

## Einleitung: Erschaffen, Erleben, Erinnern. Fankulturen als Akteure populärer Unterhaltung und Vergnügung

*Manuel Trummer und Brigitte Frizzoni*

Eine Welle der Empörung erfasste im September 2015 die Fankurven deutscher Fußballstadien. Auslöser war ein eskalierender Konflikt zwischen dem Zweitligaclub *FC St. Pauli* und der *Bild*-Zeitung. Das Boulevardblatt hatte in Absprache mit der *Deutschen Fußball Liga (DFL)*<sup>1</sup> die Aktion *WIR HELFEN #Refugees welcome* ins Leben gerufen. Diese sah vor, dass alle Mannschaften der beiden obersten Spielklassen am nächsten Spieltag mit einem Trikotaufdruck dieses Slogans und einem Logo der *Bild* zu ihren Partien auflaufen sollten. Mit Verweis auf eigene Benefizveranstaltungen distanzierte sich der für seine politisch linke Fan-Szene bekannte *FC St. Pauli* unmittelbar nach der Ankündigung von der Aktion und damit der Trikot-Verpflichtung. Der Chefredakteur der *Bild*, Kai Diekmann, reagierte auf *Twitter*: „Kein Herz für Flüchtlinge: Schade eigentlich, @fcstpauli! #refugeesnotwelcome St. Pauli boykottiert ‚WIR HELFEN‘“.<sup>2</sup>

Die provokante Unterstellung führte zu einer im deutschen Fußball selten erlebten Eintracht. Fußballfans beider Ligen solidarisierten sich online unter dem neuen Anti-Hashtag #bildnotwelcome mit *St. Pauli*. Schließlich forderten die Fan-Szenen von insgesamt 21 Vereinen beider Ligen – darunter jene der Branchenriesen *FC Bayern München*, *Borussia Dortmund* und *Schalke 04* – von ihren eigenen Clubs, sich der *Bild*-Aktion zu verweigern. Stellvertretend für den allgemeinen Tenor der Statements konstatierten die Fans von *Fortuna Düsseldorf*:

Doch wem wird damit geholfen? Hauptsächlich einem Hetzblatt, dem für die Auflage nichts zu schade ist. Auch nicht, die Ängste vor eben jenen Flüchtlingen zu schüren, denen man jetzt helfen will. Hilfsbereitschaft braucht kein Markensymbol, erst recht nicht das der *BILD*-,Zeitung‘. Dass dieser Spuk kein Zwang ist, stellt der *FC St. Pauli* unter Beweis. Daher fordern wir als aktive Fanszene *Düsseldorf* den Vorstand unseres Vereins auf, sich nicht als Werbeträger für populistische Meinungsmacher herzugeben und sich dieser Aktion ebenfalls zu verweigern.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Bei der *DFL* handelt es sich um die Betriebsgesellschaft der 1. und 2. Fußball-Bundesliga.

<sup>2</sup> *Twitter*-Account Kai Diekmann, 16.09.2015, 14:10 Uhr.

<sup>3</sup> Statement „Refugees welcome – BILD isn’t!“. Auf: Website der Ultras *Düsseldorf*: <http://ultras-fortuna.de/refugees-welcome-bild-isnt/> [30.11.2015].

Bald distanzieren sich weitere Zweitliga-Clubs von der *Bild*-Aktion, darunter der *VfL Bochum*, der *1. FC Nürnberg*, der *SC Freiburg* und sieben weitere Vereine. Die 1. Bundesliga reagiert zurückhaltender auf die Forderungen. Man teile zwar die Bedenken der Fans, doch sei der positive Effekt, die Solidarität mit den Flüchtlingen, höher zu bewerten als etwaige Bedenken gegen die *Bild* – so der allgemeine Tenor. Trotz heftiger Proteste seitens ihrer Fan-Szenen liefen alle Mannschaften der 1. Bundesliga am nächsten Spieltag mit *Bild*-Ärmelaufdruck aufs Feld. Die Reaktion der Fans: Banneraktionen, Transparente und Spruchchöre in nahezu jedem Stadion der Liga: *Die Flüchtlingskatastrophe fürs eigene Image zu instrumentalisieren – das bringt nur Bild!*, war in Anspielung auf einen Werbeslogan der Zeitung in Dortmund zu lesen. Zahlreiche andere Fan-Gruppen stellten sich mit *BILD not welcome!*-Transparenten gegen den eigenen Verein.

Das einführende Beispiel von kreativer Fan-(Re)Aktion, emotional geführtem Protest und dem Versuch der Fan-Szenen, sich über tradierte kulturelle Wertehaltungen zu positionieren, ist aus verschiedenen Gründen wichtig. In ihm öffnet sich eine Trias von Zugängen, die aus empirisch-kulturwissenschaftlicher Perspektive einen operablen Schlüssel bietet, um gegenwärtige Fan-Szenen als Akteure im Bereich der Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen zu verstehen: denn das aktive ‚Erschaffen‘, das emotionale ‚Erleben‘, das Identität stiftende ‚Erinnern‘ und Erzählen bilden konstitutive Kategorien, in denen die Kultur von Fans – sowohl im Kollektiv wie auf der Ebene individueller Alltagspraxen – empirisch greifbar zu Tage tritt. Die Beiträge dieses Aufsatzbandes nutzen diese Kategorien als Orientierung, um das Thema aus Fachperspektive der Europäischen Ethnologie zu erfassen und zu erschließen. Sie sichten Gemeinsamkeiten und Grenzen der im Fach bislang über zahlreiche Einzelstudien verstreuten Zugänge zum Thema Fankultur und diskutieren dessen Horizonte. Der vorliegende Band versammelt die Vorträge und Ergebnisse der jüngsten Forschungstagung der Kommission *Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung (KPUV)*<sup>4</sup> der *Deutschen Gesellschaft für Volkskunde*. Sie fand an der Abteilung Vergleichende Kulturwissenschaft der Universität Regensburg vom 10. bis 12. Oktober 2014 unter dem Titel: *Erschaffen, Erleben, Erinnern. Fankulturen als Akteure populärer Unterhaltung und Vergnügung* statt.

Was kann eine europäisch-ethnologische Perspektive für die Auseinandersetzung mit Fankulturen bedeuten? Eine grundlegende Eigenheit ergibt sich aus den methodologischen Spezifika und dem damit verbunde-

---

<sup>4</sup> Die Arbeitstagungen der Kommission fanden seit ihrer Gründung 2011 in jährlichem Turnus, ab 2014 in zweijährlichem Turnus statt. Weitere Informationen und Publikationen finden sich auf der Website der KPUV, vgl. <http://www.kpuv.de/Kommission.html> [01.12.2015].

nen Erkenntnisinteresse des Faches.<sup>5</sup> Es sind weniger die deskriptiven, quantifizierenden Ethnographien, die sozialen Zusammensetzungen und Konsumzahlen, sondern die Fan-Akteure selbst, deren Aushandlungsprozesse, Kommunikation und Alltagspraxen im Blick der Europäischen Ethnologie stehen.<sup>6</sup> Daraus resultiert auch eine Tendenz zu Mikrostudien und intensiven Tiefenbohrungen, die dazu beitragen, Widersprüche und die Bedeutung individueller Vorstellungen und Praxen aufzudecken und zu reflektieren.<sup>7</sup> So können starre Konzeptionen von *Fandom* und Szenen als abgeschlossenen kulturellen Containern überwunden und die Vielfalt, Dynamik und nahezu grenzenlose gegenwärtige Ausdifferenzierung von Fankultur fokussiert werden. Hierzu gilt es auch, die eigene Fan-Biographie als Forscher zu hinterfragen, um so persönliches Fan-Wissen als populärkulturelle Kompetenz in Untersuchungen nutzbar zu machen. Ein kritischer, autoethnographischer Blick darauf, wie die eigenen Fan-Präferenzen und Werthaltungen die Forschung und Themenwahl beeinflussen, bildet dafür eine wichtige methodologische, epistemologische, aber auch forschungsethische Voraussetzung.

Ein spezifischer Zugang liegt auch in einem stärker integrativ-alltagskulturellen Blickwinkel. Fankultur ist Alltag, ist Teil des täglichen Lebensvollzuges breiter Bevölkerungsteile – nicht nur in der Freizeit. Davon ausgehend versteht die Europäische Ethnologie Fankultur als Normalfall in den Alltags der breiten Bevölkerung. Damit verbinden sich praxeologische Fragestellungen nach der Auswirkung des *Fandom* für andere Lebensbereiche eines Fans, etwa auf sein Arbeitsleben oder die Familie. Kann ein Fan seine im *Fandom* kultivierten Kompetenzen – etwa Organisation oder Kommunikation – und fankulturellen Wissensbestände auch in anderen Segmenten seines Alltages einbringen? Bedeutet fankulturelles Kapital somit auch kulturelles Kapital für andere Felder der gesellschaftlichen Teilhabe, bis hin zum aktiven politischen Widerstand? Wer sind schließlich die steuernden Akteure in fankulturellen *Governance*-Systemen? Als interessant erweisen sich aus dieser Perspektive heraus auch biographische Bezüge, etwa der Zeitpunkt oder die Gründe, aus denen sich ein Fan-Lebenslauf entwickelt. Auch Fragen temporären Fan-Seins oder multipler Fan-Identitäten können hier eine Rolle spielen. Besonders gilt dies für Forschungskontexte, die sich der Atomisierung und weltweiten Verbreitung von Fankulturen über das Internet widmen. Hier eröffnen sich elementare Fragen, etwa inwieweit sich mit dem sukzessiven

---

<sup>5</sup> Für wertvolle Anregungen und eine pointierte Bündelung der Tagungsdiskussionen danken wir Kaspar Maase.

<sup>6</sup> Vgl. Manfred Seifert: Personen im Fokus. Zur Subjektorientierung in der Europäischen Ethnologie. In: Zeitschrift für Volkskunde (2015), H. 1, S. 5–30.

<sup>7</sup> Vgl. Irene Götz: Ethnografien der Nähe – Anmerkungen zum methodologischen Potenzial neuerer arbeitsethnografischer Forschungen der Europäischen Ethnologie. In: Arbeits- und Industriesoziologische Studien 3 (2010), H. 1, S. 101–117.

Wegfall von Kommunikationsschwellen, aber auch konkreten Räumen und Treffpunkten, Fankultur im 21. Jahrhundert konstituieren und tradieren kann.

Schließlich versteht Europäische Ethnologie die Gegenwart auch stets aus ihrer Vergangenheit heraus. So zählt es auch zu den Aufgaben einer fachspezifischen Perspektivierung von Fans, die historische Tiefe von Fankulturen zu berücksichtigen. Systematische Vergleiche von Fans früherer Epochen mit aktuellen Akteuren eröffnen nicht lediglich Erkenntnishorizonte zu strukturellen Gemeinsamkeiten und Unterschieden, sondern auch zum individuellen Wandel konstituierender Fan-Praxen zu unterschiedlichen Zeiten und Orten.

### Erschaffen. Fankultur als Aktion und Reaktion

In seinen Vorträgen zur Weltliteratur<sup>8</sup> umschreibt Vladimir Nabokov (1899–1977) den ‚guten Leser‘. Als wünschenswert erachtet der russische Schriftsteller und Literaturwissenschaftler dabei einen liebevollen Blick für Details und den Willen, die Welt, die ein Text ausbreitet, so gründlich wie möglich zu erforschen. Dazu taucht der ‚gute Leser‘ wieder und wieder in den Raum des Werkes ein, um auch noch die letzten Kleinigkeiten von unterschiedlichen Seiten zu erfassen und zu bewerten. Nabokovs idealer Leser verfügt auch selbst über eine hohe Vorstellungskraft, ein eigenes Gedächtnis für die Welten in den Büchern und eine eigene künstlerische Einfühlungsgabe. So kann der Leser aus der liebevollen, detailverliebten, kreativen und fantasievollen Auseinandersetzung mit literarischen Welten für seine reale Lebenswelt ein Gefühl der Befriedigung, sogar der Inspiration ziehen.

Fans ähneln in mancher Hinsicht diesem ‚guten Leser‘, wie ihn Nabokov entwirft. Der Begriff ‚Fan‘ ist die Kurzform des englischen Wortes ‚fanatic‘ und beschreibt in verschiedenen gängigen Definitionen Personen, deren Leben von einer außergewöhnlich leidenschaftlichen Beziehung zu einem Fan-Objekt, etwa einem Rockstar, einer TV-Serie, einem Fußballverein geprägt sei.<sup>9</sup> Der Grad der ‚Leidenschaft‘ und auch die Frage, in

---

<sup>8</sup> In Deutschland zuletzt erschienen als: Vladimir Nabokov: Die Kunst des Lesens. Frankfurt a.M. 2010.

<sup>9</sup> Zum Beispiel bei Jochen Roose / Mike S. Schäfer / Thomas Schmidt-Lux: Fans als Gegenstand soziologischer Forschung. In: Ebd. (Hg.): Fans. Soziologische Perspektiven. Wiesbaden 2010, S. 9–25, hier S. 12–13: „Dementsprechend verstehen wir Fans in der Folge als *Menschen, die längerfristig eine leidenschaftliche Beziehung zu einem für sie externen, öffentlichen, entweder personalen, kollektiven, gegenständlichen oder abstrakten Fanobjekt haben und in die emotionale Beziehung zu diesem Objekt Zeit und/oder Geld investieren*“. (Ebd., S. 12) Die Spezifikation ‚extern‘ grenzt Fan-Objekte ab von Aktivitäten, in denen Personen selbst aktiv sind. So handelt es sich beispielsweise nicht automatisch um *Fandom*, selbst in einem Fußballverein zu spie-

welchen seiner Lebensbereiche ein Fan diese Leidenschaft auslebt, bleibt allerdings bei den meisten dieser Definitionen offen. So verschwimmen die Grenzen zwischen *Fandom*, Schwärmerei oder Liebhaberei häufig, wodurch auch der Begriff ‚Fan‘ selbst unscharf wird. Integrative alltagskulturelle Perspektiven wären hier nötig, um die Frage, wann genau ein Fan ein Fan ist, zu diskutieren. Einen wichtigen Beitrag zu einer diesbezüglichen Begriffsschärfung leistet im vorliegenden Band Hans-Otto Hügel mit seiner thesenartigen Diskussion des Fan-Begriffs in Abgrenzung zu anderen kulturellen Figuren unter dem Titel „*Was heißt schon Fan?*“.

Fans tauchen in die Welten ihrer Leidenschaft ein, sammeln und archivieren Wissen über ihr Fan-Objekt und rezipieren es in jedem Format – von Alben bis zum Fußballspiel. Fast alles kann zum Fan-Objekt werden – das belegt auch ein Blick auf die Beiträge dieses Bandes: So fokussiert Laura Niebling aus medienwissenschaftlicher Perspektive *Präsentation versus Repräsentation der Metal-Szene im dokumentarischen Musikfilm*, während Peter Hörz sich einem davon weit entfernten Thema wie ‚*Bahn-latschen‘ und ‚Eisenbahnmarchäologie‘ zwischen Erinnerung, historischer Wissensbildung und alternativen Realitätsentwürfen* widmet. Ein beachtlicher Teil der Beiträge beschäftigt sich aber mit dem Fan-Objekt Fußball. Viola Hofmann etwa nimmt unter dem Titel „*Ich wollte so gerne das Originaltrikot haben*“ die materielle Organisation des Fußball-Fan-Seins in den Blick und Nina Szogs analysiert das Verhandeln von Rivalität zwischen *Europa, Gezi, Galatasaray und Fenerbahçe*. Die hohe gesellschaftliche Bedeutung des Themas Fußball spiegelt sich so auch im akademischen Diskurs.

Fankultur reicht weit über ihre Objekte hinaus. Protestaktionen wie jene, die im September 2015 die deutschen Bundesligastadien erfassten, belegen eindrücklich, in welchem hohem Maße Fankultur sich heute über Kreativität und Imaginationskraft und aktive Partizipation konstituiert. Fankultur bedeutet gesellschaftliche Teilhabe, *Fandom* erschafft sich so laufend selbst – in leidenschaftlicher Beziehung zum Fan-Objekt. So wirken Fans wie Nabokovs ‚gute Leser‘ durch ihre eigene Tradition und Vorstellungskraft auf die breitere Gesellschaft und ihr Fan-Objekt zurück, verändern, gestalten, ja dominieren es bisweilen. Besonders deutlich wird dies im Beitrag von Susan Gamper zu *Teilhabe, Deutungshoheit und Einfluss im Fußballstadion*, der das Spannungsfeld zwischen Fan-Aktivitäten und gesellschaftlichen Normierungsversuchen in den Blick nimmt.

In der kreativen Aneignung von Produkten der populären Unterhaltungs- und Vergnügungskulturen eröffnet sich ein partizipativer Austauschprozess zwischen kulturellem Angebot und Fan-Akteur, den der amerikanische Kommunikationswissenschaftler und Fan-Forscher Henry Jenkins als zentrales Charakteristikum von *Fandom* identifiziert.

---

len. Der Zusatz ‚öffentlich‘ unterscheidet laut Roose / Schäfer / Schmidt-Lux *Fandom* von ‚privaten‘ leidenschaftlichen Beziehungen, etwa Liebe oder Freundschaft.

In dieser aktiven Auseinandersetzung mit dem Fan-Objekt, in der Kommunikation über das Fan-Objekt, in der materiellen Neuschöpfung und Erweiterung des Fan-Objektes eröffnet sich so eine genuin kulturelle Dimension des Fan-Seins. Aus der Fan-Beziehung eines einzelnen Akteurs erwächst soziale Interaktion, aus isolierten Zuschauern werden Partizipanten, aus Fans Aktivisten, die Einfluss nehmen:

One becomes a fan not by being a regular viewer of a particular program but by translating that viewing into some type of cultural activity, by sharing feelings and thoughts about the program content with friends, by joining a community of other fans who share common interests. For fans, consumption sparks production, reading generates writing, until the terms seem logically inseparable.<sup>10</sup>

Jenkins untersuchte in seinem breit rezipierten Buch *Textual Poachers*<sup>11</sup> und seinen Essays zum Thema den partizipativen Charakter von *Fandom* an Fans von TV-Serien wie *Star Trek*. In der kreativen Fortschreibung der Seriennarrative in Form von Fan-Fiction, die über Fanzines – und heute vor allem online – innerhalb der Fan-Szenen zirkuliert, erkennt Jenkins ein kollektives kreatives Moment, das einem wirtschaftlichen System ähnelte. In diesem System, in dem sich die Fans Elemente ihrer Serie ausborgen und neue Narrative zurückgeben, tritt so eine moralische Ökonomie im Sinne des englischen Sozialhistorikers Edward P. Thompson (1924–1993) zu Tage, ein System der gegenseitigen Unterstützung. Da Fan-Fiction aufgrund ihres ‚Underground-Charakters‘ keine autoritative, offizielle Qualität einnimmt, verfügen Fans von TV-Serien innerhalb dieser Beziehung zwar prinzipiell über eine unlimitierte Freiheit, sich ihr Fan-Objekt anzueignen und weiterzuerzählen. Dennoch offenbaren sich in der Art, wie Fans in ihrem Fan-Objekt ‚wildern‘, gewisse moralische Normen und Regeln, die den Grad der Partizipation am Fan-Objekt und ihre Richtung begrenzen. Mit solch normativen Begrenzungen setzt sich Marion Näser-Lather in ihrem Beitrag „*Unleash your imagination and free your soul*“? *Kreativität und ihre Einbegung in Fan-Fiction-Communities* im vorliegenden Band auseinander. Valérie Glutz fokussiert in ihrem Beitrag *Christmas-Slash-Fan-Fiction zur TV-Serie Merlin* ebenfalls normative Vorgaben und Regeln, welchen die Autorinnen und Autoren dieser Texte folgen. Fan-Fiction bleibt bis zu einem gewissen Grad stets dem Primärtext verbunden, der gewissermaßen als Kanon die Verbindlichkeit sichert und so den für die kommunikative Kultur der Fans nötigen Bezugspunkt

---

<sup>10</sup> Henry Jenkins: *Star Trek Rerun, Reread, Rewritten*. Fan Writing as Textual Poaching. In: Horace Newcomb (Hg.): *Television. The Critical View*. New York / Oxford 2000, S. 470–494, hier: S. 473.

<sup>11</sup> Henry Jenkins: *Textual Poachers*. Television Fans & Participatory Culture. Studies in Culture and Communication. New York 1992.

bildet. Zudem, so Henry Jenkins, würden vor allem jene Narrative und Elemente, die den Fans besonders am Herzen lägen, von den kreativen Aneignungsprozessen erfasst. Gerade sie würden leidenschaftlich verteidigt – auch gegen ihre ursprünglichen Verfasserinnen und Verfasser selbst, wenn Fans mit einer offiziellen Entwicklung nicht einverstanden seien. Fankultur, verstanden als partizipatives Erschaffen, als kreative Aneignung auf der Grundlage von Kommunikation, sei somit auch ein Prozess der Selbstermächtigung über das Fan-Objekt, in dessen Folge sich das Objekt selbst verändern kann, um den Bedürfnissen seiner Anhänger weiter gerecht zu werden.<sup>12</sup> Das Beispiel der *Bild*-Proteste in den Fußballstadien zeigt, wie sich auch abseits von TV-Serien oder literarischen Stoffen Fankultur in partizipativen Formen offenbart, die zu Boykotten führen und das Handeln ihrer Vereine verändern.

Das Vergnügen, die Kontrolle über den Fan-Gegenstand zu übernehmen, in populären Texten zu ‚wildern‘ und sie fortzuschreiben, und der Wille, die Politik des eigenen Vereins mitzusteuern, führen nicht nur zu einer Diversifizierung des Marktes der populären Unterhaltung, wie etwa im Bereich der Fan-Fiction, sondern auch zu einer Demokratisierung. Fankultur bedeutet, sich über Kreativität zu ermächtigen und sich durch aktive Stilschöpfungen vom Objekt des Fan-Seins zu emanzipieren. Gerade in ihrer strukturellen Bindung an die neuen Organisations- und Kommunikationswege des Internets konstituieren sich Fankulturen heute als soziale Formationen mit hohem Einfluss – nicht lediglich auf den Gegenstand ihres *Fandom*, sondern auch auf breitere gesellschaftliche Entwicklungen.<sup>13</sup>

Dabei entwickeln die einzelnen Fankulturen in der Kommunikation und Performanz eine beispiellose Kreativität, die über Online-Multiplikatoren schnell weitergegeben, nachgeahmt, adaptiert oder variiert wird – auch im Konflikt zum eigenen Fan-Objekt, dem eigenen Team oder Verein.

### **Erinnern. Fankultur als Erzählung**

Wie Jenkins in *Textual Poachers* festhält, sind der charakteristischen partizipativen Kultur von Fans Grenzen gesetzt. Aktionen wie die Fan-Proteste von *St. Pauli* finden innerhalb kollektiv ausgehandelter Rahmenbedingungen statt. Fankultur konstituiert sich so vor allem auch über die Zirkulation von Wissensbeständen zum Fan-Objekt: „Fansein bedeutet ein profundes Wissen über ein Filmgenre, einen Star oder eine Musikrich-

---

<sup>12</sup> Vgl. Jenkins: *Star Trek*, hier: S. 486–491.

<sup>13</sup> Vgl. Rainer Winter: Die Produktivität der Aneignung – Zur Soziologie medialer Fankulturen. In: Werner Holly / Ulrich Püschel (Hg.): *Medienrezeption als Aneignung*. Opladen 1993, S. 67–79.

tung zu haben, es zu vertiefen, mit anderen zu teilen und zu kultivieren.“<sup>14</sup> Zirkulation bedeutet dabei eine laufende Erzählung und Neuaneignung von Wissen zwischen den Mitgliedern einer bestimmten Fan-Szene. Während dieses Prozesses verändert sich dieses Wissen vor dem Hintergrund sich wandelnder Erfahrungs- und Bedürfnishorizonte, differenziert sich aus, spezialisiert oder verfestigt sich. Das teils umfangreiche Expertenwissen zur Biographie von Stars, zur Geschichte des *FC St. Pauli* oder zu historischen Eckdaten einer Szene erfüllt dabei auch selbst mehrere kulturelle Funktionen.

Fankulturelles Wissen bietet überhaupt erst einen Bezugsrahmen für Kommunikation über Fan-Objekte: Die Teilhabe an den gemeinsamen Wissensräumen erlaubt es den einzelnen isolierten Fans, sich über das Objekt ihrer Leidenschaft auszutauschen und über das Erzählen ein partizipatives, aktives *Fandom* auszuprägen. Außerdem wirkt die Teilhabe an fanspezifischen Wissensbeständen individuell strukturierend. Die Aneignung und Erinnerung von Wissen formt die Beziehung zwischen Fan und Fan-Objekt. Sie dient auch dazu, Unsicherheiten oder Ängste des Fans vor seinem Objekt zu vermindern, wie Julian Hoxter am Beispiel von Fans des Horrorfilms *The Exorcist* darlegte.<sup>15</sup> Auf einer kollektiven Ebene wirkt die Zirkulation von fankulturellem Wissen zudem kultural. Der Grad der Teilhabe an spezifischen Wissensbeständen, die kompetitive Wiedergabe obskuren Expertenwissens dient dazu, innerhalb der Fan-Gruppen Hierarchien auszuprägen. Ein großes Wissen über Traditionen, Werte, Ereignisse eines spezifischen Fan-Objekts – oft einhergehend mit einer langen Biographie als Fan – demonstriert Kennerschaft und generiert Autorität und Status.<sup>16</sup> Es bildet das kulturelle Kapital, das individuelle Distinktionen innerhalb von Fankulturen ermöglicht.

Neben inhaltlichem Wissen zum Fan-Objekt artikuliert sich im fankulturellen Erzählen auch ein Bewusstsein geteilter Wertehaltungen, gemeinsamer ästhetischer Präferenzen oder gemeinschaftlicher materieller Ausdrucksformen. Diese kollektiven Erfahrungsräume werden etwa in Form von Fanzines, von Stadiontransparenten oder Internet-Diskus-

---

<sup>14</sup> Vgl. Rainer Winter: Fans und kulturelle Praxis. In: Roose / Schäfer / Schmidt-Lux (Hg.): Fans, S. 161.

<sup>15</sup> Vgl. Julian Hoxter: Taking Possessions: Cult Learning and The Exorcist. In: Graeme Harper / Xavier Mendik (Hg.): Unruly Pleasures: The Cult Film and Its Critics. Guildford 2000, S. 171–185, hier: 178–180.

<sup>16</sup> Vgl. Winfried Gebhardt: Fans und Distinktion. In: Roose / Schäfer / Schmidt-Lux (Hg.): Fans, S. 183–204, hier: S. 193–198; Manuel Trummer: „Früher war alles besser“? Retro-Phänomene in den populären Unterhaltungskulturen. In: Karl Braun / Claus-Marco Dieterich / Angela Treiber (Hg.): Materialisierung von Kultur. Diskurse Dinge Praktiken. Würzburg 2015, S. 570–579; Manuel Trummer / Marketa Spiritova / Marguerite Rumpf: Wissen, Erfahrung und Verdinglichung in Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung. In: Braun / Dieterich / Treiber (Hg.): Materialisierung von Kultur, S. 549–551.

sionen laufend vergegenwärtigt. Die rituelle Wiederholung traditioneller Erzählfiguren und Erlebnisse stärkt so die innere Kohärenz einer Gruppe. Über die Weitergabe dieser Erzählungen zwischen den einzelnen Szenegenerationen trägt sie zu deren Fortbestand bei.<sup>17</sup> Die traditionsstiftende kulturelle Praxis des Fan-Erinnerns zieht aber zugleich Distinktionslinien nach außen, gegenüber anderen gesellschaftlichen Formationen und Akteuren: *St. Pauli* und *Bild* – das passt nicht zusammen. Fankultur gerät damit immer auch zu einer Erzählung von ‚uns‘ und den ‚Anderen‘. Das eigene Fan-Sein zu erzählen ist so auch ein permanenter Prozess der Selbstverortung, in dem sich eine habituell, rituell oder materiell verfestigte Erinnerung an Eigenheiten und Unterschieden laufend neu reproduziert. Wie wichtig diese Prozesse sind, wenn die glorreichen Zeiten des Fan-Objekts vorbei sind, zeigt im vorliegenden Band eindrucksvoll Stefan Wellgraf in seinem Beitrag *Die Trotzigen. Hooligans des BFC Dynamo Berlin*.

### Erleben. Fankultur als affektives Beziehungsnetzwerk

Fankultur gewinnt so auch eine mächtige subversive Qualität und wird gerade dadurch zum Erlebnis. Denn im erfolgreichen, bundesweit wahrgenommenen Protest gegen die Entscheidungen der eigenen Fußballvereine manifestiert sich auch eine wohltuende Erfahrung von Kompetenz, von situativer Kontrolle und Selbstermächtigung.<sup>18</sup> Das eigentliche Erlebnis im Fan-Dasein besteht stets in der leidenschaftlichen, aber keineswegs kritiklosen Auseinandersetzung mit dem Fan-Objekt. Die emotionale Bindung an einen Star, einen Fußballverein oder eine TV-Serie bildet überhaupt erst die Grundlage für jede Fankultur.<sup>19</sup> Offen bleibt dabei zunächst allerdings, worin genau sich die emotionale Qualität des Fan-Seins begründet und vor allem, in welchen Situationen sie ausgelebt oder unterdrückt wird. In Lena Griesshammers und Michael Hallermayers Beitrag *Tatort-Kneipe. Kollektive Mördersuche – Der Tatort zwischen Fan-Kneipe und Facebook-Diskurs* zeichnet sich das Publikum durch eine eher verhaltene Beziehung zu *Tatort* aus, die aber gleichwohl von Emotionalität geprägt ist. Intensive Beziehungen freundschaftlicher, familiärer und insbesondere romantischer und sexueller Art gehören generell zu den wichtigsten Ausgangspunkten von Fan-Aktivitäten, wie Petra Schrackmann in ihrem Beitrag *Let's Talk About Ships, Baby: Der Diskurs um One*

---

<sup>17</sup> Zur Ausprägung von ‚fankulturellen‘ oder ‚szenekulturellen‘ Gedächtnissen in Anschluss an Jan Assmann, vgl. Manuel Trummer: *Sympathy for the Devil? Transformationen und Erscheinungsformen der Traditionsfigur Teufel in der Rockmusik*. Münster u.a., S. 371–375.

<sup>18</sup> Vgl. Rainer Winter: *Fans*, S. 177.

<sup>19</sup> Vgl. Matt Hills: *Fan Cultures*. London / New York 2002, S. 90.

*True Pairings im Teen-Wolf-Fandom* darlegt. Diese „emotionalen Allianzen“<sup>20</sup> gewinnen dabei nicht selten einen längerfristigen Charakter. Das grenzt Fans von im Moment begeisterten Zuschauern ab, die nach einer Veranstaltung ihre emotionale Beziehung zur Mannschaft oder Band wieder beenden. Um sich hingegen in einer aufwändig angefertigten Uniform als *Trekkie* zu inszenieren, ist ein höheres Engagement notwendig. Marguerite Rumpf schildert dies in ihrem Beitrag *Die Materialisierung des Fandom anlässlich der Destination-Star-Trek-Germany-Convention in Frankfurt am Main*.

Fankultur schlägt sich in den Lebenswelten der Fans auf vielfältige Art und Weise nieder, etwa darin, wie Fans ihr Leben gestalten, wie sie sich kleiden, wie sie kommunizieren, wie sie ihr Leben zwischen Fan-Events und ‚normalem‘ Leben strukturieren. Zugleich manifestiert sich *Fandom* in einer inneren Sphäre, in welcher die Erzählungen der Fans weitergesponnen werden und sich ein eigener, freier Erfahrungsraum für Fan-Leben und Fan-Erlebnis ausbilden kann. Hier kann die Geschichte von *Star Trek* weiter erzählt werden, hier kann man sich in Vereinsfarben bemalen, ohne dass es konkrete Folgen in der äußeren Realität hätte. Um diesen für Fankulturen so konstitutiven Erlebnisraum zwischen Innen und Außen, Fantasie und Realität zu fassen, haben C. Lee Harrington und Denise D. Bielby das Konzept des Übergangsraumes des Psychoanalytikers Donald Winnicott (1896–1971) auf Soap Operas und deren Fans angewandt.<sup>21</sup> In der affektiven Auseinandersetzung der Fans mit ihren Soap Operas würden diese im Sinne von Donald Winnicott zu ‚Übergangsobjekten‘. Sie wären nicht mehr ganz Teil der äußeren Realität, aber auch nicht vollständig in der Fantasie der Fans internalisiert. Stattdessen dienten Soap Operas als Übergangs- und Erlebnisräume, in denen Fans kreativ individuelle Probleme, Wünsche und Fantasien ohne Angst vor konkreten realen Folgen quasi spielerisch verhandeln könnten.

Diesen Doppelcharakter, der für das Erlebnis des Fan-Seins von entscheidender Bedeutung ist, sieht Matt Hills besonders im Begriff des ‚Spiels‘ verwirklicht. *Fandom* sei eine Form von kultureller Kreativität.<sup>22</sup> Indem Fans über ihre affektive Beziehungen zu ihren Fan-Objekten in ihre Spiele mit dem Innen und Außen, mit Fantasie und Realität eintauchen, verhandeln sie so auch stets ihre eigene Position in der Welt. Das spielerische Erlebnis des Fan-Seins dient so auch als psychische Entlastung des Einzelnen.<sup>23</sup> Ein Befund, dem sich leicht zustimmen lässt, blickt man nur

---

<sup>20</sup> Rainer Winter: Fans, S. 161.

<sup>21</sup> Vgl. C. Lee Harrington / Denise Bielby: Soap Fans. Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life. Philadelphia 1995. Siehe dazu auch den Beitrag von Jochen Bonz in diesem Band.

<sup>22</sup> Hills: Fan Cultures, S. 90. Vgl. hierzu auch den Beitrag von Peter F. N. Hörz im vorliegenden Band.

<sup>23</sup> Vgl. Ebd. S. 112–113.

an den Wochenenden in die emotional aufgeheizten Fußballstadien oder das intensive, rauschhafte Erlebnis eines Rockkonzertes. Jochen Bonz beschreibt im vorliegenden Band unter dem Titel *Hineingezogen und hervorgebracht werden* die Situation einer Fernsehübertragung in einer Gaststätte als Erfahrungsraum von ungewöhnlicher emotionaler Intensität, der sich für Fans bei einer Fußballspiel-Übertragung ergeben kann.

Gerade in Beiträgen wie jenem von Jochen Bonz wird noch eine weitere Dimension des Fan-Erlebens deutlich: Fan-Sein gewinnt seine kulturelle Qualität nicht ausschließlich aus einem affektiven Spiel mit den Fan-Objekten selbst, sondern vor allem auch durch die geteilten Werthaltungen mit Gleichgesinnten, das gemeinschaftliche Anderssein, den kollektiven Protest. Die Faszination des Fan-Seins ist untrennbar verbunden mit diesen Erfahrungen der gelungenen Beheimatung unter Gleichgesinnten.

Mit diesen vielfältigen Dimensionen und konstituierenden Momenten gegenwärtiger Fankulturen, dem Erschaffen, Erleben und Erinnern, beschäftigen sich die Beiträge des vorliegenden Aufsatzbandes.