

Michael Wetzels

Alles nur „Massenspaß“? – Zur wissenskonstellativen Erweiterung des wissenssoziologischen Eventbegriffes am Beispiel der Bordeauxer Fanmeile zur Fußballeuropameisterschaft 2016

Zusammenfassung

Der Artikel fokussiert die Erweiterung des wissenssoziologischen Eventbegriffes durch diskursive und strukturelle Wissenskonstellationen, welche die situative (Nicht-)Präsenz des Publikums auf der Fanmeile Bordeaux zur Europameisterschaft 2016 empirisch erklärbar machen können. Der Datenkorpus setzt sich unter dem method(olog)ischen Zugang der fokussierten Ethnographie und der Diskursethnographie aus Dokumenten, Bildern und ethnographischen Berichten zusammen, welche hauptsächlich in der ethnographischen Kernzeit vom 11. Juni bis zum 16. Juni 2016 vor Ort generiert wurden. Ziel des Artikels ist dabei die fruchtbare Verbindung der wissenssoziologischen Eventforschung und des Konzepts der Wissenskonstellationen zu betonen.

Schlüsselwörter

Fanmeile, Europameisterschaft, Publikum, Event, Fankultur

Abstract

The article focuses on the extension of the sociological concept of events through discursive and structural constellations of knowledge, which can empirically explain the situational (non-)presence of the audience on the Fanzone in Bordeaux for the European Championship 2016. The data corpus is composed of documents, images and ethnographic reports, which were mainly generated in the ethnographic core period from 11 June to 16 June 2016, under the method(olog)istic approach of focused ethnography and discourse ethnography. The aim of the article is to emphasize the fruitful connection between event research in the sociology of knowledge and the concept of constellations of knowledge.

Keywords

Fanzone, European Championship, Audience, Event, Fan Culture

Einleitung

Die Transformation des Fußballsports zu einer Mega-Eventkultur erscheint mit Blick auf das Aufkommen von Großveranstaltungen wie der Berliner Fanmeile als eine kaum überraschende Entwicklung. Der Einfluss popkultureller Elemente, wie die Halbzeitshows während des Fußballbundesligaspiels zwischen dem FC Bayern München und dem SC Freiburg durch die Sängerin Anastacia (anastaciafamily 2017) und dem DFB-Pokalfinale zwischen Borussia Dortmund und Eintracht Frankfurt durch Helene Fischer (Youtube 2017a), sind nur einige Beispiele, welche diese Veränderung dokumentieren. Aus wissenssoziologischer Sicht wurde hierfür bereits in den frühen 2000er Jahren die These vertreten, dass diese Formen von Eventkultur Ausdruck eines positiven, gemeinschaftsbildenden Ereignisses sind, um einen Ausgleich gegenüber der ‚kälter‘ werdenden Alltagswelt zu schaffen (Gebhardt 2008: 210). Spektakel, Affektivität und die Medialisierung der Fußballwelt (Schwier/Schauerte 2009) legen den Schluss nahe, dass die derzeitigen Formen des modernen Fußballs widerspiegeln, was die These der Eventisierung posttraditionaler Vergesellschaftungsformen (Hitzler/Honer/Pfadenhauer 2008) skizziert: dass hier ein „übergreifende[s] Spaß-Erleben“ (Hitzler 2000: 402) im Vordergrund steht.

Den beschriebenen Tendenzen der Transformation des Fußballsports zu einer Eventkultur ist zwar grundlegend zuzustimmen, sie forcieren allerdings zu stark die Verquickung von Eventstruktur und Publikum. Gerade der Fußball ist in seiner Publikumsausprägung ein ‚widerspenstiges‘ Phänomen, da die Eventisierung und Kommerzialisierung dieser Sportart auch negative Handlungen hervorruft, wie etwa das kollektive Auspfeifen der erwähnten Helene Fischer zeigt (Youtube 2017b) Wenn die These eines übergreifenden Erlebens von ‚Spaß‘ zutreffen würde, dann dürfte eine negative Reaktion wie diese eigentlich nicht stattfinden. Events können somit durch die Betrachtung ihrer Organisationsstruktur keine Rückschlüsse auf die Partizipierenden zulassen. Wie auch Betz (2012) in der Hervorhebung der Komplexitätsstruktur von Eventorganisationen zeigt (ebd., 174), muss eine dezidierte empirische Betrachtung von Events in ihrer Gesamtstruktur vorgenommen werden. Dies ist insbesondere dienlich, um das ‚Fehlen‘ eines lokalen Publikums nicht etwa als ‚Scheitern‘ eines Events aus Partizipierendensicht zu begreifen (Betz 2016; Wustmann/Scheurer/Eisewicht 2017). Die Fragestellung ist eher, welche empirischen Umstände eigentlich zu diesem realzeitlichen Umstand führten. Um dieser Frage nachzugehen, soll in drei Schritten vorgegangen werden. Da keine grundlegende Aufarbeitung aller Forschungen zu Events existiert, welche insbesondere auch im Bereich der Marketingforschung große Popularität genießen (Zanger 2012, 2013, 2015), wird sich (1) zunächst auf eine Aufarbeitung des wissenssoziologischen Eventbegriffes nach Winfried Gebhardt (2000) beschränkt, um dessen Potential wie auch Grenzen näher diskutieren und einen Erweiterungsvorschlag unterbreiten zu können. In einem zweiten Schritt wird der method(olog)ische Kern dieses Aufsatzes,

die fokussierte Ethnographie (Knoblauch 2001; Rebstein/Schnettler 2018) und die wissenssoziologische Diskursethnographie (Keller 2019) dargelegt werden (2), um folgend anhand des Fallbeispiels, der Fanmeile in Bordeaux zur Europameisterschaft im Jahre 2016, das ‚Fehlen‘ der Partizipierenden dieses Events erklärbar machen zu können (3). Den Abschluss stellt ein Ausblick auf zukünftige Möglichkeiten wissenssoziologischer Forschung zu Events und Publikum dar (4).

1. Theoretische Diskussion

In diesem Abschnitt soll das Erklärungspotenzial der wissenssoziologischen Eventforschung erörtert werden. Im ersten Abschnitt erfolgt eine Definierung des Begriffs Event (1.1), um auf dessen Grundlage für den zu diskutierenden, spezifischen Fall des Fußballs dessen derzeitige Grenzen aufzuzeigen und über den Einbezug des Kommunikativen Konstruktivismus (Knoblauch 2017) eine fruchtbare Erweiterung des theoretischen wie empirischen Spektrums anbieten zu können (1.2).

1.1 Wissenssoziologische Eventforschung

Die westliche Welt ist durch die Globalisierung einem Wandel unterschiedlicher Individualisierungs- und Deinstitutionalisierungsprozesse ausgesetzt (Gebhardt 2008: 210), sodass Großevents als Vergemeinschaftungsmomente außergewöhnlicher Korrelate des zeitgenössischen Alltags verstanden werden (Hitzler 2011: 13). Events charakterisieren sich durch einen „Ereigniskern“, der das „Zusammenwirken der mannigfaltigen AkteurInnengruppen“ als Trajekt-Struktur (Hitzler 2000: 403) fokussiert, sinnhaft erscheinen lässt und in sechs verschiedenen Dimensionen unterscheidbar macht.¹ Events kennzeichnen sich dadurch, dass sie (1) planmäßig erzeugte Ereignisse darstellen, welche auf professionalisierte Weise gebaut und mit Sinn und Bedeutung versehen werden (Gebhardt 2000: 19). Events sind keine spontanen Erzeugnisse, sondern erfordern eine wesentliche organisatorische Ebene (Betz 2012). Um eine Abgrenzung zum alltäglich-gewöhnlichen Leben gewährleisten zu können, ist es (2) nötig, dass einzigartige Erlebnisse vorliegen müssen, welche „[...] die Routinen und Zwänge des Alltages [durchbrechen] [...]“ (Gebhardt 2000: 19). Events sind somit von Differenz geprägt: die alltäglich geordnete Lebenswelt auf der einen und das außergewöhnliche Event auf der anderen Seite. Die dritte Dimension (3) ist die Ausdrucksform eines Events, welches durch einen kulturell-ästhetischen

1 Events stellen somit eine spezifische Form des Festlichen dar, wobei das ‚Neue‘ an spätmodernen Eventisierungen ihre Akzelerierung darstellt (Gebhardt 2000: 24).

Synkretismus beschreibbar ist (ebd. 20). Dies bedeutet, dass Events sich nicht etwa nur einer darstellenden Form (z.B. musikalische Untermalung) bedienen, sondern verschiedene Kunstformen kombinieren und dem Event eine ekstatisch anmutende Einzigartigkeit geben. Events stehen somit (4) im Schnittpunkt aller möglichen Existenzbereiche. Dies bedeutet, dass für einen bestimmten Zeitpunkt die Partizipierenden unter Einbezug der emotional-ästhetisch gestalteten Struktur eines Events in einer metaphysischen Erfahrung aufgehen können (ebd.). Durch diesen Effekt vermitteln Events (5) die Zugehörigkeit zu einer spezifischen Form von Exklusivität „durch Betonung der eigenen Besonderheit und durch – weitgehend über ästhetische Stilmittel laufende – Abgrenzung gegen andere, Zugehörigkeit zu erfahren und ich-stabilisierende Identität zu entwickeln.“ (ebd.: 21). Events fokussieren aber auch (6) einen monothematischen Kern (ebd.), zum Beispiel Fußball. Identitätsstiftung und Zugehörigkeit kann nur stattfinden, wenn Handlungsformen als interaktive Ereignisse über die entsprechenden Kommunikationsinhalte vermittelt werden (ebd.: 21f.) Das heißt, ein Event zum Thema Fußball muss zunächst von den Partizipierenden grundsätzlich als fußballspezifisch wahrgenommen werden, bevor die Kombination mit anderen Kunstformen (Dimension 3) überhaupt erst möglich erscheint. Neben Prozessen der Deinstitutionalisierung ‚fest‘ zuzuordnender Feste in offenere, hybride Formen (Betz et al. 2017) findet auch eine zunehmende Auflösung klassen-, milieu- und schichtspezifischer Merkmale und eine Profanisierung in den gesellschaftlichen Strukturen der westlichen Moderne statt (Gebhardt 2000: 25). Stabile, feste Zugehörigkeiten zu bestimmten Szenen weichen dabei fluideren Eventformen, welche sich aus der multiplen Partizipation an verschiedenen Kulturformen und der zunehmenden Kommerzialisierung, der Unterwerfung unter ein bestimmtes Prinzip von Gewinnmaximierung durch Nachfrage an einem ‚Eventprodukt‘ ableiten lässt (ebd.: 26). Ronald Hitzler wird noch prägnanter, indem er aufzeigt, dass der Erfolg einer Trajekt-Struktur dadurch gekennzeichnet ist, dass die Intensivierung und Extensivierung eines Events, die (Nicht-)Anbindung der Partizipierenden an ein Event in eine Balance gebracht werden, um „*sowohl* die Außeralltäglichkeit der Teilnahme und damit die relative Besonderheit des Teilnehmers als *auch* die mentale und emotionale Zugänglichkeit des infrage stehenden Events auch für den Gelegenheitsteilnehmer hinlänglich gewährleisten.“ (Hitzler 2011: 18, Herv. im Orig.) Die skizzierten Dimensionen erweisen sich aufgrund ihrer Vielseitigkeit als fruchtbares Anschlusspotential für empirische Forschungen zu spätmodernen Eventformen. Diese Definitionen sind unter anderem auch in den grundlegenden Forschungslinien zum Leben in Szenen (Hitzler/Niederbacher 2010) wiederzufinden, aus welchen unterschiedliche Fallstudien zu Mega-Eventformen hervorgingen (Kirchner 2011; Eise-wicht 2015; Betz 2016). Auch für den Bereich des Fußballs weist die wissenssoziologische Eventforschung bereits in ihren Anfangszeiten (Bette/Schimank 2000; Ferchhoff 2000) eine gesteigerte Relevanz auf und ist auch in jüngeren Arbeiten

prominent vertreten, wie bei Junge (2008) zur kollektiven Erregung bei public viewing-Events, bei Kotthaus (2017) zu Ultras als spezifische Szenenform oder bei Rack (2018) zu Fußballstickern als Typologie von Zugehörigkeit.

1.2 Grenzen des wissenssoziologischen Eventbegriffes und Anschlüsse durch den Kommunikativen Konstruktivismus

Allerdings weist die wissenssoziologische Eventforschung in ihrer derzeitigen Fassung auch Schwierigkeiten auf, wobei insbesondere zwei Punkte hier von Relevanz sind. Zunächst ist (1) die theoretische Fokussierung zu nennen, welche sich in der *einseitigen* Fokussierung auf das Strukturformat des Organisationalen und Wirtschaftlichen zeigt. Obgleich es zu begrüßen ist, dass der organisatorische Teil, die *Struktur* eines Events, als komplexe, soziale Gebilde (Betz 2012: 174) beschrieben werden, ist es überraschend, dass dies scheinbar nicht für Partizipierende gilt, sondern diese als passive Form von „KonsumentInnen“ (Hitzler 2011: 16) gelten. Empirisch ist diese Prämisse gerade im Bereich des Fußballs als schwierig zu kennzeichnen, wie ironischerweise die von Hitzler/Niederbacher (2010) beschriebene Szene der Ultras zeigt (ebd.: 161ff.). Es ist eben die Eventisierung bzw. Kommerzialisierung des Fußballs, welche, wenn auf den deutschen Fußballraum geblickt wird, ein großes Konfliktthema zwischen aktiver Fanszene und Veranstaltenden darstellt (Gabler 2010; Czoch 2016). Es ermangelt der derzeitigen Fassung des Eventbegriffs somit dem empirischen Einbezug des lokalen Publikums. Ob, wie und in welcher Form ein Publikum überhaupt in Erscheinung tritt, wird über eine zu starke theoretische Fokussierung auf ‚marketingstrategischen Massenspaß‘ verdeckt. Dies führt (2) dazu, dass der Begriff derzeit einer *Reduktion* auf den Faktor des ‚Spaß-Habens‘ unterliegt. Diese Reduktion ist aber erneut theoretisch gesetzt, denn sie spiegelt die Relevanzsetzung auf ein rationalistisches Prinzip, dem kurzweiligen Erleben des Spaßes wieder, welches in Zusammenhang mit Schulzes Prinzip der Erlebnisrationalität steht (Schulze 2005: 40). Dabei gerät aus dem Blickfeld, dass hier nicht nur ein rationales Moment des Erlebens vorliegt, sondern insbesondere im Bereich des Sports unterschiedliche Motive vorliegen können (Bette/Schimank 1995: 60), warum bzw. warum *nicht* an einem spezifischen Event teilgenommen wird. Darüber hinaus kann die Annahme vertreten werden, dass Bezugspunkte sowohl zu einem bestimmten Ereignis gesetzt werden als auch unter einer spezifisch emotionalen und kulturell geprägten Relevanz zu verstehen sind (Thonhauser 2018: 7). Gerade im Fußball ist es den Partizipierenden in ihrer Vielfältigkeit eben nicht gleichgültig, an was für einem Event sie partizipieren, sondern sie haben eine emotionale Bezugsquelle zum jeweiligen Event bzw. Verein (Thonhauser/Wetzels 2019; Brandt/Wetzels, in Vorbereitung) und weisen so ein vielfältigeres Spektrum an Partizipation auf als eben nur ein rationalisiertes ‚Spaß-Haben‘.

Um die aufgeführten Problematiken zu umgehen, wird vorgeschlagen eine Erweiterung des wissenssoziologischen Eventbegriffes anhand der „empirisch-induktiven Methodologie“ (Knoblauch 2017: 52) des *Kommunikativen Konstruktivismus* vorzunehmen. Dies bietet den Vorteil, dass die Relationierung und Materialität des Sozialen in all seinen kommunikativen Facetten in den Vordergrund der Betrachtung rückt (ebd.: 70/71). Diese Fokussierung hebt zudem hervor, dass die Rolle des Publikums keineswegs eine passive, sondern eine reflexive und aktive in der Mitgestaltung einer Situation ist (Kolesch/Knoblauch 2019: 258), sodass ein wechselseitiges, kommunikatives Wirkhandeln im Fokus der Betrachtung liegt (Knoblauch 2017: 73). Dieses Wirkhandeln ist aber nicht nur auf lokale Situationen beschränkt, sondern unterliegt einem *wissenskonstellativen* Effekt von Diskurs und Struktur (Wetzels, i. E.), welches die realzeitliche Konstituierung eines lokalen Publikums erklären kann.² Das ‚Scheitern‘ spezifischer Eventformen muss also nicht zwangsläufig mit einer kompletten Ablehnung der Organisationsstruktur zu tun haben, sondern mit spezifischen Konstellationen kommunikativer Konstruktion, welche es aufzuarbeiten gilt und somit den wissenssoziologischen Eventbegriff seiner derzeitigen Restriktionen entheben kann. Um dies näher fundieren zu können, soll dies am Beispiel der Fanmeile in Bordeaux zur Europameisterschaft 2016 besprochen werden. Zuvor gilt es allerdings noch die method(olog)ischen Grundlagen dieses Artikels zu explizieren.

-
- 2 Diskurs- wie Strukturkonstellationen werden in Anlehnung an den Kommunikativen Konstruktivismus verstanden. Diskurse sind hier als nicht allumspannend zu verstehen, sondern in bestimmten Bereichen von Gesellschaften zu verorten. Das kommunikative Wirkhandeln in einer Situation ist zutiefst geprägt von spezifischen Diskursfeldern und zeichnet sich „durch besondere Repertoires an kommunikativen Formen, Gattungen oder Codes aus [...], welche] auf Unterschiede in der Realisierung bestimmter kommunikativer Formen“ (Knoblauch 2017: 262) hinweisen. Strukturen wiederum werden zudem nicht als Top-Down-Phänomene verstanden, sondern dahingehend, dass im kommunikativen Wirkhandeln ein implizites Wissen über Strukturen zugrunde liegt. Kommunikatives Wirkhandeln ist nie ‚strukturlos‘, sondern davon gekennzeichnet, dass Handelnde diese bewusst reproduzieren und *legitimieren*. Diese Definition hebt insbesondere die Spezifität von *Institutionen* hervor. Institutionen erfüllen dabei in gesellschaftlichen Kontexten die Form eines verfestigten *Wirkmodells* (Berger/Luckmann 2010: 56) und entfalten durch den Verweis auf bestimmte Regeln und Kanonisierungen im kommunikativen Wirkhandeln als regulierende Legitimationen eine soziohistorische und aktuelle Wirkungssphäre (Knoblauch 2017: 279).

2. Method(olog)ische Fundierungen

Um eventuelle Missverständnisse zu vermeiden, ist es hilfreich, zu erwähnen, dass hier nicht in einem revolutionären Akt eine neue Forschungslinie skizziert wird. Für einen umfassenderen Blick, insbesondere auf Diskurs- und Strukturkonstellationen als method(olog)ische Konzepte (Slaby/Mühlhoff/Wüschner 2019) müssen mehrere Dimensionen ‚fokussiert‘ werden, um eine Gesamterhebungsstrategie in den Bereich des Möglichen zu lenken. Hierbei wird ein Ansatz *qualitativer Sozialforschung* verfolgt, welcher sich insbesondere durch Daten- und Methodentriangulation (Flick 2011) auszeichnet. Die diesem Artikel zugrundeliegenden Ansätze sind die *fokussierte Ethnographie* (2.1) und die *wissenssoziologische Diskursethnographie* (2.2), auf deren Grundlage der *Datenkorpus* (2.3) generiert wurde.

2.1 Fokussierte Ethnographie

Wenn über fokussierte Ethnographie gesprochen wird, so muss zweierlei konstatiert werden. Die fokussierte Ethnographie ist zunächst forschungstraditionell in der Linie der Chicagoer Schule zu verorten, welche die Forschungen Goffmans zu sozialen Situationen und die ethnomethodologischen Konversationsanalysen prägte (Rebstein/Schnettler 2018: 612). Zum anderen ist die fokussierte Ethnographie nicht als Form ‚klassischer‘ Ethnographien (Breidenstein et al. 2013) zu sehen, sondern als spezifische Anwendungsform *interpretativer Sozialforschung*. Das analytische Ziel ist dahingehend zu beschreiben, als dass durch das gewonnene, zumeist audiovisuelle Material „Regelmäßigkeiten in diesen aufgezeichneten Vorgängen als eines sich im Interaktionsvollzug ablaufenden Prozesses sich *strukturierender sozialer Ordnung* zu finden [ist]“ (Tuma et al. 2013: 56, eig. Herv.) und so „die Ablaufstrukturen der im Feld stattfindenden Vorgänge in ihrer *zeitlichen* und *räumlichen Ordnung* fest[ge]halten [werden] [können].“ (Rebstein/Schnettler 2018: 619, eig. Herv.) Fokussierte Ethnographien sind nicht an der Analytik ‚fremder‘ Kulturen interessiert, sondern fokussieren die ‚eigenen‘ Gesellschaftsformen in ihrer *temporalen* Erscheinung (ebd.: 613). Dies ist insoweit von Vorteil, als dass ‚fokussiert‘ datenintensive Forschungen betrieben werden können, da durch die Bekanntheit des untersuchten Feldes bewusste Entscheidungen getroffen werden müssen, welche Ausschnitte des sozialen Untersuchungsfeldes für die jeweilige Fragestellung zu erforschen sind (ebd.: 622) und welche ‚natürlichen‘ Daten für die spätere Analytik gewonnen werden können (Knoblauch 2001: 130).³ Neben audiovisuellem Material sind auch Be-

3 Unter ‚natürlichen Daten‘ wird zweierlei verstanden: Zum einen (1), dass qua qualitativen

obachtungen, Erfahrungen oder ethnographische Interviews Erhebungsmöglichkeiten, weswegen die fokussierte Ethnographie nicht als eine rekonstruktive, sondern als eine „für jeden Betrachter grundsätzlich auf dieselbe Art und Weise zugänglich[e]“ (Rebstein/Schnettler 2018: 624) Methode gilt. Um allerdings ein breiteres Spektrum an Daten und auch dem Verdacht einer zu situativ ausgerichteten Forschungsstrategie entgegen zu können, benötigt es einer weiteren method(olog)ischen Erhebungsform, nämlich die der wissenssoziologischen Diskursethnographie.

2.2 Wissenssoziologische Diskursethnographie

Mit der wissenssoziologischen Diskursethnographie wird ein Anschluss zur fokussierten Ethnographie auf zweierlei Ebenen dargeboten. Zum einen ist diese Forschungsmethodik (1) als Teil des Forschungsprogrammes der Wissenssoziologischen Diskursanalyse zu verorten (Keller 2011), welche insbesondere für die zu analysierenden Eventformen wichtig erscheint. Die empirische Datengrundlage erschöpft sich nicht in der Analyse und Generalisierung situativer Ereignisse, sondern „die sozio-historisch geformten und institutionell stabilisierten Regeln der Diskursproduktion [sind] in einem doppelten Sinne [zu] ‚aktualisieren‘“ (ebd.: 186, Herv. im Orig.), nämlich in der Betrachtung von Akteur_innen und Diskursen als raumzeitlich stattfindende Prozesse (ebd., 192). Diese Prozesse kommunikativer Konstruktionen, welche auf verschiedenen Ebenen zu situieren sind (Organisationen, Kollektiven, Akteuren etc.), werden somit nicht nur ernstgenommen, sondern es wird zugleich auch die Normalität des Wettstreits von Wissensdiskursen hervorgehoben. Diskurse, verstanden als Strukturzusammenhänge mit einem „typisierbaren Kerngehalt“ (ebd.: 205), sind deswegen ein fruchtbarer Anschlusspunkt für die hier vorzunehmende, empirische Analyse. Aus dieser Perspektive ist auch die wissenssoziologische Diskursethnographie zu bewerten, da sie (2) unmittelbar an das Verständnis fokussierter Ethnographie anschließt (Keller 2019: 53). Sie entbindet dabei ethnographische Forschung des Verdachts eines ‚Situationismus‘, da durch den Einbezug diskursiver Stränge ein höheres Erklärungspotential der beobachteten Situationen vor Ort gewonnen werden kann. Entsprechend greift auch die wissenssoziologische Diskursethnographie auf textförmiges Material, audiovisuelle Daten oder Beobachtungen

Forschungsparadigma nicht das Forschungsproblem von ‚außen‘ an das zu erforschende, soziale Feld herangetragen wird, sondern dieses sich durch die situativ beteiligten Akteure im Feld als ‚natürlich‘ ergibt und zum anderen, dass (2) die Forschenden durch ihre Feldposition die kommunikativen Prozesse und Handlungen nicht aktiv beeinflussen (Rebstein/Schnettler 2018: 624-625).

vor Ort als Teil von ‚natürlichen‘ Daten zurück, das diese „als Bestandteile der diskursiven Wahrheitsproduktion und der dispositiven Produktion bzw. Intervention in den jeweilig interessierenden Feldern untersucht werden [können]“ (ebd.: 55).

2.3 Datenkorpus

Diese method(olog)ischen Fokussierungen haben nun Konsequenzen für den erhobenen Datenkorpus. Die Analyse stützt sich auf die (audiovisuellen) Beobachtungen, welche in Bordeaux im Zeitraum vom 10. bis zum 16. Juni 2016 gemacht wurden. Zunächst ist zu erwähnen, dass zum Zeitpunkt der Generierung der Daten die Forschungsstrategie noch nicht darin bestand eine Gesamterhebung des Komplexes einer Fanmeile anzustreben. Erst die Beobachtungen vor Ort nährten den Gedanken, dass durch die Erscheinung des lokalen Publikums anscheinend etwas nicht mit ‚rechten Dingen‘ zugeht. Dies ist auch kein Manko des method(olog)ischen Designs, sondern gerade eine Stärke der Variabilität ethnographischer Forschung (Knoblauch/Vollmer 2019: 602), da erst die dauerhafte Konfrontation mit dem Feld und den erhobenen Daten zur Anpassung der ethnographischen Fokussierung führte. Im Vordergrund der hier vorgenommenen Analyse werden somit nicht audiovisuelle Daten stehen, sondern die Beobachtungen und Erfahrungen vor Ort, welche über die Kurznotizen in der Kladde festgehalten wurden (ebd.: 610) und so zur Generierung diskursiv erzeugten Materials (Zeitungsberichte, Gesetze, Bilder etc.) und dessen Analyse führte. Insgesamt kann für den hier diskutierten Fall im Erhebungszeitraum dabei auf sechs ethnographische Feldnotizen sowie auf 125 diskursive Materialien zurückgegriffen werden. Um pointiert für die hier zugrundeliegende Fragestellung argumentieren zu können, wurde der Datenkorpus ‚fokussiert‘ betrachtet und eine Auswahl an Daten getroffen, welche in der Datendiskussion einer Analyse aus wissenskonstellativer Sichtweise unterzogen wurden.

3. Datendiskussion

Die Diskussion des Datenmaterials folgt dem dargelegten Argumentationsmuster der Aufbereitung diskursiver und struktureller Wissenskonstellationen. Der Bereich der Strukturkonstellationen fokussiert dabei die spezifischen Merkmale, welche bereits in der jetzigen Fassung des wissenssoziologischen Eventbegriffes vertreten werden, nämlich die Erscheinung der Organisation ‚Fanmeile‘. Hierfür werden ethnographische Notizen, Bildmaterial sowie diskursive Erzeugnisse der zuständigen Organisationsfirma aufbereitet und anhand der theoretischen Fokussierungen des wissenssoziologischen Eventbegriffes eingeordnet (3.1). Zugleich aber wird auch der Fokus auf das situative ‚Problem‘, nämlich dem lokalen Publikum gelegt werden, um sich

Dabei spielte eine im Eventmanagement tätige Organisation namens *Perron8* eine tragende Rolle, welche seit dem Jahre 2012 von der Union of European Football Association (UEFA) mit der Organisation von Fanmeilen beauftragt wird und über diese Rapport abgibt (UEFA Fan Zone 2016).

So gestaltete es sich auch zur Europameisterschaft 2016, dass diese Eventmanagementfirma an den ausgewählten Austragungsorten (Lens, Lille, Saint-Denis, Marseille, Paris, Lyon, Saint-Étienne, Toulouse, Nizza und Bordeaux) mit der Errichtung von Fanmeilen beauftragt wurde. In Bordeaux wurde für dieses Vorhaben der sich im Zentrum der Stadt befindliche Esplanade des Quinconces, mit einem Fassungsvermögen von 40.000 Leuten, ausgewählt. Dieser bot nicht nur ausreichend Platz, sondern auch gute Anbindungen an die öffentlichen Verkehrsmittel. Der Zutritt zur Fanmeile selbst war kostenfrei, es erfolgte lediglich eine Überprüfung am Eingangsbereich durch den zuständigen Sicherheitsdienst, ob verbotene Gegenstände, welche auf einem Plakat vor dem Eingangsbereich ausgewiesen waren (Abbildung 1), mitgeführt wurden.

Dies gibt bereits einen ersten Hinweis auf das strukturkonstellative ‚Format‘, welches über die theoretischen Erweiterungen eingeführt wurde (1.2). Das kommunikative Handeln vor Ort war entsprechend dieser Liste eingeschränkt, da bestimmte Materialien nicht zur Verwendung auf eben diesem Event gestattet wurden. Dies mag zunächst banal erscheinen, verdeutlicht aber das vorgebrachte Argument, dass kommunikatives Wirkhandeln nicht nur nie ‚strukturlos‘ ist, sondern auch das lokale Publikum in eine aktive Position rückt, welche es immer wieder zu reflektieren galt. Im Zentrum des Veranstaltungsortes gestaltete es sich nun, dass die Bordeauxer Fanmeile in mehrere Abschnitte unterteilt war, wie auch die folgende Orientierungskarte auf der Fanmeile selbst aufzeigt (Abbildung 2).



Abbildung 2: Feldstruktur der Fanmeile in Bordeaux © Michael Wetzels

Die häufigsten Bereiche stellten Restaurants- und Essensbereiche dar, welche sich sowohl im vorderen wie im hinteren Teil des Platzes befanden und mit Schriftsprache (Restaurants) oder Symbolen (Trinkgefäß und dampfender Teller) gekennzeichnet waren. Das Zuschauerfeld (Zone Match), auf welchem die Spiele aus den Stadien übertragen wurden, stellte auf der Fanmeile flächenmäßig den größten Raumbereich dar. Auf dieser Fläche befand sich im hinteren Bereich ein großer Kubus mit TV-Bildschirm, welcher die Spiele über die lokalen, französischen TV-Sender übertrug (Abbildung 3).



Abbildung 3: TV-Kubus im Zuschauerbereich der Fanmeile Bordeaux © Michael Wetzels

Neben Restaurants- und Zuschauerbereichen waren auch kleinere ‚Erlebniszentren‘ insbesondere im vorderen Teil der Fanmeile vorzufinden. So wurde der Restaurantbereich mit eigens eingerichteten, kleinen Fußballfeldern flankiert (Abbildung 4).



Abbildung 4: Fußballfelder auf der Fanmeile Bordeaux © Michael Wetzels

Diese befanden sich allerdings nicht entgegen der Markierung des Plans an den Ecken des vorderen Teils der Fanmeile (Football Games), sondern am Eingangsbereich neben der Disc-Jockey-Bühne (Abbildung 5). Auf dieser Bühne wurde während der Spiel- und Halbzeitpausen mit eigens engagierten DJs und DJanes musikalische Untermalung geboten.



Abbildung 5: Disc-Jockey-Bühne im vorderen Bereich der Fanmeile © Michael Wetzels

In dieser groben Darstellung wird der eventorganisatorische Charakter (1.1) der beobachteten Entität auf strukturkonstellativer deutlich. Sowohl die monothematische Fokussierung auf Fußball (Fußballfelder, mediale Übertragung von Fußballspielen)



Abbildung 6: Event ohne Publikum © Michael Wetzels

wie auch eine emotional-ästhetische Gestaltung in verschiedene Aufmerksamkeitszentren (Gastronomie, DJ-Pult, Fußballfelder) lassen sich in der kommunikativen Strukturierung des Erscheinungsbilds dieser Fanmeile wiederfinden. Einen zusätzlichen Anreiz bot dabei der kostenfreie Charakter. Die Fanmeile konnte betreten und verlassen werden, ohne dass Eintrittsgeld bezahlt werden musste. Lediglich ein Sicherheitscheck zu Beginn wie auch die Bezahlung der Verköstigung vor Ort musste aus dem eigenen Geldbeutel entrichtet werden. Ein erhöhtes Angebot unterschiedlicher Aktivitätsmöglichkeiten neben dem eigentlichen monothematischen Fokus auf Fußball verweist auf die über den wissenssoziologischen Eventbegriff skizzierte Steigerung erlebnisorientierter Handlungen, sodass die Voraussetzungen für eine Extensivierung und Intensivierung dieses Events nahezu perfekt erschienen. Mit Peron8 war zudem ein Organisator tätig, welcher bereits Erfahrung in der Ausgestaltung von Fanmeilen in Zusammenarbeit mit der UEFA hatte und so strukturkonstellativ gesehen alle Dimensionen des wissenssoziologischen Eventbegriffes abgedeckt wurden. Bei näherer Betrachtung allerdings ergab sich fernab der Eventstruktur nun ein Problem, welches sich beim Besuch dieser Fanmeile während des gesamten Beobachtungszyklus vom 10. bis zum 16. Juni systematisch erstreckte: Das für diese Eventstruktur vorgesehene ‚Massenpublikum‘ fehlte (Abbildung 6).

Ogleich der Platz Raum für bis zu 40.000 Leute bot, fanden sich in der gesamten Beobachtungszeit von einer Woche nicht mehr als etwa 500 (!) Menschen zusammen. Dies zeigen auch im Vergleich von verschiedenen Tagen, an die vor Ort angefertigten Feldnotizen

„Beim Spiel (Polen Vs. Nordirland): kaum Leute auf Fanzone (Wetter schlecht, Spiel nicht interessant?); Grobe Schätzung der Zuschauer auf dem Platz: 200–500“ (Feldnotiz vom 12.06.2016, Bordeaux)

„Fanzone 15 Uhr (Russland VS. Slowakei); Fanzone kaum besucht, erst zu Beginn des Spiels kommen einige Fans (<50); es wird wieder Fußball im Hintergrund gespielt; Feld beginnt sich zu füllen, allerdings weiter wenige Menschen (<200); Publikum inzwischen wieder gewachsen (<500) [...]

Spiel 18 Uhr (Rumänien VS. Schweiz); Bei Anpfiff kommen einige Personen mehr auf das Feld, dennoch sehr wenig (<50)“ (Feldnotiz vom 15.06.2016, Bordeaux)

„Fanzone (England VS. Wales); Der Hauptplatz beginnt sich zu füllen, dennoch bleiben die Zuschauerzahlen unter dem eines Großpublikums (<500)“ (Feldnotiz vom 16.06.2016, Bordeaux)

Ein potentielles Publikum war zwar in der Stadt und auch außerhalb in den umliegenden Orten vorhanden. Dennoch blieben die meisten Menschen dieser Eventform fern, sodass das hauptsächliche Publikum während dieser Beobachtungsphase das eigene Volunteer-Team darstellte (Abbildung 7).



Abbildung 7: Volunteer-Team im leeren Zuschauerbereich © Michael Wetzels

Gemäß der Logik des eventsoziologischen Ansatzes spiegelt dies allerdings ein Paradoxon wieder. Wie dargestellt ist die Organisation und das Angebot des Fanmeilenformats eigentlich ein strukturkonstellatives Paradebeispiel dafür, wie Eventmanagement mit den entsprechenden Angeboten für die Intensivierung und Extensivierung funktionieren muss, damit ein möglichst breites Publikum zur Teilnahme animiert werden kann. Das situativ sich Zeigende aber ergab ein anderes Bild. Wie kam es dazu, dass ‚König‘ Fußball ohne sein Volk blieb?

3.2 Diskurskonstellationen – Milieuformen, Politik und Fankultur als mögliche Erklärungsfaktoren der Publikumskonstitution der BordeauxerFanmeile

Die Organisationsebenen eines Events, welche sich in den lokalen Strukturkonstellationen manifestieren, stellen, wie bereits im theoretischen Teil erwähnt (2.2) nur eine analytische Ebene dar, da neben Struktur auch *Diskurs* sich in den situationskonstellativen Momenten für eine genauere Beschreibung und Analyse des sich Zeigenden zu beachten ist. Um sich aber hier nicht in einem möglichen Wirbel von Daten- und Rekonstruktionsformen zu verlieren, gilt es, fokussiert auf drei aus den

Daten gewonnene typisierbare, diskursive Konstellationen zu blicken: *Milieuform*, *Politik* und *Fankultur*.⁴

Zunächst erscheint es, um eine Vorstellung der *Milieuform* vor Ort generieren zu können (Rebstein/Schnettler 2014) wichtig, was für ein potentielles Publikum in Bordeaux überhaupt neben den ‚Einheimischen‘ anwesend war. Dabei ist ein Blick auf den Spielplan (UEFA 2016) hilfreich, da durch die Spielpaarungen und die Eigendarstellung der Partizipierenden, durch das Tragen der Nationaltrikots und auch Fahnen, eine Vorkodierung möglich erscheint. In der Erhebungswoche haben insgesamt zwei Partien der Gruppenspiele, das heißt der Vorrunde der Europameisterschaft in Bordeaux stattgefunden, Wales gegen Slowakei und Österreich gegen Ungarn, sodass ein mögliches Publikum aus Personen eben dieser Länderkreise zuzuordnen war. Zusätzlich sind hier, da am 18.06. das nächste Spiel in Bordeaux stattfand, noch Fans der Teams aus Irland und Belgien zu nennen. Ethnographisch kann hinzugefügt werden, dass sich auch Personen des englischen Teams in der Stadt befanden, obgleich dieses nicht in Bordeaux spielte. Die *Milieuform* des lokalen Publikums ist somit neben den Bewohner der Stadt Bordeaux aus slowakischen, österreichischen, ungarischen, irischen, britischen und belgischen Personen definierbar. Wenn aber derart vielfältige Publikumsformen zur Verfügung standen, warum partizipierten die meisten Leute nicht an dem Eventformat der Fanmeile?

Aus Sicht der ‚einheimischen‘ Bevölkerung ist zu konstatieren, dass die Woche vom 10. bis 16. Juni 2016 einen Zeitraum außerhalb der Ferienzeit in Frankreich darstellte, welche in Bordeaux erst auf 06. Juli bis zum 31. August des Jahres 2016 fiel (Schulferien.org 2016). Bis auf das Wochenende (11. Juni und 12. Juni) ist hier eine *Schul-* und *Arbeitswoche* zu verzeichnen gewesen, weswegen die meisten Menschen der Stadt etwa an den Nachmittagsspielen nicht partizipieren konnten.⁵ Zudem

4 Diese Strömungen haben keinen Allgemeinheitsanspruch, sondern sollen zunächst lediglich Erklärungstendenzen bieten, warum das Strukturformat ‚Fanmeile‘ in der Erhebungswoche kein empirisch beobachtbares Publikum aufgeboten hat.

5 Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Menschen von Bordeaux die Fanmeile komplett gemieden hätten, sondern zu spezifischen Zeitpunkten anwesend waren, nämlich an den Abenden des 10. und des 15. Juni als das französische Nationalteam um 21 Uhr seinen Auftritt hatte. Allerdings ist auch hier auf eine wissenskonstellative Differenzierung zwecks der Tage hinzuweisen, da der 10. Juni ein Freitag war und zudem das *Eröffnungsspiel* dieser Europameisterschaft markierte, was, wie auch vor Ort sichtbar eine größere Menge an Zuschauerpotential hervorbrachte. Der 15. Juni allerdings war ein Mittwoch in eben der erwähnten Arbeitswoche, sodass das Spiel auf der Fanmeile von weniger Leuten verfolgt wurde, da es eben auch hier erst um 21 Uhr stattfand. Dies verweist erneut auf den diskurskonstellativen Charakter des partizipierenden Publikums, welches sich aktiv zwecks der vorherrschenden Strukturkonstellationen (Spielansetzung Vs. Arbeits- und

war in Bordeaux in dieser Woche wechselhaftes Wetter vorherrschend, weswegen hier ein Mix aus meteorologischen wie auch arbeitstechnischen Gründen zumindest Grund für die Abwesenheit des ‚einheimischen‘ Publikums gewesen sein kann.

„Fanzone kaum besucht, erst zu Beginn des Spiels kommen einige Fans (<50); es wird wieder Fußball im Hintergrund gespielt; Grund hierfür kann einerseits die Arbeitswoche sein (Mittwoch) und andererseits das unbeständige Wetter in Bordeaux (Abwechslung zwischen Sonne und Regen); erst zum Spielbeginn beginnt die Sonne zu scheinen [...]“ (Feldnotiz vom 16.06.2016, Bordeaux)

Für die Milieuförmlichkeiten der angereisten Fans aus anderen Ländern müssen allerdings andere diskurskonstellative Effekte mit einbezogen werden, da diese nicht unter die Spezifika des französischen Nationalstaates fielen. Hierfür lohnt es sich insbesondere auf den Bereich der *Politik* und der *Fankultur* zu blicken. Die politischen Diskurskonstellationen sind als wesentlicher Faktor zu bezeichnen, da hier zwei prägende Ereignisse in direktem Zusammenhang mit der Fußball-Europameisterschaft 2016 stehen. Zum einen ist der *Terroranschlag* in Paris am 13. November 2015 ausschlaggebend, welcher nicht nur dem innerstädtischen Bereich der französischen Großstadt galt, sondern auch hörbar in das Stade de France (Youtube 2015) hineingetragen wurde. Dieses singuläre Ereignis stellte Politiker_innen und Veranstalter_innen vor die Frage, inwieweit erhöhte Sicherheitsmaßnahmen getroffen werden müssen, um die lokal Partizipierenden vor weiteren Terroranschlägen schützen zu können. Infolgedessen wurde das Event, insbesondere der Bereich der Fanmeile, wie die eigenen Beobachtungen ergaben, zur *Hochsicherheitsveranstaltung* umfunktionierte, was sich situativ in unterschiedlichen Effekten darstellte. Auf der einen Seite ist über die politische Ebene festzuhalten, dass ‚public viewing‘ per gesetzlicher Auslösung des Ausnahmezustands (Legifrance 2015) durch den damaligen französischen Präsidenten, François Hollande zur Europameisterschaft 2016 *verboten* wurde. Fanmeilen hingegen blieben, und dies erscheint als Paradoxon strukturstellativer Art als Besuchsort erlaubt (FAZ 2015), sodass situativ eine Form von *kommunikativer Diskrepanz* vorlag. Es war schlicht und ergreifend zunächst unklar, ob im öffentlichen Raum nun Fußball zusammen geschaut werden konnte oder nicht, da die Gesetzeslage mit der Eventstruktur der Fanmeile kollidierte. Als zusätzlich belastender Faktor ist ein Generalstreik im öffentlichen Nah- und Fernverkehr zu nennen (Süddeutsche 2016), welcher situativ, obgleich Monate zuvor angekündigt, zu massiven *Mobilitätsproblemen* vor Ort führte. Die unterschiedlichen Fans kamen schlichtweg, wenn sie außerhalb von Bordeaux untergebracht waren, nicht in die Innenstadt und mussten auf ein begrenztes Kontingent an Taxis ausweichen, welche

Schulverpflichtung) entscheiden muss, an welchen Spielen es partizipieren kann bzw. will oder eben nicht.

aber je nach Tageslage und Nachfrage überbucht waren, was folgende Feldnotiz zu Beginn der Beobachtungswoche illustriert.

„Schwierige Ausgangslage in Bordeaux: aufgrund von Streiks ist der öffentliche Verkehr lahmgelegt, wahrscheinlich bis Samstag; Erkundung und Versorgung zu Fuß nur möglich, Möglichkeit wird in Betracht gezogen mit Wales-Fans in die Stadt morgen zu fahren“ (Feldnotiz vom 10.06.2016, Bordeaux)

Die politischen Konstellationen erklären damit zwar situative Schwierigkeiten, aber noch nicht, warum die lokalen Publikumsformen, wenn sie denn in der Stadt untergebracht waren oder diese erreichten, nicht an der ‚Spaßveranstaltung‘ Fanmeile teilgenommen haben. Dies hat mit der diskursiven Konstellierung von *Fankulturen* zu tun. Fankulturen sind hierbei nicht als verallgemeinerbare Konstrukte von Partizipation am Fußball zu verstehen, sondern als historisch gewachsene, kommunikative Diskurs- und Strukturkonstellationen. Dies bedeutet, dass sie sich einerseits länder-spezifisch voneinander unterscheiden lassen (Naglo/Waine 2014) und andererseits, dass unterschiedliche Schwerpunkte in der Interpretation von Fußball als kulturelles Gut im jeweiligen Land gesetzt werden (Horak 2006). Es kann deswegen an dieser Stelle nicht jede in Bordeaux anwesende Milieuform diskutiert werden, aber die Bedeutung von Fankultur wird besonders sichtbar, wenn auf das Publikum des britischen (England, Wales) und irischen Raumes geblickt wird. Im Gegensatz zur deutschen Fankultur, wo seit der Weltmeisterschaft 2006 das gemeinsame Schauen auf einer Fanmeile zum emotionalen Repertoire des lokalen Publikums gehört (Ufer 2010)⁶, ist im *britischen* und *irischen* Raum die ‚*Pub Culture*‘ ein essentieller Bestandteil von Fankultur. Hier lässt sich interessanterweise der Effekt feststellen, dass der kommerzialisierte Medienfußball als Eventformat zunächst eine akzeptierte Form darstellt, welcher in den britischen und irischen Pubs dafür sorgte, dass „routine interactions [...] has grown to incorporate the live televised experience“ (Dixon 2014: 392). Eine Fanmeile als Eventort wäre strukturkonstellativ gesehen somit eine logische Fortführung dieses Medienkonsums, welcher aber in dieser Form vor Ort nicht vorzufinden war. Der Grund hierfür war der *Partizipationsort*, der Pub selbst als „Raum der Repräsentation“ (Löw 2018: 28, zit. n. Lefebvre 1991:38 f.). Die britische Fankultur ist in ihren örtlichen, routinisierten Handlungsformen zunächst gebunden an die Ordnungsstrukturen des gemeinsamen Erlebens eines Fußballspiels in einem Pub und *nicht* auf einer Fanmeile. Dies kann auch durch die ethnographische

6 Hier muss eine zusätzliche Unterscheidung im deutschen Fußballpublikum eingeführt werden, als dass etwa Gruppierungen wie Ultras im deutschen Raum an der Partizipation an Nationalteamspielen nicht interessiert sind (Gabler 2010: 100f.) und so das Publikum der Nationalteams *nicht* gleichzusetzen ist mit den Publika in den deutschen Stadien.

Beobachtung bestätigt werden: Sowohl die britischen wie auch die irischen Fußballfans ‚pflegten‘ ihre eigenen fankulturellen Maßstäbe, indem sie die lokalen Pubs von Bordeaux aufsuchten, nationenspezifisch vereinnahmten und gemeinsam Spiele schauten (Abbildung 8).

„In der Stadt: Fans an verschiedenen Orten (Bars, Plätze etc.); [...] „In-Platz-Nahme“ von Bars als Zeichen der Zugehörigkeiten („The Duck and the Dog“, Irish Pubs als Bar für Fans von Wales [...]“ (Feldnotiz vom 11.06.2016, Bordeaux)



Abbildung 8: Lokaler Pub in der Innenstadt von Bordeaux © Michael Wetzels

Dies bedeutet, dass eventisierte Formen nicht unbedingt einer positiven Legitimierung durch ein potenzielles Publikum unterliegen müssen. Fankulturelle Relevanzen, welche sich aus der ‚Pub Culture‘ im gemeinsamen Schauen herleiten lassen, unterliegen anscheinend einer wesentlich höheren Bewertung durch Zugehörigkeit (Brandt/Wetzels, in Vorbereitung) als die Erlebnismaximierung durch ein Mega-Event.

Aus einer wissenskonstellativen Betrachtung lagen somit ambivalente Konstellationen für die Fanmeile in Bordeaux in der Erhebungswoche vor. Nicht nur waren das Partizipationsvermögen eingeschränkt oder zumindest unklar (Wetter, Mobilität, Gesetzeslage). Auch die Differenzierung der potenziellen, lokalen Milieuförmungen ist zu beachten (,einheimisches‘ und ,auswärtiges‘ Publikum), welche unterschiedlichen Voraussetzungen zur Partizipation unterlagen. Zudem müssen fankulturelle Gepflogenheiten diskurskonstellativ mit ins Blickfeld genommen werden, um ein Erklärungspotential dafür generieren zu können, warum ein spezifisches Mega-Event zu einem bestimmten Zeitpunkt nicht ,gescheitert‘, sondern schlicht und ergreifend, dies ist das empirisch sich Zeigende, einfach nicht besucht ist.

4. Ausblick

Die hier dargestellten Wirkprozesse diskursiver und struktureller Konstellationen verdeutlichen in ihrer empirischen Aufarbeitung nicht nur ein wesentlich größeres Erklärungspotential, sondern auch eine fruchtbare Verbindung zwischen der wissenssoziologischen Eventforschung und einer wissenskonstellativen Betrachtung über die kommunikative Konstruktion einer Eventform. Einerseits konnte aufgezeigt werden, dass die Annahmen der wissenssoziologischen Eventforschung auf einer organisatorisch-strukturellen Ebene als gültig und empirisch adäquat erscheinen. Die Betrachtung von Struktur darf allerdings nicht dazu verführen Publika als gesetzte Einheiten eines Events zu definieren oder ihr Fehlen automatisch mit einem ,Scheitern‘ des Events gleichzusetzen. Der diskutierte empirische Fall zeigt, dass die Abwesenheit wesentlich mehr Erklärungseffekte wissenssoziologischer Art bedingt als über eine monokausale Fixierung auf die Erlebnismaximierung eines Mega-Events. Der Fall des Fußballs ist hier als besonders komplex zu kennzeichnen, da durch seine Integrierung in länderspezifische, kulturelle Kontexte deutlich mehr wissenskonstellative Effekte betrachtet werden müssen, um die Dynamik lokaler Publikumskonstitutionen fassbar machen zu können. Nicht nur sind diskursive Konstellationen zu betrachten, sondern auch Fragen nach länderspezifischen und innerländischen Vergleichen von Fanmeilen (Deutschland und Frankreich), einer Affinität bestimmter Gruppierungen für historisch-kulturelle Settings (Biergarten, Pub, Fanmeile etc.) und die jeweiligen Publikumskulturen bestimmter Szenenformate (Hitzler/Niederbacher 2010) spielen eine entscheidende Rolle sowohl in der Beobachtung wie auch Rekonstruktion von Mega-Events. Das lokale Publikum wird somit zu einem ,Taktgeber‘, einem empirischen Impuls, welcher die wissenssoziologischen Forschungen zu Fußball und Events auf eine neue theoretische und method(olog)ische Basis stellen kann.

Literatur

- Anastaciafamily (2017): <https://www.anastaciafamily.com/video/17-05-20-anastacia-full-performance-live-halftime-fc-bayern/?lang=de> (Zugriff 24.10.2019)
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (2010): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. 23. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Bette, Karl-Heinrich/Schimank, Uwe (1995): *Doping im Hochleistungssport*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. https://doi.org/10.1007/978-3-322-95155-7_16
- Bette, Karl-Heinrich/Schimank, Uwe (2000): Sportevents. Eine Verschränkung von „erster“ und „zweiter Moderne“. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Events. Soziologie des Außergewöhnlichen*. Opladen: Leske + Budrich, S. 307–324.
- Betz, Gregor J. (2012): Mega-Event-Macher. In: Zanger, C. (Hrsg.): *Erfolg mit nachhaltigen Eventkonzepten. Tagungsband zur 2. Konferenz für Eventforschung an der TU Chemnitz*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 161–179. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6885-2_10
- Betz, Gregor J. (2016): *Vergnügter Protest. Erkundungen hybridisierter Formen sozialen Ungehorsams*. Wiesbaden: Springer VS.
- Betz, Gregor J./Hitzler, Ronald/Niederbacher, Arne/Schäfer, Lisa (2017): *Hybride Events. Zur Diskussion zeitgeistiger Veranstaltungen*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-16825-4>
- Brandt, Christian/Wetzels, Michael (in Vorbereitung): „Love will tear us apart“ – *Affect, feeling, and emotion as processes of belonging in the cultural field of football at the examples of the German football clubs Hertha Berlin and HFC Falke*.
- Breidenstein, Georg/Hirschauer, Stefan/Kalthoff, Herbert/Nieswand, Boris (2013): *Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung*. Konstanz: UVK.
- Czoch, Peter (2016): *Ultras in Deutschland*. Berlin: Hirnkost.
- Dixon, Kevin (2014): The football fan and the pub. An enduring relationship. In: *International Review for the Sociology of Sport*, 49 (3/4), S. 382–399. <https://doi.org/10.1177/1012690213501500>
- FAZ (2015): <https://www.faz.net/aktuell/sport/fussball-em/frankreich-trotzt-terroran-schlaegen-mit-public-viewing-bei-em-13929828.html> (Zugriff 24.10.2019)
- Ferchhof, Wilfried (2000): Eventmarketing in sportorientierten Jugendszenen. Der gesellschaftliche Zusammenhang von Jugend und Sport. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Events. Soziologie des Außergewöhnlichen*. Opladen: Leske + Budrich, S. 325–342. https://doi.org/10.1007/978-3-322-95155-7_17
- Flick, Uwe (2011): *Triangulation. Eine Einführung*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Gabler, Jonas (2010): *Die Ultras. Fußballfans und Fußballkulturen in Deutschland*. 4. Auflage. Köln: PapyRossa Verlag.
- 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. 17–32. https://doi.org/10.1007/978-3-322-95155-7_2

- Gebhardt, Winfried (2008): Gemeinschaften ohne Gemeinschaft. Über situative Event-Vergemeinschaftung. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Post-traditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnographische Erkundungen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 202–213. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91780-1_11
- Gugutzer, Robert (2015): Public Viewing als sportiv gerahmtes kollektivleibliches Situationsritual. In: Gugutzer, Robert/Staack, Michael (Hrsg.): *Körper und Ritual. Sozial- und kulturwissenschaftliche Zugänge und Analysen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 71–96. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01084-3_5
- Haken, Meike (2016): Religiöse Kommunikation in der Konstruktion christlicher Großveranstaltungen. In: Reichertz, Jo/Tuma, René (Hrsg.): *Der Kommunikative Konstruktivismus bei der Arbeit*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 160–186.
- Hitzler, Ronald (2000): „Ein bisschen Spaß muß sein!“ – Zur Konstruktion kultureller Erlebniswelten. In: Gebhardt, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): *Events. Soziologie des Außergewöhnlichen*. Opladen: Leske + Budrich, S. 401–412. https://doi.org/10.1007/978-3-322-95155-7_21
- Hitzler, Ronald (2011): *Eventisierung. Drei Fallstudien zum marketingstrategischen Massenpaß*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hitzler, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (2008): *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnographische Erkundungen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hitzler, Ronald/Niederbacher, Arne (2010): *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92532-5>
- Horak, Roman (2006): Germany versus Austria: football, urbanism and national identity. In: Tomlinson, Alan/Young, Christopher (Hrsg.): *German Football. History, Culture, Society*. London: Routledge, S. 23–35.
- Keller, Reiner (2011): *Wissenssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogrammes*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92058-0>
- Keller, Reiner (2019): Die Untersuchung von Dispositiven. Zur fokussierten Diskurs- und Dispositivethnografie in der Wissenssoziologischen Diskursanalyse. In: Bosančić, Sasa/Keller, Reiner (Hrsg.): *Diskursive Konstruktionen. Kritik, Materialität und Subjektivierung in der wissenssoziologischen Diskursforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 51–74. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25799-6_4
- Knoblauch, Hubert (2001): Fokussierte Ethnographie. Soziologie, Ethnologie und die neue Welt der Ethnographie. In: *Sozialer Sinn, 2 (1)*, S. 123–141.
- Knoblauch, Hubert (2017): *Die kommunikative Konstruktion der Wirklichkeit*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15218-5>
- Knoblauch, Hubert/Vollmer, Theresa (2019): Ethnographie. In: Baur, Nina/Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. (2. Aufl.) Wiesbaden: Springer VS, S. 599–618. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_40
- Kolesch, Doris/Knoblauch, Hubert (2019): Audience Emotions. In: Slaby, Jan/von Scheve, Christian (Hrsg.): *Affective Societies – Key Concepts*. London: Routledge, S. 252–263. <https://doi.org/10.4324/9781351039260-22>
- Kotthaus, Jochem (2017): Ultras als Szene. Methodologische Überlegungen zu einer Konzeptionalisierung der Ultrabewegung als posttraditionale Vergemeinschaftung. In: Grau, Andreas/von der Heyde, Judith/Kotthaus, Jochem/Schmidt, Holger/Winands, Martin

- (Hrsg.): *Sozialwissenschaftliche Perspektiven der Fußballfanforschung*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 99–111.
- Legifrance (2015): https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cid_Texte=JORFTEXT000000695350 (Zugriff 24.10.2019)
- Löw, Martina (2018): *Vom Raum aus die Stadt denken. Grundlagen einer raumtheoretischen Stadtsoziologie*. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839442500>
- Naglo, Kristian/Waine, Anthony (2014): Constructing National Football Cultures. In: Waine, Anthony/Naglo, Kristian (Hrsg.): *On and Off the Field. Fußballkultur in England und Deutschland | Football Culture in England and Germany*. Wiesbaden: Springer VS, S. 9–24. https://doi.org/10.1007/978-3-658-00133-9_1
- Pilz, Gunter A./Behn, Sabine/Klose, Andreas/Schwenzer, Victoria/Steffan, Werner/Wölki, Franciska (2006): *Wandlungen des Zuschauerhaltens im Profifußball*. Schorndorf: Hofmann Verlag.
- Rack, Sonja (2018): Fanbotschaften. Typisierungen von Fußballstickern im öffentlichen Raum. In: Burzan, Nicole; Hitzler, Ronald (Hrsg.): *Typologische Konstruktionen. Prinzipien und Forschungspraxis*. Wiesbaden: Springer VS, S. 129–152. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21011-3_8
- Rebstein, Bernd/Schnettler, Bernt (2014): Sozialstrukturanalyse ‚feiner Körnung‘ oder subjektzentrierte Lebensweltanalyse? Ungleichheitsbezogene und wissenssoziologische Ansätze der Milieuanalyse. In: Isenböck, Peter/Nell, Linda/Renn, Joachim (Hrsg.): *Die Form des Milieus. Zum Verhältnis von gesellschaftlicher Differenzierung und Formen der Vergemeinschaftung. Zeitschrift für Theoretische Soziologie. 1. Sonderband*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 46–69.
- Rebstein, Bernd/Schnettler, Bernt (2018): Fokussierte Ethnographie. Von der Analyse kommunikativer Strukturen zur Exploration sozialer Welten. In Akremi, Leila/Baur, Nina/Knoblauch, Hubert/Traue, Boris (Hrsg.): *Handbuch interpretativ forschen*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 612–635.
- Schulferien.org (2016): <https://www.schulferien.org/frankreich/kalender/bordeaux/2016/> (Zugriff 24.10.2019)
- Schulze, Gerhard (2005): *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Schwier, Jürgen/Schauerte, Torsten (2009): Die Theatralisierung des Sports. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft. Band 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose*. Wiesbaden: Springer VS, S. 419–438. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91442-8_18
- Slaby, Jan; Mühlhoff, Rainer; Wüschner, Philipp (2019): Concepts as methodology – a plea for arrangement thinking in the study of affect. In: Kahl, Antje (Hrsg.): *Analyzing Affective-Societies. Methods and Methodologies*. London: Routledge, S. 27–42. <https://doi.org/10.4324/9780429424366-2>
- Süddeutsche (2016): <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/streiks-zur-em-politische-streiks-gehoren-verboten-1.3027425> (Zugriff 24.20.2019)
- Thonhauser, Gerhard (2018): Shared emotions. A Steinian proposal. In: *Phenomenology and Cognitive Sciences* 17 (5), S. 1–19. <https://doi.org/10.1007/s11097-018-9561-3>
- Thonhauser, Gerhard/Wetzels, Michael (2019): Emotional sharing in football audiences. In: *Journal of the Philosophy of Sport*, 46 (2), S. 224–243. <https://doi.org/10.1080/00948705.2019.1613159>

- UEFA (2016): https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/09/59/58/2095958_DOWNLOAD.pdf (Zugriff 24.10.2019)
- UEFA Fan Zone (2012): <https://perron8.com/wp-content/uploads/2016/04/UEFA-FAN-ZONE-2012-Fan-Zone-Report.pdf> (Zugriff 24.10.2019)
- Ufer, Britta (2010): Emotionen und Erlebnisse beim Public Viewing. Explorative interdisziplinäre Analyse eines gesellschaftlichen Phänomens. Diss. A. Göttingen: Georg-August-Universität Göttingen. <https://ediss.uni-goettingen.de/bitstream/handle/11858/00-1735-0000-0006-B23D-1/ufer.pdf?sequence=1> (Zugriff 25.10.2019).
- Wetzels, Michael (i.E.): *Geschichten, die der Fußball schreibt – Die affektdramaturgischen Wissenskonstellationen des professionalisierten Fußballs*. Eingereichte Dissertation: Technische Universität Berlin.
- Wustmann, Julia/Scheurer, Christian/Eisewicht, Paul (2017): „Aber wo war der #Soundclash?!?“ Zur Rekonstruktion von Hybridität als Erfahrungskategorie am Beispiel des RedBull Soundclashes. In: Betz, Gregor J./Hitzler, Ronald/Niederbacher, Arne/Schäfer, Lisa (2017): *Hybride Events. Zur Diskussion zeitgeistiger Veranstaltungen*. Wiesbaden: Springer VS, 321–336. https://doi.org/10.1007/978-3-658-16825-4_23
- Youtube (2015): <https://www.youtube.com/watch?v=KJ4OE4rIXcQ> (Zugriff 24.10.2019).
- Youtube (2017a): https://www.youtube.com/watch?v=_Kq6TevP-k (Zugriff 24.10.2019).
- Youtube (2017b): <https://www.youtube.com/watch?v=yt2thT6anMo> (Zugriff 24.10.2019).
- Zanger, C. (2012): *Erfolg mit nachhaltigen Eventkonzepten. Tagungsband zur 2. Konferenz für Eventforschung an der TU Chemnitz*. Wiesbaden: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6885-2>
- Zanger, C. (2013): *Events und Sport. Stand und Perspektiven der Eventforschung*. Wiesbaden: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-03681-2>
- Zanger, C. (2015): *Events und Emotionen. Stand und Perspektiven der Eventforschung*. Wiesbaden: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-10303-3>

Zur Person

Michael Wetzels, M.A., Technische Universität Berlin, Institut für Soziologie, FG Allgemeine Soziologie, insbesondere Theorie moderner Gesellschaften. Forschungsschwerpunkte: Soziologie der Kollektive, qualitative Sozialforschung, Sozial- und Gesellschaftstheorie, Emotions- und Affektforschung

Thematische relevante Publikationen:

Hubert Knoblauch, Michael Wetzels, Meike Haken (2019): Videography of emotions and affectivity in social situations. In: Kahl, Antje (Hrsg.): *Analyzing Affective Societies. Methods and Methodologies*. London: Routledge, S. 162-179.

Anschrift: Fraunhofer Straße 33-36, 10587 Berlin.

Email: wetzels@tu-berlin.de