

Prof. Dr. Harald Lange
Lehrstuhl Sportwissenschaft

Telefon (+49) 0931/31-80190

Telefax (+49) 0931/31-87390

harald.lange@uni-wuerzburg.de

www.sportwissenschaft.uni-wuerzburg.de

Würzburg, 9. Januar 2018

PRESSEMITTEILUNG

Wann ist ein Fan ein Fan?

Nicht nur im Sport gibt es begeisterte Anhänger; auch in anderen Bereichen zeigen Fans, für wen oder was ihr Herz schlägt. Fanforscher der Uni Würzburg stellen sie in den Mittelpunkt eines neuen Forschungsprojekts.

Fußball wäre ohne Fans kaum denkbar. Und auch in anderen Sportarten sorgen begeisterte Anhänger für die passende Stimmung. Kein Wunder, dass in der öffentlichen Wahrnehmung Fans häufig nur mit Sport in Verbindung gebracht werden.

Dabei gibt es Fans heutzutage in allen denkbaren Bereichen: Von der 14-Jährigen, die für Justin Bieber schwärmt, über den 30-Jährigen, der Superman-Comics sammelt, bis zu dem 60-Jährigen, dessen Herz für Autos der Marke Alfa Romeo schlägt. Und mit dem Siegeszug des Internets hat sich diese Begeisterung für Personen, Objekte und Ereignisse aller Art auf kaum noch zu überblickende Weise vervielfacht.

Der unbekannte Fan

Dabei ist „der Fan“ für die Wissenschaft ein vergleichsweise unbeschriebenes Blatt. „Man weiß relativ wenig über Fans, besonders nicht, wie deren Vorstellungen sind und wo ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede liegen“, sagt Professor Harald Lange.

Lange ist Inhaber des Lehrstuhls für Sportwissenschaft an der Universität Würzburg. Schon lange interessiert er sich für Fans und hat deshalb im Jahr 2012 das deutschlandweit erste und bislang einzige Institut für Fankultur gegründet. Bisher waren dort in erster Linie Anhänger von Fußballvereinen Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen.

IfS-Forscher betreten wissenschaftliches Neuland

Das soll sich jetzt ändern: Unter Langes Leitung wird das Institut für Sportwissenschaften (IfS) der Universität Würzburg erstmalig eine szenenübergreifende und überregionale Untersuchung durchführen, um den Begriff des Fans anhand von Aussagen der Fans

selbst zu präzisieren und in bestehende Ansätze einzuordnen. Die entsprechende Umfrage startet ab sofort.

„Uns beschäftigen Fragen wie beispielsweise ‚Was charakterisiert einen Gamer?‘, ‚Weshalb stehen Smartphone-Fans nächtelang vor dem Shop für ihr neues Gerät an?‘ oder ‚Wer sind die Follower der Social-Media-Stars?‘“, erklärt Lange. Der Wissenschaftler will aber auch etwa wissen, warum Serienfans keine Folge ihrer Lieblingsserie verpassen können, weshalb sich – in der Regel – Männer ein Leben lang zu einer bestimmten Automarke bekennen und warum die Aufführungen in der Elbphilharmonie seit ihrer Eröffnung vor gut einem Jahr ausnahmslos ausverkauft sind.

Typologisierung ist das Ziel

Die Ergebnisse dieser Umfrage sind allerdings nicht nur für Wissenschaftler von Interesse. Sportvereinen, Kulturschaffenden oder den Herstellern von Computerspielen oder Sportartikeln können sie ebenfalls wichtige Informationen liefern, ist sich Lange sicher. Idealerweise lässt sich aus den Befunden die von Lange vermutete „Neujustierung und Neuinterpretation der deutschen Fanlandschaft“ im Sinne einer nachhaltigen fanspezifischen Typologisierung analytisch nachweisen.

Fantum in Wirtschaft, Kultur und Medien

Professor Harald Lange definiert für diese Umfrage klare Ziele: „Nach sechs Jahren Würzburger Fanforschung möchten wir unseren Fokus erweitern. In unserer bisherigen Forschung zur Fußballfankultur interessierten vor allem Begriffe wie ‚Emotionalität‘, ‚Leidenschaft‘ und ‚Bindung‘. Deren Ausprägung weckt zunehmend Neugierde und Begehrlichkeiten in anderen gesellschaftlichen Feldern. Wir wollen daher Anfragen aus Wirtschaft, Kultur und Medien folgen und zukünftig die Qualitäten des Fantums in diesen Felder erforschen, portraituren und sichtbar machen“.

Hier geht es zur Umfrage:

https://ww2.unipark.de/uc/wuerzburger_fanbefragung/

Kontakt

Prof. Dr. Harald Lange
Lehrstuhl für Sportwissenschaft der Universität Würzburg
0151-10388104

harald.lange@uni-wuerzburg.de

<https://www.hw.uni-wuerzburg.de/fanforschung/>