

Coronabedingte Herausforderungen für Fußballfanprojekte – Chancen und Risiken des digitalisierten Adressat*innenkontakts

Jannis Albus

1 Einleitung und Problemstellung

Die Corona-Pandemie ist eine Situation, die das gesamte gesellschaftliche Leben fundamental betrifft – so auch die sozialpädagogischen Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe.

Auch die sozialpädagogischen Fanprojekte in Deutschland stellt die Corona-Situation vor besondere Herausforderungen. In der Saison 2020/2021 kamen insgesamt nur 163.700 Zuschauer*innen in die Stadien der ersten Bundesliga (Statista, 2021). Über die gesamte Saison konnten die sozialpädagogischen Mitarbeiter*innen der Fanprojekte die Fangruppierungen nicht zu Heim- oder Auswärtsspielen begleiten und auch die Adressat*innen konnten nicht wie gewohnt die (offenen) Räumlichkeiten der Fanprojekte aufsuchen.

Dieser Beitrag soll die Situation der sozialpädagogischen Fanprojekte in der Corona-Pandemie skizzieren und im Besonderen darauf eingehen, wie die Fanprojekte in dieser Zeit ihre Zielgruppe digital und via Social Media adressieren. Abschließend soll diskutiert werden, welche Potenziale als auch Risiken sich durch die Digitalisierung von Angeboten für die Fanprojekte in Zukunft ergeben können. Bei den nachfolgenden Beschreibungen handelt es sich um erste explorativ gewonnene Eindrücke, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit besitzen. Vielmehr sollen diese ersten Erkenntnisse dazu anregen, das Feld zukünftig methodisch fundiert zu analysieren.

2 Die Fanprojekte in Zeiten der Corona-Pandemie

2.1 Sozialpädagogische Fanprojekte

Sozialpädagogische Fanprojekte haben zum Ziel, Kinder sowie jugendliche und junge erwachsene Fußballfans zwischen zwölf und 27 Jahren in ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu unterstützen, „eine kreative, an demokratischen Werten orientierte und selbstbestimmte Fankultur zu stärken sowie lebensweltbezogene Freizeit- und Bildungsangebote für junge Fans anzubieten“ (BAG Fanprojekte e.V., 2020). Zugleich zielen die Angebote und Maßnahmen der Fanprojekte „auf die Verringerung delinquenten, diskriminierenden, gewaltförmigen und gesundheitsgefährdenden Verhaltens ab“ (BAG Fanprojekte e.V.,

2020). Fanprojekte weisen also einerseits eine Lebensweltorientierung auf, die auf die Unterstützung der Adressat*innen zielt und sind andererseits Teil des Sicherheitsdiskurses im Rahmen von Profifußballspielen. Dies begründet sich im Besonderen durch die historische Genese und Etablierung von Fanprojekten, die eng mit der Erstellung des Nationalen Konzepts Sport und Sicherheit (NKSS) verknüpft ist (Kotthaus, 2017; Gabler, 2017; Albus, 2020).

Die ersten sozialpädagogischen Fanprojekte gab es in Deutschland Ende der 1980er Jahre. Mittlerweile gibt es in Deutschland 68 Fanprojekte an 61 Standorten (Koordinationsstelle Fanprojekte, 2021).

Tabelle 1: Anzahl FP-Standorte pro Bundesland (betreute Fanszenen)

BW	BY	BE	BB	HB	HH	HE	MV
6 (7)	5 (6)	2 (3)	2	1	1 (2)	5 (6)	2
NI	NW	RP	SL	SN	ST	SH	TH
6	15	3	1	6 (8)	2	2	2

Das NKSS bildet in seiner aktuellen Form eine Arbeitsgrundlage der Fanprojekte. Gleichwohl sind Fanprojekte auch Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe, die auf Grundlage des SGB VIII §§ 11 & 13 Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit leisten. Sie sind an örtliche Träger der Jugendhilfe bzw. einen eigens gegründeten Trägerverein angebundener oder werden durch die Kommune als Trägerin eingerichtet (NKSS, 2012). Finanziert werden die Fanprojekte von den Organisationen des Fußballs (DFB und DFL) sowie dem Bundesland und der Kommune. Die Praxis der Fanarbeit lässt sich vor diesem Hintergrund als *spezifische Form* der Offenen Kinder- und Jugendarbeit bezeichnen. Die *Offenheit* der Angebote ist eingeschränkt, da hier nur spezifische Kinder und Jugendliche adressiert werden – nämlich Fußballfans eines spezifischen Vereins – und die Unterstützung der Adressat*innen, ist immer auch in Bezug zu den Zielen des NKSS und der Verhinderung abweichenden Verhaltens zu sehen (Kotthaus et al., 2021, S. 633).

2.2 Herausforderung Corona-Pandemie¹

Ein grundlegendes Arbeitsprinzip von Fanprojekten ist die Lebensweltorientierung und die damit einhergehende Begleitung der Fans bei Heim- und Auswärtsspielen des entsprechenden Vereins sowie Aufsuchen bzw. Ermöglichung von Gruppentreffen der Fans. Dies dient nicht nur der Beziehungsarbeit zu den Adressat*innen, sondern ermöglicht es auch „Normen und Werte sowie gruppendynamische Prozesse innerhalb der Fanszene kennenzulernen, nachzuvollziehen und kritisch zu reflektieren“ (BAG Fanprojekte e.V., 2020, S. 3).

Seit März 2020 ist dieses grundlegende Arbeitsprinzip aufgrund der Corona-Pandemie eingeschränkt. Dies hat in erster Linie Auswirkungen für die Adressat*innen der Fanprojekte, da ein (teilweise sehr wichtiger) Bestandteil ihrer Lebensgestaltung weggefallen ist. Größere Treffen in der peer-group waren nicht oder nur eingeschränkt erlaubt.

Aber auch die Fanprojekte stellt dies vor Herausforderungen: Die regelmäßigen Heim- und Auswärtsspiele bieten die Möglichkeit, in unverbindlichen „Tür- und Angel-

gesprächen“ mit den Adressat*innen in Kontakt zu kommen, aktuelle Themen zu besprechen oder auf Ereignisse einzugehen. Darüber hinaus konnten spezifische Spieltagsangebote wie „U16/18-Fahrten“ oder auch Gedenkstättenfahrten nicht mehr durchgeführt werden. Dies hat teilweise dazu geführt, dass feste Kontakte zu Adressat*innen abrupt abgebrochen sind. Darüber hinaus haben die gesetzlichen Regelungen im Umgang mit der Corona-Pandemie auch die Durchführung spieltagsunabhängiger Angebote erschwert. Hierzu zählen bspw. Angebote in Verbindung mit sportlicher Aktivität wie z.B. Fußball- oder Lauffreize, Angebote für Schulklassen in Zusammenhang mit dem „Lernort Stadion“ oder Gruppenangebote im Allgemeinen. Viele Aktivitäten der Fanprojekte wurden deshalb in den digitalen Raum verlagert.

3 Digitaler Adressat*innenkontakt

Viel diskutiert wird derzeit, inwieweit die Corona-Pandemie in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen die Schwächen der Digitalisierung in Deutschland sichtbar gemacht und zu einem Digitalisierungsschub geführt hat. Auch bei den Fanprojekten hat die Corona-Pandemie die „Digitalisierung“ der Arbeit maßgeblich beeinflusst. Damit ist in erster Linie eine Verschiebung von Arbeitszusammenhängen gemeint, die vormals an körperliches vor Ort-sein gebunden war und nun in den digitalen Raum verlegt wurden. Darunter zählen bspw. Veranstaltungen wie Vorträge oder Lesungen, Beratungs- und verschiedene Freizeitangebote. Zwar können nicht alle Angebote eins zu eins im digitalen Raum umgesetzt werden (es ist bspw. schwierig, den regelmäßigen „Montags-Kick“ aus der Soccerhalle in den digitalen Raum zu bewegen), es können aber durchaus digitale Alternativangebote geschaffen werden wie z.B. Fifa E-Sport-Turniere, die digital gemeinsam ausgetragen werden. Digitale Fußballstammtische können an das lockere Gespräch am Stadion im Rahmen eines Spieltages anknüpfen. Gleichwohl wird davon berichtet, dass solche digitalen Austauschformate unverbindlicher sind und eine geringere Intensität (weniger und kürzere Gespräche) im Vergleich zu „vor-Ort Interaktionen“ aufweisen.

Eine besondere Herausforderung für die Fanprojekte ist es, Kontakte zu den Adressat*innen zu halten, die sie insbesondere im Rahmen von Spielen vor Ort getroffen haben. Hierbei spielen Social Media-Aktivitäten der Fanprojekte eine besondere Rolle.

Auch schon vor der Corona-Pandemie hatten die Fanprojekte Profiseiten auf diversen Social Media-Plattformen. Dabei werden vor allem die „Alltagsmedien“ (Kutscher, 2018, S. 1440) genutzt, die bei der Zielgruppe am verbreitetsten erscheinen. Vor allem Facebook, Instagram, Twitter und YouTube sind diejenigen Plattformen, die von den Fanprojekten aktiv bespielt werden. Die „Postings“ werden zumeist auf den unterschiedlichen Plattformen geteilt und jeweils plattformspezifisch aufbereitet. Grundsätzliches Ziel der Nutzung privater Social Media-Kanäle scheint es zu sein, über die Beiträge und die Verbreitung von Informationen diejenigen Adressat*innen zu erreichen, die potentiell Interesse an den Angeboten haben oder aufgrund der Beiträge mit den Mitarbeiter*innen des Fanprojekts in Kontakt treten. Zumeist finden sich – abgesehen von zustimmenden „Likes“ – wenige bis gar keine Kommentare unter den „Postings“, jedoch können die Adressat*innen dann auch per Direktnachricht oder Chatfunktion über die Plattform nicht öffentlich mit den Fanprojekten interagieren. Beiträge auf Plattformen wie Instagram rufen in der Regel im Vergleich mehr „Likes“ hervor als der gleiche Beitrag auf Facebook. Dies

hängt sicherlich auch mit der Zielgruppe der Fanprojekte zusammen, die vermehrt Instagram als Social Media-Plattform nutzt. Diese Plattform ist gerade bei Kindern und Jugendlichen beliebt. Laut der JIM-Studie (2019) nutzen 52 Prozent der Kinder und Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren die Plattform täglich (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2019).

Der Instagram-Account des Schalker Fanprojekts hat mit 4.485 Abonnenten die größte Reichweite aller sozialpädagogischen Fanprojekte und bislang auch die meisten Beiträge (762) veröffentlicht. Ein Großteil der Beiträge des Schalker Fanprojekts während der Saison 20/21 wurde im Rahmen von Spieltagen gepostet. Zusätzlich finden sich dort Beiträge, die eigene Angebote und Aktivitäten bewerben, Beiträge zu aktuellen sozialraumbezogenen und gesellschaftspolitischen Themen, die Dokumentation eigener Aktivitäten, Hinweise auf eigene Beiträge in anderen Social Media-Plattformen sowie Beiträge zur Unterstützung von Fanaktivitäten oder zu externen Angeboten. Hinzu kommt außerdem die Nutzung der „Story“-Funktion, die dazu dient, viele Inhalte gebündelt in einer „Story“ zu posten. Die Nutzer*innen können die Inhalte, die nicht in der „Timeline“, sondern in einem gesonderten Bereich erscheinen, gesammelt abrufen. Hier finden sich zumeist tagesaktuelle Fotos z.B. aus dem Stadion oder von eigenen Veranstaltungen, die nur für 24h in der „Story“ zu finden sind.

Sowohl auf Instagram als auch auf Facebook rufen vor allem Beiträge viele „Likes“ hervor, die aktuelle fan- oder gesellschaftspolitische Themen beinhalten². Darüber hinaus fielen in der Saison 20/21 insbesondere die Beiträge auf, die einen Bezug zur aktuellen Corona-Situation hatten. Bspw. konnten Fans Fragen zu den aktuellen Corona-Maßnahmen beim Schalker Fanprojekt einreichen. In einem Video, das auf den Social Media-Kanälen des Fanprojekts verbreitet wurde, beantwortete ein Gelsenkirchener Rechtsanwalt diese Fragen³ (Schalker Fanprojekt, 2021c). Auch neue Formate wurden geschaffen. So wurden u.a. digitale Fotowettbewerbe initiiert und ein neues Videointerviewformat eingeführt, in dem Fans u.a. vorgestellt und der persönliche Umgang mit der aktuellen Corona-Situation thematisiert wird. Ein neues Podcast-Format, welches auch via Spotify abrufbar ist, informiert die Fans über aktuelle Themen im Verein, wie bspw. Teilhabemöglichkeiten auf der anstehenden Mitgliederversammlung (Schalker Fanprojekt, 2021a).

4 Ausblick – Chancen und Risiken der Digitalisierung für sozialpädagogische Fanprojekte

Lebensweltorientierung als grundlegendes Arbeitsprinzip der sozialpädagogischen Fanprojekte bezieht sich folglich nicht nur auf die Aktivitäten der Fans im Rahmen von Fußballspielen, sondern auch auf den digitalen Raum. Während der Corona-Pandemie wurden über die vermehrte Nutzung von Alltagsmedien Möglichkeiten geschaffen, Adressat*innenkontakt herzustellen. Am Beispiel des Schalker Fanprojekts konnte gezeigt werden, wie diese Möglichkeit auf vielfältige Weise genutzt wurde. Fraglich bleibt, welche Angebote und Maßnahmen der Fanprojekte, die aktuell digital durchgeführt werden, auch in Zukunft in digitaler oder auch hybrider Form angeboten werden. Digitale Formate haben das Potenzial zu einer größeren Reichweite. Insbesondere Fanprojekte, deren Bezugsverein überregional Fans anspricht und deren Zielgruppe über den unmittelbaren Sozialraum hinausgeht, könnte mit Hilfe der digitalen Angebote mehr Adressat*innen errei-

chen. Gerade die Adressat*innen die vormals zwar grundsätzlich von den Angeboten der Fanprojekte angesprochen wurden, deren Teilnahme aber bislang bspw. an der Entfernung zum Wohnort scheiterte, könnten profitieren.

Die Nutzung von Social Media bedeutet jedoch auch, dass die Fanprojekte, die bereits aufgrund des Arbeitsfelds unter besonderer medialer Beobachtung stehen (Gabriel & Zeyn, 2019), auch selbst Öffentlichkeit herstellen. Dies mag mitunter zu mehr Transparenz und Verständnis über die Arbeit der sozialpädagogischen Fanprojekte führen, die eben weit über die Begleitung von Fans zu Spielen ihres Bezugsvereins hinausgeht. Gleichzeitig wirft die Nutzung von privaten Social Media-Diensten auch ethische Fragen für die Soziale Arbeit auf (Kutscher, 2020). Bei vier von zehn jugendlichen Nutzer*innen der Plattform Instagram ist das Profil öffentlich und somit von allen Nutzer*innen der Plattform einsehbar (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2019, S. 32). Darüber hinaus erzeugt die Nutzung privater Social Media-Dienste Metadaten, die im Kontext sozialer Hilfen durchaus prekär sein und Folgen für die Adressat*innen haben könnten. Diese können z.B. dazu führen, dass „Personen im Zusammenhang von metadaten-gestützten Kriminalitätsvorhersagen statistisch eher in Verdacht geraten“ (Kutscher, 2020, S. 354).

Dass dies im Kontext Fußball höchste Relevanz hat, zeigt ein aktuelles Beispiel aus Bayern. In der Datenbank „EASy Gewalt und Sport“ werden personenbezogene Daten von bayrischen Fußballfans gesammelt, die „im Zusammenhang mit Störungen im Phänomenbereich Sport“ stehen. Die Speicherung „erfolgt nicht auf Basis eines einzelnen relevanten Sachverhalts, sondern auf Grundlage einer sogenannten Individualprognose“ (Bayerischer Landtag, 2021, S. 4). Für eine Speicherung reicht es bspw. aus, dass die Person in Verbindung mit einem Tatverdächtigen steht. Neben personenbezogenen Daten können u.a. auch Ereignisdaten, Sachdaten, Orte/Adressen, Verknüpfungsattribute und Lichtbilder gespeichert werden (Bayerischer Landtag, 2021, S. 8) – also Daten, die auf den Social Media-Accounts von Adressat*innen sozialpädagogischer Fanprojekte mitunter einsehbar sind.

Die (u.a. coronabedingte) Hinwendung zu und vermehrte Nutzung von privaten Digitaldiensten muss also auch dazu führen, die Dienste und die damit verbundene Datengenerierung, insbesondere im Sinne der Adressat*innen, kritisch zu hinterfragen. Dies wäre auch eine Aufgabe zukünftiger umfassender und methodisch fundierter Forschungsstudien im Kontext Sozialer Arbeit mit Fußballfans.

Anmerkungen

- 1 Hier bezieht sich der Autor auf Diskussionen, die in der AG Fanarbeit (eine Arbeitsgruppe innerhalb der DGSA) geführt wurden.
- 2 So hat bspw. eine Facebook-Nachricht des Schalker Fanprojekts gegen Antisemitismus, die Bezug auf antisemitische Proteste in Gelsenkirchen nahm, von allen Beiträgen des Schalker Fanprojekts während der Fußballsaison 20/21 mit Abstand die meisten „Likes“ hervorgerufen. Rufen ansonsten Nachrichten des Fanprojekts auf Facebook höchstens „Likes“ im unteren zweistelligen Bereich hervor, wurde diese Nachricht 141 Mal „geliked“ (Schalker Fanprojekt, 2021b).
- 3 Das Video wurde 822 Mal aufgerufen (Schalker Fanprojekt, 2021c).

Literatur

- Albus, Jannis (2020). Fanprojekte und Fansozialarbeit. (Wirkungs-) Erwartungen im Spannungsfeld von Sicherheit und Adressat*innenorientierung. *Standpunkt:Sozial*, 30 (2+3), 83-92.
- BAG Fanprojekte e.V. (2020). *Fachliche Standards der Sozialen Arbeit von Fanprojekten im Kontext Fußball*. Verfügbar unter:
<https://www.bag-fanprojekte.de/ueber-uns/fachliche-standards/> [01.05.2021].
- Bayerischer Landtag (2021). *Drucksache 18/17563 Schriftlich Anfrage – EASy Gewalt und Sport II*. Verfügbar unter:
http://www1.bayern.landtag.de/www/ElanTextAblage_WP18/Drucksachen/Schriftliche%20Anfrage_n/18_0017563.pdf [30.09.2021].
- Gabler, Jonas (2017). Fußball, Sicherheit und Soziale Arbeit. *Soziale Passagen*, 9 (2), 299-316.
<https://doi.org/10.1007/s12592-017-0274-1>.
- Gabriel, Michael & Zeyn, Julia (2019). Die unabhängigen Fanprojekte. *Sozial Extra*, 43 (1), 27-32.
- Koordinationsstelle Fanprojekte (2021). *Über die KOS. Koordinationsstelle Fanprojekte*. Verfügbar unter: <https://www.kos-fanprojekte.de/index.php?id=7> [01.09.2021].
- Kotthaus, Jochem (2017). Soziale Arbeit mit Fußballfans. *Soziale Passagen*, 9 (2), 345-363.
<https://doi.org/10.1007/s12592-017-0266-1>.
- Kotthaus, Jochem, Schmidt, Holger & Templin, Daniela (2021). Fanarbeit. In Ulrich Deinet, Benedikt Sturzenhecker, Larissa von Schwanenflügel & Moritz Schwerthelm (Hrsg.), *Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit* (5. Aufl., S. 625-636). Wiesbaden: Springer VS.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-22563-6_43.
- Kutscher, Nadia (2018). Soziale Arbeit und Digitalisierung. In Hans-Uwe Otto, Hans Thiersch, Rainer Treptow & Holger Ziegler (Hrsg.), *Handbuch Soziale Arbeit. Grundlagen der Sozialarbeit und Sozialpädagogik* (6. überarb. Aufl., S. 1430-1440). München: Ernst Reinhardt Verlag.
- Kutscher, Nadia (2020). Ethische Fragen Sozialer Arbeit im Kontext von Digitalisierung. In Nadia Kutscher, Thomas Ley, Udo Seelmeyer, Friederike Siller, Angela Tillmann & Isabel Zorn (Hrsg.), *Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung* (S. 347-362). Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2019). *JIM-Studie 2019. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Stuttgart.
- NKSS (2012). *Nationales Konzept Sport und Sicherheit. Fortschreibung 2012. Nationaler Ausschuss Sport und Sicherheit*. Verfügbar unter:
https://www.kos-fanprojekte.de/fileadmin/user_upload/material/soziale-arbeit/Richtlinien-und-Regeln/nkss_konzept2012.pdf [17.08.2020].
- Schalkers Fanprojekt (2021a). *Fanprojekt Schalke Videos*. Verfügbar unter:
<https://www.youtube.com/user/FanprojektSchalke/videos> [12.08.2021].
- Schalkers Fanprojekt (2021b). *Gegen jeden Antisemitismus*. Verfügbar unter:
<https://www.facebook.com/SchalkersFanprojekt/photos/a.197759453599197/5559321204109635/> [12.08.2021].
- Schalkers Fanprojekt (2021c). *RA Florian Beisenbusch beantwortet eure Fragen zur Rechtslage rund um Corona*. Verfügbar unter:
<https://www.facebook.com/191548684220274/videos/1390436551148189> [12.08.2021].
- Statista (2021). *Zuschauerzahl in der Fußball-Bundesliga 1963-2021*. Verfügbar unter:
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1626/umfrage/entwicklung-der-zuschauerzahl-in-der-bundesliga-seit-1963/> [23.06.2021].