
Diplomarbeit

„Jugendliche und deren Prägung durch das soziale Lernen in Fanclubs mit Schwerpunkt Eishockey“



von
Sigrid Schableger

Im Rahmen der Ausbildung
Diplom Sozialpädagogin

Betreuer:
Mag. Dr. Michael Waidhofer

Linz, Dezember 2011
Network Akademie GmbH, Obergallsbach 13, 4714 Meggenhofen

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
1. Vorwort.....	4
2. Einleitung.....	5
3. Definition Fan.....	6
4. Sozialisation und soziale Identität der Fans.....	8
4.1. Sozialstruktur – Lebensführung – Fantum	8
4.2. Mehrebenenstrukturen von Sozialisationsprozessen.....	9
5. Die Gruppe.....	11
5.1. Die Gruppe als Selbstkategorisierung.....	11
5.2. Die Entstehungsprozesse von Gruppen.....	12
5.3. Gruppensozialisation.....	13
6. Das Jugendalter.....	14
6.1. Soziale Integration im Jugendalter.....	16
6.2. Selbstfindung und Identitätsfindung im Jugendalter.....	16
6.2.1. Voraussetzung für die Selbstfindung.....	17
6.2.2. Verlauf der Selbstfindung.....	18
6.2.3. Die Ebenen der Identitätsfindung.....	19
7. Soziale Kompetenzen.....	23
7.1. Facetten sozialer Kompetenz.....	26
7.2. Soziale Fertigkeiten.....	27
7.2.1. Modell der sozialen Fertigkeiten.....	28
7.3. Einflussfaktoren auf die soziale Kompetenz.....	30
7.3.1. Emotionale Kompetenz.....	31
8. Soziales Lernen.....	32
8.1. Soziale Lerntheorien.....	32
8.2. Lerneffekte und Prozesse des sozialen Lernens.....	33
8.3. Das Konzept der Selbstwirksamkeit.....	37
9. Fanarbeit in der Schweiz.....	40
9.1. Interview mit Fandelegerter Su Elsener.....	40
10. Nationales Rahmenkonzept.....	43
10.1. Der Auftrag.....	43
10.2. Das Ziel.....	43
10.3. Fankurven.....	44

10.4. Definition und Einbettung der Fanarbeit.....	45
10.4.1. Definition sozioprofessioneller Fanarbeit.....	45
10.4.2. Definition clubbezogener Fanarbeit.....	46
10.5. Sozioprofessionelle Fanarbeit.....	46
10.5.1. Methoden.....	46
10.5.2. Aufgaben.....	49
10.5.3. Anforderungsprofile.....	51
10.5.4. Strukturelle Voraussetzungen.....	52
10.6. Clubbezogene Fanarbeit.....	53
10.6.1. Funktion.....	53
10.6.2. Methodenansätze.....	55
10.6.3. Aufgaben.....	56
10.6.4. Anforderungsprofil.....	57
10.7. Modelle / Finanzierung.....	57
11. Fragebogen.....	59
11.1. Fragebogen „Jugendliche und deren Prägung durch das soziale Lernen in Fanclubs mit Schwerpunkt Eishockey“.....	60
12. Zusammenfassung.....	69
13. Literaturverzeichnis.....	71
14. Internetliteratur.....	72
15. Abbildungsverzeichnis.....	73
16. Ehrenwörtliche Erklärung.....	74
17. Anhang.....	75
17.1. Fragebogen.....	75

1. Vorwort

Das soziale Lernen ist eine der Grundvoraussetzungen für das Gelingen einer ‚offenen Gesellschaft‘. Soziale Kompetenz ist eine der Schlüsselqualifikationen für die globalisierte Welt von morgen, denn immer mehr Menschen beanspruchen Recht, Gerechtigkeit, Sicherheit und Wohlstand.

Wie sich das soziale Lernen im Fanclub auf die Jugendlichen auswirkt und ob sie unbewusst positive Erfahrungen mitnehmen, will ich im Zuge einer Befragung abklären.

Es ist eine Herausforderung dieses Thema zu bearbeiten. Beim Erstellen dieser Diplomarbeit habe ich von vielen Seiten Unterstützung bekommen. Sehr herzlich möchte ich mich bei der Fanarbeit Schweiz für die Zustimmung zur Verwendung des Rahmenkonzeptes und die Beantwortung meiner Fragen bedanken. Ebenfalls danke ich allen Fans, die einen Fragebogen ausgefüllt haben und den Fanclubs der Black Wings Linz für die gute Zusammenarbeit. Ein großer Dank geht an eine gute Freundin aus Villach, sie hatte viel Geduld mit mir und mich mit ihrer Kritik sehr unterstützt. Danke auch an meinen Freund, er hat mich bei dieser Arbeit sehr gestärkt und unterstützt. Weiters danke ich Mag. Dr. Michael Waidhofer für seine Betreuung.

2. Einleitung

„Ein Leben lang, immer wieder EHC“ ist einer der Liedertextpassagen der Eishockeyfanclubs der Black Wings Linz. Dieses Motto verfolge ich seit einigen Jahren selbst, vor allem seit ich die Funktion eines Beirates im Fanclub des Eishockeyvereins der Black Wings Linz übernommen habe.

Nach meinem Empfinden habe ich die Integration in den Fanclub als sehr sozial und angenehm wahrgenommen. Neue Freundschaften haben sich entwickelt und schon bald sind mir ein paar Aufgaben, die meinen Fähigkeiten entgegenkommen, im Fanclub übertragen worden. Diese stärken mich in meinem Selbstwert. Angenehm habe ich ebenfalls den Umgang der Fangemeinschaft untereinander wahrgenommen. Da ich auch viele Bekanntschaften zu Jugendlichen durch den Fanclub geschlossen und deren Integration in den Fanclub miterlebt habe, bin ich zu der Überlegung gekommen, wie der Fanclub das soziale Lernen der Jugendlichen prägt. Es besteht sehr viel Kontakt sowohl zu Gleichaltrigen als auch zu den anderen Altersgruppen.

Zudem verfolgen die Mitglieder eines Fanclubs oftmals das gleiche Hobby. Gemeinsam werden verschiedene Ausflüge, Fanfahrten und Veranstaltungen geplant. Das erfordert im Fanclub eine gute Teamentwicklung und auch Empathie, um auf die Bedürfnisse untereinander einzugehen.

Das Ziel meiner Arbeit besteht darin, mit Hilfe eines Fragebogens aufzuzeigen, dass ein Fanclub das soziale Lernen der Jugendlichen unterstützen kann.

3. Definition Fan

Im ersten Kapitel möchte ich näher auf die Definition ‚Fan‘ eingehen.

Explizite Definitionen des Begriffs ‚Fan‘ sind bisher selten. In der vorliegenden Definition von Roose, Schäfer und Schmidt-Lux stehen oftmals die Emotionen von Fans im Mittelpunkt. Als Kennzeichen für Fans erscheint aus der Sicht vieler Autoren eine emotionale Beziehung zu ihren Fanobjekten. Dies mag mit der Kurzform des englischen ‚fanatic‘ - also ‚Fanatiker‘ - zu tun haben. (vgl. Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 11-12)

Ein Fanatiker ist eine Person, ...

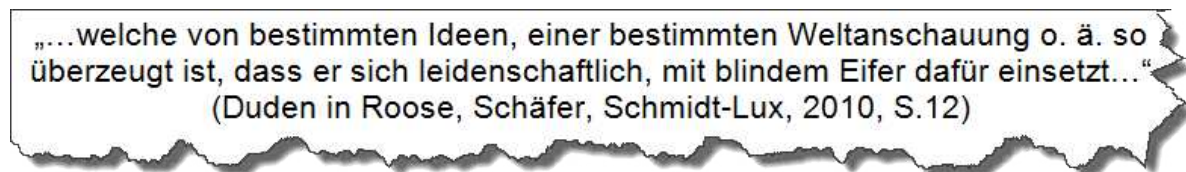


Abbildung 1: Fanatiker

Otte definiert als Fan eine Person, die einem in der Öffentlichkeit stehenden, nicht zum persönlichen Netzwerk gehörenden Objekt, Verehrung entgegen bringt. Als Verehrung ist eine gesteigerte Form von Wertschätzung gemeint.

Als Fanobjekt konzipiert Otte vor allem Personen, und zwar Einzelpersonen oder Personenkollektive (z. B.: Teams, Bands usw.), tot oder lebendig, denen Fans in parasozialen Beziehungen gegenüber stehen. (vgl. Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 74)

Fans machen sich bemerkbar in der Begeisterung beim Auftreten des Fanobjektes, in Anteilnahme an dessen Schicksal und in Trauer bei Niederlagen und Verlust.

Kognitiv ziehen die Fans selektive Wahrnehmung, Zuwendung und Erinnerungen nach sich und schaffen ein breites Wissen über das Fanobjekt. Daraus entstehen Verhaltensmanifestationen; Ein Fan investiert Zeit in das ‚Erleben‘ des Fanobjektes,

Definition Fan

zur Wissensaneignung und anschließender Auseinandersetzungen in Interaktionskontexten. (vgl. Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 75)

Somit investiert der Fan Geld in Besuche von Veranstaltungen, Medien und Fanclubmitgliedschaften. Fantum impliziert eine besondere, systematische Form des Konsums und das Sammeln objektbezogener Informationen. (vgl. Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 75)

4. Sozialisation und soziale Identität der Fans

Wie identifizieren sich Fans? Auf diese Frage möchte ich in diesem Kapitel näher eingehen. Weiters wird aufgezeigt, wie die Wechselwirkung der Mensch-Umwelt-Beziehung in der Sozialisationsforschung sich genauer darstellt.

Otte berichtet, dass Menschen schon in den ersten Lebensjahren Anregungen ausgesetzt sind, die von den Eltern und der Familie ausgehen. Diese Anregungen werden durch Imitation (Lernen am Modell) oder durch die Wirkung positiver und negativer Sanktionen (soziale Verstärkung) vom Heranwachsenden zum Teil übernommen. (vgl. Hurrelmann 2002 in Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 72)

Anregungen, die in der Kindheit und Jugend angeeignet werden, bleiben langfristig relativ stabil und verfestigen sich im Verhalten. (vgl. Bourdieu 1982 in Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 72)

Man spricht von einer sozialen Identität, wenn kategorienspezifische Sozialisationseinflüsse in mehreren Teilbereichen der Lebensführung wirksam werden (z. B.: in Form geschlechtsspezifischer Sport-, Medien- und Musikpräferenzen), als zueinander passend erlebt und mit der eigenen Zugehörigkeit zu einer sozialen Kategorie in Verbindung gebracht werden. (vgl. Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 72)

4.1. Sozialstruktur – Lebensführung – Fantum

Am Beispiel Sport

Bereits in der Kindheit und Jugend wird häufig lang anhaltendes Interesse für eine Sportart geweckt. Dieses Interesse wird angeregt durch Familie, Freunde oder Schule. Roose, Schäfer und Schmidt-Lux gehen davon aus, dass die Beteiligungsquoten hier höher liegen als im weiteren Lebensverlauf. Die aktive

5. Die Gruppe

Ein Fanclub ist eine Gruppe. Daher möchte ich in diesem Kapitel näher auf den Begriff der ‚Gruppe‘ eingehen und aufzeigen, dass sich Gruppen und deren Mitglieder gegenseitig beeinflussen.

Eine Gruppe weist bestimmte strukturelle Merkmale auf beispielsweise gemeinsame Motive oder Ziele, ein mehr oder weniger ausgearbeitetes System, gemeinsame Normen zur Regelung der zielgerichteten Aktivitäten sowie der zwischenmenschlichen Beziehungen, eine entwickelte Rollenstruktur, Kommunikationsstruktur und ein Gefühl der Gruppenzugehörigkeit. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 646)

Im soziologischen Bereich wird versucht, Gruppen als soziale Systeme zu verstehen. Homans spricht vom internen System der Gruppe in Abhebung zum externen System. Hierbei weisen Fischer und Wiswede besonders auf die Außenbezüge der Gruppe und da besonders der Integration in umfassende soziale Beziehungsnetze oder auf das Verhältnis zu anderen Gruppen hin. Über ihre funktionalen Beziehungen zum externen System wird den Systemen eine Tendenz der Selbststabilisierung zugesprochen. Diese Gruppen sind dann gekennzeichnet als Interaktionssysteme mit häufigen Austauschbeziehungen. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 647)

5.1. Die Gruppe als Selbstkategorisierung

Dabei wird die Sichtweise bezeichnet, Gruppen als kategorisierende Selbsteinschätzung zu betrachten. Es handelt sich um einen subjektivistischen Gruppenbegriff, der das Erleben der Mitgliedschaft sowie das Gefühl der Zugehörigkeit in den Vordergrund stellt. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 647)

6. Das Jugendalter

In dieser Arbeit untersuche ich hauptsächlich die Gruppe der Jugendlichen, wobei dieses Kapitel näher auf das Jugendalter eingeht. Ebenso wird die Selbst- und Identitätsfindung der Jugendlichen näher beschrieben.

Im Jugendalter werden Aufgaben und Rollen neu definiert. Jugendliche sind auf der Suche nach Vorbildern, Leitvorstellungen sowie Werten und Zielen, welche sich auch von denen der Eltern und Geschwister unterscheiden können. Zur Entwicklung von Unabhängigkeit und Eigenständigkeit ist diese Abgrenzung ein wichtiger Schritt. Die ‚Unabhängigkeit‘ wird daher im Sinne des Loslösen von den Eltern definiert. Dieser Prozess hilft den Jugendlichen, sich für sein Handeln selbst verantwortlich zu fühlen und Selbstwirksamkeit zu erfahren. Um Selbstsicherheit und Selbstvertrauen zu entwickeln, wird hiermit eine entscheidende Grundlage geschaffen. (vgl. Petermann, 2007, S. 20)

Ein Jugendlicher, welcher sich in einigen Bereichen von seiner Familie ‚unabhängig‘ machen kann, wird also auch in der Lage sein, für sein Handeln Verantwortung zu übernehmen. Dies ermöglicht ein eigenständiges Handeln, dem die Eigenständigkeit der Unabhängigkeit vorausgeht. Somit sind Eigenständigkeit und Unabhängigkeit nicht deckungsgleich. (vgl. Petermann, 2007, S. 20)

Obwohl die Jugendlichen unabhängig von den Eltern Entscheidungen treffen möchten, wollen sie die familiäre Geborgenheit und Versorgung nicht aufgeben. Hier kann nun ein Zielkonflikt entstehen, welcher zur Gleichgültigkeit führen kann, falls die Jugendlichen aus eigener Kraft keine Lösung mehr anstreben können. Das ist nur einer der möglichen Konflikte, die aus dem Verlangen nach Unabhängigkeit und Eigenständigkeit entstehen. (vgl. Petermann, 2007, S. 20, 21)

Massive Konflikte im Jugendalter können dann entstehen, wenn sich Jugendliche von einer Familienideologie loslösen wollen. (vgl. Petermann, 2007, S. 21)

7. Soziale Kompetenzen

In diesem Kapitel gehe ich näher auf die sozialen Kompetenzen und die damit verbundenen sozialen Fertigkeiten ein.

Bei der sozialen Kompetenz geht es um die Fähigkeit, Konflikte zu vermeiden oder zu bewältigen, die Möglichkeit andere Menschen zu motivieren, die Fähigkeit soziale Bindungen einzugehen, eine Liebesbeziehung aufzunehmen und zu bewahren, die Bereitschaft zu Kooperation, das Geschick bei Verhandlungen und um die Fähigkeit, sich selbst in Interaktionsbeziehungen positiv zur Geltung zu bringen. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 466) Die sozialen Kompetenzen beziehen sich auf alle Fertigkeiten, welche für ein zufrieden gestaltetes Zusammenleben erforderlich sind. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2001, S. 11)

Folgende Teilfertigkeiten werden für soziale Kompetenzen voraus gesetzt:



Abbildung 5: Übersicht der Teilfertigkeiten
(Eigene Darstellung)

An den Anforderungen einer Situation, den Ressourcen, den persönlichen Bedürfnissen der Beteiligten und an den gesellschaftlichen Normen orientieren sich die sozialen Fertigkeiten. Dazu zählen z. B.: Durchsetzungsvermögen, Selbstsicherheit, Kontakt- und Kooperationsfähigkeit. Sie dienen in der Entwicklung des Jugendlichen dazu, den Betroffenen einen akzeptablen Kompromiss zwischen sozialer Anpassung und persönlichen Bedürfnissen zu ermöglichen. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2001, S. 11)

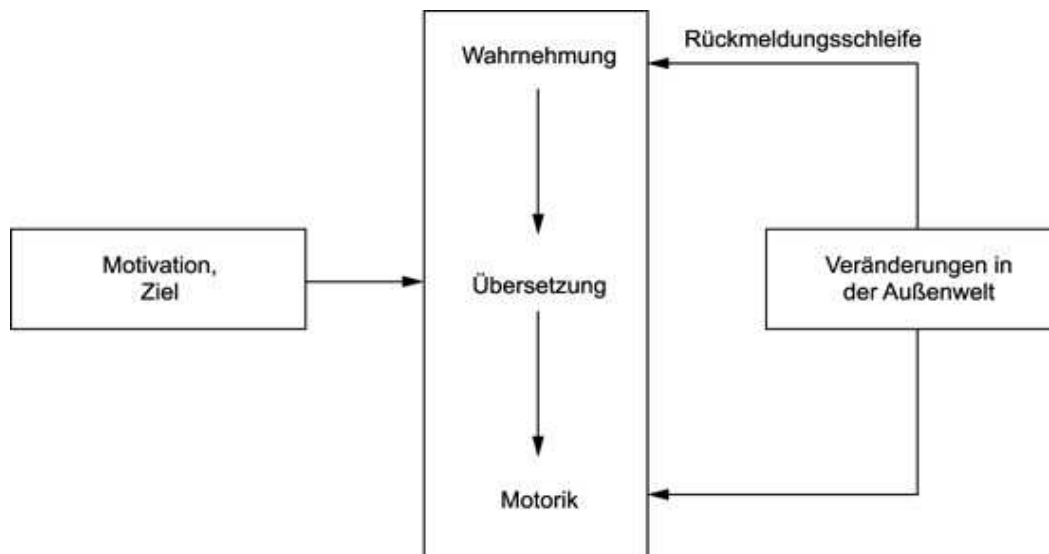


Abbildung 10: Das Modell sozialer Fertigkeiten nach Argyle
(http://db.medialine.de/PM1D/PM1DB/PM1DBF/ABB/F/Mafo_F_297_arial.gif)

Der Ausgangspunkt dieses Schemas ist irgendeine Motivation oder ein Ziel des Individuums z. B.: Streben nach positiver Einschätzung durch den Anderen.

Die Wahrnehmung informiert über den Interaktionspartner z. B. : über dessen Einstellung.

Zunächst kommt es hier auf die Wahrnehmungsgenauigkeit (Beobachtung non-verbaler Reize) sowie auf die Interpretationsangemessenheit (Wahrnehmung des Beobachters) an. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 466-468)

Nach entsprechenden Übersetzungsprozessen führen diese nun zu einer mehr oder weniger angemessenen Reaktion, z. B. : Auswahl bestimmter Argumente. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 466-468)

Die Konsequenz, welche durch dieses Handeln beobachtet wird z. B. : offensichtliche Akzeptanz des Arguments, bietet dann im Sinne einer Rückmeldung den Anlass zur Korrektur des eigenen Verhaltens. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 466-468)

Das Modell leistet Hilfe bei der Analyse der Mängel sozialer Fertigkeiten, womit es zur Grundlage besonderer Trainingsformen geworden ist, in welchen beispielsweise Wahrnehmungsgenauigkeit, Interpretationsangemessenheit und Situationsdeutung

sowie Reaktionsangemessenheit in spezifischen Situationen eingeübt werden. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 466-468)

7.3. Einflussfaktoren auf die soziale Kompetenz

Es gibt viele Faktoren, welche einen Einfluss auf die Ausprägung der sozialen Kompetenzen der Jugendlichen haben. Oftmals wird die Wechselbeziehung zwischen emotionaler und sozialer Kompetenz betont. Es wird davon ausgegangen, dass eine hohe emotionale Kompetenz die Grundlage für die Entwicklung sozial kompetenten Verhaltens darstellt. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2001, S. 16)

Soziale Interaktionen und Beziehungen werden von Emotionen begleitet, beeinflusst und definiert. Zum Beispiel sind Jugendliche, welche fähig sind, die Gefühle von anderen Personen nachzuempfinden (Empathie), in ihrem Verhalten prosozialer und bei Gleichaltrigen beliebter. Die Fähigkeit, eigene Emotionen und das darauf bezogene Verhalten zu regulieren und konstruktiv mit stressigen Situationen umzugehen, zeigt ebenfalls eine hohe soziale Kompetenz und eine größere Beliebtheit bei Gleichaltrigen. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2001, S. 17)

Jugendliche lernen z. B. : den Ärger im Ausdruck zu reduzieren (cool zu bleiben) und den Ausdruck von Triumph bei Fehlschlägen eines Anderen oder von Neid bei Erfolgen anderer zu kontrollieren, um Zurückweisung durch Gleichaltrige zu vermeiden.

Besonders gefährdet, Verhaltensstörungen zu entwickeln, sind Jugendliche, die ihre Emotionen nicht angemessen regulieren können (z. B.: sich aggressiv verhalten, wenn sie wütend sind). (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2001, S. 17)

8.2. Lerneffekte und Prozesse des sozialen Lernens

Es wird von drei verschiedenen Lerneffekten ausgegangen:

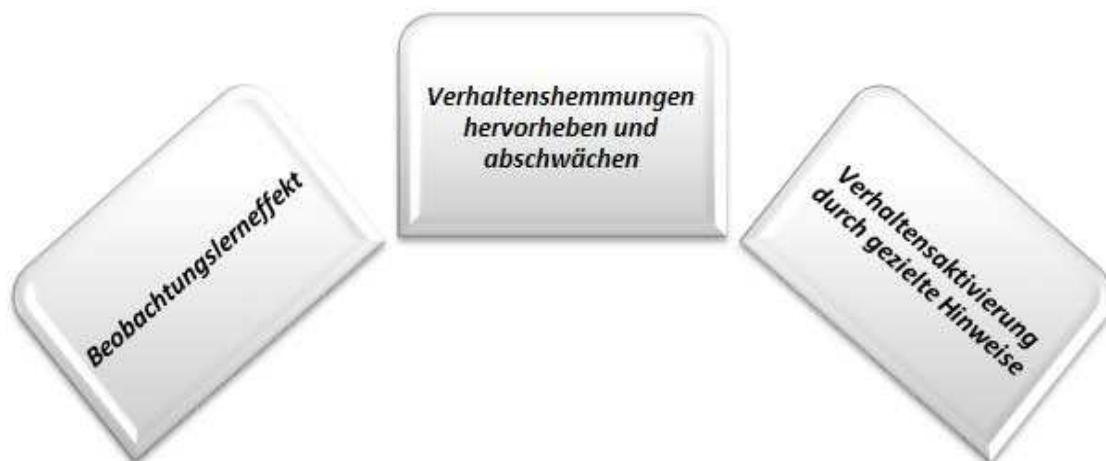


Abbildung 12: Übersicht der Lerneffekte
(eigene Darstellung)

1) **Beobachtungslerneffekt**

Durch das Beobachten und Nachahmen eines ‚Modells‘ wird ein neues Verhalten erworben.

2) **Verhaltenshemmungen hervorheben und abschwächen**

Hemmungen und Verhaltensweisen, welche der Beobachter schon vorher gelernt hat, können durch das Beobachten von Modellen verstärkt oder abgeschwächt werden. Diese erfolgt durch die Beobachtungen von strafenden oder belohnenden Konsequenzen bei der Modellperson.

3) **Verhaltensaktivierung durch gezielte Hinweise**

In welchen Situationen ein bestimmtes Verhalten eingesetzt werden kann und in welchen nicht, wird durch das Diskriminationslernen verdeutlicht. Dabei wird nicht unbedingt ein neues Verhalten erlernt, sondern auf das bereits vorhandene Verhaltensrepertoire zurückgegriffen. (vgl. Petermann, Jugert, Rehder, Notz, 2011, S. 39)

Damit soziales Lernen erfolgen kann, müssen die von Bandura (1986) benannten vier Prozesse durchlaufen werden:

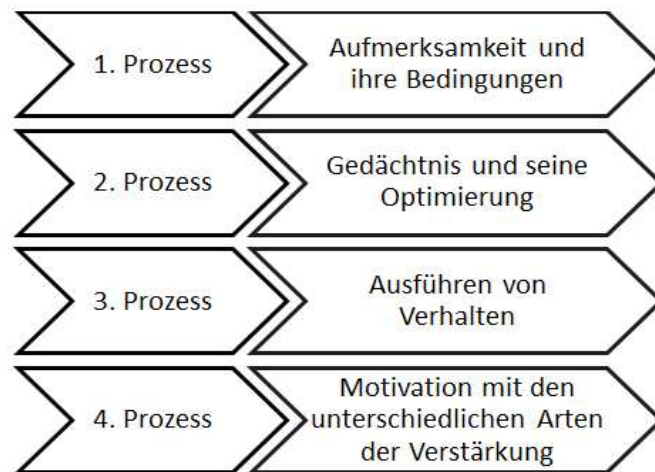


Abbildung 13: Prozesse des sozialen Lernens
(vgl. <http://www.lern-psychologie.de/kognitiv/bandura.htm>, 2011)

Diese Prozesse bilden die Voraussetzung dafür, dass das Verhalten von Modellen übernommen werden kann. Wenn sozial angemessenes Verhalten trotz mehrmaliger Darbietung von Modellen nicht gezeigt wird, dann muss angenommen werden, dass die vier Prozesse nicht vollständig durchlaufen wurden. (vgl. <http://www.lern-psychologie.de/kognitiv/bandura.htm>, 2011)

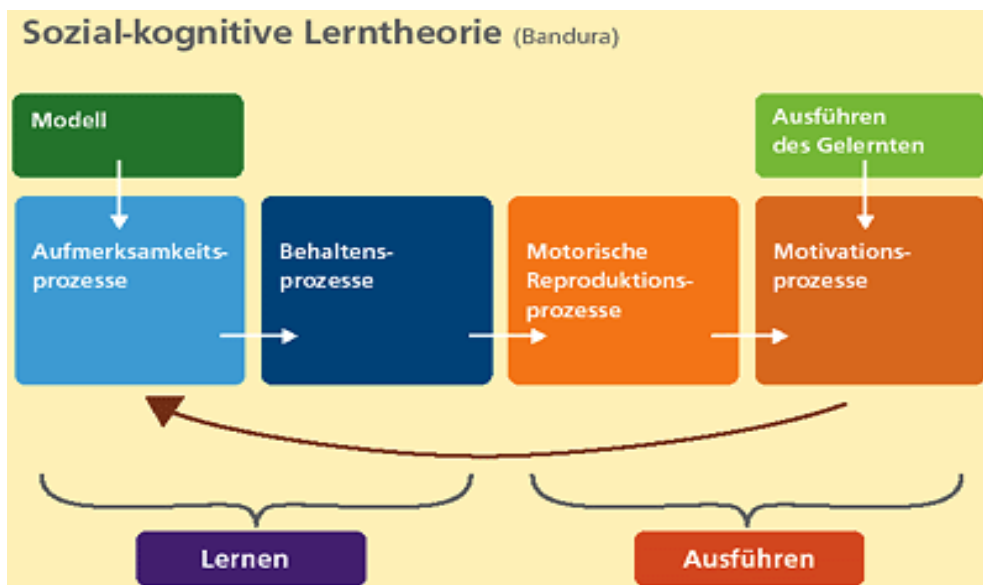


Abbildung 14: Vom Modell zum Verhalten
(vgl. http://www.waldwissen.net/lernen/paedagogik/lwf_lernpsychologie/index_DE)

1) Prozess: Aufmerksamkeit und ihre Bedingungen

Der Jugendliche konzentriert seine Aufmerksamkeit auf das Modell und beobachtet es. Er schaut genau hin und nimmt dabei das Modell bewusst wahr. Dabei wählt der Jugendliche Verhaltensweisen aus, die ihn besonders interessieren. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 40)

Die Wahrnehmung sozialer Geschehnisse spielt eine herausragende Rolle. Einen wichtigen Teilprozess stellt diese beim Beobachtungslernen dar. Jedoch bietet alleine die Darbietung von Modellen noch nicht die Garantie dafür, dass genügend Aufmerksamkeit entwickelt wird. Das Modelllernen ist erfolgreich, wenn die Aufmerksamkeit geweckt, aufrechterhalten und gegebenenfalls erhöht wird. Hierbei sind die Merkmale der Modellperson, ihr Status, ihre Kompetenz und Sachkenntnis von Bedeutung. Die Aufmerksamkeit der Jugendlichen lenkt unter anderem die Abhängigkeitsbedürfnisse, Selbstwertgefühle und die Einschätzung der eigenen Kompetenzen. Ebenfalls spielen die Klarheit und Strukturiertheit der Handlungssituation und des Handlungsablaufes (Reizbedingungen) eine Rolle. In der Deutlichkeit, dem Aufforderungscharakter, der Komplexität sowie dem funktionalen Wert des beobachteten Verhaltens liegen weitere Merkmale der Reizsituation. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 40)

2) Prozess: Das Gedächtnis und seine Optimierung

Das beobachtete Verhalten ist im Gedächtnis bildlich oder verbal gespeichert worden und kann manchmal erst längere Zeit nach dem Beobachten gezeigt werden. Wenn komplexe Handlungsabläufe vorliegen, werden diese symbolisch in Form von Worten oder Bildern kodiert. Hierbei kann es zu Wahrnehmungsverzerrungen kommen, da oft nicht das Wesentliche mit seinen Details behalten wird, sondern eine individuelle Übersetzung davon. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 40)

3) Prozess: Ausführen von Verhalten

In diesem Prozess wird das beobachtete Verhalten nachgeahmt, indem sich der Jugendliche durch das Wiederholen der Bewegungsabläufe an das gespeicherte Verhalten erinnert. (vgl. <http://www.lern-psychologie.de/kognitiv/bandura.htm>, 2011)

Dieses Ausführen des vorher beobachteten Verhaltens setzt physische Fähigkeiten und Verfügbarkeit von Teilreaktionen voraus. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 41)

4) Prozess: Motivation und Verstärkung

Modelllernen hat stattgefunden, wenn die eben genannten drei Prozesse durchlaufen wurden. Ob dieses Verhalten auch in Zukunft gezeigt wird, hängt wesentlich von der Motivation ab. Nach Bandura (1986) erfolgt die notwendige motivierende Verstärkung durch die direkten äußeren Anreize wie die materielle Verstärkung in Form von Geld, Essen oder neuer Kleidung, sowie durch die soziale Verstärkung durch Lob, Anerkennung und Zuwendung. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 41)

Wenn der Jugendliche eine Modellperson beobachtet, welche für ein gezeigtes Verhalten belohnt wird, dann spricht man von stellvertretender Verstärkung. Der lernende Beobachter wird hierbei gleichzeitig mitbekräftigt und dazu veranlasst, das Verhalten ebenfalls zu zeigen. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 41)

Durch die Selbstverstärkung werden viele komplexe soziale Lernprozesse beeinflusst. Die Selbstverstärkung besteht darin, sich für die Erreichung eines Zieles zu belohnen oder im Falle eines Nichterreichens auf die Belohnung zu verzichten. (vgl. Petermann und Petermann in Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 41)

9. Fanarbeit in der Schweiz

In diesem Kapitel möchte ich die Fanarbeit in der Schweiz näher beschreiben, obwohl ich finde, dass die Fanarbeit beim Eishockeysport in Österreich auch sehr sinnvoll ist.

Im österreichischen Fußball existiert zwar bereits eine Fanarbeit, welche jedoch noch in den Kinderschuhen steckt. (vgl. <http://fairplay.vidc.org/fanarbeit/fanarbeit-in-oesterreich>, 2011)

Aufgrund der steigenden Besucherzahlen bei den Eishockeyspielen und der Interessenskonflikte der Fans wurde die Fanarbeit in der Schweiz gegründet. Die Fanarbeit richtet sich grundsätzlich an Fans mit Bedürfnissen und an spezielle Zielgruppen. (vgl. <http://www.fanarbeit.ch>, 2011)

Für meine offenen Fragen, stellte sich eine Fandeleigierte von der Schweiz für ein schriftliches Interview zur Verfügung.

9.1. Interview mit Fandeleigierter Su Elsener

Frage: Was ist der Hintergrund von der Gründung des Projektes ‚Fanarbeit‘. Aus dem Konzept entnehme ich, dass die steigenden Zuschauerzahlen und die Interessenskonflikte der Fans die Gründe sind. Gibt es speziell zu Eishockey noch andere Hintergründe? Wie wirkten sich die Interessenskonflikte auf die Fans untereinander aus?

Fr. Elsener: *„In den Playoffs 2001 gab es Ausschreitungen zwischen Züricher- und Luganofans. Als Reaktion darauf verlangte die Liga von jedem Club NLA/B einen Fandeleigierten, eine Person, die als Scharnier zwischen Club und Fans agiert und die Belange der Fans ernst nimmt. Mit Interessenskonflikte vermute ich, dass du die unterschiedlichen*

Mentalitäten der Fans und Zuschauer meinst. Dieser Graben ist immer mal wieder tiefer und weniger tief, zieht sich aber schon zwischen den ultraorientierten Fans und dem Rest hindurch. Seit nunmehr sieben Jahren arbeite ich mit den beiden Seiten am Dialog und die tiefe Abneigung der ersten Jahre ist einem gewissen Konsens gewichen. Mittlerweile werden Konflikte direkt am Tisch ausgetragen.“

Frage: In dem Konzept ist vermerkt, dass sich in der Fankurve des Eishockeys vermehrt junge ultraorientierte Gruppierungen bemerkbar machten und dass der klassische Hooliganismus kaum mehr erkennbar ist. Wie wurde bei diesem Problem vorgegangen?

Fr. Elsener: *„Es gab kein extra ‚Anti-Hool-Projekt‘. Es hat sich einfach mehr zum Fußball verlagert, wahrscheinlich weil die Masse da größer ist oder der Hooliganismus im Eishockey nie besonders verbreitet war. Eine endgültige Antwort kann ich dir da nicht geben, weil ich nie mit dem Problem zu tun hatte.“*

Frage: In meiner Arbeit behandle ich hauptsächlich das soziale Lernen von Jugendlichen in Fanclubs (Eishockey). Wurde bei euch im Fanclub die Erfahrung gemacht, dass sich die sozialen Fähigkeiten der Jugendliche durch Einfluss der älteren Fanclubmitglieder gesteigert haben?

Fr. Elsener: *„Ich bin in keinem Fanclub Mitglied, es ist uns wichtig, dass die Fandelegierten unabhängig sind. Mit den offiziellen Fanclubs (OFC) besprechen wir diese Thematik öfters. Es ist kein einfaches Unterfangen, neue, junge Mitglieder zu bekommen, die nicht im eigenen Umfeld eh schon sind. Aber der positive Einfluss der älteren Fans auf die Jüngeren ist eindeutig bemerkbar. Ich selber habe eher ein Augenmerk auf die Jungen in der ultraorientierten Szene und da nehmen auch die Alten auch Einfluss. Die Selbstregulierung der Fangruppe funktioniert.“*

Frage: Haben sich die Umgangsarten der Mitglieder durch die Fanarbeit verändert bzw. verbessert?

Fr. Elsener: *„Ich denke schon, dass der intensivere Dialog und die gewisse Geborgenheit positiv wirken. Die Fans wissen, dass sie Gehör finden und dass sie ernst genommen werden. So können sie sich einbringen und an der kreativen Umsetzung der Fankultur mitwirken. Somit muss nicht mit Aggression agiert werden.“*

Frage: Können sich die Jugendlichen bzw. die Mitglieder auch mit privaten Problemen an die Fanarbeit wenden?

Fr. Elsener: *„Ganz klar ja. Von beruflichen bis zu privaten Sorgen kann alles mit mir besprochen werden. Vor allem Jugendliche mit Schwierigkeiten in der Lehre sind häufig froh, wenn sie in mir eine Ansprechperson finden, welche niederschwellig genutzt werden kann.“*

Danke für das Interview!

10. Nationales Rahmenkonzept

In diesem Kapitel stelle ich das nationale Rahmenkonzept aus der Schweiz vor. Frau Linda Hadron von der Fanarbeit Schweiz hat mir dieses Konzept für meine Diplomarbeit zur Verfügung gestellt. Das Rahmenkonzept wird hier nur auszugsweise wiedergegeben und ich habe jene Teile übernommen, welche für die Arbeit relevant sind.

Die gesamten nachfolgenden Informationen dieses Kapitels stammen von folgender Quelle:

<http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/de/home/themen/foerderung/breitensport/fairness/gewaltbekaempfung.parsys.15404.downloadList.16222.DownloadFile.tmp/rahmenkonzeptfanarbeitfinalv.pdf>

10.1. Der Auftrag

Der ‚nationale Runde Tisch zur Bekämpfung von Gewalt im Umfeld von Sportveranstaltungen‘ des Chefs VBS erteilte am 23. Juni 2009 den Auftrag, ein Rahmenkonzept für die Fanarbeit in der Schweiz zu erarbeiten. Im Rahmen des Projektes ‚Sicherheit im Sport‘ wurden die entsprechenden Arbeiten an die Dachorganisation der sozioprofessionellen Fanarbeit, Fanarbeit Schweiz (FaCH), delegiert.

10.2. Das Ziel

Dieses Rahmenkonzept beschreibt Modelle einer nachhaltigen Fanarbeit auf lokaler Ebene, regelt die nationale Koordination sowie die Zusammenarbeit und beschreibt die Aufgaben der Akteure.

Zudem beinhaltet es:

- ◆ Methodische Grundlagen
- ◆ Anforderungsprofile
- ◆ Eine Beschreibung der notwendigen strukturellen Voraussetzungen und Vorschläge für deren Finanzierung

Das Konzept ist ein Gemeinschaftswerk der verschiedenen Akteure und Verantwortlichen des Bereichs Fanarbeit und soll die Grundlage für sämtliche Maßnahmen im Bereich der präventiven Fanarbeit sein. Es soll beim Aufbau neuer lokaler Fanarbeit helfen und diese in einen Gesamtrahmen stellen.

Nach Verabschiedung des Rahmenkonzeptes erarbeiten die verschiedenen Akteure im Fußball und Eishockey zusammen mit Fanarbeit Schweiz einen Umsetzungsplan zur Erreichung der Ziele auf lokaler und nationaler Ebene.

10.3. Fankurven

Mit der Zunahme der Zuschauerzahlen in den vergangenen Jahren hat auch ein Wachstum in den Schweizer Fankurven stattgefunden. Immer mehr Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 15 bis 25 Jahren leben ihr ‚Fan sein‘ in den meist getrennten Fankurven aus, welche sich so zu einem bedeutenden jugendkulturellen Standbein der jeweiligen Stadt und Region entwickeln. Im Wissen, dass wirtschaftliche Interessen zunehmend wichtig werden, entstanden auch Wertvorstellungen, die sich gegen die Kommerzialisierung und Modernisierung richtet. Dies vor allem aus Angst, in dieser Eventisierung als Fankurve bzw. Fangruppierung keinen Platz mehr zu haben.

In der Fankurve des Eishockeys machen sich vermehrt junge ultraorientierte Gruppierungen bemerkbar. Hier ist der klassische Hooliganismus kaum mehr erkennbar.

Ultraorientierte Fangruppierungen zeigen eine situative Gewaltbereitschaft. Oder sie planen gezielt destruktive Aktionen, wie z. B.: Eingangsturm, Aufeinandertreffen von rivalisierenden Gruppierungen etc. Gesetzesübertretungen werden teilweise bewusst zur Provokation und zur Machtdemonstration eingesetzt, weil gewisse Regeln als Hindernis zum Ausleben der Fankultur betrachtet werden. Dies kann für die Beziehung Verein - Fankurve belastend sein. Zudem können unbeteiligte Matchbesucher dabei in Mitleidenschaft gezogen werden.

10.4. Definition und Einbettung der Fanarbeit

10.4.1. Definition sozioprofessioneller Fanarbeit

Sozioprofessionelle Fanarbeit ist eine berufliche Tätigkeit, welche die Methodik der sozialen Arbeit im Umfeld von Sport-Fans anwendet. Die Arbeit richtet sich hauptsächlich an Menschen oder Gruppen im Sozialraum Fankurve, motiviert diese zur aktiven Gestaltung ihres Lebensraumes und schlägt Brücken zu den verschiedenen Interessensgruppen. Bei persönlichen Problemen oder Krisensituationen unterstützt die sozioprofessionelle Fanarbeit den Fan dabei, die aktuellen Herausforderungen zu bewältigen. Da die Nutzer einer Fankurve größtenteils im Alter zwischen 15 und 25 Jahren sind, orientiert sich die sozioprofessionelle Fanarbeit methodisch schwergewichtig an den Ansätzen der Jugendarbeit. So gehen sozioprofessionelle Fanarbeitende dorthin, wo sich die Fans befinden und fördern eine aktive, kreative und tolerante Fankultur. Dabei beachten sie, dass sich die Fans in einem sozialen Raum aufhalten, dem sie eine spezielle Bedeutung geben, und treten dort als Vermittler zwischen Sozialraumnutzer (Fans) und Sozialraumverwalter (Verein, Stadionbetreiber) auf.

Fanarbeit betrachtet Fans bzw. die Fankurve nicht in erster Linie als Risikofaktor, sondern als Menschen bzw. als soziale Bewegung mit kreativen Ressourcen und Potenzialen, die es zu fördern und anzuerkennen gilt.

10.4.2. Definition clubbezogener Fanarbeit

Mit clubbezogener Fanarbeit gestalten Vereine die Beziehung zu den Anhängern ihres Clubs aktiv. Auf der Basis der gemeinsamen Ziele (Durchführung von stimmungsvollen Fußball- und Eishockeyveranstaltungen) widmet sich die clubbezogene Fanarbeit der Beziehung zwischen Zuschauern und Club. Der Club ist sich bewusst, dass die treuen Anhänger eine besondere Rolle spielen. Mit der Person des Fanverantwortlichen stellt der Club einen Ansprechpartner für die Anliegen der Fans zur Verfügung. Umgekehrt dient der Fanverantwortliche als Sprachrohr des Clubs zu den Fans.

Sozioprofessionelle wie auch clubbezogene Fanarbeit distanziert sich von gewalttätigem, rassistischem und sexistischem Fanverhalten sowie von gesetzes- oder reglementwidrigem Verwenden von Pyrotechnik. Die geltenden Gesetze und Reglementes sind Rahmenbedingungen der Fanarbeit. Dies bedeutet einerseits, gesetzwidrigem Handeln von (jungen) Fans Grenzen zu setzen bzw. dessen Verharmlosung oder Tolerierung entgegenzutreten, auf das Unrecht hinzuweisen und Entschuldigungsmechanismen (z. B.: Alkoholkonsum, Gruppendruck, usw.) aufzubrechen. Andererseits gilt es der Kriminalisierung von Fans entgegenzutreten, ihre Bedürfnisse und Anliegen ernst zu nehmen und ihr Wirken anzuerkennen.

10.5. Sozioprofessionelle Fanarbeit

10.5.1. Methoden

Definition der Sozialen Arbeit

Für diese wurde an der Weltkonferenz des IFSW (International Federation of Social Workers) vom Juli 2000 in Montreal, Kanada folgende Definitionen festgelegt:

11. Fragebogen

In diesem Kapitel möchte ich näher auf den Fragebogen eingehen und die Auswertung meiner Umfrage darstellen.

Mit einem Fragebogen ist es möglich, in ökonomischer Form große Gruppen von Personen zu befragen. (vgl. Kallus, 2010, S. 128) Eine standardisierte Befragung mit dem Fragebogen ist eine wichtige Säule im Methodenrepertoire in vielen Bereichen wie z. B.: der Psychologie, der Pädagogik oder der Sozialwissenschaft. (vgl. Kallus, 2010, S. 127).

Die Fragen werden schriftlich im Papier-Bleistift-Format, im Rahmen einer Internetbefragung direkt in elektronischer Form oder im Rahmen standardisierter Interviews mündlich im persönlichen Dialog bzw. Telefoninterview vorgegeben. Ein qualitativ orientiertes Interesse steht in den meisten Fällen im Vordergrund. (vgl. Kallus, 2010, S. 127)

Wie geht es den Jugendlichen wirklich in einem Fanclub? Diese Frage kann nur direkt von den Jugendlichen selbst beantwortet werden. Aus diesem Grund habe ich einen Fragebogen zusammengestellt. Zuerst war meine Überlegung, diesen online ausfüllen zu lassen. Doch ich wollte vor allem die Jugendlichen dazu motivieren den Fragebogen zu beantworten und ihnen die Möglichkeit geben, sich bei offenen Fragen persönlich an mich wenden können. Daher habe ich mich entschieden, direkt in der Eishalle und bei den Auswärtsfahrten auf die Jugendlichen zuzugehen.

Bei der Auswertung des Fragebogens habe ich unterschieden zwischen Jugendlichen im Alter von 12 bis 22 Jahre und Personen, die älter als 22 Jahre sind und als Jugendliche bereits einem Fanclub beigetreten sind. Diese Personengruppe hat in der eigenen Reflexion den Fragebogen ausgefüllt.

Im nächsten Kapitel stelle ich das Ergebnis in Diagrammen dar. Der Fragebogen ist im Anhang der Diplomarbeit beigefügt.

11.1. Fragebogen „Jugendliche und deren Prägung durch das soziale Lernen in Fanclubs mit Schwerpunkt Eishockey“

Im Zeitraum vom 1. Oktober bis zum 30. Oktober 2011 habe ich in den Eishallen Linz und Villach eine Umfrage mittels Fragebogen durchgeführt. Dabei wurde unterschieden zwischen Jugendlichen im Alter von 12 und 22 Jahren und Erwachsenen im Alter von 23 und 31 Jahren. Die Erwachsenen ab 23 Jahren wurden aufgefordert, den Fragebogen reflektierend in deren Jugendzeit im Fanclub auszufüllen.

Bei den folgenden Diagrammen ist als Wert immer in der Anzahl von Personen angegeben.

Insgesamt wurden 60 Personen befragt, welche Mitglieder in einem Fanclub sind. 37 Jugendliche waren zwischen 12 und 22 Jahre alt, 16 Jugendliche sind im Alter von 17 Jahren, 20 Jahren und 22 Jahren.

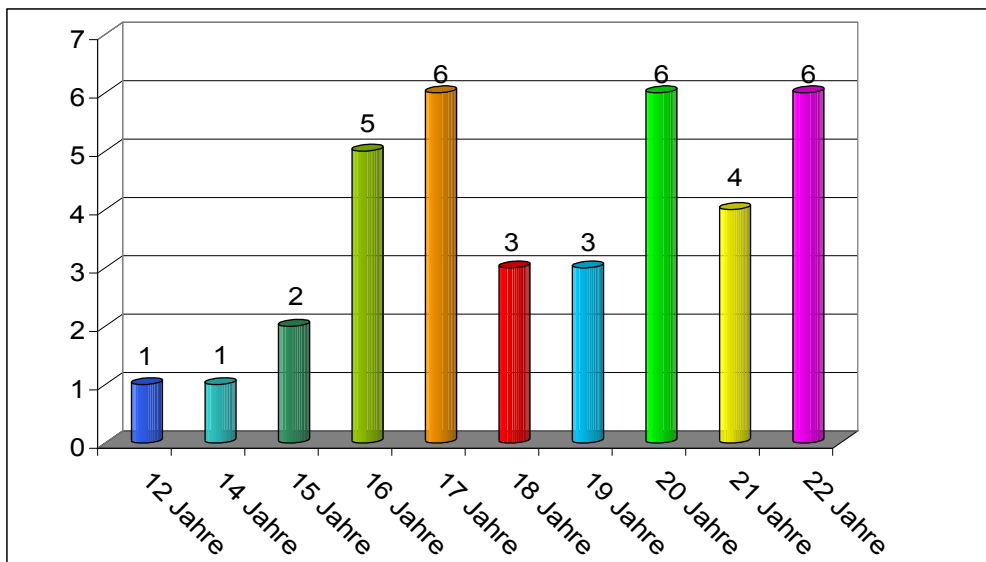


Abbildung 18: Altersaufteilung der Jugendlichen

Fragebogen

Bei den Erwachsenen wurden 23 Personen im Alter von 23 bis 31 Jahren befragt. Voraussetzung für die Befragung bei den Erwachsenen war, dass diese bereits im Jugendalter bei einem Eishockeyfanclub Mitglied waren.

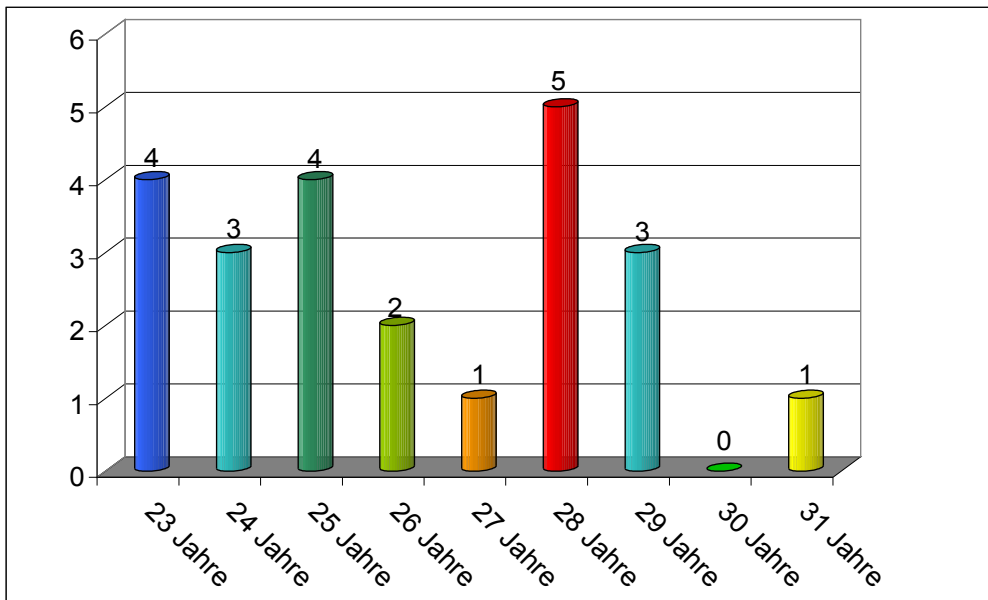


Abbildung 19: Altersaufteilung der Erwachsenen

Bei der Befragung zeigte sich, dass 73 % aller befragten Fanclubmitglieder männlich und 27 % weiblich sind. Bei den Jugendlichen handelt es sich um 78 % männliche und 22 % weibliche Befragte. Bei den Erwachsenen sind 35 % weibliche Personen, welche einen Fragebogen ausgefüllt haben.

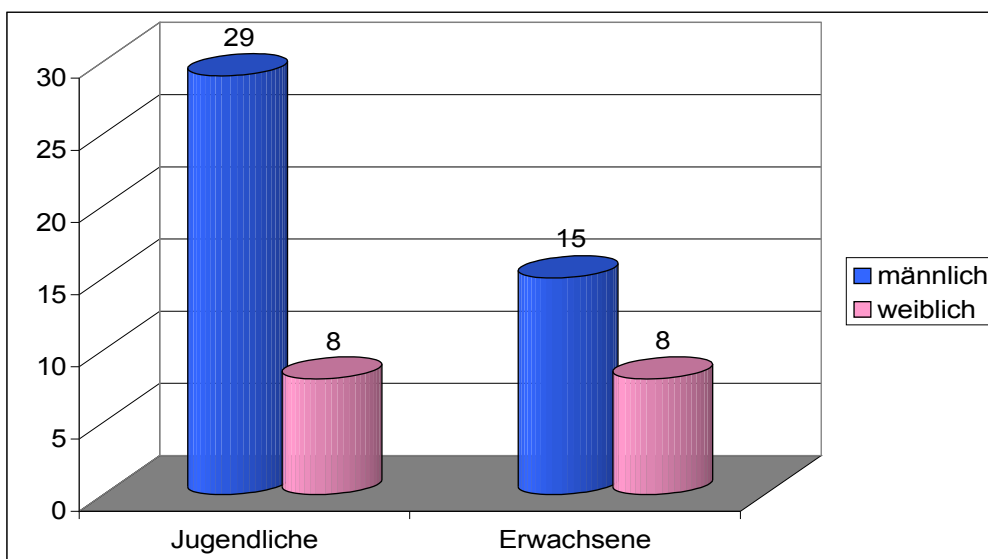


Abbildung 20: Aufteilung der Befragten nach Geschlecht

Die Auswertung hat ergeben, dass 65 % der Befragten bereits beruflich tätig sind. Auch bei den Jugendlichen stehen bereits 51 % im Berufsleben.

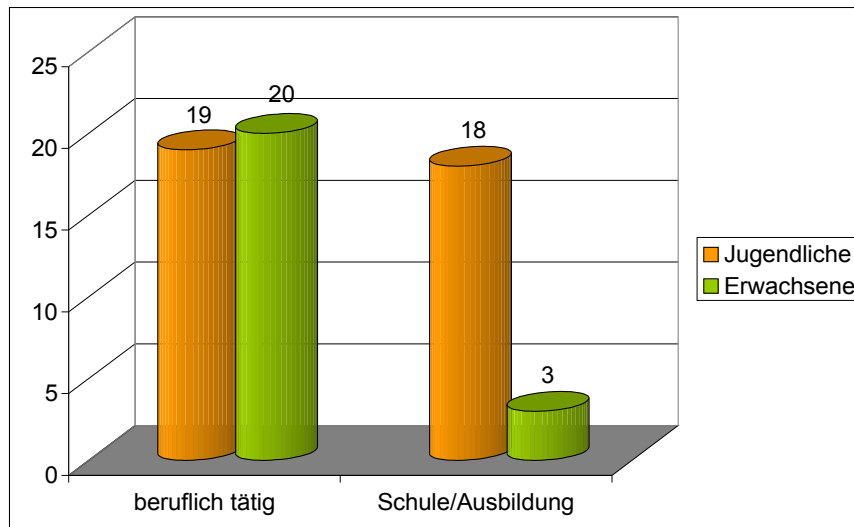


Abbildung 21: Aufteilung der Befragten nach Beruf und Schule/Ausbildung

Bei der Frage 4 zeigt das Ergebnis, dass das Interesse am Eishockeysport bei 68 % der Befragten durch Freunde und 37 % durch die Familie geweckt wurde. Bei den Jugendlichen wurde das Interesse bei 48 % durch Freunde und bei 30 % durch die Familie geweckt.

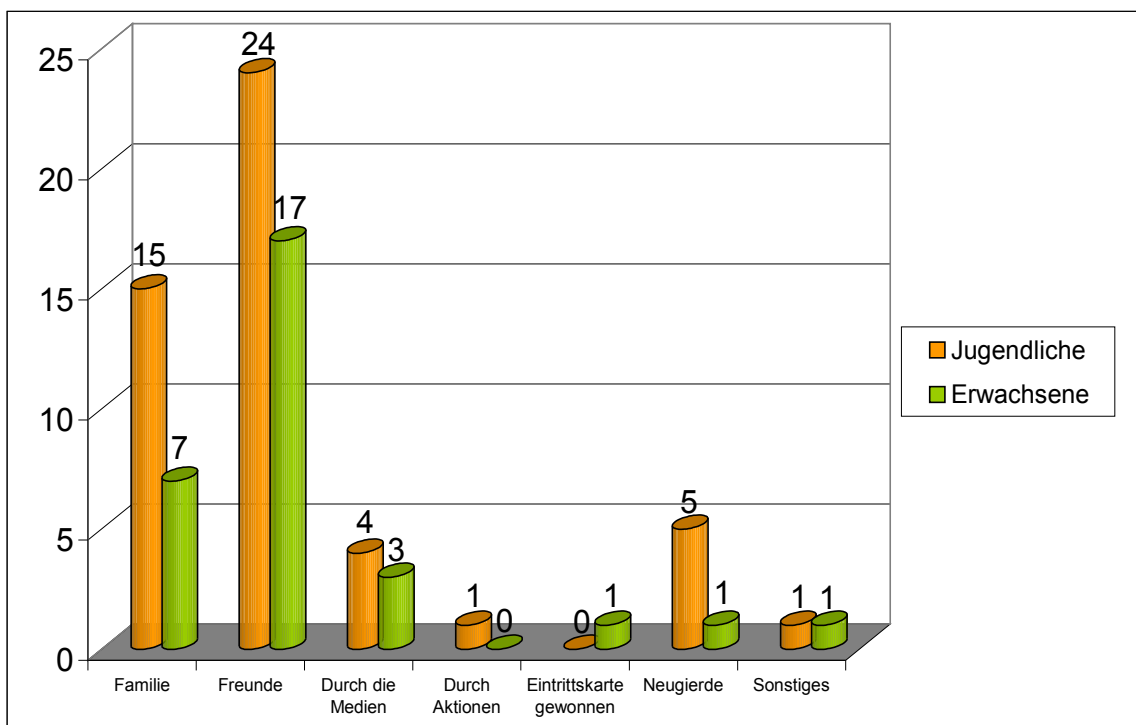


Abbildung 22: Interesse am Eishockeysport

Wie bereits Rosse, Schäfer und Schmidt-Lux festgestellt haben, wird das Interesse hauptsächlich durch die Familie und Freunde geweckt. (vgl. Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 79)

Das folgende Diagramm zeigt die Auswertung der Fragen 5 und 6, seit welchem Saisonjahr die Eishockeyspiele besucht werden und in welchem Jahr sie einem Fanclub beigetreten sind. Laut der Auswertung nehme ich Rückschluss, wie viele Jahre es vom regelmäßigen Besuch der Eishockeyspiele bis zum Beitritt in einen Eishockeyfanclub dauern kann. Hier ist ersichtlich, dass 28 % aller befragten Personen innerhalb von einem Jahr einem Fanclub beigetreten sind.

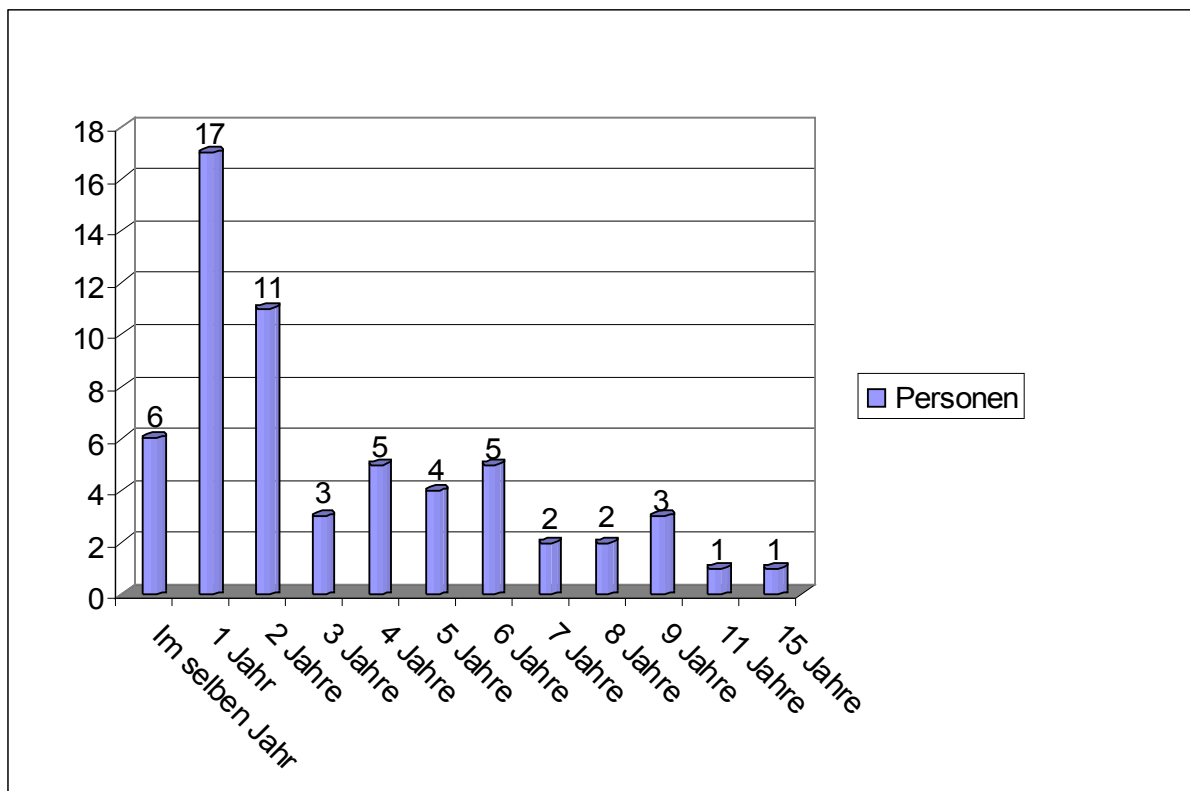


Abbildung 23: Zusammengefasste Auswertung der Frage 5 und 6

Bei der Frage 7, aus welchem Grund sie dem Fanclub beigetreten sind, zeigt sich, dass für 73 % aller Befragten das gemeinsame Interesse von großer Bedeutung ist. Mit 43 % wurden ‚die Freunde‘ als Begründung genannt, 22 % der Befragten, haben neue Freunde durch das Interesse am Eishockeysport gewonnen. Für den Beitritt im Fanclub ist die Familie mit 12 % der Grund. Bei der Frage 4 wurde das Interesse am Eishockeysport von 37 % aller Befragten durch die Familie geweckt. Dabei ziehe ich

den Rückschluss, dass bei den Jugendlichen das gemeinsame Interesse mit der Familie von großer Bedeutung ist.

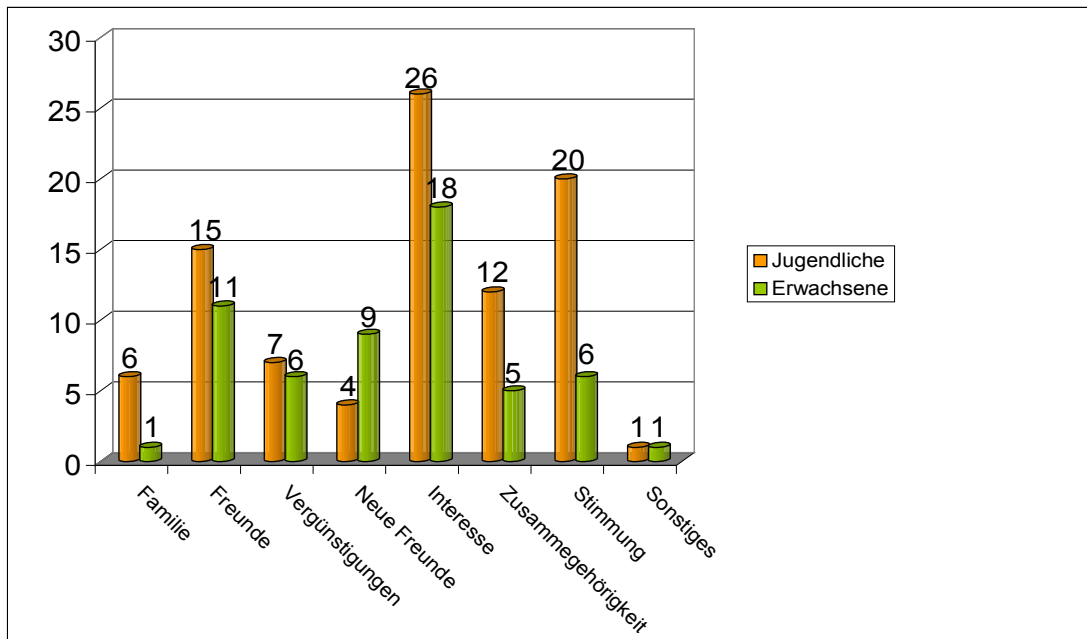


Abbildung 24: Grund zur Mitgliedschaft im Fanclub

Schon bei den Untersuchungen von Shorter im Kapitel 6.2.3. wird der Übergang der Sozialisationsfunktion von der Familie zur Peer Group (Gleichaltrige mit gleichem Interesse) bestätigt. (vgl. [http://paedpsych.jk.uni-linz.ac.at:4711/JUGENDPSYCH/JUGENDPSYCHREFERATE 96/Thema5.html](http://paedpsych.jk.uni-linz.ac.at:4711/JUGENDPSYCH/JUGENDPSYCHREFERATE%2096/Thema5.html), 2011)

Durch die Frage 8 wird aufgezeigt, wie gut aufgehoben sich die Mitglieder in einem Fanclub fühlen. 75 % aller Befragten, trifft die Aussage voll zu.

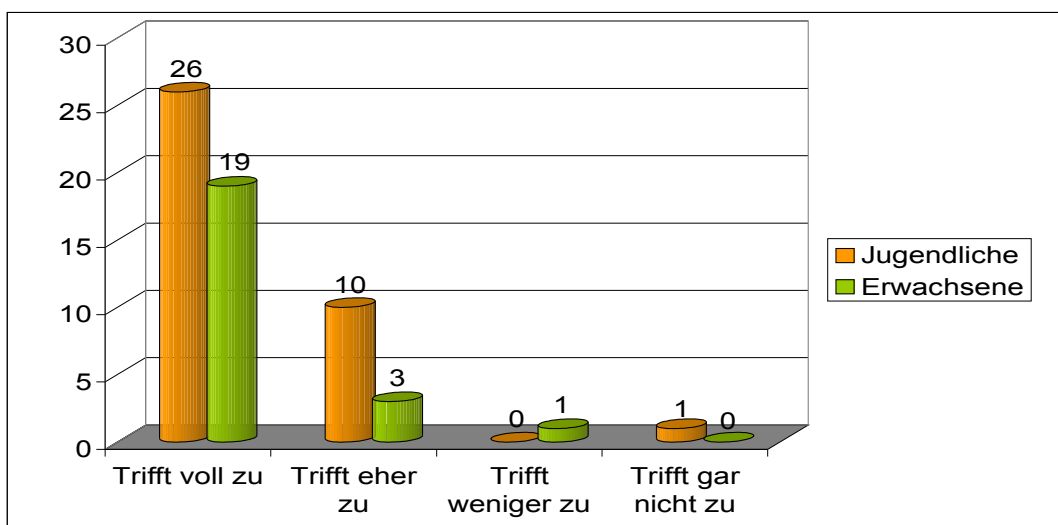


Abbildung 25: Wohlfühlen im Fanclub

Hier zeigt sich, dass das Erleben der Mitgliedschaft und das Gefühl der Zugehörigkeit bei einer Gruppe in den Vordergrund gestellt wird. (vgl. Fischer, Wiswede, 2009, S. 647) Wie bereits im Kapitel 5 erwähnt wurde, zählt ein Fanclub zum Begriff der Gruppe.

Wie viel Zeit die Befragten mit weiteren Mitgliedern außerhalb der Eishalle verbringen, zeigt die Frage 9 auf. Bei den Jugendlichen verbringen 54 % ihre Freizeit im Zeitrahmen von 1-2 x pro Woche mit weiteren Mitgliedern. Interessant ist, dass 35 % der Erwachsenen in ihrer Jugendzeit den Großteil der Freizeit mit weiteren Mitgliedern des Fanclubs verbracht haben.

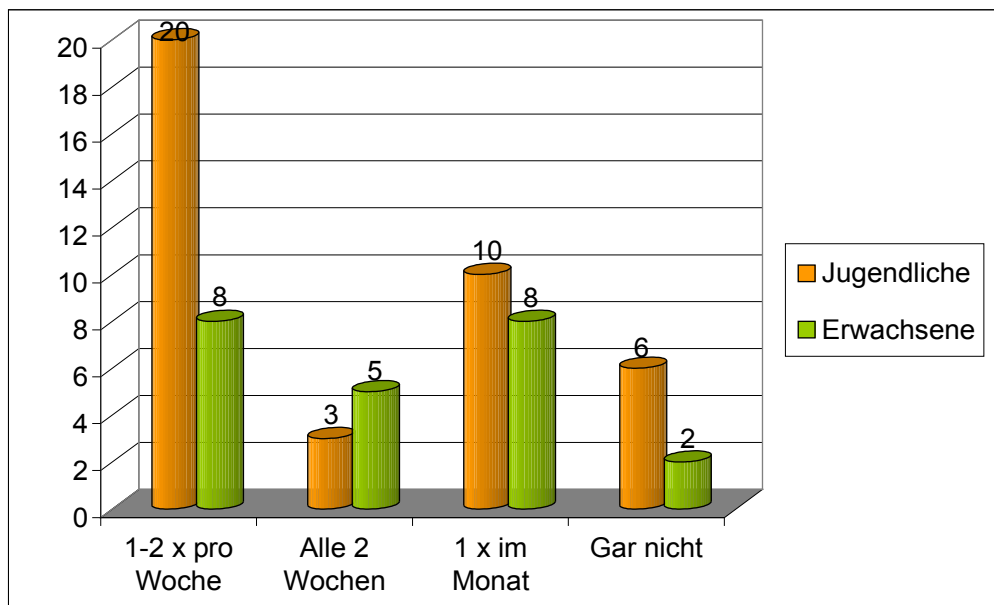


Abbildung 26: Freizeit mit Mitglieder außerhalb der Eishalle

Wie bereits im Kapitel 6 erwähnt wurde, ist im Jugendalter die Abgrenzung von den Eltern ein wichtiger Schritt für die Entwicklung der Unabhängigkeit und Eigenständigkeit. (vgl. Petermann, 2007, S. 20)

Die Frage 10 zeigt auf, dass 99 % aller Befragten an den Veranstaltungen vom Fanclubs teilnehmen. Die gemeinsamen Auswärtsfahrten sind mit 93 % die beliebtesten Veranstaltungen.

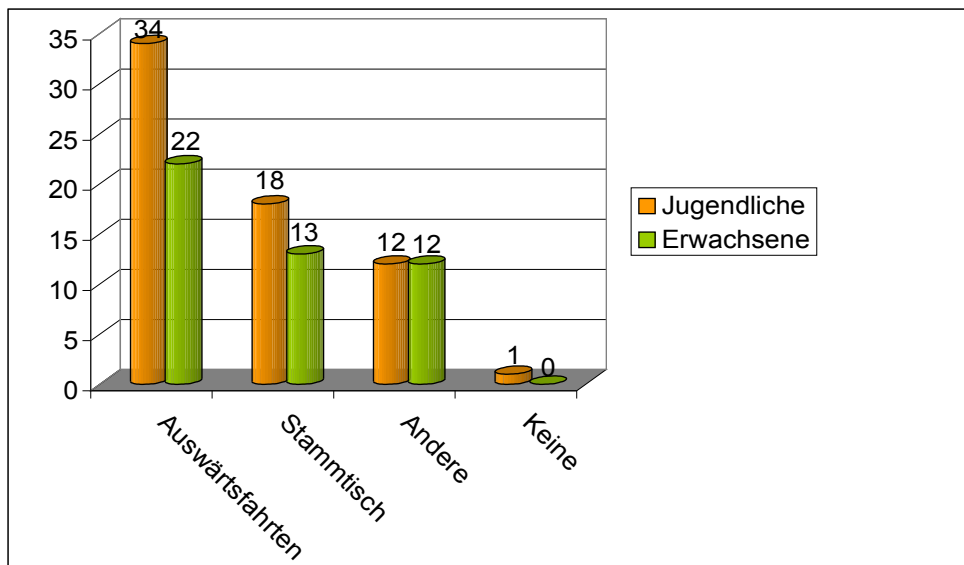


Abbildung 27: Teilnahme an Veranstaltungen

Roose, Schäfer und Schmidt-Lux stellten schon fest, dass ein großer Teil der Fans mit emotionaler Anteilnahme und Verhaltensformen häufig Stadionbesucher im Fanblock sind. Dieser Anteil nimmt eine hohe Statusposition ein. Dies ist gefolgt mit sozialer Anerkennung durch die Gleichgesinnten. (vgl. Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, 2010, S. 79)

Zu welchen Altersgruppen die Jugendlichen größtenteils Kontakt im Fanclub haben, wird mit der Frage 11 aufgezeigt. Die Jugendlichen haben mit 89 % hauptsächlich zu gleichaltrigen Mitgliedern Kontakt.

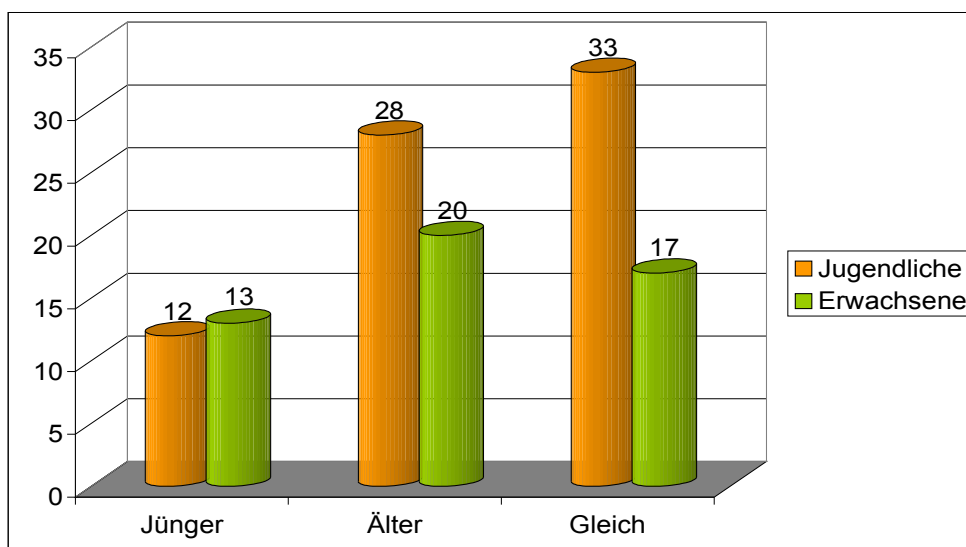


Abbildung 28: Kontakt der Befragten zu den unterschiedlichen Altersgruppen

Hier zeigt sich die Wichtigkeit einer Peer Group im Jugendalter, um vom Elternhaus Abstand zu bekommen. Die Jugendlichen suchen sich Gruppen aus, welche großteils aus Gleichaltrigen mit zusätzlich gleichen oder ähnlichen Interessen besteht. (vgl. Baacke in [http://paedpsych.jk.uni-linz.ac.at:4711/JUGENDPSYCH/JUGENDPSYCHREFERATE 96/Thema5.html](http://paedpsych.jk.uni-linz.ac.at:4711/JUGENDPSYCH/JUGENDPSYCHREFERATE%2096/Thema5.html), 2011)

80 % der Befragten bestätigen den Kontakt auch zu älteren Mitgliedern im Fanclub. Durch diesen hohen Anteil, ist es eine Überlegung, ob diese Auswertung etwas mit den Antworten der Frage 12, die Wahrnehmung der positive Umgangsformen in einem Fanclub, zusammenhängt.

73 % aller Befragten haben auf diese Frage mit ‚Trifft voll zu‘ geantwortet. Auch bei den Jugendlichen wurde die Antwortmöglichkeit von 78 % gewählt.

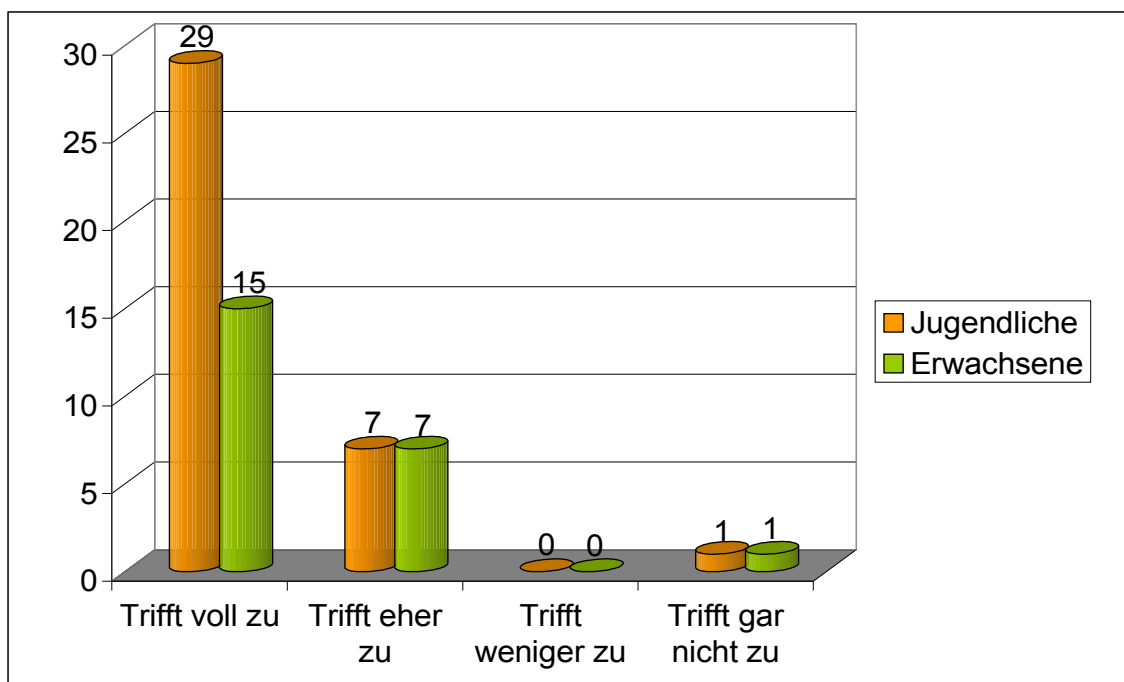


Abbildung 29: Positive Wahrnehmung der Umgangsformen im Fanclub

Diese Auswertung knüpft an Jugert, Rehder, Notz und Petermann an. Die Jugendlichen lernen am Modell, in dem das ‚Modell‘ bewusst wahrgenommen wird. Dabei wählen die Jugendlichen Verhaltensweisen aus, die sie besonders interessieren. (vgl. Jugert, Rehder, Notz, Petermann, 2011, S. 40)

Die Frage 13 handelt davon, ob die Befragten im Fanclub Kontakt zu Personen haben, mit denen sie über ihre Probleme reden können.

Bei den Jugendlichen können 51 % dies nicht beurteilen und 46 % haben Vertrauen zu Personen. Reflektierend hatten 57 % der Erwachsenen im Fanclub Kontakt zu Personen, mit denen sie über Probleme reden konnten. Aus der Auswertung nehme ich an, dass den Jugendlichen das Vertrauen zu Personen derzeit noch nicht bewusst ist.

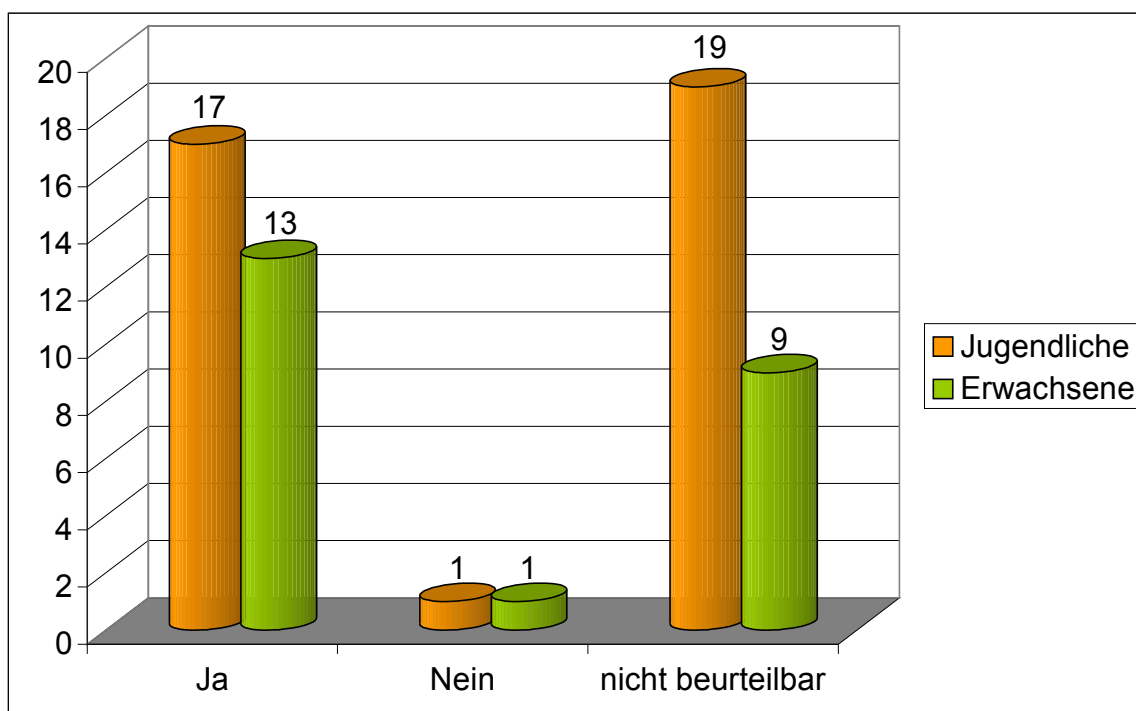


Abbildung 30: Kontakt zu Personen im Fanclub für Problembehandlungen

Wie im Rahmenkonzept von der Fanarbeit Schweiz im Kapitel 10.5.1 vermerkt ist, besteht in der Schweiz die Möglichkeit, dass sich die Jugendlichen mit ihren Problemen an die Fanarbeit wenden können. Dies wurde mir auch im Interview vom Kapitel 9.1. durch die Fandeleigierte bestätigt.

Daraus schließe ich, dass dieses Rahmenkonzept in Österreich sinnvoll ist, da 51 % der Jugendlichen nicht beurteilen können, ob sie im Fanclub Kontakt zu Personen haben, mit welchen sie ihre Probleme bereden können.

12. Zusammenfassung

In den letzten Jahren habe ich den Umgang zwischen den Mitgliedern im Fanclub als sehr rücksichtsvoll und angenehm wahrgenommen. In einem Fanclub kommen die Menschen mit unterschiedlichen Altersgruppen in Kontakt und tauschen sich über Verschiedenes aus. Ich habe in der letzten Zeit von Mitgliedern, welche älter sind als ich, schon einiges für Lebenssituationen gelernt.

Durch diese Erfahrung hat sich mir die Frage gestellt, wie viel soziales Lernen in einem Fanclub bei den Jugendlichen stattfindet. Seit August 2010 habe ich mich mit der Thematik ‚soziales Lernen und Kompetenzen‘ vor allem im Bezug auf Jugendliche auseinander gesetzt.

Nachdem ich einen Überblick über das Inhaltsverzeichnis hatte, habe ich einen Fragebogen zusammengestellt. Da mich auch die Reaktion der Jugendlichen zu diesen Fragen interessierte, ging ich in den Eishallen einen Monat lang persönlich auf die jungen Fanclubmitglieder zu. Die Umfrage wurde mit Begeisterung angenommen, was mich bei der Diplomarbeit sehr motiviert hat.

Im Theorieteil wurde der Begriff ‚Fan‘ und deren soziale Identität (vgl. Kapitel 3 und 4) näher betrachtet. Ein großes Augenmerk richtete ich auf das Jugendalter und die soziale Integration in dieser Lebensphase (vgl. Kapitel 6).

Da sich das soziale Lernen mit den sozialen Kompetenzen verknüpft, wurden diese Prozesse und Fähigkeiten genauer beschrieben (vgl. Kapitel 7 und 8).

Bei den Recherchen zu diesem Thema bin ich auf die Fanarbeit in der Schweiz gestoßen. Durch das Interview (vgl. Kapitel 9.1.) bin ich der Antwort auf meine Frage ‚Gibt es soziales Lernen in Fanclubs und lernen Jugendliche von den älteren Mitgliedern?‘ näher gekommen. Bei der Auswertung dieser Umfrage hat sich diese Annahme für mich positiv bestätigt.

Durch einige Konflikte in der Linzer Eishalle hat sich beim Beenden dieser Diplomarbeit nun eine weitere Frage für mich gestellt. Wie sinnvoll wäre die Fanarbeit mit ausgebildeten Mitarbeitern analog des Rahmenkonzeptes in der Schweiz auch in Linz? Durch mehrere Konflikte zwischen dem Fanbeauftragten (ohne pädagogische Ausbildung) und einer fanatischen Fangruppierung von Jugendlichen wurde mir bewusst, dass die Fanarbeit beim Eishockey noch in den Kinderschuhen steckt. Es besteht sicher Sinn darin, die Fanbeauftragten pädagogisch zu schulen oder eine fachmännische Ausbildung als Anforderung für diese Tätigkeit vorzuschreiben.

Durch diese Konflikte werde ich die Thematik nun weiter verfolgen.

13. Literaturverzeichnis

Fischer, Wiswede, Grundlagen der Sozialpsychologie, 2009, Seite 67, 466-468, 646, 647, 653-655

Jugert, Rehder, Noitz, Petermann, Soziale Kompetenz für Jugendlichen, 2011, Seite 11-16, 39-43

Kallus, Erstellung von Fragebogen, 2010, S. 127, 128

Petermann F., Pettermann U., Training mit Jugendlichen, 2007, Seite 20-21

Roose, Schäfer, Schmidt-Lux, Fans – soziologische Perspektiven, 2010, Seite 11-12, 34-35, 72, 74-75, 79, 208-209

14. Internetliteratur

Dobler G. (2008). Verfügbar unter: <http://www.lwf.bayern.de/veroeffentlichungen/lwf-aktuell/64/a64-08-dobler.pdf> [20.11.2011]

Erziehungswissenschaften - soziales Lernen. Verfügbar unter:
<http://schulpaed.tripod.com/sozialeslernen.pdf> [06.09.2011]

Fairplay (2011). Verfügbar unter: <http://fairplay.vidc.org/fanarbeit/fanarbeit-in-oesterreich> [09.10.2011]

Fanarbeit. Verfügbar unter: <http://www.fanarbeit.ch> [14.09.2011]

Fanarbeit Schweiz. Verfügbar unter:
(<http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/de/home/themen/foerderung/breitensport/fairness/gewaltbekaempfung.parsys.15404.downloadList.16222.DownloadFile.tmp/raahmenkonzeptfanarbeitfinalv.pdf> [16.09.2011]

Media Line. Verfügbar unter:
http://db.medialine.de/PM1D/PM1DB/PM1DBF/ABB/F/Mafo_F_297_arial.gif
[14.09.2011]

Plassmann A., Schmitt G. (2007). Verfügbar unter: <http://www.lernpsychologie.de/kognitiv/bandura.htm> [14.09.2011]

Stangl, W. (1997). Verfügbar unter: <http://paedpsych.jk.uni-linz.ac.at:4711/JUGENDPSYCH/JUGENDPSYCHREFERATE96/Thema5.html>
[06.09.2011]

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Fanatiker.....	6
Abbildung 2: Zitat Petermann.....	15
Abbildung 3: Voraussetzung zur Selbstfindung.....	17
Abbildung 4: Ebenen der Identitätsfindung.....	19
Abbildung 5: Übersicht der Teilfertigkeiten.....	23
Abbildung 6: Entwicklungsaufgaben nach Hauig-Hurst.....	24
Abbildung 7: Entwicklungsziele nach Eisenberg und Harris.....	25
Abbildung 8: Einflussfaktoren nach Petermann.....	26
Abbildung 9: Zitat Argyle zu den Ergebnissen seines Modells.....	28
Abbildung 10: Das Modell sozialer Fertigkeiten nach Argyle.....	29
Abbildung 11: Definition des sozialen Lernens nach Rekus.....	32
Abbildung 12: Übersicht der Lerneffekte.....	33
Abbildung 13: Prozesse des sozialen Lernens.....	34
Abbildung 14: Vom Modell zum Verhalten.....	34
Abbildung 15: Stufen der Selbstwirksamkeit nach Bandura.....	38
Abbildung 16: Definition der sozialen Arbeit der IFSW.....	47
Abbildung 17: Grundstrukturen der Fanarbeit.....	52
Abbildung 18: Altersaufteilung der Jugendlichen.....	60
Abbildung 19: Altersaufteilung der Erwachsenen.....	61
Abbildung 20: Aufteilung der Befragten nach Geschlecht.....	61
Abbildung 21: Aufteilung der Befragten nach Beruf und Schule/Ausbildung.....	62
Abbildung 22: Interesse am Eishockeysport.....	62
Abbildung 23: Zusammengefasste Auswertung der Frage 5 und 6.....	63
Abbildung 24: Grund zur Mitgliedschaft im Fanclub.....	64
Abbildung 25: Wohlfühlen im Fanclub.....	64
Abbildung 26: Freizeit mit Mitglieder außerhalb der Eishalle.....	65
Abbildung 27: Teilnahme an Veranstaltungen.....	66
Abbildung 28: Kontakt der Befragten zu den unterschiedlichen Altersgruppen.....	66
Abbildung 29: Positive Wahrnehmung der Umgangsformen im Fanclub.....	67
Abbildung 30: Kontakt zu Personen im Fanclub für Problembehandlungen.....	68

15. Ehrenwörtliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt und die Stellen der Arbeit, die anderen Werken dem Wortlauf oder dem Sinn nach entnommen sind, in jedem Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht habe.

Linz, 9. Dezember 2011

Sigrid Schableger