

David und Leopold Neuhold (Hg.)

## Fußball und mehr...

Ethische Aspekte eines Massenphänomens

Max Haller

### Der Fußball und sein Publikum – ein österreichisches Problem.

Forschungsergebnisse zum Stadionbesuch als  
gesellschaftlichem Ereignis und Basis für den sportliche  
und kommerziellen Erfolg der Vereine<sup>1</sup>



#### I. Problemstellung und Thesen

Der Fußball hat in den letzten Jahrzehnten eine enorme soziale, wirtschaftlich politische Bedeutung erlangt. Nur einer der spektakulärsten Indikatoren dafür Fußball-Weltmeisterschaften stellen – noch vor den Olympischen Spielen weltweit größte Fernsehereignis dar; wahrscheinlich über eine Milliarde Menschen verfolgen die Spiele auf allen fünf Kontinenten! Ähnliches gilt für die Fußballpameisterschaften! Der moderne Profifußball ist auch ein Wirtschaftsfaktor ersten Ranges: Für den „Kauf“ und die Bezahlung von Spitzenspielern werden internationalen Großklubs jährlich Milliarden ausgegeben. Die dafür notwendigen Einnahmen kommen nicht nur von den Zuschauern, sondern auch von kräftigen Sponsoren, Fanartikelverkäufen und anderen Werbemaßnahmen, so

<sup>1</sup> Dieser Beitrag basiert auf zwei Studien, die unter Leitung des Autors durchgeführt in zwei Forschungsberichten dokumentiert wurden (Haller 1998, 1999). Zu den Studien vgl. Abschnitt 2 im Text. Die Manuskriptfassung dieses Beitrags wurde bereits vor längerer Zeit fertiggestellt.

Tyrolia-Verlag · Innsbruck-Wien

(2003)

S. 73-101

nicht zuletzt – vom Fernsehen. Dabei ist nicht zu übersehen, dass vielfach finanziell dubiose Geschäfte gemacht werden, dass selbst internationale Großklubs (vor allem in Italien und Spanien) sich oft in finanzielle Abenteuer stürzen, die ein normales Unternehmen sehr rasch vor den Konkursrichter bringen würden. Dass selbst in Österreich solche Praktiken existieren, zeigt die skandalöse Relegation des seinerzeitigen Tabellenführers und österreichischen Fußballmeisters FC Tirol, der während laufender Saison nicht mehr in der Lage war, seinen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen. Das Potenzial des Massensports Fußball haben auch die Politiker erkannt und versuchen es weidlich auszunutzen. Kaum ein großes Fußballereignis, bei dem nicht Spitzenpolitiker von Stadt oder Land als Zuschauer dabei sind (manchmal auch, weil sie wirklich an Fußball interessiert sind). Kommunen und Länder sind bereit, im Sinne einer public-relations-Aktion in den Bau von Stadien Summen zu investieren, von denen Amateurvereine oder andere Sportarten nur träumen können. Erfolgreiches Abschneiden der Fußballnationalmannschaft eines Landes bei einem großen internationalen Bewerb kann nationale Hochgefühle, empfindliche Niederlagen können nationale Depressionen auslösen.<sup>2</sup>

Wie alle neuen Phänomene beinhaltet also auch der Aufstieg des modernen Profifußballs zu einem Massen-Unterhaltungsspektakel Licht und Schatten zugleich. Wenn in diesem Beitrag einige der positiven Seiten aufgezeigt werden, soll dies nicht heißen, dass die negativen Aspekte geleugnet werden sollen. Untersucht werden sollen zum einen einige der Ursachen für den internationalen Aufstieg des Fußballs bzw. das Hinterherhinken Österreichs dabei; zum anderen einige der aus sozialer und sozialpädagogischer Sicht positiven Aspekte des Besuches von Fußballspielen. Zu beiden Aspekten werden jeweils drei Thesen formuliert, die in den Teilen 3 und 4 dann empirisch belegt werden. Der Beitrag versteht sich eher als deskriptiv und explorativ in dem Sinne, dass die bislang nur recht spärlich vorliegenden sozial-

<sup>2</sup> Ein direkter Hinweis darauf ist die folgende Tatsache. Im Jahre 1995 wurde weltweit (unter Federführung des Autors bei der Ausarbeitung des Fragebogens) im Rahmen des International Social Survey Programme (ISSP) eine Erhebung zum Thema „Nationale Identität und Nationalstolz“ durchgeführt. Es zeigte sich, dass Bulgarien in dieser Erhebung zu den zwei bis drei Ländern mit dem weltweit höchsten Nationalstolz gehörte, was aufgrund der sonstigen Situation in Bulgarien (politisch instabiler Kleinstaat, wirtschaftlich schlechte Lage) unerklärlich war. Die bulgarische Mitarbeiter/in im ISSP-Projekt, Prof. Lilia Dimova, hatte jedoch eine Erklärung dafür: Das hervorragende Abschneiden der bulgarischen Nationalmannschaft bei der Fußball-Weltmeisterschaft im Jahre vorher in den USA, bei der Bulgarien den vierten Platz erkämpfte (nachdem es unter anderem den Rekordweltmeister Deutschland ausgeschaltet hatte)!

wissenschaftlichen Studien zu diesem wichtigen Massenphänomen<sup>3</sup> ergänzen einige neue Facetten davon aufgezeigt werden.

### Drei Thesen zur Bedeutung des Zuschauerinteresses für den modernen Fußball zu den Ursachen für die triste Situation in Österreich hierbei

Die allgemeine These zu dieser Fragestellung lautet: *Der spektakuläre Aufschwung des Fußballs wäre nicht möglich gewesen, wenn diesem Phänomen nicht inhärente Faszination zukäme, die in vielen Ländern Europas und Südamerikas aber zunehmend auch auf anderen Kontinenten, Woche für Woche Hunderttausende von Menschen in die Stadien locken würde. Anscheinend besitzen Mannschaftssportarten wie Fußball Merkmale, die andere Sportarten, die durchaus vergleichbare Zuschauerzahlen aufweisen können, nicht haben. Zu denken ist hier an Aspekte: Zum ersten an die Tatsache, dass die praktische Ausübung des Fußballs keine großen Anforderungen an Ausrüstung, körperliche Fitness, technische Kenntnisse usw. stellt. Ein einigermaßen ebener Platz, ein Ball und Turnschuh alles, was Jugendliche brauchen, um sich spontan zu einem Spiel zusammenfinden zu können. Wer aber selbst Fußball spielt (oder in seiner Jugend gespielt hat) zeigt auch größeres Interesse am Besuch von Spielen in Stadien (wie im folgenden gezeigt werden wird). Ein zweiter Grund für die besondere Attraktivität des Fußballs aus der Sicht der Zuschauer ist die ständige Bewegung und Spannung, die einem Fußballspiel – etwa im Gegensatz zum US-amerikanischen Publikumssport Baseball – besteht. Trotz erheblicher Verletzungsgefahren muss man auch wissen, dass Fußball ein relativ fairer und „humaner“ Sport ist (man vergleiche ihn etwa mit Boxen oder Autorennen). Dies kommt zum Ausdruck darin, dass der Fußballsport neuerdings auch als Frauensport große Fortschritte macht. Fußball ist aber auch allen sozialen Schichten verbreitet – im Unterschied zu anderen Sportarten wie Tennis, Reiten, aber auch Skifahren, die immer noch viel mehr von höheren sozialen Schichten ausgeübt werden (oder aus finanziellen Gründen ausgeübt werden können) (Quelle 1980:59). Dazu kommt schließlich drittens die für alle großen Sportarten*

<sup>3</sup> Man muss feststellen, dass bislang vor allem die negativen Begleiterscheinungen des modernen Massenfußballs wissenschaftliche Beachtung gefunden haben, wie die Phänomene der Gewalt, Fremdenfeindlichkeit und des Hooliganismus. Der Sportsoziologe Roman Horak hat sich in Österreich bislang als einziger Sozialwissenschaftler auch mit einigen der hier untersuchten Aspekte befasst (vgl. Horak/Reiter 1991; Horak/Marschik 1997).

veranstaltungen typische inhärente Spannung, die eine Vielzahl von gleichgestimmten Menschen in einem großen Stadion erzeugen: Schon Johann Wolfgang von Goethe hat dies bei der Betrachtung der Arena von Verona treffend ausgedrückt, als er feststellte, dass sich in einer solchen Arena die Zuschauer mit sich selbst unterhalten! Große Sportereignisse gehören heute zu den wenigen verbliebenen Gelegenheiten, bei denen es noch möglich ist, das Gefühl des Aufgehens in einer gleichgestimmten Masse zu erleben, das bei jedem einzelnen Individuum erstaunliche Hochgefühle erzeugen kann.<sup>4</sup> Man kann zusammenfassend feststellen: „Dem Stadion, dem Versammlungs- und Spielplatz unserer industriellen Massenzivilisation, verdankt der Fußball seine Weltgeltung. Zwar kann man Fußball auf jede Weise spielen, aber nur im Stadion wird er zum gesellschaftlichen Ereignis.“ (Schümer 1996:40; vgl. auch Horak/Marschik 1997)

All das, was einleitend über den Aufstieg des Fußballsports zu einem modernen Massenphänomen festgestellt wurde, gilt – in kleinerem Maßstab – auch für Österreich. Ähnliche Tendenzen sind zu beobachten im Hinblick auf die Kommerzialisierung des Fußballs, bis hin zur Dominanz ausländischer Profifußballer in vielen Vereinen der Bundesliga. Einzelne Vereine – Austria Salzburg, Rapid Wien und zuletzt Sturm Graz – konnten durchaus beachtliche Erfolge bei internationalen Bewerben auf europäischer Ebene verbuchen. Die Budgets dieser Klubs (inzwischen bei den größeren über 10 Millionen Euro im Jahr) sind heute im internationalen Vergleich zwar immer noch bescheiden; im Vergleich zu den Budgets österreichischer Spitzenklubs vor 10 oder 20 Jahren aber bereits beachtlich. Auch in Österreich gibt es – wie bereits oben angemerkt – immer wieder geradezu fahrlässiges finanzielles Verhalten von Klubs und ihren Präsidenten, die für den Erwerb und die Entlohnung ihrer Spitzenspieler – verglichen mit Normaleinkommen – gigantische Ausgaben tätigen, ohne dafür entsprechend gesicherte Einnahmen vorweisen zu können. Auch die in Österreich rechtlich vorherrschende Form der Organisation der Profiklubs als „Vereine“ ist problematisch, da von einer „Gemeinnützigkeit“ (dem Zweck von Vereinen) bei solchen Millionenklubs vielfach kaum die Rede sein kann.

<sup>4</sup> Dabei ist festzuhalten, dass dieses Phänomen des Aufgehens in der Masse (nahegelegt durch Begriffe wie Massensuggestion und Massenhysterie) keineswegs nur als negativ zu sehen ist oder zu einem völligen Ausschalten rationalen Denkens führt, wie konservative Kulturkritiker zu Anfang des 20. Jahrhunderts (Gustave Le Bon, Ortega y Gasset) behaupteten. Die „Verführung durch die Masse“ war natürlich eine gezielte und erfolgreiche politische Strategie der Faschisten. Massenveranstaltungen, die zur Verstärkung der intellektuellen und emotionalen Bindung dienen sollen, werden bis heute aber auch von den demokratischen, politischen Parteien, von Religionsgemeinschaften und anderen anerkannten Organisationen organisiert.

Auf der anderen Seite muss man in Österreich aber von einem klaren Abstieg des Fußballs sprechen. Dies gilt nicht zuletzt in sportlicher Hinsicht; der österreichische Fußball der 20er und 30er Jahre war noch führend in Europa (Cresswell, 1998:1-14), selbst jener der 50er Jahre noch sehr bedeutend. Heute nimmt er nur noch einen bescheidenen Platz auf den internationalen Ranglisten, die u.a. über die Anzahl der zu europäischen Wettbewerben zugelassenen Vereine entscheiden, einen Platz weit hinten in den Rängen zwischen 15 und 20 ein. Was die Situation des Fußballs in Österreich außerdem fundamental von jener in anderen westeuropäischen Ländern unterscheidet, ist der Besuch der Fußballspiele durch die Fans. In großen westeuropäischen Fußball-Ländern wie Deutschland, Italien, Spanien oder England besuchen in der nationalen Division Woche für Woche zwanzig bis sechzigtausend Zuschauer die Heimspiele ihrer Mannschaften. Selbst in einem kleineren Land wie Holland ist die durchschnittliche Besucherzahl über 15.000, beim holländischen Spitzenklub Amsterdam fast 50.000!<sup>5</sup> Das Stadion des FC Kaiserslautern mit einem Fassungsvermögen von 35.000 Zuschauern ist praktisch das ganze Jahr ausverkauft. Kaiserslautern ist eine Stadt mit rund 100.000 Einwohnern – vergleichbar mit Innsbruck und Salzburg, nicht einmal halb so groß wie Graz oder Linz! Gleich groß wie Kaiserslautern ist Udine, das ca. 200 km südwestlich von Klagenfurt liegt und mit Udinese einen italienischen Spitzenklub aufweist, dessen Spiele wöchentlich von rund 35.000 Zuschauern besucht werden.

Demgegenüber betrug die durchschnittliche Besucherzahl der führenden österreichischen Bundesligavereine von 1974 bis 1998 nur lächerliche 6.000 bis 7.000 Zuschauer (Austria Wien 5.843, Rapid Wien 7.031, Tirol/Innsbruck 6.769, Graz 5.967, Austria Salzburg 6.572).<sup>6</sup> Diese Zahlen sind aus zwei Gründen ernüchternd: Zum ersten, weil auch die beiden jahrzehntelang führenden österreichischen Fußballklubs, Austria Wien und Rapid Wien, trotz ihrer ausgezeichneten sportlichen Leistungen<sup>7</sup> sowie des enormen Zuschauerpotenzials in einer Stadt mit fast 1,5 Millionen Einwohnern nur lächerlich geringe Zuschauerzahlen anziehen konnten (vielfach weniger als in der 2. Division in Deutschland oder Italien). Zum zweiten sind diese Zahlen ernüchternd, weil darin keineswegs ein „österreichisches Problem“ zum Ausdruck kommt, der große Ereignisse lieber nur durch Zeitungen im Fernsehen „von ferne“ mitverfolgt. In den zwanziger und dreißiger Jahren suchten bis zu 100.000 Zuschauer die Spiele der Wiener Vereine! Heute mu-

<sup>5</sup> Daten aus der holländischen Zeitung Het Parool vom 11.5.1998.

<sup>6</sup> Zahlen nach Egger/Kaiser (1995; die neueren Zahlen mündliche Mitteilung); hier zitiert nach Haller (1998:47).

<sup>7</sup> Zwischen 1974/75 und 1997/98 wurde Austria Wien elfmal, Rapid fünfmal österreichischer Meister.

allerdings von einem „kontraproduktiven“ Besucherverhalten sprechen, wie im folgenden gezeigt werden wird.

Welches sind nun die Bedingungen dafür, dass dieses Potenzial des Fußballs als Massensport bzw. Massenspektakel zum Tragen kommen kann, und warum sieht die Situation in Österreich hierzu so schlecht aus? Hierzu werden drei Thesen formuliert.

Die erste These lautet: *Ein starker Besucherstrom ist, auch wenn er finanziell heute nur mehr eines der drei „Standbeine“ professioneller Fußballklubs darstellt, trotzdem eine entscheidende Voraussetzung auch für sportliche Höchstleistungen der Klubs. Der schwache Besucherstrom in Österreich schöpft das hierfür vorhandene Potenzial bei weitem nicht aus und ist einer der Hauptgründe für den sportlichen Niedergang des Fußballs hierzulande.*

Die Gründe für die zentrale Bedeutung der „aktiven“ Zuschauer in Stadien sind: (1) Die sportlichen Leistungen einer Mannschaft hängen direkt davon ab, wie stark die Unterstützung durch ihre Fans ist; (2) die Werbeeinnahmen steigen mit zunehmender Besucherzahl, da Werbemaßnahmen direkt im und um das Stadion, aber auch außerhalb des direkten Umfelds der Spiele, umso effizienter sind, je mehr Zuseher die Spiele regelmäßig besuchen; (3) zwischen der Zahl der aktiven Stadionbesucher und dem Interesse weiterer Bevölkerungskreise am Fußball besteht wahrscheinlich ein enger Zusammenhang.

Welches sind die Bedingungen für den Zustrom von Besuchern zu Fußballspielen? Hier sollen vor allem zwei hervorgehoben werden, die wir wieder in Thesenform formulieren.

Zweite These: *Eine wesentliche Determinante für die Stärke des Besucherstroms zu Spielen stellt die Architektur, Lage und Erreichbarkeit der Fußballstadien dar. In dieser Hinsicht bestehen in Österreich immer noch große Defizite, wenn sich auch in jüngster Zeit einige deutliche Verbesserungen ergeben haben.*

Im folgenden soll zumindest ansatzweise gezeigt werden, dass viele österreichischen Fußballvereine auch in dieser Hinsicht noch bis vor kurzem mit sehr schlechten Bedingungen auskommen mussten, sodass hier eine der Ursachen für die missliche Lage des österreichischen Profifußballs heute benannt werden kann. Aus der Situation der verschiedenen Vereine in dieser Hinsicht sowie signifikanten Veränderungen in letzter Zeit lassen sich Anhaltspunkte zur Bestätigung dieser These bringen. Es sind aber nicht die Stadien allein, welche für die niedrigen Besucherzahlen in Österreich verantwortlich sind; selbst die vergleichsweise kleinen Stadien sind fast nie ausverkauft.

Die dritte These lautet daher: *Die österreichische Bundesliga und die I Fußballvereine haben die Bedeutung einer starken und kontinuierlichen Publikumsunterstützung nicht erkannt und setzen völlig unzureichende Maßnahmen dafür.*

### Drei Thesen zu den sozialen Funktionen des Besuches von Fußballspielen

Die grundlegende These zu dieser Problematik lautet: *Die Frage des Besuchers bei professionellen Fußballspielen ist nicht nur eine rein kommerzielle oder vielleicht noch politische Frage, sondern der Besuch von Fußballspielen erfüllt auch wichtige sozialpädagogische Funktionen.* Wir gehen davon aus, dass man zumindest drei Gründe für dieses Argument anführen kann; auch sollen zunächst in Thesenform präsentiert werden.

Unsere vierte These lautet: *Der Besuch von Fußballveranstaltungen stellt soziale Aktivität dar, die das Zusammengehörigkeitsgefühl in Gruppen fördert und den Tendenzen zur passiven Freizeitverbringung, zur Privatisierung und Abschließung in den eigenen vier Wänden entgegenwirkt.* Was eine amerikanische Studie kürzlich feststellte, gilt wahrscheinlich auch für Europa einigen Jahrzehnten lässt sich ein kontinuierlicher Rückgang des „zivilen Engagements“ der Menschen in politischen Parteien, Berufs- und Freizeitvereinen feststellen; die einzige plausible Erklärung dafür ist der Aufstieg des Fernsehens, das einen immer größeren Teil der Freizeit aller Menschen „auffrisst“ (Putnam 1995). Es ist also keineswegs garantiert, dass die enorm gestiegene freie Zeit der Menschen in modernen, wohlhabenden Gesellschaften auch in sinnvoller Weise ausgenutzt wird. Die konkreten Freizeitaktivitäten an einem normalen Feierabend beschränken sich innerhalb enger Grenzen; sie bestehen hauptsächlich aus Essen und Trinken, Fernsehen und Lesen (Opaschowski 1997). Der Besuch eines Stadions stellt sicherlich keine kulturell besonders „wertvolle“ Aktivität dar; nichtsdestotrotz fördert er sehr wohl das Zusammengehörigkeitsgefühl von Familienmitgliedern, Freizeitsgruppen usw. fördern, wie wir zeigen werden (vgl. auch Quell 1980).

These fünf: *Aktive Ausübung des Fußballsports und Interesse und Häufigkeit des Besuchs von Fußballspielen korrelieren positiv miteinander.* Wenn auch ein direkter Effekt des Fußball-Zusehens auf eigenes Fußballspielen schwer nachweisbar ist, ist ein solcher zumindest bei Jugendlichen sowie über die Generationen hinweg durchaus wahrscheinlich. Dass der eigenen Sportausübung heute aber eine sehr große Bedeutung zukommt, steht außer Zweifel; man denke hier an

Funktion des körperlichen Ausgleichs zur meist bewegungsarmen Berufstätigkeit im Büro; an die Sozialisationsfunktion von Sportvereinen für Kinder und Jugendliche; an die sozio-emotionale Ausgleichsfunktion und die Möglichkeit zur Erzeugung von Abwechslung bei Erwachsenen; schließlich auch an die sozialintegrative Funktion, das Zusammenkommen und gemeinsame Spielen von Menschen unterschiedlicher Schichten, aber auch ethnisch-nationaler Herkunft (Heinemann 1990; Weiß 1999).

These sechs: *Der Besuch von Fußballspielen hat in den letzten Jahrzehnten in gesellschaftlicher Hinsicht signifikant an Prestige gewonnen. Dieser Prestigegewinn kann die positiven sozialen und sozialpädagogischen Funktionen des Besuchs von Fußballspielen noch verstärken.* Hier werden wir vor allem zeigen, dass die häufig geäußerte Vorstellung des typischen Stadionbesuchers als eines wenig gebildeten und bierseligen, wenn nicht gar zu Gewalt neigenden „Proleten“ völlig unzutreffend ist.

## 2. Empirische Datenbasis

Grundlage der folgenden Ausführungen sind zwei empirische Erhebungen. Die erste wurde im Rahmen einer Lehrveranstaltung des Autors zum Thema „Freizeit- und Sportsoziologie“ im Sommersemester 1998 an der Universität Graz durchgeführt und in Form eines umfangreichen Berichtes dokumentiert.<sup>8</sup> Hauptteil dieser Studie war eine direkte, mündliche Befragung von 466 Besuchern von Bundesliga-Fußballspielen, vor allem in Graz, aber auch in Innsbruck, Salzburg, Linz und Wien. Die Befragten wurden nach einem Quotensystem so ausgewählt, dass sie (nach Alter, Geschlecht usw.) einen guten Querschnitt durch die Zuschauer darstellten; sie wurden vor Beginn der Spiele bzw. in den Spielpausen befragt. Der großteils standardisierte Fragebogen enthielt 35 Fragen zu sozialen Merkmalen der Befragten, ihrem Interesse an Fußball und über sonstige Freizeitaktivitäten. Im Rahmen dieser Befragungen wurden auch Beobachtungen über die Lage und Ausstattung der Fußballstadien und über die Besucher und ihr Verhalten durchgeführt. Daneben wurden in Graz Experteninterviews durchgeführt mit Politikern und Beamten, die für sportliche Belange zuständig waren, sowie mit einigen Fußballern und dem Train-

<sup>8</sup> Fußballspiele und ihr Publikum, hrsg. von M. Haller, Forschungsbericht, Graz 1998.

<sup>9</sup> Unterstützt wurde diese Studie durch die Österreichische Bundesliga (Freikarten für die Spiele, in deren Rahmen Befragungen stattfanden), sowie einen Beitrag zu Fahrt- und anderen Spesen durch Sponsoren von Bundesligavereinen. Es waren dies die Bank

ner von Sturm Graz.<sup>9</sup> Zusätzlich wurde eine quantitative Analyse der Besucherzahlen bei den Bundesligavereinen von 1974/75 bis 1997/98 durchgeführt, wobei Basis das Handbuch von Anton Egger/Kurt Kaiser, Österreichische Fußball-Bundesliga von A – Z (1995) diente. Neuere Daten stellte die Österreichische Bundesliga zur Verfügung.

Die zweite Erhebung, eine Telefonumfrage, wurde vom Autor unter finanzieller Unterstützung durch die Firmen Brau Union und Liebherr Bischofshofen durchgeführt und ebenfalls in einem Forschungsbericht dokumentiert.<sup>10</sup> Das Ziel der Erhebung war, das Potenzial an Besuchern von Bundesligaspielen in Graz und in der Steiermark zu erfassen.<sup>11</sup> Zu diesem Zweck wurde eine repräsentative Stichprobe der Einwohner von Graz (N=418) sowie eine kleinere Stichprobe von Persbrunn an der Mur und Murau in der Obersteiermark (zusammen 125 Personen) telefonisch befragt.<sup>12</sup> Der standardisierte Fragebogen umfasst 17 Fragen mit Angaben zu Person und Daten zur Person sowie Fragen zum generellen Interesse am Besuch von Fußballspielen und der tatsächlichen Häufigkeit des Besuchs.

## 3. Ergebnisse zum Publikumsinteresse am Fußball

### Das unausgeschöpfte Potenzial an aktiven Fußballspiel-Besuchern in Österreich

Unsere erste These lautete, dass die so geringen Besucherzahlen von Bundesligafußballspielen das auch heute noch durchaus vorhandene Potenzial in Österreich bei weitem nicht ausschöpfen. Zur Überprüfung dieser These ziehen wir zu

Austria, die Brau Union, die Firmen Liebherr, Max.Mobil und Wüstenrot Bausp Salzburg.

<sup>10</sup> Max Haller, Sechzig- bis achtzigtausend Grazer an Fußball interessiert, Forschungsbericht, Graz 1999.

<sup>11</sup> Konkreter Anlass für diese Studie waren Aussagen des Präsidenten und Trainers von Sturm Graz, dass in Graz eben kein großes Potenzial an Fußballzusehern gegeben sei, nicht einmal die rund 15.000 Plätze der Vorrunden-Champions-League Spiele gegen attraktive Gegner wie Croatia Zagreb und Manchester United ausverkauft waren.

<sup>12</sup> Ein Vergleich mit den Daten der Volkszählung von Graz 1991 zeigte, dass die auf Grundlage des Telefonbuches nach einem genau vorgegebenen Verfahren gezogene Stichprobe die Bevölkerungsstruktur in wichtigen Merkmalen (Alter und Geschlecht) weitgehend en-

die Befunde aus der repräsentativen Umfrage unter der Bevölkerung von Graz (und Steiermark) heran.

**Tabelle 1:** Der Besuch von Fußballspielen in Graz nach Geschlecht von Jänner bis Mitte Oktober 1999

Waren heuer schon Zuseher bei einem Fußballspiel	Schwarzenegger- Stadion			anderer Fußballplatz		
	M %	F %	alle %	M %	F %	alle %
nein	73	88	81	81	90	86
ja, einmal	7	7	7	9	1	4
ja, mehrmals	20	5	11	5	3	4
keine Angabe	1	-	1	5	6	6
<b>zusammen (N)</b>	<b>100 (186)</b>	<b>100 (232)</b>	<b>100 (418)</b>	<b>100 (186)</b>	<b>100 (232)</b>	<b>100 (418)</b>

Zwei Fragen daraus sind von Interesse. Die erste lautete: „Waren Sie heuer schon einmal im Schwarzenegger-Stadion oder auf einem anderen Sportplatz, um bei einem Fußballspiel zuzuschauen?“; die zweite: „Hätten Sie prinzipiell Interesse, ab und zu ein Fußballspiel im Schwarzenegger-Stadion anzusehen? Unter welchen Bedingungen würden Sie ein Fußballspiel besuchen?“. Die Tabellen 1 und 2 zeigen die Ergebnisse: Demnach waren von Jänner bis Mitte Oktober 1999 18% der Grazer bereits selbst einmal in einem Stadion, 11% davon sogar mehrmals. Dies sind beachtliche Zahlen. Noch erstaunlicher ist das Interesse an einem Stadionbesuch: Fast ein Drittel (31%) der Befragten deklarieren ein solches Interesse. Da es sich um eine repräsentative Stichprobe handelt, können die Daten auf die Einwohner von Graz hochgerechnet werden. Unter Berücksichtigung der statistischen Schwankungsbreite der Schätzung ergibt sich, dass über 30.000, genaugenommen zwischen 28.000 und 49.000 Grazer in diesem Jahre bereits einmal ein Fußballspiel besucht hatten – angesichts der durchschnittlichen Besucherzahl von vielleicht 10.000 (bei Sturm-Spielen) und gar nur 5.000 (bei GAK-Spielen) eine sehr große Zahl! Sie ist aber nicht unplausibel, wenn man in Rechnung stellt, dass die Spiele ja nicht immer von den gleichen Personen besucht werden. Noch erstaunlicher sind die Zahlen, wenn man das Potenzial von grundsätzlich interessierten Stadionbesuchern errechnet: Hier ergibt sich, dass zwischen 56.000 und 78.000 Grazer grundsätzlich Interesse an einem solchen hätten!

**Tabelle 2:** Das prinzipielle Interesse am Besuch von Fußballspielen und die Bedingn dafür nach Geschlecht der Befragten (Graz)

Hätte prinzipiell Interesse am Besuch von Fußballspielen	Männer %	Frauen %	alle %
nein	46	70	59
ja	39	25	31
keine Angabe	15	5	10
<b>zusammen (N)</b>	<b>100 (186)</b>	<b>100 (232)</b>	<b>100 (418)</b>
Bedingungen für einen Besuch	Männer %	Frauen %	alle %
niedrige Preise	15	12	13
andere	15	9	13
keine Angabe	69	78	74
<b>zusammen (N)</b>	<b>99 (186)</b>	<b>99 (232)</b>	<b>100 (418)</b>

Niedriger sind die faktischen und potenziellen Besucherzahlen erwartungsgemäßen von Graz entfernten Gemeinden Bruck an der Mur und Murau; hier waren 5% bereits einmal bei einem Spiel in Graz; das Interesse ist jedoch ebenso hoch bei den Grazern. Da diese Daten nicht repräsentativ sind, wurde eine gröbere Schätzung des Potenzials an Fußballinteressenten in den 8 Umlandbezirken von durchgeführt. Nimmt man hier ein Potenzial von 20% Interessierten an (angesichts der Umfrageergebnisse als durchaus realistisch erscheint) und rechnet diesen Anteil auf die Einwohnerzahlen hoch, ergibt sich eine Gesamtzahl von rund 104.600 Interessenten aus der Steiermark.

Es kann also wohl kaum behauptet werden, dass der relativ geringe Besuch Bundesligaspielen und Champions-League-Spielen im Schwarzenegger-Stadion Graz auf einen Mangel an Interesse der Bevölkerung zurückgeführt werden kann. Im Falle der Champions-League-Spiele waren ohne Zweifel die enorm hohen Eintrittspreise der Grund für viele, sie nicht zu besuchen. In der Telefonumfrage in Graz wurde direkt danach gefragt, ob man die Preise bei Bundesliga- und Champions-League-Spielen als zu hoch betrachte (wobei die Preiskategorien angeführt wurden): 60% der Befragten waren im ersten und 65% im zweiten Fall dieser

nung!<sup>13</sup> Als weitere Gründe gegen einen Stadionbesuch wurden allgemein genannt: ungünstige Anfahrts- und Parkmöglichkeiten; unattraktive Spiele und Gegner; Zeitprobleme.

Mit diesen Zahlen konnte die erste These – der schwache Besucherzustrom zu Spielen der österreichischen Bundesliga schöpft das hierfür vorhandene Potenzial bei weitem nicht aus – wohl eindeutig belegt werden. Man kann mit hoher Wahrscheinlichkeit annehmen, dass in den anderen Landeshauptstädten – um von Wien gar nicht zu reden – durchaus ein ähnlich großes Potenzial an Stadionbesuchern vorhanden ist. Dies wird nicht zuletzt dadurch belegt, dass auch in Städten wie Innsbruck oder Salzburg in Perioden, in denen diese eine hervorragende Fußballmannschaft stellten, das Publikum die Kassen stürmte. Es wird außerdem belegt durch den hohen Besucherschnitt beim Vorarlberger Bundesligaverein der Saison 1999/2000, Austria Lustenau, der ganz gezielte Marketing-Strategien zur Gewinnung eines starken Besucherstroms entwickelt hatte.

Mit diesem Hinweis können wir weitergehen und versuchen, den ersten Teil unserer These 1 zu belegen, wonach ein starker Besucherzustrom eine wesentliche Basis auch für den sportlichen und kommerziellen Erfolg der Vereine darstellt.

### Der schwache und kontraproduktive Besucherzustrom der Fußballfans in Österreich

Wir betrachten hier die Entwicklung der Besucherzahlen von vier führenden Bundesligavereinen in den 24 Spielsaisons zwischen 1974/75 und 1997/98 (vgl. die Abbildungen 1 bis 4). Gleichzeitig mit den Besucherzahlen wurde auch der Tabellenstand des jeweiligen Vereines am Ende der betreffenden Saisons erfasst.

Abbildung 1: Die Entwicklung der Zuschauerzahlen bei Austria Wien, 1974/75-1997/98

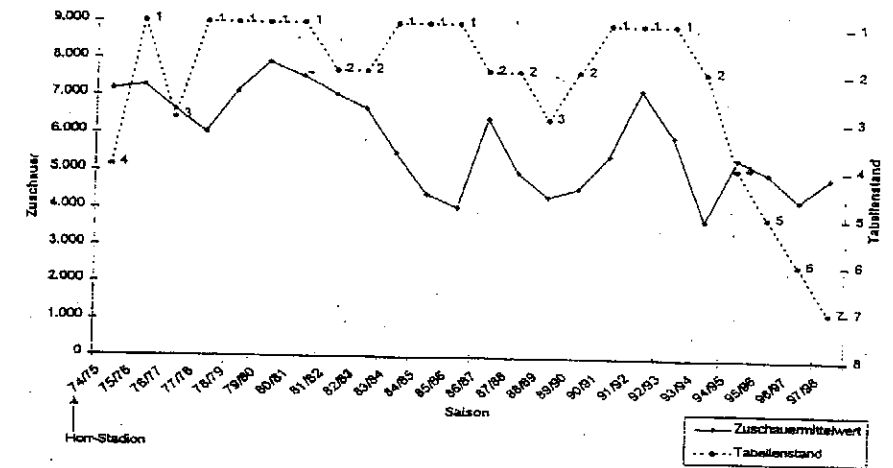
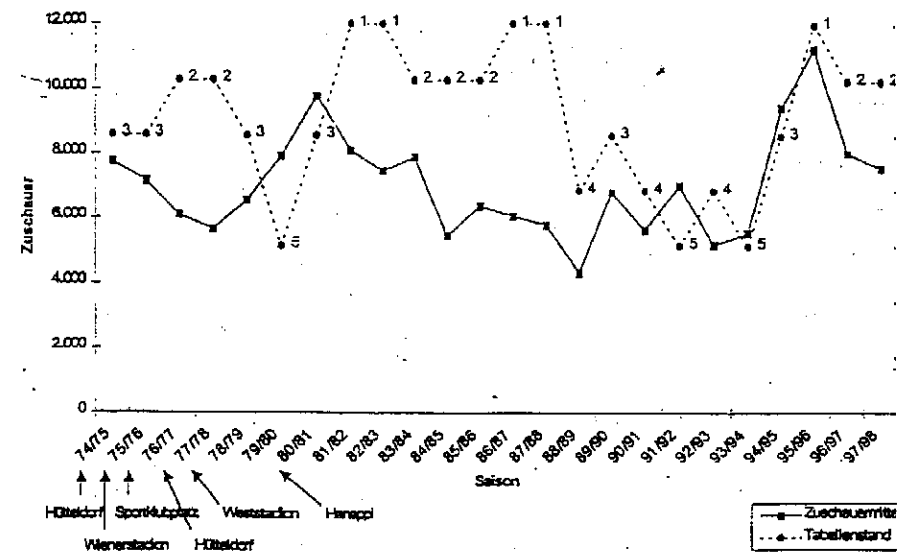


Abbildung 2: Die Entwicklung der Zuschauerzahlen bei Rapid, 1974/75-1997/98



<sup>13</sup> Hier ist anzuführen, dass es bei einem europäischen Spitzenklub wie Bayern München günstigere Preisklassen gibt als im Schwarzenegger-Stadion in Graz!

Abbildung 3: Die Entwicklung der Zuschauerzahlen bei Sturm, 1974/75-1997/98

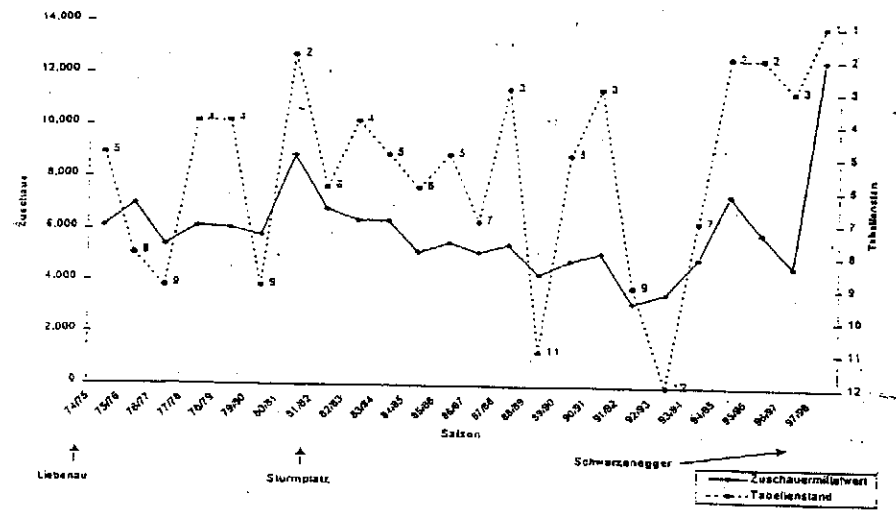
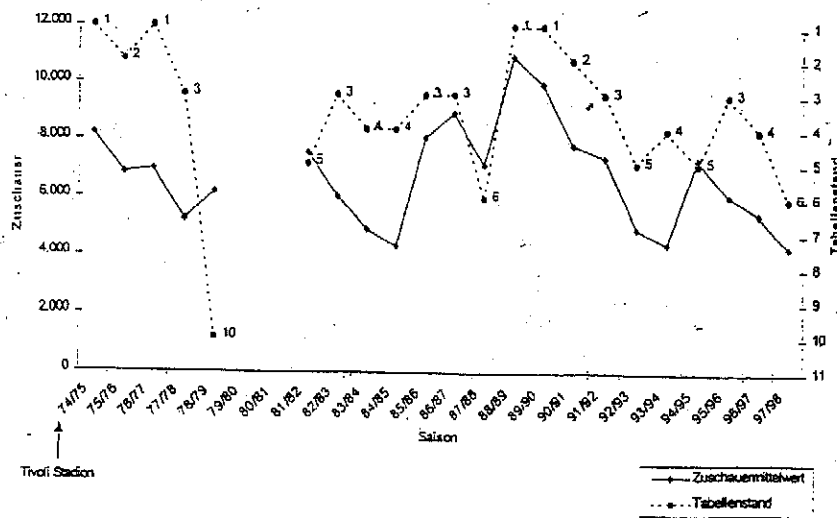


Abbildung 4: Die Entwicklung der Zuschauerzahlen bei FC Tirol, 1974/75-1997/98



Zwei Befunde sind besonders hervorstechend. Zum ersten zeigt sich bei fast allen Vereinen ein enger Zusammenhang zwischen Tabellenstand und Besucherzahl. Höherem Tabellenstand, also besserer sportlicher Leistung, steigen auch die Besucherzahlen, mit sinkendem Tabellenstand gehen sie zurück. Dieser auf den ersten Blick plausible und verständliche Zusammenhang weist jedoch auf ein grundsätzliches Problem hin: Ein Verein würde eine starke Unterstützung seiner Fans ja gerade dann brauchen, wenn es sportlich einmal nicht so gut klappt! Sinkende sportliche Leistungen und sinkendes Zuschauerinteresse ergeben zusammen aber offensichtlich einen Teufelskreis. Er führt dazu, dass das Niveau der typischen Bundesligaspiele in Österreich sehr mäßig ist, da die meisten Vereine keine Chance haben, Meister zu werden, aber auch nicht durch ein starkes Publikum zu hohen Leistungen angetrieben werden.<sup>14</sup> Dem ist gegenüber zu halten, dass die hohen Besucherdurchschnitte bei deutschen, holländischen und italienischen Vereinen wohl in einer Linie durch einen hohen Anteil von Stamm-Besuchern der Spiele, vor allem von Abonnenten von Saisonkarten, zustande kommen. Nur so ist es verständlich, dass etwa der FC Kaiserslautern in einer Stadt der Größe von Innsbruck seit viermal deutscher Meister und zweimal Pokalsieger werden konnte! Würden seine Anhänger so wie die Fußballanhänger in Österreich verhalten und in weichen Zeiten den Spielen fernbleiben, wäre er wohl längst in die Regionalliga abgestiegen!

Die Abbildungen 1 bis 4 zeigen noch einen weiteren Befund, der die These des kontraproduktiven Besuchsverhaltens der österreichischen Fußballfans noch verstärkt. Es zeigt sich mehrfach, dass der Besucherschnitt von Vereinen, die in aufeinander

<sup>14</sup> Kritische Leser einer früheren Fassung dieses Artikels haben mich darauf hingewiesen, dass der Zusammenhang zwischen Zuschauerzahl und sportlichen Leistungen keineswegs so einheitlich ist wie oben behauptet. Es mag in der Tat stimmen, dass bei speziellen Sportarten, bei denen etwa hohe Konzentration notwendig ist oder komplexe Leistungen erbringen sind (wie z.B. Stabhochspringen), viele Zuschauer sogar störend wirken könnten (Strauss 1999). Es sind in dieser Hinsicht sicherlich noch genauere Studien notwendig, die oben angeführt wird, wie auch die längerfristige Beobachtung der Entwicklung fußballerischer Leistungen und der Zuschauerzahlen in Österreich belegen. Der Zusammenhang nachdrücklich. Dabei mag der Effekt kontinuierlich hoher Zuschauerzahlen nicht nur die Situation während des Spiels selber betreffen, sondern auch das gesamte Umfeld und alle Erwartungen an das Leistungsniveau von Spielern, Trainern usw. Das letzte Beispiel, das meine These belegte, war der unglaubliche Erfolg von Sturm Graz in der Champions-League Zwischenrunde 2000/01, als die Mannschaft Gruppensieger wurde, dabei wurden alle Auswärtsspiele verloren, dagegen alle Heimspiele vor ausverkauftem Stadion gewonnen.



folgenden Saisonen sehr gute Tabellenplätze erringen oder sogar Meister waren, kontinuierlich absinkt! Dies ist deutlich sichtbar im Falle von Austria Wien, die von 1979/80 bis 1985/86 einen ständigen Besucherrückgang von fast 8.000 auf unter 5.000 Besucher zu verzeichnen hat, obwohl sie in diesen 7 Jahren fünfmal Meister und fünfmal Zweiter wird. Ähnliches zeigt sich bei Rapid zwischen 1980/81 und 1988/89 und beim FC Tirol zwischen 1988/89 und 1992/93. Hier ist also ein noch problematischeres Verhalten sichtbar: Die Besucher werden durch die anhaltend guten Leistungen ihrer Mannschaften anscheinend „gesättigt“ und fühlen sich nicht mehr angespornt, die Heimspiele ihres Vereins besuchen. Vielleicht verlor in manchen dieser Perioden die Meisterschaft auch an Spannung, weil die jeweilige Mannschaft stark dominierte. Auch dies wäre jedoch – so es stimmt – zu einem guten Teil auf das kontraproduktive Zuschauerverhalten (diesmal bei den anderen Vereinen) zurückzuführen gewesen!

#### Strukturelle Bedingungen für das geringe Publikumsinteresse am Fußball

Tabelle 3: Motive für den Stadionbesuch nach Geschlecht (Mehrfachangaben möglich)

Motiv für den Besuch	Männer %	Frauen %	alle %
Interesse am Fußball	85	69	82
Verein unterstützen	52	39	49
tolle Atmosphäre	57	64	58
Freunde treffen	30	19	27
Abwechslung	32	21	29
bestimmte Spieler sehen	9	16	11
(N)	(361)	(105)	(466)

Wie in der Einleitung ausgeführt, wäre es falsch, den so schwachen Besuch von Bundesligafußballspielen auf einen spezifisch „österreichischen Charakter“ zurückzuführen, der einfach zu bequem ist, sich in ein Stadion zu begeben – noch dazu dann, wenn man ein Spiel auch live im Fernsehen miterleben kann. Die hohen Besucherzahlen der Fußballspiele in Wien in der ersten Hälfte dieses Jahrhunderts widerlegen diese These eindeutig. Es gibt ohne Zweifel strukturelle Gründe dafür, dass der Besuch von Bundesligafußballspielen derzeit so wenig Österreicher hinter

dem Ofen hervorlocken kann. Zwei dieser Gründe sollen hier angeführt werden, die ersten können wir auch direkt belegen.

Es wurde oben festgestellt, dass ein Hauptreiz für den Besuch von Fußballs die besondere Atmosphäre darstellt, die sich in einem gut gefüllten Stadion in einem wichtigen und spannenden Spiel entwickeln kann. Dies zeigen die Ergebnisse der Befragung der Besucher der Bundesligaspiele sehr deutlich. Wie in Tabelle 3, dass eine „tolle Atmosphäre“ der zweitwichtigste Grund für den Besuch von Stadien ist; für Frauen ist sie fast gleich wichtig wie das „Interesse am Fußball selber. In einem vollen Stadion, in dem Fangruppen (oft durchaus originelle) skandieren, um die eigene Mannschaft anzufeuern oder den Gegner zu verhöhnen, in dem eine „Welle“ durch alle Zuseherreihen läuft, wird „dem Spiel auf dem Platz ein zweites Spektakel gegenübergestellt, das die Zuschauer auf den Rängen genießen.“ (Horak/Marschik 1997:99). Auf die Frage, warum man die Atmosphäre in einem Stadion gut findet, nannten die befragten Stadionbesucher an 2. Stelle 47%, die „lautstarke Unterstützung durch die Fans“ (der erste Grund war mit „Weil meine Mannschaft gut spielt.“). Es steht daher außer Zweifel, dass die Art und Weise, wie ein Stadion gebaut und wo es gelegen ist, eine sehr große Rolle für die Attraktivität von Bundesligaspielen besitzen wird. Nun weiß jeder eingeweihte Fußball-Informierte, dass die Situation in Österreich diesbezüglich bis vor kurzem noch äußerst trist war. Bis auf Wien (Happel Stadion und Hanappi-Stadion) zuletzt Graz besaß bis zur Saison 1999/2000 keine einzige Stadt bzw. kein einziger Verein Österreichs ein Fußballstadion, das modernen Ansprüchen an Größe, Sichtlichkeit, Komfort, Sicherheit usw. einigermaßen entsprach. Inzwischen gibt es neue Stadien in Innsbruck und Salzburg sowie ein renoviertes Happel-Stadion in Wien, also eine starke Verbesserung. In unserer Umfrage unter den Besuchern von Fußballspielen in Graz und den anderen Landeshauptstädten wurde auch die Frage gestellt, welches Stadion in Österreich dem/der Befragten am besten gefallen würde. Wurden 9 Stadien namentlich angeführt.<sup>15</sup> Hier führte das neue Schwarzenegger Stadion in Graz mit klarem Abstand, gefolgt vom Ernst Happel Stadion in Wien (früheren, jetzt neu ausgebauten und überdachten Praterstadion). Das erste beliebt vor allem wegen seiner Atmosphäre, der guten Sicht und zeitgemäßen Architektur, das letztere aufgrund seiner Größe, Infrastruktur und modernen Basis. Dass die Verfügbarkeit eines guten Stadions eine wichtige – wenn auch für allein nicht ausreichende Determinante – des Besucherzustroms darstellt, lässt sich aus mehreren Indizien auch direkt. Abbildung 3 zeigt, dass der Besuch

<sup>15</sup> Die genannten Stadien waren: „Gruabn“, GAK-Platz, Schwarzenegger-Stadion (alle in Graz), Ernst Happel Stadion, Hanappi-Stadion, Horr-Stadion (alle in Wien), Tivoli-Stadion (Innsbruck), Lehener Stadion (Salzburg), Linzer Stadion.

drang bei Sturm Graz – im langjährigen Verlauf von 1974 bis 1997 recht stabil und unbeeinflusst vom Tabellenstand bei etwa 4.000 bis 6.000 Personen – ab der Spiel-saison 1997/98 einen gewaltigen Sprung nach oben gemacht hat – von unter 6.000 auf über 12.000 Zuseher! Genau in dieser Saison wurde das Arnold-Schwarzenegger-Stadion eröffnet, das im Vergleich zur zwar legendären, aber technisch völlig überholten „Gruabn“ auch einen qualitativen Sprung im Hinblick auf Übersichtlichkeit, Komfort und Sicherheit mit sich gebracht hat.<sup>16</sup> Wohl aus dieser Sicht sind auch die beschämend niedrigen Besucherzahlen des Rekordmeisters der letzten Jahrzehnte, Austria Wien, zu sehen; diese Mannschaft hatte lange Zeit kein wirkliches „Heimstadion“ und verlegte Spiele oft in das große Ernst Happel Stadion, wo die wenigen tausend Besucher überhaupt nicht in der Lage sind, eine wirkliche „Heimatmosphäre“ zu erzeugen.

Die Umfrage unter den Besuchern der Fußballspiele wie auch unsere Beobachtungen der Stadien haben darüber hinaus ergeben, dass in dieser Hinsicht bis noch vor kurzem enorme Defizite bestanden. Dies gilt nicht nur für die Ausstattung der Stadien (mit Toiletten, Getränke- und Imbissstuben usw.), sondern auch für ihr Umfeld. Zu fast keinem der Bundesligastadien finden sich weiträumige Hinweisschilder; die Parkmöglichkeiten sind fast überall völlig unzureichend; die Zufahrtsmöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln häufig unzureichend; die Zahl der Kassen, Ein- und Ausgänge zu gering. Viele dieser Merkmale gelten auch für die relativ neueren Stadien (Hanappi-Stadion, Wien, und Schwarzenegger-Stadion, Graz<sup>17</sup>). Mit den neuen Stadien, die in Innsbruck und Salzburg errichtet wurden, hat sich diese Situation sicherlich verbessert.

Weitere wichtige Gründe für das schwache Publikumsinteresse am Fußball liegen aber sicherlich in der mangelhaften public-relations-Arbeit der Vereine. Die Bundesligaklubs scheinen nicht erkannt zu haben, dass ein starkes Publikum ebenso wichtig ist wie starke Spieler; für letztere werden Jahr für Jahr Millionen ausgegeben, für die Werbung von neuen Zuschauern vergleichsweise dazu vielleicht ein

<sup>16</sup> Dass ein sehr gutes Stadion allein noch keine Garantie für hohe Besucherzahlen ist, zeigt die Tatsache, dass die Besucherzahlen beim zweiten Grazer Bundesligaklub, GAK, nicht ganz so stark angestiegen sind wie beim Stadtrivalen Sturm. Allerdings stieg die Besucherzahl in der Saison 1997/98 auch beim GAK vom vorherigen langjährigen Durchschnitt von etwa 4.000 auf 7.000 Besucher an! In den letzten Saisonen sind sie allerdings wieder deutlich gesunken. Offensichtlich bedarf es für ein steigendes Publikumsinteresse auch attraktiver fußballerischer Leistungen und einer guten Vermarktung. Näheres dazu im Text oben.

<sup>17</sup> Kommt man etwa beim Schwarzenegger-Stadion eine halbe bis eine Viertelstunde vor Beginn eines Spieles und kauft sich die Karte, kann es gut eine Viertelstunde bis nach Spielbeginn dauern, bis man diese hat und endlich in das Stadion kommt.

Bruchteile. Auch hinsichtlich der Preisgestaltung und Werbung von Dauerbesuchern gäbe es ein großes, unausgeschöpftes Potenzial.<sup>18</sup>

#### 4. Ergebnisse zu den sozialen Funktionen des Besuches von Fußballspielen

Könnte man den modernen Profifußball nur als ein neues Geschäft neben and betrachten, die den Aufstieg moderner Dienstleistungs- und Freizeitgesellschaft begleiten, wäre es aus der Sicht des allgemeinen Interesses kaum zu begründen dafür öffentliche Ressourcen und Steuermittel aufzuwenden. Auch die so-wissenschaftliche Analyse dieses Phänomens wäre allenfalls aus kommerzieller Sicht von Interesse. Die zweite Hauptthese dieses Beitrags lautet jedoch, dass der Besuch von Fußballveranstaltungen durchaus auch positive gesellschaftliche und sozialpädagogische Funktionen erfüllt. Diese sollen nun anhand unserer empirischen Studien belegt werden.

##### Der Besuch von Fußballspielen als geselliges Ereignis

Tabelle 4 zeigt, dass der Besuch von Fußballspielen vom größten Teil der Fans in Begleitung anderer Personen durchgeführt wird: Zwei Drittel bis drei Viertel besuchen ein Spiel meist mit Freunden oder Bekannten, ein Viertel bis ein Drittel – allem Frauen – mit Familienangehörigen! Insbesondere bei Jugendlichen zwischen 15 und 29 Jahren – sie stellen gut die Hälfte aller Stadionbesucher! – erfolgt der Besuch der Spiele in aller Regel gemeinsam mit Freunden. Kinder dagegen besuchen Spiele sehr oft in Begleitung ihrer Eltern – vor allem der Väter, wie jener selber beobachten kann, wenn er ein Stadion besucht. Hier haben wir also eine jener „seltenen“ Fälle vor uns, wo auch Väter mit ihren Kindern gemeinsam Freizeit verbringen.<sup>19</sup> Ähnliche Ergebnisse erbrachte die telefonische Umfrage Graz: Etwa die Hälfte derer, die im laufenden Jahr bereits ein Spiel besucht hatten, taten dies in Gesellschaft von Freunden; ein Drittel in Gesellschaft von Familie:

<sup>18</sup> Bei Sturm Graz kostet ein Spiel im Rahmen eines Saisonabonnements kaum weniger, wenn man jeweils Einzelkarten erwirbt – sicherlich kein Anreiz zum Kauf von Dauerkarten, da das Stadion ja fast nie ausverkauft ist!

<sup>19</sup> Diese Feststellung ist etwas polemisch formuliert gegenüber feministischen und anderen Autoren, die die weitgehende Abwesenheit der Väter im Leben der Kinder – in meiner Meinung nach übertriebener Weise – beklagen.

gehörigen, ein Fünftel gemeinsam mit Freunden und Familienangehörigen; weniger als ein Zehntel besuchten die Spiele allein.

Tabelle 4: Mit wem erfolgt der Stadionbesuch?

Mit wem geht man zum Spiel	Männer %	Frauen %	alle %
Allein	17	7	14
mit Freunden / Bekannten	73	67	72
mit Familienangehörigen	24	34	26
(N)	(361)	(105)	(466)

Die Wichtigkeit der Tatsache, dass der Stadionbesuch in aller Regel auch ein geselliges Ereignis ist, belegt auch Tabelle 3 oben: Das Treffen von Freunden wird von einem Drittel der männlichen und einem Fünftel der weiblichen Besucher/innen als wichtiges Motiv angegeben. Dem Fußballspiel und dem Stadionbesuch wird auch aus Sicht der befragten Fußballzuseher ein hoher sozialpädagogischer Wert zugesprochen. Eine Frage lautete, welche Ziele ein Fußballverein verfolgen sollte; unter sechs genannten Zielen (sportlicher Erfolg, wirtschaftlicher Erfolg usw.) wurde auch genannt: „Kinder/Jugendliche von der Straße holen.“ Dieses Ziel bezeichneten 62% der Befragten als „sehr wichtig“, weitere 27% als „wichtig“.

#### Der positive Zusammenhang zwischen aktiver Ausübung des Fußballsports und dem Stadionbesuch

Eine zentrale Frage beider Erhebungen bestand darin, ob die Besucher der Bundesligafußballspiele auch selber eher sportliche Tätigkeiten ausüben und insbesondere den Fußballsport häufiger betreiben als Nichtbesucher. In der Befragung der Stadionbesucher selber konnten wir nur erfassen, wie häufig diese selber regelmäßig (d.h. wöchentlich) einen Sport ausüben. Hier ergaben sich sehr hohe

Werte: 56% der Befragten üben selber „häufig“ einen Sport aktiv aus, weitere manchmal; zusammen also 85%! Angesichts des eher jugendlichen Alter Stadionbesucher sind diese Werte sicherlich nicht unrealistisch. Tabelle 5 zeigt, auch die Anteile der Stadionbesucher, die selber Fußball spielen, nahezu die Hälfte beträgt: 16% spielen in einem Verein, 31% als Hobby regelmäßig Fußball. Naturngemäß ist das aktive Fußballspielen häufiger bei männlichen und jüngeren Stadionbesuchern.

Tabelle 5: Eigenes Fußballspielen nach Geschlecht und Alter der befragten Stadionbesucher

Geschlecht	Männer		Frauen		all
	%	%	%	%	%
Nein	18	62	27		
im Verein	20	2	16		
hobymäßig	34	20	31		
früher	28	16	26		
zusammen	100	100	100		
(N)	(361)	(105)	(466)		
Alter	10-14	15-29	30-59	60 u. älter	all
	%	%	%	%	%
Nein	20	29	29	29	27
im Verein	36	19	7	7	16
hobymäßig	28	38	25	-	31
früher	16	14	39	64	26
zusammen	100	100	100	100	100
(N)	(56)	(216)	(180)	(14)	(466)

Erwartungsgemäß deutlich niedrigere Anteile von aktiv Sportausübenden ergab die telefonische Repräsentativumfrage in Graz: Hier gaben 43% der Männer und der Frauen an, sich regelmäßig sportlich zu betätigen. Als ausgeübte Sportarten wurden am häufigsten genannt: Radfahren (14%), Tennis (10%) und Leichtathletik (8%); bei den Männern konnte auch Fußball mit 8% Nennungen noch gut mithalten, bei den Frauen nannte keine den Fußball.

Die Bevölkerungsumfrage ermöglicht es, die Besucher bzw. Interessierten an Fußballspielen hinsichtlich ihrer eigenen Sportausübung mit den Uninteressierten zu

gleichen. Hier zeigt Tabelle 6 einen klaren Zusammenhang: 40 bis 45% der an Stadionbesuchen Interessierten bzw. der aktiven Besucher üben selber regelmäßig einen Sport aus, nur 28% derer, die kein Interesse an einem Stadionbesuch haben.

Unsere These, dass zwischen Stadionbesuch und eigener aktiver Sportausübung bzw. eigenem Fußballspielen ein positiver Zusammenhang besteht, konnte damit klar belegt werden (er wurde auch schon festgestellt in Horak/Marschik 1997:80).

Tabelle 6: Fußballinteresse und eigene Sportausübung der Grazer (Telefonumfrage)

	Besucher (50) %	Interessierte (125) %	Nichtinteressierte (313) %
Üben selber einen Sport aus			
Ja, regelmäßig (wöchentlich)	45	40	28
Ja, ab und zu	24	30	25
Nein	31	30	47
Zusammen	100	100	

#### Die steigende gesellschaftliche Akzeptanz des Stadionbesuchs

Unsere dritte Hypothese hinsichtlich der sozialen Funktionen des Besuches von Fußballspielen lautete, dass dieser in den letzten Jahrzehnten deutlich an Akzeptanz gewonnen hat, dass es heute durchaus ein „respektables“ Freizeitvergnügen darstellt, in einem Stadion live ein Spiel zu besuchen. Um diese These zu prüfen, können wir die Ergebnisse über das Bildungsniveau der aktiven Fußballspiel-Besucher, wie auch der daran potenziell Interessierten betrachten. Hierzu zeigt Tabelle 7 zunächst für die Stadionbesucher, dass diese zu 8% einen Hochschulabschluss und zu 32% Matura haben. Verglichen mit der Gesamtbevölkerung sind dies weit überdurchschnittliche Werte – vor allem bei den Maturanten.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Der Maturantenanteil in der österreichischen Gesamtbevölkerung beträgt 15% (Männer) und 13% (Frauen); der Akademikeranteil 7% bzw. 5%.

Tabelle 7: Höchster Schulabschluss der Stadionbesucher nach Geschlecht

Geschlecht	Männer %	Frauen %	al %
Pflichtschule	12	18	1
Lehre	31	22	2
Mittlere Schule	17	17	1
Matura	32	38	3
Hochschule	8	5	8
zusammen (N)	100 (361)	100 (105)	100 (46)

Ähnlich sehen die Ergebnisse aus der telefonischen Repräsentativumfrage in aus (vgl. Tabelle 8): Zählt man Maturanten und Akademiker zusammen, so diese wieder bei den aktiven Stadionbesuchern mit 45% am höchsten; allerdings finden sich hier auch unter den Interessierten und Nichtinteressierten 41% Personen mit Matura oder höherer Ausbildung.<sup>21</sup>

Tabelle 8: Fußballinteresse der Grazer nach Ausbildung (Telefonumfrage)

Ausbildung	Besucher (50) %	Interessierte (125) %	Nichtinteressierte (313) %
Pflichtschule	10	13	14
Lehre	28	29	24
Mittlere Schule	17	17	19
Matura	35	27	25
Hochschule	10	14	18
zusammen	100	100	100

In beruflicher Hinsicht sah die Zusammensetzung der Stadionbesucher folgendermaßen aus: 34% in Ausbildung, 14% Arbeiter, 19% einfache oder mittlere Angestellte oder Beamte, 20% qualifizierte oder höhere Angestellte oder Beamte Selbständige. Es zeigt sich des weiteren (vgl. auch Tabelle 1 und 2), dass auch

<sup>21</sup> Hinsichtlich der Variable „Bildung“ waren in der telefonischen Umfrage also Personen mit höherer Bildung etwas überrepräsentiert; bezüglich Alter und Geschlecht entsprach sie jedoch, wie oben festgestellt, sehr gut der Grazer Gesamtbevölkerung.

den Frauen bereits eine hohe Akzeptanz und ein großes Interesse am Stadionbesuch besteht.

Alle diese Befunde lassen also einen eindeutigen Schluss zu: Das heutige Publikum der Fußballstadien, insbesondere moderner Stadien wie des Arnold-Schwarzenegger-Stadions in Graz, stellt mehrheitlich keinen bierseligen „Pöbel“ dar – ganz im Gegenteil. Höher gebildete Bevölkerungsschichten sind sogar überrepräsentiert! Auch dieser statistische Befund lässt sich durch persönlichen Augenschein im genannten Stadion leicht verifizieren; in diesem gibt es außerdem, wie in allen großen und modernen Fußballstadien in Europa, einen VIP-Sektor, der seinen Besuchern für den nicht unerheblichen Eintrittspreis auch gepflegte Pausenverköstigungen in einer attraktiven Atmosphäre zur Verfügung stellt! Wenn man damit in mancher Hinsicht auch den Niedergang der traditionellen Fankultur beklagen kann und diese Klubs arrivierete „Neureiche“ besonders anzuziehen scheinen, ist dies doch ein Zeichen für eine stark gestiegene Akzeptanz des Massensports Fußball.

## 5. Abschließende Bemerkungen

Der Aufstieg des Fußballs zu einem modernen, kommerzialisierten Massenphänomen hat seine Struktur und sein Publikum wesentlich verändert (vgl. Pilz 1998). Waren die Stadionbesucher früher typischerweise lebenslange, treue, wenn nicht gar fanatische Anhänger eines bestimmten Vereins und wohl auch bestimmten sozialen Schichten zugehörig (was sich bis hin zum politischen „Couleur“ einzelner Vereine auswirkte), sind moderne Profifußballvereine kommerziell geführte Unternehmen, die sich an ein breites Publikum wenden. Das moderne Stadion ist zugleich Sport- und Freizeitpark, Kaufhaus, Business-Center und beherbergt als solches Restaurants, Fitnessstudios und vieles andere. Modernen Fußballklubs geht es nicht nur darum, Fans zu einem Spiel zu holen, sondern Kunden in einen multikulturellen Freizeitpark. Dem entspricht der Wandel bei den Spielern der Profimannschaften, bei denen die eigenen Nachwuchsspieler und Inländer stark ins Hintertreffen geraten sind gegenüber rasch zugekauften, „fertigen“ in- und ausländischen Spielern. In Österreich lassen sich in den letzten Jahrzehnten allerdings eher nur die negativen Aspekte der internationalen Entwicklung erkennen: Es sind dies vor allem die Kommerzialisierung der Vereine (mit oft sehr problematischem finanziellem Gebaren) und die unzureichende Förderung und Chancen des heimischen Nachwuchses<sup>22</sup>, während der Besucherzustrom und die sportlichen Leistungen (mit ganz we-

<sup>22</sup>Eine Auswirkung dieser Tatsache ist das vergleichsweise schwache Abschneiden der österreichischen Nationalmannschaft bei internationalen Bewerben.

nigen Ausnahmen) immer mehr zurückfallen gegenüber der großen Rolle, die österreichische Fußball von den 20er bis in die 50er Jahre spielte.

Man mag die Entwicklungstendenzen im modernen Profifußball beklagen oder – Faktum ist, dass man damit rechnen muss. Es kommt darauf an, das Positive ihnen herauszuholen und die negativen Auswüchse eines kommerzialisierten Betriebs hintanzuhalten. Man kann durchaus sagen – und dies war eine der Hauptthesen dieser Studie –, dass der Sport im allgemeinen und der Fußball besonderen heute durchaus wichtige positive soziale und sozialpädagogische Funktionen erfüllen kann. Er sollte dies sogar in steigendem Ausmaße, da andere Möglichkeiten (etwa durch lokale und kulturelle Vereine, religiöse Gemeinschaften) immer mehr an Bedeutung verlieren. Es ist daher auch Aufgabe der Wissenschaft diese Funktionen und die Voraussetzungen für die Möglichkeiten ihrer Realisierung zu untersuchen und Verbesserungsvorschläge zu unterbreiten.

Die Ergebnisse der beiden Studien, auf denen dieser Beitrag beruht, lassen sich konzis zusammenfassen. Die erste Hauptthese lautete, dass ein starker Besucherzustrom eine der wichtigsten Voraussetzungen dafür ist, dass ein Verein auch sportlicher und kommerzieller Hinsicht erfolgreich sein kann. Starker Besucherdruck erzeugt erst eine spannende Atmosphäre in einem Stadion; ein begeistertes die eigene Mannschaft anfeuerndes Publikum wird zu Recht oft als „zwölfter Spieler“ bezeichnet. Ein starkes Dauerpublikum erhöht die Attraktivität eines Vereins auch für Sponsoren und fördert den Verkauf von Fanartikeln – beides wichtige finanzielle Standbeine von Profifußballklubs. Im Hinblick auf diese Probleme konnten wir durch eine repräsentative Telefonumfrage in Graz zeigen, dass Potenzial an Stadionbesuchern hier (und wohl in ganz Österreich) außerordentlich hoch ist – der geringe Besuch also mit strukturell schlechten Voraussetzungen tun hat, wie unzureichenden Stadien, unvernünftiger Preisgestaltung, mangelhafter Besucherwerbung usw. Der geringe Besucherzustrom ist insbesondere deshalb problematisch, weil er für das Erreichen eines internationalen Leistungsniveaus kontraproduktiv ist: Sinkt die sportliche Leistung eines Vereins, bleiben auch die Zuschauer weg; ja, sie bleiben sogar oft schon dann weg, wenn ein Verein gleichbleibend gute Leistungen erbringt! Es konnten deutliche Indizien dafür gefunden werden, dass die Bereitstellung neuer, moderner Stadien – wie etwa des Arnold-Schwarzenegger-Stadions in Graz – zu einem signifikanten Anstieg des Publikumsinteresses führt. Da inzwischen ähnliche Stadien in Innsbruck und Salzburg fertiggestellt wurden, zumindest aus dieser Sicht eine deutliche Verbesserung der Situation in Österreich zu erwarten.

Im zweiten Teil dieses Beitrags wurden deutliche Indizien dafür gebracht, dass der Besuch von Fußballspielen in einem Stadion auch positive soziale und sozialpädagogische Funktionen erfüllt. Der Besuch von Fußballspielen erfolgt in aller Regel gemeinsam mit Freunden oder mit Familienangehörigen, kann also der Tendenz zur Individualisierung und zum „Totschlagen“ der Zeit durch Fernsehen in den eigenen vier Wänden entgegenwirken. Die aktiven Stadionbesucher sind sportlich häufiger aktiv und spielen selber öfters Fußball als Nicht-Besucher (sie sind allerdings auch jünger als diese). Die soziale Zusammensetzung der Stadionbesucher zeigt, dass es sich hier – in völligem Gegensatz zu landläufigen Vorstellungen – um Personen mit überdurchschnittlich hoher Ausbildung handelt (vor allem Maturanten sind überrepräsentiert).

Es ergeben sich aus diesen Befunden einige sehr eindeutige Schlussfolgerungen. Betrachtet man den modernen Profifußball als eine Angelegenheit, die mehr als nur kommerzielles Interesse für sich beanspruchen darf, besteht in Österreich heute großer Handlungsbedarf. Die Bundesligavereine, aber auch ihre Organisation, die Bundesliga, müssten dem Aspekt einer Steigerung der Besucherzahl bei weitem mehr Aufmerksamkeit schenken, als sie es bislang tun. Derzeit werden von ihnen und ihren alten und neuen, oft durchaus sehr zahlungskräftigen Sponsoren, dutzende Millionen für den Ankauf neuer Spieler ausgegeben, die dann vor einem halbleeren Stadion (selbst wenn dies nicht mehr als 10-15.000 Zuschauer fasst!) ihre Pflichtspiele mehr oder weniger lustlos absolvieren. Das dadurch entstehende niedrige Leistungsniveau kommt brutal zum Vorschein, wenn die österreichischen Vereine bei europäischen Bewerben meist sang- und klanglos eingehen.<sup>23</sup> Vergleicht man den finanziellen Aufwand und den sportlichen Erfolg der Bundesligavereine, so zeigt sich ganz klar, dass Vereine mit vergleichsweise vielen Zuschauern viel besser abschneiden als solche mit wenig Zuschauern. Tabelle 9 zeigt, dass im Hinblick auf die so gemessene „Effizienz“ des investierten Geldes die beiden Grazer Vereine, GAK und Sturm, an der Spitze liegen, der Verein Austria Wien am Ende! Für einen Tabellenpunkt wendete der „effizienteste“ Verein, GAK, etwa eine halbe Million Schilling auf, der „ineffizienteste“ Verein, Austria Wien, das Vierfache davon, 2 Millionen Schilling! Die durchschnittlichen Zuschauerzahlen betragen in dieser Saison bei den beiden effizientesten Vereinen, GAK und Sturm, über 7.000 bzw. über 12.000, bei den beiden ineffizientesten, FC Tirol und Austria Wien, nur rund 5.000!

<sup>23</sup> Dass Sturm Graz hier in den letzten Jahren die einzige rühmliche Ausnahme darstellt (z.B. bei Niederschrift dieser Arbeit, am 23.8.2000, gerade den renommierten Klub Feyenoord Rotterdam im Wettbewerb um einen Champions-League Platz ausgeschaltet hat), belegt

Tabelle 9: Die wahre Leistungs-Rangliste der österreichischen Bundesliga in der Spielsaison 1997/98

Effizienz - Rangplatz der Vereine	Budget (In Mio S) <sup>1)</sup>	Punktezah / Tabellenstand am Saisonende	aufgewen Mittel p Punkt
1. GAK Graz	34	61 (3.)	550.00
2. Sturm Puntigamer Graz	65	81 (1.)	800.00
3. Admira Mödling	23	22 (10.)	956.00
4. LASK	70	55 (5.)	1.270.00
5. Rapid Wien	80	62 (2.)	1.290.00
6. Wüstenrot Salzburg	85	56 (4.)	1.520.00
7. FC Tirol Milch Innsbruck	75	48 (6.)	1.560.00
8. Austria Memphis Wien	80	40 (7.)	2.000.00

<sup>1)</sup>Angaben der Vereine; von SV Ried und Austria Lustenau erhielten wir keine Angabe

Die breite Förderung des sportlichen Nachwuchses, der Bau neuer und attraktiver Stadien sind zwei sehr wichtige Maßnahmen zur Erhöhung der Zuschauerzahlen, die bereits in Angriff genommen wurden und auf mittlere Sicht auch Erfolge erwarten lassen. Aus den hier zusammengefassten Studien können wir jedoch ableiten, dass es damit allein nicht getan sein wird. Selbst in ein neues Stadion strömen Zuschauer nur, wenn sie auch adäquate Bedingungen hinsichtlich der Preisgestaltung vorfinden, wenn sie „umworben“ werden, wie es Kunden in allen anderen Bereichen der modernen Konsumwelt werden müssen (Haller 2000). Ein breites Spektrum an Maßnahmen ist dabei vorstellbar, das im einzelnen hier nicht darzulegen (nur ein paar Beispiele dafür: Regelmäßig breite Ankündigung der Spiele, Unterstützung der Fanclubs, Angebot sehr günstiger Dauerabo's).

Aus unserer Studie folgen auch eindeutige Konsequenzen für die öffentliche Unterstützung von Fußballvereinen und ihrer Nachwuchsarbeit sowie in Bezug auf die Planung und den Bau von Stadien. So darf sich die öffentliche Unterstützung von Fußballvereinen keineswegs nur auf die wenigen Bundesligavereine konzentrieren. Erst wenn in einem Lande ein flächendeckendes System von Vereinen und Infrastrukturen (mit vielen Fußballplätzen zum eigenen, auch nicht organisierten Spielen!) besteht, ergibt sich für die Spitzenvereine ein reiches Reservoir von Nachwuchstalenten, aus dem sie schöpfen können. Kleiner wie Slowenien und Kroatien, die Niederlande, Norwegen oder Schweden haben die besten Spieler in den europäischen Großklubs zentrale Rollen spielen und

meine These, denn Sturm war jene Mannschaft, die in den letzten Jahren den höchsten Besucherschnitt in Österreich aufzuweisen hatte.

Nationalmannschaften immer wieder hervorragende Leistungen bieten, müssten hier für Österreich Vorbild sein! Die öffentliche Hand ist aber auch gefordert, die Planung und den Bau von Stadien systematisch zu fördern. Hier geschieht inzwischen in der Tat bereits einiges, wie festgestellt wurde. Es scheint jedoch, dass auch bei der Planung der neuen Stadien möglicherweise bedauerliche Fehler gemacht wurden und werden, etwa im Hinblick auf ihre stadtplanerische Lage und Erreichbarkeit, sowie in der Hinsicht, dass sie mit ca. 15.000 Zusehern auf mittlere Sicht hin zu klein gebaut werden.<sup>24</sup> Dies führt dazu, dass gerade bei sehr attraktiven internationalen, aber auch nationalen Spielen infolge der sehr hohen Eintrittspreise viele ansonsten treue Stadionbesucher sich diese nicht mehr leisten können. Darüber hinaus ist evident, dass die Anfeuerung durch Zuseher in einem Stadion mit vielleicht 25.000 bis 30.000 Plätzen (eine für österreichische Verhältnisse durchaus realistische Größe) sehr viel größere Wirkung haben wird als in einem nur halb so großen Stadion.

#### Quellen- und Literaturverzeichnis

Cresswell, Peterjon/Evans, Simon (1998), *European Football. A Fan's Handbook*, hrsg. von Dan Goldstein, London: Penguin Books

Egger, Anton/Kaiser, Kurt (1995), *Österreichs Fußball Bundesliga von A – Z*, Wasendorf: Anton Egger Verlag

Haller, Max (1999), *Sechzig- bis achtzigtausend Grazer an Fußball interessiert. Bericht über eine repräsentative Umfrage zum Interesse am Bundesligafußball in Graz und der Steiermark*, Forschungsbericht, Graz, 40 Seiten und Anhang

Haller, Max (2000), „Was bestimmt Kaufentscheidungen? Ein Vergleich psychologischer Motivationstheorien mit dem soziologischen Modell der Situations- und Identitätsanalyse“, in: Thomas Foscht et al., Hrsg., *Zukunftsperspektiven für das Handelsmanagement. Konzepte - Instrumente - Trends*, Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag, S. 361-384

Haller, Max, Hrsg. (1998), mit Beiträgen von Kerstin Fleischhacker, Ursula Koch, Jürgen Haumann, Richard Janusch, Barbara Klapsch, Dirk Lingenfelder, Erika Posch und Thomas Wellenzohn, *Fußballspiele und ihr Publikum. Ergebnisse eines soziologischen Lehrforschungsprojektes*, Forschungsbericht, Institut für Soziologie der Universität Graz, 81 Seiten und Anhänge

<sup>24</sup> Dies zeigt sich sehr deutlich beim ansonsten hervorragenden Schwarzenegger-Stadion in Graz; bei attraktiven Spielen von Sturm könnte, nimmt man die Befunde unserer Studien ernst, leicht die doppelte Anzahl von Karten abgesetzt werden.

Heinemann, Klaus (1990), *Einführung in die Soziologie des Sports*, Schorndorf: Hof Verlag

Horak, Roman/Reiter, Wolfgang, Hrsg. (1991), *Die Kanten des runden Leders. Beiträge europäischer Fußballkultur*, Wien: Promedia

Horak, Roman/Marschik, Matthias (1997), *Das Stadion - Facetten des Fußballkons. Österreich. Eine empirische Untersuchung*, Wien: WUV-Universitätsverlag

Opaschowski, Horst W. (1997), *Einführung in die Freizeitwissenschaft*, Opladen: L Budrich

Pilz, Gunter A. (1998), „Das Ende klassischer Fan-Kultur“, *Der Spiegel* Nr. 24, Jg. 199.

Putnam, Robert D. (1995), „Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Capital in America“, *Political Science and Politics* 28:664-683

Quell, Michael (1980), *Sport, Soziologie und Erziehung. Aufsätze unter besonderer Berücksichtigung des Sportunterrichts*, Berlin/München/Frankfurt a.M.: Verlag Bartels & W

Schümer, Dirk (1996), *Gott ist rund. Die Kultur des Fußballs*, Berlin: Suhrkamp

Strauss, Bernd (1999), „Wenn Fans ihre Mannschaft zur Niederlage klatschen: Zusätze und sportliche Leistungen“, *Sportwissenschaft* 29, S.393-411

Weiß, Otmar (1999), *Einführung in die Soziologie*, Wien: UTB für Wissenschaft