Jonas, Hannah: Fußball in England und Deutschland von 1961 bis 2000. Vom Verlierer der Wohlstandsgesellschaft zum Vorreiter der Globalisierung, 314 S., Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2019.

Christiane Eisenberg

Online publiziert: 15. September 2020
© Der/die Autor(en) 2020

Dieses Buch basiert auf einer Tübinger Dissertation aus dem Umfeld des von Anselm Doering-Manteuffel und Lutz Raphael organisierten Projekts „Nach dem Boom“. Die Autorin möchte einen Beitrag zur Untersuchung der Frage leisten, ob sich der soziale Wandel mit dem Ende des Nachkriegsbooms nach 1970 so sehr beschleunigt habe, dass man ihm „revolutionäre Qualität“ (S. 12) attestieren könne. Die Geschichte des Fußballsports verknüpfe sich mit diesem umfassenden Projekt auf mehrfache Weise: Fußball sei ein „Massenkonsumgut“ und ermögliche Einblicke in die „individualisierte Konsumgesellschaft“. Das Spiel bilde einen international verflochtenen Wirtschaftszweig, sodass die Konfrontation von Vereinen und Verbänden mit ökonomischem Effizienzdenken beobachtet werden könne. Schließlich entwickle der Fernsehfußball eine das Zuschauen verändernde „mediale Dynamik“ (S. 12 ff.).

In der Durchführung der Untersuchung konzentriert sich die Autorin weitgehend auf die Klubs der Bundesliga beziehungsweise der englischen *First Division*, dann *Premier League*, während der Breitensport ausgespart bleibt. Sie begründet diese Entscheidung damit, dass der soziale Wandel durch Professionalisierung, Kommerzialisierung und Durchsetzung der Konsumorientierung gerade im Profisegment des Fußballsports gut beobachtet werden könne.

Im Mittelpunkt der Studie steht das deutsche Beispiel, doch will die Autorin über die Mitbetrachtung des englischen Falls „nationale Besonderheiten“ und „transnationale Herausforderungen“ erfassen (S. 15). Den dafür erforderlichen Vergleich auf der Basis von Kriterien, die an beide Fälle anzulegen wären, führt sie jedoch nicht durch. Ebenso wenig werden die Umwelten der europäischen Klubwettbewerbe und die Ländermannschaften mitberücksichtigt – eine nicht unproblematische Auslassung, wenn man die durchaus unterschiedlichen Erfolge englischer und deutscher Akteure auf diesen Feldern in Rechnung stellt. Die durch den Verzicht auf den Vergleich erzeugten Probleme reproduzieren sich mit Bezug auf die sogenannten

C. Eisenberg (✉)
Humboldt-Universität zu Berlin, Berlin, Deutschland
E-Mail: christiane.eisenberg@rz.hu-berlin.de

Medienlandschaften der beiden Länder. So ist der Stellenwert von Boulevardzeitungen (*tabloids*) in Großbritannien im Untersuchungszeitraum, etwa wenn es um den Aufbau einzelner Spieler zu Stars geht, weitaus höher zu veranschlagen als in Deutschland. Und für Rupert Murdoch, der mit seinem satellitengestützten Bezahlfernsehen „BSkyB“ früh und massiv in gewachsene Strukturen eingriff, findet sich in Deutschland kein Pendant. Dementsprechend gab es dort auch keine Fußballklubs, deren Fanbasis sich wie die von Manchester United bis nach Indien erstreckte. Die unterschiedliche Reichweite der Kommerzialisierung betraf nicht zuletzt den expandierenden Wettmarkt (Fußballtoto), einen Bereich des Fußballkonsums, der im britischen Sport eine ganz andere Tradition hat als im deutschen, aber in dem Buch mit keinem Wort erwähnt wird.

Hannah Jonas konzentriert ihre Forschungen demgegenüber auf den Ligafußball und hier insbesondere die Verlagerung des Fußballkonsums von den Stehplätzen der unwirtlichen „Kampfbahnen“ in moderne *all-seater stadiums* mit ihrem differenzierten Unterhaltungs- und Catering-Angebot – eine Entwicklung, die, wie sie zeigt, in Deutschland bereits mit der Vorbereitung der Weltmeisterschaft 1974 im eigenen Land einsetzte, während sie in England erst infolge der *stadium disasters* der 1980er Jahre (Heysel, Hillsborough), des Phänomens des *hooliganism* und der politischen Intervention der damaligen Premierministerin Margaret Thatcher vorangetrieben wurde. Der Einfluss der Politik wird jedoch nicht weiter erörtert, obwohl er auch in Deutschland nicht fehlte. Unter anderem hatte die Subventionierung der im eigenen Land ausgetragenen Welt- und Europameisterschaften aus öffentlichen Mitteln manchen Bundesligaklubs moderne Stadien beschert.

Als Hauptmotor der Entwicklung identifiziert die Autorin demgegenüber die Entwicklung des Fernsehens. Die Ausstattung der Haushalte mit Empfangsgeräten habe dem englischen Fußball seit den 1950er, für den bundesdeutschen dann seit den 1960er Jahren zunächst ein rückläufiges Zuschaueraufkommen in den Stadien bewirkt und die Ligaklubs seit den 1970er und frühen 1980er Jahren in finanzielle Krisen gestürzt. In den nachfolgenden Jahren und Jahrzehnten, als das Fernsehen dem Fußballvirus erfolgreich zur Verbreitung verhalf, habe das Zuschaueraufkommen in den Stadien jedoch wieder zugenommen, sodass auch die Klubs wachsende Einnahmen verbuchten. Die Begleiterscheinungen und Folgen dieser nicht immer konfliktfreien Entwicklung beschreibt Jonas für den deutschen Fall ausführlich für die Beziehung des Fußballs zu Werbeinteressenten und Sponsoren (Stichwort Jägermeister-Trikotwerbung), den Bundesligaskandal von 1971, die ‚Begehrlichkeiten‘ der Ligaspieler und ihre teils verdeckt, teils offen entgegengenommenen Gehälter und Honorare, schließlich die Misere der ehrenamtlichen Klubmanager alten Schlags. Letztere seien spätestens mit der Bewirtschaftung der Millionenbeträge, die ihnen die Lizenzgebühren für Übertragungsrechte ins Haus gespült hätten, überfordert gewesen, sodass auch sie durch ‚Profis‘ hätten ersetzt werden müssen.

Leider fehlt in der Untersuchung eine Gegenüberstellung der Einnahmen aus Eintrittsgebühren und aus dem Handel mit Übertragungsrechten, sodass die in konsumgeschichtlicher Hinsicht durchaus relevanten Fragen, ab wann die Klubs denn die Zuschauer nur noch als Staffage benötigten und welche Konsequenzen sich daraus für ihr Verhältnis zu den Fans ergaben, ausgespart werden.

Die Entwicklung „vom Verlierer der Wohlstandsgesellschaft zum Vorreiter der Globalisierung“ (so der Untertitel des Buches) rekonstruiert Jonas im Wesentlichen aus der Qualitätspresse („Der Spiegel“, „Die Zeit“, „Kicker-Sportmagazin“, „The Guardian“, „The Times“, „When Sunday Comes“). In den Archiven des Deutschen Fußballbundes (DFB) und der englischen *Football Association* (FA) hat man ihr wenig anderes offeriert, und die Fußball-Ligen der beiden Länder wie auch die großen Klubs haben sich dem Forschungsvorhaben ganz verweigert, wie sie in der Einleitung ihrer Studie ausführt. Man kann der Autorin daher die Vernachlässigung der volks- und betriebswirtschaftlichen Dimension ihres Themas nicht vorwerfen. Dennoch hätte man sich gewünscht, dass sie ihre Geschichte sowohl mit mehr Distanz zu den Quellen als auch mit mehr Mut zur ergänzenden sozial- und wirtschaftsgeschichtlichen Analyse geschrieben hätte. Denn in manchen Kapiteln liest sich die Darstellung wie das, was sie letztlich auch ist: eine geraffte Zusammenfassung der Beschreibungen und Urteile des journalistischen Mainstreams in den beiden Ländern.

Die Rezensentin vermisst insbesondere die Unterfütterung der identifizierten Trends mit Zahlenmaterial. Außer aggregierten Übersichten (S. 164, 195, 222, 258) hat das Buch in dieser Hinsicht nämlich nicht einmal zur Zuschauerentwicklung in den Stadien und zur Preisentwicklung der Übertragungsrechte etwas Konkretes zu bieten, weshalb die Datierung des sozialen Wandels auf die Zeit „nach dem Boom“ vage und wolkig bleibt. Als ähnlich unergiebig erweist sich die Untersuchung mit Bezug auf die Finanzierung des Fernsehfußballs. Hier stellt sich unter anderem die Frage, wer es eigentlich am Ende war, der die explodierenden Lizenzpreise für die Übertragungsrechte zahlte, die öffentlich-rechtlichen Rundfunkgesellschaften (beziehungsweise deren Gebührenzahler), werbefinanzierte Sender oder ‚Bezahlsender‘, für die seinerzeit Murdochs „BSkyB“ in England die *pace* gemacht hat?

Doch nicht nur die mangelnde Tiefenschärfe macht die Lektüre mitunter unbefriedigend. Auch die souveräne Missachtung der Befunde zur Ökonomie von Sport-Ligen, die in den letzten Jahrzehnten von neuen Querschnittsdisziplinen wie der *Economics of Sport* und *Sociology of Football* erarbeitet wurden, trägt dazu bei. Für die Autorin ist eine Liga ein Kartell, das die schwächsten Mitglieder periodisch durch neue ersetzt. Das ist nicht falsch. In einer Untersuchung, die das Konsumverhalten in den Mittelpunkt stellt, wären jedoch die mitunter paradoxen Folgen und Nebenfolgen solcher Zusammenschlüsse mit zu bedenken. Aus dem finanziellen Engagement von Fernsehsendern, Werbeinteressenten und sonstigen Rechteinhabern für die Liga ziehen ja nicht nur die Investoren und die zahlenden Zuschauer einen Nutzen, es profitieren davon zusätzlich eine Reihe außenstehender Dritter: das öffentlich-rechtliche Radio, das traditionell keine Lizenzgebühren zahlt; die Print-Medien, denen der Ligabetrieb ein dankbares Thema liefert; schließlich auch jene Zeitgenossen, die den Sport beiläufig verfolgen. Denn der Kampf um den Liga-Tabellenstand und die Meisterschaft ist ein *public good*, das allen zugänglich ist und für das niemand zahlt. Diese Ware ist unverkäuflich, und es entstehen keine Opportunitätskosten.

Die kostenfreie Bereitstellung von Informationen über Aufstiegs- und Abstiegsbewegungen hat eine positive Rückwirkung – und zwar nicht nur auf die Klubs als Anbieter des Konsumguts Fußball, denen dieser Effekt in die Hände spielt. Die Bürger profitieren ebenfalls, weil sie sich über die Kenntnis dieser Informationen

vergesellschaften können: auf den Zuschauerrängen, beim Fernsehen im privaten Haushalt und beim Public Viewing, schließlich auch im alltäglichen Small Talk. Hier liegt zudem der Erkenntniswert der in dieser Studie mitunter etwas naiv als Informationsquelle genutzten Zeitungsdiskurse. Ob der kommerzialisierte Fußball „nach dem Boom“ im Ergebnis wirklich Prozesse gesellschaftlicher Individualisierung erzeugt hat, wie die Autorin im Schlusskapitel konstatiert (S. 282), oder besser als ein neuartiger Kitt der Gesellschaft zu beschreiben wäre, wird man daher nur beurteilen können, wenn man weiterforscht.

Funding Open Access funding provided by Projekt DEAL.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Neue Polit. Lit. (2020) 65:562–565
<https://doi.org/10.1007/s42520-020-00298-z>

Jaeger, Alexandra/Kleinschmidt, Julia/Templin, David (Hrsg.): Den Protest regieren. Staatliches Handeln, neue soziale Bewegungen und linke Organisationen in den 1970er und 1980er Jahren, 270 S., Klartext, Essen 2018.

Matthias Lieb

Online publiziert: 24. August 2020
© Gesellschaft zur wissenschaftlichen Förderung politischer Literatur e.V. and the Author(s) 2020

Scheinbar unversöhnlich und mit verschränkten Armen stehen sich die beiden Personen auf dem Buchcover gegenüber. Auf der einen Seite der verummte, in Lederjacke gekleidete Hausbesetzer, auf der anderen Seite der gescheiterte Politiker im

M. Lieb (✉)
Darmstadt, Deutschland
E-Mail: matthias_lieb@hotmail.com