

Learning from Public Viewing

1. Die Verwandlung der Stadt

Je wichtiger ein Fußballspiel und der Wettbewerb sind, in den das Spiel eingebettet ist, desto wichtiger werden die öffentlichen und halböffentlichen Räume der Stadt als vermeintliche Surrogate eines Stadionerlebnisses: Plätze und Kneipen, Gärten und Straßen werden zu Orten, an denen in größeren und kleineren Gruppen Fußball geschaut wird. Vor allem während Fußball-Europa- oder -weltmeisterschaften verwandeln sich viele Orte der Stadt, teilweise aufwändig geplant, teilweise spontan inszeniert, in Areale, in denen vor Leinwänden und Bildschirmen verschiedener Größen in Gruppen, deren Größe vor allem von der der Leinwände oder Bildschirme abhängt, gemeinsam eines oder mehrere Fußballspiele verfolgt werden. Innerstädtische Verkehrsringe werden zu Strecken für Autokorsos, mit denen Siege gefeiert werden, Nationalflaggen, Transparente und Wimpel schmücken Hausfassaden, Autos und private wie öffentliche Plätze. Accessoires wie entsprechende Kopfbedeckungen, Halsketten und farbige Schminke signalisieren unmissverständlich, welcher Mannschaft die Sympathie jeweils gilt. In geringerem Maße sind bei Vereinsmeisterschaften, vom Erfolg der lokalen Mannschaft abhängig, zum Saisonfinale vergleichbare Phänomene zu beobachten.

In diesem Beitrag soll in den Blick genommen werden, was diese besondere Nutzung des öffentlichen und halböffentlichen Raums so erfolgreich gemacht haben könnte und was sie für den Diskurs über die Stadt sichtbar macht. Dem Beitrag zugrunde liegt die These, dass dieser besondere Umgang mit dem öffentlichen Raum Aufschluss über das Verständnis von Stadt derer gibt, die ihn pflegen, die diese Art der Nutzung begrüßen, sie fördern und sie zumindest trotz der Verletzung von Regeln billigen, die in anderen Zusammenhängen geahndet würden: Fußball auch in diesem Zusammenhang verstanden als „ein Mikroskop der komplexen Verflechtungen des Sozialen.“¹ Eine eindimensional auf die scheinbar schiere Ökonomisierung des städtischen Raums zielende Bewertung des Phänomens Public Viewing, das sich aus spontanen, subkulturellen Formen der Aneignung städtischen Raums entwickelte, verweigert sich dem Potenzial, gerade der vermeintlich vulgären Raumnutzung Fragen zu entlocken, die für Forscher und Planer interessant sein könnten, etwa die, welche Bedürfnisse bedient werden, die dem Public Viewing seine Erfolg beschert. Wer diese Bedürfnisse für fragwürdig hält, sei an Adorno erinnert: „Die lebendigen Menschen, noch die zurückgebliebensten und konventionell befangensten haben ein Recht auf Erfüllung ihrer seien's auch falschen Bedürfnisse.“²

2. Public Viewing

Der Begriff des Public Viewing (im Folgenden abgekürzt mit PV) gilt hier in der gesamten Bandbreite seiner fußballbezogenen Verwendung: sowohl für die organisierten und aufwändigen Großereignisse als auch die Jahrzehnte lang namenlose Praktik des gemeinsamen Verfolgens von Fußballspielen in Kneipen und Gaststätten, für die er seit der Einführung des Begriffs im Rahmen der Fußball-WM 2006 ebenfalls gilt.³ Zum ersten Mal in großem Umfang wurde PV 2006 zur Fußball-WM praktiziert. Offiziell organisiertes PV war primär eine Reaktion darauf, dass bei

1 G. Klein M. und Meuser, Fußball, Politik, Vergemeinschaftung. Zur Einführung, in: diess. (Hrsg.): Ernste Spiele. Zur politischen Soziologie des Fußballs, Bielefeld 2008, S. 7.

2 T. W. Adorno, Funktionalismus heute, in: S. Hauser, C. Kamleithner, R. Meyer (Hrsg.): Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Band 1, Bielefeld 2010, S. 58.

weitem nicht alle Wünsche nach Stadiontickets erfüllt werden konnten, zudem sollten Stadionbesucher das Verfolgen jener Spiele möglich sein, für die sie kein Ticket besaßen, um deren Aufenthaltsdauer in den Städten zu verlängern. Stadtmarketingüberlegungen trafen sich mit den Vermarktungsinteressen der FIFA, den Profilierungs- und Darstellungswünschen von Landes- und Bundespolitik und den (im Nachhinein sich als begründet erwiesenen) Hoffnungen der Polizei, dass mit einer solchen Kanalisierung der Besucher die Gefahr von Gewaltausbrüchen und Krawallen besser begegnet werden könne. Über 27 Millionen Menschen haben sich bei der Fußball-WM 2006 in Deutschland beim Public Viewing versammelt, PV hatte im Rückblick maßgeblichen Anteil am großen Erfolg der Fußball-WM, in der Welt ein außerordentlich positives Image von Deutschland vermittelt zu haben.⁴ Um das PV wurden Fanmeilen organisiert, mit Verkaufsständen und Sportplätzen. Umfangreiche Unterhaltungsangebote (in Berlin sogar ein Riesenrad), teilweise mit Live-Programm, sorgten vor und nach den Spielen für Abwechslung. Die größte Fanmeile wurde in Berlin auf der Straße des 17. Juni eingerichtet: vom 7. Juni bis am 9. Juli besuchten sie bei einem Tagesrekord von 1,6 Mio. insgesamt 9,8 Mio. Menschen. Das abgegrenzte Areal wurde variiert und war zwischen 6,5 und etwa 8,5 Hektar groß.⁵ PV wurde bei großen Turnieren sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern seither regelmäßig angeboten.⁶

Doch auch die von anderen Veranstaltern, Vereinen, Gaststätten und Kneipen ebenso wie von spontanen Initiativen organisierten Formen des gemeinsamen Fußballschauens im öffentlichen und halböffentlichen Raum sollen nicht außer Acht gelassen werden, zum einen, weil hier eine der Wurzeln des PV liegen, zum anderen, weil sonst die Absicht, Erkenntnisse über die Stadt und das Verständnis von ihr zu gewinnen, verengt wird. Was durch dieses umfassende Verständnis von PV ausgeschlossen wird, ist die Kritik an dessen ausschließlich kommerziellen Formen, so berechtigt sie in Bezug auf die offiziellen Fanfeste sein mögen. Zu dieser Kritik gehört etwa der Vorwurf, Städte ließen sich von privaten Organisationen die Bedingungen zur Einrichtung von Fanmeilen und -zonen diktieren, etwa die Ausweitung der überwachten Areale der Stadt, obwohl direkte und mittelfristige ökonomische Effekte bezweifelt würden.⁷ Ein anderer Vorwurf gilt der Instrumentalisierung des Sports: „Grundmotive der Gesellschaft wie Wettbewerb, Athletismus und Leistung werden mittels Sport besonders erfolgreich transportiert und verbinden sich blendend mit der Kommerzialisierung, ebenso mit der Prestige- und Ordnungspolitik des Staates. Politische Kritik ist a priori zum Scheitern verurteilt, weil das Massenpublikum durch Inszenierung euphorisiert wird.“⁸ In seiner umfassenderen Form ist aber PV zunächst erstmal eine Form, Fußballspiele überhaupt oder überhaupt gemeinschaftlich sehen zu können. Die begrenzten Plätze im Stadion, die hohen Preisen für Tickets, die Unmöglichkeit, die Reise zu Auswärtsspielen anzutreten und die Zugangsänglichkeitsbeschränkung durch das Bezahlfernsehen stellen dem beträchtliche Hindernisse entgegen. PV enthält also genauso gut ein Momentum des Widerstands gegen Ökonomisierung; zudem wird durch regelmäßige Nutzung die Aufmerksamkeit für den öffentlichen Raum gesteigert.

3. Einbettungen

PV ist eine Erfolgsgeschichte, weil es in langfristige Entwicklungen oder deren Spielarten eingebettet ist. Zum Ersten ist PV in seiner organisierten Form Teil der Festivalisierung der Stadtpolitik. Dazu gehört der Konkurrenzkampf der Städte, der sie dazu zwingt, sich als Marke zu

3 siehe hierzu das „Aktuelle Lexikon“ der Süddeutschen Zeitung, <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/2241/>, letzter Zugriff am 7. 1. 2012.

4 H. Schulke, Fan und Flaneur: Public Viewing bei der FIFA-Weltmeisterschaft 2006. (2006), online unter www.hjschulke.de/documents/public_viewing_muenster.pdf, letzter Zugriff am 30. 12. 2011.

5 H. Fritz, Temporäre Raum-Zeit-Zonen. Die Berliner Fanmeile 2006 auf der Straße des 17. Juni. Graue Reihe des Instituts für Stadt- und Regionalplanung der TU Berlin, Heft 22, Berlin 2009.

6 A. Hagemann, Zürich Fan City 2008: Der inszenierte Ausnahmezustand, in: *dérive* 32 (2008), S. 14

7 Ebd., S. 17.

8 M. Russo, Fußball als Ernstfall, in: *dérive* 32 (2008), S. S. 5.

positionieren. „Mit der Eventisierung der Stadt, das heißt mit der Instrumentalisierung von Großevents für die Stadtentwicklung wird die Stadt also zu einem mentalen Konstrukt, das lokale Identität stiften soll, wie auch zu einem Logo oder Medienimage, um die Qualitäten der Stadt formelhaft oder emotional aufgeladen nach außen zu kommunizieren.“⁹ PV ist zum Zweiten nicht zu denken ohne die zunehmenden Freizeit- und Erlebnisorientierung der Bevölkerung in Deutschland.¹⁰

Zum Dritten ist die Entwicklung des modernen Sport ohne ein Publikum nicht denkbar.¹¹ Mehr noch: „Der moderne Sport entsteht, indem er sich die Potenziale der Begrenzung durch Überschreitung der Grenzen zunutze macht.“¹² Mit den Begrenzungen sind gemeint: die Dauer des Spiels, Begrenzung der Teilnehmer am Spiel, Begrenzung der Zuschauerzahl, die örtliche Fixierung: deren Überschreitung durch Berichterstattungen, Jahrbücher, Wiederholungen etc. steigert die Erwartung des Publikums an jedes neue Ereignis, das als potenziell herausragend und Teil einer geschichtlichen Erzählung des Sports bedeutend zu werden verspricht. In diesem Sinne fungiert das „Publikum als öffentliches Gedächtnis.“¹³ Zum Vierten ist die Popularität des PV nur deswegen möglich, weil ihm eine steigende gesellschaftliche Anerkennung des Fußballs vorausging. Fußballstadien sind bei wichtigen Spielen inzwischen als Ort der Repräsentanz von symbolischer Bedeutung; die erwartete Anwesenheit von hochrangigen Politikern bei wichtigen Spielen unterstreicht dies. Diese Veränderung zeigt sich auch in der kulturellen Aneignung: Fußball ist seit 1974 angekommen im „Feld der Kultur, die (...) sich den unteren sozialen Schichten und Thematiken des Alltagslebens öffnen sollte.“¹⁴ Der Besuch von Fußballspielen und die kenntnisreiche Analyse von Spielen ist inzwischen mit den Erwartungen innerhalb von Bildungskreisen ebensowenig nicht mehr mit Erwartungen innerhalb von Bildungskreisen inkompatibel wie das PV – die Distinktion findet nun innerhalb dessen verschiedenen Spielarten statt.

4. Fünf Thesen zur Deutung des Erfolgs von Public Viewing

(1) 4.1. Dank Public Viewing werden Feste gefeiert, die Gemeinschaft schaffen.

Obwohl es so viele davon gebe, hätten Feste „für immer weniger Menschen eine kollektive Bedeutung“, so der Architekturtheoretiker Stephan Trüby.¹⁵ Wegen des Erfolgs der Feste, die dank PV gefeiert werden können, sollte Trübys Einschätzung zumindest skeptisch bewertet werden. Zum Fest gehört, dass es eine Sonderstellung innerhalb des Alltags einnimmt. Auch die emotionale Erregung, auf der auch die Faszination des PV basiert, kann nicht beliebig vermehrt werden.¹⁶ Die Ereignisse um die Fußballspiele in den Städten sind auch insofern Feste, als es sich dabei um Inszenierungen handelt: „Inszenierungen sind absichtsvoll eingeleitete oder aufgeführte sinnliche Prozesse, die vor einem Publikum dargeboten werden, und zwar so, dass sich eine auffällige spatiale und temporale Anordnung von Elementen ergibt, die auch ganz anders hätte ausfallen

9 A. Hagemann (s. A 6), S. 20, vgl. insbesondere auch H. Häußermann. W. Siebel (Hrsg.), Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch große Projekte, Leviathan Sonderheft 13 (1993).

10 Vgl. H. Müller., S. Müller, Künstliche Erlebniswelten – die Kräfte hinter dem Trend; in: dies. (Hrsg.), Kunstwelten: Künstliche Erlebniswelten und Planung, Dortmund 1998, S. 10ff.; vgl. insbesondere auch G. Schulze, Die Erlebnisgesellschaft, 2. Auflage 2005, Frankfurt/Main.

11 T. Werron, Der Weltsport und sein Publikum. Zur Autonomie und Entstehung des modernen Sports, Weilerswist 2010, S. 10.

12 Ebda., S. 13.

13 Ebda. S. 14.

14 G. Gebauer, Poetik des Fußballs, Frankfurt/Main 2006, S. 121.

15 S. Trüby, Das Feste und das Fest, in: archithese 6 (2011), S. 33.

16 „Während immer mehr Bereiche des täglichen Lebens in Form von Geographien der Faszination inszeniert und kommerzialisiert werden, (...) überrascht es doch, dass gerade der Erfolgsfaktor Faszination immer auf ein Herausstechen (Hervorhebung: H.S.) und ein Bedürfnis nach Abstand zum Alltag angewiesen bleibt“. H. Schmid, Geographien der Faszination. Erlebnisorientierung und Kommerzialisierung der urbanen Alltagswelt, in: *dérive*, 45 (2011), S. 12.

könnten.¹⁷ Der Sinn solcher Inszenierungen besteht nach Seel darin, Gegenwart auffällig zu machen. Seel verweist darauf, dass die Darstellung von Gegenwart nicht mit deren Darbietung verwechselt werden darf, gerade von Sportereignissen fehle der Gehalt, Gegenwart bemerkbar zu machen. Das mag richtig sein, solange man allein das eigentliche Spiel untersucht. Aber weder in Stadien noch beim PV wird nur das Spiel, sondern vor allem die gemeinsame Betrachtung des Spiels inszeniert: Das Publikum inszeniert sich vor sich selbst und vor anderen. Inszenierungen bedienen sich dabei des Mediums des Erscheinens. Es ist dies nach Seel nicht das Erscheinenlassen von etwas anderem im Sinne der Darstellung, sondern das des Erscheinens seiner selbst.¹⁸ Im PV bringt sich demnach eine Gruppe von Menschen als Gruppe voreinander und vor anderen zur Erscheinung. Sie macht sich sichtbar als eine Gruppe, als die sie weder sich selbst noch von anderen wahrgenommen werden würde, weswegen dem Zeichen für diese Gemeinsamkeit eine große Rolle zukommt. Diese Inszenierungen sind darin Teil eines medialen Prozesses, der für die Stadt konstituierend ist und in dem die Stadt selbst Medium wird. Im PV ist die Verschränkung mit medialer Vermittlung zudem bereits im Ereignis selbst angelegt, dabei wird ein komplexer Prozess in Gang gesetzt: Hier findet nicht nur die Verwandlung von Wirklichkeit in Bilder statt, sondern auch die Verwandlung von Bildern in Wirklichkeit: Im PV entsteht durch das Bild eine dem Stadion ähnliche Wirklichkeit. Der medial vermittelte Erfolg des PV wiederum animiert dazu, daran teilzunehmen oder PV anzubieten.

Die Suche nach gemeinschaftsstiftenden und selbstversichernden Erlebnissen findet in der gemeinsamen Betrachtung des Fußballspiels einen geeigneten Gegenstand. Er ermöglicht es, auf Zeit und unbelastet von chauvinistischem Verdacht sich zu einer Nation zu bekennen, er ist populär genug, um quer zu sonst üblichen gesellschaftlichen Trennungen zu wirken. „Der soziale Raum wird antagonistisch durchdrungen von Netzwerken und Beziehungen, die ständig im Begriff sind, sich auszudifferenzieren. Im Widerspruch zu diesen Entwicklungen streben die Akteure im Raum jedoch nach einer Homogenität, die es erlaubt (...) reduktive, also vereinfachende Repräsentationen anzubieten.“¹⁹ Die der im Stadion ähnlichen, aber weniger als dort intensiven Konzentration auf den Fußball beim PV erleichtert die Teilnahme auch derer, die für Fußball sonst weniger begeistert sind – hier werden Menschen zum Fußballfan auf Zeit.²⁰ Und schließlich ermöglicht der Fußball „Vergemeinschaftungsprozesse großer Menschenmengen in einer für das politische System in der Regel nicht gefährlichen Weise.“²¹ Wichtig ist dabei, dass dieser Vergemeinschaftungsprozess einen Ort konstruiert, damit sich Menschen wiedererkennen können.²² Das führt zur zweiten These.

(2) 4. 2. Die Innenstadt ist für die gemeinschaftsstiftende Inszenierung im Public ViewingV der am besten geeignete Ort.

Es ist nachvollziehbar, dass die Innenstadt einige organisatorische Vorteile für das PV bietet – für den Anbieter wie für den Konsumenten. Hier lassen sich mit hoher Wahrscheinlichkeit auch ohne Verabredung Gelegenheiten des PV in allen Varianten finden. Soll ein offiziell organisiertes PV-Event erfolgreich werden, sind „gute Verkehrsanbindung, zentrale Lage und gleichfalls ein positiv besetztes Image der Veranstaltungsfläche normalerweise Voraussetzung.“²³ Wenn die Vergemeinschaftung aber ein wichtiger Movens für die Teilnahme an PV ist, dann ist die Innenstadt nicht nur aus pragmatischen Gründen der prädestinierte Ort, denn hier trifft sich das Bedürfnis nach Gemeinschaft mit den Sinn stiftenden Qualitäten der Innenstadt. „Wie können sich Menschen

17 M. Seel, Inszenieren als Erscheinenlassen, in: S. Hauser, C. Kamleithner, C. und R. Meyer (Hrsg.): Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Band 1, Bielefeld 2010, S. 352.

18 Ebda. S. 357.

19 C. Dell, Replay City. Improvisation als urbane Praxis, Berlin 2011, S. 114

20 J. Roose, Heulen ist erlaubt. (im Interview mit Thum, F.), Die Zeit, 9. 7. 2010, online unter www.zeit.de/sport/2010-07/fussball-fans-gefuehle, letzter Zugriff am 2. 1.2012

21 G. Klein und M. Meuser (s. A1), S. 13 f.

22 R. Bittner, Die Stadt als Event, in: dies. (Hrsg.): Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume, Frankfurt/Main 2001, S. 23

23 H. Fritz (s. A 5), S. 136

wechselseitig aufeinander beziehen und verständigen, wenn sie in mehreren verschiedenen Erfahrungsräumen leben? Die Stadt scheint der kleinste gemeinsame Nenner zu sein, der Ort, an dem sich heterogene Lebensstile und Milieus noch begegnen können.“²⁴

Die Innenstadt repräsentiert die Gesamtstadt, sie übernimmt „die räumliche Codierung von Lebenszusammenhängen, die von räumlichen Bindungen und Verankerungen weitgehend abgelöst sind.“²⁵ Sie ist der Ort, an dem noch eine kollektive Identität für die Stadtgesellschaft konstruiert werden kann. Identität als eine solche kollektive Kategorie antwortet dabei auf die Frage, welches „soziale Band die Einzelnen zusammenhält, welche Gemeinschaft jenseits der individualisierten Aktivitäten, Begehren und Interessen die Einzelnen integriert.“²⁶ Jede Gesellschaft sei darauf angewiesen, „dass sie sich gegenüber dem faktischen Wandel der Einzelnen feststellt. Identitätsschaffung ist die Existenzweise des Gesellschaftlichen schlechthin.“²⁷ Im Sinne der Stärkung der Eigenlogik der Städte und deren Identitätspotenzial wird folgerichtig gefordert, dass der Sport nicht aus dem öffentlichen Raum der Stadt verbannt oder in die Randbezirke verdrängt werden soll,²⁸ zumal „das globale Produkt Fußball nur deshalb so erfolgreich (ist), weil es alltagskulturelle Muster und Identitäten aufnimmt und ausbildet, die weniger durch internationale Regelungen und Normierungen als vielmehr durch die jeweiligen Besonderheiten vor Ort gebunden sind.“²⁹ Konsequenterweise ist der Bau von Stadien in den Innenstädten zu errichten, was jedoch zumindest in europäischen Städten in aller Regel unmöglich ist, weil die Flächen fehlen. Eine mehr als heikle, nämlich meist eine unmöglich zu erfüllende Konsequenz, die sich daraus ergibt. Für PV-Events gilt dies freilich nicht, sie verhelfen dem Stadion zeitlich begrenzt zu einer Präsenz in der Stadt – einer Präsenz, die sich zudem noch auf mehrere Orte verteilen lässt.

(3) Public Viewing 4.3 PV ist ein popkulturelles Phänomen

Es wurde bereits erwähnt, dass die Akzeptanz des Fußballs soweit gestiegen ist, dass er auch als Thema kultureller Aneignung dient – und darin mitunter verklärt wird: „Im Fußball findet man etwas, was der Welt verloren gegangen ist (...) – eine Herrschaft, die sich nicht nur auf Macht, sondern auch auf Ästhetik gründet. Sie entsteht, wenn das Spiel mit dem rohen Fuß in einem glücklichen Augenblick mit Rhythmus und Grazie zusammentrifft. Eine solche Vereinigung ist ein unwahrscheinliches Ereignis.“³⁰ Dass der Eindruck entstehen kann, Fußball werde in die Sphäre der bürgerlichen Hochkultur integriert, entsteht dadurch, dass das kulturelle System als Ganzes sich so verändert hat, dass auch Fußball sein selbstverständlicher Teil werden kann. Der diese Veränderung der Kultur wird am meist mit dem Terminus *Pop* bezeichnet – nicht der im engeren Sinne auf die Musik bezogene *Pop* Terminusbegriff, angesprochen ist damit sondern der eines spezifischer Umgangs mit gesellschaftlichen Systemen wie Wissenschaft, Kultur und Kommunikation, als eines durch Zeichen, Konsum und anderen sozialen Praktiken vollzogenem Austausch über mögliche Weltzugänge. *Pop* sei, so der Kunstwissenschaftler Beat Wyss 1997, zur Hochkultur geworden, zum kulturellen Ausdruck einer deregulierten Aufklärung. *Pop* sei das Versprechen auf Teilhabe am Konsum aller, die nach Glück streben.³¹ *Pop* setzt eine prinzipielle oder zumindest potenzielle Verfügbarkeit und Zugänglichkeit (und damit

24 R. Bittner (s. A 22), S. 17

25 B. Werlen, Körper, Raum und mediale Repräsentation, in: Döring, J. und Thielmann, T. (Hrsg.), *Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld 2008, S. S. 387.

26 H. Delitz, Identität, Heimat, Architektur. Soziologische Überlegungen, in: BDA Jahrbuch 2008–2011, Architektur und Identität. BDA Niedersachsen, Hannover 2011; S. 84.

27 Ebda., S. 85.

28 Ebda..

29 F. Bockrath, Sport im öffentlichen Raum am Beispiel moderner Stadionarchitektur, in: M. Löw, G. Terizakis (Hrsg.): *Städte und ihre Eigenlogik. Ein Handbuch für Stadtplanung und Stadtentwicklung*. Frankfurt/Main, New York 2011, S. 122.

30 G. Gebauer (s. A 14), S. 8.

31 B. Wyss, *Die Welt als T-Shirt. Zur Ästhetik und Geschichte der Medien*, Köln 1997, S. 122.

Vervielfältigbarkeit) voraus. Teilhabe, Zugänglichkeit, Verfügbarkeit – es ist offensichtlich, dass Pop im Kern ohne massenmediale Aufladung nicht zu denken ist.

Etablierte Grenzen von Disziplinen und deren immanente Selbstbeschreibungen spielen dabei eine untergeordnete Rolle: „Die metaphysische Trennung zwischen Idee und Stoff zwischen Original und Kopie, Produktion und Reproduktion, Geschmack und Kommerz, Kultur und Industrie, ist in der Gegenwart zusammengebrochen. (...) Dominiert wird die heutige urbane Szene von der Populärkultur, ihrem Geschmack, ihren Praktiken, ihrer Ästhetik.“³² Man könnte sogar sagen, dass die Grenzüberschreitung essentiell zum Pop gehöre, dass es sein Wesen sei, in fremden Revieren zu wildern. Gesänge mittelalterlicher Mönche werden genauso popularisiert wie religiöse Symbole. Fangesänge oder Sportkleidung dringen in Bereiche ein, in denen sie lange tabu waren. Die Grenzen werden geschliffen: die zwischen Hoch- und Massenkultur, zwischen Kunst- und Warenästhetik, zwischen Virtualität und Realität. Pop folgt dem und erzeugt das Bedürfnis nach Emotionen und intensivem Erleben – und erschöpft sich darin doch nicht. In diesem Sinne ist auch die Kritik an der Kommerzialisierung nur eine einseitige Betrachtung: „Nicht die Ökonomie dringt in die Kultur ein, sondern es ist die Ökonomie, die kulturell aufgeladen wird.“³³ Kulturell freilich im Sinne des Pop – und so müssen sich die Fußballfans, denen „Frankenstadion“ mehr sagt als „easyCredit-Stadion“, mit dem veränderten Umgang dessen leben, worauf sich ihre Leidenschaft richtet. Beim PV fällt das mitunter besonders schwer.

(4) 4.4 Das Public ViewingV schafft der Zeit adäquate Raumkonstellationen.

Als festliche Inszenierung und popkulturelles Phänomen reagiert PV auf die Rahmenbedingungen der Produktion von Architektur und Stadt. Die verschiedenen Formen des PV sind besondere Arten der Raumproduktion. Auf die Anthropologie des Theaters verweist Manfred Russo: „Durch die Aufgabe und Überblendung eines historischen Stadtraums erfolgt die Schaffung eines permanenten Möglichkeitsraums.“³⁴ Für die Inszenierung von umfassenderen Events, wie sie einige Fanmeilen mit einem über die Dauer der Spiele hinausgehenden Programm darstellen, stellt Fritz eine Deutung der Vermittlung zwischen kurzfristiger und langfristiger Raumnutzung und Raumproduktion vor: „Die feste Welt wird flüchtiger. Dafür spricht, neben allgemein kürzer kalkulierten Bau- und Nutzungszeiten gerade gewerblicher Einrichtungen im Zuge der Prozessbeschleunigung und der Verkürzung von Rhythmen und Laufzeiten, die wachsende Bedeutung von, am Erlebnis ausgerichteter, Eventarchitektur und so genannter Einkaufswelten. Auf der anderen Seite verfestigt sich die flüchtige Welt, indem Festivals und Großereignisse für das Stadtmarketing und das Stadtselbstverständnis an Bedeutung gewinnen und dabei teilweise dauerhafte Formen finden. (...) Zusammen mit der wachsenden Nachfrage konsumorientierter Stadt-User, die ihre Ortsverbundenheit weniger aus der gebauten und mehr aus der erlebten Stadt beziehen, wächst die Bedeutung dieser neuen Zwischenwelt, in der die temporäre Raum-Zeit-Zone als *Mischling von Ereignis und Gebiet* zu verorten ist.“³⁵ Christopher Dell schließlich fordert generell dazu auf, „Raum nicht mehr als Behälter, als fixiertes Objekt zu denken, sondern als dynamische Konstellation, die performativ produziert wird“³⁶ – eine Sichtweise, die sich auch auf kleinere, spontane oder informelle Formen des PV anwenden lässt.

Gemeinsam ist all diesen Einschätzungen, dass sie die zeitlich begrenzte und mit entsprechenden Konsequenzen verbundene Raumproduktion als eine nicht als unangemessene Notlösung bewerten, die nicht als Notlösung, sondern als eine der Zeit, ihren Möglichkeiten und Bedingungen adäquate Form aufgefasst wird. Stets wird das Vorübergehende und Performative als dessen

32 I. Chambers, Populärkultur in der postmodernen Metropole, in: R. Bittner (Hrsg.), Die Stadt als Event. Zur Konstruktion urbaner Erlebnisräume. Frankfurt/Main 2001, S. 295.

33 M. Müller, Kultur der Stadt. Essays für eine Politik der Architektur, Bielefeld 2010, S. 100.

34 M. Russo (s. A 8), S. 8.

35 H. Fritz (s. A 5), S. 138 (Hervorhebung: H. F.).

36 C. Dell (s. A 19), S. 11. Vgl. hierzu insbesondere auch das relationale Raumkonzept von Martina Löw, zum Beispiel. in: M. Löw, Raumsoziologie, Frankfurt/Main 2001, S. 224 ff.

essentieller Teil aufgefasst, die die Steigerung der Kontingenz und Intensivierung der unmittelbaren Erfahrung durch Verdichtung versprechen: „Die maximale Reduktion von Raum und Zeit ist die Leidenschaft der Bewohner des Urbanen; sie sind besessen davon, Entfernung abzuschaffen.“³⁷

Wenn man nicht mehr sicher sein kann, sich in Gebäuden und Lebensräumen auf Dauer einrichten zu können, wenn eine auf den Ort bezogene verlässliche Lebensplanung keine realistische Option mehr ist, muss Verlässlichkeit durch die Erhöhung von Optionen sichergestellt werden. Dem dienen die Netzwerke und eine permanente Bereitschaft der Neuorientierung, der Zwang zur Improvisation, in der „erlernte Regeln und Praxen in ein antizipatorisches Konzept“ überführt werden.³⁸ Im Mittelpunkt des durch PV produzierten Raums steht ein Spiel, das diese Lebenshaltung widerspiegelt und dramatisiert, das die permanente Bereitschaft voraussetzt, „um auf der Basis hohen Könnens und spezifischer Intelligenz in einem einzigen maßgeblichen Augenblick eine nie vorher dagewesene Situation nutzen und damit möglicherweise über Sieg und Niederlage entscheiden zu können: „Als Metathese gilt: Die Improvisation ist der grundsätzliche Lebensentwurf unserer Zeit.: Improvisation ist Fußball, ist Architektur, ist geliebter Raum.“³⁹

(5) 4.5 Im Public ViewingV gelten besondere Spielregeln des Verhaltens im öffentlichen Raum.

PV schafft das Stadion an der Straßenecke. Die auf den Fußball eine Sache fokussierte Gruppe bildet in der Konzentration auf das Spiel eine Gemeinschaft auf Zeit, in der Regeln außer Kraft gesetzt sind, die sonst im öffentlichen Raum gelten. „Fußballspiele sind ein besonderer Bereich in unserer Gesellschaft, in dem es völlig legitim und akzeptiert ist, ausgelassen zu sein oder zu weinen. In vielen anderen Lebensbereichen wird das nicht akzeptiert.“⁴⁰

Doch auch sonst lässt sich der öffentliche Raum in Alltag und Festtag unterscheiden. Für besondere Anlässe gelten in gehört es doch gerade zu den öffentlichen Räumen der Stadt, unter spezifischen Regeln. den Rahmen für besondere Anlässe zu geben. In der Trennung zwischen Sphären des Alltags und des Festes wird auch eine je eigene Grenze zwischen Privatem und Öffentlichem konstituiert. Während normalerweise in der Öffentlichkeit Regeln gelten, die die Privatheit in der Öffentlichkeit schützen (so etwa der Zwang, Handy-Gesprächen nicht zu folgen und ihren Inhalt nicht zur Kenntnis zu nehmen), so ist dieser Schutz der Privatsphäre im PV aufgehoben. In diesen Momenten schafft sich ein besonderes Bedürfnis nach Unmittelbarkeit Raum. Vergleichbar mit Sondersituation wie dem KCarneval kann dies als eine Kompensationsleistung verstanden werden, die als Ausgleich zu dem

sonst den Menschen auferlegten und Disziplin, die von den Menschen sonst bei der Einhaltung der Regel erzwingenden Regeln im Umgang miteinander verlangt wird fungiert.

Je größer der Erfolg des angefeuerten Teams, desto weniger muss man sich für etwas schämen, das sonst unangenehme Konsequenzen haben könnte – vom Autokorso bis zur Umarmung fremder Menschen darf getan werden, was sonst streng sanktioniert würde. Das in dieser Hinsicht Paradoxe am PV Dist, dass die Wahrnehmung dieser Optionen unterliegt beim PV keinem Zwang, sind und unterscheiden sie sich darin vom KCarneval unterscheiden. Den verschiedenen Möglichkeiten, PV zu nutzen, entsprechen Abstufgradierungen im Festverhalten im öffentlichen Raum, die weniger exzessiv sein können als der KCarneval und weniger konzentriert, weniger hingebungsvoll, weniger fanatisch als im Stadion. Das Besuchen und Genießen von PV-Festen ist nicht daran geknüpft, Fußballfan zu sein. All dies macht PV auch für Menschen interessant, die gewöhnlich nicht unter Stadionbesuchern weniger zu finden sind. „Die ‚mobile Anarchie‘ auf dem Fan-Fest, das Weiterschlendern zu einem anderen Standort, führt zu einer Vermischung von Menschen unterschiedlicher Herkunft und Interessen. Das entspannt das im Stadion oft martialische Geschehen, was insbesondere Frauen das Verweilen erleichtert.“⁴¹ Derie nicht an strenge Verhaltensnormen gebundenen Offenheit, dieas trotzdem die Vergemeinschaftung ermöglicht,

37 Ebda., S. 13.

38 Ebda., S. 157.

39 Ebda., S. 160.

40 J. Roose (s. A 20).

41 H. Schulke, (s. A 4)

entspricht nach Schulke ein besonderer „kulturelle(r) Typus von Zuschauer“, ein „engagierter Sportsmann *und* kritisch-genießerischer Unterhaltungskonsument. (...) Er ist beim Public Viewing leidenschaftlicher Fan und weltbürgerlicher Flaneur *in Einem*.“⁴² Des wäre demnach wäre das Öffentliche nicht nur auch als etwas zu verstehen, „ das nicht nur politisch und ökonomisch interpretiert (und idealisiert beziehungsweise kritisiert) werden kann, sondern auch sozial gerade in seinen besonderen und außergewöhnlichen Nutzungszusammenhängen auch sozial eine Qualität darstellt, die auf keine andere Weise gewährleistet werden kann.

5. Resümee

Die Inszenierung einer Gemeinschaft im PV ist keine zufällige Erscheinung. Sie baut auf grundsätzliche Determinanten städtischer Lebenswirklichkeit auf, entspricht ihnen, dramatisiert sie und reagiert auf sie. Sie schafft Gemeinschaften ohne hohe Verpflichtungen, intensiviert Erlebnisse und fokussiert mit dem Fußball auf einen Gegenstand, in dem Entsprechungen zu unserer Lebenswirklichkeit zu finden sind, nicht zuletzt, weil er sich mit ihr zu dem entwickelt hat, was er heute ist. Darin liegt der Erfolg des PV begründet, und da sich sein Gegenstand mit der Lebenswirklichkeit ständig verändert, zu wird vermutlich auch der Erfolg des PV sehen, der deswegen auch anhalten wird. Allerdings bezweifle ich Schulkes Einschätzung an, dass in wenigen Jahren werden wegen weiter dessen steigenden Erfolgs des PV Fußballspiele im Stadion nur noch vor 25000 Menschen stattfinden werden⁴³ – dafür scheint mir das Distinktionspotenzial des Stadionbesuchs zu hoch. DZumindest gilt, dass die Bedeutung des Sports für die Stadt geht gleichwohl über das Stadion hinausgeht und fordert dass diese Bedeutung auch dazu auffordert, die Rolle und die Erwartungen an den öffentlichen Raum zu überprüfen und . Das fordert auch dazu auf, danach zu befragen, ob dies im Medium des Entwerfens schon ausreichend reflektieren wurde, ob er der Raum schon zufriedenstellend den Bedürfnissen der Menschen Bedürfnis zum Ausdruck verleiht, führt ohne ihnen die Möglichkeit zu nehmen, ihn selbst aneignend zu gestalten.

Zur auf Erlebnisse ausgerichteten Freizeitgestaltung, die auf Erlebnisse aus ist, gehört der Wunsch, das Risiko der Enttäuschung zu minimieren. Schulze hat vier Strategien benannt, diesem Risiko zu begegnen: Wiederholung, Vereinfachung, Ausbildung von Gemeinsamkeiten, Autosuggestion.⁴⁴ Alle Strategien sind im Umgang mit Fußballspielen im Rahmen von PV-Events zu beobachten – ergänzt um ein weiteres: die Hingabe an den Gegenstand der Leidenschaft wird relativiert. Darin sind viele Teilnehmer des PV dem Fußballfan fremd, der sich im Fest nach den Zeiten sehnt, in denenm sich nur noch die für Fußball interessieren werden, für die er keine Leidenschaft auf Zeit ist, und die seine Komplexität zu erkennen und zu bewerten imstande sind. Doch das urbane Feld bietet genügend Spielräume für unterschiedlich gestaltete PV-Formen, damit die Bedürfnisse aller erfüllt werden, die sich für Fußball interessieren, egal in welcher Intensität. Diese Offenheit gilt es zu erhalten, damit für alle Freunde des PV die tröstliche Gewissheit des Fußballfans gelten kann: „You‘ll never walk alone.“

42 Ebda., Hervorhebung H. S.

43 H. Schulke,, Watching Sport Events in Public, in: S. Frank und S. Steets (Hrsg.), Stadium Worlds. Football, Space and the Built Environment, London 2010, S. 70 f.

44 G. Schulze (s. A 10), S. 72