

Zugehörigkeitsmaschinen – Zur Bedeutung von Gefühlen und Emotionen im Fußball

Christian Brandt und Michael Wetzels

In der sozialwissenschaftlichen Forschung zu Fußballfans ist das Konzept der Identität seit Jahren virulent, obwohl es vielfältig kritisiert wurde. Wir möchten diese Forschung erweitern, indem wir zwei Fallstudien zu Fans von Hertha BSC (1. Bundesliga) und dem HFC Falke (8. Liga) mit dem Konzept von Zugehörigkeit verbinden. Dies hat zwei Vorteile: Zum einen verstärken wir die Bedeutung von Gefühlen und Emotionen, die ethnosemantisch immer wieder im Feld des Fußballs betont werden und mehr hervorheben als dies im Konzept von Identität der Fall ist. Zum anderen zeigen unsere Fallstudien anhand des Torjubels, dass auch wenn wir zunächst typische Formen der Erzeugung von Zugehörigkeit sehen, sich dennoch, bedingt durch die unterschiedlichen Milieus und Geschichten beider Vereine, zwei unterschiedliche Handlungsformen beschreiben und analysieren lassen.

Schlüsselwörter: Fußballfans, Fankultur, Zugehörigkeit, Emotionen, Ethnografie

Belonging Machines – On the Importance of Feelings and Emotions in Football

The concept of identity has been virulent for years in the research on football fans in social science, although been criticised in many ways. We would like to extend this research by linking two case studies on fans of Hertha Berlin (Bundesliga) and HFC Falke (8th division) with the concept of belonging. This has two advantages: First, we highlight the importance of feelings and emotions, which are ethnosemantically emphasised time and again in the field of football, more as is the case with the concept of identity. On the other hand, our case studies show, using the example of goal celebrations, that even though we see typical forms of creating belonging here, two different forms of action can be described and analysed due to the different milieus and histories of the two clubs.

Keywords: football fans, fan culture, belonging, emotions, ethnographic research

1 Einleitung

Im Sommer 2016 hänge ich mit einer Gruppe von Fußballfans herum. Ihre Mannschaft, der Hamburger Fußball Club (HFC) Falke – ein Aufstiegsfavorit – hat mit 2:3 gegen ein Team aus der unteren Tabellenhälfte verloren, dass in Unterzahl spielte. Falkes Fans sind wütend und frustriert. In einer hochemotionalen Diskussion suchen sie nach Gründen für die enttäuschende Leistung ihrer Mannschaft. Plötzlich sieht mich einer der Fans an und sagt barsch. „Alle leiden, und du stehst nur daneben, völlig unbeteiligt!“ Er fährt fort, dass der Verein für sie wichtig sei. Ich dagegen würde später nach Hause fahren und meine Notizen schreiben. Der Verein sei mir egal – ihnen aber nicht.

Diese Vignette verdeutlicht, warum Fußball für viele Menschen eine gemeinschaftsstiftende Sportart und von gesellschafts- und sozialwissenschaftlicher Relevanz ist (Kotthaus 2017a; Heyde 2018). Diskussionen über Niederlagen kommen jedes Wochenende hundertfach im Amateur- und Profifußball vor und erzeugen so emotionale Verbindungen zwischen den Teilnehmenden. Christian Bromberger (1995: 305) erklärt diese Verbindungen wie folgt: „Football gives concrete form to the people deepest feeling of the world; it is a complex mesh up of people’s different sense of identity“. *Identität* stellt eines der am häufigsten verwendeten Konzepte der Fanforschung dar. Es basiert auf Zuschreibungen der Eigen- sowie Fremdgruppen, auf Narrativen über sich selbst und Andere, über eine unter anderem gemeinsame Geschichte oder Traditionen (Anthias 2008: 8). Beispiele sind (ethnosemantische) Typologien wie *Hooligans* (Bliesener und Lösel 2002) oder *Ultras* (Gabler 2012; Kotthaus 2017b), die im Zwischenspiel von Fans und Fußballforschung gebildet wurden. Gleichzeitig hebt Brombergers Zitat die große Bedeutung des *Gefühls* im Fußball hervor. Dieser Aspekt wird aber im Konzept der Identität entweder vernachlässigt oder als Folge spezifischer Identitätskategorien verstanden, was nicht nur historisch-empirisch fragwürdig ist (Fritz et al. 2021). Denn diese Kausalität verstellt den Blick auf die fluiden Prozesse sozialer Gruppen, gerade im Fußballkontext. Die Eingangsvignette zeigt dies: Der Forscher wird im Moment der Niederlage als nicht *zugehörig* von den anwesenden Fans kategorisiert, da er in diesem Moment nicht die ‚richtigen‘ Emotionen zeigt. Deswegen wollen wir das Konzept der *Zugehörigkeit* (Belonging)¹ in die deutschsprachige Fußballfanforschung einführen, mit welchem wir soziale Prozesse als fixiert und fluide zugleich untersuchen können (Anthias 2020: 27) und dabei Gefühlen und Emotionen mehr Beachtung schenken als dies bisher der Fall war. Wir verstehen Emotionen als erlernte und damit konstruierte Bestandteile von kommunikativen Handlungen, die Teil einer Performance in einem spezifischen Umfeld sein können. Damit grenzen wir uns auch von einem Verständnis von Emotionen als universelle, psychologisch-anthropologische Gegebenheiten ab (Wetzels 2022). Stattdessen verstehen wir Emotionen als ‚Treibstoff‘ des Sozialen, welcher die ‚Maschinen‘ (in Anlehnung an Hitzler 2014) der Zugehörigkeiten antreibt. Ziel des Beitrages ist es anhand zweier empirischer Fälle zu vergleichen, wie Zugehörigkeit im Kontext der Emotion ‚Torjubiläum‘ sichtbar wird und die Performanz dieser Emotion zugleich soziale (Nicht-)Zugehörigkeiten verstärkt. Unser erster Fall verhandelt einen Torjubiläum im Berliner Olympiastadion beim Heimspiel von Hertha BSC gegen den SC Freiburg. Unser zweiter Fall stammt aus der Hamburger Kreisliga (8. Liga) zwischen dem HFC Falke und dem FC St. Pauli VI im Rudi-Barth-Stadion. Damit vergleichen wir zwei Jubel-Sequenzen in unterschiedlichen Settings, die aber strukturell ähnliche Szenen erzeugen.

Der Artikel gliedert sich wie folgt: Zunächst definieren wir, was im wissenschaftlichen Kontext unter Belonging verstanden wird und welche Rolle Gefühle und Emotionen in diesem Konzept spielen (Abschnitt 2). Der zweite Abschnitt gibt einen Überblick über unsere methodischen Vorgehensweisen (Abschnitt 3), ehe wir anhand unserer zwei Fallstudien (Abschnitt 4 und 5) zeigen, dass Belonging ein fortlaufender, sozialer Prozess ist, der von Emotionen und Gefühlen ‚angetrieben‘ wird. Der Beitrag endet mit einem Ausblick auf künftige Forschungen zu Zugehörigkeit im Fußball (Abschnitt 6).

1 Im Text werden wir zwischen englischen und deutschen Bezeichnungen wechseln, da Zugehörigkeit als deutscher Begriff oft nicht so prägnant ist wie Belonging (Röttger-Rössler 2018: 240).

2 Zugehörigkeit als Prozessmaschine

Belonging ist ein Konzept, welches besonders in den Bereichen der Ethnologie und Sozialanthropologie verortet ist (Anthias 2008, 2020; Pfaff-Czarnecka 2011; May 2013; Röttger-Rössler 2018). Es beschreibt, wie Individuen zu sozialen Gruppen oder Objekten sich Bindungen *erarbeiten* (können), um emotional zu eben diesen zu gehören (Pfaff-Czarnecka 2011: 205).² Der Fokus dieses Konzepts liegt auf der *Prozessleistung* (Wie gehöre ich zu etwas?) und nicht auf gesetzten Kategorien (Was bin ich?). Dies hat einen großen Vorteil gegenüber dem „slippery concept of identity“ (Anthias 2008: 6 f.). Denn so gedacht sind Identitätskategorien (bspw. Ultras) nichts Statisches, sondern es wird fokussiert, wie Zugehörigkeiten in bestimmten Momenten unter bestimmten Bedingungen *sichtbar* gemacht werden (Pfaff-Czarnecka 2011: 209, s. auch Hochschild 2012: 205). Die Hauptmerkmale dieser Prozessleistung werden wir tiefergehend beschreiben (2.1), ehe wir uns Gefühlen und Emotionen als ‚Treibstoff‘ von *Belonging* widmen (2.2).

2.1 Kommunalität, Gegenseitigkeit und (im-)materielle Bindungen – Hauptmerkmale von *Belonging*

Belonging wird anhand von drei relationalen Grundkonzepten beschrieben: (1) *Kommunalität* (communality) (2) *Gegenseitigkeit* (mutuality) und (3) (im-)materielle *Bindungen* (attachment) (Pfaff-Czarnecka 2011: 201). *Communality* ist ein „act of self-identification or identification by others“ (Yuval-Davis 2006: 199), ein Prozess der Konstruktion, „always producing itself through the combined processes of being and becoming, belonging and longing to belong“ (Yuval-Davis 2006: 202). Kurzum: Es geht immer um „social conflicts of interpretation“ (May 2013: 122), also, wer zu einer Community gehört und wer nicht. Die Beispiele aus dem Fußball sind hier unzählig, etwa wer ein *wahrer Fan* ist (Balke 2007) oder das Fan-Sein (being) durch das Nicht-Mitleiden als Nicht-Dazugehörig (belonging) interpretiert wird, wie die Eingangsvignette vermittelt. Dies führt zum zweitens Punkt: *Mutuality*. Dieses Konzept besagt, dass *Belonging* ein soziales Netzwerk ist, ein „woven net of affective belonging“ (McManus 2018: 765). Individuen nehmen sich also nicht nur als Teil von Communities wahr, sondern sie *verorten* sich selbst anhand bestimmter Regeln und Normen in diesen (Pfaff-Czarnecka 2011: 20, s. auch Hochschild 2012: 48 f.). Teil einer Community zu sein heißt nicht tun zu können, was man will. Zugehörigkeits-Privilegien müssen *verdient* werden, wie Kotthaus (2017b: 104) an der Kategorie „Ultras“ anhand unterschiedlicher Formationsgrade (harter Kern, Konvektionszone, Korona) beschreibt. Auch Zwischenspiele sind möglich, wenn auf das „Freeridertum“, also Fans, die eher ‚lockereres‘ Verhältnis zu den Aktivitäten von Ultragruppen pflegen wollen, geschaut wird (Kotthaus 2017b: 106). *Mutuality* bedeutet somit nicht, dass sich Regeln automatisch unterworfen wird. Es geht vielmehr darum welchen emotionalen ‚Preis‘ man ‚zahlt‘, um zu einer Community zu gehören bzw. weil man zu einer gehört (Pfaff-Czarnecka 2011: 205; siehe auch Hochschild 2012: 37 f.). *Belonging* ist somit auch immer mit inoffiziellen Regeln verbunden, welche Erfahrungen, Gefühle und emotionale Bindungen einschließen (Anthias 2008: 8), wie das letzte Konzept,

2 Eine ähnliche Argumentation können wir in den emotionssoziologischen Arbeiten von Arlie R. Hochschild (2012: 55 f.) finden, in denen sie über das „Managen“ von Emotionen und Gefühlen als „surface acting“ und „deep acting“ spricht, um das eigene Gefühlsleben sozialen Situation immer ‚anpassen‘ zu können.

die *attachments* zeigen. Hierbei handelt es sich um emotionale Kodierungen, wie Menschen, Orte oder Objekte (Pfaff-Czarnecka 2011: 206). Das Gefühl dazuzugehören, muss aber zugleich durch ein „web of narratives“ (May 2013: 102) immer wieder legitimiert werden. Denn Belonging ist „a trajectory not only through space but also time. Our sense of belonging changes over time, not only because the surrounding world changes, but also in response to changes in our self“ (May 2013: 90). Der Stadionneubau von Manchester City Football Club (F.C.) zeigt diese raumzeitliche Dynamik, und zwar darin „how [a] stadium relocation and the loss of a localised place-based identity has impacted on fan culture“ (Edensor und Millington 2010: 148). Neue Routinen und Geschichten mussten erst emotional *erarbeitet* werden, damit ein Ort, wie ein neues Stadion wieder zum eigenen *Zuhause* werden kann. Dies zeigt im Falle von Manchester City F.C. folgendes Zitat eines Fans: „A couple of pints in the beehive, then to that chippy behind the Kippax (what was it called?) for pudding chips and gravy. Eat that in the Kippax car park and into the ground 10 mins before kick off. *Happy days, i used that routine for about 5 years. I have not got a routine at the new ground.*“ (Edensor und Millington 2010: 152, Herv. CB/MW). Wir sehen: Belonging ist eine hochkomplexe ‚Prozessmaschine‘, welche erst durch das Zusammenwirken unterschiedlicher Konzepte (communality, mutuality, attachment) funktioniert. Dabei ist wichtig zu verstehen, dass es sich nicht nur um situative Prozesse handelt. Diese Maschine funktioniert vor allem dadurch, dass sich unterschiedliche Geschichten (web of narratives) um spezifische Orte (Stadien), Gruppen (Ultras) oder Organisationen (Vereine) ranken, sich in Routinen verstetigen oder in Konflikt miteinander stehen und so die Beziehungen (Relation) zueinander bestimmen.

2.2 Emotionen und Gefühle im Kontext von Belonging

Diese Bestimmung benötigt aber einen bestimmten ‚Treibstoff‘, mit dem diese Prozessmaschinen arbeiten und welche das Soziale ‚bewegen‘, nämlich Emotionen und Gefühle (Ahmed 2004: 11). Diese sind, wie erwähnt, für uns nicht psychologisch-anthropologisch gesetzt, sondern soziale Prozesse. Um von etwas betroffen zu sein oder zu etwas zu gehören, muss man verstehen und bewerten können, was sozial gerade vor sich geht (Wetzels 2022: 61). Dafür müssen auch die unterschiedlichen Ebenen der Begriffe ‚Emotion‘ und ‚Gefühl‘ betonen. Während Emotionen den auch für andere sichtbaren Teil, das „facial and bodily display“ (Hochschild 2012: 7) umfassen, sind Gefühle „bodily dimensions of experience“ (Röttger-Rössler 2018: 241), auf denen die gezeigten Emotionen aufbauen können. Gefühle werden, vereinfacht gesprochen, vermittelt als emotionale Darstellungen. Auch für unseren Beitrag ist diese Unterscheidung relevant, da wir zumeist auf das uns empirisch sichtbare, den *emotionalen* Aspekt fokussieren. Als ethnographisch Forschende können wir nämlich situativ nur über unsere eigenen Gefühle sprechen. Die Gefühle von Anderen bleiben uns verborgen, sodass wir auf deren Emotionen und unsere Wahrnehmung dieser angewiesen sind. Dies verdeutlicht auch die Eingangsvignette: Ein und dasselbe Ereignis (attachment) führt in einer Community zu unterschiedlichen Darstellungen von Emotionen aufgrund verschiedener Gefühle zur gleichen Zeit (mutuality).³ Biografische Hintergründe, die Situation, persönliche Verbindungen: All dies muss bei der Darstellung von Emotionen berücksichtigt werden. Denn

3 Damit unterscheidet sich der Ansatz von dem in der Fußballforschung beliebten, auf Durkheim zurückgehenden Ansatz der „kollektiven Effervescenz“ (Schäfer und Schäfer 2009; Wetzels 2022). Belonging ist ein Alternativvorschlag, um dieselben Phänomene unter einem anderen empirischen und theoretischen Blickwinkel zu betrachten.

der Einsatz eben dieser kann auch eine „strategische Interaktion“ (Goffman 1971) sein, um ein bestimmtes Ziel, nämlich die Geschlossenheit und das Selbstverständnis der Community, zu erreichen, wie das Zurschaustellen von ‚Wut‘ über das interpretierte *Nicht-Mitleiden* in der Eingangsvignette (mutuality) zeigt. Dies ist der Kern, den wir über den Begriff der Zugehörigkeitsmaschinen einfangen wollen. Fußball ist kein Ort ‚reiner‘ Gefühle. Kaum ein anderes soziales Phänomen ist so sozial durchstrukturiert und mit Zugehörigkeitsmaschinen durchsetzt wie diese Sportart. Emotionen und Gefühle werden als ‚strategische Mittel‘ eingesetzt, um Communities zusammenzuhalten und sich der sozialen Zugehörigkeiten zu diesen zu versichern. Besonders gut lässt sich dies im Fußball am Beispiel des *Jubels* betrachten. Bereits Kotthaus (2017c: 353) hat beobachtet, dass der Jubel über ein Tor eine symbolische Handlungsform, ein *Ritus* ist und so „die vorgebliche Spontanität der *großen Gefühle* des Fußballs, seine Leidenschaft und emotionale Anteilnahme [...] ein hochgradig sozial vorstrukturiertes Aufführungshandeln dar[stellt]“. Während er seine Beobachtungen ausschließlich auf Fernsehaufnahmen vom Spielgeschehen stützt, werden wir Torjubel aus unseren ethnographischen Perspektiven sowohl vom Spielgeschehen her als auch als Teil der *Tribüne* analysieren.

3 Methodischer Rahmen – Sozialwissenschaftliche Ethnographie(n)

Wir konzentrieren uns auf die Frage, wie Zugehörigkeit bei Torjubel in zwei vergleichbaren Fällen hergestellt wird. Beide Fälle fokussieren auf die Handlungen von Fußballfans in Deutschland bei einem Siegtreffer in der Nachspielzeit, weswegen sie nahezu idealtypische Varianten des sozialwissenschaftlichen Vergleichs sind (Akremi 2019). Tendenziell bestehen auch Ähnlichkeiten zwischen dem Milieu von Hertha BSC und dem des HSVs, aus dem der HFC Falke entstammt. Denn beide betonen eine traditionelle Zugehörigkeit zu ihren Heimatregionen Berlin und Hamburg. Kontrastierend wirken dagegen die Ligen, in der die Spiele stattfinden (1. vs. 8. Liga), die Dauer der Existenz der Communities (Gründungsdatum 1892 vs. 2014), sowie die gegnerischen Teams (Hertha Fans eher neutral gegenüber dem SC Freiburg; Rivalität zwischen HSV und St. Pauli). Die Analyse beruht in beiden Fällen auf Methoden qualitativer Sozialforschung, nämlich Ethnographien, die sich aber in ihrem Forschungsdesign voneinander unterscheiden.

3.1 Ethnographie als dichte Teilnahme

Die Forschung beim HFC Falke basiert auf einer langfristigen, teilnehmenden Beobachtung. Sie begann ohne klare Forschungsfrage und orientierte sich daran den Verein und seine Community zu verstehen. Zu Beginn des Projekts war der Forschende kein aktiver Fußballfan. Nur gelegentlich sah er Fußballspiele im Fernsehen oder im Stadion, ohne einem spezifischen Verein zu folgen. Durch frühere Forschungen war er zwar grundsätzlich mit dem Feld vertraut, begann die Forschung aber als Außenstehender. 27 Monate später verließ er den Verein als respektiertes Mitglied, der Prozesse und Dynamiken der Zugehörigkeit am eigenen Leib erfuhr. Daher ist die Forschung als dichte Teilnahme im Sinne Spittlers (2014) zu verstehen. Sie begann im Juli 2015 mit dem ersten offiziellen Spiel des HFC Falke und endete

nach einer Jahreshauptversammlung im November 2017. In diesem Zeitraum wurden 123 Feldnotizen zu Spielen der ersten und zweiten Mannschaft, zu offiziellen Vereinsitzungen und Versammlungen sowie zu privaten Treffen und Partys gesammelt. Zusätzlich führte der Forscher zehn halbstrukturierte Interviews, um Deutungen hinter den Beobachtungen besser zu verstehen. Ebenfalls wird in diesem Beitrag so genannte *Graue Literatur*, die vom Verein und seinen Mitgliedern produziert wurde, verwendet. Diese schließt auch Videos mit ein.

3.2 Fokussierte Ethnographie

Die fokussierte Ethnographie, die der Studie zu Hertha BSC zugrunde liegt, basiert auf kurzzeitigen Feldbesuchen in verschiedenen Intervallen (Knoblauch 2005: 15–17) und intensiver (audiovisueller) Datenerhebung. Fokussierte Ethnograph*innen sind weniger am Erleben und Reflektieren eines gesamten, kulturellen Settings interessiert, sondern wollen spezifische Fragen beantworten, indem sie Formen sozialer Interaktion im Feld beobachten (Knoblauch/Schnettler 2014: 345). Die Stärke der fokussierten Ethnografie ist es, Interaktionen als sequenzielle (zeitliche) und simultane (räumliche) Prozesse sichtbar zu machen. Um dies gewährleisten zu können, benötigen fokussierte Ethnograph*innen „background knowledge [...] to perform the activities in question“ (Knoblauch 2005: 24). Zudem ist es notwendig die generierten Daten mit anderen Daten in Beziehung zu setzen, um die Forschungsfragen ausreichend empirisch beantworten zu können. Die Forschungen bei Hertha BSC wurden in zweieinhalb Jahren durchgeführt. Der Datenkorpus weist eine Primäranzahl von elf besuchten Spielen auf, bei denen neun Stunden audiovisuelles Material generiert wurde. Zudem ergänzen elf Feldnotizen, 245 Bilder, sechs Expert*innen-Interviews und 107 diskursiv erzeugte Quellen den Datenkorpus.

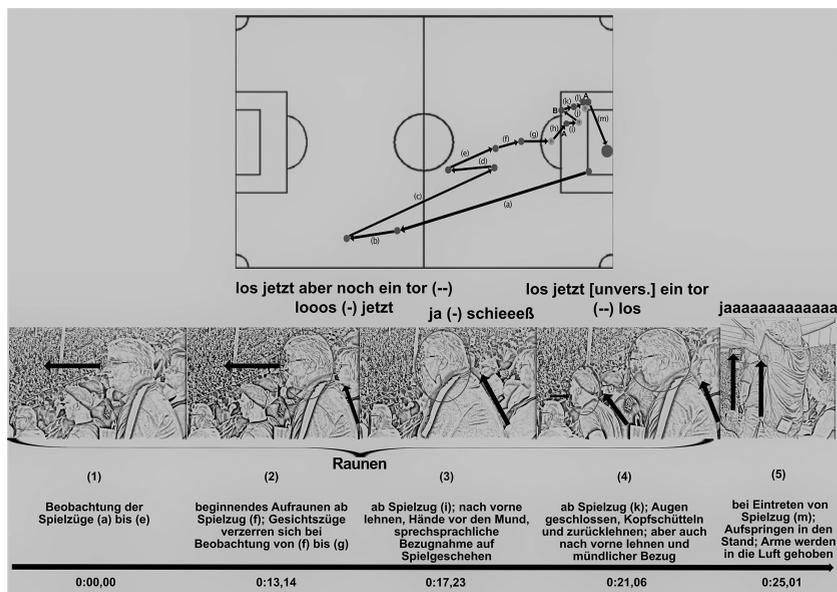
Zusammengefasst beruht das Sampling unserer Analysen auf zwei Videos, sowie die dazugehörigen Feldnotizen und weitere Dokumente rund um zwei Spiele im Sommer und Herbst 2016, um sowohl Kontraste wie auch die im Untersuchungsfeld vorzufindende Konstellationsvielfalt zu beleuchten (vgl. Akremi 2019: 114–115). Die unterschiedlichen Videoaufnahmen, Bilder, Dokumente und Feldnotizen der beiden Autoren wurden mit Fokus auf die verfolgte Fragestellung, in gemeinsamen Analysen systematisch in Relation gesetzt (Fotografien unterstützten Notizen, Videoaufnahmen gaben Hinweise auf raumzeitliche Kontextualisierungen etc.).

4 Jubel als sequenzielle und simultane Zugehörigkeitsperformanz bei Hertha BSC

Das Datum, das hier mit einer Länge von 28 Sekunden die Grundlage bildet, ist aus dem Spiel Hertha BSC gegen den Sport Club (SC) Freiburg. Es wurde, wie in Abbildung 1 erkennbar, im August 2016 im Berliner Olympiastadion aufgezeichnet.⁴

4 Die gewählten Darstellungen dürfen in dieser Form, da sie Teil eines wissenschaftlichen Arguments sind, gemäß § 51 UrhG verwendet werden. Die Urheberrechte liegen bei einem der Autoren. Eine ausführlichere Darstellung kann in Wetzels (2022) gefunden werden.

Abb. 1: Sequentieller Ablauf der Produktion von Zugehörigkeit durch Torjubel, © M. Wetzels



Der Torjubel in der 95. Minute lässt sich als *geordnete* Handlung über drei Phasen rekonstruieren: Beobachtung, Anspannung und kommunikative Synchronisation (Wetzels 2022: 255). Die Phasen korrespondieren mit den beobachteten Spielzügen auf dem Feld. Während wir uns zwischen den Spielzügen (a) bis (e) in der im Panel (1) dargestellten Beobachtungsphase befinden, ändert sich dies ab Spielzug (f), als ein Spieler den Weg zum Tor sucht (s. obere Spielzuggraphik in Abb. 1). Hierbei ist im Videodatum ab Sekunde 13 auditiv eine Veränderung zu bemerken. In Panel (2) wird das Raunen im Publikum lauter und zeigt eine gestiegene Anspannung an. War vorher noch ein unkoordiniertes Beobachten des Spiels sichtbar, bemerken wir nun, dass sich die Körper stärker dem Spielfeld zuwenden, um das Spielgeschehen zu fokussieren. Das undefinierbare Raunen des Stimmchors nimmt zu. Als der Spieler des Heimteams im Spielzug (i) in eine gute Schussposition kommt, welche aber geblockt und in der Grafik mit dem Punkt „B“ vermerkt wird, richten sich die Körper noch weiter nach vorne und das Spiel wird sprechsprachlich durch Sätze wie „los jetzt aber noch ein tor“ oder „ja schieß“ kommentiert. Dies findet im Panel (2) und (3) statt. Die Anspannungsphase wird in Panel (4) unterbrochen, als der Fehlschuss wahrgenommen wird. Kopfschütteln ist zu beobachten, die Körper fallen wieder in die Sitzschalen zurück und das Raunen nimmt von seiner Intensität wieder ab. Da der Spieler den Ball in Spielzug (j) zurückerobert, bringt er sich durch die Spielzüge (k) und (l) wieder in eine gute Schussposition, welche mit dem Tor in Spielzug (m) abgeschlossen wird. Das Publikum, gefangen zwischen Beobachtungs- und Anspannungsphase, beobachtet dies und kommuniziert synchron den Torfall mit einer Performanz, nämlich der Emotion *Jubel*. Panel (5) verdeutlicht dies: Dies bedeutet, dass neben dem hörbaren, gemeinsamen Ausruf „JA“ visuell die Menschen ihre Arme mit geballten Fäusten nach oben recken, aus ihren Sitzen hoch in die Luft aufspringen und ihre Körper einander zudrehen bzw. Kontakt zueinander suchen.

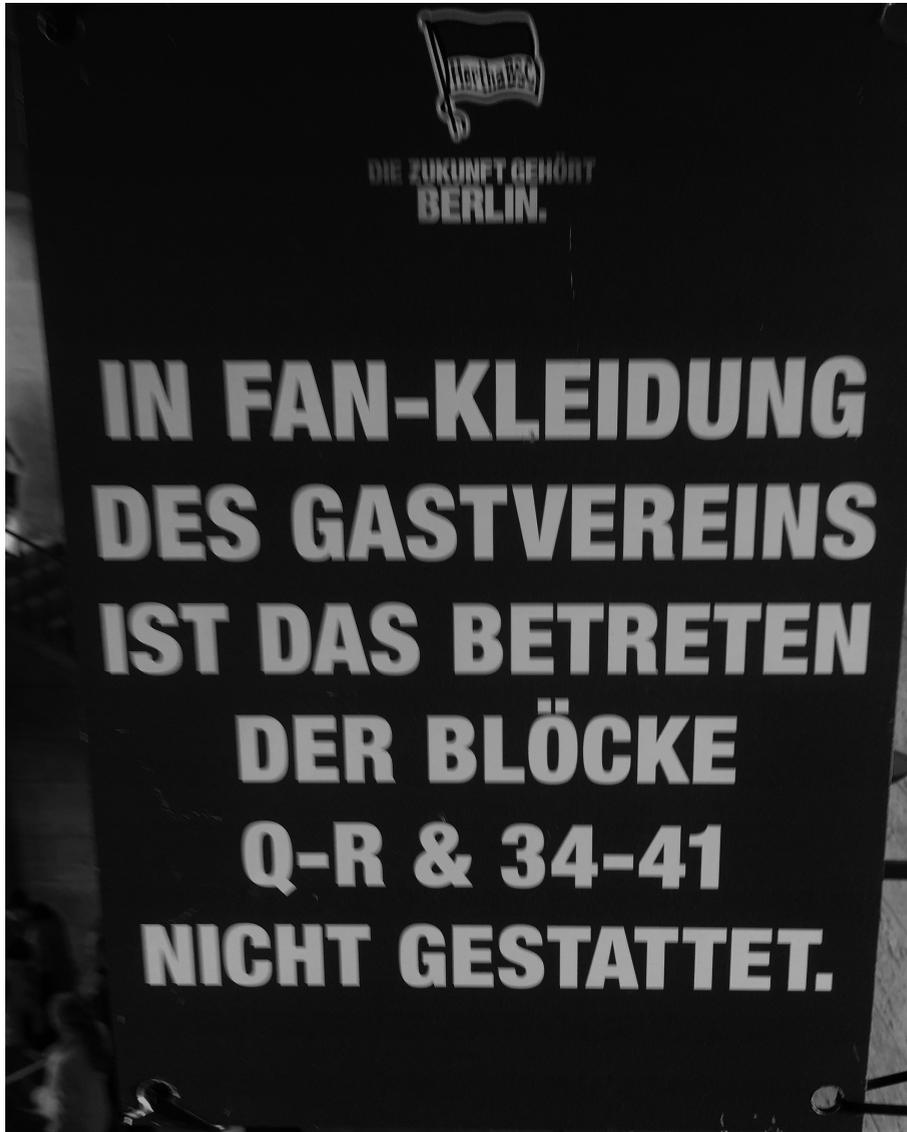
Diese Handlungsketten beschreibend wird Zugehörigkeit als eine kommunikative Form sichtbar. Wir können beobachten, wie Zugehörigkeit situativ unter bestimmten Wissens- und Bewertungsformen hergestellt wird. Denn ohne ein sinnvolles Verständnis davon, dass die beobachtete Spielsituation auf dem Feld (attachment) zu einem Tor führen könnte, würde keine von Panel (1) zu Panel (2) erfolgende Anspannung erzeugt werden. Denn die Zurschaustellung von Anspannung zeigt zum einen, dass sich für das Geschehen individuell interessiert wird (Gefühl) und zum anderen ist dies auch ein Zeichen an das eigene Stadionmilieu (communality) zu eben diesem zu gehören. Die sprechsprachliche Bezugnahme „los jetzt aber noch ein tor“ oder „ja schieß“ sind deutliche Bezugnahmen zum Spielgeschehen und zum eigenen Milieu. Die körperliche Performanz ist hier zugleich eine Form sozialer Kontrolle von Zugehörigkeit: Mache ich mit oder nicht (mutuality)? Noch stärker sehen wir dies bei der Ausführung von Jubel (Emotion) als Performanz. Im Moment der Synchronisation wird sichtbar, dass die beobachtete ‚Ekstase‘ einerseits (scheinbar) dem Gefühl der Freude über das Tor geschuldet ist, andererseits aber auch den von Yuval-Davis (2006: 202) beschriebenen „combined processes of being and becoming, belonging and longing to belong“. Das Aufspringen, die Körperdrehungen zu anderen und die Suche nach Körperkontakt sind Formen von gegenseitiger Bestätigung (mutuality) des *gemeinsamen Torerfolgs* (attachment), die vor anderen, hier dem Hertha-Publikum, sichtbar gemacht werden sollen. Die gesamte Szenerie macht über die audiovisuelle Dimension eine Botschaft sichtbar: „Ich bin eine*r von euch und freue mich mit euch über das Tor“. Eine Vertiefung erreicht diese Botschaft zusätzlich, wenn wir auf die Simultanität, die *Kontextualisierung* der beobachteten Situation blicken. Zwei Informationen sind hier zentral: Wir schauen (1) nicht auf irgendein Fußballmilieu, sondern auf das von Hertha BSC und (2) befinden wir uns im Berliner Olympiastadion, der *Heimat* dieses Vereins. Der erste Hinweis mag banal klingen, er verdeutlicht aber etwas sehr Wichtiges, nämlich, dass wenn wir von einem Fußballmilieu sprechen uns in ein spezifisches *Regelsystem* (Wetzels 2022: 199) begeben. Denn Fußball ist ein *agonales* Spiel mit zwei konkurrierenden Teams (Knoblauch et al. 2019). Diese Erkenntnis hat Folgen für die Aufteilung des Publikums in *verschiedene Sektoren des Stadions*. Die Zuteilungen in bestimmte Blöcke geschehen nicht *willkürlich*, sondern sind spezifische, strukturelle Vorgaben des Vereins, wo die Fans der jeweiligen Vereine im Olympiastadion zuzuordnen sind. Dies verdeutlicht auch die folgende Abbildung vor den Fansektoren im Olympiastadion.

Dies ist aber nicht die einzige Struktur der „Konsensmaschine“ (Hitzler 2014) Zugehörigkeit. Denn der Verein bot bis ins Jahr 2019 die Möglichkeit sich über einen *Tickomaten* selbst in das Stadion einzuteilen. Gruppenkategorien wie *Hertha-Fan*, *Hertha-Sympathisant*, *Nur zu Besuch*, *Ostkurven-Padawan*, *Analytiker* oder *der verlorene Sohn* sind nur einige Beispiele, die der Verein anbot, um das eigene Belonging zu bestimmen und ‚richtig‘ zuzuordnen zu können (Wetzels 2022: 141). Hinzu kommt, dass der Verein durch den Stadionsprecher bei jedem Spiel dem Milieu seine spezifische Form gibt, nämlich indem er die Zuschauenden als „Berliner, Brandenburger und Herthaner“ (Chiara Ktx 2018) bezeichnet. Dies zeigt, dass das Milieu von Hertha BSC ein lokales, sprich vor allem aus dem Berliner und Brandenburger Raum ist, was auch an der räumlichen Mitglieder*innenverteilung und an der Anzahl seiner Mitglieder*innen sichtbar wird (Tröger et al. 2022).⁵

Wir sehen, dass Performanzen wie Jubel nicht nur das Feiern von Torerfolgen sind. Sie dienen auch dem Zweck Belonging zu *erzeugen*. Sequentiell wird ein routinisierter Ablauf,

5 Im Mai 2022 sind dies 36.930 Mitglieder.

Abb. 2: Zuordnung in Stadionsektoren über Fankleidung, © M. Wetzels



eine *Maschine*, in Gang gesetzt, die simultan nur in einem bestimmten, sozialen Setting (Heimatstadion, bestimmte Kurve, räumliche, agonale Anordnung etc.) funktionieren kann. Hierzu zählt auch die Geschichte dieses Jubels, das „web of narratives“ (May 2013: 102). Denn zum Wissen um eben diesen gehört dazu, dass der SC Freiburg drei Minuten zuvor den *Ausgleichstreffer* zum 1:1 geschossen hat. Dies führte aber nicht zu einer großen Betroffenheit im Hertha-Publikum, sondern zu einem „respektvollen Pessimismus“ (Wetzels 2022: 288). Dies mag seltsam klingen, ist aber dem „woven net of affective belongings“ (McManus 2018: 765), den Geschichten dieses Vereins geschuldet. Denn aus Sicht des Hertha-Publikums wird

dem Team nicht sofort zugetraut, Spiele zu gewinnen, vor allem wenn das eigene Team der Favorit ist. Dies gibt dem Jubel in der 95. Minute eine besondere Note. Das Hertha-Publikum hatte sich schon mit seiner *alltäglichen Routine* (Unser Team gewinnt am Ende eh nicht) abgefunden, wurde dann aber vom eigenen Team überrascht, weil es mit einem Sieg in der allerletzten Minute im wahrsten Sinne des Wortes *maschinell* nicht mehr gerechnet hat.

Diese vielfältigen Beschreibungen zeigen, dass Identitätstypen wie der*die *typische Herthaner** in bei näherem Hinschauen fixierte und flexible Muster zugleich (Anthias 2020: 27) aufweisen können. Die unterschiedlichen Einteilungen des Publikums im Stadion, ausdifferenziert sogar in verschiedene Stadionbesuchstypen (Ostkurven-Padawan, Analytiker etc.) zeigen, dass *Konsens* im Milieu *maschinell* über soziale Strukturierungen erzeugt werden soll. Dieser Konsens aber muss durch den Prozess der (Re-)Produktion von Zugehörigkeit im Stadion immer wieder maschinell werden. Denn die Momente, in denen sich Menschen, hier in 28 Sekunden, versichern, wer zu ihrem Milieu gehört und wer nicht (communality, mutuality, attachment), müssen über das gemeinsam Erlebte sichtbar sein. Die Besonderheit des Momentes, der Moment der *Ekstase*, ist hier nicht alleine auf die letzte Chance in der 95. Minute zurückzuführen. Sie ist kontextualisiert von der Geschichte, dass das Team es am Ende eh vermasselt einen Sieg nach Hause zu bringen. Die *Erzählung* um den Verein erhält in diesem Moment eine neue Note im Belonging: Wir können ein Spiel drehen.

5 Jubel als Form der Zugehörigkeit und Differenzüberwindung beim HFC Falke

Unser zweites Beispiel stammt ebenfalls aus dem Jahre 2016, wo in der 93. Minute beim Kreisligaspiel zwischen dem HFC Falke und FC St. Pauli IV das entscheidende 1:0 fällt. Dieses Spiel ist nahezu das perfekte sozialwissenschaftliche Vergleichsbeispiel, da die Konstellationen im Spielverlauf (spätes Siegtor) ähnlich denen des Hertha-Spiels sind. Deswegen werden wir, wie auch zuvor, kurze Darstellungen des Spielgeschehens und der Handlungen auf der Tribüne vornehmen.

Das Spiel, welches in Falkes Heimspielstätte, dem Rudi-Barth-Stadion, ausgetragen wird, war lange Zeit ausgeglichen, bis in eben dieser 93. Minute ein Falke-Spieler einen Pass des FC St. Pauli IV im Mittelfeld abfängt. Dieser flankt in die Nähe des Strafraums, wo zwei Stürmer des HFC Falke den Ball aber verpassen. Ein dritter Spieler, ein Verteidiger, kann ihn aber kontrollieren und in den Strafraum eindringen. Zwei FC St. Pauli-Verteidiger und der Torwart versuchen noch an ihn heranzukommen, aber vergeblich. Er schießt und trifft das Tor.

Die Fans des HFC im Block hinter dem Tor beobachten das Spielgeschehen auf dem Platz. Alle stehen hier, was üblich ist, da das Stadion nur wenige Sitzplätze bietet. Fünf Fans stehen direkt an dem kleinen Zaun, der die Ränge vom Spielfeld trennt. Eine größere Menge HFC Falke-Fans steht ein paar Meter hinter ihnen. Im Moment des Passes, der die Torchance markiert, steigt die Anspannung der Fans, die Geräuschkulisse wird lauter. Als die Stürmer den Ball verfehlen, reißen einige Leute die Hände in die Höhe. Andere falten die Hände, als würden sie beten. Die Geräuschkulisse wird nochmal lauter, als der Verteidiger den Ball kontrolliert. Im Moment des Torabschlusses reißen sie die Hände zum Jubel hoch. Jemand wirft sein Bier in die Luft und die Menge schreit, wie auch im Beispiel bei Hertha BSC, „JA,

JA“. Einige Leute springen herum. Sie kommen näher an den kleinen Zaun heran. Einige fangen an, in die Hände zu klatschen, während die meisten weiter „JA“ schreien. Die Spieler rennen zu den Fans und fallen ihnen in die Arme. Es bildet sich eine Jubeltraube aus Spielern und Fans. Einige Fans überwinden den Zaun und beteiligten sich an der Jubeltraube auf dem Spielfeld, die auch den Trainer miteinschließt. Sie schreien immer noch „JA“. Die Jubeltraube löst sich auf und die Spieler bewegen sich Richtung Mitte des Spielfeldes. Rauch breitet sich auf den Stufen aus. Die Menge beginnt „HFC, HFC“ zu rufen und einige Fans fangen an zu schreien: „Scheiß St. Pauli, Scheiß St. Pauli“.

Das Geschehen auf dem Platz, das entscheidende Tor in der Nachspielzeit, sowie die Darstellung von Emotionen als kommunikative Handlung ähneln sich zwischen den Fans in Berlin und Hamburg. Durch die Kreation der Chance wird die Anspannung spürbar größer und die Geräuschkulisse lauter. Nach dem Tor werden Fäuste gereckt und die Fans rufen in beiden Fällen „JA“, um ihre Emotionen darzustellen und drücken ihre communality körperlich durch Kontakt aus. Dennoch unterscheidet sich der Jubel und vor allem die Herstellung von Gemeinschaft zwischen beiden Beispielen aufgrund ihrer spezifischen Kontextualisierung.

Um diese zu verstehen, müssen wir bedenken, dass es sich bei diesem Spiel des HFC Falke gegen St. Pauli IV nicht um einen gewöhnlichen Samstagnachmittagskick in der 8. Liga handelt. Zwei Jahre zuvor, im Jahre 2014, wurde der HFC Falke gegründet. Zuvor folgten die meisten Falke-Mitglieder dem *Hamburger Sportverein (HSV)*, dessen Fangemeinde, ähnlich wie Hertha BSC, aus Menschen der Stadt Hamburg und ihrer Umgebung besteht. 2013 gründete sich aus dem HSV-Umfeld eine Initiative namens *HSVplus* mit der Idee, den Profikader des HSV in eine externe Gesellschaft auszugliedern und Anteile an Investor*innen zu verkaufen. Auf diese Weise sollte Geld zur Schuldentilgung generiert und der Verein in eine erfolgreichere Zukunft geführt werden. Während die meisten Fans die Ausgliederungsidee begrüßten, startete eine Minderheit, darunter die Ultras des HSV, eine Kampagne namens *Not for Sale*. Sie kritisierten die Ausgliederung als einen weiteren Schritt zum Modernen Fußball, der sich dadurch auszeichnet, die Emotionen der Fans zu *verkaufen* (Brandt und Kurscheidt 2022; Numerato 2014). Gemäß den Statuten des Vereins müssen seine Mitglieder über die Ausgliederung entscheiden. Auf der anberaumten außerordentlichen Mitgliederversammlung im Mai 2014 stimmten 86,9% der anwesenden Mitglieder für die Ausgliederung (Prigge 2019). Diese Abstimmung markierte für einige Fans einen Wendepunkt, denn nach dieser Versammlung fühlten sie sich dem HSV und seiner Community nicht mehr zugehörig und gründeten mit dem HFC Falke eine „neue emotionale Heimat“ (HFC Falke o. D.). Dieser richtet sich an „alle Entwurzelten, egal von welchem Verein sie kommen. Aus Ohnmacht soll wieder handlungsfähiges Gestalten werden“ (HFC Falke 2019). Er bezieht sich jedoch mit seinem Namen und den Vereinsfarben weiterhin auf den HSV (Prigge 2019).

Im August 2015 begann der HFC Falke in der untersten regulären Spielklasse zu spielen und stieg im Sommer 2016 in die 8. Liga auf. In dieser wartete nun die vierte Mannschaft des alten Rivalen, des FC St. Pauli. Dieser ist ein weiterer Hamburger Proficlub, mit dessen Fans die Fans des HSV in den letzten Jahrzehnten eine große Rivalität entwickelten (Daniel und Kassimeris 2013: 170). Nach der Bekanntgabe der Ligaeinteilung empfanden die Fans des HFC Falke sofort Vorfriede gegen den *alten Rivalen* antreten zu können, wie in internen Vereinschats zu lesen war. Zwei Wochen vor dem Spiel veröffentlichte der Vorstand des HFC Falke einen Aufruf, der per E-Mail an alle Mitglieder verschickt wurde:

„Natürlich wollen und werden wir nie die Vergangenheit bzw. die Wurzeln des HFC Falke vergessen und viele von Euch haben sicherlich noch immer eine ausgeprägte Antipathie gegen St. Pauli. Aber mit der Gründung unseres Vereins haben wir neue Wege bestritten und uns in den bisher 15 Monaten Spielbetrieb einen sehr guten Ruf erarbeitet, was Fairness gegenüber Gegnern und Schiedsrichtern angeht. In diesem Zuge wäre es mehr als wünschenswert, wenn wir es auch in brisanten Spielen so beibehalten. Schließlich ist es das nicht wert, die Werte unseres Vereins in einem Spiel zu gefährden. Anstatt des so typischen ‚Anti-Gehabes‘ und Schmähesängens lasst uns etwas Niveau ins Spiel bringen. [...] Aus diesem Grund möchten wir Euch bitten, vom stumpfen, pauschalen ‚Scheiß St. Pauli‘ abzusehen, sondern kreativ und spielbezogen die Falken zum Sieg zu schreien“ (HFC Falke 2016).

Im Zitat betont der Vorstand die Regeln für die mutuality des HFC Falke und wie er diese auch in Zukunft ausgestalten möchte: nämlich, dass man für Fairness und Respekt steht, um sich so von der HSV-Identität abheben zu können. Vor und während des Spiels konnte der Forscher körperlich spüren, dass es für die meisten Falke-Fans ein besonderes Spiel war. Sie waren aufgeregter und angespannter als bei anderen Spielen. Als die Teams das Spielfeld betraten, zeigten die Falke-Fans eine Choreographie, die die Konturen Hamburgs auf blauem und schwarzem Hintergrund zeigte, begleitet von Konfetti und Luftballons. Zweimal während des Spiels brüllten einige Falke-Fans „Scheiß St. Pauli“, was von anderen Falke-Fans mit „HFC, HFC“-Rufen gekontert wurde. Einmal begann eine größere Gruppe zu singen „Eure Eltern wählen die CDU“ – als ironische Bemerkung zur linken Identität der St. Pauli-Fans (Daniel und Kassimeris 2013).

Das Spiel gegen FC St. Pauli ist also in zweierlei Hinsicht besonders für Falke: Erstens, weil der Gegner der ‚alte‘ Rivale ist und zweitens wurden rund um das Spiel Unterschiede zwischen den Falke-Mitglieder*innen sichtbar. Während die einen ihren Verein als etwas Neues wahrnehmen und auf Regeln wie Fairness rekurrieren, betonten andere dessen HSV-Herkunft. Am Abend vor dem Spiel wurden diese Unterschiede noch einmal betont, als ein Falke-Spieler ein Bild postete, das ihn und einen ehemaligen St. Pauli-Profi beim Abendessen zeigte. Einige Falke-Fans empfinden das als *Verrat*, was sie im internen Messenger-Chat auch deutlich formulierten. Ironischerweise erzielt dieser Spieler während des Spiels das entscheidende Tor, auf welches wir nun noch einmal in actu eingehen.

Zunächst teilen Falke-Fans das Gefühl der Anspannung, der Verzweiflung, gefolgt von Freude. Diese Freude ist auch eine Art Erleichterung. Sie schreien „JA“ – der alte Rivale wurde besiegt. „JA“ zu ihrem Verein, „JA“, wir haben uns nicht blamiert. Sie fühlen sie dem Verein (attachment) zugehörig und zeigen dies durch ihre Performanz (communality). Dies alles beruht auf dem gemeinsamen Wissen, dass es sich nicht um ein gewöhnliches Spiel handelt, sondern um ein Spiel gegen *den* Rivalen. Es geht darum, die Ehre der Gemeinschaft zu verteidigen, der sie angehören. Aus Sicht der Fans haben auch sie ihren Beitrag (mutuality) zum gemeinsamen Ziel, dem Sieg geleistet, nämlich durch die (virtuelle, auditive und emotionale) Unterstützung des Teams und das sich gemeinsam in die Arme fallen nach dem Siegtreffer.

In der ersten Sequenz des Jubels werden Unterschiede zwischen Spielern und Fans und zwischen Fans, die um unterschiedliche identitäre Ausrichtungen des Vereins ringen, aufgehoben. Fans mit unterschiedlichen Ansichten über Falkes Verhältnis zum FC St. Pauli jubeln auf die gleiche Weise, fallen sich in die Arme und inszenieren communality. Im zweiten Teil der Sequenz werden jedoch die unterschiedlichen Regeln zwischen beiden Gruppen sichtbar. Die einen zeigen ihre Rivalität zu St Pauli, die anderen versuchen diese zu übertönen. Dennoch besteht der Wunsch der Gemeinsamkeit beim Jubel. Dies alles betont noch einmal die historische Komponente von Belonging, die sich auch nur wenige Minuten

nach dem Spiel erneut zeigt, wo Falkes Einheit auf zweierlei Art zur Schau gestellt werden soll. Zuerst wird gemeinsam die inoffizielle Vereinshymne, sowohl auf dem Platz wie auch im Block gesungen. Das Zweite ist eine *UFFTA* (in anderen Fanszenen auch als *HUMBA* gekannt), bei der ein Fan Wörter oder Buchstaben vorgibt, die alle anderen gemeinsam wiederholen und am Ende gemeinsam tanzen. An diesem Tag wird aber zusätzlich zum üblichen Text „Scheiß St. Pauli“ gebrüllt. Selbst Mitglieder, die betont haben, dass sie keine Rivalität zum FC St. Pauli wünschen, schließen sich dem Ruf an, als Folge der Zugehörigkeitsmaschinen. Sie unterliegen dem Zwang der *mutuality* und machen mit, um zur Gemeinschaft dazugehören. Die Zugehörigkeit zum HFC Falke zeigte sich so nicht (nur) in Diskussionen um Verrat, Traditionen und Werte im Chat, sondern stellte sich viel mehr durch gemeinsame Emotionen rund um das Spiel her. Nach dem Spiel berichten sowohl Spieler als auch Fans von einem besonderen Gefühl. Ein Fan beschreibt es als den Moment, in dem sich Fußball wie in der Vergangenheit (beim HSV) anfühlen würde und selbst der Spieler, der das Tor schoss, bezeichnete dieses als den emotionalsten Moment seiner langen Karriere. Zudem luden einige Fans später ein Video online hoch und veröffentlicht den Link im internen Messenger-Chat, welches die Fans beim Torjubel zeigt. Andere Mitglieder gratulierten zum Video. Sie bezeichneten es als den emotionalsten Moment der Vereinsgeschichte oder versprachen, es sich noch „tausendmal“ anzusehen. Die Reaktionen unterstreichen, wie die dokumentierten Darstellungen von Emotionen ein Gefühl der Gemeinsamkeit und damit der Zugehörigkeit schufen. Durch die technische Reproduktion hofften sie, das Gefühl zu bewahren und die Zugehörigkeit zu stabilisieren. Der emotionale Moment, der eine gemeinsame Zugehörigkeit kreierte, sollte die Unterschiede, die rund um den Tag deutlich wurden, überstrahlen und so die Einheit der Gemeinschaft wahren.

6 Abschließende Diskussion

Unsere beiden Fallbeispiele zeigen, dass Emotionen als sozialer Treibstoff fungieren, welche die Zugehörigkeitsmaschinen im Fußball antreiben und so Performanzen wie ‚Torjubel‘ erzeugen können. Fantum ist nicht bloß eine kategoriale Zuschreibung, sondern es ist durchsetzt von sozialen Prozessen, welche positiv wie negativ zugleich sein können. Die Performanz ‚Torjubel‘ zeigt, dass sowohl auf der Hamburger wie auch der Berliner Tribüne ein ähnliches Wissen darum besteht, wie eine Emotion körperlich im Zuge eines Tors auszusehen hat (JA-Ruf, Hände zu Fäusten, Körper und Hände werden in die Luft gereckt etc.). Die Mitglieder der Gemeinschaft stellen kollektiv und nahezu simultan die gleiche Emotion dar, was den Eindruck einer maschinellen Erzeugung verstärkt. Sie entsprechen dem Wissen wie Gefühle als Emotionen im spezifischen Kontext zu zeigen sind und so maschinell Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft erzeugen. Zugleich wird in dieser Darstellung *mutuality* zur jeweiligen *community* betont. Das eigene ‚Fanmilieu‘ soll ‚Emotionen zeigen‘, damit ein direkter Bezug zum Team und zum eigenen ‚Fanlager‘ hergestellt wird (attachment). Dies zeigt sich besonders beim ‚in die Arme fallen‘. In diesem Moment stellt Emotion als sozialer Treibstoff körperliche Einheit durch die Performanz her. Personen suchen körperliche Nähe und die Gegenüber erwidern diese bzw. wissen, dass sie diese in diesem Moment erwidern *muss* (*mutuality*). Der Dissens beim HFC Falke darüber, ob Emotionen in Herabwürdigungen des Gegners ausge-

drückt werden sollen oder nicht, zeigt aber auch, wie Konsens um die Darstellung ‚richtiger Emotionen‘ (hier: Freude im Zusammenspiel mit Hass) im Wissen erst erarbeitet werden muss (Hochschild 2012), also welche Regeln beim Jubel im Sinne von mutuality gelten. Die Personen, die in UFFTA einstimmen, obwohl sie eigentlich die Rivalität zum FC St. Pauli ablehnen, verdeutlichen, wie diese Aushandlungen stattfinden und wie der Druck des Konsenses der Gemeinschaft den des eigenen Anspruchs übersteigt. Die im Vollzug dieser Zugehörigkeitsmaschinen erzeugten emotionalen Bindungen, erlauben es die gemeinsame Performanz mit aktuellen Erfahrungen zu verbinden, etwa, dass man Spiele in letzter Minute gewinnen kann (Hertha BSC) oder im Nachklang einen Triumph über ein Video abrufen (HFC Falke). Diese Maschinen laufen aber nicht nur über aktuelle Situationen. Ein einmaliger Jubel erzeugt nicht zwangsweise Belonging. Es gilt erst ein „net of affective belonging“ (McManus 2018: 765) zu weben und mit unterschiedlichen Narrativen gemeinsamer Erzählungen zu unterfüttern. Denn auch dies zeigt unser Vergleich: Fanggemeinschaften weisen Unterschiede in ihren historisch-kulturellen Zugehörigkeiten auf. Das Belonging der Fans von Hertha BSC wird durch bereits routinisierte, soziale Parameter erzeugt (Berliner und Brandenburger Wurzeln), die immer wieder vor Heimspielen bestätigt werden (communality). Beim HFC Falke allerdings entsteht über den Jubel eine Zugehörigkeit, die über die im Vorfeld formulierten ‚Identitäten‘ hinausgeht. Denn die ‚HFC-Falke-Identität‘ ist instabil. Die Rivalität zum FC St. Pauli zeigt zudem, dass immer noch eine Bindung zur Fanidentität ‚HSV‘ existiert. Belonging ist hier also doppelt vorhanden: Einerseits zum neuen Verein, andererseits zur HSV-Vergangenheit, was zeigt, dass sich Zugehörigkeitsmaschinen nicht einfach ausschalten lassen. Die emotionale Bindung an den HSV (attachment) ist im Moment des Jubels durch die Schmähung des Gegners („Scheiß St. Pauli“) immer noch sicht- und hörbar.

Im Anschluss an unseren Vergleich ergeben sich weitere Untersuchungsfelder. Innerhalb der Fanszene kann Zugehörigkeit einzelner Personen oder Gruppen infrage gestellt werden, gerade im Kontext von Misserfolgen (Ratana 2014), weswegen die Betrachtung von Zugehörigkeitsmaschinen bei Exklusionsmechanismen (non-Belonging) in Zukunft weiter untersucht werden sollte. Denn Jubel ist nur eine von vielen Emotionsperformanzen im Fußball. Wut, Enttäuschung, Trauer oder Leid sind als Performanzen genauso präsent und für (Nicht-)Zugehörigkeiten ebenfalls relevant, wie die Eingangsvignette vermittelt.

Neben den Unterschieden beim Torjubel zwischen zwei Vereinen können auch Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen verschiedenen Bereichen des Stadions untersucht werden. Kotthaus (2017b) und Wetzels (2022) haben hierzu bereits Startpunkte gesetzt. Damit könnte das Belonging-Konzept die Fußballforschung im Bereich von Ungleichheit- und Diskriminierung weiterbringen, da Belonging als relationales Konzept die Wirkung von Gruppen auf einzelne Personen und umgekehrt fokussiert und untersuchbar macht. Heisenbergers (2018) Forschung zu schwulen Fußballteams, auch wenn sie nicht auf Belonging fokussiert, ist ein Beispiel hierfür. Durch den Rückgriff auf Belonging aus unterschiedlicher Perspektive könnte sich die Möglichkeit bieten den Fußball für inter- bzw. transdisziplinäre Forschung zu öffnen (Brandt 2021: 158). Der Fußball bleibt für sozialwissenschaftliche Forschung ein Potpourri an Möglichkeiten. Denn seine Geschichten und Emotionen sind so vielfältig, wie die Zugehörigkeitsmaschinen, die ihn antreiben.

Literatur

- Ahmed, Sara (2004): *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Akreml, Leila (2019): Stichprobenziehung in der qualitativen Sozialforschung. In: Baur, Nina und Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 313–332.
- Anthias, Floya (2008): Thinking through the lens of translocational positionality: An intersectionality frame for understanding identity and belonging. In: *Translocations: Migration and Social Change* 4(1), S. 5–20.
- Anthias, Floya (2020): *Translocational Belongings: Intersectional Dilemmas and Social Inequalities*. London: Routledge.
- Balke, Gregor (2007): Rituale, Selbstdarstellung und kollektive Orientierung: Konturen der lebensweltlichen Wirklichkeit von Fußballfans. In: *Sport und Gesellschaft* 4(1), S. 3–28.
- Bliesener, Thomas, und Lösel, Friedrich (2002): Identitätsbildung, Gruppenstruktur und Gruppenerleben bei Hooligans. In: Herzog, Markwart (Hrsg.): *Fußball als Kulturphänomen. Kunst – Kultur – Kommerz*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 253–268.
- Brandt, Christian und Kurschiedt, Markus (2022): Striving for Social Sustainability of Football Commercialization: An Ethnographic Case Study of the German Fan-Governed Club HFC Falke. In: *Sustainability* 14, 15 9230.
- Brandt, Christian (2021): Wissenschaft in der Kurve – Eine Systematisierung deutschsprachiger Veröffentlichungen zu Fußballfans. In: *FuG – Zeitschrift für Fußball und Gesellschaft* 3(2), S. 146–159.
- Bromberger, Christian (1995): Football as world-view and as ritual. In: *French Cultural Studies* 6 (18), S. 293–311.
- Chiara Ktx (2018): Einlauf & Hymne | Hertha BSC vs. FC Bayern München (28.09.2018). <<https://www.youtube.com/watch?v=EI10F7zQQ2w>> (Zugriff am 29.04.2022).
- Daniel, Petra und Kassimeris, Christos (2013): The Politics and Culture of FC St. Pauli: from leftism, through anti-establishment, to commercialization. In: *Soccer & Society* 14(2), S. 167–182.
- Edensor, Tim und Millington, Steve (2010): Going to the Match: The Transformation of the Match-day Routine at Manchester City FC. In: Frank, Sybille/Steets, Silke (Hrsg.): *Stadium Worlds. Football, space and the built environment*. London: Routledge, S. 146–162.
- Fritz, Fabian, Wetzels, Michael und Zeyn, Julia (2021): Die Ultra-Bewegung – Mehr als Gewalttäter: innen und Eventpublikum?! Ein Plädoyer für eine bildungs- und jugendarbeitsorientierte Perspektive auf sozialpädagogische Fanprojektarbeit. In: *Widersprüche. Zeitschrift für sozialistische Politik im Bildungs-, Gesundheits- und Sozialbereich* 41(161), S. 73–84.
- Gabler, Jonas (2012): *Die Ultras: Fußballfans und Fußballkulturen in Deutschland*. Köln: PapyRossa.
- Goffman, Erving (1971): *Strategic Interaction*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Heissenberger, Stefan (2018): *Schwuler* Fußball. Ethnografie einer Freizeitmannschaft*. Bielefeld: Transcript.
- Heyde, Judith von der (2018): *Doing Gender als Ultra – Doing Ultra als Frau. Weiblichkeitspraxis in der Ultrakultur. Eine Ethnographie*. Weinheim: Beltz.
- Hochschild, Arlie (2012): *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- HFC Falke (o.D. a). *Grundgedanken*. <<https://hfc-falke.de/verein/>>. (nicht mehr aufrufbar).
- HFC Falke (2016). *Falkenpost HFC Falke e.V.* 39, September 2016. (unveröffentlicht).
- HFC Falke (2019): *Woher wir kommen – Macht und Ohnmacht*. <<https://hfc-falke.de/falke-dna/infoszum-verein/>> (Zugriff am 29.05.2022).
- Hitzler, Ronald (2014): In der Konsensmachinerie. Milieuzugehörigkeit zwischen dem Entdecken von Gemeinsamkeiten und dem Erleben von Gemeinschaft. 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*, Sonderband 1, S. 100–114.
- Knoblauch, Hubert (2005): Focused Ethnography [30 paragraphes]. In: *Forum: Qualitative Social Research* 6(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-6.3.20>.
- Knoblauch, Hubert und Schnettler, Bernt (2014): Videography: Analysing Video Data as ‚Focused‘ Ethnographic and Hermeneutic Exercise. In: *Qualitative Research* 12(3), S. 334–356.
- Knoblauch, Hubert, Wetzels, Michael und Haken, Meike (2019): Videography of emotions and affectivity in social situations. In: Kahl, Antje (Hrsg.): *Analyzing Affective Societies: Methods and Methodologies*. London: Routledge, S. 162–179.
- Kotthaus, Jochem (2017a): Die Ordnung des Feldes. Diskursstränge der deutschsprachigen Forschung zu Fußballfans. In: Grau, Andreas/Heyde, Judith von der/Kotthaus, Jochem/Schmidt, Holger/Winands, Martin (Hrsg.): *Sozialwissenschaftliche Perspektiven der Fußballfanforschung*. Weinheim: Beltz, S. 30–55.
- Kotthaus, Jochem (2017b): Ultras als Szene. Methodologische Überlegungen zu einer Konzeptionalisierung der Ultrabewegung als posttraditionale Vergemeinschaftung. In: Grau, Andreas, Heyde, Judith von der, Kotthaus, Jochem, Schmidt, Holger und Winands, Martin (Hrsg.): *Sozialwissenschaftliche Perspektiven der Fußballfanforschung*. Weinheim: Beltz, S. 91–111.
- Kotthaus, Jochem (2017c): Das Ritual des Jubels im Fußballsport. In: *Sozialer Sinn. Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung* 18(2), S. 341–370.
- May, Vanessa (2013): *Connecting Self to Society. Belonging in a Changing World*. New York: Palgrave Macmillan.
- McManus, John (2018): Modern Enchantments: Media, Fandom and Distraction Amongst Diaspora Turkish Football Supporters. In: *Ethnos. Journal of Anthropology* 83(4), S. 762–781.
- Numerato, Dino (2014): Who Says „No to Modern Football?“ Italian Supporters, Reflexivity, and Neo-Liberalism. In: *Journal of Sport and Social Issues* 39(2), S. 120–138.
- Pfaff-Czarnecka, Joanna (2011): From ‚identity‘ to ‚belonging‘ in social research: plurality, social boundaries, and the politics of the self. In: Albiez, Sarah/Castro, Nelly/Jüssen, Lara/ Youkhana, Eva (Hrsg.): *Ethnicity, Citizenship and Belonging: Practices, Theory and Spatial Dimensions*. Madrid: Iberoamericana Vervuert, S. 199–219.
- Ratana, Aarti (2014): ‚Who are ya?‘ The national identities and belongings of British Asian football fans. In: *Patterns of Prejudice* 48(3), S. 286–308.
- Röttger-Rössler, Birgitt (2018): Multiple belongings. In: *Zeitschrift für Ethnologie* 143(2), S. 237–262.
- Prigge, Stefan (2019): The transformation of German football Bundesliga clubs from members' associations towards corporations and their governance implications – the case of Hamburger SV. In: Winand, Mathieu/Anagnostopoulos, Christos (Hrsg.): *Research Handbook on sport governance*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, S. 329–352.
- Schäfer, Mike S. und Schäfer, Mathias (2009): Abseits-Religion. Fußball als Religionsersatz? Erschienen auf: Internethomepage der Universität Zürich, S. 1–24, Online aufrufbar: https://www.uzh.ch/cmsssl/ikmz/dam/jcr:de90cf56-188b-4301-beea-8fd36525d6a2/4_13.pdf (Zugriff am: 12.09.2022).
- Spittler, Gerd (2014): Dichte Teilnahme und darüber hinaus. In: *Sociologus* 64(2), S. 207–230.
- Tröger, Julius, Klack, Moritz und Pätzold, Andre (2022): Berliner Fußballkarte. Hertha beherrscht den Westen, der 1. FC Union den Osten Berlins <<https://interaktiv.morgenpost.de/fussballkarte-berlin/>> (Zugriff am 16.05.2022).
- Wetzels, Michael (2022): Affektdramaturgien im Fußballsport. Die Entzauberung kollektiver Emotionen aus wissenssoziologischer Perspektive. Bielefeld: Transcript.
- Yuval-Davis, Nira (2006): Belonging and the politics of belonging. In: *Patterns of Prejudice* 40(3), S. 197–214.