, sei der »Umgang«. Herr Jürgens erläutert, was er darunter versteht: dass sich die Mieter der Logen und die VIPs nicht überkandidelt verhalten. Mit Umgang verbindet sich für ihn Kommunikation, die soziale Grenzen überschreitet. In der Kommunikation im Stadion gehe es außerdem auch nicht nur um Fußball, sondern um alles Mögliche. Dies sei eben »das Schöne« am Fußball.

Setzt man die genannten Aspekte zueinander in Beziehung, lässt sich über die in Herrn Jürgens Äußerungen zum Ausdruck kommende Identifikation zunächst sagen, dass in ihrer Perspektive auf die Wirklichkeit Fußballbegeisterung wesentlich als eine Atmosphäre erlebt wird, die sich rund um das Fußballspiel ergibt. Sie ist gleichzusetzen mit einer Gesprächsstimmung, von welcher zum Beispiel auch die Geschäftsleute in den VIP-Logen erfasst werden. Die Atmosphäre bedarf allerdings auch der Anwesenheit von Stadionbesuchern außerhalb des VIP-Bereichs. So würden die Geschäftsleute zum Beispiel zu diesen nach draußen gehen, dort eine Wurst essen und mit ihnen ins Gespräch kommen. Weil Herr Jürgens an dieser Stelle im Gespräch mit der Ostkurve von der Fankurve des Weserstadions spricht, in der sich während des Spiels unter anderem auch die Ultras aufhalten, denke ich zunächst, er spreche von einem Kontakt zwischen den Geschäftsleuten und den Ultras. Als sich Herr Jürgens dann jedoch von den von ihm als »Chaoten« empfundenen Fans distanziert – ich denke, hier spricht er von den Ultras –, verstehe ich, er meine allgemein Stadionbesucher, die sich in der Spielpause rund um die Essens- und Getränkeverkaufsstände im östlichen Bereich des Stadions aufhalten.

Schließlich verbindet Herr Jürgens mit Fußball eine Vorstellung vom Verein als Familie. Sein Argument: wie in einer Familie bestehe auch unter den Fans kein Neid auf die hohen Einkünfte der Spieler. Darüber hinaus deutet er folgende Analogie an: Die Spieler verdienen zwar Millionen; die Zuschauer verbringen im Stadion allerdings so etwas wie einen kurzen Urlaub. Beides scheint von hohem Wert und deshalb gewissermaßen auch gleich viel Wert zu sein.

Semiologische Darstellung der Beobachtungen

Ohne Zweifel unterscheidet sich die Wahrnehmung des Fußballs und überhaupt die Wirklichkeitswahrnehmung, wie sie in den Aussagen von Herrn Jürgens zum Ausdruck kommt, grundlegend von derjenigen der Ultras. Um diese Unterschiede in der kollektiven Identifikation nicht nur auf Schlag-

worte wie einerseits Jugendkultur/Subkultur und andererseits Geschäftsleute/Bürgertum zu bringen (und sie in diesen Bezeichnungen zu verstecken, sie darin quasi verschwinden zu lassen), sondern in der Auswertung der Beobachtungen »Schritt für Schritt«⁵² vorzugehen, übertrage ich die bisherigen Ergebnisse in eine andere Darstellungsform. Als methodisches Instrument soll sie weiterführende Interpretationen ermöglichen. Bei der Darstellungsform handelt es sich um das semiotische Modell zweier miteinander verzahnter Bedeutungssysteme, das Roland Barthes in den 50er Jahren zunächst in *Mythologies* (1957) und in der Folge zur Analyse der Semantik der Mode, der Art und Weise, in der Werbetexte Bedeutung kommunizieren, und literarischer Texte anwandte.

Barthes' Modell geht von einem zentralen Aspekt der strukturalistischen Sprachauffassung aus: der Zweigliedrigkeit des sprachlichen Zeichens. Dessen Gesamtheit setzt sich zusammen aus (1) dem materiellen Bedeutungsträger (Signifikant) und (2) der Bedeutung an sich (Signifikat). Zusammen, als sprachliches Zeichen, artikulieren sie die Bedeutung im Rahmen eines Bedeutungssystems, also eines Netzes sich aufeinander beziehender Zeichen. Auf dieser Grundlage analysiert Barthes nun Bedeutungsgenerierungen, die aus der Kombination zweier Zeichensysteme entstehen können: der Ebene des offenkundigen, alltäglichen Verstehens und der auf ihr aufsitzenden Ebene des Mythos.

So beschreibt Barthes beispielsweise den Mitte der 50er Jahre präsentierten Citroën D. S. als ein Auto, das etwa aufgrund seiner »wunderbaren Form«⁵³ im Gegensatz zu den bisherigen Autos auf der mythischen Ebene nicht länger als »Bestiarium der Kraft« erscheine, sondern als eine vom Himmel gefallene Göttin (»Désse«) des Genießens eleganten Autofahrens. In einem anderen Fall beschreibt Barthes die Fotografie eines afrikanischen Sol-

52 Latour über seinen Forschungsansatz, die Akteur-Netzwerk-Theorie: »When we shift to ANTI, we are like lazy car drivers newly converted to hiking; we have to relearn that if we want to reach the top of the mountain, we need to take it one step at a time, right foot after left foot, with no jumping or running allowed, all the way to the bitter end!« Zitiert nach Latour, Bruno 2005: *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press, S. 221. Im Versuch, die Gegenstände der Wirklichkeit im wissenschaftlichen Arbeiten in ihrer Vielfältigkeit zu entfalten, ist mein wissenschaftlicher Ansatz Latour sehr verbunden. Hierzu ist es nötig, »die Geschwindigkeit zu drosseln«, »langsam zu reisen« und die Untersuchungsgegenstände zwischen verschiedenen Bezugsrahmen zu übersetzen (zitiert nach Latour, Bruno 2007: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 44; vgl. Auch Latour, Bruno 2002: *Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft*, S. 36 ff.).

53 Barthes, Roland 1998: *Mythen des Alltags*, 18. Aufl., Frankfurt a. M.: Suhrkamp, hier und im Folgenden S. 77. (1957).

Abbildung 1

Aussageebene 2		Bedeutung 2
<i>Zeichen der Ebene 1</i> sowie zugleich <i>Bedeutungsträger der Ebene 2</i>		
Aussageebene 1	Bedeutung 1	
<i>Bedeutungsträger 1</i>		

Abbildung 2

<i>Piraten sind eine eingeschworene Gemeinschaft.</i>		<i>So ist Infamous Youth.</i>
<i>Totenkopf</i>	<i>Piraten: eine eingeschworene Gemeinschaft</i>	

Abbildung 3

<i>Robin Hood heißt, politisch-sozial engagiert zu sein, in ungewöhnlicher, gewitzter Form.</i>		<i>So ist Infamous Youth.</i>
<i>Robin Hood</i>	<i>politisch-soziales Engagement – in ungewöhnlicher, gewitzter Form</i>	

Abbildung 4

<i>Fußballrezeption in der Tradition der Arbeiterklasse...</i>		<i>So ist Infamous Youth.</i>
<i>Schiebermütze</i>	<i>Tradition der Rezeption des Fußballs durch die Arbeiterklasse</i>	

Abbildung 5

<i>„Jung und wild“ ist Graffiti.</i>		<i>So ist Infamous Youth.</i>
<i>Graffiti-Stil</i>	<i>„jung und wild“</i>	

daten, welcher der französischen Flagge den militärischen Gruß erbieht. Auf der manifesten Ebene bedeutet die Fotografie eben dies: Bei einer bestimmten Gelegenheit grüßt ein schwarzer französischer Soldat die französische Flagge. Auf der Ebene des latenten Sinns bedeutet die Fotografie, dass der französische Imperialismus ein gelingendes politisches Unternehmen darstellt und die Franzosen mit Stolz erfüllen kann. Ein Gegenstand, ein Ereignis zieht in beiden Fällen auf einer latenten, weltanschaulichen Ebene Bedeutungen an sich, die ihm auf der manifesten Bedeutungsebene nicht bereits eigen sind.⁵⁴

In meiner Anwendung dieses analytischen Instruments nehme ich zwei Variationen vor. Erstens geht es mir nicht um die Herausarbeitung eines mythischen Zeichens, das sich in einem alltäglichen Gegenstand verbirgt. Vielmehr möchte ich die in der Bedeutungsübertragung zwischen zwei Aussageebenen enthaltene Bedeutungszuschreibung (von Ebene 1 auf Ebene 2) aufzeigen. Zweitens wird in einem anschließenden Analyseschritt zwar auch nicht ein mythisches Zeichen herausgearbeitet, dafür aber ein auch mit dem Mythos verbundener Aspekt – ein Grundzug der in der Identifikation entstehenden Welt. Dies entspricht exakt Barthes eigenem Vorgehen in seiner Analyse der Sprache der Mode, in welcher er vom »vestmentären Code« über Zwischenschritte Rückschlüsse auf das »rhetorische System« der Mode zieht: die der jeweiligen Mode implizite »Vorstellung von der Welt«.⁵⁵ Zunächst aber zum ersten Schritt.

Barthes veranschaulicht die semiotische Analyse in einem grafischen Modell. Es ist von unten (Ebene 1, kursiv) nach oben (Ebene 2) und von links nach rechts zu lesen, Zeile für Zeile. Zu einer Überschneidung der Zeichensysteme kommt es auf Ebene 2 im linken Kästchen: sie besteht darin, dass dieses sowohl das Gesamtzeichen des auf Ebene 1 angesiedelten Signifikats/Signifikanten als auch den Signifikanten der Aussageebene 2 repräsentiert.

In der Anwendung des Instrumentes auf das Emblem der Ultra-Gruppe unterscheiden sich die Bedeutungsebenen im Hinblick auf ihre Referenz: (1) die Bedeutung des Abgebildeten an sich und (2) die Bedeutung, die diese erste Bedeutung als Bestandteil des Emblems besitzt [Abb. 1].

Der Totenkopf bedeutet Piraterie: eine gefährliche, vor allem aber eine eingeschworene Gemeinschaft. Auf der zweiten Ebene wird diese Bedeutung auf den Akteur verrechnet, für den das Emblem steht – die Ultra-Grup-

pe. Dementsprechend ist die Bedeutung auf dieser Ebene: »Infamous Youth ist eine eingeschworene Gemeinschaft«. Die Zusammenfassung weiterer Bedeutungsgehalte des Emblems ist analog hierzu zu verstehen [Abb. 2].

Wie deutlich zu erkennen ist, sind die Übertragungen von einer zur anderen Aussageebene insofern produktiv, als sie die Referenz der zweiten Aussageebene, in diesem Fall die Ultra-Gruppe, mit Bedeutungen ausstatten. Barthes erläutert diese Bedeutungszuschreibung folgendermaßen. Wie gezeigt verwandelt sich auf der Ebene Zwei – bei Barthes: der Ebene des Mythos – die Artikulation der manifesten Bedeutung in einen Bedeutungsträger, der neuen Sinn aufzunehmen vermag. Die Ebene 2 hebt damit die manifeste Bedeutung der Aussageebene 1 allerdings nicht auf, sie hält sich diese vielmehr »zur Verfügung«.⁵⁶ »Der Sinn [der Ebene 1] ist für den Mythos wie ein Vorrat an Geschichte, wie ein unterworfenen Reichtum, der in raschem Wechsel zurückgerufen und wieder entfernt werden kann.«

In dieser Verwandlung eines Signifikats in einen Signifikanten, findet im Wechsel von Aussageebene 1 auf Aussageebene 2 eine weitergehende Veränderung statt: Der Mythos bezieht sich auf den Sinn der Aussageebene 1 nicht im Modus eines sprachähnlichen Zeichensystems – diskret auf der Grundlage der Differenz zu anderen Begriffen derselben Sprache. Indem er sich stattdessen diffus mit Aussageebene 1 verbindet, zeigt er seine Bedeutung eher wie ein »reiches, spontanes, gelebtes, unschuldiges, unbestreitbares Bild«.⁵⁷ Indem sie »gewissermaßen erstarrt, gereinigt, verewigt und ... abwesend gemacht«⁵⁸ wird, wird die Aussage der Ebene 2 in eine Selbstverständlichkeit verwandelt. Geradezu selbstverständlich, »auf natürliche Weise«⁵⁹ scheint sie aus der ihr vorausgehenden Aussage hervorzugehen.

Für die Aussagen, die das Emblem der Ultras enthält, heißt dies, sie werden mit der Gruppe assoziiert. Das, wofür der Totenkopf steht, erscheint als Kennzeichen von Infamous Youth. Das, wofür die Mütze steht, erscheint als Kennzeichen von Infamous Youth. Und so weiter. Wie in den von Barthes analysierten Werbetexten geschieht diese Zuschreibung ganz ungeniert.⁶⁰ Die Intention ist für den Betrachter sichtbar. Und trotzdem wirkt sie sich aus: Die beschriebenen Kennzeichen sind, wenn man das Emblem einmal als Zeichen für Infamous Youth gesehen hat, fortan mit der Gruppe verbunden. Vielleicht mit der Einschränkung, dass man nun weiß, dass sich die Gruppe

54 Ich habe Barthes Unterscheidung zwischen der Objektsprache und der Metasprache des Mythos hier der Verständlichkeit halber ersetzt – durch Freuds in Die Traumdeutung vorgenommene Unterscheidung zwischen manifestem und latentem Trauminhalt – hier: Sinn.

55 Vgl. Barthes, Roland 1997: Die Sprache der Mode, 4. Aufl., Frankfurt a. M.: Suhrkamp: S. 43–49. (1967).

56 Barthes, Roland 1998: Mythen des Alltags, a. a. O., hier und im Folgenden S. 97.

57 Ebd., hier und im Folgenden S. 98.

58 Ebd., S. 105.

59 Ebd., S. 113.

60 Barthes, Roland 2007: Der Werbespot, in ders.: Das semiologische Abenteuer, 6. Aufl., Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 181–186. (1963).

Abbildung 6

<i>Die Zuschauerkapazität des Stadions sollte nicht erhöht werden, damit das Stadion immer ausverkauft ist.</i>		<i>Im Stadion geht es um die „wunderbare Atmosphäre“</i>
<i>Die Zuschauerkapazität des Weserstadions sollte nicht erhöht werden.</i>	<i>Das Stadion soll bei jedem Spiel ausverkauft sein.</i>	

Abbildung 7

<i>Das Stadion soll zu einer reinen Fußballarena modernisiert werden.</i>		<i>Werder braucht ein „schmuckes“ Stadion.</i>
<i>„Das, was ich habe, muss ich verwalten, aber ich muss es auch verschönern.“</i>	<i>Das Stadion soll zu einer reinen Fußballarena umgebaut werden.</i>	

Abbildung 8

<i>Bei Werder herrscht „Umgang“: Es wird über soziale Grenzen hinweg kommuniziert.</i>		<i>Im Fußballstadion wird leichter kommuniziert als im Alltag.</i>
<i>Die VIPs sprechen mit den „einfachen Leuten“. Bei Werder herrscht „Umgang“.</i>	<i>Bei Werder wird über soziale Grenzen hinweg kommuniziert.</i>	

Abbildung 9

<i>Es geht um viel Geld / um großen Wert in dem Spiel, das zwischen Fans und Spielern stattfindet.</i>		<i>Bei Werder gibt es keinen Neid auf die hohen Spielergehälter.</i>
<i>Die Fußballer verdienen sehr viel Geld und die Fans erleben den Stadionbesuch als Urlaub.</i>	<i>Es geht um viel Geld / um großen Wert in dem Spiel, das zwischen Fans und Spielern stattfindet.</i>	

selbst in der entsprechenden Weise sieht beziehungsweise gesehen haben möchte.

In der semiotischen Darstellung der Aussagen von Herrn Jürgens erscheint die Übersetzung ebenfalls unversteckt; sie vollzieht sich sowohl in angedeuteten als auch in ausgeführten Argumentationen. Die beiden Aussageebenen unterscheiden sich jedoch weniger deutlich als im Fall des Emblems. Zeigen möchte ich mit der folgenden Zusammenfassung jedoch, dass sich in den Aussagen von Herrn Jürgens ebenfalls Übertragungen zwischen Aussageebenen beobachten lassen. In Beziehung gesetzt werden zum Beispiel eine Ebene der politischen Meinungsäußerung mit einer Ebene weltanschaulicher Überzeugungen [Abb. 3 – 5].

Eine politische Meinung wie, die Zuschauerkapazität des Stadions solle nicht erhöht werden, kann demnach für die weltanschauliche Ansicht stehen, das Entscheidende beim Stadion sei die »wunderbare Atmosphäre«. Eine weltanschauliche Überzeugung wie, was man habe, gelte es zu erhalten und zu verschönern, kann aber auch für eine weitere weltanschauliche Überzeugung stehen: »Werder braucht ein schmuckes Stadion«. Dass die VIPs mit anderen Fans in der Ostkurve sprechen, »Umgang« herrscht, heißt gleichzeitig auch, dass die Kommunikation im Stadion überhaupt leichter fällt als im Alltag. Die Gleichsetzung von hohen Spielergehältern und der Beobachtung, Fans würden den Stadionbesuch wie einen Urlaub genießen, führt Herrn Jürgens schließlich dazu, eine hohe Wertigkeit des Fußballs für alle Beteiligten zu konstatieren. Sie übersetzt sich in die weltanschauliche Aussage: Da die hohe Wertigkeit des Fußballs für alle gelte, bedürfe es unter den Fans auch nicht des Neides auf die hohen Spielergehälter [Abb. 6 – 9].

Die identifikatorische Aussageebene

Wie bereits erwähnt, hat Barthes Vorstellung vom Mythos eine große Nähe zu dem, was mich unter der Bezeichnung Identifikation als kollektive Wirklichkeitswahrnehmungsweise interessiert. Die mit der Übertragung in ein übergeordnetes, abstrakteres, auch: grundlegendes Bedeutungssystem verbundene Naturalisierung hat entsprechend diejenigen zum Adressaten, die eine diesem Bedeutungssystem entsprechende Wirklichkeitswahrnehmungsweise besitzen – die Subjekte des jeweiligen Habitus / der jeweiligen Identifikation. Die Weltanschauung, die ihrer Wahrnehmung der Wirklichkeit entspricht, wird konnotativ aufgerufen. Sinn für das Subjekt einer bestimmten Identifikation zu machen und das Subjekt in seiner spezifischen Identi-

Abbildung 10

Aussageebene 3 „Infamous Youth“ ist eine Gruppe, die sich nach der Logik des symbolischen Gaben-tausches im Verhältnis zu anderen Gruppen von Akteuren zu konstituieren trachtet.
Aussageebene 2 Eine eingeschlossene Gemeinschaft, politisch engagiert, in der Tradition der Arbeiterklasse, „jung und wild“		– das ist „Infamous Youth“.
Aussageebene 1 Totenkopf, Robin Hood, Schiebermütze, Graffiti-Ästhetik	eingeschlossene Gemeinschaft, politisch engagiert, Arbeitertradition, „jung und wild“	

Abbildung 11

Der Umbau des Wesenstadions zu einer reinen Fußballarena, die im vollen Stadion aufkommende Atmosphäre und die Kommunikation über soziale Grenzen hinweg bilden die...		...Voraussetzungen, um im Stadion Geschäfte abschließen zu können.
Das Stadion soll immer ausverkauft sein und zu einer reinen Fußballarena modernisiert werden; bei Werder herrscht Umgang, es wird über soziale Grenzen hinweg kommuniziert.		Werder – tolle Atmosphäre, schmuckes Stadion; es wird dort leichter als im Alltag kommuniziert.
Zuschauerkapazität nicht erhöhen; erhalten und verschönern; VIPs sprechen mit einfachen Leuten.	Das Stadion soll immer ausverkauft sein und zu einer reinen Fußballarena umgebaut werden; bei Werder herrscht Umgang.	

Abbildung 12

Bei Werder gibt es keinen Neid auf die hohen Spielergehälter.		Der Verein ist wie eine Familie.
Zwischen Spielern und Fans geht es um große Werte / viel Geld.	Bei Werder gibt es keinen Neid auf die hohen Spielergehälter.	
Die Fußballer verdienen sehr viel Geld, die Fans erleben den Fußball als einen Urlaub.	Zwischen Spielern und Fans geht es um große Werte / viel Geld.	

fikation zu bestätigen, sind eins, wie etwa Judith Butlers Studien zur Ausbildung von Geschlechtsidentität lehren.⁶¹

Vor diesem Hintergrund lässt sich der semiologische Darstellungsmodus auf der Grundlage der Gespräche und der Interpretation des Emblems um eine zusätzliche Ebene erweitern. Diese Ebene artikuliert nicht länger, was die beiden Personengruppen jeweils in ihrer Wirklichkeitswahrnehmung als wirklich erleben. In ihm ist ein wesentliches Kennzeichen der von der Identifikation in ihren fundamentalen Kategorien der Wirklichkeitswahrnehmung artikulierten Welt angezeigt. Ein dem Subjekt der jeweiligen Identifikation vorgängiges, nämlich das Subjekt bestimmende Weltmerkmal. Diese identifikatorische Aussageebene ist entsprechend für eine Beobachtung zweiter Ordnung existent. Sie ist in einer ethnologischen Perspektive erkennbar, die sich für Identifikationen interessiert.

Die Analyse der identifikatorischen Aussageebene gestaltet sich im Fall der Ultra-Gruppe auf der Grundlage des oben herausgearbeiteten Wunsches der Gruppe, sich zu zeigen und von anderen anerkannt zu werden, in folgender Weise. (Auch in diesem Fall ist das Schema Aussageebene für Aussageebene, von links unten nach rechts oben zu lesen.

Im Fall von Herrn Jürgens münden sämtliche Aussagen auf der identifikatorischen Ebene in der Aussage, dass es beim Fußball schließlich ums Geschäftliche geht [Abb. 10].

Darüber hinaus fügen sich die Aussagen von Herrn Jürgens auf der identifikatorischen Ebene auch zu der Aussage, der Verein sei wie eine Familie [Abb. 11].

Beide Aussagen auf der identifikatorischen Ebene des VIPs berühren zentrale Punkte der Theorie des symbolischen Gabentauschs. Deshalb wende ich dieses Theoriwerkzeug abschließend auch noch auf Herrn Jürgens Aussagen an [Abb. 12].

In Herrn Jürgens Äußerungen zeichnen sich zwei Tauschpartner ab. Auf der einen Seite ist das der Bremer, der seine jeweiligen Geschäftspartner ins Stadion einlädt, um in der dort gegebenen Situation (»Atmosphäre«, »Umgang« etc.) ins Geschäft zu kommen. Auf der anderen Seite ist es der Geschäftspartner. Er erhält die Situation, das Ereignis, als eine symbolische Gabe. Es lässt sich nur vermuten, worin eine mögliche Gegengabe bestehen könnte. In einem Geschäftsabschluss? In einer Gegeneinladung? Mit Sicherheit tritt jedoch der wesentliche Effekt ein, welcher dem symbolischen Gabentausch innewohnt: eine Beziehung zwischen den Tauschpartnern ist mit

61 Vgl. Butler, Judith 1993: Das Unbehagen der Geschlechter, 3. Aufl., Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

der Annahme der Einladung ins Stadion entstanden oder auch bestätigt und gefestigt worden.

In der Darstellung der beiden identifikatorischen Aussagen von Herrn Jürgens standen diese zunächst ohne erkennbare Verbindung nebeneinander. Im Paradigma des Tauschs wird eine fundamentale Gemeinsamkeit erkennbar. Diese besteht in dem Punkt, an dem sich die beiden Interpretationen berühren: Ist es nicht die in der zweiten Interpretation zum Vorschein gekommene Vorstellung vom Verein als Familie – oder: von der Anhängerschaft eines Vereins als Familie –, die eine nähere und interessante Charakterisierung der Positionen im Tausch nahe legt? Demnach ist die in den Äußerungen von Herrn Jürgens zum Ausdruck kommende Identifikation der VIPs mit einer Vorstellung von Familie verbunden, in der diese sich als Gemeinschaft über die Identifikation mit einer gemeinsamen Position innerhalb einer Ordnung von Tauschbeziehungen definiert. Was sich die Angehörigen dieses Kollektivs teilen, sind die dieser Position innewohnenden, gemeinsamen Verpflichtungen gegenüber anderen Kollektiven: anderen Vereinen, Städten, dem DFB, Geschäftspartnern etc. Was man sich darüber hinaus teilt ist, über die Position, die der Verein in diesem Geflecht von Positionen einnimmt, als Individuum definiert zu sein. Das heißt, man ist dieser Position, ihrer Ehre und ihrem Bestand zutiefst verpflichtet. Sie bildet den Kern des eigenen Selbst.

So wird nachvollziehbar, weshalb Herr Jürgens großen Wert auf den Umgang der Fans untereinander legt. Außerdem lässt sich so auch verstehen, weshalb er mit den Ultras Schwierigkeiten hat: Wie missratene Kinder scheeren sie aus, entziehen sie sich den vom Tausch als Ordnung und von den strukturell Vätern ähnelnden Repräsentanten dieser Ordnung⁶² ausgehenden Forderungen. Diese Forderungen bestehen im Wesentlichen darin, sich die Position der Werder-Familie zu eigen zu machen und von ihr aus in Beziehung zu Anderen zu treten – und Andere heißt in diesem Fall: andere Vereinsfamilien.

In der Identifikation der Ultras ist die Position Werder-Familie dagegen inexistent. Bereits der Verein und seine Anhängerschaft erscheint in der Wirklichkeitswahrnehmung der Ultras als ein riesiges Feld vielfältiger Positionen, zwischen denen Kommunikation notwendig ist, Beziehungen bestehen könnten, Tauschakte nicht nur möglich, sondern auch von Nöten sind, damit die Beziehung bestätigt wird und das Individuum sich als Subjekt der Gruppe in seiner Identifikation mit dieser sicher sein kann.

62 Als paradigmatisches Beispiel hierfür darf sicher der derzeitige DFB-Präsident Theo Zwanziger gelten.

Fazit: Fußballbegeisterung – ein soziales Band?

Ausgangspunkt meiner Beobachtungen war die Feststellung, der Fußballsport bilde einen Gegenstand kollektiven Interesses; beim Fußball handle es sich um ein Objekt kollektiver Begeisterung. Diese Annahme impliziert, Fußballbegeisterte würden sich dieses Objekt teilen. Sie verbänden sich in einem Objekt, oder: in etwas. Handelt es sich bei der Fußballbegeisterung also um eine Erscheinungsform des sozialen Bandes, eine fundamentale Gemeinsamkeit, welche die Szenen und Lebensstile der partikularisierten spätmodernen Gesellschaft verbindet?

Eine zum Beispiel von Hermann Bausinger, Michael Prosser und Brigitta Schmidt-Lauber vertretene volkskundliche Position geht tatsächlich von der gemeinschaftsstiftenden Funktion des Fußballs aus und begreift diese mit dem Begriff des Festes.⁶³ Im Fest verbinden sich die Beteiligten nicht zuletzt im Erlebnis der Überschreitung von im Alltag gültigen Konventionen. Die Überschreitung findet in einem u.a. in zeitlicher und räumlicher Hinsicht fest abgesteckten Rahmen statt – in der Regel am Samstagnachmittag, während der Spieldauer und im Stadion. Ähnlich und ebenfalls über die Situation im Stadion argumentiert Thomas Alkemeyer, das zeitgenössische »auseinanderdriftende Gemeinwesen« stabilisiere »sich durch seine repräsentative Wiedereinsetzung, die Unterschiede und Differenzen imaginär überspringt«⁶⁴ als »performative Gemeinschaft«. »Die Ko-Präsenz mit Gleichgesinnten fungiert dann als Wirklichkeitsgarant; das körperliche Erlebnis übernimmt Beglaubigungsfunktion; ein gemeinsames Imaginäres erlangt Physis, affektive Wucht und performative Evidenz; die postulierte Gemeinschaft wird vorübergehend real; ihre sinnliche Erfahrbarkeit ist das Siegel ihrer Wahrheit.«

Die Idee des Festes sowie Alkemeyers begrifflich differenzierte Betrachtung der Vergemeinschaftung im Stadionerlebnis beschreibt ein Zusammenspiel affektiver und imaginärer Kräfte. Vergemeinschaftung lässt sich so denken. Wie auch Alkemeyer formuliert, besitzt diese Gemeinschaft jedoch deutlich ausgeprägte Grenzen: Die realen Differenzen werden in der affektiven Erfahrung von Gemeinschaft und der imaginären Vorstellung von Zusammengehörigkeit »übersprungen«. Was »reale Differenzen« konkret heißen

63 Zu Prosser vgl. a. a. O. Bausinger, Hermann 2000: Kleine Feste im Alltag: Zur Bedeutung des Fußballs, in Schlicht, Wolfgang/Lang, Werner (Hg.): Über Fußball. Ein Lesebuch zur wichtigsten Nebensache der Welt, Schorndorf: Hofmann, S. 42–58. Schmidt-Lauber, Brigitta 2008: Der FC St. Pauli als kulturelles Ereignis. Zur Ethnographie eines Vereins, in diess. (Hg.): FC St. Pauli. Zur Ethnographie eines Vereins, 3. Aufl., Hamburg: LIT, S. 13–37: 19.

64 Vgl. Alkemeyer, Thomas hier und im Folgenden a. a. O., S. 106f.

kann, zeigen meine Interpretation des Emblems der Ultra-Gruppe Infamous Youth und der Aussagen eines Edelfans.

Der SV Werder Bremen – seine Profimannschaft, deren Heimspiele etc. – fungiert offenbar für partikulare Formen der Fußballbegeisterung als ein zugleich leeres wie auch konnotationsreiches Material, das im Rahmen verschiedener Wirklichkeitswahrnehmungsweisen in ganz unterschiedlichen Facetten Bedeutung besitzt. Dies ergab sowohl die semiotische Analyse nach Barthes sowie die Untersuchung des Datenmaterials mit den Begriffen des symbolischen Gabentauschs. Denn es lassen sich zwar die beiden hier rekonstruierten Identifikationen mit diesen Konzeptionen beschreiben. Allerdings greifen weder die Identifikationen noch die mit diesen verbundenen Tauschordnungen ineinander.⁶⁵ In der semiologischen Analyse wird deutlich, dass sich die beiden Identifikationen unvermittelt gegenüber stehen: Die Ultras sind von subkultureller Auflehnung motiviert und haben Piraten und Robin Hood als Ideale von einer ersehnten Gemeinschaft, deren Regeln (Antisexismus, Antirassismus etc.) sie sich selbst suchen. In der Identifikation der Edelfans ist die Atmosphäre im Stadion dagegen mit Geschäftsabschlüssen verbunden und erscheint das Leben immer schon eingebettet in die traditionelle Gemeinschaft der Familie.

In der Analyse mit den Begriffen des symbolischen Gabentauschs wird aus diesen Unterschieden vollends ein Ausschlussverhältnis. Denn aus der Perspektive der VIPs erscheinen die Ultras als Bedrohung des gemeinsamen Gegenstandes der Verpflichtung (die Werder-Familie). Die Ultras werden lediglich in ihrer Verweigerungshaltung gegenüber der gemeinsamen Verpflichtung erkennbar, nicht als der eigenständige Akteur einer Tauschbeziehung, als die sich die Ultras selbst erleben. Und aus der Perspektive der Ultras weigern sich potentielle Tauschpartner – an erster Stelle die Vereinsführung – mit ihnen eine Beziehung einzugehen.

In poststrukturalistischen Begriffen und insbesondere der strukturalen psychoanalytischen Theorie Jacques Lacans sind die beschriebenen Differenzen auf der Ebene der symbolischen Ordnung angesiedelt. In deren Rah-

⁶⁵ Schließlich liegen auch die Habitus in grundlegend verschiedenen Bereichen. Im Falle des VIPs scheint die grundlegende, habituelle Subjektivität mit dem in einer Identifikation mit einer kollektiven Wirklichkeitswahrnehmungsweise entstehenden Subjekt in eins zusammen zu fallen. Dem entspricht die Identifikation mit der Familie im Tausch. Im Gegensatz dazu scheint bei den Ultras das grundlegende Verhältnis zur Wirklichkeit, die basale Subjektivität, in dem Wunsch nach einer Identifikation zu bestehen. Das Produkt dieses Wunsches ist die Ultra-Gruppe aber auch das Gefühl, fundamental nicht anerkannt zu sein. Dieses Gefühl rührt aus der Unselbstverständlichkeit der Identifikation her, welche die Ultras ja auch dazu führt, sich ihrer Identifikation bei jedem Spiel eindrucksvoll zu versichern – und sie damit auch zu erneuern.



Bildunterschrift, Bildunterschrift bild unter Schrift

men ist die Wirklichkeit für das Subjekt des Symbolischen wie eine Sprache artikuliert. Hier besitzt das Subjekt kollektive Begehrensobjekte, Motive, Werte. Insofern steht der Begriff der Identifikation für die symbolische Ordnung, die ein Individuum als Subjekt des Symbolischen in sich trägt. Darüber hinaus bezeichnet das Symbolische bei Lacan auch ein internalisiertes Verhältnis des Individuums zu Anderen – eine Beziehung, die auf Regeln basiert. Das Symbolische steht hier für deren Verlässlichkeit und die Verpflichtung des Subjekts gegenüber einem Gesetz. Das paradigmatische Beispiel einer symbolischen Ordnung in diesem Sinne ist der symbolische Gabentausch.

Kurz: Indem die von mir an der Identifikation der Ultra-Gruppe und von Herrn Jürgens beschriebenen Differenzen auf der Ebene des Symbolischen liegen, betreffen sie gerade diejenige Dimension des Kulturellen, die im Poststrukturalismus als die Dimension des sozialen Bandes schlechthin gilt.

Die von Alkemeyer beschriebenen Vergemeinschaftungsformen spielen dagegen im Imaginären und Realen, den beiden anderen Dimensionen, die Lacans Subjekttheorie neben dem Symbolischen noch als Ebenen menschlichen Daseins kennt. Im Imaginären entsteht ein bildlicher Eindruck vom Eigenen und vom Fremden, wobei das Selbstbild eine Idealisierung darstellt, die auf der Abwertung des Fremden beruht. Bereits genannte Aspekte, die keinem Stadionbesucher fremd sein werden. Das Reale ist bei Lacan dagegen die amediale, organische, abjekte und orgiastische, körperliche Dimension

des Daseins.⁶⁶ Im Stadion ist sie zweifellos mit der körperlichen Anwesenheit des Individuums in der Masse verbunden. Das im Imaginären / Realem gestiftete soziale Band ist im engeren Sinne keines; ist es doch deren Kennzeichen, wie auch Alkemeyer festhält, performativ zu sein. Mit anderen Worten: Beziehungen in der von Alkemeyer beschriebenen Kombination von Imaginärem / Realem sind wesentlich durch Unverbindlichkeit und Flüchtigkeit gekennzeichnet.

Inwiefern Identifikationen, wie die von mir dargestellten, die Affektivität im Stadion benötigen oder sie sich zu Nutze zu machen vermögen, ist im Fall von Herrn Jürgens angeklungen. Hier unterstützen sie die Tauschbeziehung in Form von Atmosphäre. Was die Ultras anbelangt, so ist das affektive Moment sicher mit dem Moment der Auflehnung verbunden, das ihre Haltung kennzeichnet.

Meine Überlegungen haben den Charakter einer Vorstudie. Bei aller Einschränkung meines Untersuchungsmaterials und aller Skizzenhaftigkeit meiner Interpretation ist die Konstatierung einer Abwesenheit des sozialen Bandes auf der Ebene des Symbolischen jedoch noch nicht alles, was sich aus ihnen herauslesen lässt. Erleben die Subjekte einer partikularen Wirklichkeitswahrnehmungsweise die Wirklichkeit rund um den Fußball doch nicht zwangsläufig nur, wie meine Formulierung nahe legt, auf ihre je eigene Weise. Nicht zuletzt im Moment des Scheiterns auf der Ebene des symbolischen Gabentauschs und in hieraus resultierenden Konflikten erleben sie auch, dass andere Personengruppen sich anders verhalten, den Fußball anders und Anderes an ihm wahrnehmen – und man sich dennoch auch etwas teilt: die Fußballbegeisterung. In diesem Fall: die Begeisterung für Phänomene rund um den SV Werder Bremen.

Auf der Grundlage der hier skizzierten Untersuchungsergebnisse sollte die aus meiner Sicht gebotene eingehendere Erforschung des Fußballs unter dem Gesichtspunkt des sozialen Bandes an der beschriebenen Erfahrung einer Grenze ansetzen, die in beinahe paradoxer Weise zugleich eine Erfahrung von Gemeinsamkeit ist: sich etwas zu teilen, das nicht dasselbe ist.⁶⁷ Im Zusammenhang mit Fußball diese Erfahrung zu machen, könnte das eigentlich universale Moment und der Kern eines in der Dimension des Symboli-

66 Zum Begriff des Realem bei Lacan vgl. Evans, Dylan 2002: Wörterbuch der Lacanschen Psychoanalyse, Wien: Turia + Kant, S. 250ff.; vgl. Braun, Christoph 2007: Die Stellung des Subjekts. Lacans Psychoanalyse, Berlin: Parodos; vgl. die Beiträge in Bonz, Jochen / Febel, Gisela / Härtel, Insa (Hg.) 2007: Verschränkungen von Symbolischem und Realem. Zur Aktualität von Lacans Denken in den Kulturwissenschaften, Berlin: Kadmos.

67 Dieser Vorschlag von mir verhält sich komplementär zu Thomas Alkemeyers Fazit.

schen angesiedelten sozialen Bandes der zeitgenössischen Fußballbegeisterung sein.

Ich danke den Projektteilnehmern, insbesondere meinem Kollegen Frank Müller, sowie Kristina Bonz und Matthias Waltz für ihre kritischen Rückmeldungen und Überlegungen zu früheren Textfassungen.