

MENSCHEN IM HEFT

"Die Fußballfans sind sehr wählerisch"

Ist das, was bei Fußballspielen in Dortmund, Stuttgart oder Kaiserslautern von den Tribünen tönt, nur primitives Gegröle oder gedeiht im Stadion eine ganz eigene Fankultur? Professor Reinhard Kopiez von der Hochschule für Musik und Theater in Hannover hörte sich die Gesänge der Fußballfans ganz genau an.



Warum verirrt sich ein Musikwissenschaftler ohne großes Interesse am Fußball ins Stadion?

Das war Intuition. Bei der Fernsehübertragung des Eröffnungsspiels zur Fußballweltmeisterschaft 1990 in Italien fiel mir die Geräuschkulisse auf den Tribünen auf. Das klang nicht nach unzivilisiertem Gebrüll, die Fans schienen Ritualen zu folgen und ein bestimmtes Gesangsrepertoire zu benutzen. Damit war mein Forschungsinteresse geweckt – bald darauf stand ich mit Aufnahmegerät, Mikrophon, Notizblock und Stoppuhr in der Fankurve.

Zu welchem Zweck zeichneten Sie die Fangesänge auf?

Die Feldforschung sollte zwei Fragen beantworten: Welche Originalmelodien liegen den Stadiongesängen zugrunde? Welche Texte singen die Fans dazu? Beides war nicht einfach herauszufinden. Die Texte waren für uns Laien oft kaum zu verstehen. Doch die Fans waren hilfsbereit und diktierten uns kleinen, naiven Wissenschaftlern, was sie da sangen. Mit den Melodien war es noch schwieriger. Vergleicht man die Aufnahmen seines rechten und linken Platznachbarn beim selben Lied, dann können die tatsächlich gesungenen Melodien schon mal bizarr klingen ...

Singen die Fußballfans landauf, landab dieselben Stadionlieder?

Das Liederrepertoire folgt der Regel: harter Kern, weicher Rand. Im Wesentlichen singen die verschiedenen Fangruppen dieselben 50 bis 60 Melodien. Entscheidend sind aber die Texte, die es in üppiger Vielfalt gibt. Sie haben Lokalbezug durch das Einbinden von Vereins- und Spielernamen oder die Pflege von Feindschaften wie der zwischen Borussia Dortmund und Schalke 04. Dazu kommen individuelle Kreationen, im Rheinland beispielsweise Karnevalschlager oder in Hamburg die Matrosenlieder.

Was macht eine Melodie zum Gassenhauer im Fußballstadion?

Ein „Hitfaktor“ lässt sich nicht benennen – sonst hätte Dieter Bohlen längst etwas Entsprechendes komponiert und damit weitere Millionen verdient. Was wir sagen können: Stadionaughlich sind Melodien, die so kurz und einfach sind, dass man sie nach dem ersten Hören nachsingen kann. Trotzdem sind die Fans sehr wählerisch und konservativ, was ihre Liedauswahl angeht. Viele Stadiongesänge gehen auf Deutsche Schlager der Siebzigerjahre und die damaligen Kinderserien im Fernsehen zurück – das reicht von der Titelmelodie zu „Flipper“ über „Speedy Gonzales“ bis hin zu „Pippi Langstrumpf“.

Wie erklären Sie sich, dass die Fans sich immer wieder an Liedern aus den Siebzigerjahren bedienen?

Die konservative Auswahl der Stadionlieder ist ein Selbstschutzprozess. Die Fankultur ist nirgendwo niedergeschrieben, es gibt weder Dokumente noch

Singbücher. Diese Kultur kann nur fortbestehen, wenn sie sich äußerst langsam verändert.

Halten Sie es für wahrscheinlich, dass die Fans in 10 oder 20 Jahren einen Titel singen, mit dem Robbie Williams oder Anastacia heute in den Hitparaden stehen?

Glaube ich nicht. Diese Melodien leben stark vom Zusammenhang zwischen Interpret, Stück und Sound. Ohne diesen Pop-Künstlern zu nahe treten zu wollen: Wenn man die Melodien eines Michael Jackson einmal entkleidet vom Ausführenden und dem Studiosound, bleibt deutlich weniger übrig als bei einem Lied von Toni Marschall. Die für einen Stadiongesang gefragten Faktoren findet man besser in der nationalen Unterhaltungsmusik als in den internationalen Charts.

Inwiefern beeinflusst das Geschehen auf dem Spielfeld die Fangesänge?

Die Regel lautet: „You only sing when you are winning“. Bei schwachen Spielen, unattraktiven Gegnern oder wenn es um die eigene Mannschaft schlecht bestellt ist, sinkt unmittelbar die Gesangsaktivität auf den Fanrängen – hier finden wir eine Abwärtsspirale. Mannschaften, die oben stehen, geben ihren Fans wiederum viel Anlass, sie mit lautstarken Gesängen zu unterstützen.

Welche Mannschaft hat denn die aktivsten und singfreudigsten Fans der Bundesliga im Rücken?

Nach meinen Forschungsergebnissen ist der FC Bayern München der ungekrönte Sängerkönig der Bundesliga: Über eine Singdauer von zweieinhalb Stunden bei einem Bundesligaspiel kamen die Bayernfans auf insgesamt 197 Aktionen – einschließlich Singen, Klatschen, Rufen und so weiter. Das sind 1,3 Aktionen pro Minute. Wenn ein Gesang 30 Sekunden dauert, haben die Bayernfans gerade einmal 10 Sekunden Zeit zum Luftholen, bevor es weitergeht. Im Vergleich dazu lagen die Kölner bei 1,1 und die Dortmunder bei 0,9 Fanaktionen in der Minute.

Das klingt nach viel Stress für die Fans. Sie kommen vor, während und kurz nach dem Spiel also kaum zur Ruhe?

Stimmt, ein richtig guter Fußballfan ist rund um das Spiel ununterbrochen gefordert etwas zur Stimmung beizutragen. Man ist nicht zur Erholung im Stadion, das ist eine richtig anstrengende Angelegenheit. Den meisten Fans ist das gar nicht bewusst – aber sie sind dann völlig erschöpft, wenn sie wieder zuhause ankommen.

Was bringt Menschen, die nicht mal in der Badewanne ein Lied auf den Lippen haben, dazu, im Stadion zu singen?

Entscheidend ist ein massenpsychologisches Phänomen: die Entindividualisierung. Sind Menschen eng in einer Gruppe beisammen, dann fallen Hemmschwellen und die soziale Kontrolle weg und wir tun Dinge, die wir ansonsten unterlassen würden. Genau das passiert auf dichtgedrängten Stadiontribünen: Die Fans geraten in einen Sog, sie zappeln an einem akustischen Angelhaken und gehen in einer großen Masse Gleichgesinnter auf. Hinzu kommt ein großes Machtgefühl – die Illusion der Kontrolle über das Spielgeschehen.

Mal ehrlich: Inwieweit können die deutschen Fans unsere Nationalmannschaft zu WM-Erfolgen singen?

Nur in einem Punkt können Fangesänge die Leistung der Fußballer steigern: bei der Ausdauer. Komplexe Bewegungsabläufe wie schnelle Kombinationen oder spontane Spielzüge werden hingegen durch die Geräuschkulisse im Stadion eher gestört. Die Fehlerwahrscheinlichkeit steigt – als würde man beim Hausaufgabenrechnen ein Lautsprecherrauschen hören. Sportpsychologisch betrachtet sollten die Fans dann Lärm machen, wenn sich dem Gegner eine Torgelegenheit bietet, und mucksmäuschenstill sein, wenn die eigene Mannschaft eine erfolgsversprechende Situation hat.

Ehe sich die Fans infolge der Entindividualisierung zum Singen mitreißen lassen, muss jemand den Anfang machen. Wer gibt im Stadion den Ton an?

Tatsächlich gibt es in jedem Fanblock Vorsänger, sogenannte „Chantleader“. Sie haben das Privileg das nächste Lied zu bestimmen, den Einsatz festzulegen und vorzusingen. Als „Chantleader“ wird nur akzeptiert, wer sich seit Langem in hohem Maße mit dem Verein identifiziert. Außerdem müssen diese Leute das gesamte Gesangsrepertoire beherrschen, stimmlich und körperlich robust sein. Ansonsten würden sie das Vorsingen gar nicht durchhalten: Der „Chantleader“ muss permanent zwischen Spielfeld und Fangruppe Kontakt halten, um je nach Spielsituation einen entsprechenden Gesang anzustimmen. Das ist dermaßen anstrengend, dass der Mann im Dortmunder Westfalenstadion das Vorsingen nur eine Halbzeit lang durchhält und dann „ausgewechselt“ wird – obwohl er sich mit Megaphon und Verstärkeranlage behilft.

Nach welchem Schema greift der Gesang dann auf die gesamte Tribüne über?

Das ist ein Ansteckungsphänomen. Um den „Chantleader“ herum stehen die Ultras. Das sind Fans, für die ihr Verein der Lebensinhalt ist, die immer dabei sind, egal wo ihre Mannschaft spielt. Diese Ultras nehmen das Lied des Vorsängers auf und stimmen als erste mit ein. Von diesem Zentrum breitet sich der Gesang schon nach wenigen Takten lauffeuerartig aus. Die Fans fangen nicht koordiniert auf einen Einsatz an zu singen wie bei Gotthilf Fischer, es dauert immer eine gewisse Zeit bis der Höhepunkt eines Gesangs erreicht ist. Initiiert vom Vorsänger entsteht eine akustische Welle, die immer weiter anschwillt, bis sie ihren Höhepunkt erreicht hat. Nach etwa 15 Sekunden singt der Großteil der Fankurve mit, anschließend klingt der Gesang wieder ab.

Können die Fußballfans eigentlich singen – im technischen Sinne?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten eine Melodie zu singen. Die elementarste Form wäre, die bloße Kontur der Tonfolge zu singen – man trifft nicht den genauen Tonschritt, sondern nur die Richtung: rauf oder runter. So funktioniert das bei vielen im Stadion. Im Fanblock stehen ja keine Sänger im klassischen Sinne, sie haben keine Chorausbildung und können häufig auch keine genauen Intervalle singen. Dass wir beim tausendstimmigen Fanchor trotzdem eine Melodie erkennen, ist eher eine Leistung unseres Gehirns. Das destilliert aus der Vielzahl an Tonhöhen heraus, dass es sich höchstwahrscheinlich um diese oder jene Melodie handelt. Dabei hilft auch das Hintergrundwissen: Nach einigen Stadionbesuchen weiß man, welche Lieder die Fans gerne und häufig singen.

Befriedigt der Stadionbesuch auch menschliche Urbedürfnisse, den Wunsch nach Geborgenheit und Gruppenzugehörigkeit?

Der höchste Anreiz für einen Stadionbesuch ist nicht der Wunsch tolle Spielzüge zu sehen – das kann man auch vor dem Fernseher haben. Wenn Fans die Strapazen auf sich nehmen, viel Zeit und Geld in die Anreise und Eintrittskarte investieren, dann treibt sie etwas anderes an: das Sehnsuchtsgefühl, in eine große Gruppe Gleichgesinnter einzutauchen. In der Evolutionsgeschichte des Menschen gibt es ein Erfolgsmodell: die Gruppe. Sie vermittelt das Gefühl von Sicherheit, Geborgenheit und Schutz gegenüber der Außenwelt. Dass dieses Gruppenmodell beim Fußball wieder aktiviert wird, macht aus meiner Sicht den eigentlichen Reiz des Stadionbesuchs aus.

Dann ersetzt die Fangemeinschaft die Gruppe, die wir in einer zunehmend individualisierten Gesellschaft immer seltener finden?

Im heutigen Alltag haben wir nicht allzu oft die Gelegenheit Gruppentendenzen ausleben zu können. Die fortgeschrittene Individualisierung lässt sich schon an der Anzahl der Single-Haushalte erkennen, auch die Familie verliert an Bedeutung. Unsere Gesellschaft ist zunehmend individualisiert, gleichzeitig sind wir evolutionär darauf programmiert in Gruppen zu leben. Wo lebt man das also aus? Im Ferienclub – das ist nicht jedermanns Sache. In der Diskothek – das ist

auf ein bestimmtes Lebensalter begrenzt. Der Fußball hingegen ist ein Auffangbecken für alle: Im Fanblock trifft man Mann und Frau, Alt und Jung – im Stadion ist keiner ausgeschlossen.

Vita

Professor Reinhard Kopiez untersuchte in Bundesligastadien die Rituale der Fußballfankultur. Er beschrieb das Menschenbild des „Homo fanaticus“, der sich von den (Fußball-)Göttern in Raserei versetzen lässt. Laut Kopiez erschaffen Fußballfans vom Rufen und Pfeifen über rhythmisches Klatschen bis hin zu gesungenen Liedern eine bedeutende musikalische Volkskultur – nachzulesen in seinem Buch „Fußballfangesänge: Eine FANomenologie“ (Königshausen & Neumann, 1998).

Kopiez studierte zunächst klassische Gitarre an der Musikhochschule in Köln, anschließend Musikwissenschaft, Psychologie und Musikethnologie an der Technischen Universität Berlin. An der Hochschule für Musik Würzburg war er von 1995 bis 1998 Professor für Systematische Musikwissenschaft. Seit 1998 ist Kopiez Professor für Musikpsychologie an der Hochschule für Musik und Theater in Hannover. Neben seiner Forschungsarbeit war er von 2002 bis 2005 erster Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie sowie Vize-Präsident der European Society for the Cognitive Sciences of Music.