

Sportfans im Blickpunkt
sozialwissenschaftlicher Forschung

Judith von der Heyde |
Jochem Kotthaus (Hrsg.)

Wettkampf im Fußball – Fußball im Wettkampf

BELTZ JUVENTA

Leseprobe aus: von der Heyde/Kotthaus, Wettkampf im Fußball - Fußball im Wettkampf
ISBN 978-3-7799-4497-3 © 2016 Beltz Verlag, Weinheim Basel
<http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-4497-3>

Judith von der Heyde und Jochem Kotthaus

Einleitung

Der Wettkampf im Fußball (und im Rest des Sports)

Den Fußball nicht in seinem Kontext als Wettkampf zu betrachten, wäre damit vergleichbar, den Kampf im Krieg untersuchen zu wollen, ohne die Auseinandersetzung Nation gegen Nation (oder entlang einer anderen Trennlinie) zu denken. Vernachlässigt man die Zusammenhänge, die konstitutiven Momente, dann muss sich am Ende eine personalistische und individualistische Verkürzung ergeben. Die (wissenschaftliche) Diskussion um den Fußball misst diesem eine außergewöhnliche soziale Relevanz zu, sei es als gesellschaftliches Spiegelbild oder auch als ein Seismograph gesellschaftlicher Entwicklungen (vgl. Hebenstreit 2012; Theweleit/Biermann 2006) und zeigt auf diese Weise die hohe gesellschaftliche Wertigkeit, die Fußball und sein Wettkampf genießen. Die Blickwinkel auf den Fußball sind dabei interdisziplinär und bestimmen mit ihren theoretischen und diskursiven Hintergründen häufig den Gang der Argumentation. Dass Fußball ein Ort des Sozialen ist, konnte dementsprechend in den vergangenen Jahren im Zuge zunehmender Fußball(fan)forschung herausgestellt werden. Unter pädagogischen und sozialwissenschaftlichen Perspektiven wurden Fans als Vergemeinschaftungsformen genauso thematisiert, wie der Blick auf Praxisordnungen, Emotionen oder auch Geschlechterordnungen, um Fußball als gesellschaftlich relevanten Raum darzustellen. Selten oder vielleicht auch nie wurde der Fußball als Zuschauer_innensport bisher als das konzeptionalisiert, was er ist: Ein Spektakel des Wettkampfs.

Wettkampf ist jedoch der elementare Faktor des Sports. Der regelgeleitete Vergleich mit anderen, aber auch mit den eigenen Leistungsgrenzen ist – neben allen gesundheitlichen Vorteilen – zentrales Moment der Motivation des Sporttreibens. Es ist gleichzeitig die wesentliche Idee des Sehens von Sport: die prinzipielle Offenheit von Erfolg und Niederlage bei einer gleichzeitigen Bestimmtheit der Entscheidung – verbunden mit einer eingeschriebenen Unbeeinflussbarkeit oder doch allenfalls durch Jubel und Anfeuerung und somit sekundären Teilhabe am sportlichen Ergebnis. Der Aspekt des Wettkampfs unterstützt den öffentlichen Charakter des Sports, denn durch die Leistungsmessungen wird Sport auch für Publikum interessant. Es kann

parteilich greifen und sich somit selber zum Teil dieses Sports oder zumindest zu einer der sich messenden Parteien machen. Der Wettkampfcharakter macht den Sport zu mehr als Schauspiel oder Theater. Er fügt der unterhaltenden Inszenierung eine Prise Authentizität hinzu. Auf diese Weise kann sich ein Publikum identifizieren und mitfiebern. Der Sport bietet durch seinen Charakter als Wettkampf also (auch) aus Sicht des Publikums ein permanentes soziales Lernfeld der Kontingenzbewältigung.

Die einzige Bedingung der Konstitution von Sportereignissen als Spektakel des Wettkampfs ist ihr öffentlicher Charakter. Fußball bietet eine besondere Form des Wettkampfs, weil er der Sport mit der größten Popularität und Sichtbarkeit in Europa ist. Dazu tragen vor allem die Zuschauer_innen und Fans bei, die zu Tausenden in die Spielstätten strömen. Die Zuschauenden an den sportlichen Ereignissen wollen dabei sein und erleben, wie die Sportler_innen siegen oder scheitern. Die Zusammenkunft bietet ihnen ein gemeinsames Erleben von sportlichen Siegen oder Niederlagen. Im Umkehrschluss bietet ihre Anwesenheit den Sportler_innen eine Möglichkeit, gesehen und gefeiert zu werden, eine Bühne für die Selbstinszenierung als Sportler_in oder hier Fußballspieler_in. Im besten Falle haben also alle etwas von der Inszenierung des Wettkampfes.

Der öffentliche Wettkampf ist wie geschaffen für die Hervorbringung von Heldinnen und Helden. Bette geht davon aus, dass es gerade der sportliche Wettkampf ist, der einen Sozialraum zur Verfügung stellt, in dem Held_innen verschiedenster Art geboren werden können und möglicher Weise wieder verlöschen. Im Gegensatz zu anderen Teilbereichen des Sozialen existiert der Sport für sich, er ist funktionsentlastet, seine Auseinandersetzungen und Kräftevergleiche geschehen ausschließlich um den Willen des sportlichen Wettkampfs. Politik oder Wirtschaft sind von dieser Entlastung nicht betroffen, ihre Entscheidungen finden im Verborgenen statt. Selbst Wahlen als Wettkampf der Parteien und Kandidat_innen sind insofern nicht öffentlich, dass ihr Ablauf dezentral, individuell und geheim organisiert ist (vgl. Bette 2007). Held_innen werden nun aber gerade durch einen Prozess der Anerkennung durch das Publikum hervorgebracht. Menschen können sich zwar als Held_innen verhalten, ohne aber die Öffentlichkeit ihres Tuns können sie nicht als solche wahrgenommen werden. Es braucht den Gang aus der Privatheit. Der Raum des sportlichen Wettkampfes ist einer der Öffentlichkeit, des Gesehen werdens und der Teilhabe des Publikums am Ereignis. Beide Flächen, die Auseinandersetzung der Sportler_innen und ihre Wahrnehmung durch die Zuschauenden, bedingen einander konstitutiv als Wettkampf.

Vielleicht werden nun nicht alle Sportler_innen während ihres Wettkampfs (und durch ihn) zu Helden und Heldinnen, aber etwas heldenhaftes bleibt ihnen in der beständigen Möglichkeit als ein solcher und oder solche

wahrgenommen zu werden, denn die Öffentlichkeit ist im Sportevent fest eingebunden und -geplant. Der sportlichen Aktivität im Rahmen eines einsehbaren und beständigen Spielfeldes (wie Fuß- oder Handball, Hockey oder Boxen, anders als Bobfahren oder Straßenradrennen) ist die Reaktion und Einbeziehung des Publikums in ihren Handlungen eingeschrieben: Leichtathlet_innen animieren vor ihrem Sprung oder Wurf das Publikum regelmäßig zu rhythmischem Klatschen, Spieler_innen in Mannschaftssportarten wie Fuß- oder Handball zu mehr oder weniger euphonischen Bezeugungen der Anteilnahme am Spielgeschehen und der eigenen Mannschaft, Boxer_innen peitschen das Publikum an, um sich selbst durch den Jubel zu motivieren. Selbst die Inszenierungen vor oder auch nach einem Spiel- bzw. Sportereignis zeugt von einem Wissen um Öffentlichkeit, Sichtbarkeit und Publikumswirkung, wenn der Einlauf der Boxerin oder des Boxers dramaturgisch mit der Fernsehkamera verfolgt und mit ausgewählter stimmungsvoller Musik begleitet wird, gleiches gilt für den Einlauf der Mannschaften bei Ballsportarten und lässt sich sogar für die Situation behaupten, in der die Mannschaften bei internationalen Wettkämpfen vorab des Spiels ihre Nationalhymne für das Stadion- und das Fernsehpublikum singen.

Diese Reaktivität zwischen Athlet_innen und Publikum im und als Wettkampf ist seit langem bekannt und unverändert. Leni Riefenstahls zweifelhafte Olympia-Filme zeugen bereits von einer dreifachen Inszenierung: Erstens von der Aufführung des Sportevents vor einem Massenpublikum und zweitens von der Darstellung des Ereignisses durch die Kamera und für ein (Kino)Publikum, welche keine Dokumentation, sondern ein Kunstprodukt eigener Art darstellt, eine mediale Wirklichkeit, welche ausschließlich als Bild/Ton für das sehende/hörende Publikum existiert, durch ihre Breitenwirkung jedoch als Realität gehandelt wird. Es handelt sich damit also nicht um Kommunikationen verschiedener Ordnung, die sich um das Sportevent lagern, sondern um idiosynkratische Aufführungen. Drittens sind beiden Inszenierungen quasi auf der Hinterbühne Darstellungen von Körper, Geschlecht, Nation, Werten, Ästhetik etc. eingeschrieben, die auch in ihren Darstellungsformen politisch sind, da sie ihr spezielles Sagbarkeitsfeld aufgrund ihrer enorm prominenten und wirkmächtigen Sprecherposition wesentlich bestimmen. Soziale Ordnungen werden somit (öffentlich) produziert, wodurch im Gegenzug der Wettkampf stets ein »Ort des Sozialen« (Hirschauer 2004) ist. Zusammen mit Differenzierungslinien und hierarchischen Ordnungskategorien und -systemen werden damit gleichermaßen auch Diskurse um Angemessenheit und Normen produziert.

Beispielhaft kann hier das Idiom des sogenannten *Fans* (auch gerne in Anführungszeichen) herangezogen werden, eine diskursive Stigmatisierung jenes Teils der Zuschauer_innen im Stadion (in der Regel beim Fußball), welcher sich durch deviantes Verhalten (Abbrennen von Pyrotechnik, Werfen

von Gegenständen, Betreten des Platzes, Angriffe auf andere Fangruppen etc.) bemerkbar macht. Würde man denken, dass es keiner besonderen ethischen Kompetenzen bedarf, um sich als Fan, also als Mitglied einer vom (Schönwetter)Publikum unterscheidbaren Gruppe zu identifizieren, die sich durch eine intensivere Beziehung zu Mannschaft, Verein und Sport auszeichnet und dem Sehen des Spiels sowie der Beschäftigung mit seinen Protagonist_innen einen eigenen – besonderen – Wert beimisst (vgl. Kathöfer et al. 2013), so wird hier das Gegenteil behauptet: Ein diskursiver Ausschluss der Personen, welche außerhalb des als akzeptabel markierten Verhaltens als Fußballfan markiert werden, ist durch Wissen produziert und produziert selbst wieder Wissen. Er ermöglicht die Trennung zwischen falschen und richtigen Aussagen.

Die Bezeichnung als sogenannter Fan verweist nun gerade nicht auf das vordergründige Wissen über Fans, sondern auf eine Tiefenstruktur des Normativen im Fußballspiel als fairem, friedvollem und gerechtem Erlebnis – auf die Annahmen über die Natur des Wettkampfs. Diese Hinterbühne wird durch Wettkämpfe fortwährend (mit)inszeniert: Das Sportspektakel erklärt sich zur Bühne der permanenten Inszenierungen und Dramatisierung von Wettkampf, Überlegenheit, einer Zurschaustellung von Leistungsfähigkeit, trainierten Körpern, Geschlechtszugehörigkeiten und nationaler Dominanz. Wettkampf wird dabei zum Mittler sozialer Hegemonien und Ordnungen.

Die Teilnahme am Wettkampf ist zweierlei: Sie geschieht außerhalb der Regeln des Alltags- oder Erwerbslebens, in der Emotionen stets gezügelt werden müssen, in einer zeitlich und räumlich befristeten Sphäre der möglichen Enthemmung der Gefühle und ihres mimetischen Ausdrucks. Gleichzeitig ist die Teilnahme doch wieder regelgeleitet und beschränkend, der Enthemmung sind Grenzen gesetzt, die den Wettkampf selbst konstituieren: »Aber ohne die Übereinkunft über ein abschließendes Resultat und eine geregelte Beendigung der Gewalt gibt es keinen Sport: ein Wettkampf, der in offenen Konflikt, in neue Zyklen der Gewaltanwendung übergeht, ist nur noch Kampf – Vorbereitung zur Revolte oder Bürgerkrieg« (Gebauer 1986, S. 113). Dies gilt beiderseitig: auf dem Platz und auf den Rängen.

Das Buch und seine Beiträge

Hierum soll es in diesem Buch gehen: um den Sport Fußball als Wettkampf, um den Wettkampf im Fußball. Wir sprechen vor allem von den zweijährig stattfindenden Großereignissen, welche die Ebene der Auseinandersetzung von der Region auf die der Nation verlagern. Bei den Welt- und Europameisterschaften wird jeweils ein friedlicher Wettkampf der Nationen stilisiert. Fraglich ist nunmehr, welche Implikationen solche medial umfänglich be-

richteten Events besitzen. Welche Aufladungen und Bedeutungen kommen den bekannten Auseinandersetzungsfeldern Race (Ethnie, Nation), Class und Gender zu? Welchen Sinn transportieren solche Events entlang dieser Differenzierungslinien – und wie? Die einzelnen Sportereignisse und ihre Akteur_innen produzieren Soziale Ordnungen und das Wissen darum. Der sportliche Wettkampf steht dabei im Vordergrund auf der öffentlichen Bühne, mitgeliefert werden aber gleichermaßen Inszenierungen des Sozialen. Wir konzentrieren uns vor allem auf das Großereignis, welches während der Produktion dieses Bandes in besonderer Weise aktuell war: die Fußball-Europameisterschaft der Männer 2016. Wir wagen aber auch Seitenblicke auf andere Großereignisse, andere Turniere, andere Sportarten und Events.

Dieses Buch versammelt Beiträge, die dem Fußball und seinem Wettkampf aus unterschiedlichen disziplinären Perspektiven näher kommen, und ist in vier Abschnitte gegliedert. *Gregor J. Betz*, *Paul Eisewicht* und *Arne Nierbacher* beginnen mit einer Einführung in die anthropologischen, historischen und zeitdiagnostischen Bedingungen zur Eventisierung von Sportereignissen. Sie fragen, unter welchen Voraussetzungen und mit welchen Regeln das Event zu einem solchen wird. Mit den Beiträgen von *Gerhard Vinnai*, *Jürgen Schwier* sowie *Christine Resch* folgen drei, im Hinblick auf die Funktion von Sportereignissen und deren Begleitprogramm durchaus kritische Perspektiven auf den Wettkampf als gesellschaftliches Event. Dabei werden neben ideologischen Aspekten die Beziehungen zwischen Fußballsport und einer nationalen Identität sowie die Angebote einer Kulturindustrie des Sports diskutiert.

Der zweite Abschnitt des Bandes setzt einen Schwerpunkt auf Körper und Inszenierungen im Wettkampf. Dieser wird, die Inszenierungen des Sports und der daran Beteiligten thematisierend, von *Thomas Schauerte* eröffnet, es folgt der Beitrag von *Yvonne Niekrenz*, in dem sie gemeinschaftliche Verkörperungen im Fußballstadion und die Praxis einer kollektiven Erregung verhandelt. Im Anschluss daran systematisiert *Jochem Kotthaus* Inszenierungspraktiken des Jubels und der Freude, die neben dem eigentlichen Sport ebenfalls für das Zusammenspiel von Publikum und Sportler_innen bedeutsam sind. Die darauf folgenden Beiträge von *Nina Degele* sowie *Judith von der Heyde* verhandeln Fußball als Ort des Sozialen mit dem Blick auf die Inszenierungen heteronormativer Ordnungen. Abschließend thematisieren *Stephanie Moldenhauer* und *Beatrice Amting* in ihrem Beitrag Fußball und dessen Wettkampf als Ort für Konstruktionen eines Sicherheitsdiskurses. Sie zeigen auf, wie Gewaltdiskurse zum Ergebnis des Events des nationalen Fußballwettkampfs werden.

Im dritten Abschnitt stehen verschiedene Akteur_innen und ihre Interessen rund um den Fußballwettkampf im Mittelpunkt. Zunächst beleuchtet *Uwe Wilkesmann* die finanziellen Möglichkeiten der internationalen Ver-

bände und stellt heraus, wie durch die Vergabep Praxis von Geldern Ungleichheiten in der Bundesliga gefestigt werden, bevor *Marcus Bölz* den Schwerpunkt auf Sportjournalist_innen und ihre Verstrickungen in kommerzielle Interessen rund um den sportlichen Wettkampf setzt. *Thomas Schmidt-Lux* legt abschließend das Augenmerk wieder auf das Interesse des Publikums am Wettkampfsport und stellt das Auftreten der Fußballfans im Gegensatz zu den anderen am Fußballinteressierten eher als situativ heraus.

Der vierte und letzte Abschnitt dieses Bandes widmet sich dem Aspekt des Lernens. Sportlicher und auch Fußballwettkampf wird hier unter pädagogischem Gesichtspunkt zunächst von *Stefan Krause* mit Blick auf die Fans und ihre Lernfähigkeit unter lerntheoretischer Perspektive beleuchtet und im Anschluss daran von *Harald Michels*, der eher den Fokus auf die Funktion des Fußballs(Wettkampfs) für die Soziale Arbeit legt. Abschließend rundet *Frank Martin Brunn* diesen Themenabschnitt mit einem Blick auf die ethische Dimension und die Möglichkeit einer Moralbildung durch sportlichen Wettkampf ab.¹

Dank und Kommunikation

Wir dürfen uns als Herausgeber_innen aus- und nachdrücklich bei den in diesem Buch vertretenen Autorinnen und Autoren für ihr Vertrauen und ihre Arbeit bedanken.² Unser Dank richtet sich auch an den Beltz Verlag für

1 Die Beiträge von *Gregor Betz*, *Paul Eisewicht* und *Arne Niederbacher*, *Jürgen Schwier*, *Marcus Bölz*, *Harald Michels* und *Frank Martin Brunn* sind, zum Teil in veränderter und deutlich kürzerer Abfassung, auch in der von uns herausgegebenen Ausgabe des *Sozialmagazin*, 41. Jg., H. 5/6, zum Schwerpunkt *Wettkampf* erschienen. Die parallele Veröffentlichung erklärt sich aus der gemeinsamen Entstehungsgeschichte beider Publikationen und dem Wunsch, dem Thema in vertiefter Art und Weise interdisziplinär gerecht werden zu können. Natürlich ist es in Buchpublikationen so, von den Umfangsbegrenzungen des Textes stärker befreit zu sein und damit insgesamt einen genaueren Blick auf den Wettkampf im Fußball werfen zu können. Es soll nicht verschwiegen werden: Effekten einer gegenseitigen Bewerbung beider Produkte stellen wir uns nicht entgegen.

2 Das Ziel der sicherlich allermeisten Herausgeber_innen ist es, ein inhaltlich und formal konsistentes Werk zu produzieren. Aufmerksamen Leser_innen wird trotzdem vielleicht nicht entgehen, dass sich formal insbesondere in der Verwendung einer gender-gerechten Sprache in einzelnen Beiträgen Unterschiede wahrnehmen lassen: Dies ist uns bewusst – und es ist auch so gewollt. Trotz des Bemühens um eine gewisse Einheitlichkeit sind wir andererseits absolut von der Eigenverantwortlichkeit unserer Verfasser_innen überzeugt – auch wenn dies mitunter zu Lasten der formalen Beschaffenheit des gesamten Werkes geht.

die wie immer vollkommen problemlose Zusammenarbeit und die Möglichkeit, dieses Buch als Band 2 der Reihe *Sportfans im Blickpunkt sozialwissenschaftlicher Forschung* publizieren zu können. Jedes Publikationsprojekt lebt in seiner Entstehung vom kollegialen Austausch: Insbesondere Richard Göldner hat dieses Buch durch seine Arbeit konzeptionell stark mitgeprägt. Ohne die Unterstützung, Ideen und Kritik von Nina Erdmann, Gerrit Weitzel, Carlotta Ebertz und Holger Schmidt wäre der Band nicht möglich gewesen. Dieses Buch ist als Vorhaben der *Projektgruppe Fußball der Arbeitsstelle für Spieleforschung* am Fachbereich *Angewandte Sozialforschung* der Fachhochschule Dortmund entstanden. Wir bedanken uns für die Unterstützung, die Bereitstellung von Ressourcen und drücken damit auch die Hoffnung aus, dass diese wichtige und erfolgreiche Arbeitsgruppe noch über viele Jahre weiter bestehen wird. Zum Abschluss: Nach der Drucklegung lebt ein Buch von der Rückmeldung seiner Leserinnen und Leser. Fühlen Sie sich also bitte eingeladen, mit uns Kontakt aufzunehmen – wir freuen uns auf Ihr Feedback.

Dortmund, im April 2016
Judith von der Heyde und Jochem Kotthaus

Literatur

- Bette, K.-H. (2007): Sporthelden. Zur Soziologie sozialer Prominenz. In: Sport und Gesellschaft, 4. Jg., H. 3, S. 243-264
- Gebauer, G. (1986): Festordnung und Geschmacksdistinktionen. Die Illusion der Integration im Freizeitsport. In: Hortleder, G./Gebauer, G. (Hrsg.): Sport – Eros – Tod. Frankfurt/M., Suhrkamp, S. 113-143
- Hebenstreit, S. (2012): Sozialwissenschaftliche Fußballforschung. In Brandt, C./Hertel, F./Stassek, C. (Hrsg.): Gesellschaftsspiel Fußball. Wiesbaden, VS, S. 19–37
- Hirschauer, S. (2004): Praktiken und ihre Körper: Über materielle Partizipanden des Tuns. In: Hörning, K. H./Reuter, J. (Hrsg.): Sozialtheorie. Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld, Transcript, S. 73-91
- Kathöfer, S./Kotthaus, J./Willmann, M. (2013): Aufwärmphase. Ein Blick in die Geschichte des Fußballs und seiner Fans. In: Kathöfer, S./Kotthaus, J. (Hrsg.): Block X – Unter Ultras. Ergebnisse einer Studie über die Lebenswelt Ultra in Westdeutschland. Weinheim, Beltz, S. 23-53
- Theweleit, K./Biermann, C. (2006): Tor zur Welt. Fußball als Realitätsmodell. Köln, Kiepenheuer & Witsch

Leseprobe aus: von der Heyde/Kotthaus, Wettkampf im Fußball - Fußball im Wettkampf
ISBN 978-3-7799-4497-3 © 2016 Beltz Verlag, Weinheim Basel
<http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-4497-3>

Teil 1

Wettkampf als gesellschaftliches Event

Gregor J. Betz, Paul Eisewicht und
Arne Niederbacher

Alltäglichkeit des Außeralltäglichen?

Anthropologische, historische und zeitdiagnostische
Bemerkungen zur Eventisierung

Sportevents wie Europa- oder Weltmeisterschaften mit aufwendig choreographierten Eröffnungsfeiern, Musikfestivals als mehrtägige Superstar-*Lineups*, Markenevents (wie z.B. die bis ins Detail durchinszenierte Eröffnung eines neuen *Flagship-Stores*) oder die Produkt-Übergabe an Kunden in aufwendigen Themenwelten, Street-Food- oder Gourmetfestivals in städtischen Fußgängerzonen, Kulturhauptstädte, Stadtgeburtstage, Hochschulsommerfeste oder Hochzeiten – großformatig angelegte und organisierte Feste, Partys, Feierlichkeiten und dergleichen mehr gehören längst zur Routine von Organisatoren, Leistungsanbietern und Besuchern bzw. Teilnehmern. Die Attraktivität dieser Veranstaltungen resultiert dabei wesentlich aus dem Versprechen eines hohen, an den (von Organisatoren antizipierten) Interessen der Teilnehmenden orientierten, typischerweise verschiedene Kulturformen übergreifenden, erwünschten, herausgehobenen, positiven Erlebens (vgl. Gebhardt et al. 1999; Betz et al. 2011; Hitzler 2015).

Als prototypisch für die Suche nach Erlebnissen in Gegenwartsgesellschaften stehen Events. Mit Events bezeichnen wir aus dem Alltag herausgehobene, raum-zeitlich verdichtete, performativ-interaktive Ereignisse mit hoher Anziehungskraft für relativ viele Menschen. Events sind jedoch keine Erfindung der Moderne, sondern stellen vielmehr Adaptionen, Transformationen oder Fortschreibungen einer Jahrtausende währenden Tradition außeralltäglicher Ereignisse dar. Die Veralltäglichung von Events und die damit einhergehende Eventisierung von Gegenwartsgesellschaften hat gleichwohl eine Aufmerksamkeitsspirale in Gang gesetzt (vgl. Franck 1998), die derzeit einen (vorläufigen) Höhepunkt erreicht hat. Provokant formuliert kann konstatiert werden, dass Events in Gegenwartsgesellschaften zum Alltag gehören bzw. etwas Alltägliches geworden sind. Die Grundlagen und Konsequenzen dieser Entwicklung werden wir im Folgenden mit dem Fokus auf Events, die um Spiele herum angesiedelt sind, nachzeichnen.

Spielen, zuschauen, Feste feiern – anthropologische und historische Grundlagen der Eventisierung

Das Thema *Spiel* durchzieht die Geschichte der menschlichen Kultur: Die ältesten von Archäologen zutage geförderten Spielgegenstände – in Form würfelähnlicher Knochen – zeugen hiervon ebenso wie die Thematisierung des Spiels in der Mythologie (vgl. Dirx 1981, S. 22 ff.; zu archäologischen Funden bezüglich Sport vgl. Blanchard 1995, S. 95 ff.). Soweit uns bekannt ist, spielen nicht nur Menschen, sondern (zumindest) auch Säugetiere und Vögel (vgl. Burghardt 2005). Dem Spiel wird für die kulturelle Entwicklung des Menschen jedoch eine weitaus größere Bedeutung zugeschrieben. Der Mensch ist in seiner herausgehobenen Stellung unter den Lebewesen und Hominiden nicht nur dadurch charakterisiert, dass es bzw. er Werkzeuge herstellt (als *homo faber*; vgl. Scheler 1949) oder kocht (als *cooking animal*; vgl. Boswell 1994), sondern auch dadurch, dass er spielt (als *homo ludens*; vgl. Huizinga 1955 bzw. als *gambling animal* bereits bei Chatto 1848).

Menschliches Spiel und tierisches Spiel unterscheiden sich. Das liegt (unter anderem) in der exzentrischen Positionalität des Menschen begründet, die ihn von zentrisch positionierten Tieren unterscheidet (vgl. Plessner 1981). Menschen können sich – vor allem mittels signifikanter Symbole wie Sprache – selbst zum Gegenstand ihrer Betrachtungen machen. In der »vermittelten Unmittelbarkeit« (Plessner 1981, S. 400 ff.), in denen Welt ihnen lediglich zugänglich ist, müssen sie es sogar. Damit ist der spielende Mensch potentiell sein eigenes Publikum. Aber auch über die Möglichkeit der Selbstbeobachtung hinaus (als *self-seeing-self*; vgl. Schechner 1985, S. 297), finden sich im Spiel nicht bloß die einzelnen oder gemeinsam Spielenden, sondern stets auch Zuschauende (für die das Spiel mitunter überhaupt erst zur Ausführung kommt). Die Betrachtungsmöglichkeiten des Spiels durch und die Darstellung des Spiels für Zuschauer ist eines der zentralen Unterscheidungsmerkmale zwischen menschlichem und tierischem Spiel.

Es überrascht daher wenig, dass in historischen Quellen auch Darstellungen von und Berichte über Zuschauende von Spielen zu finden sind (z. B. in der griechischen Antike; vgl. Decker 1995; Guttman 2012). Und spätestens seit der Antike kennen wir bereits spezifische Orte für die Ausrichtung von Sportwettkämpfen (z. B. Arenen und Kolosseum). (Mannschafts-)Sportarten im Sinne eines organisierten Wettkampfs (vgl. Caillois 1958, S. 18 ff.) oder Kampfspiels (Simmel 1908, S. 200) wird dabei von jeher eine besondere Attraktion für Zuschauende zugeschrieben. Zuschauer als (weitestgehend) passive Außenstehende des Spiels sind von der Notwendigkeit und den Anstrengungen des (erfolgreichen) Spielens mehr oder weniger enthoben. Sie sind folglich einerseits entlastet von der notwendigen Aufwendung des Spielens, aber dadurch andererseits auch von den damit verbundenen Grati-

fikationen enthoben (sie haben also auch ein vermitteltes und darin vergleichsweise geringeres Gratifikationsempfinden als Spielende, wenn das Spiel erfolgreich gespielt wird). Im Gegensatz zur Intensität des Spiels für den Spielenden geht es für den Zuschauenden um einen Modus »gemäßiger Affektivität und dosierter Spannung« (Weiß 1991, S. 323). Im Rahmen eines Spiels können Emotionen, Konflikte und auch körperliche Gewalt aufgrund der Zivilisierung des Verhaltens im Sinne von Spielregeln vergleichsweise geregelt, gefahrlos und konsequenzenlos erfahren werden. Zivilisierung bedeutet für den Einzelnen jedoch nicht die Aufhebung von Zwängen, sondern die beständige Transformation von Fremdzwängen in Selbstzwänge. Das ist der Preis, den die Menschen laut Norbert Elias (vgl. 1976, S. 422 f.) zu bezahlen haben, damit die unmittelbare Gewalt aus den sozialen Zusammenhängen zurücktritt. Das Leben wird »in gewissem Sinne gefahrloser, aber auch affekt- oder lustloser, mindestens, was die unmittelbare Äußerung des Lustverlangens angeht; und man schafft sich für das, was im Alltag fehlt [...] einen Ersatz« (Elias 1979, S. 330) – sei es durch Bücher, Filme, beim Wettkampf (vgl. Elias/Dunning 1983) bzw. der Lust am Zusehen (vgl. Elias 1989, S. 280) oder durch Feste und Feiern (vgl. Kaschuba 1992; Heers 1986).

Von der Olympiade im antiken Griechenland oder den Wagenrennen im alten Rom, über die ritterlichen Tjosten im Hochmittelalter bis hin zu den Fußballspielen in der Moderne – Spiele sind in ihrer Organisation, ihren Regeln, ihren Restriktionen, ihren Anforderungen an Spielende, den zugelassenen Zuschauern und den Ausgeschlossenen, aber auch in der Architektur und Lage von Sportstätten immer auch ein Spiegel der Gesellschaft (vgl. Strauss 2006). Und schon immer haben Menschen Spielen zugeschaut, in denen Gesellschaft (mitunter) dramatisch zugespitzt und theatral aufgeführt wird (vgl. Elias/Dunning 1983; Stern 2006). Spiel ist in diesem Sinne weniger ein Komplement zu Gesellschaft, sondern in seiner Organisation, seinem Ablauf und seiner gesellschaftlichen Einbettung jeweils charakteristisch für Gesellschaften zu bestimmten Zeiten.

Auch heutige Events sind mitunter durch geregelte Abläufen gerahmt, sie sind aber im historischen Vergleich hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Bedeutung weitaus weniger symbolisch aufgeladen (exemplarisch sei hier auf den Bedeutungswandel des Surfens auf Hawaii von einer religiösen Praxis hin zu einer freizeithlichen Betätigung verwiesen; vgl. Finney/Houston 1996). Die Ergebnisse von Wettkampf, Festen und Feiern sind in Gegenwartsgesellschaften kein Hinweis mehr auf göttliche Segnung, Veranstaltungsorte sind nur mehr nominal heilige Stätten. Wettkämpfe (aber auch Feste und Feiern) erfordern weder Opfer, noch besänftigen sie die Toten oder die Götter (vgl. Mandell 1999, S. 11 f. sowie 35 f.). Anders ausgedrückt: Heutige Events sind nicht mehr im selben Maße in das religiöse Leben von Menschen eingebunden oder von diesem bestimmt (vielmehr orientieren sich religiöse Praktiken

in Gegenwartsgesellschaften mitunter am ›Erfolgsrezept‹ von z.B. sportlichen Großveranstaltungen; vgl. Prebish 1984).

Im Rahmen sportlicher Großereignisse der Gegenwart hat sich insbesondere die Rolle der Zuschauer grundlegend gewandelt. Waren antike Feste den Göttern gewidmet und wurden mittelalterliche Ritterspiele für den Hochadel aufgeführt – so sind Sportereignisse heutzutage ein Massenspektakel für Menschen aller sozialen Lagen. Sportveranstaltungen wurden dahingehend profanisiert, dass vor allem die sportliche Leistung und deren Bewertung im Zentrum stehen. Neben der sportlichen Leistung ist es dabei weniger die Gunst bedeutsamer Repräsentanten als vielmehr die aller Zuschauer, welche sozusagen die Popularität und Stellung von Sportveranstaltungen in der Gesellschaft ausmachen. Anders ausgedrückt: Ohne die Masse der (zahlenden) Zuschauer sind derartige Veranstaltungen seitens der (auch kommerziell motivierten) Veranstalter undenkbar (vgl. Bodet 2015). Sportliche Großereignisse müssen heutzutage also zunehmend Aufmerksamkeit bei den Adressaten erzeugen und dabei vor allem ein besonderes Erlebnis versprechen (im Vergleich zu religiösen Heilsversprechen antiker Feste und Wettkämpfe, die mitunter auf Kosten des individuellen Spaßempfindens gingen; vgl. Strauss 2006, S. 38).

Aufmerksamkeitserzeugung durch Mediatisierung und Hybridisierung

Die Medialisierung – also die medientechnische Begleitung, Aufbereitung und Vermittlung von Events mit und durch Medien – ist eine typische Form der Aufmerksamkeitserzeugung. Die Medialisierung von Events dient zunächst der dramaturgischen Inszenierung eines Ereignisses als ›herausgehoben‹. Einerseits grenzt die medientechnische Begleitung Ereignisse von weniger medialisierten Ereignissen ab, andererseits selektieren gerade Medienorganisationen auch Ereignisse und können daher von potenziellen Erlebnisuchenden als Anzeige eines erlebenswerten Ereignisses verstanden werden.

Durch mediale Berichterstattung speist sich das Erlebnis nicht zuletzt daraus, dort vor Ort zu sein und zu bezeugen, was medial vermittelt vor den Fernsehern, Computern und Smartphones von Anderen verfolgt wird. Die Medialisierung von solchen Ereignissen dient dabei nicht nur dazu, vergangene Ereignisse zu berichten und diese zu bewerten, sondern auch den Erwartungshorizont für zukünftig stattfindende Events abzustecken und entsprechend eine ›Erlebnissehnsucht‹ bei Zuschauer_innen zu wecken. Die Selektion, die dabei durch Medienorganisationen getroffen wird, zeigt sich z.B. darin, welche Veranstaltungen und Ereignisse im Nachhinein berichtet

werden, welche Veranstaltungen live von welcher Medienorganisation übertragen werden und insbesondere zu welchen Veranstaltungen sich eine Vorberichtserstattung in den Medien findet. Um internationale Boxkämpfe herum hat sich z. B. eine ausdifferenzierte und elaborierte Medienvorberichtserstattung ausgebildet (vgl. Grenz/Pfadenhauer 2011). Es werden also Einblicke in das gegeben, was einen erwartet oder was man verpasst hat. Eine weitere Folge der Medialisierung von Events ist, dass über die medienvermittelte Berichterstattung hinsichtlich der begrenzten Zuschauerzahlen vor Ort und der Zuschauermasse vor den Bildschirmen eine Exklusivität sichtbar gemacht wird. Gerade weil die Teilhabe an Events vor Ort durch die Rahmenbedingungen des Events (aber auch durch künstliche Verknappung) beschränkt ist, werden Events eben nicht nur durch ihre Größe, sondern im Gegenteil auch durch ihre Exklusivität begehrenswert. Dafür ist es für Organisatoren aber notwendig, dass bei Übertragungen auch ausreichend Zuschauer_innen anwesend sind (notfalls durch Freikarten oder Abordnung – wie z. B. britische Soldaten, die bei den Olympischen Sommerspielen 2012 in London leere Plätze im Stadion füllen sollten; vgl. Bodet 2015, S. 164).

Medien begleiten und übertragen Events nicht nur und vergrößern dadurch ihre Reichweite. Sofern durch Medialisierung (d. h. durch den medientechnischen Einsatz) der Event selbst transformiert wird (vgl. Schulz 2004), wird gemeinhin von Mediatisierung gesprochen – beispielsweise, wenn das Event in seinem zeitlichen Ablauf, seiner räumlichen Anordnung, seiner Zugangsbeschränkung und Inszenierung an Medienlogiken und den medial vermittelt Zuschauenden angepasst werden. Das heißt, es wird der zeitliche Ablauf des Events an profitablen Sendeplätzen ausgerichtet und es werden bestimmte Teile des Events mediengerecht inszeniert – die dann dergestalt mitunter für die Eventteilnehmer_innen vor Ort kaum mehr wahrnehmbar sind (vgl. Grenz/Pfadenhauer 2011).

Der Medieneinsatz bei Events erhöht einerseits deren Reichweite (über Zeit und Raum hinweg wahrgenommen zu werden und Interessierten zugänglich zu sein) und verschafft somit Ereignissen eine für deren Eventisierung notwendige Sichtbarkeit (der Größe des Events, der Besonderheit desselben und seiner Exklusivität). Andererseits werden Abläufe von Events durch Medien transformiert. Verändert wird durch den Medieneinsatz aber auch das Verhalten der Eventteilnehmenden, entweder in der Inszenierung für die Aufnahme (oder das Vermeiden derselben) oder aber in Rückgriff auf eigene Aufnahmemöglichkeiten. Der umfassende und elaborierte Einsatz von Medientechnik dient dergestalt als Marker gesteigerter Aufmerksamkeit im Konkurrenzdruck der Events untereinander.

Als eine weitere Antwort auf den (worin auch immer konkret begründet liegenden) Innovationsdruck kann die Hybridisierung von Ereignissen verstanden werden (vgl. Forschungskonsortium WJT 2007). Hybridität meint

zunächst, dass ein soziales Phänomen aus unterschiedlichen Bestandteilen zusammengesetzt wird (vgl. Paul 2002). Beispiele für hybridisierte Ereignisse sind durch kommerzielle Interessen überlagerte jugendkulturelle Events; religiöse Feste mit Elementen populärkultureller Events; als Protest und als Vergnügen gleichermaßen konzipierte kollektive Ereignisse; oder von Medienlogik dominierte Vor-Ort-Ereignisse. Hybridisierung verstehen wir insbesondere als einen Modus des sozialen Wandels. Durch die Durchmischung vormals als voneinander getrennt konstruierter und wahrgenommener Bereiche entstehen neue soziale Phänomene mit zwar expliziten Bezügen, aber eben auch mit klarer Abgrenzung zu den ursprünglichen Phänomenen. Auch solche Durchmischungen, Verbindungen, Verschränkungen und Beeinflussungen kollektiver Ereignisse sind historisch betrachtet nicht neu. Allerdings sind hybridisierte Phänomene in Zeiten akzelerierender Aufmerksamkeitskonkurrenz vermehrt zu beobachten. Hybridisierte Events sprechen dabei ein breiteres Publikum an – bezüglich Sportveranstaltungen eben nicht nur Fans der Sportlerinnen und Sportler und Mannschaften, sondern auch an aktiver Teilhabe Interessierte, sowie lediglich am Spektakel und der dramatischen Darbietung interessierte Gelegenheitsgäste (vgl. Bodet 2015). Rahmenprogramme für Familien, Kinder und weitere spezifische Publikumsgruppen sollen dabei sicherstellen, dass eine Veranstaltung für alle Besucher_innen erlebenswert ist (selbst dann, wenn er oder sie weniger am sportlichen Geschehen interessiert ist). Medialisierung (bzw. in der Konsequenz auch die Mediatisierung) und Hybridisierung von Events sind zwei charakteristische Formen der Aufmerksamkeitsgenerierung und dienen der Ausweitung und Absicherung von Events und deren Versprechen des Außergewöhnlichen.

Events können einerseits auf das Ereignis und die ›Spielenden‹ fokussiert werden, d.h. wenn beispielsweise Spieler zu *Legenden* und Spiele zu *Jahrhundertspielen* stilisiert werden. Eventteilnehmerinnen und Eventteilnehmer sind dann vor allem Zeugen des Einzigartigen. Sie sind in diesem Fall (mehr oder weniger) passives Publikum. Andererseits können und werden Events zunehmend primär für potentielle Eventteilnehmer_innen inszeniert und entsprechend an ihnen ausgerichtet. Eventteilnehmende sind dann konstitutiver Bestandteil des Events – wenn z.B. Fanblocks im Stadion komplexe Choreographien aufführen und mit ihren Fangesängen maßgeblich die Atmosphäre im Stadion bestimmen und somit zum Erlebnis eines Fußballspiels beitragen. Wenn das Publikum zu Teilnehmenden wird und dabei die als geteilt unterstellte Begeisterung für den Event in den Vordergrund rückt, d.h. wenn die Eventteilnehmerinnen und Eventteilnehmer sich (unabhängig von ihrer sozialen Lage) als Gleichgesinnte wahrnehmen und verstehen, dann können Events als Form posttraditionaler Vergemeinschaftung beschrieben werden. Sofern bei Events ein anbieterseitig inszeniertes Erlebnisversprechen auf an diesem Versprechen interessierte Gleichgesinnte trifft, sind Events

nicht nur Marker eines Wandels von Festen, Sport und Sportveranstaltungen, sondern auch ein Charakteristikum des Lebens in der zweiten Moderne.

Eventisierung als Kennzeichen von Gegenwartsgesellschaften

Das Leben in der zweiten Moderne ist gekennzeichnet durch Enttraditionalisierung, Pluralisierung, Individualisierung, Informatisierung, Optionalisierung, Kommerzialisierung, Urbanisierung, Globalisierung, Mediatisierung usw. (vgl. Beck et al. 1996; Giddens 1996). Menschen, die unter den Bedingungen der zweiten Moderne leben, sind entbettet aus traditionell als selbstverständlich erachteten Gewissheiten und sozialstrukturell zugeschriebenen Zugehörigkeiten wie beispielsweise Klasse bzw. Schicht, Religion, Nachbarschaft oder Familie. Die zweite Moderne ist in dem Sinn ein Handlungsproblem für Menschen, als dass brauchbare Anleitungen für das Leben zunehmend brüchig geworden sind. Menschen sehen sich folglich einer schier unüberschaubaren Zahl an Sinn-Angeboten ausgesetzt, aus denen sie sich ›bastlerisch‹ bedienen, um ihr Leben zu gestalten und sich ›wiedereinzubetten‹ (vgl. Hitzler/Honer 1994). Das eigene, subjektiv positiv bewertete Erleben dient in jenen Gesellschaften individualisierter Einzelner als zentraler Orientierungspunkt der Kontinuität selbstverantwortlichen Handelns und als Anhaltspunkt für die Wahl zwischen den verschiedensten Deutungsangeboten. Typischerweise erfinden Menschen für sich keine neuen Lösungen, sondern bedienen sich bei ihrer stets riskanten Entscheidungsfindung sozial geteilter – und darin hinlänglich erprobter, anerkannter und legitimierter – Lösungen. Diese können von kurzfristigen, situativen Vergemeinschaftungen, wie z. B. auf Events (vgl. Kirchner 2011) bis hin zu vergleichsweise langfristigen und global umspannenden Szene-Netzwerken reichen (vgl. Hitzler/Niederbacher 2010). Die besondere Anziehungskraft von Events in Gegenwartsgesellschaften resultiert wesentlich aus dem ›Versprechen‹ eines irgendwie gearteten besonderen und potentiell vergemeinschaftenden Erlebens (vgl. Hitzler 2015). In der Regel werden Rahmenbedingungen von Events heute – zumindest auch – mit der Absicht produziert, von den Teilnehmenden interagierend und im Hinblick auf situative Vergemeinschaftungssensationen konsumiert zu werden.

Diese anderen, relativ neuen und neuartigen Formen von Vergemeinschaftung sind dabei nicht gegen Individualisierung gerichtet, sondern erwachsen vielmehr aus Individualisierung heraus (vgl. Hitzler 2015): Soziale Aggregation zeichnet sich hier dadurch aus, dass die freiwillige Einbindung des Individuums auf seiner Entscheidung für eine zeitweilige Mitgliedschaft in einem von ihm gewählten Gesellungsgebilde beruht. Das heißt, diese

neuartigen Formen der Vergemeinschaftung bieten dem Einzelnen maximal viele (Selbst-)Verwirklichungschancen, während sie ihm zugleich minimale Verpflichtungen auferlegen. Diese neue Art von – strukturell labiler – Gemeinschaft bezeichnen wir als ›posttraditional‹ (vgl. Hitzler 1998). In post-traditionalen Gemeinschaften wähnt man sich mit (hinlänglich) Gleichgesinnten zusammen, die einem jene Geborgenheit zu vermitteln scheinen, in der man ›ganz man selber‹ sein zu können glaubt. Eine besonders ›flüchtige‹ Form solcher Art von Gesellungsgebilden sind nun eben »situative Event-Vergemeinschaftungen« (Gebhardt 2008), wie sie auch bei Sportgroßereignissen erlebt werden (können).

Das Event ist also (weiterhin) die – wenn auch flüchtige – Antwort auf die stete Frage danach, wo Menschen was wie erleben können, wie sie sich verhalten sollen und wer sie als Person (wenigstens für die Zeit des Events) sind. Zu konstatieren ist zudem eine Entwicklung, bei der immer mehr Bereiche in Gegenwartsgesellschaften mit einer bestimmten Art kultureller Erlebnisangebote durchzogen und dergestalt sozusagen ›verspaßt‹ werden. Dabei werden sowohl überkommene Formen kultureller Veranstaltungen (wie z. B. Nachbarschaftsgeselligkeiten, Jubiläen aller Art, Geburtstags- und Hochzeitsfeiern, Gottesdienste, wissenschaftliche Vorträge, musikalische Darbietungen, politische Kundgebungen, Sportwettkämpfe und vieles andere mehr) mit neuen oder aus anderen Zusammenhängen übernommenen Unterhaltungselementen und Konsumangeboten angereichert, als auch vervielfältigen sich solche künstlichen Ereignisse, die bereits von vornherein als Events konzipiert sind. Dieser Trend zum Event bzw. zur Eventisierung gründet auf der unsere Gegenwartsgesellschaft zwischenzeitlich wesentlich prägenden Ökonomie der Aufmerksamkeit (vgl. Franck 1998), in der die erwünschte Erregung von Aufmerksamkeit (mehr als die Erregung von erwünschter Aufmerksamkeit) seit geraumer Zeit von einer sozial (massiv oder wenigstens sanft) diskriminierten Verhaltensauffälligkeit extrovertierter Sonderlinge zu einem (potentiell) ressourceträchtigen Inszenierungserfolgsmodell für ›Jedermann‹ transformiert wird. Die (lustvolle) Teilhabe an etwas, das, wie eben exemplarisch das Event, (zum großen Teil explizit) darauf angelegt ist, Aufmerksamkeit zu erregen, stellt dementsprechend auch ›Jedermann‹ in Aussicht, die begehrte Aufmerksamkeit auf sich, wenn schon nicht individuell, dann wenigstens als Teil eines aufmerksamkeiterregenden Kollektivs zu lenken. Das Phänomen des Events verweist dergestalt exemplarisch auf jene von Gerhard Schulze (vgl. 1992) so genannte, für unser gegenwärtiges Zusammenleben symptomatische Erlebnisrationalität. Und in der Logik dieser Erlebnisrationalität formuliert, verstärkt der Erfolg des jeweils einen Events allerdings den Konkurrenzdruck auf andere, mit wenigstens ebenso vielen, besser: mit noch mehr Sinnes- und sonstigen Anreizen ausgestattet und dergestalt aufgeladen zu werden. Infolgedessen steigt generell das Niveau der

Aufladungserwartungen, während der durch Aufladung erzielte Aufmerksamkeitsgewinn des einzelnen Events abnimmt. In Reaktion darauf müssen immer neue Aufladungskonzepte erfunden oder übernommen und appliziert werden (und so weiter und so fort). Eventisierung hat dementsprechend alle Merkmale einer sich drehenden Überbietungsspirale (vgl. Hitzler 2015). Das setzt die Veranstalter von Events unter einen massiven Innovationsdruck. Unentwegt muss durch aufwendige Benchmarks, Staranwerbungen, den Erwerb und die Aneignung neuer Inszenierungs- und Erlebnistechnologien etc., durch Medieneinsatz und zunehmende Verschränkung von neuen Elementen Überbietung betrieben werden. Besonders deutlich wird diese unentwegte Übersteigerung an den zunehmend opulenten Eröffnungsfeiern und dem allerorten dargebotenen spektakulären Rahmenprogramm bei rezenten Sportgroßereignissen.

Fazit: Events zwischen Erlebnisversprechen und Vergemeinschaftungssehnsucht

Mediatisierung und Hybridisierung sind Chancen im Sinne der Aufmerksamkeitserzeugung für Events – sie sind aber auch Risiken für die Akzeptanz von Events, wenn entsprechende Maßnahmen von (potentiellen) Eventteilnehmern als problematisch für die Einlösung ihrer individuellen Erlebnisverwartung und Vergemeinschaftungschancen gewertet werden. Vor allem bei mediatisierten und hybridisierten Events – die infolge der Mediatisierung und Hybridisierung eine hohe Reichweite und Attraktivität haben können – kommen unterschiedlich motivierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer zusammen, deren Kriterien für ein erlebnisreiches und erfolgreiches Event miteinander erheblich divergieren (vgl. Höhn 2003). Problematisch kann dies bei Events werden, die im Zentrum von posttraditionalen Gemeinschaften (wie z.B. Szenen) stehen. Wenn Events aus Sicht der Szenegängerinnen und Szenegänger soweit professionalisiert und kommerzialisiert werden, dass die nicht anwesenden, medial vermittelten Zuschauenden im Fokus von Veranstaltern stehen, dann kann dies von den Szenegängern zum Anlass genommen werden, derartige Events zu meiden. Events und Eventisierung sind dergestalt einerseits Folgen eines (oft unternehmerischen) Interesses und unterliegen Prozessen, die die ihnen innewohnende Steigerungslogik umsetzen – andererseits geht mit diesen Prozessen ein gesteigertes Erlebnisversprechen einher, welches für ein erfolgreich bewertetes Event eingelöst werden muss. Je breiter der Adressatenkreis eines Events ist, desto mehr können sich aber Motive der Teilnahme und Teilhabe, sowie die Kriterien eines erfolgreichen Events unterscheiden und seitens Gruppen von Eventteilnehmenden als antagonistisch und konfliktreich verstanden werden. In dieser Spannung

zwischen Außeralltäglichkeitsversprechen und der Alltäglichkeit von Außeralltäglichem, zwischen medialisierter Ausweitung und Suche nach Gleichgesinnten sind Events verortet, die dergestalt immer durch ein (zunehmend) riskantes Vergnügen gekennzeichnet und motiviert sind. Dieses Risiko einzugehen erwächst grundsätzlich und von jeher aus der Strahlkraft von Festen und ihren zeitgenössischen, eventisierten Formen, aus dem Versprechen außergewöhnlicher Erlebnisse und der zumindest zeitweiligen Geborgenheit in diesen posttraditionalen Gemeinschaften.

Literatur

- Beck, U./Giddens, A./Lash, S. (1996): Reflexive Modernisierung. Frankfurt/M., Suhrkamp
- Betz, G. J./Hitzler, R./Pfadenhauer, M. (Hrsg.) (2011): Urbane Events. Wiesbaden, VS
- Blanchard, K. (1995): The Anthropology of Sport. Westport, Greenwood
- Bodet, G. (2015): The Spectator's Perspective. In: Parent, M. M./Chappelet, J.-L. (Hrsg.): Routledge Handbook of Sports Event Management. Oxon, Routledge, S. 163-180
- Boswell, J. (1994): The Journals of James Boswell 1762-95. New Haven, Yale University Press
- Burghardt, G. M. (2005): The Genesis of Animal Play. Cambridge, MIT Press
- Caillois, R. (1958): Die Spiele und die Menschen. Maske und Rausch. München, Langen Chatto, W. A. (1848): Facts and Speculations on the Origin and History of Playing Cards. London, John Russell Smith
- Decker, W. (1995): Sport in der griechischen Antike. München, C. H. Beck
- Dirx, R. (1981): Das Buch vom Spiel. Das Spiel einst und jetzt. Gelnhausen, Burckhardt-haus-Laetare
- Elias, N. (1976): Über den Prozeß der Zivilisation. Band 2. Frankfurt/M., Suhrkamp
- Elias, N. (1989): Über den Prozeß der Zivilisation. Band 1. Frankfurt/M., Suhrkamp
- Elias, N./Dunning, E. (1983): Sport und Spannung im Prozess der Zivilisation. Frankfurt/M., Suhrkamp
- Finney, B./Houston, J. D. (1996): Surfing. A History of the Ancient Hawaiian Sport. Rohnert Park, Pomegranate Artbooks
- Forschungskonsortium WJT (2007): Megaparty Glaubensfest. Wiesbaden, VS
- Franck, G. (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. München, Hanser
- Gebhardt, W. (2008): Gemeinschaften ohne Gemeinschaft. In: Hitzler, R./Honer, A./Pfadenhauer, M. (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften. Wiesbaden, VS, S. 202-213
- Gebhardt, W./Hitzler, R./Pfadenhauer, M. (Hrsg.) (2000): Events. Opladen, Leske+Budrich
- Giddens, A. (1996): Konsequenzen der Moderne. Frankfurt/M., Suhrkamp
- Grenz, T./Pfadenhauer, M. (2011): Knockout. In: Betz, G. J./Hitzler, R./Pfadenhauer, M. (Hrsg.): Urbane Events. Wiesbaden, VS, S. 187-200
- Guttman, A. (2012): Sports Spectators. New York, Columbia University Press
- Heers, J. (1986): Vom Mummenschatz zum Machttheater. Europäische Festkultur im Mittelalter. Frankfurt/M., Fischer
- Hitzler, R. (1998): Posttraditionale Vergemeinschaftung. In: Berliner Debatte INITIAL 9. Jg., H. 1, S. 81-89

- Hitzler, R. (2015): Das Event – ein Signum unserer Zeit. In: Gesellschaft. Wirtschaft. Politik, 64. Jg., H. 2, S. 251-258
- Hitzler, R./Honer, A. (1994): Bastelexistenz. In: Beck, U./Beck-Gernsheim, E. (Hrsg.): Riskante Freiheiten. Frankfurt/M., Suhrkamp, S. 307-315
- Hitzler, R./Niederbacher, A. (2010): Leben in Szenen. Wiesbaden, VS
- Höhn, M. (2003): Tot aber glücklich. Halloween – Die Nacht der lebenden Toten als Event-Mix. In: Hepp, A./Vogelgesang, W. (Hrsg.): Populäre Events. Opladen, Leske+Budrich, S. 205-230
- Huizinga, J. (1955): Homo Ludens. A Study of the Play-Element in Culture. Boston, Beacon Press
- Kaschuba, W. (1992): Ritual und Fest. Das Volk auf der Straße. Figurationen und Funktionen populärer Öffentlichkeit zwischen Frühneuzeit und Moderne. In: von Dülmen, R. (Hrsg.): Dynamik der Tradition. Studien zur historischen Kulturforschung IV. Frankfurt/M., Fischer, S. 240-267
- Kirchner, B. (2011): Eventgemeinschaften. Wiesbaden, VS
- Mandell, R. D. (1999): Sport. A cultural History. New York, Columbia University Press
- Paul, H. (2002): Deutsches Wörterbuch. Tübingen, Niemeyer (10., überarbeitete und erweiterte Auflage)
- Plessner, H.(1981): Die Stufen des Organischen und der Mensch. In: Ders.: Gesammelte Schriften Band 4. Frankfurt/M., Suhrkamp, S. 419-425
- Prebish, C. S. (1984): Heavenly Father, Divine Goalie. Sport and Religion. In: The Anti-och Review, 42. Jg., H. 3, S. 306-318
- Schechner, R. (1985): Between Theatre & Anthropology. Philadelphia, University of Pennsylvania
- Scheler, M. (1949): Die Stellung des Menschen im Kosmos. München, Nymphenburger Verlag
- Schulz, W. (2004): Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. In: European Journal of Communication, 19. Jg., H. 1, S. 87-101
- Schulze, G. (1992): Die Erlebnisgesellschaft. München, Campus
- Simmel, G. (1908): Soziologie. Berlin, Duncker und Humblot
- Stern, M. (2006): Konstellation von Technik, Spiel und Risiko im Sport. In: Gebauer, G. (Hrsg.): Kalkuliertes Risiko. München, Campus, S. 38-50
- Strauss, B. (2006): Das Fußballstadion als Pilgerstätte. In: Der Bürger im Staat, 56. Jg., H. 1, S. 38-43
- Weiß, O. (1991): Mediensport als sozialer Ersatz. In: Medienpsychologie, 3. Jg., H. 4, S. 316-327