

Tim Vogelmann

NATIONALE IDENTITÄT IM SZENESPORT

Ziehen professionelle
Snowboarder und
Skateboarder ihre
Szenezugehörigkeit der
nationalen Identität vor?

Vogelmann, Tim: Nationale Identität im Szenesport. Ziehen professionelle Snowboarder und Skateboarder ihre Szenezugehörigkeit der nationalen Identität vor?, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH 2017

Buch-ISBN: 978-3-96146-554-5

PDF-eBook-ISBN: 978-3-96146-054-0

Druck/Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2017

Covermotiv: #105371278 Snowboarder at Sunset © lassedesignen – fotolia.com

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2017
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	1
2	THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN.....	5
2.1	SZENESPORT	5
2.1.1	<i>Die Bezeichnungsproblematik neuartiger Sportformen</i>	<i>5</i>
2.1.2	<i>Begriff Szene nach Hitzler und Niederbacher (2010)</i>	<i>8</i>
2.1.3	<i>Begriff Szenesport nach Spale (2015).....</i>	<i>9</i>
2.1.4	<i>Szenesportarten als Untersuchungsgegenstand.....</i>	<i>12</i>
2.2	IDENTITÄT	13
2.2.1	<i>Identität.....</i>	<i>13</i>
2.2.2	<i>Kollektive Identität.....</i>	<i>14</i>
2.2.2.1	<i>Szeneidentität.....</i>	<i>14</i>
2.2.2.2	<i>Nationale Identität.....</i>	<i>15</i>
3	METHODIK.....	17
3.1	DATENERHEBUNG	19
3.1.1	<i>Das Leitfadeninterview</i>	<i>20</i>
3.1.2	<i>Aufzeichnung und Transkription</i>	<i>22</i>
3.2	DATENANALYSE VIA QUALITATIVER INHALTSANALYSE	23
4	ERGEBNISPRÄSENTATION.....	26
4.1	ASPEKTE DER SZENEZUGEHÖRIGKEIT	26
4.1.1	<i>Zugang und Interesse am Szenesport.....</i>	<i>27</i>
4.1.2	<i>Wettkämpfe im Szenesport.....</i>	<i>28</i>
4.1.2.1	<i>Zugang zu Wettkämpfen.....</i>	<i>28</i>
4.1.2.2	<i>Bedeutung von Wettkämpfen.....</i>	<i>30</i>
4.1.2.3	<i>Sieg-/Niederlage Code</i>	<i>31</i>
4.1.3	<i>Rolle der Medien.....</i>	<i>32</i>
4.1.4	<i>Szenewerte.....</i>	<i>33</i>
4.1.4.1	<i>Szeneengagement.....</i>	<i>33</i>
4.1.4.2	<i>Freiheit.....</i>	<i>34</i>

4.1.4.3	Internationalismus.....	35
4.1.4.4	Individualismus / Stilbetonung	36
4.1.4.5	Konkurrenzlosigkeit / Unterstützung / Anerkennung	38
4.1.4.6	Sponsoring / Marken.....	39
4.1.4.7	Zusammengehörigkeitsgefühl.....	40
4.1.4.8	Szenesport als Lebensstil	40
4.1.5	<i>Szenezuweisung – Wir Skateboarder / Wir Snowboarder</i>	42
4.2	NATIONALE ASPEKTE IM SZENESPORT	43
4.2.1	<i>Einstellung und Motive zur Teilnahme an den olympischen Spielen</i>	44
4.2.2	<i>Imagination eines Medaillengewinns</i>	49
4.2.3	<i>Politische / Gesellschaftliche Funktion des Szenesports</i>	50
4.2.4	<i>Bedeutung von olympischen/nationalen Ritualen</i>	53
4.2.5	<i>Bedeutung von nationaler Identität</i>	58
4.2.5.1	Nationale Symbole.....	58
4.2.5.2	„Wir Deutsche“ / Kollektivismus	61
5	FAZIT	63
	LITERATURVERZEICHNIS	69
	ANHANG	74
	KATEGORIENSYSTEM.....	74
	INTERVIEWPARTNER	75
	LEITFADEN SNOWBOARD	75
	LEITFADEN SKATEBOARD.....	77
	TRANSKRIPTIONSREGELN	78
	LEITFADENINTERVIEWS.....	79
	<i>Vinzenz Lüps – Snowboard</i>	79
	<i>Jan Michaelis – Snowboard</i>	92
	<i>Johannes Höpfl – Snowboard</i>	102
	<i>Alex Mizurov – Skateboard</i>	117
	<i>Patrick Rogalski – Skateboard</i>	129

1 Einleitung

„Szenesportler tendieren dazu, die Szenezugehörigkeit der nationalen Identität vorzuziehen. Sie definieren sich als Snowboarder unabhängig ihrer nationalen Herkunft“ (Spale 2015: 244f.). Dieser Satz stammt von dem Schweizer Sportsoziologen Dr. Cyrill Spale, welcher sich intensiv mit Szenesportarten¹ allgemein und Snowboarden im Spezifischen beschäftigt hat.

Das von Spale beschriebene Phänomen wurde auch in der Szenesportart Skateboard beobachtet (vgl. Velten-Schäfer 2015: 164).² Bislang wurde dieses Phänomen jedoch nicht empirisch überprüft, was im Rahmen dieser Studie geschehen soll.

Die Erforschung von Szenen erscheint gesellschaftlich in so weit relevant, als dass sich ein Großteil der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren mindestens einer großen Szene zugehörig fühlt und sie damit eine wesentliche Rolle im Sozialisationsprozess von Jugendlichen darstellen (vgl. Großegger & Heinzlmaier 2004: 9f.). Die Szenen, als „individualisierte“ Formen der Vergemeinschaftung haben dabei unterschiedliche Themen, z.B. ein bestimmter Musikstil, eine politische Idee oder Sportarten, wie Skateboard und Snowboard (vgl. Hitzler & Niederbacher 2010: 15f.)

Die Fragestellung dieser Studie ob und inwiefern Szenesportler die Szenezugehörigkeit bzw. Szeneidentität einer nationalen Identität vorziehen, erscheint auch politisch relevant.³ Denn einerseits versucht der deutsche Staat u.a. durch eine gezielte Spitzensportförderung (wie beispielsweise des professionellen Snowboardsports im Rahmen der olympischen Spiele) innerhalb der deutschen Bevölkerung eine nationale Identitätsstiftung zu erzielen, sportbezogene Werte (z.B. Fairness und Demokratie) zu vermitteln und Deutschland im Ausland zu repräsentieren (vgl. Thiel et al. 2013: 147). Andererseits kann aus der starken Ausprägung einer nationalen Identität Nationalismus mit mitunter gefährlichen Folgen erwachsen (vgl. Arnold & Bischoff 2016: o.S.).

Der Sinn der Spitzensportförderung ist daher umstritten. So gibt es Argumente die explizit gegen eine Förderung der nationalen Identität sprechen. Im Hochleistungssport existieren Tendenzen zu Gewaltphänomenen, latentem Rassismus und Nationalismus (vgl. Buss 2016:

¹ Bei Szenesportarten handelt es sich um informelle Sportkulturen die gegensätzlich zu organisierten Leistungssportarten u.a. folgende Merkmale aufweisen: Alternative Szenewerte (u.a. Individualismus/Stilbetonung, Szeneengagement, Freiheit, Lebensstilkonnotationen, Abenteuerlust, Freiheit, Zusammengehörigkeitsgefühl, Lebensgenuss, Spaß, Rebellion), exklusive Inklusionsmerkmale, unterschiedliche Organisationsstruktur mit diversen Akteuren (vgl. Spale 2015: 26).

² Velten Schäfer (2014: 164) gibt an, dass besonders die X-Games in ihrem „nebenolympischen“ Anspruch Tendenzen zeigen, Stilgemeinschaften durch Nationalteams zu ersetzen, was in der Skateszene bzgl. einer Beteiligung an den olympischen Spielen immer wieder für Kontroversen sorgt. Die X-Games werden jährlich von dem US amerikanischen TV Sender ESPN veranstaltet und gelten als die olympischen Spiele der Szenesportarten (vgl. Thiel et al. 2013: 178).

³ Dabei wurde die Bedeutung von nationaler Identität für Gruppen und Individuen in der Vergangenheit weder durch die Individualisierungs- und Globalisierungstendenzen, noch durch die Bildung von „übernationalen“ Gebilden, wie der EU, verringert (vgl. Wirschin 2012: 308f.). Durch aktuelle weltpolitische Entwicklungen, wie dem weltweiten Erstarken von Rechtspopulisten und nationalistischer Bewegungen ist das Thema nationale Identität hochaktuell (vgl. Graf Kielmansegg 2017: 21f.).

36). Angesichts dieser Tendenzen erscheint es fragwürdig eine nationale Identität in der Bevölkerung über die Spitzensportförderung gezielt anzustreben. Der Sozialpsychologe Wagner gibt im Interview mit Decker an, dass es ihm Sorgen bereitet,

„wenn im Zusammenhang mit sportlichen Großveranstaltungen diese Form der Identitätsstiftung so hochgespielt wird. Wenn jemand beim Public Viewing eine schwarz-rot-goldene Perücke trägt, heißt das nicht, dass er am Ende als Nationalist das Stadion verlässt. Doch nationale Symbolik auch von politischer Seite ständig aufzuladen, kann problematisch werden“ (Decker 2014: o.S.).

Die erwähnten Sorgen zeigten sich z.B. bei der Fußball WM 2006, wo eine leichte Zunahme von Nationalismus und eine Abnahme von Patriotismus (der vermeintlich positiven Form von Nationalismus) festgestellt wurde (vgl. ebd.). Schreiber-Rietig resümiert bezüglich der fragwürdigen Beziehung zwischen Sport und Politik, dass Politikern und Funktionären „[...] die Argumente zur Rechtfertigung der Förderung des Spitzensports ausgehen. Denn: Vorbild-, Repräsentations- und Identifikationsfunktion fallen ersatzlos weg in dem verlotterten globalen Spitzensportbetrieb.“ (Schreiber-Rietig 2016: 31).

Bei der Vermittlung sportbezogener Werte an die Bevölkerung, stellt sich zudem die Frage, ob eine Förderung des Hochleistungssports, angesichts der negativen Berichte über Doping, Korruption und Diskriminierung, gesellschaftlich noch zu legitimieren ist (vgl. Digel 2016: 27; Buss 2016: 34). Dazu passend gibt Buss (2016) an, dass es dem DOSB⁴ offensichtlich nicht gelungen ist, „als Sprachrohr des deutschen Sports anerkannt werden – immer weniger auch bei der staatlichen Sportpolitik, wie es die kritischen Anmerkungen des Innen- und Sportministers de Maiziere erst jüngst dokumentierten [...]“ (ebd.: 35).

Neben der Politik haben aber auch andere gesellschaftliche Akteure Interesse daran, nationale Identitäten im sportlichen Kontext zu fördern. So werden große internationale (Szene-)Sportwettkämpfe, wie die X-Games und die olympischen Spiele von Veranstaltern (vgl. Velten-Schäfer 2015: 164; Haut 2014: 8), Massenmedien (vgl. Haut 2014: 12) und internationalen Sportfachverbänden als Nationenwettkampf konstruiert. Zum letzten Punkt gibt Dieter Reichelt im Interview mit Haut an, dass

„[...] die Organisation des professionellen Spitzensports [...] dem Muster von Nationalstaatlichkeit und internationalen Beziehungen [folgt]: Vereine sind in nationalen Verbänden und diese wiederum in internationalen Dachverbänden organisiert. Schon aufgrund dieser Logik werden viele große Sportwettbewerbe in Form von Länderwettkämpfen ausgetragen. Diese, auf Nationen basierende Wettkampflogik suggeriert, dass Sportler und Athleten als nationale Stellvertreter in Erscheinung treten“ (Haut 2014: 12).

⁴ Der Deutsche Olympische Sportbund DOSB, welcher mit dem Nationalen Olympischen Komitee NOK zusammengeschlossen wurde, wird öffentlich gefördert, um u.a. eine nationale Identitätsstiftung in der Bevölkerung zu erreichen (vgl. Thiel et al. 2013: 147ff.)

Die vorliegende Studie setzt genau an diesem Punkt an und fragt, ob die Szenesportler als nationale Stellvertreter in Erscheinung treten wollen bzw. ob sie bei internationalen Wettkämpfen ihre Szenezugehörigkeit der nationalen Identität vorziehen.

Die Beantwortung dieser Frage ist u.a. für die Politik interessant, da die Szenesportler fester Bestandteil der heutigen Jugendgeneration sind. Wenn dieser Teil der Jugendgeneration möglicherweise ihre Szenezugehörigkeit der nationalen Identität vorzieht, sollte die, oben erwähnte, Spitzensportförderung zur Erreichung einer nationalstiftenden Wirkung alleine aus diesem Grund überdacht werden.

Die Zielsetzung der vorliegenden Studie ist also empirisch zu überprüfen, ob Szenesportler dazu neigen, ihre Szenezugehörigkeit der nationalen Identität vorzuziehen.

Um dem Umfang dieser Studie gerecht zu werden, wird der Forschungsgegenstand wie folgt abgegrenzt. Die eingangs genannte These soll nur für das Land Deutschland überprüft werden. Hierbei sollen Szenesportler untersucht werden, die ihren Sport professionell betreiben und bereits an den olympischen Spielen teilgenommen haben bzw. daran teilnehmen wollen. Diese Szenesportler sind also unter Umständen von der Spitzensportförderung der Politik mit ihren spezifischen Zielen betroffen (siehe oben) – stellen die olympischen Spiele doch das „Zielevent“ der deutschen Olympiamannschaft des DOSB dar, welche dort möglichst viele Medaillen für Deutschland gewinnen soll (vgl. DOSB 2013: 2). Es existieren weltweit jedoch nur zwei olympische Szenesportarten, diese sind Freestyle-Snowboard⁵ (seit 1998) und Freestyle-Ski (seit 2014). Im Snowboardbereich haben bisher sechs Männer und zwei Frauen aus Deutschland an den olympischen Spielen teilgenommen (im Freestyle Ski Bereich waren es zwei Frauen und ein Mann). Weiterhin gibt es noch zwei Szenesportarten welche bei den kommenden Sommerspielen 2020 in Peking ihr olympisches Debut haben werden, Skateboarden und Surfen (Wellenreiten) (vgl. Pappalardo 2016: o.S.).

Für das Forschungsvorhaben werden die Szenesportarten Snowboard, als langjährige olympische Disziplin und Skateboarden, als zukünftige olympische Disziplin ausgewählt. Das Interessante an der zukünftigen olympischen Disziplin Skateboarden ist, dass die Verbandsstrukturen hier noch nicht so ausgeprägt, wie beim Snowboarden sind. Die Skateboarder sind also (noch) nicht in den Kontakt mit der staatlichen Spitzensportförderung und den da-

⁵ Spezifizierung des Untersuchungsgegenstandes: Im Snowboardsport wird grundsätzlich zwischen den Disziplinen Freestyle und Race unterschieden. Die Forschungsfrage bezieht sich jedoch nur auf Snowboard Freestyle. Freestyle impliziert regelfreies Fahren abseits der Piste (auch Freeride genannt), auf der Piste und in speziell geschaffenen Funparks (bestehen aus Sprungschanzen etc.) und Halfpipes (halbröhrenförmige langgezogene Sprungschanze). Es geht um die „stylistische“ (schwierige Figuren einfach aussehen lassen), individuelle und kreative Ausführung möglichst spektakulärer Tricks und das Gemeinschaftserlebnis. Race bedeutet, dass Rennen auf Zeit gefahren werden. Hierbei ist der „Style“ und die Art der Ausführung unerheblich, es geht um die bessere Zeit. Gemessen an den TV Einschaltquoten und Snowboardverkaufszahlen (über 95% der verkauften Snowboards sind Freestyle Boards) hat Race-Snowboarden nahezu keine Bedeutung gegenüber Freestyle-Snowboarden. Beispielsweise gehörte die Disziplin „Snowboard Freestyle Halfpipe“ zu den dreien Sportarten in Vancouver 2010, welche die höchsten TV Einschaltquoten erzielten. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden statt Freestyle Snowboarden nur der Begriff Snowboarden verwendet (vgl. Drexel 2013: o.S.).

mit intendierten Zielen (siehe oben) gekommen. Trotzdem sind sich die Szenesportarten Snowboard und Skateboard aber sehr ähnlich, teilen ihre Anhänger doch die gleichen Szenewerte (vgl. Spale 2015: 114; Velten Schäfer 2015: 156f.).

Zur Überprüfung der eingangs genannten These werden mit drei deutschen Snowboardern und zwei deutschen Skateboardern leitfadengestützte Interviews durchgeführt. Der Leitfaden wurde theoriegeleitet (deduktiv) erstellt und die Auswertung der Interviews erfolgte anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015).

Die Forschungsfrage lautet: Wie äußert sich bei professionellen deutschen Szene-sportlern in Zusammenhang mit den olympischen Spielen ihre Szenezugehörigkeit bzw. ihre nationalen Identität?

Die Studie ist dabei wie folgt gegliedert:

Zunächst wird ein theoretischer Bezugsrahmen erstellt (Kap. 2). Hierfür wird der Begriff Szenesport (Kap. 2.1) und Identität (Kap. 2.2) bzw. Szeneidentität und Nationale Identität eingeführt und auf die Szenesportarten Skateboard und Snowboard bezogen. Aus diesem theoretischen Bezugsrahmen werden dann im Methodik Teil (Kap. 3) Leitfragen für die Leitfadenterviews gebildet. Die Experteninterviews werden in der Ergebnispräsentation (Kap. 4) nach Mayring (2015) inhaltsanalytisch ausgewertet. Das Fazit fasst die Ergebnisse zusammen und offeriert einen Ausblick (Kap. 5).

2 Theoretischer Bezugsrahmen

Um das Forschungsinteresse bearbeiten zu können, bedarf es eines theoretischen Bezugsrahmens, welcher folgend dargestellt wird.

Zunächst wird in Kap. 2.1 der Begriff Szenesport eingeführt und auf die beiden zu untersuchenden Szenesportarten Skateboard und Snowboard bezogen. Das nächste Unterkapitel (Kap. 2.2) beschäftigt sich mit Identitäten, welche bei hiesigem Forschungsinteresse erfasst werden sollen. Dabei wird erläutert, wie Identität allgemein definiert wird und wie sie gebildet wird (Kap. 2.2.1). Anschließend werden im Rahmen der kollektiven Identität (Kap. 2.2.2) die Szeneidentität (Kap. 2.2.2.1) und die nationale Identität (Kap. 2.2.2.2) definiert. Aus diesem theoretischen Bezugsrahmen werden dann in der Methodik (Kap. 3) Leitfragen für die Leitfadeninterviews gebildet.

2.1 Szenesport

Die neuen Sportformen werden in der sportsoziologischen Literatur mit vielen unterschiedlichen Begriffen belegt. Das folgende Unterkapitel liefert eine Übersicht über die unterschiedlichen Begrifflichkeiten und erklärt, warum in der vorliegenden Studie mit dem Begriff des Szenesports gearbeitet wird. Anschließend werden die Termini *Szene* und der *Szenesport* definiert und auf die zu untersuchenden Szenesportarten Skateboard und Snowboard bezogen.

2.1.1 Die Bezeichnungsproblematik neuartiger Sportformen

Sport wird seit ca. 40 Jahren nicht mehr ausschließlich in Sportvereinen, sondern zunehmend auch in *Szenen* und *informellen Sportkulturen* ausgeübt (vgl. Thiel et. al 2013: 171). Die neu entstandenen Sportpraxen werden in der Sportwissenschaft, als Abgrenzung zu traditionellen/klassischen Sportarten, indes mit unterschiedlichen Begriffen belegt⁶. Während man im englischsprachigen Raum u.a. Begriffe wie *alternative-sport* (u.a. Rinehart & Sydnor 2003), *action-sport* (u.a. Thorpe 2016) und *lifestyle sports* (u.a. Wheaton 2005) findet, sind im deutschsprachigen Raum u.a. die Begriffe *Trendsport* (u.a. Schwier 2008), *Extrem- und Risikosport* (u.a. von Allmer 1995) und in der neueren Literatur auch *Szenesport* (Spale 2015) geläufig. Im Folgenden werden die Unterschiede der Begriffe kurz erläutert und darauf eingegangen, weshalb in dieser Studie der Begriff *Szenesport* verwendet wird.

⁶ Zu den neuen Sportpraxen zählen z.B. die im Rahmen dieser Studie untersuchten Sportarten Skateboard und Snowboard, während z.B. Tennis und Leichtathletik als klassische Sportarten betrachtet werden.

Bei dem Terminus *Trendsport* werden in der Literatur zwei unterschiedliche Interpretationsformen geliefert.

Zum einen wird *Trendsport* oft als Alternativsport bzw. Sammelbegriff zur Abgrenzung von traditionellen Sportarten bzw. vom klassischen Wettkampfmodell verwendet (vgl. Thiel et al. 2013: 172). *Trendsport* sind demnach jene Sportarten, „die das konventionelle Sportverständnis überschreiten, neuartige oder zuvor vernachlässigte Formen des Sich-Bewegens in den Mittelpunkt stellen und zum Teil eine alternative Sportästhetik hervorbringen“ (Schwier 2008: 349). Als Pendant dazu wird im englischsprachigen Raum der Begriff *alternative sports* verwendet, um die neuen Sportpraxen vom klassischen Wettkampfsportmodell abzugrenzen (vgl. Rinehart 2006: 506). Innerhalb dieses Verständnisses vom Trendsport wird beispielsweise von Schwier (2003: 21) eine weitere Differenzierung der Sportpraxen in fitnessorientierte Praktiken (z.B. Aerobic), Risikosportarten (z.B. Basejumping) und „jugendkulturell imprägnierte Bewegungspraktiken“ bzw. „Funsport“ (z.B. Snowboard und Skateboard) unternommen.

Zum anderen bezieht sich der Trendsportbegriff auf allgemeine Trendmodelle. Die neuen Bewegungspraxen werden hierbei in Verbindung mit gesellschaftlichen Entwicklungstendenzen gebracht, welche als eine Art kulturelle Angleichung an veränderte Gegebenheiten, wie beispielsweise technologische Modernisierung, politische Rahmenbedingungen oder neuartige Arbeitsorganisationsformen zu verstehen sind. Hierbei wird zwischen *Trends* und den kurzlebigen *Moden* oder *Hypes* unterschieden. Die Begriffe Trend, Mode und Hype implizieren jedoch, dass es sich um dynamische Phänomene handelt. Es macht daher wenig Sinn, Sportarten dauerhaft als Trendsportarten zu betiteln (vgl. Thiel et al. 2013: 173f.). In Folge dessen wird der Trendsport von einigen Autoren (vgl. u.a. Lamprecht & Stamm 2002, Breuer & Sander 2003) in Phasenmodelle eingeteilt. Nach diesen Modellen wird jede neue Sportart nach Erreichen der fünften *Sättigungsphase*, welche sich u.a. durch Einbettung in feste Verbandsstrukturen und Aufnahme in das Programm der olympischen Spiele auszeichnet, als traditionelle Sportart angesehen. Die Sportart Snowboard, welche seit 1998 olympische Disziplin ist, gilt also nach diesem Verständnis nicht mehr als Trendsportart, sondern als traditionelle bzw. etablierte Sportart (vgl. Thiele et al. 2013: 184; 191). Weitere Sportarten, wie unter anderem Skateboarden, wurden 2016 als olympische Sportarten anerkannt und werden 2020 ihr olympisches Debut feiern, wonach sie somit auch als etablierte Sportarten gelten (vgl. Pappalardo 2016: o.S.).

Nach Auffassung von Spale (2015: 22) und Wheaton (2005: 88) werden die neuen Sportarten jedoch auch nach Erreichen der Sättigungsphase von allgemeinen sportartübergreifenden Trends beeinflusst, wobei sie hier insbesondere die Stilisierung und Szenebildung betonen, die folgend dargestellt werden.

Bei der *Stilisierung* werden die sportiven Körperpraxen als kulturelle Ausdrucksform benutzt und sind wesentlicher Bestandteil der individuellen Lebensstile der Partizipanten. Die Stilisierung geht hierbei mit der Bildung einer sportiven Szene einher. Unter sportiven Szenen versteht man informelle Netzwerke zwischen Personen mit Interesse an einer bestimmten Bewegungspraxis und einem damit verbundenen Lebensstil. Innerhalb der Szenen kommt es zur Ausbildung szenetypischer Bewegungs-, Verhaltens-, Ausdrucks- und Ausrüstungs-/Kleidungs-codes, deren Einhaltung den Zugang zur Szene bzw. die Glaubwürdigkeit/Akzeptanz innerhalb der Szene bestimmen. Dabei gehen die ungeschriebenen Szenewerte oft mit der Ablehnung popularisierter Konsumstile einher. Durch die individuelle Stilbetonung, die eher freien Umgebungsbedingungen und die geringe Regelgebundenheit, lässt sich bei den Trendsportarten eine Tendenz vom normierten zum unnormierten Sport und vom großen Mannschaftssport zu kleinen, informellen Gruppen feststellen (vgl. Thiel et al. 2013: 176f.)

Wie bereits erwähnt, wird in der deutschsprachigen Sportwissenschaft das Phänomen der *Verszenung* und der lifestylegerechten Aufbereitung des Sports als Trendsport definiert bzw. werden diese beiden Punkte als allgemeine sportartübergreifende Trends benannt. Hierbei wird aber vernachlässigt, dass es sich bei der *Verszenung* und *Verlifestylung* um wesentliche Sozialisierungskomponenten handelt. Die Anhänger der neuen Praktiken sind nämlich über die Szenen bzw. Netzwerke und über den gelebten gemeinsamen Lebensstil untereinander verbunden, und das auch, nachdem die Sportart die Sättigungsphase erreicht hat und somit als etabliert angesehen wird (vgl. Spale 2015: 21; Wheaton 2005: 4). Auf die organisationalen Strukturen der neuen Sportpraktiken wird aber im Rahmen des Trendsport-Verständnisses nicht detailliert eingegangen. Es wird lediglich erwähnt, dass es zu Interesse von Medien und Industrie kommt (vgl. Thiel et al. 2013: 171-193). Die Szenesportarten zeichnen sich aber durch alternative Organisationsstrukturen aus, in denen (innerhalb der Szene anerkannte) Marken einen bedeutenden Einfluss haben (vgl. Spale 2015: 20). Somit hat sich in der Literatur ein kaum beachtetes Phänomen *Szenesport* (vgl. Spale 2015) gebildet, welches auf die Netzwerkstrukturen dieser alternativen Sportkulturen und der darin inkludierten Akteure eingeht (vgl. Spale 2015: 21).

Für die vorliegende Studie ist der Begriff Netzwerke bzw. Szenen bedeutsam, da im Rahmen dieser Untersuchung überprüft werden soll, ob professionelle Skateboarder und Snowboarder als Szenesportler ihre Szenezugehörigkeit der nationalen Identität vorzuziehen.

Daher soll in dieser Studie das Konzept des Szenesports nach Spale (2015) verwendet werden, welches auf Grundlage von Hitzler und Niederbachers (2010) Forschung zum Trend der Szenebildung gebildet wurde. Die Gesinnungsgemeinschaften der Skateboarder und Snowboarder werden nachfolgend dementsprechend als Skateboardszene und Snowboardszene

bezeichnet. Das Phänomen der Szene wird im Folgenden nach Hitzler und Niederbacher (2010) definiert, das Phänomen des Szenesports nach Spale (2015).

2.1.2 Begriff Szene nach Hitzler und Niederbacher (2010)

Die soziologischen Theorien von Hitzler und Niederbacher (2010) über juvenile Vergemeinschaftungsformen bilden eine Basis innerhalb der Szeneforschung (vgl. Spale 2015: 32). Der Terminus der Szene beschreibt dabei treffend die spezielle Art der Gesinnungsgemeinschaft der Skateboarder und Snowboarder (vgl. Weiland 2012 und Spale 2015).

Nach Hitzler und Niederbacher (2010) beschreibt das Konzept der Szene die Strukturveränderungen durch erweiterte Medienmöglichkeiten, die vereinfachte Mobilität und die Distanzierung von traditionellen Bindungen. Sie verstehen unter einer Szene eine Art lockeres Netzwerk, in dem sich beliebig viele Personen und Personengruppen vergemeinschaften. Die Szenen sind lokal nicht begrenzt sondern bestehen als „globale Mikrokultur“ (ebd.:15). Es gibt keine festen formalisierten Mitgliedschaften, vielmehr stellen sich die Szenen offen und labil dar (vgl. ebd.: 15f.). Die Basis der „Gesinnungsgemeinschaften“ sind gemeinsame Interessen, also in den Sportszenen die jeweilige Sportart (ebd.). Die Szenen (z.B. die Snowboardszene) erscheinen zwar als unstrukturierte soziale Gebilde, differenzieren sich aber „in vielfältige, miteinander verwobene und nach verschiedenen Kriterien segmentierte Gruppen und Gruppierungen“ (ebd.: 20). Die Gruppen (z.B. nationale Snowboardgemeinschaften) treffen sich an lokalen Treffpunkten, wie etwa bei nationalen Meisterschaften, und kommen bei größeren Events wie der Weltmeisterschaft, mit anderen Gruppierungen zusammen. Diese Events werden vororganisiert, nach einheitlichen szenetypischen ästhetischen Kriterien gestaltet und sind mitverantwortlich für das „Wir-Gefühl“ innerhalb der Szene (ebd.: 22). Innerhalb der Szenen sind somit teilweise aufwändige Organisationsleitungen zu finden, die Raum für Kommerzialisierung lassen. In Sportszenen werden diese Lücken oft von Sportartikelherstellern geschlossen, welche zu Eventorganisatoren werden⁷. Die Kommerzialisierung erweitert die finanziellen Möglichkeiten, wodurch sich wiederum die Chancen für bezahlte Arbeit vergrößern und kreatives Handeln innerhalb der Szene ermöglicht wird (ebd.: 22).

Für die „posttraditionellen Formen der Gemeinschaftsbildung“ (Hitzler; Niederbacher 2010: 13) gilt ferner, dass insbesondere Jugendliche den „Sinn“ innerhalb der „eigenen“ freizeitorientierten Sozialräumen suchen. Dieses geschieht weniger in der Schule, Verein oder Nachbarschaft, wo sich die Jugendlichen ebenfalls begegnen und austauschen, sondern vielmehr an den Szenetreffpunkten, wo sie einerseits auf Gleichgesinnte treffen und der gemeinsamen Sportart nachgehen, andererseits tauschen sie Wissen und Erfahrungen bezüglich des

⁷ Für nähere Information zur Rolle von Marken in Szenesportarten siehe ausführlich Spale (2015).

gemeinsamen Interesses aus. Die „Szenegänger“ können ihre Sportart nicht den ganzen Tag ausüben, sie versuchen jedoch über spezifische Kleidung, Gestiken und Umgangsformen ihre Leidenschaft und Verbundenheit für die Sportart zu zeigen (Hitzler; Niederbacher 2010: 13 f.).

Hitzler, Bucher und Niederbacher (2001) erforschten viele verschiedene Jugend- und Sportszenen und entwickelten folgende Definition, welche auch in vorliegender Studie als Grundlage dienen soll:

„Szenen [...] sollen heißen: Thematisch fokussierte kulturelle Netzwerke von Personen, die bestimmte materielle und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen und Gemeinsamkeiten an typischen Orten und zu typischen Zeiten interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln“ (ebd.: 20).

Der Begriff der *Szene* für juvenile Gesellschaftsformen wird nur in der deutschsprachigen Literatur verwendet, in der englischen Literatur kommt er dem Begriff *subculture* nahe (vgl. Spale 2015: 54)

2.1.3 Begriff Szenesport nach Spale (2015)

Die oben beschriebene Konstruktion von Szenen nach Hitzler und Niederbacher (2010) lässt sich auf die Sportszenen übertragen (vgl. Spale 2015: 56). Die Szenesportarten beschreiben eine neue Form der Sportentwicklung, „welche sich durch die mittlerweile bis zu 40-jährigen Anhänger von den Jugendsportarten distanziert hat“ (Spale 2015: 19).

Bei den Szenesportarten stellen die ästhetische Bewegungsausführung sowie das dazugehörige Erlebnis den zentralen Fokus dar. Beim Snowboarden ist es z.B. das erlebte Gefühl bei der Ausführung der Sportart, welches die Szeneanhänger miteinander verbindet (vgl. Spale 2015: 111). Trotzdem kann es dabei zu subkulturellen bzw. politischen Erscheinungen kommen, insbesondere, wenn die Szenesportart in bestehende sportartfremde Verbandsstrukturen oder globale Sportorganisationen eingegliedert werden soll. Der Snowboardsport wird bspw. seit 1996 bis heute von dem internationalen Skiverband FIS vor dem olympischen Komitee IOC vertreten, was seither zu Widerstand in der Snowboardszene führt. Der Skateboardsport wurde 2016 vom IOC als olympische Disziplin anerkannt und wird ebenfalls von zwei sportartfremden internationalen Verbänden⁸ gemeinsam vor dem IOC vertreten, was auch in der Skateboardszene kontrovers diskutiert wird. Sowohl die Snowboard- als auch die Skateboardszene sehen darüber hinaus allgemein die Anerkennung bzw. Eingliederung ihrer Sportart von der bzw. in die globale Sportorganisation IOC und somit die Anerkennung als olympische Sportdisziplin mitunter kritisch (vgl. Passan 2014 o.S.; Weiland 2012: 94ff.)

⁸ Die International Skateboard Foundation ISF entstammt dem internationalen Radsportverband. Die Federation International de Roller Sports FIRS entstammt einem Rollschuhverband.

Für die Szenesportler stehen die Wahrung der Unabhängigkeit und die Betonung der Differenz gegenüber klassischen Sportarten im Vordergrund (vgl. Spale 2015: 111.).

Von besonderer Bedeutung ist weiterhin die Erweiterung der thematischen Reichweite der Sportszene. Für die Szenesportler geht es hierbei nicht nur um die Ausführung der gemeinsamen Sportart, vielmehr sehen sie diese als umfassenden Entwurf eines erstrebenswerten Lebensstils. Dieser Lebensstil wird mittels der Heroisierung von Idolen und Vermarktung ihrer Lebenspraxis inszeniert und an die Szene vermittelt. Die Szeneanhänger passen ihren Alltag an den Lebensstil an und versuchen ihm möglichst viel Raum zu geben. Es entsteht eine eigene Kultur von Szeneanhängern mit einheitlichen Wertvorstellungen, deren Identität durch spezifische Stilisierungsformen und Kommunikationsweisen aufgebaut wird und sich von anderen Sportkulturen differenziert (vgl. Schweer 2014: 149; Spale 2015: 112f.). Auf die Bildung der Szeneidentität (Kap. 2.2.2.1) wird später eingegangen.

Bei der Entstehung von Szenesportarten geht es also einerseits um die Entdeckung einer neuen Bewegungsform, andererseits um den subkulturellen Charakter, also darum, sich durch bestimmte Stilmerkmale explizit von anderen Erwachsenen, aber auch Jugendlichen zu unterscheiden. Die Entstehung und Merkmale der Szenesportarten hängen soziologisch betrachtet mit gesellschaftlichen Strukturen und Entwicklungsdynamiken zusammen, wie beispielsweise mit der Auseinandersetzung mit Widersprüchen im gesellschaftlichen Werte- und Normensystem (vgl. Spale 2015: 113f..).

In den meisten Szenesportarten haben sich durch Wettbewerbe und Kommerzialisierung gewisse Regeln etabliert. Diese Szenesportarten befinden sich daher im Spannungsverhältnis zwischen dem Sportsystemcode Sieg/Niederlage nach Cachay und Thiel (2000) und dem Lifestylesport nach Wheaton (2004: 4) bzw. zwischen dem sportlichen Grundgedanken des Wettbewerbs und den Freiheitsgedanken der Pioniere (vgl. Spale 2015: 19).

Somit befinden sich im Szenesport auch Szeneanhänger, die sich mit dem Sieg-/Niederlage Code nach Cachay und Thiel (2000), der in klassischen und in „olympisch anerkannten“ Sportarten als feste Norm gilt, kritisch auseinandersetzen (vgl. Spale 2015: 45f.).

Rund um die Sportarten haben sich Szenen mit eigenen Ritualen, Gesten und Sprachgebräuchen gebildet (vgl. Hitzler & Niederbacher 2010: 19). Der Zugang zu den Szenen kann sowohl durch Ausführung der Sportart, szenespezifisches Wissen (Eigenheiten und Merkmale der Subkultur und Szenewerte/-codes), als auch durch Interesse erlangt werden (vgl. ebd.). Hierbei handelt es sich um einen elementaren Unterschied zu traditionell organisierten Sportarten, welche nach systematischen Trainingsstrukturen innerhalb formeller Organisationen betrieben werden. Bei den Szenesportarten ist jedoch das Bestreben nach freien und flexiblen Bewegungszeiten ohne stets anwesenden Trainer zentraler Bestandteil. Die Praktizierungsräume und -zeiten werden vielmehr durch natürliche Gegebenheiten (wie vorteilhaft-

te Schneebedingungen beim Snowboarden oder trockener Asphalt beim Skaten) und die subjektive momentane Motivation des Szenesportlers bestimmt. Die Merkmale des Andersseins und der Drang nach Freiheit sind im Szenesport, wie auch bei den meisten Subkulturen, sehr wichtig. Die Identität der Szeneanhänger wird, neben dem Wissen und der Befolgung dieser Merkmale, durch die individuellen Ressourcen bestimmt. Hierbei bestimmt das soziale Kapital des Szeneanhängers seine Stellung innerhalb der Szene (vgl. Spale 2015: 46f.). Der Zugang zu den Szenen kann auch von soziodemographischen Merkmalen und Werten abhängig sein (vgl. Spale 2015: 20).

Nach Spale (2015: 55) teilen sich die Sportszenen in den Szenekern (Core), die Szeneanhänger und die Peripherie/Mainstream auf. Spale modifiziert das Zentrum-Peripherie-Modell von Hitzler und Niederbacher (2010: 27) und entwickelt folgende Abbildung:

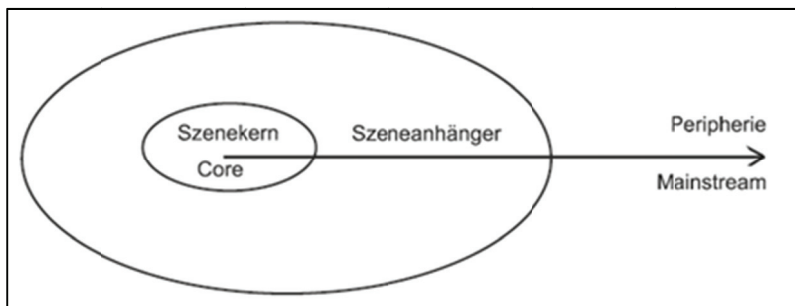


Abb. 1: Zentrum Peripherie Modell (Aus: Spale 2015: 55)

Als *Publikum bzw. Mainstream* werden alle diejenigen bezeichnet, die ein Interesse an dem Szenesport haben, aber meist nicht in Kontakt mit der Szene stehen, die die Szenewerte nicht verinnerlicht haben und in der Regel den Szenesport nicht ausführen, wie beispielsweise Teile der Zuhörerschaft bei massenmedialen Veranstaltungen. Die *Szeneanhänger* stehen in der Regel in Kontakt zu anderen Szeneanhängern oder Szenekernmitgliedern, haben die Szenenwerte verinnerlicht und führen meist den Szenesport selbst aus. Der *Szenekern* bildet sich aus elitären Gruppierungen von Insidern, die als solche Privilegien gegenüber den restlichen Szeneanhängern besitzen. Diese *Szenekernmitglieder* generieren und inszenieren szenerelevante Inhalte und ermöglichen dem Szenesport so, anders als klassische Sportorganisationen, den Aufbau von alternativen Netzwerkstrukturen mit unterschiedlichen Kernakteuren (vgl. Spale 2015: 56).

Diese alternative Organisationsform des Szenesports befindet sich, wie bereits erwähnt, zwischen Lifestyle- und Leistungssport und weist differenzierte Werte gegenüber formellen Leistungssportarten auf (vgl. Spale 2015: 18). Zum Szenekern gehören diejenigen Szeneakteure, welche die szenerelevanten Werte verinnerlicht haben und anwenden, gut vernetzt sind und in der Szene akzeptiert werden. Der Szenekern kann dabei auf die Sportszenen bezogen, als globaler Szenekern gesehen werden, welcher aus verschiedenen (lokalen) Szenekernen gebildet wird, die sich überregional vernetzen. Dabei ist aber nicht jeder Akteur eines