

Des Königs verschiedene Kleider

Fußball in Deutschland und Frankreich: Kulturelle Unterschiede, wechselseitige Gleichgültigkeit, gemeinsame Ängste

Albrecht Sonntag*



Die Fußballkulturen in Deutschland und Frankreich weisen trotz historisch ähnlicher Entwicklung heute signifikante Unterschiede auf. Beiden gemeinsam ist die Auswirkung außersportlicher Fremdbilder auf Wahrnehmungsmuster im Sport.

Acht Jahre nach der Weltmeisterschaft in Frankreich und ihren ebenso überraschenden wie bewegenden Verbrüderungsszenen ist nun Deutschland an der Reihe, das größte weltweite Ereignis zu inszenieren. Ist die Bedeutung des Fußballs in den beiden Ländern vergleichbar? Welchen Blick wirft eine Fußballnation auf die andere? Was lehrt uns dieser wichtige, oft unterschätzte Bereich der Massenkultur?

Am Freitag, dem 10. Juli 1998, fand am Pariser Platz in Berlin die Grundsteinlegung der neuen Französischen Botschaft statt, die damit an ihren angestammten Platz vor dem Brandenburger Tor zurückkehrte. Nach alter Sitte versiegelten dabei die beiden amtierenden Außenminister eine kleine Kassette mit dem Bauplan des Gebäudes, ein paar Geldstücken und einer Zeitungsausgabe desselben Tages. So liegt dort nun seit diesem Tag und für eine hoffentlich sehr lange Zeitspanne neben dem *Berliner Tagesspiegel* auch eine Ausgabe des *Parisien*, auf dessen Titelseite an jenem Tag eine Schlagzeile prangte, die bei der Planung der Grundsteinlegung sicherlich niemand hätte voraussagen können: „Une France heureuse“ – „Ein glückliches Frankreich“.

Wer das Glück hatte, die letzten Tage der Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich mitzuerle-

ben, wird an dieser Stelle ein Lächeln nicht unterdrücken können. Natürlich war die alle sozialen und ethnischen Gruppen übergreifende Euphorie nicht von Dauer und wurde spätestens seit den Unruhen in den Pariser Vorstädten im vergangenen Herbst als Selbsttäuschung entlarvt. Was bleibt, ist die erstaunliche Macht des Fußballs, eine ganze Nation mit einem undefinierbaren Glücksgefühl durchströmen zu können, und sei es auch nur für einen kurzen Moment. Wir Deutschen kennen das aus unserer eigenen Geschichte: Als vor zwei Jahren die 50. Wiederkehr des legendären „Wunders von Bern“ gefeiert wurde, gab es kein Entkommen vor der Sturmflut des Gedenkens, die sich in einer stattlichen Zahl von Büchern, Veranstaltungen, Radiosendungen und Fernsehdokumentationen niederschlug. An die vier Millionen Besucher wischten sich bei Sönke Wortmanns gleichnamigem Kinofilm eine Träne aus dem Auge, allen voran der damalige Bundeskanzler, der gerührt erzählte, wie er 1954 als kleiner Junge zum einzigen Wirtshaus mit Fernseher in der ganzen Gegend geradelt sei.

Wenn es noch eines Beweises bedürfte, welche unverhältnismäßigen Platz der Fußball in der deutschen Gesellschaft eingenommen hat, die aktuelle Hysterie um die Vorbereitungen zur Fußball-

* Dr. Albrecht Sonntag ist Soziologe, er unterrichtet an der Ecole Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers (ESSCA). Ende April erscheint von ihm bei den Presses Universitaires de Grenoble der Band „Foules sentimentales – les ambiguïtés identitaires du football européen.“

weltmeisterschaft würde ihn zweifellos liefern. Ob es nun um die augenblickliche Schwäche der Nationalmannschaft geht oder um den Wohnsitz des Bundestrainers, um Sicherheitsstandards in den Stadien, die Tücken des Ticketverkaufs oder gar um die von wiederholten Wettskandalen erschütterte Glaubwürdigkeit des deutschen Profifußballs – man könnte glauben, die Republik habe keine wichtigeren Sorgen.

Auf den ersten Blick scheint die mediengesteuerte Aufgeregtheit noch überzogener als die französische Polemik des Frühjahrs 1998, als die meinungsführende Tageszeitung *L'Equipe* eine aus heutiger Sicht eher harmlos wirkende und nur in Sportlerkreisen wirklich bemerkte Kampagne gegen die taktischen Präferenzen und die mangelnde Kommunikationsfähigkeit des Nationaltrainers Aimé Jacquet orchestrierte. Dass aus Jacquet nur wenige Monate später ein republikanischer Held mit Symbolcharakter gemacht werden würde, der vom Staatspräsidenten in seiner Rede zum Nationalfeiertag zum Vertreter traditioneller nationaler Tugenden erhoben wurde, hätte damals auch niemand vorhersagen mögen.

Soll man aus diesen unterschiedlichen Beobachtungen schließen, dass der Fußball in Deutschland allgemein einen höheren Stellenwert hat als in Frankreich? Oder weisen sie lediglich darauf hin, welch rasante Entwicklung die Medienlandschaft im vergangenen Jahrzehnt erlebt hat und welch zentrale Rolle der Fußball darin mittlerweile als unumgängliches, ja überlebensnotwendiges Premiumprodukt eingenommen hat?

Vergleichbare Geschichte, aber signifikante Unterschiede

Rein fußballerisch betrachtet sind Frankreich und Deutschland in mehrfacher Hinsicht durchaus vergleichbar. In beiden Ländern blickt der Fußball nunmehr auf eine mehr als 100-jährige Geschichte zurück, seit er gegen Ende des 19. Jahrhunderts jeweils von englischen Handlungsreisenden eingeführt worden war. Sowohl in Frankreich als auch in Deutschland entwickelte sich dieser neue Sport in einem Kontext, der von den jeweiligen paramilitärischen Turner-Bewegungen schon mit na-

tionalistischem Gedankengut aufgeheizt worden war. So nimmt es nicht Wunder, dass seine wachsende Popularität rasch von der politischen Propaganda instrumentalisiert wurde, deren Ausdrucksweise von einer chauvinistischen Presse begeistert aufgegriffen wurde.

Es ist charakteristisch für den Zeitgeist der Epoche, dass das Potenzial des Fußballs, als Kriegserersatz interpretiert und inszeniert zu werden, sehr schnell erkannt wurde. In kürzester Zeit ging man daran, Länderspiele zwischen nationalen Auswahlmannschaften auf die Beine zu stellen. Als Frankreich im Jahre 1904 mit sechs gleichgesinnten nationalen Verbänden in Paris eine internationale Fußball-Föderation, die FIFA, aus der Taufe hob, schloss sich der DFB noch am selben Tag per Telegramm an. Betrachtet man heute die alten Listen mit den ersten Länderspielen zwischen den neu eingeführten Nationalteams, kann man nur staunen über die Geschwindigkeit, mit der sich diese Begegnungen während des Jahrzehnts vor dem Ersten Weltkrieg vermehrt haben. Das erste Match einer französischen Nationalmannschaft fand 1904 statt – zehn Jahre später hatte sie bereits 34 Spiele absolviert! Für Deutschland sind die Zahlen absolut vergleichbar: Dem ersten Spiel im Jahr 1908 folgten bis 1914 insgesamt 30 weitere. Angesichts der damaligen Transportbedingungen und der Tatsache, dass alle Spieler natürlich keineswegs Profis, sondern voll berufstätig waren, scheint die beeindruckende Zahl der organisierten Länderspiele zu illustrieren, wie problemlos sich der Fußball in die nationalistische Stimmung der Zeit einpasste, und wie sehr diese wiederum seine Popularisierung beschleunigte.

Über ein Jahrhundert nach den Anfängen des Fußballs können Deutschland und Frankreich immer noch mit Fug und Recht behaupten, zu den Klassenbesten zu gehören. Beide sind Mitglieder im recht exklusiven Klub der Nationen, die mindestens einmal eine Weltmeisterschaft (zuzüglich mehrerer Europameisterschaften) errungen haben. Ungeachtet der konjunkturellen Schwankungen, die dem Sport eigen sind, erfreuen sich beide eines Fußballbetriebs, der zu den führenden in der Welt gerechnet wird. Ihre jeweiligen Profiligen gehören zu den fünf „Großen“ in Europa, sowohl was das sportliche Niveau als auch was das

wirtschaftliche Gewicht betrifft, und ihre nationalen Verbandsstrukturen ähneln sich ebenfalls sehr: Sie bestehen jeweils aus einem ehrenamtlich getragenen Sportverband, dem die Auswahlmannschaften und der Amateurfußball unterstehen, und einer Profiligena, die in immer größerer Eigenständigkeit ihr Produkt vermarktet.

Schließlich scheint in beiden Ländern auch die Popularität von „König Fußball“ vergleichbar. Die von der Marketingagentur Sportfive in regelmäßigen Intervallen vorgelegten Studien über die fünf wichtigsten europäischen Märkte zeigen ganz klar, dass der Fußball in allen untersuchten Ländern (neben Deutschland und Frankreich sind dies Großbritannien, Italien und Spanien) eindeutig die Sportart Nummer Eins ist. Der Abstand zum jeweiligen Zweiten ist in den verschiedenen Märkten konstant hoch, sowohl hinsichtlich des Publikumsinteresses als auch bezogen auf die Abdeckung durch die Medien.

Und auch der Staat zeigt sich auf beiden Seiten des Rheins der vielfachen gesellschaftlichen Bedeutungen des Fußballs sehr wohl bewusst. Zwar wird in den einschlägigen Untersuchungen die Einflussnahme des Staats und der Gebietskörperschaften auf die Organisation des Sportbetriebs oft als struktureller Unterschied zwischen Deutschland und Frankreich hervorgehoben, aber wenn man die Austragung der Fußballweltmeisterschaften 1998 und 2006 miteinander vergleicht, kann man solche Unterschiede kaum feststellen. In beiden Ländern war der Staat vom ersten Moment an schon in die Kandidatur des Fußballverbandes für die WM voll eingebunden, indem er nicht nur die notwendigen finanziellen Garantien aufbrachte, sondern auch massive Investitionen in die Entwicklung der sportlichen Infrastrukturen zusagte. Auch die erhofften Auswirkungen dieses Großereignisses sind genau dieselben: Es geht um großangelegte Standortwerbung, Imagearbeit, wirtschaftlichen und symbolischen Zugewinn.¹

Und was die Nationalmannschaften betrifft, so geht man wohl kaum ein Risiko ein, wenn man behauptet, dass der Staat in allen Ländern, wo der Fußball die beliebteste Sportart ist, die gleichen

Erwartungen an sie richtet: dass sie als Bindeglied für nationales Zusammengehörigkeitsgefühl dienen, und wenn möglich auch den berühmten so genannten „feel-good factor“ produzieren, diesen punktuellen kollektiven Euphorieschub, der das gebeutelte Selbstvertrauen und die Zuversicht der Bevölkerung anhebt (und ganz nebenbei auch die Beliebtheitsquoten ihrer führenden Politiker ...).

Und doch gilt: Trotz all dieser historischen und strukturellen Gemeinsamkeiten hätte kein Fußballfreund Probleme damit, eine ganze Reihe signifikanter Unterschiede zwischen dem deutschen

„Die Bundesliga zieht doppelt so viele Zuschauer an wie die französische Ligue 1.“

und dem französischen Fußball herzusagen. Allein schon rein zahlenmäßig fällt ein großer Unterschied ins Auge: Während der DFB mit über sechs Millionen Mitgliedern der größte Sportverband der Welt ist, kommt sein französisches

Gegenüber, die FFF (Fédération Française de Football) nur auf ein Drittel dieser Zahl. Noch deutlicher wird der Abstand beim Frauenfußball, wo den 870 000 Mädchen und Damen auf deutscher Seite gerade mal 48 000 Französisinnen gegenüberstehen, also 18 mal weniger!

Ein weiterer Unterschied, der dem informierten Sportsfreund spontan einfallen würde, ist die große Attraktivität der Bundesliga, die doppelt so viel Zuschauer anzieht wie die französische Ligue 1. Mit einem Durchschnitt von 40 000 Zuschauern pro Spiel in der laufenden Saison ist die Bundesliga tatsächlich die attraktivste Profiligena der Welt, und dies trotz eines offensichtlichen Qualitätsverlusts, wie ihre mangelnde Anziehungskraft für internationale Superstars und vor allem die immer häufigeren Fehlauftritte ihrer Spitzenteams auf internationalem Parkett beweisen. Dass sie dennoch so großen Erfolg beim Publikum hat, ist wohl in erster Linie auf einen augenblicklich ganz besonders günstigen Kontext zurückzuführen: moderne und komfortable Stadien, die eigens für die WM gebaut oder runderneuert wurden; Ticketpreise, die auch für finanziell schwächer gestellte Besucher erschwinglich bleiben; multikulturelle Teams, die einen offensiven Fußball mit der höchsten Trefferquote in ganz Europa inszenieren sowie eine insgesamt friedliche und gut gelaunte Stimmung, die es ermög-

licht, mit der ganzen Familie ins Stadion zu gehen. Nicht zuletzt wird der Boom auch durch eine effiziente Kommerzialisierung der Marke „Bundesliga“ durch die verschiedenen Partner aus Wirtschaft und Medien angeheizt.

Der französische Profifußball durchläuft dagegen gerade eine eher kritische Phase. Zwar bescheinigt ihm das oft glanzvolle Auftreten von Olympique Lyon auf europäischer Bühne ein zumindest gleichwertiges sportliches Niveau, aber die Attraktivität der nationalen Liga wird durch eine ganze Reihe unangenehmer Begleiterscheinungen getrübt. Langweilige, torarme Begegnungen prägen das Bild, die echten Stars der französischen Nationalmannschaft spielen fast alle im Ausland, der Spielbetrieb ist mit zu vielen Terminen überlastet und unleserlich geworden. Noch negativer schlagen allerdings die außersportlichen Randerscheinungen zu Buche, seien es nun die verschiedenen Finanzaffären der Ära Bernard Tapie, die von den Gerichten endlich ans Tageslicht gezerrt werden, oder die hässlichen Bilder von Neonazi-Gruppen und Straßenschlachten in und um den Pariser Parc des Princes.

Umso überraschender ist, dass die französische Liga deutlich höhere Einnahmen aus ihrer Fernsehvermarktung erzielt als ihr deutsches Pendant. Bei der letzten Ausschreibung der Übertragungsrechte ließ sich der Pay-TV-Sender Canal+ die Exklusivität der Ligue 1 sage und schreibe 600 Millionen Euro pro Saison kosten. Die Bundesliga kommt da „nur“ auf etwa 420 Millionen.

Das Gewicht der nationalen Kulturen

Wie lassen sich diese signifikanten Unterschiede in der Ausübung und Wertschätzung einer sportlichen Tätigkeit, deren Aufkommen und Entwicklung doch weitgehend ähnlich verlief, im Einzelnen erklären?

Es zeigt sich, dass der Fußball, dieses im Grunde ja universelle und weltweit nach denselben Regeln betriebene Spiel, geradezu modellhaft die Problemhaftigkeit eines oberflächlichen vergleichenden Ansatzes illustriert. Er macht deutlich, dass die einfache Beschreibung der sichtba-

ren Gemeinsamkeiten und Unterschiede in einem bestimmten Bereich kaum je ein besseres Verständnis der beiden betroffenen Gesellschaften ermöglicht, wenn man nicht die kulturell bedingte soziale Konstruktion im jeweiligen nationalen Rahmen in Betracht zieht. Sogar beim Sport, der doch eigentlich einen leicht vergleichbaren Untersuchungsgegenstand darzustellen scheint, ist es unumgänglich, auf die Verankerung von spezifischen Verhaltens- und Wahrnehmungsmustern in der Nationalkultur zurückzugreifen.² So muss man auch beim Herausarbeiten der bestehenden Unterschiede bezüglich der Verwurzelung des Fußballsports in Deutschland und Frankreich Erklärungen bemühen, die in der jeweiligen Nationalgeschichte begründet sind.

Ohne im Rahmen dieses Aufsatzes zu sehr auf den allgemeinen Stellenwert des Sports in der Gesellschaft eingehen zu können – der oft und gern anhand des Platzes illustriert wird, der ihm im jeweiligen Schulsystem eingeräumt wird – ist es doch aufschlussreich, an dieser Stelle der Frage des Ansehens des Fußballsports bei den intellektuellen Eliten nachzugehen. Folgt man dem Sportsoziologen Patrick Mignon³, so lässt sich in Bezug auf Frankreich feststellen, dass die mit starkem kulturellem Kapital ausgestatteten Oberschichten – anders ausgedrückt: die bürgerlichen Vertreter einer raffinierten Hochkultur – traditionell eher verächtlich auf körperlich-sportliche Betätigung herabschauten. Für den Fußball, der als Proletarier-Sport identifiziert war und gewissermaßen als vulgäres Vergnügen der Arbeiterklasse überlassen wurde, galt dies in besonderem Maße. In Deutschland dagegen gelang es dem Fußball, gleichwohl er dort ebenfalls in erster Linie als Arbeitersport gesehen wurde, sich eher als Ort der Begegnung und Vermischung sozialer Klassen zu etablieren, sei es nun auf dem Platz, auf der Stadiontribüne oder im Feuilleton der Qualitätszeitungen. Die Arbeiten der Historikerin Christiane Eisenberg⁴ unterstreichen diese Analyse: In Deutschland wurde der Fußball von Beginn an vom kaufmännischen Bürgertum und von den Studenten begeistert aufgenommen, verbreitet und institutionalisiert, bevor er dann auch zum bevorzugten Sport der Arbeiterklasse wurde. Aus dieser gegensätzlichen Entwicklung erklärt sich,

dass es dem französischen Bourgeois anders als dem deutschen Bildungsbürger fast unmöglich war, ein Interesse für den Fußball einzugestehen, ohne gehobene Augenbrauen und herablassende Bemerkungen zu riskieren. Während sich in Deutschland die Literaten der berühmten „Gruppe 47“ schon einmal den Nachmittag mit einem Fußballspiel vertrieben und Denker wie Walter Jens schon in den 1970er Jahren ihre Liebe zum Fußball bekundeten, entdeckte die große Mehrheit der Pariser Intellektuellen die Existenz des Fußballs ganz plötzlich im Gefolge der Masseneuphorie des Juli 1998 (wobei sie sich natürlich sofort auf den Meinungsseiten der Tageszeitungen als Experten geierten ...).

In der Bundesrepublik konnte auch nie eine radikale Sportkritik vor ideologischem Hintergrund in gleichem Maße Fuß fassen wie in Frankreich. Zwar erschienen in der Folge der 68er-Bewegung einige Arbeiten, die den Fußball als organisierte Volksverdummung im Sinne von Juvenals „Brot und Spiele“-Prinzip in die Kapitalismuskritik einbanden, aber diese marxistisch gefärbten Thesen erreichten nie dieselbe Präsenz im öffentlichen Diskurs wie in Frankreich, wo sie von einer organisierten Akademiker-Gruppe nicht nur in *Le Monde diplomatique*, *L'Humanité* oder *Charlie Hebdo*, sondern auch in *Le Monde* oder *Libération* bei jeder Gelegenheit eines großen Turniers hervorgeholt werden. In den deutschen Presse- oder Buchregalen würde man wohl vergebens nach ähnlich vehementer Kritik am „Opium des Volkes“ suchen.

Kulturgeschichtliches Erbe

Eine weitere Erklärung für die stärkere Präsenz des Fußballs in der deutschen Gesellschaft lässt sich aus einem stark dezentralisierten Verstädtierungsprozess ableiten, der in krassem Gegensatz zur Dominanz der Pariser Region steht. In Frankreich entstanden einfach weniger wirklich bedeutende

urbane Ballungszentren, in denen sich dauerhafte Loyalitäten zu Traditionsclubs entwickeln konnten. Besonders deutlich wird dies, wenn man die französischen Bergbauregionen mit dem Ruhrgebiet vergleicht. Der wichtigste mit der Geschichte der Minen verbundene Verein ist neben der in den 1970er Jahren sehr erfolgreichen AS Saint-Etienne sicherlich der populäre Racing Club de Lens. Vergleicht man jedoch die Einwohnerzahl von Lens (40 000) und sein Stadion (Fassungsvermögen ebenfalls 40 000) mit den Menschenmassen in Gelsenkirchen und in Dortmund, wird der Unterschied greifbar.

Umgekehrt wäre es hierzulande sicher kaum vorstellbar, die Hauptstadt mit einer

Prestige-Arena von 80 000 Plätzen zu beglücken, die nicht einmal einen Heimverein findet und außerhalb der Auftritte der Fußball- und Rugby-Nationalmannschaften meist leersteht. Eine andere, recht anschauliche Illustration des Gegensatzes zwischen Zentralismus und Föderalismus lässt sich auch in der Tatsache sehen, dass die deutsche Elf ihre 231 Heimspiele seit Kriegsende in nicht weniger als 27 verschiedenen Städten ausgetragen hat – wobei nur Hamburg, Stuttgart und Hannover über 20 mal Gastgeber waren. Im Gegensatz dazu fanden mehr als 80 Prozent aller Heimspiele einer französischen Nationalmannschaft in Pariser Stadien statt. Vor diesem Hintergrund überrascht es auch nicht, dass eine imposante Zahl deutscher Städte sich als Austragungsorte für die WM 2006 bewarb und das deutsche Organisationskomitee vor eine recht schwierige Wahl stellte, während sich Michel Platini als Kopräsident des französischen Organisationskomitees im Vorfeld von 1998 mehrere Abfahrten, insbesondere bei den Städten Ostfrankreichs abholen musste (inklusive seiner Heimatstadt Nancy). Weder Strasbourg, noch Metz, noch Mulhouse waren an einer Teilnahme interessiert.

Dass der französische Frauenfußball sich nur langsam entwickelt hat, ist wohl in erster Linie auf das Gewicht des katholischen Erbes Frankreichs zurückzuführen. Die weltweit führenden Natio-

„In der Bundesrepublik konnte eine radikale Sportkritik vor ideologischem Hintergrund nie in gleichem Maße Fuß fassen wie in Frankreich.“

nen im Frauenfußball – neben Deutschland sind das vor allem Schweden, Norwegen und die Vereinigten Staaten – sind hauptsächlich dem protestantischen Kulturkreis zuzuordnen, der traditionell dem Frauensport offener gegenübersteht. Es könnte jedoch sein, dass sich insbesondere der Mädchenfußball mittelfristig als recht spannendes Beobachtungsfeld bestätigt, denn der Anteil der Mädchen aus den verschiedenen ethnischen Gruppen der Banlieue, die im Fußball eine Möglichkeit zur Befreiung aus als beengend empfundenen traditionellen Geschlechterrollen entdeckt haben, steigt langsam, aber stetig. In ein paar Jahren könnte sich eine erfolgreiche französische Damen-Nationalmannschaft mit einer signifikanten Zahl von Spielerinnen aus der muslimischen Gemeinschaft als ungleich stärkerer Integrations-Katalysator herausstellen als es das Männerteam von 1998 je sein konnte.

Was schließlich den bedeutenden Abstand zwischen den TV-Ausstrahlungsrechten in Deutschland und Frankreich betrifft, deren Summe sich ja wie oben beschrieben umgekehrt zur Attraktivität der jeweiligen Liga verhält, so lässt er sich ohne Zweifel auf die politischen Entscheidungen während der Liberalisierung des Fernsehmarktes in den 1980er Jahren zurückführen, die in beiden Ländern eine sehr unterschiedliche Ausgangsposition für die heutigen Anbieter geschaffen haben. Unter François Mitterrand wurde mit Canal+ ein Pay-TV-Sender gefördert, der sich über Jahre hinweg in einem sehr regulierten Umfeld etablieren und stabilisieren konnte, bevor Kabel- und Satellitenfernsehen in den Markt einbrachen. Heute verfügt Canal+ einerseits über die finanziellen Mittel, sich den Luxus exorbitanter Preise für die Fußballübertragungen leisten zu können, und lebt andererseits in gefährlicher Abhängigkeit vom Fußball, was die Liga entsprechend ausnutzt. In Deutschland forcierte die Kohl-Regierung dagegen von Anfang an eine massive Entwicklung des Kabelangebots und seiner Reichweite, was dem ehemaligen Canal+-Ableger Premiere die Etablierung als Abonnement-Fernsehsender erschwerte. Die Bundesliga wiederum steht bei der Versteigerung der Rechte einer Wettbewerbssituation gegenüber, in der keiner der Bieter vom Fußball im gleichen Maße abhängig ist wie Canal+.

Akademische Trennmauern

Auf das Gewicht unterschiedlicher nationaler Geschichten und kultureller Traditionen stößt man überraschenderweise auch, wenn man die Akzeptanz des Fußballs als wissenschaftlicher Untersuchungsgegenstand länderübergreifend vergleicht.

In Frankreich kamen die Historiker, Soziologen oder Ethnologen, die sich seit den 1980er Jahren vereinzelt für den Fußball interessierten, nicht umhin, sich ständig vor dem missbilligenden Blick ihrer Professoren-Kollegen dafür rechtfertigen zu müssen, sich mit einem derart „nutzlosen“ oder gar „lächerlichen“ Thema abzugeben. Glaubt man dem französischen Pionier der seriösen Fußball-Geschichtsschreibung Alfred Wahl, lässt sich die „Verachtung des Sports im universitären Milieu“ im Allgemeinen und das „Elend des Sportstudiums im Historiker-Milieu“ im Besonderen vor allem zurückführen auf die „französische Tradition der Bewahrung bestimmter Denkstrukturen und -schulen durch die Weitergabe vom Meister zum Schüler“. Der bekannte Sportsoziologe Pierre Parlebas bedauert seinerseits, dass die Themen „Sport“ und „Spiel“ in der französischen Tradition immer einen „abschätzigen Ruf des Nutzlosen, Kindischen“ hätten, und die Geschichte der Sportsoziologie entsprechend „eine Geschichte der Verurteilungen wegen Frivolität“ sei.⁵ Unbestreitbar ist, dass der Fußball sich aufgrund seines multidimensionalen Charakters oft an den Trennmauern zwischen den universitären Disziplinen und den von ihnen auferlegten Normen stößt. Jeder Versuch, die akademischen Gräben zwischen den Geisteswissenschaften zu überbrücken, wird fast automatisch mit Dilettantismus gleichgesetzt.

Gerade an einem solchen, per definitionem pluridisziplinären Untersuchungsgegenstand wie dem Fußball lässt sich gut festmachen, dass es den in Deutschland mittlerweile trotz der oft vorgetragenen Kritik der „Beliebigkeit“ und „Unschärfe“ gut etablierten Kulturwissenschaften nicht gelungen ist, in Frankreich wirklich Fuß zu fassen. Ob es an der Abneigung gegen angloamerikanische Einflüsse liegt, dass es für die „cultural studies“ nicht einmal eine entsprechende französische Bezeichnung gibt? Von akademischer Legitimität

sind sie jedenfalls noch weit entfernt. Abträglich sind solche Grabenkämpfe einem Thema wie dem Fußball allemal, zumal er sich in den Interessensgebieten der Kulturwissenschaften, die sich seit jeher gerne der so genannten „Trivialkultur“ oder „Massenkultur“ zuwenden, wunderbar einpasst.

Seit den 1990er Jahren hat sich die Anerkennung des Fußballs als „seriöser“ Gegenstand wissenschaftlichen Forschens aber doch deutlich beschleunigt. Es besteht heute weitgehend Übereinkunft darüber, dass er wertvolle Aufschlüsse über bestimmte soziale Mechanismen unserer Großkollektive liefert und einen Beitrag zur Entschlüsselung der großen gegenwärtigen Umwälzungen des Globalisierungsprozesses leisten kann. Vielleicht hat der Fußball in den akademischen Kreisen Frankreichs und Deutschlands noch keinen „festen Wohnsitz“, aber eine „Aufenthaltslaubnis“ kann man ihm sicherlich nicht mehr absprechen.

Ein gleichgültiger Blick über den Rhein

Engagierte Beobachter der deutsch-französischen Beziehungen wissen es aus eigener Erfahrung: All die Kooperationsbemühungen und Freundschaftsbekundungen, egal wie ehrlich sie gemeint sind, münden noch lange nicht automatisch in ein echtes gegenseitiges Verstehen.⁶ Im Gegenteil: Das Bedauern über die Schwierigkeiten, die von Robert Picht in den 1980er Jahren so benannte „Kulturmauer“ zu überwinden, sind keineswegs verstummt.⁷ Gerade im Bereich der Populärkultur im weitesten Sinn, mit dem sich die Bevölkerungen in ihrem täglichen Leben, in der Ausbildung ihrer Geschmacksvorlieben und ästhetischen Grundeinstellungen auseinandersetzen, ist es nicht übertrieben, von Gleichgültigkeit und Unverständnis zu sprechen. Man darf sich sogar fragen, ob die rasante Entwicklung des Medienangebots in den letzten Jahren nicht die Tendenz zum Rückzug auf den eigenen Kulturraum akzentuiert, anstatt die Öffnung nach außen zu fördern. Jacqueline Hénard hat dies treffend in einer fast fatalistischen Bemerkung über die „Kulturmauern“ in Europa zusammengefasst: „In einer Zeit,

in der die Europäer sich in ihren Lebensweisen immer ähnlicher werden, dieselben Autos und Jeans mit demselben Geld kaufen, und in der ihre politischen Führer von einer gemeinsamen Armee, Polizei und Verfassung sprechen, vermindert sich die kulturelle Durchlässigkeit. Wenn sie erst vor ihren Bildschirmen sitzen, wollen die europäischen Bürger und Verbraucher ihr eigenes Abbild wiederfinden.“⁸

Sämtliche Bereiche der Populärkultur sind von dieser Tendenz betroffen: ob es sich nun ums Kino handelt (viel zu wenig Filme finden im Nachbarland ein Publikum oder auch nur eine Verleihfirma) oder ums Fernsehen (das sich mit dem gelangweilten Abspielen vollkommen unrepräsentativer Serien begnügt, um die Sendequoten zu erfüllen), um die Popmusik (kaum ein aktueller Titel aus der Chanson-, Rock-, Pop- oder Rapszene schafft es in die Radioprogramme oder Läden des Nachbarlandes), um zeitgenössische Literatur (die Zahl der Übersetzungen aktueller Werke nimmt eher ab), oder um die jeweilige Nachbarsprache, deren Absturz in die Zweitklassigkeit – um im Fußballjargon zu bleiben – in beiden Ländern kaum aufzuhalten scheint.

Doch kaum ein anderer Bereich illustriert diese Indifferenz besser als der Fußball, von allen kulturellen Aktivitäten sicherlich die am weitesten verbreitete, allgegenwärtig auf allen Medienkanälen und auch ohne jede Sprachkenntnisse oder Übersetzung jedermann zugänglich. Es ist geradezu verblüffend, wie sehr der Fußball die Grenzen der Völkerverbindung von oben enthüllt, selbst in dem Kontext der seit Jahrzehnten objektiv erfolgreichen politischen Annäherung und prinzipiell freundschaftlichen Zuneigung zwischen Deutschland und Frankreich.

Das erste Indiz für die im deutsch-französischen Fußball-Kulturraum herrschende Gleichgültigkeit ist die Geringschätzung, die der jeweiligen Meisterschaft des Nachbarlandes entgegengebracht wird. Ausgerechnet in Frankreich, wo der Blick auf die ausländischen Ligen traditionell neugieriger ist als in Deutschland, ist die Bundesliga in den Sportmedien seltsam unterrepräsentiert und wenig geschätzt. Diesen Hintergrund nahm vor dem Länderspiel Deutschland gegen Frankreich im November 2003 in Gelsenkirchen der dama-

lige Chefredakteur von *L'Equipe*, Fabrice Jouhaud, zum Anlass, den französischen Nationalspielern ein paar harmlose Quizfragen zum aktuellen deutschen Fußball vorzulegen. Das Gesamtergebnis war desaströs: Obwohl alle angaben, sich prinzipiell natürlich über den europäischen Fußball auf dem Laufenden zu halten, gab es, von wenigen Ausnahmen abgesehen, nur katastrophale „Noten“. Offensichtlich gehört die Bundesliga nicht zu den Ligen, die wirklich wichtig sind in Europa.

Die bekannten französischen Spieler, die zur Zeit bei deutschen Vereinen spielen, sind die ersten, die sich darüber nur wundern können. In zahlreichen Interviews der einschlägigen Medien findet man Aussagen wie die folgende von Welt- und Europameister Bixente Lizarazu (Bayern München), der dieser allgemeinen Gleichgültigkeit hilflos gegenübersteht: „Ich kämpfe schon seit Jahren dagegen an, und ich bin einfach müde. Nichts hat sich geändert, nichts wird sich je ändern. Das liegt einfach in der französischen Mentalität. [...] Die Bundesliga ist mindestens so gut wie die englische, spanische oder italienische Meisterschaft. Aber sie verkauft sich viel schlechter im französischen Fernsehen.“⁹

Diese von den in Deutschland tätigen französischen Profis erwähnten Einstellungen finden sich auch in den Beobachtungen der französischen Sportjournalisten, die sich näher mit dem deutschen Fußball befasst haben. Für sie liegen die Gründe dieser Gleichgültigkeit eindeutig weniger im sportlichen Bereich, sondern sind mindestens gleichermaßen von außersportlichen Gegebenheiten beeinflusst. Jean-Charles Sabbatier, Sportreporter bei Canal+, diagnostiziert „eine Art mentaler Blockade. Als ob es ‘has been’ oder total altmodisch wäre, zu sagen, dass man sich für die deutsche Kultur interessiert. Das ist genau dasselbe bei der Musik, genau dasselbe beim Kino, genau dasselbe beim Fußball.“¹⁰

Der Mangel an Attraktivität, den der deutsche Fußball in Frankreich erfährt, wird übrigens auch bestätigt vom Fanartikel-Markt, dem so genannten Merchandising, also dem Verkauf von Vereins-

trikots und diversen Accessoires an die Fußballfreunde. Es ist höchst aufschlussreich, dass der französische Marktführer, die Vertriebsfirma „Made in Sport“, eine 1998 gegründete Filiale des Pinault-Printemps-Redoute-Konzerns, unter mehr als 400 aufgeführten internationalen Artikeln keinen mit Bezug zu einem deutschen Club aufweist. Allein für Manchester United sind dagegen 32 verschiedene Produkte aufgelistet ... Dasselbe Bild findet sich bei anderen spezialisierten Anbietern wie „World Foot Center“ (ehemals „International Soccer“) oder „Mister Sport“. Es liegt auf der Hand, dass diese Art von Marktsegment stark von Volumen und Tonalität der Medienberichterstattung beeinflusst wird.

„Es ist eine Art mentaler Blockade. Als ob es total altmodisch wäre, sich für deutsche Kultur zu interessieren. Das ist genau dasselbe bei der Musik, beim Kino und beim Fußball.“

Offensichtlich haben herkömmliche außersportliche Fremdbilder starke Auswirkungen auf Wahrnehmungsmuster im sportlichen Bereich. Für die befragten Medienvertreter steht außer Frage, dass der Mangel an

Interesse oder Wertschätzung des deutschen Fußballs von seiten der Franzosen keinesfalls mit einem Mangel an objektiver Qualität erklärt werden kann, sondern nur durch die in der Geschichte verankerten nationalen Stereotypen. Fabrice Jouhaud gibt an, sich oft gegen diesen scheinbar unüberbrückbaren „Intoleranz-Wall“ aufgelehnt zu haben, auf den er als junger Journalist immer wieder stieß: „Ich erinnere mich daran – immer wenn ich als Reporter über Deutschland berichten musste, setzte ich mich dafür ein, diese Wörter wie ‘Katastrophe’, ‘kolossal’, oder ‘Panzer’ und ‘Achtung!’ etc. zu vermeiden. Das hieße doch, an einer Erniedrigungs-Kampagne teilzunehmen, die einen echten Einfluss auf die Leute hat. Es gibt da diese Art kollektiver Vorstellung ‘Deutschland = Hitler, BMW, Mercedes, Caravan-Touristen, die Stärke der Mark und diese ewig pünktlichen Typen’ ...“¹¹

Es überrascht kaum, dass man ähnliche Wahrnehmungsmuster auf deutscher Seite wiederfindet, wo Jean-Charles Sabbatier zufolge „die französische Liga allen total egal ist“. Die Tatsache, dass

in den zehn Jahren zwischen 1985 und 1995 – also genau in der Zeit der exponentiellen Entwicklung des Fernsehmarktes – eine Reihe renommierter deutscher Spitzenspieler wie Klaus Allofs, Karl-Heinz Förster, Rudi Völler oder Jürgen Klinsmann in der französischen Liga spielten, änderte daran nichts.

Und der analoge Blick auf den deutschen Merchandising-Markt bestätigt die Analyse: Die Internet-Anbieter www.world-of-football.de und www.fanandmore.de führen zwar zahlreiche Trikots italienischer, spanischer oder englischer Clubs auf ihren Listen, bieten aber kein französisches Club-Jersey an. Dasselbe gilt für den *Kicker*-Sportshop, das Versandhaus der bekannten Sportzeitung, wo man neben den üblichen Artikeln auch exotische Trikots verschiedener portugiesischer, türkischer, holländischer oder schwedischer Clubs erwerben kann, aber kein französisches.

Stereotyper Mediendiskurs

Die tiefer liegenden Ursachen der beschriebenen Gleichgültigkeit finden sich ganz offensichtlich außerhalb des Sportlichen. Es genügt schon, ein paar fürs breite Publikum geschriebene deutsche Bücher über die internationale Fußballgeschichte zu lesen, um zu sehen, wie sehr die Wahrnehmung des Nachbarn von außersportlichen Stereotypen bestimmt bleibt, was natürlich auch umgekehrt gilt, wie das kürzlich erschienene, recht erfolgreiche Buch des Radio-Journalisten Pierre-Louis Basse zum legendären WM-Halbfinale 1982 nur zu gut bestätigt.¹² Am Auffälligsten wird diese Tendenz, wenn es um die angeblichen „nationalen Spielstile“ geht, also um ein Konzept, das angesichts der totalen multikulturellen Mischung in den Mannschaften der europäischen Clubs fast zum Lächeln anregen würde, wenn es nicht ständig gegen jeden objektiven Realitätsbezug bei allen großen Turnieren aus der Mottenkiste hervorgekramt würde. Wie in einer äußerst sorgfältigen und detaillierten Diskursanalyse zur Fußball-Berichterstattung während der WM 1998 in Printmedien und Fernsehen von Jochen-Uwe Müller auf mehr als 600 Seiten eindrucksvoll dargestellt wird¹³, entstammen die in den deutschen

und französischen Medien zur Beschreibung des jeweils Anderen benutzten semantischen Felder fast systematisch dem Vokabular der „Völkerpsychologie“ einer Gott sei Dank vergangenen Zeit.

Man kann darin das Phänomen der „zirkularen Konstruktion von Vorstellungen“ erkennen, im Laufe derer ein affirmativer Diskurs permanent von den ausführenden Akteuren, den Kommentatoren und den „Experten“ des Sports gefüttert wird und so auf Dauer in dem hermetisch geschlossenen Kreislauf des jeweiligen Sprachraums zementiert wird. Dank dieser „um sich selbst kreisenden Pädagogik“ erscheint der dominante Diskurs schließlich allen Teilnehmern als offensichtliche Wahrheit.¹⁴

Und die Öffentlichkeit steht einem solchen Diskurs durchaus empfänglich gegenüber, da er in Zeiten verschwimmender kultureller Grenzen ein starkes Bedürfnis nach nationaler Besonderheit befriedigt, das eine wesentliche Voraussetzung für die Konstruktion kollektiver Identitäten ist. Im Fußball konstituiert sich wie anderswo auch eine soziale Gruppe in Opposition zu einer anderen Gruppe – und die intrinsischen Merkmale dieses Sports, bei dem sich immer zwei Kollektive gegenüberstehen, die als repräsentativ für das von ihnen vertretene Großkollektiv empfunden und unterstützt werden, verstärkt diese Tendenz zur negativen Identitätsbildung.

Für einen geschulten und mehrsprachigen Beobachter (der möglichst auch mit einer Parabolantenne ausgestattet sein sollte, die ihm ermöglicht, zwischen den verschiedenen nationalen TV-Sendern während der Übertragung desselben Spiels hin- und herzuschalten), stellt die diesjährige Weltmeisterschaft mit Sicherheit eine großartige Gelegenheit dar, selbst festzustellen, wie sehr die national gefärbten Diskurse der Sportmedien die Wahrnehmung des jeweils Anderen bestimmen und alten chauvinistischen Reflexen Ausdruck verleihen, die der Entstehung einer europäischen Populärkultur eigentlich nur abträglich sein können. Das ist umso bedauerlicher, als der Fußball sich dazu eigentlich blendend eignen würde. Im Gegensatz zu Kino, Chanson oder Literatur kennt er ja keine Sprachgrenzen, leidet auch keineswegs an der so oft beklagten Dominanz der amerikanischen Populärkultur und verfügt sogar

mit der Champions League und den anderen europäischen Wettkämpfen über eine echte europaweite Bühne und ein riesiges potenzielles Publikum. Er hätte also alle Voraussetzungen, zu einem besseren Verstehen des Anderen beizutragen. Aber die einfache Tatsache, dass er jahraus, jahrein im Korsett des nationalen, wenn nicht nationalistischen Mediendiskurses eingebunden ist, lässt dies nur bedingt zu. Im Gegenteil: Er bestätigt eher die Einen in ihrer Wahrnehmung der Anderen.

Natürlich gilt es, mit solchen Schlussfolgerungen vorsichtig umzugehen. Es ist problematisch, von der Analyse des Mediendiskurses auf den Grad seiner Repräsentativität für die real existierenden Fremd- und Selbstwahrnehmungen der Nationen zu schließen. Dennoch wäre es ein Fehler, den Fußball in seiner Rolle als Spiegel dieser Wahrnehmungen zu unterschätzen. Als unumgängliches Element der Populärkultur kann er durchaus Erkenntnisse liefern, die geeignet sind, den institutionalisierten politischen Diskurs und die Meinungsumfragen zu Themen der internationalen Zusammenarbeit in Europa zu relativieren.

Der Fußball hat die nationalen Stereotypen nicht erfunden. Er ist lediglich ein in den Medien ganz besonders präserter Resonanzkörper, der ermöglicht, Töne herauszuhören, die weit über seinen Bereich hinausreichen und seit langer Zeit im nationalen Kollektivgedächtnis nachklingen.

Neue Magazine: Der Auftritt der Ironie

In diesem Kontext der permanenten Diskurs-Reproduktion ist es umso erfreulicher, dass der Markt der auf Fußball spezialisierten Sportpresse nach Jahrzehnten vollkommener Bewegungslosigkeit von einer neuen Generation betreten wird, die mit den diskursiven Gepflogenheiten radikal bricht. Dabei galten der deutsche und französische Markt der Fußballpresse als gesättigt und endgültig von den Dinosauriern des Genres verriegelt. *L'Equipe* ist nach wie vor die meistgelesene nationale Tageszeitung in Frankreich und zweifellos das einflussreichste Sportblatt Europas. Es

ist oft darauf hingewiesen worden, dass Deutschland im Gegensatz dazu keine bundesweite Sport-Tageszeitung hat. Tatsächlich wird dort aber, wie jeder Fußball-Interessierte weiß, dieselbe Funktion als „Meinungsmacher in Sportfragen“ von den Sportseiten der *Bild-Zeitung* wahrgenommen. Komplettiert wird der Boulevard-Journalismus erfreulicherweise von den qualitativ und quantitativ hochwertigen Sportseiten der überregionalen Tagespresse, die wiederum in Frankreich nirgendwo ihresgleichen haben. Weder *Le Monde*, noch *Libération*, *Le Figaro* oder *L'Humanité* weisen einen nennenswerten Sportteil auf (und wenn sich *Le Monde* anlässlich der Großereignisse mit verschiedenen Sonderbeilagen bemüht, wird sie prompt von einem Teil ihrer Abonnenten scharf dafür kritisiert). Den Markt der spezialisierten Wochenpresse beherrschen die etablierten *Kicker*, *Sport-Bild* und *France Football*, ohne Konkurrenz fürchten zu müssen.

Inmitten dieser seit Jahrzehnten unveränderten Landschaft erfolgt der Auftritt neuer Wettbewerber sozusagen „über außen“, über den Markt der Monatsmagazine. Ganz offensichtlich ist die Zeit sowohl in Deutschland als auch in Frankreich reif für neue Konzepte, die sich an all diejenigen wenden, die als echte Liebhaber des Fußballs den herkömmlichen Diskurs nicht mehr hören können.

In Frankreich hat sich das Magazin *So Foot* in kürzester Zeit einen Platz an den Kiosken erobert und erzielt heute eine Auflage von 60 000 Exemplaren. *So Foot* ist vor drei Jahren mit dem festen Vorsatz angetreten, „anders“ über den Fußball zu reden und eine gute Dosis britischen Humors ins Spiel zu bringen, wie es ja der Titel auch schon anklingen lässt. Die Ambition, die wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und sozialen Dimensionen des Fußballs anzusprechen, wurde eingelöst. Die Macher des Magazins, bezeichnenderweise eben keine traditionellen Sportjournalisten, sondern Absolventen einer Wirtschaftshochschule, sehen sich dem Erbe alternativer Kulturmagazine wie *Les Inrockuptibles* oder *Technikart* verpflichtet, die ihrerseits erfolgreich einen neuen Diskurs über die Pop-, Rock- und Rapkultur eingeführt haben: witzig, intelligent, manchmal gar intellektuell angehaucht. Bisweilen wird diese Verwandtschaft überstrapaziert, insbesondere in der manchmal

aufgesetzt wirkenden Verwendung musikalischer Metaphern, aber auch in der ästhetischen Gestaltung des Magazins. So oder so ist *So Foot* eine mehr als erfrischende Alternative auf dem Sportpressemarkt, mit inhaltvollen Interviews, die gern über zwölf Seiten hinausgehen und sich erfreulich von den repetitiven Phrasen der üblichen Spielanalysen abheben, und mit gelungenen Sonderheften wie die ganz dem afrikanischen Fußball gewidmete März-Nummer dieses Jahres. Berührungssängste, wenn es um Themen wie Rassismus oder Homosexualität geht, gibt es ebenfalls keine.

In Deutschland wird der Erfolg von *So Foot* noch überboten vom „Magazin für Fußball-Kultur“ *11 Freunde*, das ebenfalls im Jahr 2003 als Monatsmagazin lanciert wurde und dessen Auflage heute bei ungefähr 80 000 liegt. Ähnlich wie sein französisches Gegenüber kultiviert *11 Freunde* eine Mischung aus unverhohlener Leidenschaft für das Fußballspiel mit einer ebenso unverhohlenen Nostalgie für das mythische goldene Zeitalter des Fußballs vor seiner totalen Kommerzialisierung. Was beide insbesondere auszeichnet, ist die immer präsente augenzwinkernde Selbstironie, ohne die, wie jeder Fan spätestens seit Nick Hornbys autobiografischem Kultroman „Fever Pitch“ erkannt hat, die eigene Fußballobsession gar nicht mehr auszuhalten wäre. Diese oft beißend satirische Ironie wird von beiden Magazinen gerade auch auf den dominanten Diskurs der etablierten Medien angewandt, dessen Formelhaftigkeit amüsant entlarvt wird. Beide entwickeln also einen neuen Blick auf die „wichtigste Nebensache der Welt“. Die nähere Analyse des schrägen, selbstironischen und die Fußballwelt gewissermaßen selbst zitierenden Tons, mit dem *So Foot* und *11 Freunde* dabei sind, kommerziellen Erfolg auf einem Markt zu erzielen, dessen Kommerzdenken sie unablässig kritisieren, möchte dem Betrachter fast das Adjektiv „postmodern“ nahelegen.

Die Tatsache, dass dieser Auftritt der Ironie zur selben Zeit in beiden Ländern stattfindet und dass er von Mitgliedern einer Generation inszeniert wird, die man in Anlehnung an den Film „Barcelona für ein Jahr“ („L'Auberge espagnole“) vielleicht als „Erasmus-Generation“ bezeichnen könnte, relativiert gewissermaßen die scheinbare Unbeweglichkeit des stereotypen Diskurses, der Gefangener seiner nationalen Perspektive bleibt. Es wird spannend sein, zu beobachten, ob es sich dabei um ein vorübergehendes Phänomen handelt oder ob sich eine dauerhafte Veränderung im Bereich der Populärkultur ankündigt.

Bestandsaufnahme

Was lehrt uns nun diese rasche Reise durch die deutschen und französischen Fußballlandschaften? Zunächst darf zusammenfassend festgehalten werden, dass der vergleichende Blick deutlich macht, dass der Fußball, wie andere Bereiche der Massenkultur auch, den mächtigen Einfluss bloßlegt, den die nationale Kulturgeschichte auf die Art und Weise ausübt, in der sich eine Gesellschaft eine scheinbar universelle Aktivität zu eigen macht, sie interpretiert und kultiviert.

Gleichzeitig deckt er also resolut pluridisziplinärer Gegenstand geisteswissenschaftlicher Forschung die Grenzen eines rein komparativen Ansatzes auf. Michel Espagne zufolge liegt „der wichtigste Vorwurf“, den man der vergleichenden Kulturforschung machen kann, „in der Tatsache, dass er die Gegensätze

zwischen zwei Kulturräumen festzementiert, daraus wesentliche Gegensätze macht, und damit die Möglichkeiten der Kommunikation kompromittiert.“¹⁵

Um diese epistemologische Klippe zu umschiffen, ist es notwendig, sich nicht damit zu begnügen, die Unterschiede einfach festzuhalten, die zwar immer interessant, aber nicht in sich selbst

„Der überzogene Raum, den der Fußball in unserer Gesellschaft einnimmt, und die symbolische Überhöhung, die ihm zuteil wird, sagen einiges aus über unsere Befindlichkeiten und verdrängten Gefühle zu Beginn des 21. Jahrhunderts.“

signifikant sind. Der Fußball als Untersuchungsobjekt ermöglicht, einen Schritt weiter zu gehen, denn gerade aufgrund seiner universellen Verbreitung und seiner breiten gesellschaftlichen Relevanz eröffnet er Ausblicke darauf, was uns trotz aller Unterschiede verbindet. Er ist ein ausgezeichnetes Hilfsmittel, darüber nachzudenken, warum unsere Gesellschaften so sehr an diesen oberflächlichen Unterschieden hängen, trotz der Ängste, die sie verbinden und in denen sie sich so ähnlich sind. Sie sind gleichermaßen erschüttert von ihren Globalisierungängsten, von den Ungewissheiten eines immer weniger verständlichen Europa, von den Zweifeln über den wahren Rang ihrer Nationen in einer sich rasend schnell verändernden geopolitischen Konstellation, und nicht zuletzt von den Schwierigkeiten, diesen Ängsten adäquate Antworten entgegenzusetzen. Der Fuß-

ball gibt ihnen in schöner Regelmäßigkeit eine wunderbare Gelegenheit, sich an ihren alten Wertvorstellungen festzuklammern, in ihrer traditionellen Nationalsymbolik zu schwelgen und ihre Gründungsmythen anzurufen. Die großen Manifestationen nationaler Selbstinszenierung wie die Verbrüderung von 1998 in Frankreich oder die Gedenkfeiern für das „Wunder von Bern“ 2004 in Deutschland, die wachsende Hysterie um die Weltmeisterschaft 2006 und das Bedürfnis nach kollektiver Anerkennung, das sich diesen Sommer sowohl bei den Gastgebern als auch bei ihren Gästen Ausdruck verleihen wird – dieser ganze überzogene Raum, den der Fußball in unserer Gesellschaft einnimmt, und die symbolische Überhöhung, die ihm zuteil wird, sagen einiges aus über unsere Befindlichkeiten und verdrängten Gefühle zu Beginn des 21. Jahrhunderts.

-
- 1 Siehe auch den Vergleich der Rolle des Staates im Sportwesen bei Pierre Lanfranchi: *Entre initiative privée et question nationale. Genèse et évolution des politiques sportives en Europe* (Grande-Bretagne, Allemagne, France, Italie). In: *Politix*, Vol. 13, Nr. 50, 2000, S. 29–48.
 - 2 Siehe dazu auch das umfangreiche Dossier „Pour une sociologie des sports en Europe“, das in *Lendemains*, Nr. 88, 1997, erschienen ist und die Arbeiten einer Forschergruppe aus dem Institut für Sportwissenschaft der FU Berlin und dem Institut de sociologie de l'Université de Nantes zum sozialen Umfeld von Spitzensportlern in Deutschland und Frankreich zusammenfasst.
 - 3 Patrick Mignon: *La passion du football*. Odile Jacob, Paris 1998, insbesondere die Seiten 181–209.
 - 4 *A titre d'exemple*: Christiane Eisenberg: *English sports und deutsche Bürger*. Schönigh, Berlin 1999.
 - 5 Beide Äußerungen so formuliert beim Kolloquium „Le sport est-il un objet pensable scientifiquement?“. Mons (Belgien), Mai 2000.
 - 6 Vgl. dazu beispielsweise die eher desillusionierten Analysen von Jan Spurr: *Nationale Identität zwischen gesundem Menschenverstand und Überwindung*. Campus-Verlag, Frankfurt/Main 1997; und Patrick Démerin: *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne?*. In: *Le Débat*, Nr. 120, Mai–August 2002, S. 4–31.
 - 7 Robert Picht: Die 'Kulturmauer' durchbrechen. Kulturelle Dimensionen politischer und wirtschaftlicher Zusammenarbeit in Europa. In: *Europa-Archiv*, 1987, S. 279–286.
 - 8 Jacqueline Hénard: *Eloge de l'insuffisance*. In: *Le Débat*, Nr. 121, Sept.–Okt. 2002, S. 184–187.
 - 9 *France Football*, 15.10.2002.
 - 10 So formuliert im persönlichen Gespräch.
 - 11 So formuliert im persönlichen Gespräch.
 - 12 Pierre-Louis Basse: *Séville 1982. France–Allemagne. Le match du siècle*. Editions Privé, Paris 2005.
 - 13 Jochen-Uwe Müller: *Von Kampfmaschinen und Ballkünstlern*. Röhrig Universitätsverlag, Saarbrücken 2004.
 - 14 Eine ausführliche Analyse dieser sozialen Mechanismen auf lokaler Ebene findet sich bei Jean-Michel Faure und Charles Suaud: *Le football professionnel à la française*. PUF, Paris 1999, insbesondere S. 149–189.
 - 15 Michel Espagne: *Problèmes d'histoire interculturelle*. In: *Revue germanique internationale*, Nr. 4/1995, S. 5–24; ders.: *Sur les limites du comparatisme en histoire culturelle*. In: *Genèses*, Nr. 17, 1994, S. 112–121.

Der Beitrag erscheint ebenfalls in französischer Fassung in der Schwesterzeitschrift *Documents*, 2/2006.