

Amateurfußball im Wandel: Krise, Transformation und soziales Unternehmertum im deutsch-englischen Vergleich

Zusammenfassung

Am Beispiel zweier Fußballamateurvereine aus England und Deutschland wird im Rahmen eines internationalen Vergleichs diskutiert, wie der Bereich des Amateurfußballs durch Beziehungen des Lokalen und Globalen, sowie von Elementen aus Amateursport und Professionalismus durchzogen sind. Die Analyse als Kombination aus kultur-, wissenssoziologischer und kulturhistorischer Perspektive ist insbesondere durch die Konzepte *Krise*, *Wandel* und *soziales Unternehmertum* geleitet. Hier sind Ansätze zur Veränderung über den Aus- oder Neubau der eigenen Sportanlage zu nennen, die im Zentrum der jeweiligen lokalen Wandlungsprozesse stehen. Der internationale Vergleich anhand der beiden Vereine lässt auf Transformationsprozesse mit bestimmten Legitimierungsstrategien im Rahmen von Krise schließen. Die jeweilige Neubewertung der Sportanlage und damit des Gesamtvereins kann insgesamt betrachtet werden als Beispiel eines *symbolischen Aktivismus*, verbunden mit Ansätzen sozialen Unternehmertums.

Schlüsselwörter

Krise, Wandel, soziales Unternehmertum, symbolischer Aktivismus, Amateurfußball

Summary

Drawing on the examples of two amateur football clubs from England and Germany, we discuss in an international comparison how the realm of amateur football is shaped by relations of the local and the global, and by elements of amateurism and professionalism. The analysis combines perspectives from the sociology of culture/knowledge as well as cultural history and revolves around the concepts of *crisis*, *transformation* and *social entrepreneurship*. We focus in particular on the clubs' respective plans to transform or rebuild their sports facilities on the basis of different practices and motivations, thereby initiating specific local processes of change. The comparison suggests specific processes of transformation and legitimizing strategies in the context of crisis. In both cases, the organizational effort required to modernize facilities while simultaneously recasting the club in a new form represents *symbolic activism* combined with social entrepreneurship.

Keywords

Crisis, Transformation, Social Entrepreneurship, Social activism, Amateur Football

Einleitung

Welche Vorstellungen des Globalen sowie des Lokalen, des Professionellen und des Amateurhaften, lassen sich im Kontext von Amateurvereinen in Deutschland und England nachvollziehen? Inwiefern führt dieses Spannungsfeld zur Wahrnehmung von Handlungsnotwendigkeit durch Modernisierungsdruck? Welche daraus entstehenden spezifischen diskursiven und praktischen Aktivitäten lassen sich im Vergleich identifizieren und interpretieren? Und reflektierend auf die konzeptuell-theoretische Ebene: Inwiefern lassen sich Ansätze und Prozesse stärker dynamisch als Globalisierungsphänomene – zwischen Homogenisierungs- und Heterogenisierungstendenzen – interpretieren?

Während für den professionellen Fußball eine Globalitätsannahme nahezu unhinterfragt gilt, wird dem Amateurfußball grundsätzlich eher das Lokale zugeordnet. Der systematische Vergleich – hier des englischen Vereins *Malvern Town FC* mit dem deutschen Verein *BSV Bielstein* – zeigt jedoch deutlich, dass es weit mehr als nur oberflächliche Gemeinsamkeiten sind, die das Lokale bereits durchziehen. Der hier gelegte Fokus auf den Vergleich zweier Amateurvereine legt eine kombinierte Herangehensweise einer Interpretation medialer Diskurse, von Narrativen und der Beobachtung spezifischer Praktiken nahe. Die interdisziplinäre Perspektive als Kombination aus kultur-, wissenssoziologischer und kulturhistorischer Perspektive interessiert sich insbesondere für die Konzepte *Krise*, *Wandel* und *soziales Unternehmertum*.

Die zentrale Prämisse des internationalen Vergleichs lautet, dass die *sozialen Welten* (Strauss 1978, 1991; Zifonun 2016) des deutschen und englischen Amateurfußballs von Beziehungen des Lokalen und Globalen sowie von Elementen aus Amateursport und Professionalismus gekennzeichnet sind. Eine solche Sichtweise betont die Vorstellung, dass das Globale ein Bereich der Imagination ist, welcher letztlich auf der lokalen Ebene analysiert werden muss. Die Idee von Globalisierung als einem eindimensionalen Prozess, der vor allem durch Standardisierung gekennzeichnet ist, wird hier also grundsätzlich in Frage gestellt (Robertson 1992).

Die beiden hier dargestellten Vereine aus Deutschland und England zeigen jeweils spezifische Ausprägungen in ihren Antworten auf globale Fragen und Anstöße, die inhaltlich in einigen Aspekten divergieren und in anderen übereinstimmen. Gemeinsam stellen Unterschiede und Ähnlichkeiten eine Art Blaupause zur Bewertung des Verhältnisses des Lokalen zum Globalen, des Amateurhaften zum

Professionellen bereit.¹ Die Methode des internationalen Fallvergleichs ermöglicht insofern nicht nur Einzelphänomene zu dokumentieren, sondern systematisch nach Mustern, Ähnlichkeiten und Differenzen zu suchen, die die Basis für grundlegende analytische Aussagen und entsprechende konzeptuelle Weiterentwicklungen darstellen können. Mit dem empirischen Fokus auf jeweilige Bezüge zu Krise, Wandel und sozialer Unternehmerschaft rücken die konkreten Praktiken in Verbindung mit ihrer jeweiligen Außendarstellung in den Vordergrund. Hier sind insbesondere Ansätze zur Veränderung über den Aus- oder Neubau der eigenen Sportanlage mit je eigenen Praktiken und Begründungen zu nennen, die im Zentrum der jeweiligen lokalen Wandlungsprozesse stehen.

Der vorliegende Artikel stellt zunächst einen theoretischen Bezug zwischen Praktiken im Kontext des Amateurfußballs und kulturellen Rahmungen her. Er knüpft dabei an vornehmlich soziologische und kulturhistorische Arbeiten an, die mit den Begriffen der *Glokalisierung* (Modernisierung, Kultur, Krise), der *Sozialen Welten*, des *Imaginären* und der *Sozialen Unternehmerschaft* arbeiten. Daran schließt sich eine ethnografisch wie auch inhaltsanalytisch vorgehende Untersuchung an, die den Transformationsprozessen der beiden ausgewählten Vereine vergleichend systematisch nachgeht. Abschließend wird dargelegt, wie die jeweiligen Ansätze zur Neukonstruktion einer Vereinsidentität im Rahmen einer Neubewertung in eine interkulturell vergleichbare *Ästhetik des Wandels* münden.

Analyserahmen und Methode

In den beiden dargestellten Fällen wird übereinstimmend von einer Veränderung der *interpretativen Basis* von nicht-professionellen Fußballvereinen seit den 1990er Jahren unter einem zunehmenden Modernisierungsdruck durch den professionellen Fußball ausgegangen. Unter *interpretativer Basis* werden hier diejenigen Interpretationsmuster verstanden, die sich auf die Ziele, die Praxisformen, mediale Inhalte, Möglichkeiten bzw. Schwierigkeiten und Krisen sowie den potentiellen Integrationseffekt des Fußballs beziehen (beispielhaft Naglo/Mittag/Porter 2019; Krossa/Naglo 2019; Gmünder/Zeyringer 2018; Beichelt 2018; Kaube 2018; Naglo 2018;

1 Während die Verfasser schon vor Jahren im Rahmen eines Sammelbandes zum Vergleich deutscher und englischer Fußballkultur kooperierten, begründet sich die jeweilige Fallauswahl hier auf die *Kunstrasenprojekte*, die sowohl in Bielstein als auch in Malvern Town ähnlich gerahmte Transformationsprozesse vermuten ließen. Beide Verfasser waren jahrelang in unterschiedlichen Funktionen in den ausgewählten Vereinen als Mitglieder involviert.

Kotthaus/von der Heyde 2016; Redhead 2015; Eisenberg/Gestrich 2012; Müller 2009; Giulianotti/Robertson 2009; Klein/Meuser 2008; Schwier 2000; Eisenberg 1999; Redhead 1997; Holt 1989). Historisch geht dieser Wandel beispielsweise mit dem verstärkten Einfluss von privatem und Bezahlfernsehen, der Einführung der Premier League und Champions League einher. Sportlich ist er mit der globalen Einführung der ‚Rückpassregel‘, vor allem aber von spezifischen Kriseninterpretationen und *symbolischen Zirkulationen* verbunden, die Vorstellungen lokaler, nationaler und globaler Fußballkulturen entscheidend prägen (Naglo 2014).

Symbolische Zirkulationen repräsentieren in diesem Sinne nicht nur die Verteilung materieller und immaterieller Güter, sondern erzeugen unter den Beteiligten vor allem die Wahrnehmung, Teil eines größeren Zusammenhangs zu sein (Lange-nohl 2010). Solche Prozesse haben das Potential, (kollektive) Identifikationen auf der Grundlage von Vorstellungen zu generieren. Demnach hilft die steigende Bezugnahme auf kulturelle Versatzstücke des Profifußballs durch *symbolischen Aktivismus* – verstanden als grundlegende und handlungsweisende Neubewertung des jeweiligen Gesamtvereins – lokal operierenden Amateurvereinen dabei, ihr Selbstverständnis zu schärfen. Diese Herstellung spezifischer Lokalität durch Bezugnahmen auf den nationalen/globalen Fußball ist ein paradoxer Prozess, der analytisch bislang nur wenig Beachtung gefunden hat (Zifonun/Naglo 2019).

Im Kontext des deutschen und englischen nicht-professionellen Fußballs weisen Tendenzen des Wandels im Sinne von Professionalisierung, Modernisierung oder Reorganisierung häufig Bezüge zum Konzept *Krise* auf. Damit verbunden ist die inhärente Aufforderung nach existenzsichernden Handlungen, ein Zusammenhang, der allgegenwärtig in lokalen Fußballdiskursen und durchaus auch international zu beobachten ist. Die inflationäre Nutzung des Begriffs deutet dabei auf eine eher vage Rhetorik als auf eine spezifische Interpretation von Situationen. Das Narrativ der Krise zeigt Unsicherheit an, aber auch Leiden und Martyrium und verweist auf eine unklare bzw. unbekannte Zukunft (Koselleck 2006: 203). Krise bezeichnet entsprechend Brüche in Routinen, die die Legitimität sozialer Welten bedrohen und häufig existenzielle Fragen aufwerfen. Gleichzeitig sind sie nicht selten essentieller Stimulus und Handlungsmotivation. In einer soziologischen Perspektive reflexiver Modernisierung (siehe z.B. Beck et al. 2003; Giddens 1990; Robertson 1992) sind es vor allem Krisenphänomene, anhand derer lokale soziale Welten (z. B. des Fußballs) sich geradezu gezwungen sehen, ihre Identität und zugrundeliegende Erzählungen immer wieder neu zu definieren (auch Sellnow/Seeger 2013).

Der organisierte, sehr populäre Amateurfußball bietet in diesem Zusammenhang als Bindeglied zwischen dem Globalen und dem Lokalen besonders viel Analysepotential in sozialwissenschaftlicher und historischer Perspektive. Hier wird die Fußballwelt herangezogen als ein Beispiel für eine umfassende, allgemeine gesellschaftliche Entwicklung: ein aussagekräftiges Beispiel einer sich globalisierenden Welt. Die Fußballwelt gerät auf einer Grundlage weltweiter medialer Konnektivität vermeintlich in Zugzwang hinsichtlich Optimierung und Anpassung („Modernisierungsdruck“), propagiert aber an der Oberfläche gleichzeitig ganz andere Werte wie Spaß oder Selbstverwirklichung. Dieses Spannungsverhältnis muss der Fußball über spezifische kulturelle Praktiken und Symboliken in seine jeweiligen lokalen Kontexte implementieren, als Sonderwelt mit spezifischen Beständen an Sonderwissen, die sie von anderen Welten abgrenzt. Gerade diese Kombination muss systematische Grundlage der Analyse sein, um nicht am Gegenstand und seinen konzeptuellen Grundlagen gleichsam vorbeizuschreiben. Dieser Ansatz bearbeitet auch ein bereits vor Jahren konstatiertes Desiderat der bestehenden Forschung zu Globalisierung und Fußball (Giulianotti/Robertson 2009).² Die Relevanz in konzeptuellem Sinne nimmt noch einmal zu, wenn man berücksichtigt, dass das Konzept Globalisierung ja bereits in seiner Terminologie existentiell auf das Lokale verweist.

Die Herangehensweise, über Fallanalysen und Fallvergleich ein soziales Handlungsrepertoire zu rekonstruieren, ist angelehnt an die hermeneutische Wissenssoziologie mit der Betonung von fortlaufenden gesellschaftlichen Konstruktionsprozessen in sozialen Interaktionen des Alltäglichen (Soeffner/Hitzler 1994; Hitzler/Reichert/Schröer 2020). Offengelegt werden soll damit letztlich, wie Subjekte ihre (Um-)Welt, ihre sozialen Beziehungen, Ereignisse und Erfahrungen interpretieren und diesen damit Sinn verleihen, hier beispielhaft im Rahmen einer Hermeneutik interkultureller Daten (auch Roslon/Bettmann 2020: 411). Die Fremdperspektive wird dabei gegen die eigene gespiegelt und soziale Praktiken, Kommunikationsprozesse und Sinnhorizonte in unterschiedlichen kulturellen Zusammenhängen kontrastiv analysiert. Im Zentrum steht dabei die Frage nach der praktischen Konstruktion von Wirklichkeit in deutschen und englischen sozialen Welten des Fußballs unter Berücksichtigung von Imaginationen, Selbstbeschreibungen, subjektiven Situationsdeutungen und potentiell abweichenden Kulturkonzepten.

2 Diese Einschätzung bestätigte Roland Robertson in einem persönlichen Gespräch.

Hier ist eine methodologische Grundannahme, dass die Fokussierung von Fußballereignissen in den verschiedenen Ausprägungen (Training, Spiele, Turniere, Festivitäten usw.) auch die Untersuchung von Fallbeispielen im Rahmen von *short-term field visits* ermöglicht (Zifonun/Naglo 2019). Diese Art der Vorgehensweise lässt sich mit der fokussierten Ethnographie im Sinne Knoblauchs verbinden (Knoblauch 2001): Anstatt ein Feld und seine kulturellen Grenzen komplett auszuloten, werden bestimmte Fragen auf der Grundlage theoretisch abgeleiteter Konzeptualisierungen erörtert (Langenohl 2015: 6). Der Zeitraum im Feld lässt sich also reduzieren, wenn sich die Forscherin bzw. der Forscher anhand theoretisch informierter Fragen und auch zumindest vorläufiger, davon abgeleiteter Thesen auf die Teilnahme von Kernaktivitäten, Events und beispielsweise damit zusammenhängenden Krisen oder Konflikten konzentriert und diese intensiv analysiert (Zifonun/Naglo 2019).

Das Datenmaterial zur Analyse entstand für den englischen Fall *Malvern Town FC* in einem Zeitrahmen zwischen 2015 und 2019, während das deutsche Beispiel *BSV Bielefeld* seit 2014 im Fokus des Forschungsinteresses steht. Analysiert wurden die Protokolle zahlreicher teilnehmender Beobachtungen sowie ein Archiv solcher Dokumente, die hinsichtlich des Themas besonders aussagekräftig sind. Neben den Internetauftritten sind dies beispielsweise Vereinsbroschüren und Spieltagsprogramme. Ziel dieses Arbeitsschritts war es, die durch einen Prozess der ‚Offizialisierung‘ gegangenen schriftlichen Verlautbarungen sowohl auf ihre direkten Aussagen hinsichtlich der Fragestellung zu überprüfen, als auch, sie als Analyseimpulse zu nutzen und in die durchgeführten Interviews einzubringen. Mit dieser Methodentriangulation (Flick 2004) sollte eine gegenseitige Prüfung und entsprechende Stärkung der Ergebnisse erzielt werden.

Ehrenamt und soziale Unternehmerschaft in Sportvereinen in kulturhistorischer Perspektive

Forschungsarbeiten zu ökonomischen Zusammenhängen haben schon vor geraumer Zeit die Bedeutung freiwilliger Arbeit (*intermediärer Sektor*) im Kontext der Aufrechterhaltung und der Entwicklung des organisierten Sports erkannt, insbesondere im nicht-professionellen Bereich. In der Regel wird argumentiert, dass der Sport nur aufgrund des großen Einsatzes unbezahlter Kräfte kosteneffektiv und gemeinnützig organisiert werden kann. Ein Großteil dieser freiwilligen Arbeit findet

im Rahmen des *Vereins* oder *Clubs* statt, der im deutschen und englischen Kontext als zentrale Institution in diesem Zusammenhang angesehen werden kann (zur Kontextualisierung im jeweiligen nationalen Setting siehe Naglo 2018, Vamplew 2016, Nathaus 2012; Hill 2002). Umfragen in verschiedenen europäischen Ländern bestätigen, dass Freiwillige verschiedene verantwortliche Funktionen in Sportvereinen übernehmen, wie u.a. Vorstandsmitglied, Schriftführer, sportlicher Leiter, Kassenwart, Trainer, Spieler, Spielführer, Betreuer (Andreff 2006: 219f.). In den häufig von interessierten und entsprechend in den jeweiligen Verein eingebundenen Mitgliedern verfassten Vereinschroniken werden diejenigen, die Woche für Woche mit sehr viel Aufwand und in der Regel ohne (finanzielle) Entschädigung im Verein arbeiten, häufig besonders gewürdigt (Porter 2019: 18).

In differenzierten Analysen wird nun in diesem Kontext argumentiert, dass die Rolle der Freiwilligen in Sportvereinen insgesamt anspruchsvoller geworden und gewissermaßen einer ‚Professionalisierung‘ unterzogen worden sei, vor allem hinsichtlich der Verwaltung der Finanzen. Dies gilt zunehmend für Vereine im Wandel, also solche, die beispielsweise Ambitionen haben, in höheren Ligen zu spielen oder ihre Sportanlage zu erneuern. Ging es früher für den Kassenwart oder Schatzmeister im Wesentlichen darum, die Finanzen des Vereins seriös zu verwalten und sicherzustellen, dass die zusätzlichen Einnahmen durch ein *basales Fundraising* (Essens- und Getränkeverkauf während der Spieltage, Wohltätigkeitsbazar, Tombola, Feste usw.) ein zuverlässiges Einkommen sicherten, erweiterte sich diese Rolle zu Beginn des 21. Jahrhunderts deutlich: Vereine, die öffentliche oder private Gelder und Genehmigungen beantragen wollten, sahen sich nun zunehmend gezwungen, mit Sportverbänden, Vertretern kommunaler Verwaltungen und kommerziellen Sponsoren in Verhandlungen zu treten. Waren kleine Fußballvereine in der Vergangenheit noch überzeugt, dass ihre bloße Existenz automatisch als Bereicherung der lokalen Gemeinschaft angesehen wurde, müssen sie sich heute das Wohlwollen der Öffentlichkeit, der Sponsoren und der Dachverbände aktiv erarbeiten. Dies geschieht vornehmlich durch einen besser koordinierten Austausch mit den lokalen Medien und das ‚Polieren‘ der eigenen Außendarstellung. Es ist daher nur wenig verwunderlich, dass ehrenamtliche Vereinsvertreter_innen mittlerweile häufig zusätzliche Kenntnisse in den Bereichen Buchhaltung, Management, Medienarbeit oder als Juristen vorweisen können (Andreff 2006: 220f.), ähnlich denjenigen, die man benötigt, ein relativ komplex strukturiertes kleines Unternehmen zu führen.

Obwohl sich dieser Transformationsprozess in den letzten Jahren allgemein beschleunigte, sollte das Element historischer Kontinuität nicht außer Acht gelassen werden. Bereits im späten 19. Jahrhundert waren sich die leitenden Akteure in Fußballvereinen bewusst, dass diese, um zu prosperieren oder auch nur zu überleben, letztlich wie ein kleines Unternehmen geführt werden mussten (Porter/Vamplew 2018: 632f.). Die erfolgreicherer Vereine in diesem System demonstrierten dabei unternehmerische Fähigkeiten, die langfristig einen Wettbewerbsvorteil bedeuteten. Ähnliche Voraussetzungen gelten noch heute für Amateurvereine, d.h. sie benötigen unabhängig vom sportlichen Niveau eine stabile finanzielle Grundlage: Wenn die laufenden Kosten nicht gedeckt werden können, wird der Verein als Unternehmen auch nicht überleben (Vamplew 2018: 184). Arbeiten zu sportbezogener (sozialer) Unternehmerschaft betonen daher die Bedeutung der Entwicklung strategischer Geschäftskombinationen und das Erschließen neuer marktrelevanter Felder (Porter 2018: 648ff.).

Eine anerkannte und umfassende Definition der Begriffe *Unternehmer* (entrepreneur) und *Unternehmertum* (entrepreneurship) konnte sich allerdings bislang noch nicht durchsetzen. Annäherungsweise hat sich jedoch ein Konsens im Hinblick auf die folgenden Elemente etabliert: Unternehmer_innen werden demnach als irgendwie entscheidungsbefugte Personen betrachtet, die entweder unabhängig oder als Teil eines Unternehmens arbeiten und im Arbeitsprozess eine Einschätzung unter partiell unsicheren und unübersichtlichen Bedingungen tätigen. Ziel dieses Prozesses ist es letztlich, Möglichkeiten des Profiterwerbs für das jeweilige Unternehmen zu identifizieren (Porter/Vamplew 2018: 626-634).

Wie lässt sich nun dieser Versuch einer Definition auf den Bereich des Amateurfußballs übertragen, bei dem das Streben nach Profit *per definitionem* nachrangig ist? Die Antwort auf diese Frage verlangt eine Ergänzung der oben formulierten Definition von Unternehmertum um Aspekte wie *innovatives Verhalten* im Allgemeinen und die Erkenntnis bzw. Akzeptanz, dass *Gewinn* unterschiedliche, nämlich sowohl materielle als auch nicht-materielle Formen annehmen kann (Montayne 2010: 558). Vamplew entfaltete in diesem Zusammenhang ein Konzept des *sozialen Unternehmertums* (Social Entrepreneurship), welches das zentrale Ziel *sozialer Erträge* gegenüber finanziellen Betriebsüberschüssen in den Mittelpunkt rückt. Während der Ansatz des klassischen Unternehmertums grundsätzlich auf das Finanzielle ausgerichtet ist, finden sich Vamplew zufolge auf unteren Ebenen des Amateurfußballs häufiger abweichende Prioritäten bzgl. der zu erreichenden Ziele. Diese beinhalten bspw. eine gute Reputation innerhalb der lokalen Gemeinschaft

oder das erfolgreiche Umsetzen eines spezifischen Projekts, wie den Bau eines neuen Kunstrasenplatzes oder die erfolgreiche Installation einer neuen Flutlichtanlage (Vamplew 2018: 187-196). In diesen Bereich fällt beispielsweise auch das Einwerben von Geldern im Rahmen von sogenannten Integrationsprojekten und Preisverleihungen im Wettbewerb mit anderen Vereinen, was wiederum die Ambivalenz des Konzepts sozialer Unternehmerschaft verdeutlicht. Hier lässt sich nun der empirische Teil des Aufsatzes anschließen, der eine Untersuchung der nicht-professionellen Vereine *Malvern Town FC* und *BSV Bielstein* im englischen und deutschen Kontext³ als systematisch vergleichende Fallanalysen entfaltet.

Die sozialen Welten des Malvern Town FC und des BSV Bielstein

Der *Malvern Town FC*, gegründet 1946, ist beheimatet im Malvern Hills District in Worcestershire, einer eher ländlichen Gegend in den englischen West Midlands. Der Verein ist im Stadtteil Pickersleigh Ward angesiedelt, der von den Bewohnern der Stadt als eher sozial schwach eingeordnet wird. Der Ort Malvern mit seinen ca. 30.000 Einwohner_innen weist ein ‚Mittelklassenambiente‘ auf und unterscheidet sich deutlich vom industrialisierten städtischen Umfeld, das man traditionell mit englischen Proficlubs in Verbindung bringt. Die nächstgelegenen *Premier League* und *Championship-Vereine* sind *Aston Villa* und *Wolverhampton Wanderers* sowie *Birmingham City* und *West Bromwich Albion*, die alle in einem Umkreis von ca. 40 Kilometern zu finden sind. Worcestershire ist außerdem die Heimat einer Anzahl von ‚semi-professionell‘ agierenden Vereinen, die unterhalb der ersten vier profes-

3 Die nationalen Dachverbände sind der Deutsche Fußball-Bund (DFB) und die englische Football Association (FA). Es existieren unter dem Dach der englischen Football Association – im Sinne einer quantitativen Unterscheidung – 51 Regionalverbände (*County FAs*), wohingegen der DFB lediglich in 21 Landesverbände untergliedert ist. Im englischen Kontext werden die Mannschaften, die sich knapp unterhalb der professionellen Ligen (Premier League, The Championship, League One, League Two, insgesamt 92 Mannschaften) in der Pyramide des nationalen Systems einordnen lassen, als *Non-League Clubs* deklariert, da sie professionellen oder semi-professionellen Fußball außerhalb der ausgewiesenen Profiligen spielen. Dies beinhaltet eine Trennung des professionellen vom vermeintlichen Amateursystem und eine Dezentralisierung, die das deutsche System so nicht kennt und zeigt sich beispielsweise, wenn man die Internetauftritte der Ligen vergleicht: Während in England jede Liga ihren eigenen Internetauftritt mit eigener Organisation und eigenem Sponsor aufweist (siehe etwa den Auftritt der North Lancashire Premier League unter <http://www.nflf.org.uk>), treten die einzelnen Ligen in Deutschland immer als klar erkennbarer Teil der DFB-Hierarchie auf (siehe etwa die offiziell vom DFB initiierte Internet-Seite fussball.de).

sionellen Liga-Ebenen verortet sind und deshalb als sogenannte *Non League Clubs* firmieren. Der Verein *Kidderminster Harriers* etwa hat zwischen in den Jahren 2000 und 2005 professionell in der *English Football League (EFL) Division Two* gespielt und ist mittlerweile in der *National League North* aktiv, auf der dritten Ebene der so genannten *Non League Pyramid*. *Malvern Town* spielt gegenwärtig in der *Hellenic League Division One West*, einer regionalen Liga für Vereine in den South-West Midlands und ist entsprechend drei Ebenen unterhalb, auf Ebene 6 der Pyramide, zu finden. Seit dem Aufstieg aus dem *local league football* im Jahr 1955 spielt die so genannte ‚Erste Mannschaft‘ (*First Team*), die im Fußball international als Aushängeschild des jeweiligen Vereins betrachtet wird, nun konstant auf diesem Niveau. Seit kurzem jedoch haben die *Hillsiders*, wie der Verein und seine Mannschaften auch genannt werden, Aufstiegsambitionen. Nach dem ersten Spiel auf ihrem neu gebauten *Third Generation (3G)* Kunstrasenplatz verkündete der Vorsitzende (*Chairman*), dass der Verein nun über die entsprechende Infrastruktur verfüge, den sportlichen Aufstieg bis auf Ebene 3 der Pyramide ins Auge zu fassen. Die durchaus ermutigende Zuschauer_innenzahl von 387 an diesem Abend lag jedenfalls ungefähr doppelt so hoch wie der bis dahin erzielte Saisondurchschnitt. Entsprechend positiv und zufrieden äußerte sich auch der Chairman des Clubs in der lokalen Presse (*Worcester News*, 14. November 2019).

Der BSV (Ball sportverein) Bielstein ist ansässig in einem kleinen Ort (ca. 5,800 Einwohner_innen, 1. April 2013) im oberbergischen Kreis als Teil der Stadt Wiehl, in relativer Nähe zu den städtischen Zentren Köln und Siegen. Der Verein wurde 1929 gegründet und hat laut Angaben auf der eigenen Internetseite mittlerweile 520 ‚aktive‘ und ‚passive‘⁴ Mitglieder – davon sind ca. 30 neu aufgenommene Geflüchtete. Weiterhin verfügt der BSV Bielstein über 50 ehrenamtliche Mitarbeiter_innen, 35 Trainer_innen, sechs Senior_innenmannschaften, 13 Junior_innenmannschaften und neuerdings eine sogenannte Inklusionsmannschaft für Menschen mit geistiger Behinderung.⁵ Der Verein besteht nur aus einer Fußballabteilung, ist also ein reiner Fußballverein mit einem durchaus professionell wirkenden Internetauftritt. Dieser wird als sehr bedeutsam für die Außendarstellung angesehen und dient als Kommunikationsplattform sowie als Online-Shop für Fanartikel, in dem beispielsweise Kleidung für Frauen, Männer, Kinder und Babys, Accessoires und Handy-Hüllen käuflich zu erwerben sind. Die Erste Herrenmannschaft des BSV spielte nach dem Abstieg seit 2008 in der zweitniedrigsten Liga des Landes-

4 *Passiv* bezieht sich hier auf Mitglieder, die nicht aktiv am Spielbetrieb teilnehmen, trotzdem aber den Mitgliedsbeitrag entrichten und so den Verein unterstützen.

5 <https://www.bsv-bielstein.de/teams/inklusion> (21.1.2020).

verbands Mittelrhein (Kreisliga C), schaffte dann aber in der Saison 2017/2018 wieder den Aufstieg in die Kreisliga B.

Die Wahl des BSV Bielstein als Fallstudie ist weitgehend durch den offenkundig unternehmerischen Ansatz des von den Mitgliedern gewählten Vorstands motiviert, der entschied, den Verein zu re-strukturieren. Grundlage dieser Entscheidung war eine wahrgenommene Krise, die den Gesamtverein in seiner Existenz zu bedrohen schien. Im Zentrum dieses Prozesses stand das Projekt, einen neuen, qualitativ hochwertigen *Kunstrasenplatz* zu bauen, der den altgedienten und als minderwertig betrachteten *Tennenplatz*, der 1982 wiederum an die Stelle des ursprünglich dort liegenden Naturrasens trat, ersetzen sollte. Dieser Zusammenhang einer wahrgenommenen Krise des Vereins, auf die mit dem Bau einer neuen Sportanlage geantwortet wurde, weist deutliche Parallelen zur Entwicklung des englischen Fallbeispiels Malvern Town FC auf.

Die Vereine und der neue Platz: Existenzielle Krisen und Strategien der Legitimierung

Viele Vereine, die auf einem ähnlichen sportlichen Niveau wie Malvern Town agieren, formulieren eher bescheidene Ansprüche. Ihnen geht es vermeintlich nicht in erster Linie um Titel, Pokale oder Aufstiege, sondern vor allem um Spaß und Entspannung (Porter 2019: 22). Die Aufgabe der Existenzsicherung stellt sich wiederkehrend von Spielzeit zu Spielzeit, was wiederum impliziert, dass die jeweils zur Verfügung stehenden Ressourcen im Sinne des Vereins möglichst sinnvoll eingesetzt werden müssen. Vereinsarbeit findet also häufig unter prekären Bedingungen statt und eine andere Zielsetzung als die reine Sicherung der Existenzgrundlage ist nur selten denkbar. Wahrgenommene Krisen sind unter den beschriebenen Bedingungen mitunter als eine Begleiterscheinung im Lebenszyklus eines Vereins anzusehen, bieten aber auch Möglichkeiten zur Transformation bzw. Modernisierung für den jeweiligen Verein, z.B. durch *symbolisches* bzw. *unternehmerisches* Handeln (Naglo 2018: 796ff.).

Die Wahrnehmung einer Krise ist im Amateurfußball also häufig wichtig, um Transformationsprozesse anzustoßen. Für Malvern Town – ähnlich wie beim BSV Bielstein – war eine solche Interpretation der Situation 2013 allgegenwärtig, als die Schuldenbelastung des Clubs von ca. £200.000 die Verantwortlichen zwangen, das

veraltete und marode Stadion zu verkaufen. In diesem Kontext erreichte ein *Save Malvern Town Football Club Consortium* (SMTFCC), das von zwei lokal ansässigen Geschäftsleuten gegründet und geleitet wurde, einen Schuldenaufschub und initiierte damit eine radikale Transformation des Vereins. Der Club sollte demnach fortan nicht mehr von seinen Mitgliedern, sondern von einem Management-Team geführt werden. Die Mitglieder erklärten sich selbst hiermit weitgehend einverstanden (Malvern Gazette, 23. August 2013; 27. September 2013). Da der Verein durch das Konsortium de facto gerettet wurde, gab es in der Folge keinen nennenswerten Widerstand gegen weiterführende strategische Pläne des SMTFCC. Im Zweifel wurde immer wieder rechtfertigend auf die Notlage verwiesen, die zu dem Zeitpunkt herrschte, als das Konsortium seine Arbeit aufnahm: So musste an einem Abend etwa ein Spiel unter Flutlicht abgebrochen werden, weil die Stadt die Stromzufuhr im Stadion unterbrach. Diese Anekdote kann mittlerweile als fester Bestandteil des *Krisen- und Modernisierungsnarrativs* des Vereins gelten. Der Vorsitzende sprach in dieser Hinsicht stolz von einer „gigantischen Leistung“ aller Beteiligten (Malvern Gazette, 20. Juli 2018). In diesem Sinne kann die Krise des Jahres 2013 auch als Teil des legitimierenden Narrativs des Managements betrachtet werden.

Die Medienberichterstattung über die beiden Geschäftsleute, die das Konsortium ins Leben riefen und damit den Fußball in der Stadt vermeintlich retteten, konzentrierte sich zunächst auf deren relativ junges Alter, ihr weit verzweigtes lokales Netzwerk sowie die ihnen weitgehend unterstellte Expertise: Sie gehörten zu den jüngsten Besitzern eines Fußballvereins in England und beide leiteten jeweils ein Unternehmen, von denen eines klaren Fußballbezug hatte. Zudem war einer der Besitzer ein aktiver Spieler, während der andere als Trainer der *academy* (Nachwuchsleistungszentrum) des damaligen Premier League-Vereins *West Bromwich Albion* arbeitete (Malvern Gazette, 27. September 2013). Mittlerweile ist nur noch einer der beiden im Verein tätig, da erstgenannter kurzfristig, aus persönlichen Gründen, sein Amt als Co-Vorsitzender im Jahr 2015 aufgeben musste. Diese unvorhersehbare Entwicklung sorgte zwar kurzzeitig für Irritationen im Umfeld des Clubs (Worcester News, 13. Februar und 6. Oktober 2016), die Struktur des Vereins blieb jedoch insgesamt unangetastet, wenn auch seitdem mit nur noch einem *Chairman*.⁶

Es lässt sich festhalten, dass die zentralen Akteure des Konsortiums zwar sicherlich ihr geschäftliches Profil in der lokalen Gemeinschaft im Sinn hatten, dass

6 <https://www.malverntown.co.uk/ClubContacts.aspx> (29.1.2020)

ihr Einsatz zudem aber – zumindest in der Außendarstellung – auch der Zukunft des Vereins als Ort sozialen Miteinanders in der Stadt zugutekommen sollte. Dies beinhaltete auch das Schaffen einer neuwertigen Sportstätte für die Einwohner der Stadt (Malvern Gazette, 30. Mai 2014). Hier lässt sich durchaus grundsätzlich von einem Fall sozialer Unternehmerschaft im Sport sprechen (Ratten/Babiak 2010: 483). Strategische Entscheidungen in solchen Kontexten beziehen dabei häufig unterschiedliche Akteure in die Abläufe ein, auch wenn spezifische Interessen durchaus voneinander abweichen können.

Nachdem bereits einige der älteren (Hart)Plätze in der Gegend durch Kunstrasenflächen ersetzt worden waren, entschied sich der Vorstand des BSV Bielstein im Jahr 2014 den alten, weitgehend begrenzungsfreien *Tennenplatz* durch eine rundum eingezäunte *Arena* mit einem Kunstrasenplatz als neuer Spielfläche zu ersetzen. Die Mitglieder argumentierten in informellen Gesprächen, dass der alte Hartplatz die Krise verkörpere, in der sich der Verein befunden habe, beispielsweise in Bezug auf die Kernaktivität *Fußball spielen*: „Man kann einfach keinen vernünftigen Fußball auf diesem Platz spielen“. Ein weiteres Argument betraf Fragen der Sicherheit und Gesundheit: „Der alte Platz ist so hart und uneben, dass das Spielen darauf wegen der Verletzungsgefahr zu gefährlich ist“. Darüber hinaus ging es häufig um die Wettbewerbsfähigkeit des Vereins jenseits der Kernaktivität: „Jeder Verein in der Gegend hat einen besseren Platz und bekommt daher bessere Spieler für die Jugend- und Seniorenmannschaften“. Es wurde sogar argumentiert, dass die Gesamtexistenz des Vereins vom Bau des neuen Platzes abhängen würde. Letztgenanntes Argument kann auch als Teil eines integrativen, gleichsam universalen *Krisen- und Modernisierungsnarrativs* verstanden werden – vergleichbar mit demjenigen des Malvern Town FC –, das Gültigkeit und Bedeutung behauptet, unabhängig von lokalen Praktiken, Diskursen und Wertorientierungen.

Bei Mitgliederversammlungen, in einem speziell entworfenen Flyer oder auf der vereinseigenen Website wurde daran anschließend argumentiert, dass der Bau des neuen Kunstrasens langfristig zu einem Anstieg der Mitgliederzahlen führen und die Verpflichtung talentierter Jugend- und Senior_innenspieler möglich machen würde. Darüber hinaus vertrat der Vorstand die Ansicht, dass die im Ort ansässige Schule den Platz benutzen könne, gleichsam als Gesamtstrategie zur Integration der dörflichen Gemeinschaft. Beständiger Teil des legitimierenden Narrativs war die Betonung der visuellen Attraktivitätssteigerung durch den neuen

Platz.⁷ Ein weiterer Punkt des Vorstands in der Argumentationslinie pro-Kunstrasen betraf die Kernaktivität: Der neue Untergrund würde demnach die Möglichkeit bieten, professionelleres Training im Hinblick auf die Ausbildung von Spielern in den Bereichen Taktik, Schnelligkeit und Technik zu ermöglichen. Dies auf einem Platz, der das ganze Jahr über (wetterunabhängig) bespielbar sei, dessen Unterhaltung einfacher und günstiger wäre, weshalb – alles zusammen genommen – perspektivisch deutlich weniger Spiele ausfallen würden. Der unterstützende Diskurs versetzte den Verein in die Lage, an den Fußball angrenzende soziale Welten und Sub-Welten wie die Welt des professionellen Fußballs, die soziale Welt von Geflüchteten oder die sozialen Welten der ansässigen Schule bzw. der dörflichen Gemeinschaft direkt mit dem Kunstrasenprojekt zu verbinden (Naglo 2018).

Ein weiteres ausgesprochenes Ziel des Vorstands bestand in der vermeintlichen Stärkung der lokalen Gemeinschaft des Dorfes durch kollektive Praktiken im Rahmen des Kunstrasenbaus. Dieses Ziel bot Überschneidungen mit der Notwendigkeit, zur Finanzierung des Projektes neue Sponsoren zu gewinnen. Da der Verein ein beträchtliches Finanzvolumen aufbringen musste, um den neuen Platz schuldenfrei zu finanzieren, schickte man beispielsweise Jugendspieler_innen zum Sammeln von Spenden im Ort los. Traditionelle Partyevents wie Halloween und Karneval und der so genannte Quadratmeterverkauf wurden ebenfalls genutzt um Mittel zusammenzutragen. Die Einwerbung dieser Gelder wurde von einem eigens zu diesem Zweck eingesetzten Team mit der expliziten Aufgabe organisiert, weitere Sponsoren für das Projekt zu gewinnen. Wichtige Voraussetzung und Forderung seitens der Vereinsführung war dabei immer die uneingeschränkte Loyalität der Mitglieder.

Es ließ sich in der Folge beobachten, dass die gemeinsamen Praktiken tatsächlich einen positiven Effekt auf die vereinsinterne Gemeinschaft hatten, da sich durch die zahlreichen Events und Arbeitseinsätze im Rahmen des Projekts die Zeit vervielfachte, die die Mitglieder in direktem Kontakt miteinander verbrachten. Gleichzeitig wurde der aktive Einsatz für das Projekt von den Verantwortlichen, also über die reine Entrichtung des Mitgliedsbeitrags hinaus, eingefordert. Die Einwerbung der Mittel mutierte in dieser Zeit zum Zentrum des Vereinslebens, da das ausgesprochene Ziel darin bestand, die ‚neue Ära‘ des Vereins schuldenfrei anzutreten. Nach Abschluss der Bauarbeiten rund um den neuen Platz und das Vereinsheim organisierte der BSV Bielstein eine Reihe von Events, die die Sichtbarkeit

7 Laut erwähntem Flyer eine „visuelle Attraktivitätssteigerung des Freizeit- und Sportgeländes in Bielstein“.

des Vereins in der lokalen Region und die Außendarstellung verbessern sollte. Ein Beispiel war die Veranstaltung rund um die DFB-Ehrenrunde, für die man sich erfolgreich beworben hatte.⁸

Die Vision: Der Verein als Unternehmen

Im Rahmen eines internen Evaluationsverfahrens konnten die führenden Persönlichkeiten des Malvern Town FC und des Konsortiums im Juli 2017 auf verschiedene Erfolge ihrer Arbeit verweisen. Sie hatten die Schulden getilgt und so die finanzielle Stabilität des Vereins wiederhergestellt. Darüber hinaus blieb das Stadion im Besitz des Clubs, und man hatte bereits punktuell Verbesserungen an der Anlage vornehmen können. Die erste Mannschaft spielte indes erfolgreich in der *West Midlands Premier League*, wo sie zu den stärkeren Teams zählte. Aber vor allem konnte der Verein behaupten, dass er nun im Zentrum der Gemeinschaft angekommen war (Malvern Gazette, 30 October 2017). In dieser Situation erschien es realistisch, den Club weiter finanziell zu konsolidieren und ihn gleichzeitig auf das Ziel des höherklassigen Fußballs einzuschwören. Das sogenannte *Project 2020*, initiiert im Mai 2018 und abgeschlossen im November 2019, wurde schließlich genau zu diesem Zweck ins Leben gerufen.

Project 2020 verdeutlicht den Wandel des Vereins zu einem sozial agierenden Unternehmen. Mit einem finanziellen Aufwand von rund £1.000.000 wurde die gesamte Stadionanlage erneuert. Der Fokus lag auf dem Bau des hochmodernen 3G-Platzes – gegenwärtig zu betrachten als potentes Symbol der Modernisierung im nicht-professionellen Fußball (Naglo 2018) –, der das Vereinsprofil verbessern und gleichsam materiell die Voraussetzungen schaffen sollte, in die nächsthöhere Liga aufzusteigen. Ein zusätzlicher finanzieller Bonus sollte durch die Vermietung der Anlage erzielt werden, da verschiedene Vereine und Mannschaften in der Umgebung nur limitierten Zugang zu Sportplätzen hatten. Malvern Town konnte so die Auslastung des Stadions weiter maximieren und gleichzeitig daran verdienen.

Die vereinsinterne Rhetorik rund um das Projekt bezog sich sowohl auf Professionalisierungsaspekte als auch auf soziales Engagement im weitesten Sinne. Obwohl Malverns Spieler nicht als professionelle Fußballer einzustufen sind, ha-

8 <https://kampagne.dfb.de/ehrenrunde/route/stopp/ballspielverein-viktoria-bielstein-1920> ev/#!/galerie (21.1.2020).

ben sie doch zumindest laut Außendarstellung des Clubs Zugang zu einer professionellen Maßstäben genügenden Sportanlage.⁹ Die Gelder für die neue Anlage stammten aus verschiedenen Quellen, wie etwa Zuschüssen des *Premier League/Football Association's Facilities Fund* (£600.000), des *Malvern Hills District Council* (£300.000) sowie dem *Football Foundation's Stadium Improvement Fund* (£100.000).¹⁰ Außerdem war der Verein in der Lage, weitere £50.000 an Sponsorengeldern und Spenden zu sammeln, einiges davon als Spendengeld, anderes in Form von Arbeitseinsätzen von Mitgliedern bzw. Freiwilligen (Malvern Gazette, 9. Mai 2019). Die erfolgreiche Fertigstellung des ambitionierten Projekts illustriert die Vorteile, die durch soziales Unternehmertum entstehen können, wenn strategische Verbindungen mit lokalen Regierungsstellen, Sponsoren und weiteren Akteuren zielführend aktiviert werden. In diesem Fall entwickelten auch Zuschauer und Spieler eine grundsätzlich positive Haltung dem Projekt gegenüber.¹¹

Beim BSV Bielstein beinhaltet die Bereitstellung der neuen Anlage eine komplette Umdeutung und Erneuerung des Vereins mit dem zentralen Ziel, zum „führenden Fußballbreitensportverein der Region“ aufzusteigen.¹² In diesem Zusammenhang ist, neben anderen Entwicklungen, das neue Vereinsheim bzw. ein neu entworfener Internetauftritt zu nennen. Außerdem hat der Verein mittlerweile einen Ältestenrat, eine Frauenbeauftragte und einen Integrationsbeauftragten – alle in ehrenamtlicher Funktion – ernannt. Der Verein wurde seit der Fertigstellung der neuen Anlage bereits mehrfach für sein soziales Engagement mit Preisen ausgezeichnet, etwa durch den Bundesligaverein Bayer 04 Leverkusen oder durch den Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB), im Rahmen des bundesweit angelegten Programms *Integration durch Sport*. Das zeigt eine zunehmend professionelle Haltung und Ausrichtung in Bezug auf Bereiche jenseits der konkreten Kernaktivität – um für Preise berücksichtigt zu werden, müssen in der Regel mehr oder weniger aufwendige Bewerbungen eingereicht werden –, in denen der Verein mit anderen der Region in Konkurrenz steht. Für die diversen Modernisierungsbestrebungen war es jeweils bedeutsam, die Mehrheit der Mitglieder davon zu überzeugen, dass diese strategische Ausrichtung die richtige sei für die Zukunft des Vereins.

9 malverntown.co.uk/clubinfo/project-2020 (28.1.2020)

10 www.footballfoundation.org.uk/funding-schemes (4.12.2020)

11 So sagte ein langjähriger Spieler am Abend des ersten Matches auf dem neuen Astro-Turf: „I've been here seven seasons and never known it as good as this“ [...] “the club really means business” (Malvern Town FC match programme, 16. November 2019).

12 <https://www.bsv-bielstein.de/fileadmin/html/default/media/vereinszeitschrift/2017/#8> (28.1.2020).

Die ambitionierte Idee, zum „führenden Fußballbreitensportverein der Region“ aufzusteigen, wird verbunden mit einer Reihe von Werten, die der Verein in einer öffentlichen Publikation auflistet: Solidarität, Spaß, Gemeinschaft, Erfolg, Fairness, Toleranz, Verantwortungsbewusstsein, Gastfreundlichkeit, Persönlichkeit, Weiterentwicklung.¹³ Während die reine Auflistung dieser Werte relativ vage bleibt, argumentierte der 1. Vorsitzende in einem Interview, dass es außerdem Wachstum, Selbstbewusstsein und einem zunehmenden Einsatz von ökonomischer und organisationaler Intelligenz bedarf, um langfristig erfolgreich zu sein. Die für die Strategie des Vereins Verantwortlichen müssten daher konsequenterweise eher wie Geschäftsführende einer „richtigen Firma“ denken und handeln. Er betonte außerdem, dass es keine Stagnation geben dürfe, und dass Fortschritt im Zentrum der Entwicklung des Vereins stünde. Gleichzeitig bezeichnete er die soziale Integration als wichtigsten Aspekt der Vereinsidentität, die ein einladendes Klima für Kinder, Heranwachsende und Geflüchtete schaffen solle.

Diese Sichtweisen offenbaren den zweideutigen Charakter der Strategie des Vereins, die typisch geworden ist für die soziale Welt des nicht-professionellen Fußballs, zumindest in Deutschland. In diesem Zusammenhang ist die strategische Vision des Vereins bedeutsam, vor allem vertreten durch den Vorstand und sich ausdrückend in der Forderung, dass der Verein sich von einem ‚Dorfverein‘ zu einem ‚Kleinunternehmen‘ entwickeln müsse, um konkurrenzfähig zu bleiben. Der 1. Vorsitzende folgerte außerdem, dass der Verein eine beträchtliche Geldsumme verlieren werde, sollte die erste Mannschaft nicht zügig aufsteigen. Für den Fall eines Ausbleibens des sportlichen Erfolgs kündigte er seinen Rücktritt an. In diesem Sinne schreitet die Krise voran, und zwar ohne einen grundlegenden Perspektivenwechsel, sondern lediglich mit einem relativen Wechsel der Fokussierung, während der existenzielle Kampf weiter bestehen bleibt.

In der Saison 2017/2018 verpflichtete der Verein einen neuen Trainer sowie eine Reihe neuer Spieler und stieg prompt auf in die nächsthöhere Spielklasse (Kreisliga B), wo man – vor der Unterbrechung der Saison durch die ‚Corona-Krise‘ – im unteren Tabellendrittel rangierte. In der gegenwärtigen Situation und vor dem Hintergrund der schwierigen gesamtgesellschaftlichen Umstände scheint sich der Verein wieder auf die soziale Seite zu fokussieren. Er wirbt verstärkt um die Teilnahme der Mitglieder an einem Inklusionsprojekt der ortsansässigen Sparkasse und informiert gleichzeitig über Aktionen rund um das in diesem Jahr anstehende

13 <https://www.bsv-bielstein.de/fileadmin/html/default/media/vereinszeitschrift/2017/#8> (28.1.2020).

100-jährige Jubiläum. Was den Malvern Town FC angeht, sei hier kurz erwähnt, dass der Club durch den frühzeitigen Abbruch der Saison für alle Mannschaften im Amateurbereich in England um seinen fast sicheren Aufstieg gebracht wurde – in Deutschland ist die Saison zunächst bis zum 31.8.2020 unterbrochen und es sieht in verschiedenen Landesverbänden so aus, als würde sie „sportlich unvollständig beendet“.¹⁴ Die gesamtgesellschaftliche Krise hat hier also den sportlichen und unternehmerischen Aufschwung zunächst gestoppt.

Fazit: Implikationen der Fallstudien für eine internationale Ästhetik des Wandels

Der Fallvergleich zeigt, wie zwei Amateurvereine in Deutschland und England gelernt haben, ihre Aktivitäten in einer unternehmerischen Art und Weise durchzuführen und gleichzeitig im *not-for-profit*-Sektor zu verbleiben. Dies geht einher mit einer strategischen Neuausrichtung der zentralen Akteure, die durchaus als soziales Unternehmertum im oben entwickelten Sinne bezeichnet werden kann. Bemerkenswert am Fall des Malvern Town FC ist der Umstand, dass sich die ‚Rettung aus der Krise‘ in Form eines externen Konsortiums präsentierte, wohingegen sich die Entwicklung beim BSV Bielstein anders darstellte. Hier lässt sich eher von einem vereinsinternen Prozess sprechen, der aber durchaus unternehmerische Aktivitäten beinhaltete. Die je unterschiedliche Herangehensweise der beiden Vereine lässt dabei grundsätzlich verschiedene Vorstellungen und Bedeutungszuweisungen (Vereinspolitiken, Mitgliedereinfluss, externes Kapital) erkennen.¹⁵ Versteht man nationale Fußballkulturen als spezifische Diskursräume in sozialen Welten und solche der Zirkulation von Symbolen, die geprägt, geformt und kreativ konstruiert werden durch regional (lokal), national und global agierende Medien, sowie als lokal spezifische Praktiken, Selbstverständnisse und Gemeinschaftsformen, lassen sich hier potentiell gegenläufige Entwicklungen und somit die These lokaler und nationaler Spezifika bzw. glokaler Formen und Praktiken konstatieren.

14 So beispielsweise die offiziellen Äußerungen des Südwestdeutschen Fußballverbands (<https://www.swfv.de/index.php/>) (8.5.2020).

15 Diese *kulturellen Unterschiede* bzgl. des Mitgliedereinflusses finden sich auf den ersten Blick auch im professionellen Bereich: Während die Profivereine in Deutschland auf der Basis der 50+1-Regel von den Mitgliedern geführt werden, sind im englischen Fußball allmächtige Sponsoren, die die Vereine gleichzeitig besitzen, keine Seltenheit.

Die *Krise* des Vereins war gleichzeitig in beiden Fällen von zentraler Bedeutung und Anlass, Wandlungsprozesse in die Wege zu leiten. Die Metamorphose der Vereine hin zu einer unternehmerischen Ausrichtung, unterstützt durch entsprechende Narrative, ist offensichtlich. In beiden Fällen übereinstimmend wurden die Transformationsprozesse initiiert durch die Aufwertung der vereinseigenen Sportanlage, insbesondere aber durch die symbolische Instrumentalisierung des Kunstrasenplatzes. Dieser wird im Rahmen des Prozesses als prestigeträchtig innerhalb der lokalen Gemeinschaft angesehen, erlaubt aber gleichzeitig Anschlüsse an die professionelle Welt des Fußballs. Jeder kleine Fußballverein stellt also eine globalisierte soziale Welt dar (Zifonun/Naglo 2019), die charakterisiert ist durch spezifische Praktiken sowie bestimmte interne und externe Diskurse oder identitätsbezogene Narrative. Die vorherrschenden Erzählungen dieser Art sind innerhalb eines Vereins häufig definiert durch die Betonung sozialer Werte (Krossa/Naglo 2019). Gleichzeitig sind sie aber auch sprachlich geformt durch die globale und professionelle Welt des Fußballs (Naglo 2017: 417). Der Wandel der Vereine geht jeweils mit einer systematischen Neuausrichtung und Revitalisierung einher, wobei im Zentrum mitunter umfassende strategische Planungen für den ökonomischen und sportlichen Bereich stehen – *Vision 2020* bzw. *Project 2020* seien hier nochmal genannt. Diese Pläne sind in den Diskursen rund um die Transformationsprozesse wiederum anschlussfähig an die lokale Gemeinschaft und auch an allgemeingültige Werte, wie Solidarität, Fairness oder Toleranz. Insgesamt können solche Ansätze, die jeweiligen Vereinsidentitäten neu zu definieren, als Beispiele eines *symbolischen Aktivismus* gegenüber einer je wahrgenommenen Krise aufgefasst werden. Die Installation des Kunstrasens, im Wesentlichen initiiert durch die sozialen Akteure der beiden Vereine, führt dabei zu einer Neudefinition ihrer sozialen Welt und letztlich – so lässt sich festhalten – zur Wahrnehmung einer (vorläufigen) Überwindung der Krise.

Zusammenfassend lässt sich für den internationalen Vergleich anhand der beiden Vereine Malvern Town FC und BSV Bielstein eine *Ästhetik des Wandels* mit Legitimierungsstrategien im Rahmen von Krise konstatieren: Diese kann verknüpft werden mit Bezugnahmen auf Professionalismus oder den Willen, professionellere Strukturen aufzubauen und damit auf den globalen Profifußball. Lokal gehört dazu die forcierte Mobilisierung von Sponsoren und Mitgliedern sowie die Einforderung und Betonung ihrer Loyalität in je unterschiedlichen Ausprägungen, sowie die Behauptung der Ausweitung eines sozialen Engagements, das den Verein vermeintlich ins Zentrum der lokalen Gemeinschaft rückt. Die jeweilige Neubewertung der Sportanlage und damit des Gesamtvereins kann insgesamt betrachtet

werden als Beispiel eines *symbolischen Aktivismus*, in den hier dargelegten Fällen verbunden mit Ansätzen sozialen Unternehmertums. Natürlich existieren auch Vereine oder Zusammenschlüsse (z.B. *Bunte Ligen*), die sich vermeintlich genau in die entgegengesetzte Richtung entwickeln und sich – im Sinne des symbolischen Aktivismus – als subkulturelle Erscheinungen verstehen und stilisieren, etwa indem sie besondere Bezüge zum Sozialen (Integration, Diversität) herstellen und hier ihr Kerngeschäft verorten. Solche Einzelfälle könnten zukünftig durchaus eine bedeutende Erweiterung des Vergleichssettings darstellen, auch hinsichtlich der Frage, wie sie mit der ambivalenten Opposition von Leistung und Spaß im Fußball umgehen.

Literatur

- Andreff, Wladimir (2006): Voluntary work in sport. In: Andreff, Wladimir/Szymanski, Steffan (Hrsg.): *Handbook on the Economics of Sport*. Cheltenham: Edward Elgar, S. 219-224.
- Beck, Ulrich/Banß, Wolfgang/Lau, Christoph (2003): The Theory of Reflexive Modernization: Problematic, Hypotheses and Research Programme. *Theory, Culture, and Society* 20 (2): S. 1-33.
- Beichelt, Timm (2018): *Ersatzspielfelder - Zum Verhältnis von Fußball und Macht*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Eisenberg, Christiane (1999): *„English Sports“ und deutsche Bürger. Eine Gesellschaftsgeschichte 1800-1939*. Paderborn: Schöningh.
- Eisenberg, Christiane/Gestrich, Andreas (Hrsg.) (2012): *Cultural Industries in Britain and Germany. Sport, Music and Entertainment from the Eighteenth to the Twentieth Century*. Augsburg: Wißner Verlag.
- Flick, Uwe (2004): *Triangulation. Eine Einführung*. Opladen: VS
- Giulianotti, Richard/Robertson, Roland (2009): *Globalization & Football*. London: Sage.
- Gmünder, Stefan/Zeyringer, Klaus (2018): *Das wunde Leder. Wie Kommerz und Korruption den Fußball kaputt machen*. Edition Suhrkamp: Berlin.
- Heyde, Judith von der/Kotthaus, Jochem (Hrsg.) (2016): *Wettkampf im Fußball – Fußball im Wettkampf*. Weinheim: Beltz.
- Hill, Jeffrey (2002): *Sport, Leisure and Culture in Twentieth-Century Britain*. Basingstoke: Palgrave.
- Hitzler, Ronald/Reichertz, Jo/Schröer, Norbert (Hrsg.) (2020): *Kritik der Hermeneutischen Wissenssoziologie*. Weinheim: Beltz.

- Holt, Richard (1989): *Sport and the British. A Modern History*. Oxford: Oxford University Press.
- Kaube, Jürgen (2018): *Lob des Fußballs*. München: C. H. Beck.
- Klein, Gabriele/Meuser, Michael (Hrsg.) (2008): *Ernste Spiele. Zur politischen Soziologie des Fußballs*. Bielefeld: transcript.
- Knoblauch, Hubert (2001): Fokussierte Ethnographie. In: *sozialer sinn*, 1, S. 123-141.
- Koselleck, Reinhart (2006): *Begriffsgeschichten: Studien zur Semantik und Pragmatik der politischen und sozialen Sprache*. Frankfurt/M.: Campus.
- Krossa, Anne Sophie/Naglo, Kristian (2019): Integration durch Fußball!? Integrationsideale und -realitäten in einem Sportangebot für Geflüchtete. In: *Zeitschrift für Fußball und Gesellschaft*, 1 (1), S. 69-89.
- Langenohl, Andreas (2010): Imaginäre Grenzen. Zur Entstehung impliziter Kollektivcodierungen in EU-Europa. In: *Berliner Journal für Soziologie*, 1, 2010, S. 45-63.
- Langenohl, Andreas (2015): *Town Twinning, Transnational Connections and Translocal Citizenship Practices in Europe*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Montayne, James (2006): Entrepreneurship. In: *Independent Review*, 10 (4), S. 549-571.
- Müller, Marion (2009): *Fußball als Paradoxon der Moderne. Zur Bedeutung ethnischer, nationaler und geschlechtlicher Differenzen im Profifußball*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Naglo, Kristian (2014): Professioneller und Amateurfußball in Deutschland und England: Diskursverschränkungen, Praktiken und implizite Kollektivität. In: Waive, Anthony/ Naglo, Kristian (Hrsg.): *On and Off the field. Fußballkultur in England und Deutschland – Football Culture in England and Germany*. Wiesbaden: Springer VS, S. 239-264.
- Naglo, Kristian (2017): Soccer's small worlds. In: *International Journal of the History of Sport*, 34 (5-6), S. 414-419.
- Naglo, Kristian (2018): Social change, astro-turfs and entrepreneurial activities in the context of German non-elite football: the example of lower-division club BSV Bielstein. In: *International Journal of the History of Sport*, 35 (7-8), S. 789-802.
- Naglo, Kristian/Mittag, Jürgen/Porter, Dilwyn (Hrsg.) (2019): Small Worlds: Football at the Grassroots in Europe. Special Issue der Zeitschrift *Moving the Social: Journal of Social History and the History of Social Movement*, 61/2019.
- Nathaus, Klaus (2012): Between Club and Commerce: Comparing the Organisation of Sports in Britain and Germany from the Late Nineteenth to the Early Twentieth Century. In: Eisenberg, Christiane/Gestrich, Andreas (Hrsg.): *Cultural In-*

- dustries in Britain and Germany. Sport, Music and Entertainment from the Eighteenth to the Twentieth Century.* Augsburg: Wißner Verlag, S. 77-92.
- Porter, Dilwyn (2018): Opportunistic, parasitic, strategic, symbiotic: Entrepreneurship and the business of sport. In: *International Journal of the History of Sport*, 35 (7-8), S. 641-658.
- Porter, Dilwyn (2019): Researching the history of grassroots football in England: Sources and opportunities. In: *Moving the Social. Journal of Social History and the History of Social Movements*, 61, S. 13-32.
- Porter, Dilwyn/Vamplew, Wray (2018): Entrepreneurship, sport and history: An overview. In: *International Journal of the History of Sport*, 35 (7-8), S. 626-640.
- Ratten, Vanessa/Babiak, Kathy (2010): The role of social responsibility, philanthropy and entrepreneurship in the sport industry. In: *Journal of Management and Organization*, 16, S. 482-487.
- Redhead, Steve (1997): *Post-Fandom and the Millenial Blues. The Transformation of Soccer Culture.* London: Routledge.
- Redhead, Steve (2015): *Football and Accelerated Culture.* This Modern Sporting Life. London: Routledge.
- Robertson, Roland (1992): *Globalization: Social Theory and Global Culture.* London: Sage.
- Roslon, Michael/Bettmann, Richard (2020): Grenzen und Möglichkeiten der Hermeneutischen Wissenssoziologie in interkulturellen Gesellschaften. In: Hitzler, Ronald/Reichert, Jo/Schröer, Norbert (Hrsg.) (2020): *Kritik der Hermeneutischen Wissenssoziologie.* Weinheim: Beltz, S. 408-417.
- Schwier, Jürgen (2000): *Sport als populäre Kultur.* Hamburg: Czwalina Verlag.
- Sellnow, Timothy L./Seeger, Matthew W. (2013): *Theorizing Crisis Communication.* West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Soeffner, Hans-Georg/Hitzler, Ronald (1994): Hermeneutik als Haltung und Handlung: über methodisch kontrolliertes Verstehen. In: Schröer, Norbert (Hg.): *Interpretative Sozialforschung: auf dem Wege zu einer hermeneutischen Wissenssoziologie.* Opladen: Westdt. Verlag, S. 28-54.
- Strauss, Anselm (1978): A Social World Perspective. In: *Studies in Symbolic Interaction*, 1, S. 119-128.
- Strauss, Anselm (1991): *Grundlagen qualitativer Sozialforschung.* München: Fink.
- Vamplew, Wray (2018): Products, promotion and (possibly) profits: Sports entrepreneurship revisited. In: *Journal of Sport History*, 45 (2), S. 183-201.
- Vamplew, Wray, (2016): Playing together: Towards a theory of the British sports club in history. In: *Sport in Society*, 19 (3), S. 455-469.

Waine, Anthony/Naglo, Kristian (Hrsg.) (2014): *On and Off the field. Fußballkultur in England und Deutschland – Football Culture in England and Germany*. Wiesbaden: Springer VS.

Zifonun, Darius (2016): *Versionen. Soziologie sozialer Welten*. Weinheim: Beltz.

Zifonun, Darius/Naglo, Kristian (2019): Core Activity, Event and Crisis: Ethnographies in Football Worlds. In: *Moving the Social: Journal of Social History and the History of Social Movements*, 61, S. 61-82.

Zur Person

Dr. Kristian Naglo, Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Europäische Sportentwicklung und Freizeitforschung.

Forschungsschwerpunkte: Kultur- und Sportsoziologie mit besonderem Fokus auf Ethnografien von Fußballwelten und Konzepten von Mehrsprachigkeit und Interkulturalität. Thematisch relevante Publikation: Small Worlds: Football at the Grassroots in Europe. Special Issue der Zeitschrift *Moving the Social: Journal of Social History and the History of Social Movement*, 61/2019, herausgegeben gemeinsam mit Jürgen Mittag und Dilwyn Porter.

Anschrift: Am Sportpark Müngersdorf 6, 50933 Köln, Institutsgebäude II, 3. OG

Email: k.naglo@dshs-koeln.de

Prof. Dr. Dilwyn Porter, De Montfort Universität Leicester, GB (Emeritus), gegenwärtig Visiting Professor in History, Newman, University, Birmingham.

Forschungsschwerpunkte: Sport- und Kulturgeschichte. Schwerpunkte im Bereich des Sports sind Amateurismus, nicht-professionelle Vereine und Unternehmertum. Thematisch relevante Publikation: *Sport and Entrepreneurship*. London: Routledge (2020), herausgegeben gemeinsam mit Wray Vamplew.

Anschrift: International Centre for Sports History and Culture, De Montfort University, The Gateway, Leicester, LE1 9BH

Email: Dilwyn.Porter2@dmu.ac.uk