

Die Stadionwurst

Ein Kulturgut im Fußball zwischen Tradition und Transformation

David Johannes Berchem

„Ernährung ist zum Politikum mutiert. Wer sich zu Bratwurst oder Steak bekennt, läuft Gefahr, dass sich andere angegriffen fühlen, und auch die Vorliebe für Kunstfleisch-Burger oder Sojamilch hat programmatischen Charakter.“¹

„Bier und Bratwurst im Stadion, das muss ich glaube ich nicht sagen, das muss sein! Das wird auch die nächsten 20 Jahre so sein. Da versuche ich mich jetzt direkt als Helseher. Ich kann mir nicht vorstellen, dass in diesem Land das Bier und die Bratwurst durch irgendetwas zu ersetzen wäre.“²

Die Stadionwurst ist für einen Großteil der deutschen Fußballfangemeinschaft Kultspeise, Traditionsgut und eine Identität spendende Gaumenfreude. Für Vertreter:innen traditionalistischer Sichtweisen steht die Kombination aus ‚Bratwurst und Bier‘ für ‚echte‘ und ‚authentische‘ Fußball(fan)kultur. Ohne das symbolisch aufgeladene Kulturmuster Wurst³ wären die kulinarischen Tableaus⁴ bei ‚König Fußball‘ schlichtweg nicht denkbar. Der Fleischhunger und der rezente „Fleischgeist“⁵ unter den Fußballanhänger:innen ist jedoch nicht ohne gesellschaftliche Transformationen und die damit einhergehenden veränderten Werthaltungen zu analysieren. Das schlechte Gewissen, das die Konsument:innen an Tierleid, Klimaerwärmung, Wohlstandskrankheiten und Ressourcenverschwendung erin-

1 Hirschfelder, Gunther: Essen heute. Praktiken, Diskurse, Widersprüche. In: Ders. (Hg.): Wer bestimmt, was wir essen? Ernährung zwischen Tradition und Utopie, Markt und Moral. Stuttgart 2022, S. 7–23, hier S. 7.

2 Interview Fanprojektmitarbeitender.

3 Vgl. Arens, Johannes J.: Chorizo, Salame und deutsche Zervelat. Europas Zukunft und die Wurstkultur. Berlin 2011.

4 Vgl. Hartmann, Andreas: Der Esser, sein Kosmos und seine Ahnen. Kulinarische Tableaus von Herkunft und Wiederkehr. In: Ruth-E. Mohrmann (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland 108). Münster u.a. 2006, S. 147–157.

5 Frei, Alfred G./Groß, Timo/Meier, Toni: Es geht um die Wurst. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft tierischer Kost. In: Angelika Ploeger/Gunther Hirschfelder/Gesa Schönberger (Hg.): Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen. Wiesbaden 2011, S. 57–75, hier S. 70.

ner, isst am Bratwurststand und in der Kurve folglich immer häufiger mit. Die Esskultur im Fußballstadion ist somit ein Spiegelbild der Gesellschaft, in der Wandlungsprozesse und Beharrungsdynamiken gleichzeitig zu beobachten sind. Gesamtgesellschaftlich befindet sich der Fleischkonsum in Deutschland auf einem vergleichsweise hohen Niveau, sank aber in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich. Merlind Theile berichtete Ende November 2024 für *Die Zeit* vom 19. Deutschen Fleisch Kongress in Mainz, einem Treffen der Fleischindustrie, bei dem Produkte, Trends und die Zukunft der Branche diskutiert wurden. Den Tenor der referierenden Expert:innen fasste die Journalistin wie folgt zusammen: „Fleisch- und Wurstwaren seien insgesamt ‚unter Druck‘, vor allem die Nachfrage nach Schweinefleisch gehe zurück.“⁶ Nach dieser Kurzdiagnose stellen sich folgende Fragen: Inwiefern tangieren diese Entwicklungen und Wandlungsprozesse den Konsum der Stadionwurst? In welchem Wechselverhältnis stehen bei den Fußballfans das kulinarische Gedächtnis und das schlechte Gewissen? Welche kulturelle Wirkmächtigkeit besitzen emotionale Esstraditionen, kulinarische Kontinuitäten und sinnliche Geschmackspräferenzen im Fußballstadion in Zeiten von Veganismus und zunehmenden Debatten über die planetaren Konsequenzen des Fleischkonsums? Was verrät die Bratwurst, die Musiker und Kabarettist Fredl Fesl vor Zeiten als „[a]m verwesen gehinderte Leichenteile armer, geschundener Tiere abgefüllt in deren eigenen Kotkanälen“ definiert hat, über den gesellschaftlichen Mikrokosmos Fußball? Diese Fragen gilt es in den folgenden Passagen aus einem nahrungsethnologischen Blickwinkel multiperspektivisch zu beleuchten.

Methodische Reflexionen

Die Quellengrundlage für die folgenden empirischen Einsichten stellen semistrukturierte, leitfadengestützte und narrative Expert:inneninterviews dar, die mit vier Personen mit engen persönlichen und beruflichen Bezügen zum Zuschauer:innensport Fußball im Oktober 2024 via ZOOM geführt wurden.⁷ Werfen wir zunächst einen Blick auf den Zugang zum Feld, das Sample und die zur Anwendung gebrachten Selektionskriterien. Ein Befragter ist in der aktiven Fanszene eines im Ruhrgebiet lokalisierten Oberligisten aktiv, besucht in regelmäßigen Abständen die Profiligaspiele

6 Theile, Merlind: Schwein ist out, Huhn ist in. In: *Die Zeit*, Nr. 50 (27.11.2024), S. 10.

7 Vgl. Spradley, James P.: *The Ethnographic Interview*. New York 1979, S. 58ff.

eines Bundesligisten und ist als Groundhopper bzw. als Sammler von Länderpunkten⁸ im In- und Ausland unterwegs. Die anderen drei Expert:innen (zwei Männer und eine Frau) suchen Fußballstadien in der Regel aus beruflichen Gründen auf, weil sie bei den sozialpädagogischen Fanprojekten von drei Proficlubs der 1. und 2. Bundesliga (Ruhrgebiet und Westfalen) arbeiten. Als Fansozialarbeiter:innen begleiten sie die Anhänger:innenschaft ihres Fußballvereins professionell bei Heim- und Auswärtsspielen, wirken aufgrund ihrer Szenekenntnisse deeskalierend, fungieren als Mediator:innen zwischen Polizei und Fans und beteiligen sich im Netzwerk ihrer Dachorganisation, der *Landesarbeitsgemeinschaft der Fanprojekte in NRW e.V.*, an der sozial-, jugend- sowie fachpolitischen Diskussion über die Soziale Arbeit für und mit jungen Fußballfans.⁹ Die Kontaktherstellung zu den Expert:innen erfolgte problemlos über die belastbaren Vertrauensnetzwerke der Dachorganisation und der in Bochum beheimateten *Meldestelle für Diskriminierung im Fußball in NRW*. Die Reaktionen auf meine Interviewanfrage verrieten Aufschlussreiches über die kognitive Identität unserer Disziplin.

Als ich per E-Mail kommunizierte, dass ich zum Phänomen ‚Stadionwurst‘ eine wissenschaftliche Publikation erarbeite und dafür empirisches Datenmaterial benötige, wurde der auserkorene Untersuchungsgegenstand zunächst mit den Labels ‚alltäglich‘, ‚kurios‘ und ‚abseitig‘ versehen. Der Tenor lautete: „Wie kann man nur dazu forschen?“¹⁰ Gerade die „Analysen des Unauffälligen“¹¹, das Eintauchen in das sozio-kulturelle Souterrain, die methodologische Schärfung eines „fremden Blick[s]“¹² für ver-

8 Vgl. Connell, John: Groundhopping: Nostalgia, Emotion and the Small Places of Football. In: *Leisure Studies* 36/4 (2017), S. 553–564.

9 Vgl. Arnold, Patrick/Kotthaus, Jochem (Hg.): *Soziale Arbeit im Fußball. Theorie und Praxis sozialpädagogischer Fanprojekte*. Weinheim/Basel 2022.

10 Vgl. Heimerdinger, Timo/Näser-Lather, Marion (Hg.): *Wie kann man nur dazu forschen? Themenpolitik in der Europäischen Ethnologie* (Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde 29). Wien 2019.

11 Warneken, Bernd J.: *Von der Weite des Nahhorizonts. Der Kulturwissenschaftler Hermann Bausinger*. In: Wolfgang Kaschuba et al.: *Ein Aufklärer des Alltags. Der Kulturwissenschaftler Hermann Bausinger im Gespräch mit Wolfgang Kaschuba, Gudrun M. König, Dieter Langewiesche und Bernhard Tschofen*. Wien 2006, S. 7–12, hier S. 9.

12 Lindner, Rolf: *Die kognitive Identität der Volkskunde*. In: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde* 90 (1987), S. 1–29, hier S. 15.

meintlich „Abseitiges“¹³ und das „Fremde im Eigenen“¹⁴, die kontextsensible Durchdringung von Versatzstücken der Populär- und Massenkultur sowie die Dechiffrierung von Bedeutungslandschaften und alltagsweltlichen Praxen im sozialen Nahbereich des Menschen, so führte ich als Erwiderung aus, gehören zu den Kernkompetenzen jener (kleinen) „Schrägstrichwissenschaft“¹⁵, die ich vor Jahren in Bonn studieren durfte. Vor dem Hintergrund dieser Fachtradition bzw. der Disziplinarität ist die Stadionwurst als Untersuchungsgegenstand nicht das Kuriosum, „,kuriosierend‘ ist vielmehr der ethnografische Blick, der das allzu Vertraute, selbstverständlich Hingegenommene der eigenen Gesellschaft zum Objekt einer empirischen und theoretischen Neugier macht“¹⁶.

Ein zentrales Kriterium zur Selektion der Expert:innen waren die über Jahre gesammelten Erfahrungswerte mit dem Essalltag bzw. mit der „Verzehrsituation“¹⁷ im Stadionkosmos und den damit in Verbindung stehenden sozialen, ökonomischen, ökologischen und kulturellen Phänomenen, Implikationen, Diskursen, Wertehaltungen und Narrativen. Ein Sozialarbeiter im Rahmen eines Fanprojektes, der seine Expertise als regelmäßiger Stadionwurstesser eher auf einer quantitativen als auf einer qualitativen Ebene einzuschätzen wusste, fasste diesen Sachverhalt wie folgt in Worte: „Wir als Fanprojektmitarbeitende machen eh viel mit, gehen durch dick und dünn mit den Fans. Und dazu gehört auch, dass wir uns durch die fiesesten Fressbuden der Republik essen müssen.“ Am Ende der Erhebungsphase standen zwei Einzel- und ein Gruppeninterview, die eine zeitliche Rahmung von circa drei Stunden umfassten. In einem explorativen, mehrstufigen, iterati-

13 Vgl. Amelang, Katrin/Chakkalakal, Silvy (Hg.): *Abseitiges*. An den Rändern der Kulturanthropologie (Berliner Blätter 68). Berlin 2015.

14 Vgl. Jeggler, Utz: *Das Fremde im Eigenen*. Anmerkungen aus dem Blickwinkel eines Volkskundlers. In: Bernhard Tschofen et al. (Hg.): *Das Fremde im Eigenen*. Beiträge zur Anthropologie des Alltags (Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen 115). Tübingen 2014, S. 39–53.

15 Hirschfelder, Gunther: *Europäischer Alltag im Fokus der Kulturanthropologie/Volkskunde*. In: Stephan Conermann (Hg.): *Was ist Kulturwissenschaft? Zehn Antworten aus den „Kleinen Fächern“* (Edition Kulturwissenschaft 14). Bielefeld 2012, S. 135–173, hier S. 136.

16 Hirschauer, Stefan: *Verstehen des Fremden, Exotisierung des Eigenen*. Ethnologie und Soziologie als zwei Seiten einer Medaille. In: Thomas Bierschenk/Matthias Krings/Carola Lentz (Hg.): *Ethnologie im 21. Jahrhundert*. Berlin 2013, S. 229–248, hier S. 236.

17 Hirschfelder, Gunther: *Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute*. Frankfurt am Main 2001, S. 19.

ven, rekonstruktiven, nahe an den Aussagen der Expert:innen orientierten und an der Grounded Theory angelegten Analyseprozess konnten Kategorien und analytische Themen identifiziert werden, die das Ergebnis von „Interpretationen, Vermutungen und Ideen“ waren und zuweilen auch „regelrechte Geistesblitze“¹⁸ umfassten.

Grasgeruch und Bratwurststand: Tradition, Ritualisierung und Authentizität

Für die befragten Personen besitzt das Stadionerlebnis, die zuweilen rauschhafte Erfahrung des Fußballsports in den Fankurven, der Geruch von feuchtem Rasen und der ritualisierte Gang zum Bratwurststand einen hohen emotionalen Wiedererkennungswert. Der Fußball – und das trifft für viele Menschen in Deutschland zu – ist eine wichtige Sozialisationsinstanz und ein lebensweltlicher Identitätsanker, über den Werte, Normen, Handlungsformen und Sinnallianzen tradiert werden. Der Zuschauer:innensport Fußball verfügt über ganz spezifische Gelegenheitsstrukturen und Bedingungskonstellationen, die es den in diesen lebensstilähnlichen Sphären interagierenden Menschen ermöglicht, ein habituspezifisches Koordinatensystem auszubilden, das über kulturell und symbolisch aufgeladene Versatzstücke verfügt. ‚Echter Fußball‘, ‚Tradition‘, ‚Ritual‘ und ‚Authentizität‘ sind Begriffe, die den befragten Personen im Zuge einer ersten Assoziationsrunde zur Stadionwurst in den Interviews einfielen. Der Verzehr der kleinen, gebratenen oder über Holzkohle gegrillten Fleischspeise zu einem festgelegten Zeitpunkt – zumeist vor dem Spiel oder in der Halbzeitpause – und im Kollektiv der Fans besitzt ohne Zweifel einen rituellen Charakter, der während des Stadionbesuches nicht nur das physische Hungerbedürfnis befriedigt, sondern darüber hinaus als „Orientierungszeichen“ dient, „dem Individuum den Status des Besonderen“¹⁹ verleiht und eine Plattform für soziale Interaktion darstellt.

Für das Kollektiv von Fans, mit dem der befragte Anhänger des Oberligisten aus dem Ruhrgebiet zu Heim- und Auswärtsspielen fährt, gehört der Gang zum Bratwurststand zum festen kulturellen Repertoire des Stadionbesuchs. Als mit Erfahrungswissen über Zungenglück und Gaumenqualen

18 Breidenstein, Georg et al.: Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung. Konstanz 2013, S. 128.

19 Hugger, Paul: Die Ritualisierung des Alltags. In: Ders. (Hg.): Handbuch der Schweizerischen Volkskultur. Band 3. Zürich 1992, S. 1433–1440, hier S. 1440.

ausgestattete ‚Stadionwurst-Sommeliers‘ steht die Gruppe in kontinuierlicher Regelmäßigkeit am Verkaufsstand und ‚philosophiert‘ auf der Grundlage eines Kriterienkatalogs über die Frage: „Was macht eine gute Stadionwurst aus?“ Als negative Projektionsfläche fungieren bei diesen Evaluationsgesprächen stets die bei Auswärtsfahrten durchgemachten kulinarischen bzw. geschmacklichen ‚Worst-Case-Szenarien‘, die auch als „sekundäre Tierquälerei“ beschrieben wurden. Die Fans des Oberligisten stehen auswärts am Würstchenstand und prüfen kritisch: Wie ist es um Zubereitungsart, Konsistenz, Knackigkeitsgrad, Temperatur, Goldbräune, Geschmack und Preis bestellt? Geschmacksneutrale Toastscheiben, Aufbackbrötchen, Plastikteller und Pappstreifen mit Anfasser zum Abreißen sind Faktoren, die sich negativ auf die Gesamtbewertung des Wursterlebnisses auswirken. Die wahrhaftige Stadionwurst sollte stets in einem frischen Brötchen serviert werden. Garniert wird sie wahlweise mit Senf oder Ketchup. Während bei Proficlubs aus dem Ruhrgebiet die Fleischwaren von Großunternehmen (*Böklunder, Tönnies Holding* etc.) geliefert und durch professionelle Catering-Konzerne (*Aramark*) veräußert werden, kooperieren unterklassige Vereine mit lokalen Fleischereien, so dass bei Fußballfans die Mystifizierung, Glorifizierung und Folklorisierung der örtlichen Handwerkskunst, der regionalen Herkunft und der heimatlichen Geschmackslandschaften des Ruhrgebiets hoch im Kurs stehen.²⁰ Der sogenannte ‚Standardfraß‘ und die ‚Massenware‘ aus dem Großhandel stehen stellvertretend für omnipräsente Dynamiken der McDonaldisierung²¹ der Konsumware Fußball, mit der eine verstärkte Kommodifizierung, Monetarisierung und Kommerzialisierung einhergeht, die den ‚authentischen‘, ‚echten‘ und ‚traditionellen‘ ‚Volkssport‘ und seine kulturelle Heterogenität auszuhöhlen drohen.

Die beim Fußball konsumierte Stadionwurst reiht sich besonders im ehemals durch Kohlebergbau, Stahl und Bier²² geprägten Ruhrpott ein in eine lukullische Ahnenreihe bestehend aus Currywurst (selbstverständlich „DIE ECHTE“ von *Dönninghaus*), Mantaplatte, Schimansksteller und anderen

20 Vgl. Tschofen, Bernhard: Kulinaristik und Regionalkultur. Kulturwissenschaftliches zur regionalen Küche in Theorie und Praxis. In: Alois Wierlacher/Regina Bendix (Hg.): Kulinaristik. Forschung – Lehre – Praxis (Wissenschaftsforum Kulinaristik 1). Münster 2008, S. 63–79.

21 Vgl. Ritzer, George: Die McDonaldisierung der Gesellschaft. Frankfurt am Main 1995.

22 Vgl. Hirschfelder, Gunther/Trummer, Manuel: Bier. Eine Geschichte von der Steinzeit bis heute. Darmstadt 2016.

deftigen Speisen aus dem Henkelmann.²³ Der Leitsatz ‚Du bist, was du isst‘ hat auch im ‚Land der tausend Derbys‘²⁴ an Bedeutung nicht verloren, weil der Verzehr der Stadionwurst für das Wir-Kollektiv symbolisch, historisch und emotional aufgeladen ist, so dass eine Vergewisserung der Zugehörigkeit zum Ruhrpott gewährleistet wird. Die scheinbar beiläufige, routinierte und banale Verzehrssituation beim Fußball ist ein kultureller Akt, über den ‚Ruhrgebietsidentitäten‘²⁵ zum Ausdruck gebracht werden.

Fußball ist für alle da! Die Stadionwurst auch? Klassistische Perspektiven

Im unlängst den turbokapitalistischen Verwertungslogiken folgenden Zuschauer:innensport Fußball, der aufgrund seiner Kommerzialisierung zu einem globalen Milliardengeschäft mit fantastischen Gehältern, Ablössummen und Sponsorengeldern transformiert wurde, wird der Stadionbesuch bzw. die damit einhergehende Verköstigung von Speisen und Getränken – soziologisch gesprochen – zu einem Distinktionsmerkmal und einem Statussymbol für Besserverdienende. Das ‚schöne Spiel‘, das von Traditionalist:innen gerne als egalitär, sozial durchmischt, barrierearm und durchlässig romantisiert wird, kommt doch gegenwärtig mehr denn je als Premiumprodukt daher. Das trifft in erster Linie auf Fußballgroßveranstaltungen in den Profiligen in Deutschland zu.

Diese Dynamiken reflektierend, erkennen die befragten Expert:innen systemimmanente und strukturelle Praktiken der Ausgrenzung und des Ausschlusses, die bei der angeblich schönsten Nebensache der Welt zuerst

-
- 23 Grünwald, Michael: Dem Revier schmeckt’s. Von Mantatellern, Bierstädten, Henkelmännern und Steigerschnaps. In: Dietmar Osses/Lisa Weißmann (Hg.): Revierfolklore. Zwischen Heimatstolz und Kommerz. Das Ruhrgebiet am Ende des Bergbaus in der Populärkultur. Essen 2018, S. 125–133.
 - 24 Hering, Hartmut (Hg.): Im Land der tausend Derbys. Die Fußball-Geschichte des Ruhrgebiets. Göttingen 2002; Lindner, Rolf/Breuer, Heinrich Th.: „Sind doch nicht alles Beckenbauers.“ Zur Sozialgeschichte des Fußballs im Ruhrgebiet. Frankfurt am Main 1982.
 - 25 Czierpka, Juliane/Thieme, Sarah/Bock, Florian: Ruhrgebietsidentität(en). Sechs Thesen. In: Dies. (Hg.): Schimanski, Kumpel, Currywurst? Identitätskonstruktionen für das Ruhrgebiet seit den 1970er Jahren. Frankfurt am Main 2024, S. 7–40; Wiet-schorke, Jens: Von der Industriekultur zur Kulturindustrie? Historische Identität und regionale Repräsentation im Ruhrgebiet. In: Rheinisch-Westfälische Zeitschrift für Volkskunde 55 (2010), S. 23–46; Hombach, Bodo (Hg.): Heimat im Wandel. Das Wir im Revier. Essen 2024.

jene Menschen betreffen, die in einer durch neoliberale Selbstverwirklichungserzählungen charakterisierten Hochleistungsgesellschaft angesichts ihrer Herkunft und ihrer sozioökonomischen Stellung jeden Euro zweimal umdrehen müssen. Francis Seeck stellt richtigerweise heraus: „Klassismus ist in unserer Gesellschaft allgegenwärtig und prägt alle gesellschaftlichen Bereiche.“²⁶ Der Fußball macht hier keine Ausnahme. Klassistische Formen der Diskriminierung, so die Interviewpartner:innen, sowie die damit in Verbindung stehenden Exklusions- und Verdrängungsprozesse seien aufgrund der von den Profivereinen ausgerufenen Preise für Stadionwurst und Bier ein zunehmend zu beobachtendes Phänomen. Eine überwiegende Mehrheit der Proficlubs musste in den letzten Jahren angesichts multipler globaler Krisen eine Anpassung der Preise für die Verpflegung im Stadion nach oben vornehmen. Viele gesellschaftliche Schichten betreffende Negativentwicklungen wie die Erhöhung der Lebenshaltungskosten, der Anstieg der Inflation, das Absinken der Kaufkraft und die Stagnation der Reallöhne machen sich auch am Würstchenstand bemerkbar. Für armutsbetroffene Menschen mit spezifischer „Klassenherkunft und Klassenzugehörigkeit“²⁷, deren prekärer Alltag bedingt wird durch materielle Deprivation, das Management von multiplen Knappheiten und das Haushalten mit geringen ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitalen²⁸, ist die für ‚echten Fußball‘ stehende Kombination aus ‚Bier und Bratwurst‘ (die Preisspanne in der Bundesliga erstreckte sich in der Saison 2024/25 von 8,40 bis 10,40 Euro) schlichtweg nicht erschwinglich. Wenn allein die Mantaplatte im Stadion eines Zweitligisten, so führte ein Fanmitarbeiter in Interview aus, fast 10 Euro koste, stellten sich für die Expert:innen automatisch Fragen nach sozialer Ungleichheit, Verteilungsungerechtigkeit und dem Auseinanderklaffen der Schere zwischen Arm und Reich. Die Stadionwurst wird zum Indikator für die Neue Soziale Frage.

Gespiegelt werden die mit den Preisstrukturen verbundenen klassistischen Diskriminierungsvarianten im Fußballstadion stets an ausgewählten Entwicklungen und Phänomenen, die die unverkennbare Diskrepanz zwi-

26 Seeck, Francis: *Klassismus überwinden. Wege in eine sozial gerechte Gesellschaft*. Münster 2024, S. 16.

27 Seeck, Francis: *Zugang verwehrt. Keine Chance in der Klassengesellschaft. Wie Klassismus soziale Ungleichheit fördert*. Zürich 2022, S. 8.

28 Vgl. Seeck, Francis: *Klassismuskritik als Querschnittsaufgabe einer menschenrechtsorientierten Sozialen Arbeit*. In: Francis Seeck/Claudia Steckelberg (Hg.): *Klassismuskritik und Soziale Arbeit. Analysen, Reflexionen, Denkanstöße*. Weinheim/Basel 2025, S. 54–64.

schen dem einstigen ‚Arbeitersport‘ und der globalen Vermarktungsware Fußball in der neoliberalen Gegenwart aufzeigen. Rekuriert wird auf die Privatjetflüge des DFB-Präsidenten Neuendorf, den neuen Sponsoringvertrag mit Nike, der dem DFB von 2027 bis 2034 jährlich über 100 Millionen Euro in die Kasse spült, und das ‚System Infantino‘ bei der FIFA, das die turbokapitalistische Inwertsetzung des Fußballs mittels eines ganzen Spektrums an moralisch und ethisch höchst fragwürdigen – einige Kommentator:innen sprechen gar von mafiösen – sport- und geopolitischen Schachzügen perfektioniert. Und wer erinnert sich nicht an die ‚Goldsteak-Affäre‘ aus dem Jahr 2019? Damals zog ein Video von Franck Ribéry in den Sozialen Media einen veritablen Shitstorm nach sich, in dem sich der französische Fußballer in Restaurant *Nusr-Et* in Dubai ein mit Blattgold umhülltes Steak rituell servieren ließ, das den damals südlich des Weißwurstäquators kickenden Multimillionär 1.200 Euro gekostet haben soll. Das um mediale Aufmerksamkeit, Klickzahlen, Reichweite und Likes buhlende dekadente Steak-Ritual der Superreichen wird zum Gegenspieler der Stadionwurst, die für Bodenständigkeit, Demut, Tradition, Lokalität und Heimatverbundenheit steht. Die in den Interviews verbalisierten kritischen Perspektivierungen auf einen grassierenden strukturellen Klassismus, bei denen Kontinuitäts- und Bruchlinien zwischen der Stadionwurst, dem Goldsteak und dem einst von Roy Keane in einem Interview erwähnten Krabbensandwich²⁹ hergestellt werden, unterstreichen darüber hinaus einen zunehmenden und fortschreitenden Entfremdungsprozess der Fangemeinde vom zur Ware gewordenen Premiumprodukt Profifußball.

*Die fleischlose Seele wird im Stadion getröstet durch die Pommes:
Nachhaltigkeitsdebatten*

Der scheinbar unbekümmerte Biss in die fleischige Stadionwurst bereitet den Fans nicht nur Gaumenaquaplaning und ein Gefühl von Beständigkeit, Überschaubarkeit, Orientierung, Selbstvergewisserung und Komplexitätsreduktion. Den Beigeschmack und das schlechte Gewissen beim Verzehr des energetischen Fleischsnacks liefern gesellschaftspolitische Großnarrative und reale zivilisatorische Bedrohungsszenarien über die Zukunftsfähigkeit des Planeten Erde, die in einer direkten Bezugslinie zu Themen

29 Piskurek, Cyprian: *Football Fiction. Fiktive Darstellungen des englischen Fußballs und seiner Fans nach 1990*. Cham 2024, S. 80.

wie Nachhaltigkeit, Tierwohl, Intensivtierhaltung, Klimaerwärmung, CO₂-Fußabdruck, agrarische Flächennutzung und Artensterben stehen. Anders formuliert: Die „Ernährungsimperative“³⁰ haben unlängst die Einlasskontrollen im Stadion passiert und konfrontieren den hier omnipräsenten Geschmackskonservatismus³¹ und die traditionellen Essvorlieben der Fußballfans in der Kurve mit den neuen Realitäten des 21. Jahrhunderts.³²

Das Stadion kann in Anbetracht dieser Transformationen als Spiegelbild der Gesellschaft verstanden werden, weil innovativ-aktivistische Entwicklungen hin zu Fleischersatzprodukten parallel verlaufen zu Retraditionalisierungsprozessen, deren Vertreter:innen dem Esskulturwandel der Veggie-Bewegung mit Skepsis und Veränderungsresistenz begegnen. In dieser Gemengelage entwickelten die befragten Expert:innen diverse Sichtweisen auf diese nicht ohne Konfliktpotenzial und Schließungstendenzen einhergehenden Diskurse um die nicht selten auch fleischlose Stadionwurst. Die gesellschaftliche Evidenz, dass in Deutschland immer mehr Menschen proaktiv und unter kritischer Anerkennung ihres problematischen Konsumverhaltens einen Bogen um Fleisch machen und zu alternativen Ersatzprodukten greifen, geht auch an den Proficlubs nicht vorbei. So finden sich gegenwärtig in zahlreichen Stadien (etwa Dortmund, Gelsenkirchen, Bochum) neuerdings Verkaufsstände, die ausschließlich plant-based-Versionen der Stadionwurst für die immer größer werdende Anzahl an Fans anbieten, die sich vegetarisch und vegan ernähren. Diese Buden tragen dann Namen wie *Grüne Kaue*. Der neueste Trend zu Anpassungen des Warenangebots zieht auch kritische Fragen nach sich: Unterliegt die Einführung fleischloser Produkte ausschließlich einer Marktanalyse der veränderten Konsumgewohnheiten der Fangemeinde? Inwieweit dient das Angebot an pflanzlichen Wurсталternativen im Stadion zum ‚Aufhübschen‘ der von den Proficlubs öffentlich kommunizierten Nachhaltigkeitsstrategien? Sind Aktionen wie der ‚Veganuary‘ mehr als auf Hochglanz getrimmte PR-Nebelkerzen? Verkommt Nachhaltigkeit im Profifußball zu einem inhaltslosen Buzzword? Wie weit bei der Konzeptionalisierung von Nachhaltigkeitszielen im Profifußball Anspruch und Wirklichkeit auseinanderklaffen, wird

30 Hirschfelder: Essen heute (2022), S. 18.

31 Vgl. Song, Gin-Young: Kimchi – Geschmack und Migration. Zur Nahrungskultur von Koreanern in Deutschland (Studien und Materialien des Ludwig-Uhland-Instituts 44). Tübingen 2012, S. 7.

32 Vgl. Bowry, Jaya: Ethnografische Erkundungen im Fußballstadion. Kulinarische Fanfreuden zwischen Genuss, Gemeinschaft, Gewissen und Gesundheit (Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie/Volkskunde 24). Münster/New York 2022, S. 171ff.

beim Blick in den Nachhaltigkeitsbericht eines Proficlubs aus dem Ruhrgebiet ersichtlich, der im Jahr 2024 veröffentlicht wurde. Auf Seite 77 wird auf die Fortführung der Kooperation mit der *Rügenwalder Mühle* (Vorsicht: Agrarromantik) verwiesen, die auch in Zukunft vegane Stadionwürste für die Fangemeinde mit einem bewussten Ernährungsstil liefern wird. Nur wenige Zeilen weiter wird der neue „Champion Partner“ des Fußballclubs vorgestellt, in dessen Produktpalette sich unter anderem die Panzerhaubitze 2000 findet.

Beim Blick in den Wurststadionkosmos unterklassiger Vereine dominieren ganz andere Essrealitäten und Diskurse. Hier bestimmt nach wie vor der folgende Leitsatz die gesellschaftliche Praxis: „Strukturell ist Esskultur konservativ, also bewahrend.“³³ Hier ist die aus Schweinefleisch bestehende Stadionwurst (oder die alternative Sucuk-Variante) nach wie vor ‚Soul-Food‘.³⁴ Mit Verweisen auf die ‚echte Stadionwurst‘ und das ‚authentische Fußballerlebnis‘ avanciert die Fußballarena für etwas mehr als 90 Minuten zu einem Rückzugsort, in dem soziopolitische, ökologische und nachhaltigkeitsorientierte Krisenerzählungen temporär ausgeklammert werden können. Der Fußball als Ort der Befriedigung traditioneller Sehnsüchte, in dem nicht gerade wenige Kräfte des Beharrens eine enorme Wirkmächtigkeit besitzen, schafft es wie keine andere soziale Arena, sowohl althergebrachte Normen, Werte und Statussymbole als auch „kulturell ausgeformte Ordnungen“³⁵ zu konservieren. Auswirkungen haben die Deutungshoheit und der Machtanspruch der Karnivoren auch auf die Beständigkeit der Stadionwurst und ihren Nimbus des Unberührbaren, der von zahlreichen ‚Gralshütern‘ gegenüber regulativen, faktenbasierten und moralischen Interventionen verteidigt wird.

Ein Mitarbeiter der Fanprojekte, der in den letzten Jahren in erster Linie Erfahrungen in der 3. und 4. Liga gesammelt hat, führte dazu im Interview aus: „Also jetzt so eine Stadionwurst pflanzlich zu imitieren, das traut sich bisher kein Caterer im Stadion [...]. Die fleischlose Seele wird im Stadion getröstet durch die Pommes.“ Bei der Frage nach den Reaktionen der Fancommunity, wenn der lokale Fußballverein die Ambition verfolgen

33 Hirschfelder: *Essen heute* (2022), S. 9.

34 Vgl. Köstlin, Konrad: Heimat geht durch den Magen. Oder: Das Maultaschen-Syndrom – Soul-Food in der Moderne. In: *Beiträge zur Volkskunde in Baden-Württemberg* 4 (1991), S. 147–164.

35 Gerndt, Helge: *Kulturwissenschaft im Zeitalter der Globalisierung. Volkskundliche Markierungen* (Münchner Beiträge zur Volkskunde 31). Münster/New York 2002, S. 15.

würde, einen Veggie-Spieltag ausschließlich mit Fleischersatzprodukten im Stadion zu realisieren, verrieten Gestik und Mimik der Expert:innen vor der eigentlichen Beantwortung der Frage mehr als tausend Worte. Die Antworten lauteten wie folgt: „Das ist nicht durchsetzbar“; „Da gehen die Leute auf die Barrikaden“ und „Das kann ich völlig ausschließen für die Zukunft. Der Verein ist nicht dazu da, seine Fans zu bestrafen. Das würde als Strafe wahrgenommen.“ Plastisch vor Augen standen einigen Befragten schon die vor Wut schäumenden Kommentarspalten bei *Facebook*, in denen gegen die ‚linksgrün-versifftete Kulturkampf-Aktion‘, ‚Cancel Culture‘, ‚Wokeness‘, ‚Ideologiebestrahlung‘ und ‚moralische Bevormundung‘ gewettert wird. Die potenziellen Reaktionen der Fangemeinschaft in der Fußballarena verbinden die Expert:innen auch mit dem zeitweiligen Currywurst-Bann in einer Kantine im VW-Werk in Wolfsburg aus dem Jahr 2021, der bundesweit eine mediale Welle der Empörung nach sich zog. Die Befragten waren sich unisono einig, dass auch nur der Versuch, einen Veggie-Spieltag anzudenken, ein hohes Erregungs- und Aufruhrpotenzial in der Fanbasis nach sich ziehen würde, was für den Fußballverein gleichzeitig einen enormen Vertrauens- und Legitimationsverlust bedeuten würde.

Jaya Bowry beschreibt in ihrer ethnografischen Studie ähnliche Zustände hinsichtlich der konservativen und fleischlastigen Esskultur beim Fußball: „Das Stadion ist nicht der Ort, an dem nachhaltige Speisen erwartet werden [...]. Nachhaltigkeit war den Befragten eher gleichgültig und sie ärgern sich nicht über ein fehlendes Angebot, da es keine Bedeutung für sie hatte.“³⁶ Nach diesen recht unmissverständlichen Einschätzungen lässt sich die Antwort auf die Frage nach der Zukunftsfähigkeit des ‚Verbrenners im Stadion‘ schon vorrausahnen. Der Unterstützer des Oberligisten bringt es nüchtern auf den Punkt: „Da wird nichts anbrennen.“ Resümieren lässt sich Folgendes: Bis dass der Zuschauer:innensport Fußball seinen ‚Meat Peak‘³⁷ erreicht haben wird, scheint noch etwas Zeit zu vergehen. Bis dahin bleibt die ‚echte‘ Stadionwurst der unangefochtene ‚Traditionsanker‘³⁸ in der eher konservativen Erlebniswelt Fußball. Gegen die nahezu ungebremste Fleischfreude haben die Vegetarier:innen, Veganer:innen und Flexitarier:innen im Stadion einen recht schweren Stand. Im Rahmen der Sozialisationsinstanz Fußball gilt auch für die Wurst im Stadion:

36 Bowry: Fußballstadion (2022), S. 199f.

37 Hirschfelder, Gunther: Fleisch – vom Wohlstandssymbol zur Krisenmetapher. In: Ders. et al. (Hg.): Fleischwissen. Zur Verdinglichung des Lebendigen in globalisierten Märkten. Göttingen 2024, S. 15–40, hier S. 36.

38 Hirschfelder: Essen heute (2022), S. 18.

„Verbraucherinnen und Verbraucher sind offenbar wenig einsichtig; und selbst bei bestehendem Willen zur Veränderung wirken die kulturell bedingten und/oder psychologischen Beharrungskräfte stark. [...] Gutsituierte möchten offenbar zu größeren Teilen ungehemmt konsumieren – Mobilität, Sachgüter oder eben auch Fleisch; und die wachsende Zahl jener, die über begrenzte Ressourcen verfügen, fühlt sich bei den Aufrufen zum Konsumverzicht ungerecht adressiert: Der ökologische Fußabdruck ist eben weniger abhängig von narrativ kommunizierten Ideologien als vom Einkommen.“³⁹

Food Literacy und Ernährungsbildung im Fußball?

Die in den vorherigen Kapiteln am Beispiel der Stadionwurst präsentierten Einsichten zeichnen ein eindeutig ambivalentes Bild. Einerseits reflektieren Teile der Fancommunity ihren Fleischkonsum kritisch, weil sie die evidenzbasierte Faktenlage der Wissenschaft zur Kenntnis nehmen, die gebetsmühlenartig sowohl auf die problematischen und wenig nachhaltigen Ernährungsweisen als auch auf die irreversible Vernichtung von planetaren Ressourcen bei der energie- und emissionsintensiven Herstellung des Alltagsguts Fleisch hinweist. Individualisierte, postmaterialistische und nachhaltige Lebensentwürfe gehen einher mit der Wertschätzung, der Akzeptanz und der Verinnerlichung von „gesundheitsspolitischen Empfehlungen zur ‚gesunden‘ Ernährung“⁴⁰, die vor den lebensverkürzenden Folgeschäden eines zu hohen Fleischkonsums in der Überflussesgesellschaft warnen. Andererseits lässt sich eine große Anzahl der Stadiongänger:innen bei ihren Konsumententscheidungen weiterhin leiten von Genussorientierung, Emotionen, kulturellen Prägungen, traditionellen Werthaltungen und habitusspezifischen Orientierungsmustern. Die Stadionwurst gehört somit zu den klassischen „Geschmacksinseln“⁴¹, deren kulturelle Anziehungskraft durch die deutschlandweite Standardisierung und Normalisierung im Fußball auch in der Zukunft enorm ist.

Mit den in der Fanszene verhältnis- und verhaltenspräventiv wirkenden Mitarbeiter:innen der sozialpädagogischen Fanprojekte konnte in den Expert:inneninterviews auch über Maßnahmen und Strategien diskutiert wer-

39 Hirschfelder: Fleisch (2024), S. 21 u. 36f.

40 Palm, Anna: „Wir leben hier nicht völlig gesund“. Lebensweltlicher Umgang mit Ernährungsempfehlungen im frühen 21. Jahrhundert (Diss. Univ. Mainz 2022). Mainz 2022, S. 269.

41 Hirschfelder: Europäische Esskultur (2001), S. 256, k. i. Orig.

den, die eine empowernde Wirkung durch „Ernährungsbildung“⁴² entfalten, zu einem Mehr an Wissen im Bereich ‚Food Literacy‘⁴³ beitragen und Diskursverschiebungen im Essalltag der Stadiongänger:innen nach sich ziehen. Insbesondere durch die vertrauensbasierten, niederschweligen und über Jahre etablierten Zugänge der Sozialarbeiter:innen zu ihrer Zielgruppe bieten sich hier Chancen, durch präventive, interventionistische und ressourcenorientierte Konzepte neue Wege der politischen sowie ernährungssensiblen Bildungsarbeit zu beschreiten. Dieser Ansatz korrespondiert auch mit dem gesellschaftspolitischen Auftrag der Fanprojekte, der darin besteht, jungen Fußballfans in ihren subkulturellen Lebenswelten eine Orientierung zu geben, Handlungsoptionen aufzuzeigen, Reflexions- und Veränderungsprozesse anzustoßen, für das Hinterfragen eigener Normalitätsvorstellungen zu sensibilisieren und zum Perspektivenwechsel anzuregen.⁴⁴ In der jüngsten Vergangenheit wurden beispielsweise von einigen Fanprojekten in Nordrhein-Westfalen Workshops und Bildungsmodule zum Thema ‚Nachhaltigkeit im Fußball‘ angeboten. Während der Expert:inneninterviews wurden die Mitarbeiter:innen der Fanprojekte mit folgendem Fragekomplex konfrontiert: „Stellt euch bitte folgende Situation vor: Die Fanprojekte werden zur Durchführung eines mehrjährigen präventiven Sofortprogramms mit Maßnahmen zur Eindämmung und zur kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema ‚Fleischkonsum im Stadion‘ beauftragt. Wie sähe dieses Sofortprogramm aus? Welche konkreten Maßnahmen würdet Ihr durchführen?“

Generell sei es schwierig, so führte ein Befragter aus, die Fancommunity mit solchen gesellschaftlichen Themenstellungen zu behelligen, weil die Fanprojekte innerhalb der Fanbasis aufgrund ihres gesellschaftspolitischen Auftrags im Verruf stünden, als „moralische Kompassnadel“ fungieren zu wollen. Die auch konfliktive Potenziale besitzende Sozialarbeit mit gewaltorientierten Härtegruppen und Mitgliedern aus Ultrakollektiven müsse stets einen komplexen Balanceakt bewältigen, weil mit der

42 Palm, Anna/Hirschfelder, Gunther/Ploeger, Angelika: Der Essalltag von morgen: Chancen, Risiken, Gestaltungsräume. In: Angelika Ploeger/Gunther Hirschfelder/Gesa Schönberger (Hg.): Die Zukunft auf den Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen. Wiesbaden 2011, S. 407–422, hier S. 414.

43 Vgl. Vidgen, Helen/Caraher, Martin: Food literacy. Key Concepts and the Elephants in the Room. In: Dies. (Eds.): Food Literacy. Key Concepts for Health and Education. London 2016, S. 238–243.

44 Vgl. Becker, Helle: Echte Liebe! Politische Bildung und Sport. In: Fabian Fritz et al. (Hg.): Wie gelingt partizipative politische Bildung für Jugendliche und junge Erwachsene im Fußball? Weinheim/Basel 2024, S. 13–28.

Integration von gesellschaftlichen Problemstellungen in den sozialarbeiterischen Stadionalltag (Bsp. Diskriminierungskritik, ExtremismUSDistanzierung, Gewaltprävention sowie Nachhaltigkeits- und Ernährungsbildung) stets die Gefahr einhergehe, auf Vertrauen basierende Zugänge zu diesen Gruppen zu verlieren. Eine Überfrachtung der Fanprojektarbeit mit unzähligen gesellschaftspolitischen Themen, Debatten und Diskursen im Rahmen einer Pädagogik des erhobenen Zeigefingers führe mit Blick auf die veränderungsresistente Esskultur der Fans unweigerlich zu Reformstress, Schließungstendenzen und Diskursabbrüchen. Ein Experte formulierte diesen Sachverhalt wie folgt: „Die Fanprojekte werden mit vielen gesellschaftlichen Themen konfrontiert. [...] Mit jedem Vorschlag, der nur ein wenig im Ruf steht, akademisch zu sein, aus einer akademischen Sphäre zu kommen, knallen wir uns Türen zu.“

Eine konstruktive Debattenkultur über die Nachhaltigkeit der Ernährungsweisen innerhalb der Fancommunity, die ohne ein paternalistisches oder adultistisches Einschlagen von restriktiven und regulativen Pflöcken auskommen müsse, sei jedoch das Gebot der Stunde, weil sich die Erlebniswelt Fußballfankultur nicht gänzlich gegenüber den negativen Folgeerscheinungen der eingefahrenen und lieb gewonnenen Ernährungssysteme verschließen könne. Formen der Ernährungsbildung im „Lernort Stadion“⁴⁵, so waren sich die Mitarbeiter:innen der Fanprojekte einig, könnten nicht mit dem Anspruch antreten, in diesem gesellschaftlichen Milieu einen Paradigmenwechsel oder eine rigorose Trendumkehr in Sachen Fleischkonsum herbeizuführen, da sich das Kulturgut Stadionwurst über Generationen tief eingebrannt hat in das kulinarische Gedächtnis der Fans.⁴⁶ Einmütigkeit bestand jedoch darin, dass das Fußballstadion ein gesellschaftlicher Aushandlungsraum sei, in dem gegenüber den Fans durchaus Transformationszumutungen kommuniziert werden müssen, in deren Zentrum virulente Diskurse über ökologische Nachhaltigkeitsthemen mit Disruptionstauglichkeit stehen. Insbesondere in Zeiten zunehmend trumpfistischer Gesellschaftsverhältnisse, in denen global tätige Unternehmen und die

45 Fritz, Fabian/Laasch, Marlene/Christian, Hanna: „Mit einem Fuß im Stadion – und dann?“ Eine praxisreflexive Analyse von Potenzialen und Grenzen politischer Jugendbildung und Demokratiebildung beim „Lernort Stadion“-Modell auf Basis kritischer wissenschaftlicher Beiträge. In: Fabian Fritz et al. (Hg.): *Wie gelingt partizipative politische Bildung für Jugendliche und junge Erwachsene im Fußball?* Weinheim/Basel 2024, S. 45–61.

46 Vgl. Winterberg, Lars/Hirschfelder, Gunther: *Fleisch als Kulturgut. Traditionen und Dynamiken.* In: *Ernährung im Fokus 1* (2020), S. 28–33.

Wall Street den ursprünglich eingeschlagenen Weg der Dekarbonisierung sowie des Umwelt- und Klimaschutzes aus politischem Opportunismus wieder verlassen.⁴⁷ Die Bratwurst im Demokratieort Stadion wird somit zum Politikum, mit der immer häufiger konfliktive Großnarrative über die Zukunftsfähigkeit unseres Planeten verwoben sind.

47 Vgl. Franke, Fabian: Diversität und Nachhaltigkeit. „Woke“ scheint sich nicht mehr zu lohnen. In: *ZEIT ONLINE*, 12.01.2025.