

Bewerten, um plausibel darzustellen

Researcher und Scouts für Football Manager

David Kempf

Fußballscouts haben die Aufgabe, die Stärken und Schwächen von Spielern möglichst präzise zu bewerten und damit über Management-Entscheidungen von (Profi-)Vereinen zu informieren. Dieser Beitrag beschreibt ethnografisch die auf den ersten Blick sehr ähnliche und lediglich graduell verschiedene Praktik der sogenannten »Researcher«, die ebenfalls Fußballspieler bewerten, dabei aber nicht auf Entscheidungen seitens eines Vereins abzielen, sondern auf die möglichst realistische Darstellung innerhalb eines Videospieles, der Fußballsimulation *Football Manager*. Die dabei herausgearbeitete Leitthese lautet, dass es sich hier um zwei zwar eng benachbarte, auf den zweiten Blick aber *qualitativ verschiedene* Bewertungspraktiken handelt: Zielt die Bewertung auf eine – öffentlich zugängliche – Darstellung ab, so wird ihr *Plausibilität* und nicht *Reliabilität* zum wichtigsten Gütekriterium.

An einem Fußball-Videospiel – einer in den Game Studies weitestgehend ignorierten Spielform (Leonard, 2006; Frome & Martin, 2020) – lässt sich dem potentiell besonders gut nachspüren, weil Sport-Spiele im Vergleich zu anderen Videospiele auszeichnet, eine besonders enge Korrespondenz zwischen realer und virtueller Realität (Esposito, 2019) anzustreben (Crawford & Gosling, 2009). Ferner ist diese Korrespondenz selbst für die Feldteilnehmer zentral und dezidiert thematisch (Crawford, 2006; Hocquet, 2016). Nicht die Gegebenheit dieser zwei verschiedenen Bewertungspraktiken zeichnet damit den hier untersuchten Fall aus dem Bereich des Sports aus, sondern dass deren *Verhältnis* zueinander innerhalb des Feldes (für die Teilnehmerinnen) Relevanz hat, problematisiert, theoretisiert und damit letztlich also *accountable* gemacht wird (Garfinkel, 1984).

1. Der Fall *Football Manager*¹

Football Manager erscheint – wie für Sportspiele nicht unüblich – alljährlich in einer neuen Version und wird vom relativ kleinen britischen Entwicklerstudio *Sports Interactive* produziert. Anders als beim Branchenprimus der Fußballvideospiele *FIFA* geht es in *Football Manager* nicht darum, einzelne Spieler² – vorzugsweise an einer Konsole – selbst zu steuern. Stattdessen nimmt man die Rolle von Trainer und Manager ein und hat die Aufgabe, Spieler für seine Mannschaft zu verpflichten, das Training zu steuern und eine Taktik zu entwerfen: Die Spieler werden dann gewissermaßen vom Computer gelenkt, ausgehend von den Attributen eines jeden Akteurs sowie den Einstellungen, die die Videospielelerin vorher getroffen hat. Doch die eigene Partie macht an einem Spieltag bei *Football Manager* nur einen winzigen Teil aus: In zig verschiedenen Ländern und Ligen werden Partien simuliert, verletzt sich Spieler etc.:

We had spent quite a lot of time playing football games but they all essentially made you the centre of the universe [...] We wanted to make a functioning football world, and then put you into that world. (Paul Collyer, einer der beiden Gründer des Vorläufers *Championship Manager*, zitiert nach Parkin, 2015)

Diese Welt hat ihren Ausgangspunkt in einer ungemein detailtiefen Annäherung an die reale Realität (Esposito, 2019) des Fußballs. So sind etwa 320.000 aktive Spieler aus 116 Ligen verzeichnet – mit Werten in bis zu 250 Attributen pro Spieler. Darunter fallen extrem diverse Aussagen etwa über Sprintgeschwindigkeit und Größe oder auch Aggressivität und Konzentration (Craw-

-
- 1 Den hier angestellten Beschreibungen und Überlegungen zum empirischen Fall *Football Manager* liegt die bald dreijährige ethnografische Forschung am empirischen Fall des Fußballsimulationsspiels *Football Manager* im Rahmen meines Dissertationsprojekts *Doing Realism. Praktiken des realistischen Darstellens am Fall der Fußballsimulation Football Manager* zugrunde (Veröffentlichung voraussichtlich Ende 2024). Im Sinne der theoretischen Empirie (Kalthoff et al., 2008) schiebe ich keine gesonderte Theoriediskussion ein; im Geiste einer ethnografisch praxeologisch orientierten Forschung (Bredenstien et al., 2013; Schmidt, 2012) und angesichts begrenzten Platzes springe ich direkt in den empirischen Fall.
 - 2 Bislang sind im Spiel ausschließlich männliche Fußballspieler simuliert – auch wenn sich das laut eigener Ankündigung seitens Sports Interactive (Jacobson, 2021) in absehbarer Zukunft ändern soll. Deshalb verwende ich in Bezug auf simulierte Fußballspieler ausschließlich das Maskulinum.

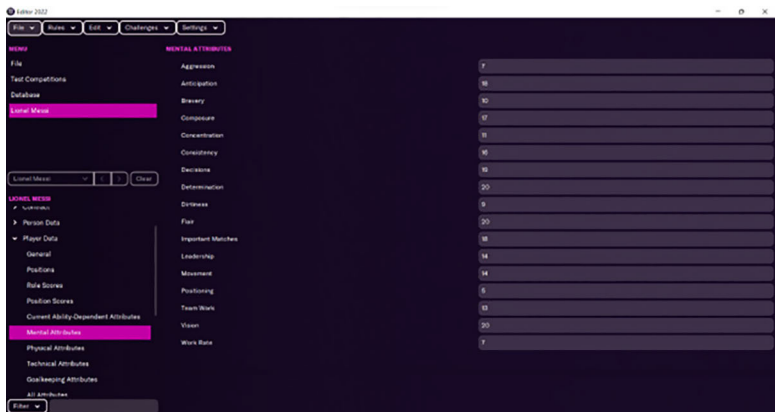
ford & Gosling, 2009). Mehr noch: Jeder Person ist ein gewisses Potential zugeordnet – darin steckt ebenfalls eine Aussage über ihre gegenwärtige Zukunft. Spieler entwickeln sich extrem unterschiedlich je nach ihrem Potential und zufälligen Faktoren wie etwa Verletzungen. So vermittelt sich dem Video-Spieler von *Football Manager* nicht nur ein detailliertes Bild aktueller Vereinskader, sondern durch das spielerische Betreiben der Simulation zunehmend auch eine Aussage darüber, wie es in Zukunft weitergehen könnte, bzw. mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit weitergehen wird. Auf diese Verquickung sind die Entwickler besonders stolz und heben sie explizit immer wieder in der Bewerbung der Reihe hervor: *Play the game. Know the game.* lautete vor einigen Jahren etwa der zentrale Werbespruch für die frisch herausgebrachte Version. ›Game‹ und ›game‹ referiert hier offensichtlich zunächst auf die virtuelle und daraufhin auf die reale Realität (Kempf, 2017). Diese zwei Sphären immer enger miteinander zu verschweißen – und dabei in der virtuellen Simulation die Zukunft des realen Geschehens auf den Fußballplätzen vorherzusagen – ist also Anspruch der Reihe. Dass das beeindruckend gut gelingt, zeigt sich daran, dass die erhobenen Daten auf vielfältige Art und Weise performativ zu wirken beginnen: Professionelle Fußballvereine greifen zum Teil für ihr Scouting auf die Datenbanken von *Football Manager* zurück und bezahlen für exklusive Zugangsrechte; es besteht mittlerweile eine Kooperation zwischen dem Entwicklerstudio der Reihe *Sports Interactive* und einem professionellen Scoutingtool; Fußballspieler, Trainer und Fachjournalisten bekunden zum Teil öffentlich, das Spiel zu spielen und so unter anderem ihr taktisches Wissen auszubauen; Fans entwickeln andere Erwartungshaltungen an bis dato vielleicht vollkommen unbekannte, von der Datenbank aber als hoch talentiert eingestufte Spieler. Es entsteht ein dichtes Geflecht gegenseitiger Auswirkungen (Crawford, 2006; Hocquet, 2016).

Die Welt in den Computer holen: Researcher

Zentral für *Sport Interactives* alljährliche Bemühungen, eine möglichst realistische, dem Profifußball nahekommende Fußballsimulation zu entwickeln, sind die sogenannten *Researcher*. Ihre Aufgabe besteht darin, die erforderlichen Daten zu erheben, also ›die Welt in den Computer zu holen‹ (Gugerli, 2018). Konkret schlägt sich das darin nieder, eine von der zentralen Datenbank des Entwicklerstudios vorgegebene Datenmaske auszufüllen. Das beinhaltet grundlegende biographische Daten über Geburtsdatum, Größe, Gewicht, derzeitigen Verein inklusive der gültigen Vertragslaufzeit, eine Schätzung der Höhe

des Gehalts, Aussagen über die derzeitigen fußballerischen Fähigkeiten, die in Werten zwischen 1 und 20 in gut 50 unterschiedlichen Attributen wie Beschleunigung, Stärke, Passen, Konzentration etc. dargestellt werden, darüber hinaus eine Einschätzung der potentiellen Fähigkeiten des Spielers in der Zukunft sowie eine Zuordnung zu verschiedenen vorgegebenen Charaktereigenschaften. Ein großer Teil dieser Attribute ist im Spiel einsehbar, ein noch größerer im Editor, der beim Kauf des Spiels enthalten ist. Damit wird es den Videospielern ermöglicht, Daten ihren eigenen Vorstellungen entsprechend zu modifizieren.³

Abb. 1: Mentale Attribute von Lionel Messi im Editor. Still aus *Football Manager 22*.



Organisiert sind die Researcher nach Ländern: Für jedes im *Football Manager* dargestellte Land gibt es einen *Head-Researcher*, dem in vielen Fällen ein oder mehrere *Assistant-Researcher* unterstellt sind.⁴ Abhängig von der fußballerischen Prominenz der Länder sowie persönlichen Vorlieben der *Head-Researcher* variieren Anzahl und Einfluss der *Assistant-Researcher* beträchtlich: In England ist grundsätzlich für jeden Verein in der ersten Liga, der *Premier*

- 3 Ich beziehe mich hier auch auf sogenannte »Hidden-Attributes«, die in der mir zugänglichen, aber nicht zur Veröffentlichung autorisierten internen Datenbank von *Sports Interactive* bestehen. Darunter zählt beispielsweise »Versatility« oder »Sportmanship«.
- 4 Manche *Head-Researcher* sind für mehrere Länder gleichzeitig verantwortlich; in mindestens einem mir bekannten Fall teilen sich zwei *Head-Researcher*, die jeweils eigenverantwortlich bereits ein Land verantworten, gemeinsam ein weiteres Land.

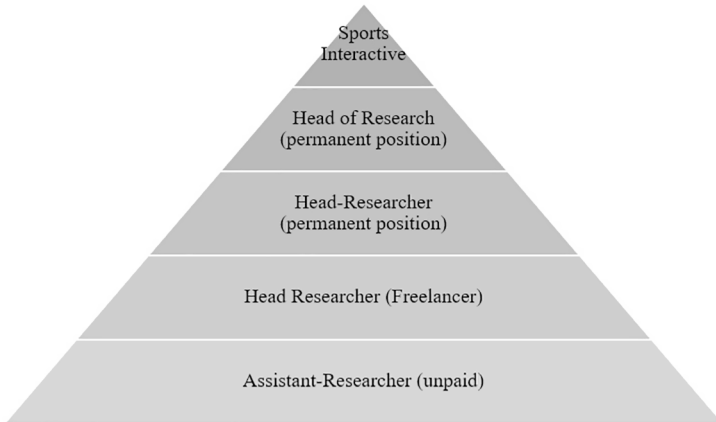
League, ein eigener Assistant-Researcher zuständig, in kleineren und fußballerisch weniger wichtigen Ländern gibt es manchmal nur einen oder gar keinen Assistant. Mir ist von einem Fall bekannt, in dem ein Head-Researcher eines kleineren Landes nur einen Mitarbeiter hat und dem lediglich die Einpflegung der zumeist vollkommen eindeutig abfragbaren Daten wie Alter, Vertragslaufzeit etc. überlässt. In anderen Fällen haben die Assistants bezüglich der ihnen anvertrauten Vereine bzw. deren Spielern und Mitarbeitern beinahe vollkommen freie Hand. Ferner werden Daten über Mitarbeiter wie Trainer, Sportdirektoren, Scouts etc. gesammelt.

Während die Assistants unbezahlt sind, erhalten die Head-Researcher als Freelancer ein Gehalt, das zum Leben allerdings nicht reicht. Der Zeitaufwand ist individuell sehr verschieden, je nachdem wie viele Assistants es gibt, wie viel Verantwortung denen wiederum überantwortet wird und nicht zuletzt wie ernst die Head-Researcher ihre Aufgabe nehmen und wie stark sie ins Detail gehen. Grundsätzlich sei ihre Arbeit nie abgeschlossen, gebe es eben immer noch mehr Spieler noch detaillierter zu sichten. Es wird so bereits erkennbar, dass die Head-Researcher über große Freiheiten verfügen. Unterstellt sind sie dem Head of Research und seinem Team, angesiedelt in der Londoner Zentrale von *Sports Interactive*. Der Head of Research bekleidet diese Rolle ebenso wie der Chef des Unternehmens, Miles Jacobsen, schon seit Jahrzehnten. Er ist seit 28 Jahren bei der Firma angestellt. Neben dem Head of Research gibt es seit jüngstem einige Head-Researcher, die fest angestellt werden, »internal« sind, wie es der Head of Research, Martin, im Gespräch mit mir ausdrückt. Diese fest angestellten Head-Researcher dienen gewissermaßen als Verbindungsstück zwischen der Londoner Zentrale und den Freelancern. Sie sind ca. acht bis zehn anderen Head-Researchern zugewiesen, zu denen sie regelmäßig Kontakt halten, als erster Ansprechpartner bei Problemen fungieren und indirekt zumindest ein Stück weit kontrollieren, ob die Arbeit erledigt wird.

Die formale Unterstellung führt im Arbeitsalltag allerdings keine direkte Kontrolle mit sich: Keiner der Head-Researcher, mit denen ich gesprochen habe, hat laut eigener Aussage jemals direkte Kritik oder sonstiges konkretes Feedback für eigene Bewertungen vom Head of Research erhalten. Alexandre Hocquet (2016, S. 42) bezeichnet die Datengewinnung für *Football Manager* als »crowdsourced«. Es stellt sich also die Frage, wie eine solche Heerschar an national verankerten Head Researchern – Stand Anfang 2023 sind es ca. 100 – mit jeweils einer weiteren Vielzahl an Assistants koordiniert werden kann. Wie wird konkret eine grundsätzliche Kohärenz der Bewertungen sichergestellt, so

dass nicht beispielsweise die österreichischen Spieler viel besser bewertet werden als die dänischen?

Abb. 2: Organigramm der Organisation der Researcher bei Sports Interactive



Um die grundsätzlich offensichtlich erfolgreiche organisationale Koordination und Sicherstellung eines gemeinsam geteilten Bewertungsrahmens erklären zu können, gibt es mehrere Erklärungsansätze. Zum Ersten beruht die Disziplinierung der Head-Researcher auf einem großen Maß an Identifikation sowohl mit der eigenen Rolle als auch mit dem Arbeitgeber und dem aus der Arbeit resultierendem Produkt, also dem Spiel. Über die unbezahlten Assistants – »volunteers« – sagt der Head of Research im Interview: »They want to do it, because they love the game, they love their club, they want to see their club represented correctly in-game.« Disziplinierung ist also primär Selbstdisziplinierung (Bröckling, 2017). Ausnahmslos alle Head-Researcher, mit denen ich gesprochen habe, waren vor ihrer Tätigkeit leidenschaftliche Spieler von *Football Manager*, die spielerisch die jeweiligen Datenbanken im Editor modifiziert und diese Änderungen mit *Sports Interactive* geteilt haben (vgl. zum Verhältnis von Spiel und Arbeit unter anderem Stevens, 1980; T. L. Taylor, 2012). Oft ist dieser Austausch über das offizielle Online-Forum zum Spiel gestaltet. Einer meiner Gesprächspartner erzählt mir aber auch davon, wie er vor weit über 15 Jahren als »playtester« ein paar Wochen bei *Sports Interactive* in London gearbeitet und in dem Rahmen dem Head of Research eine CD mit seinem ei-

genen aktualisierten Datenset präsentiert habe. Der Wechsel in die Rolle des Head-Researchers war für diese Männer insofern ein vergleichsweise nahtloser Übergang innerhalb des eigenen Hobbys: von Spielern, die in ihrer Freizeit an Überarbeitungen der Datenbanken arbeiten – Axel Bruns (2006) spricht von »produzern« – zu formal Angestellten, deren Arbeit zunächst nur kaum stärker vorgegebenen Regeln folgte und nicht entlohnt wurde. Bis heute verbindet diese Head-Researcher eine enge affektiv aufgeladene Beziehung zu *Football Manager*. Daraus leitet sich ein hoher Anspruch ab, diesem so innig geliebten Spiel in ihrer Arbeit gerecht zu werden. Besonders deutlich wird das an einer Stelle aus meinem Gespräch mit Werner, der darüber berichtet, mal ein finanziell äußerst lukratives Angebot abgelehnt zu haben, für *EA Sports'* Spielreihe *FIFA* zu arbeiten:

W: Also ich hab von EA Sports Angebote bekommen, damals, für FIFA zu arbeiten . da hätt ich das verdient im Monat, was ich da im Jahr hab.

D: Echt?!

W: Ja.

D: Und warum haste das nicht gemacht?

W: Moralische Ansichten.

D: ›Moralisch‹, weil... erklär!

W: Moralische Ansichten aus dem Grund, weil ich erstens mal mit FM aufgewachsen bin, den seit meiner Kindheit spiele. Weil ich FIFA absolut nicht ausstehen kann vom Aufbau her. Vom Spieler her, jeder Spieler kann alles. Ich kann mit jedem Spieler, kann ich alles machen. Unrealistisch. Ist nicht dabei. Äh. Die Bewertungen bei FIFA [unverständlich: Beispiel?] mit diesen 1 bis 100 macht dieses Spiel schwach. Weil zwischen 96 und 93 ist kein Unterschied. Beim FM hät man da schon Unterschiede zwischen 180 und 190. Das ist eben das moralische, wo ich sag: Dieses Spiel ist einfach nur zur Belustigung der Menschheit gedacht.

[...]

Drum sag ich ja, also unglaubliches Geld, was bei EA Sports da eigentlich machbar gewesen wäre, aber für mich ist Geld nicht wichtig in dem Sinne. Weil für mich muss alles zusammenpassen, das ganze Konzept muss- ich muss auch meine eigenen Werte dahinterstehen können und sagen ja, ich als [unverständlich] Werner möcht mich mit diesem Spiel identifizieren. Für das Arbeiten halt ich meinen Kopf hin und sag ja, das ist mein Gesicht, ich hab das gemacht. Das ist bei FIFA nicht der Fall. (eigenes Interviewmaterial)

Werner macht »moralische Ansichten« dafür verantwortlich, das finanziell attraktive Angebot ausgeschlagen zu haben. Dabei geht es ihm nicht primär um die eigentliche Tätigkeit im Berufsalltag, sondern um das dabei entstehende Gesamt- und Endprodukt. *FIFA* sei bloß zur »Belustigung der Menschheit« gedacht und eben nicht realistisch. Moralische Bedenken bezüglich der Spielreihe *FIFA* würden sich erstmal eher in Bezug auf deren System der »Loot-Boxen« anbieten, mit denen Hersteller *EA Sports* neben dem Spielverkauf über in-game Käufe enorme Summen an Geld verdient und deshalb unter anderem dem Vorwurf ausgesetzt ist, eine Form des – zudem Minderjährigen zugänglichen – Glücksspiels zu betreiben (Xiao et al., 2022). Darüber spricht Wolfgang aber überhaupt nicht. Es ist für unseren Gesamtkontext äußerst interessant, dass Werner seine moralischen Bedenken mit dem Anspruch an Realismus und der Abgrenzung von Bespaßung begründet. Sogar die affektive Bindung an *Sports Interactive* und deren Produkt ist vom Anspruch an Realismus nicht zu trennen.

Dieser Anspruch wird zusätzlich getragen durch ein hohes Maß an informellem Austausch zwischen den Head-Researchern. *Sports Interactive* ermöglicht diesen Austausch – wie auch die kontinuierliche Identifikation – mit alljährlich organisierten Treffen für alle Head-Researcher in der Londoner Zentrale. Innerhalb einer knappen Woche wird den Head-Researchern dabei ein buntes und vor allem spaßiges Programm geboten: Treffen mit einem Premier-League Manager, gemeinsame Kneipentouren, Stadionbesuche usw. Die Head-Researcher, mit denen ich sprechen konnte, arbeiten in westeuropäischen Ländern und kennen einander gut, stehen beispielsweise in regelmäßigem Austausch über *WhatsApp*. Einige bezeichnen sich gegenseitig als Freunde. Darüber hinaus hat sich für alle meine Gesprächspartner seit ihrem Einstieg als Head-Researcher einiges getan: Aus einem Hobby wurde erst ein Nebenjob und dann der Übergang in ein Berufsleben, das im weiteren Feld des Profifußballs verortet ist. Diese Entwicklung verläuft gewissermaßen parallel zu der des Entwicklerstudios *Sports Interactive*, das in den letzten Jahren seine Mitarbeiterzahl verdoppelt hat und sich laut Aussage des Head of Research kontinuierlich professionalisiert, ein »klassischeres« Unternehmen mit festen Kennzahlen, Zielen etc. wird. Das weite Feld des Profifußballs beinhaltet die Arbeit für Wettanbieter, Spielerberatungsagenturen oder auch direkt Profivereine. Vom Wechsel eines ehemaligen Head-Researchers in die Festanstellung bei einem größeren deutschen Fußballverein erzählen mir gleich mehrere Gesprächspartner bewundernd und etwas schwärmerisch – die Anekdote gilt ihnen als Beweis: Die Tätigkeit als Head-Researcher ermöglicht es, beruflich ein Teil der so begehrten Welt des Profifußballs zu werden –

diesen nicht mehr nur in Form einer Simulation darzustellen, sondern aktiv mitzugestalten. So hat für meine Gesprächspartner mit zunehmendem Alter die hobby-bedingte Motivation zwar etwas nachgelassen, wurde aber durch ein professionelles Streben ersetzt. Die Arbeit wird so auch Mittel zum Zweck. Diese zwei Leitmotive fasst *Sports Interactive* explizit als Pole, die die Arbeit als Researcher attraktiv machen. So steht beispielsweise im offiziellen Forum der Entwickler in einem Thread, der darum wirbt, sich zu bewerben:

Our researchers are fans of the series, just like us, and many of them took on their roles because they were passionate about their clubs, domestic leagues and national football setups and they wanted to ensure they were represented accurately in the game. Indeed, many of those who have worked as researchers for Football Manager have moved into jobs in the footballing world as a result of their knowledge and commitment, so it can be a pathway to the job of your dreams. (Brock, 2021)

Neben dem regen Austausch unter Kollegen stellt der Austausch mit Spielerinnen von *Football Manager* eine wichtige soziale Kontroll- und Feedbackfunktion dar. So wie die amtierenden Head-Researcher einst selbst, kommentieren unzählige Spieler der Simulation die Bewertungen von Fußballspielern, üben direkte Kritik daran oder machen Gegenvorschläge. Beispielhaft ist folgender Post aus dem offiziellen Forum von User *tbm_cooper* (2022):

Moin zusammen,
dies ist mein erster Beitrag hier im Forum. Ich würde gerne etwas loswerten [sic!] zur Bewertung einiger Spieler von Werder Bremen. Ich hoffe dies ist hier der Richtige Platz dafür. Im Prinzip würde ich gerne einfach nur in den kurzen Austausch mit dem deutschen research team gehen, bzw. einfach eine kurze Anregungen weitergeben. [...]
Ich denke einige Spieler sollten überarbeitet werden. Und generell sich vielleicht Gedanken über die Gesamtstärke des Team gemacht werden. So wie es aktuell in der beta [frei zugängliche unfertige Version des Spiels, die wenige Wochen vor offiziellem ›Release‹ herauskommt, D.K.] aussieht, steigt Werder mit diesem Team und diesen Spielern in 9 von 10 Fällen ab.
Das [sic!] Werder sich im Bereich Abstiegskampf befindet ist in Ordnung; allerdings sind sie aktuell zu deutlich Abstiegs kandidat Nummer 1.

Tbm_cooper (2022) geht dann noch einige Einzelspieler durch und schreibt unter anderem:

Man hat bei Friedl im FM den Eindruck, dass seit 3 Jahren kein Blick auf ihn geworfen wurde. So wie er aktuell aussieht, sieht er seit Jahren aus. Er hat sich allerdigns [sic!] besonders letzte Saison deutlich entwickelt in der Realität. Was die Position und die Persönlichkeit angeht.

Die Head-Researcher verstehen sich nach wie vor zumindest teilweise als Teil dieser Community und nehmen deren Meinung insofern als wichtiges Verbindungsstück zur im Blogpost angesprochenen »Realität« ernst. Das betont auch der Head of Research. Von mir darauf angesprochen, wie es bei über 100 als Freelancer arbeitenden Head Researchern möglich sei, eine Form der Qualitätskontrolle durchzuführen, verweist er sofort auf die aktive Community und deren Feedback. Er spricht in diesem Kontext von »external checks and balances«. Letztlich beruht die gesamte in Jahrzehnten aufgebaute Datenakquise über Fußballspieler auf einer ungemein engen und vertrauensvollen Einbindung der aktiven Spieler und Fans der Simulation. Das zeigt sich anhand des Werdegangs der Head-Researcher von leidenschaftlichen Hobbyisten hin zu Freelancern, die ihre Tätigkeit als Chance zum Sprung in ein neues Berufsleben begreifen, dabei aber in inniger Verbundenheit mit ihrem Arbeitgeber und dem von ihnen geschaffenen Produkt, dem Spiel, verbunden bleiben. Darauf fußt das Vertrauen, das *Sports Interactive* diesen in ihrer Arbeit kaum zu kontrollierenden Menschen entgegenbringt. Emblematisch für dieses Vorgehen ist eine Anekdote aus den Anfängen des Spiels in den 90ern – damals noch *Championship Manager* – die mir der Head of Research erzählt: Als das damals noch winzig kleine Team neben England und Schottland weitere Länder in die Datenbank integrieren wollte, sei allen Beteiligten klar gewesen, weder über die Zeit noch über das nötige Hintergrundwissen zu verfügen, um Spieler aus anderen Ländern wie beispielsweise Deutschland ausreichend gut bewerten zu können. Die Lösung: *Sports Interactive* kontaktierte *Fanzines* von Fußballvereinen aus den entsprechenden Ländern und bat diese darum, ihrer Leserschaft einen Aufruf zur Bewertung der Spieler des eigenen Vereins zukommen zu lassen. In einigen wenigen Kernattributen sollten die Fans Bewertungen abgeben zwischen – – und + +, also in insgesamt fünf Zwischenschritten. Die Resonanz sei mit einer Antwortrate von ca. 80 % ungemein positiv gewesen – die Bewertungen wurden so mehr oder weniger übereinandergelegt und dann übernommen. So stark auf eine Heerschar an leidenschaftlichen Fans der Serie als Researcher zu setzen, lässt sich als professionalisierte Fortführung eines solchen Vorgehens verstehen. *Sports Interactive* bindet Begeisterte in die Produktion des Spiels ein, so dass diese Begeisterten zu Beteiligten werden und sich folglich

noch enger mit dem Spiel verbunden fühlen. Das gilt auch dafür, die Bewertungen von Spielerinnen und Spielern wie Tbm_cooper ernstzunehmen – und zwar als Bewertungen der eigenen Bewertungen, als Ressource also, um sich zu verbessern.

Gleichzeitig gibt es vonseiten der Head-Researcher aber auch Abgrenzungsbewegungen zur Feedback-Kultur aus dem Internet, etwa wenn sich Head-Researcher Werner mir gegenüber im Gespräch impulsiv darüber beschwert, Kritik werde zum Teil persönlich beleidigend oder beziehe sich auf aus seiner Sicht irrelevante Kleinigkeiten: »Wenn vielleicht *passing* um zwei Punkte nicht passt, oder *finishing* um zwei Punkte nicht passt. Naja, gut. Erschlag mich.«⁵ Diese gewissermaßen öffentlich geäußerten Kommentare stellen die Head-Researcher vor die Aufgabe, selektiv im Sinne der Membran Goffmans Ein- und Ausschlüsse organisieren zu müssen. Instruktiv ist dafür insbesondere in Form von Forderungen geäußerte Kritik. So erzählt mir Werner: Vor einigen Jahren habe es erhebliche Aufregung darum gegeben, dass der Dortmunder Youngster Youssoufa Moukoko nicht Teil der Datenbank des damals neuen *Football Managers* war. Moukoko galt damals als weltweit bekanntes Toptalent, wurde bereits im Alter von 15 Jahren Teil des Dortmunder Profikaders und als 16-jähriger zum jüngsten Bundesligadebütanten aller Zeiten. Ein Spieler also, den die Videospieler der Simulation nur allzu gerne verpflichtet und aufgrund seines offensichtlich großen Talents weiterentwickelt hätten. Ein Spieler aber, der gemäß den – insbesondere juristisch motivierten – Vorgaben *Sports Interactives'* eigentlich noch zu jung war, um ihn in die Datenbank zu integrieren. Doch der vor der Veröffentlichung der nächsten Version des Spiels aufgebaute Druck zeigte Wirkung. Werner:

Moukoko war der erste Spieler, der es geschafft hat, ohne die Altersbeschränkung für das Spiel zu haben, in das Spiel zu kommen. Auf Twitter wurde ja ne mörderische Stimmung gegenüber *Sports Interactive* gemacht, dass Moukoko im Spiel sein muss. Da muss [unverständlich] eine offizielle Anfrage machen, damit der Spieler im Spiel sein darf und bla bla bla und hin und her. (Eigenes Interviewmaterial)

5 »[...] here is a basic similarity between gaming encounters and other types of focused gatherings: both can be taken too seriously, both not seriously enough.« (Goffman, 2013, S. 40) Werner verweist hier offensichtlich auf Goffmans ersten Punkt – darauf, dass das Spiel seines Erachtens hier zu ernst genommen und damit als solches verfehlt wird.

Wenn ein Fußballverein einen 15-jährigen als Teil des Profikaders führt, dann muss die nach Realismus strebende Fußballsimulation nachziehen. Das Realismusgebot wurde in diesem Fall gewissermaßen öffentlich eingefordert, die Forderung vonseiten *Sports Interactives* inkludiert. Doch Werner berichtet mir auch von Fällen, in denen junge Spieler seines Erachtens grundlos »gehyped« würden und davon, wie er jahrelang mit der Kritik konfrontiert war, einen jungen, medial recht bekannten Spieler angeblich in Bezug auf dessen Potential zu schlecht zu bewerten – bis der Spieler schließlich wie von ihm vorhergesagt »gefloppt« sei, so dass er Recht behalten habe. Öffentlich im Internet geäußerte Kritik der Community von Spielerinnen und Spielern dient also als direktes Feedback für die Head-Researcher – die den mit diesem Feedback verbundenen Forderungen allerdings selektiv begegnen und nicht einfach blind vertrauen können.

Schließlich wird eine letzte, zentrale Koordinationsfunktion von der virtuellen Datenbank selbst ausgeübt. Koordinierend ist diese Datenbank auf zwei verschiedenen Ebenen. Erstens legt sie grundsätzlich fest, in welchen Kategorien was überhaupt zu erfassen ist – und was nicht. Damit verankert die Datenbank als Infrastruktur »rules of inclusion and exclusion« (Waibel et al., 2021, S. 42). Sie legt für alle Researcher verbindlich fest, dass beispielsweise Konzentration als Attribut Teil der realistischen Darstellung eines Fußballspielers ist, Fairness hingegen nicht. Damit bestimmt sie, worauf die Researcher achten, in welchen Kategorien sie schlussendlich also bewertend zu sehen lernen (Hoppe, 2022; basaler zum Erlernen eines spezifisch geschulten Sehens Fleck, 2019). Neben der spezifischen Auswahl von Attributen als Kategorien dient das in allen Attributen gleichermaßen geltende metrische System zur Koordination und Bildung von Kohärenz. Ob physische Attribute wie Beschleunigung, mentale Attribute wie Konzentration oder gar Attribute von Akteuren, die nicht Fußballspieler sind, sondern etwa Scouts – beispielsweise »Judging Potential Ability«: Stets wird ein numerischer Wert zwischen Eins und 20 eingetragen. So entsteht prinzipiell Vergleichbarkeit – zwischen den verschiedenen Spielern, aber auch zwischen den unterschiedlichen Attributen selbst. Qualitativ grundverschiedene Attribute werden so quantitativ miteinander in Relation gesetzt und dadurch kommensurabel (Espeland & Stevens, 1998).

Die Datenbank als Infrastruktur koordiniert also erstens, indem sie die zu bewertenden Kategorien und das metrische Bewertungssystem setzt. Das strukturiert die Bewertungspraktiken der Researcher fundamental und nimmt eine gewissermaßen transzendente Stellung ein – der Blick der

Researcher ist immer schon gelenkt durch die feststehenden Attributkategorien und die damit einhergehende Affordanz (Gibson, 2015), stets einen Wert zwischen Eins und 20 dafür zu finden.

Zweitens existiert eine etwas direkter gelenkte Art der Koordination, die sich an von der Datenbank errechneten Durchschnittswerten von Spielern, Mannschaften und Ligen festmacht. Diese Durchschnittswerte zu errechnen, ist nicht trivial, da nicht einfach ein Durchschnitt aller Attribute gebildet wird, sondern je nach Position und Rolle verschiedene Attribute unterschiedlich stark gewichtet werden. In der Folge gilt, dass sich Werte nur durchs Vergleichen relativ bestimmen lassen. Ein erster grober Anhaltspunkt für den Researcher ist also ein stetiges Vergleichen. Ist der Durchschnittswert des soeben bewerteten Spielers aus der 2. Bundesliga einem Stammspieler von Real Madrid ähnlich, so ist offensichtlich etwas schiefgelaufen. Für die Durchschnittswerte bestehen darüber hinaus aber auch konkrete Vorgaben seitens *Sports Interactive*: So werden beispielsweise die unterschiedlichen Ligen in eine Hierarchie gebracht – die dann bei den Durchschnittswerten eingehalten werden muss. In der Folge entstehen Richtkorridore an Durchschnittswerten für Ligen, die hinuntergebrochen werden auf die einzelnen Mannschaften – hier wiederum muss beispielsweise derzeit der FC Bayern München über den stärksten Durchschnittswert der Bundesliga verfügen – die wiederum die Bewertungen der einzelnen Spieler prägen. Diese sehr grob gesetzten Vorgaben sickern so gewissermaßen immer tiefer hinab und bestimmen letztlich zum Teil maßgeblich, wie ein Spieler bewertet wird. Zwar stellt der Head of Research im Gespräch mit mir überzeugend klar, dass diese Vorgaben nie absolut, mit einer guten Begründung jederzeit Abweichungen davon möglich seien. Die Arbeitspraxis der Researcher scheint von diesen Vorgaben aber doch stark beeinflusst zu sein. So berichtet ein Head-Researcher, dass die vorgegebenen Durchschnittswerte insbesondere seine Bewertungen in den weniger relevanten Kategorien eines Spielers prägen: Zunächst trägt er Werte in den Attributen ein, die ihm bei dem Spieler besonders aufgefallen sind, ihn seines Erachtens auszeichnen. Dann bleiben aber mitunter noch unzählige Attribute frei, die er nach einer nicht allzu detaillierten Sichtung kaum fundiert festlegen kann (Ist der Defensivzweikampf des Stürmers jetzt acht oder elf?). Es entstehen Unterschiede, die aus Sicht mehrerer Researcher dann auch nicht wirklich einen Unterschied machen, gerade bei weniger prominenten Spielern aus niedrigeren Ligen. So werden sehr frei und unbedacht Werte eingetragen und dann anhand des daraus entstehenden Durchschnittswerts nachkorrigiert, so dass am Ende ein Profil des Spielers entsteht, das

einerseits die aus Sicht des Researchers besonders hervorstechenden Merkmale berücksichtigt, andererseits einen Durchschnittswert ergibt, der in der errechneten Gesamtstärke die Stellung des Spielers in der Mannschaft den Erwartungen entsprechend wiedergibt. So übernimmt die ›Zentrale‹ durch Hierarchisierung von Ligen und vorgegebenen Korridoren für Durchschnittsstärken eine indirekte – mit Foucault (2009) gesprochen: *gouvernementale* – Lenkungsfunktion, die sich sehr konkret in den Bewertungen einzelner Spieler niederschlägt. Eine offensichtliche Folge dieser Strategie besteht in einer strukturell angelegten performativen Konservativität: Ergäbe sich aus der höchst aufwendigen und detaillierten Bewertung aller einzelnen Spieler vonseiten des Head-Researchers Deutschlands, dass die Durchschnittsstärke der Mannschaft von Borussia Dortmund dieses Jahr stärker sei als vom FC Bayern München, so müsste er das mindestens der Zentrale gegenüber rechtfertigen – denn Bayern München ist in den letzten Jahren ausnahmslos jede Saison Meister geworden, verfügt also zumindest in der historischen Rückschau über den erfolgreichsten Kader der Liga. Aus den Gesprächen, die ich geführt habe, geht aber eher hervor, dass die Head-Researcher sich diesen Vorgaben zumeist fügen, ohne sie infrage zu stellen, die Vorgaben folglich als sinnvoll anerkennen. Dabei bricht eine solche Setzung dezidiert mit einem Ideal offenen, vorurteilsfreien Bewertens. Beispielsweise wäre es denkbar, dass Dortmund tatsächlich über die besseren Einzelspieler verfügt, diese aber als Kollektiv weniger erfolgreich zusammenarbeiten – beispielsweise, weil der Trainer schlechter ist. *Sports Interactive* folgt hier aber einer anderen Logik, die eben nicht offenes Entdecken vorrangig setzt, sondern realistische, der Realität treue *Darstellung*. Die Realität soll nicht anders und neu beschrieben, sondern möglichst überzeugend *nachgebildet* werden. Dieser Unterschied zwischen den Ansprüchen an Entdecken und Darstellung wird noch deutlicher, wenn man rekonstruiert, weshalb *Sports Interactive Researcher* beschäftigt und keine *Scouts*.

2. Researcher und Scouts

Scouts, zu Deutsch etwa Späher oder Kundschafter, werden von Fußballvereinen entsandt, um entweder die nächste gegnerische Mannschaft auszukundschaften oder um als Verstärkungen für die eigene Mannschaft in Frage kommende Spieler zu sichten. Von besonderer Bedeutung ist dabei das Scouting junger, noch entwicklungsfähiger Spieler, stets verbunden mit der

Hoffnung, einen Talentschatz zu heben. Die auf eine immer größere Bedeutung von Wissen, Methodik und Einsatz von Technik und Quantifizierung basierende Transformation des Profifußballs der letzten Jahre (Schmidt, 2015) hat auch auf die Arbeit der Fußballscouts fundamentale Auswirkungen.⁶ Zum einen hat die voranschreitende Kommerzialisierung und damit einhergehende ökonomische Konkurrenz zwischen den Profivereinen zu wachsender Bedeutung des Scoutings beigetragen: »Jugendfußballer waren immer einfach da gewesen, wie der Sand am Meer. Nun wurden sie das gehegte, umkämpfte Kapital der Profivereine.« (Reng, 2015, S. 91) In der Folge beschäftigen Vereine mehr und zuweilen habituell andere Scouts – war es früher gang und gäbe, diese Aufgabe schlichtweg ehemaligen Spielern anzuvertrauen, so gibt es mittlerweile einige Quereinsteiger – insbesondere gilt das für Fachgebiete wie das »Datenscouting«, ist aber keineswegs darauf beschränkt. Doch auch die praktische Vorgehensweise wurde fundamental transformiert: Vereine bauen große Datenbanken mit Spielern auf, fordern von Scouts, nicht nur den einen interessanten Spieler zu sichten, sondern weniger tiefenscharf alle an einem Spiel beteiligten Spieler. Die Ergebnisse werden zumeist in vorgegebenen Kategorien quantitativ festgehalten, um von da aus auch in die Datenbank eingeschleust werden zu können. Zum anderen wurde der ›bloße Blick‹ des Scouts technisch um eine Vielzahl an statistischen Daten und Werten sowie umfassendem Videomaterial erweitert. War die Arbeit des Scouts vor zwanzig Jahren noch zutiefst vom unablässigen Reisen geprägt (Reng, 2015, S. 177), so findet mittlerweile zumindest ein großer Teil der Vorauswahl per Videosichtung vor dem Bildschirm im Büro statt. Das Videoscouting entbindet dabei nicht nur teilweise von der zeitintensiven Tätigkeit des Reisens, es bietet auch eigens zugeschnittene Highlight-Sequenzen – etwa alle von einem festgelegten Spieler geschlagenen Flanken innerhalb einer Saison – und per ›Scouting-Feed‹ eine stets das ganze Feld überblickende Vogelperspektive, die in manchen Gesichtspunkten, etwa in Bezug auf mannschaftstaktisches Agieren ohne Ball, sogar der physischen Anwesenheit auf einem Nebenplatz ohne erhöhte Tribüne überlegen ist (Brümmer, 2019). Das hat unter anderem zur

6 Die folgenden Ausführungen beziehen sich unter anderem implizit auf ethnografische Daten, die ich gemeinsam mit Robert Schmidt und Max Weigelin im an der KU Eichstätt angesiedelten und von Robert Schmidt geleiteten DFG-Projekt ›Accounting und transformatorische Effekte im Profifußball‹ erhoben und interpretiert habe. Von besonderer Bedeutung ist dabei eine Reihe an Interviews, die wir mit angehenden, jungen Scouts geführt haben.

Folge, dass es mittlerweile schon in niedrigen Altersklassen ab einem gewissen Niveau quasi unmöglich ist, einen noch vollkommen unbekanntem Spieler zu entdecken – und das weltweit, bis hin zu fußballerisch exotischen Ländern. Die Scouts bringt das untereinander in eine merkwürdige Lage: Einerseits ist das Geschäft von Konkurrenz geprägt, davon, *besser* zu sichten, mehr Wissen zu beschaffen als die anderen Vereine in ähnlicher sportlicher oder ökonomischer Lage, um daraus einen Marktvorteil zu generieren. Andererseits sorgt die Zunahme von vorhandenem Videomaterial und gemeinsam geteilter und auf technischen Infrastrukturen beruhender Methodik beinahe für Deckungsleichheit bezüglich des tatsächlich vorhandenen Wissens. Das wird anschaulich an der folgenden Stelle aus *Mroskos Talente*, der journalistischen Biografie eines ehemaligen Scouts:

- ›Ich finde, auch für einen Jugendspieler wie Kroos müsste ein Klub einfach mal zwei Millionen hinlegen. Warum nicht?‹
- ›Ach, Kroos. Den habe ich schon vor über einem Jahr entdeckt.‹
- ›An dem bin ich schon viel länger dran.‹
- ›Was meint ihr, was ich mit dem Vater Kroos schon geredet und getan habe, sagte der große Rehberg. ›Ich habe bei uns auf Schalke den Verantwortlichen gesagt: Da können wir die ganze Familie holen, der Vater Kroos ist ein guter Trainer, beide Söhne können kicken, da kannst du gar nichts verkehrt machen. Aber dann kostet der Junge natürlich 'ne gewisse Summe, und für einen 15-Jährigen zu zahlen, kann sich unser Manager Rudi Assauer nicht vorstellen, habe ich gehört.‹
- ›Noch 'ne Flasche Rotwein bitte!‹
- ›Die Bayern sind doch schon längst an Kroos dran, wusste Mrosko. ›Die haben ihn im Februar zum Champions-League-Spiel gegen Arsenal eingeladen, Hotel Vier Jahreszeiten, VIP-Karten, und am nächsten Tag hat ihn Uli Hoeneß in seinem Büro empfangen – einen 15-Jährigen. So macht man das heute.‹
- ›Natürlich wird's für uns nahezu unmöglich, wenn die Bayern aufkreuzen. Aber du musst es trotzdem weiter probieren, wenn es sich um ein Ausnahmetalent wie Kroos handelt, sagte der große Rehberg. ›Ich erzähle euch mal, wie lange wir gebraucht haben, einen kleinen Türken zu kriegen, 88er-Jahrgang, für mich das größte Talent im ganzen Ruhrpott.‹
- ›Wer? Der Özil, oder was? Den kenne ich natürlich schon lange.‹
- ›Den kennt doch jeder hier.‹ (Reng, 2015, S. 93–94)

In kollegialer abendlicher Runde im Rahmen eines wichtigen deutschen Jugendturniers fachsimpelt ein Großteil der damals wichtigsten Fußballscouts des Landes miteinander. Deutlich nachvollziehbar wird dabei die Spannung zwischen dem Bild des einsamen, wertvolles Geheimwissen generierenden Kundschafters einerseits und einem Kollegen unter Kollegen, die zumindest in Bezug auf die Top-Talente längst ohnehin auf demselben Stand sind. »Den [Özil] kennt doch jeder hier.«⁷ Das darf allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass es sich hier um eine seltene Ausnahmesituation handelt, Konkurrenz und Geheimniskrämerei vorherrschen (Darr & Mears, 2017, S. 7).

Einige Gemeinsamkeiten zwischen Researchern und Scouts drängen sich so bereits auf: Zunächst einmal sind die Alltagspraktiken extrem eng miteinander verwandt: Fußballspielern bei der Arbeit zusehen und ihre Fähigkeiten – in Gegenwart wie antizipierter Zukunft in Form von Potential – bewerten. Jonas, einer der Head-Researcher, den ich interviewt habe, sagt dazu:

Mhh, I bumped into a [anonymisierte Nationalität] scout, who gave us scouting training, scouting courses, there was one near where I lived, so I decided to go there and he was giving a course and there were couple of other people there, scouts, want to be scouts, people on the football business, and that moment I noticed: Hey, *I'm seeing the same things as these guys are seeing – so I can do this.* [Hervorhebung D.K.] (eigenes Interviewmaterial)

Jonas leitet die empfundene Nähe zwischen den beiden Aufgaben aus der geteilten Fähigkeit ab, richtig zu sehen und folgert daraus im weiteren Verlauf, inwiefern er seines Erachtens dazu befähigt sei, auch im professionellen Fußball zu arbeiten. Mittlerweile ist dieses Sehen beider Gruppen in metrisch organisierte (und organisierende) Infrastrukturen der Bewertung eingelassen und auf die Integration in digitale Datenbanken ausgerichtet. Sichtet ein Scout einen Spieler hingegen detaillierter, greift er auch auf qualitative Bewertungen zurück und erarbeitet ›Wert-Urteile‹. Konkret bedeutet das beispielsweise, ›Waffen‹ eines Spielers hervorzuheben und schlussendlich eine Empfehlung abzugeben: Sollte der Verein diesen Spieler verpflichten oder nicht? Mehrere Scouts erzählen mir dazu in unseren Gesprächen, dass es wichtig sei, eindeutige Empfehlungen zu generieren: Ein Interviewpartner

7 Auf die Bedeutung solcher kollegialen Zusammenkünfte, die immer auch ein Teilen der eigenen, eigentlich geheimen, Daten beinhalten, verweisen Darr und Mears (2017, S. 11) in Bezug sowohl auf Fußball-, als auch in Bezug auf für die Modebranche nach neuen Models suchenden Scouts.

erklärt, es sei eine Qualität von Scouts, »angreifbar« zu sein – »lieber drei Mal falsch liegen als nichts gesagt haben«. Als Scout dürfe man sich eben nie zu Unsicherheiten und schwammigen Aussagen verleiten lassen, sondern müsse am Ende klar etwas aussagen – auch und gerade auf die Gefahr hin, falsch zu liegen. Gerade hier komme quantitativen Daten eine entscheidende Bedeutung zu, nämlich nicht als Such- oder Analysewerkzeug, sondern im Sinne einer Fundierung der vorab getroffenen eigenen Einschätzung. Letztlich ist der Scout in der Organisationsstruktur »Vorarbeiter, nicht Entscheider« (Interview mit dem bereits zuvor zitierten Scout). Zwei Spieler als ungefähr gleich stark zu bewerten, entlaste den Entscheidungsträger keineswegs. Deshalb sei eine möglichst eindeutige Bewertung und daraus resultierende Empfehlung gefordert, auch wenn sich diese irgendwann als falsch herausstellen sollte, weil der entsprechende Spieler nach der Verpflichtung den Erwartungen nicht gerecht wird. Dazu passt – ganz im Sinne der weiter oben zitierten Passage –, dass die alltägliche Arbeit der Scouts nicht darin besteht, vollkommen unbekannte Spieler zu »finden«, sondern aus einem großen Pool potentiell in Frage kommender Spieler Kandidaten auszuschließen, den Pool also zu verkleinern.⁸ Insofern besteht eine fundamentale Aufgabe des Scouts darin, Kontingenz und Komplexität auf der Entscheidungsebene zu reduzieren. Die damit verbundene Forderung nach Eindeutigkeit trotz faktischer Unmöglichkeit absoluter Sicherheit erinnert stark an Elena Espositos (2019) Charakterisierung von quantitativen Marktprognosen nicht als Zukunftsvorhersagen einer »zukünftigen Gegenwart«, sondern als Orientierungspunkte im Hier und Jetzt, die in einer »gegenwärtigen Zukunft« operieren. Diese Aufgabe haben die Researcher nicht. Entscheidungen zu fällen, ist Aufgabe der Videospieler. Empfehlungen dazu geben die vom Spiel simulierten Scouts ab. Die Aufgabe, aus einem Datenkorpus Empfehlungen abzuleiten, fällt der Simulation zu. Die Arbeit von Scouts und Researchern konvergiert also tendenziell in Bezug auf das Anlegen eines Pools an Spielern, differiert aber entscheidend bezüglich detaillierterer Bewertungen von Einzelspielern und den daran geknüpften spezifischen Anforderungen. Scouts müssen eine weitere, gewissermaßen tiefenschärfere Ebene bedienen können – ein rein quantitativer, granularer Unterschied. Daneben existiert allerdings ein weiterer, tiefgreifend qualitativer Unterschied, der sich durch die Fokussierung auf die sich beiden Gruppen stellende Herausforderung, auch und gera-

8 Ein Pool, den dieselben Scouts freilich selbst aufbauen und pflegen.

de ›weiche‹ Faktoren wie Charaktereigenschaften der Spieler zu bewerten, herauskristallisieren lässt.

3. Charaktereigenschaften bewerten: der qualitative Unterschied

Nichts ist für einen Fußballverein gewonnen, wenn ein aus einem fernen Land für viel Geld verpflichteter Spieler sich zwar als genauso technisch beschlagen herausstellt wie erhofft, jedoch mit den neuen Lebensumständen in einem ihm vollkommen fremden Land nicht zurechtkommt. Ein unglücklicher Spieler kann technisch noch so herausragend sein – die Chancen, diese Fähigkeiten auf den Platz zu bringen, sind gering. Folglich besteht eine der wichtigsten Aufgaben der Scouts darin, etwas über den ›Charakter‹ des infrage kommenden Spielers herauszufinden. Gerade dieses Aufgabenfeld ist technisch nicht oder nur eingeschränkt abzudecken und erfordert die physische Anwesenheit des Scouts, der beispielsweise bei den Aufwärmübungen oder beim Torjubel genau hinsieht. Auch dem jeweiligen Netzwerk kommt eine entscheidende Bedeutung zu:

As part of their engagement in recognitionwork, coaches and scouts also tried to learn if the player drank or gambled, if he demonstrated loyalty to his previous teams, and if he was ready to care about others and not only about himself. To obtain this type of local knowledge they tried to speak with previous coaches and teammates of the candidates, sometimes in remote locations. At time they even tried to gain such information from Israeli sportsjournalists who have ties with other journalists in the player's home-country or city. (Darr & Mears, 2017, S. 10)

Die Bewertung solcher weichen Faktoren entzieht sich einem Großteil der tendenziell ›gleich-schaltenden‹ Methodik und technisch getriebenen Transformation. Folglich sind hier auch die größten Distinktionsgewinne zwischen den Vereinen zu erzielen: ein richtig guter Scout hat auch für derlei potentielle Probleme das ›feine Näschen‹.

Für die Scouts ist es vollkommen evident, jederlei verlässlich wirkende Informationen oder auch nur plausiblen Gerüchte in die eigene Bewertung miteinzubeziehen. Für die Researcher hingegen entfaltet sich hier eine eigene Form der Komplexität. Das möchte ich an einem langen Auszug aus meinem Gespräch mit Jonas festmachen. Jonas ist Anfang 40, Head-Researcher

und neben dieser Tätigkeit freiberuflich im Profifußball tätig. Insbesondere arbeitet er scoutend für Wettanbieter und immer mal wieder für einzelne Vereine, allerdings bislang stets auf Honorarbasis und nicht fest angestellt. Der Übersichtlichkeit halber ist der Auszug in mehrere Teile gegliedert und von kurzen Erläuterungen gerahmt.

J: I mean I've had, I've had a coach enter information a few years ago and he actually did performance reviews with the players.

D: Ok (lacht).

J: And then we were talking, we were e-mailing and it was like: Okay, I can actually put this in and I was like: you know, you don't need to put that in. You're welcome to, but you don't have to put it in. Maybe if you have the few players where you're like: Wow! This kid is- has such a fantastic attitude- okay, put that in. But if you have two or three players where you just know, ok, this kid has a shit attitude, he will not make it. You know what? We don't really have to put that in, so we just- leave it blank, you know? Putting the information in where you yourself are still comfortable with putting that information in. I personally, I speak to scouts, I've spoken to directors of football and they personally give me information where I'm like: wow. Why are you telling me this? I will not put that in. (eigenes Interviewmaterial)

Jonas berichtet hier von einem Fall, in dem einer seiner Assistant-Researcher zugleich als Trainer bei einer von ihm bewerteten Mannschaft gearbeitet hat. Dieser Assistent habe angeboten, die von ihm als Trainer ausgestellten »performance reviews« der Spieler in die spieleigene Bewertung einfließen zu lassen. Jonas weist ihn darauf hin, er »müsse diese Informationen nicht einfließen lassen«, sei dazu aber eingeladen. Nachdem der Assistent das aber bereits vorhatte, ist das als höflich indirekte Abweisung des Vorhabens zu verstehen. Stattdessen schlägt Jonas vor, so nur in Bezug auf besonders positive Bewertungen einzelner Spieler vorzugehen und den Rest außen vor zu lassen. Schließlich überführt Jonas die Anekdote zur allgemeiner gefassten Aussage, diverse Akteure aus dem Profifußball hätten ihm schon Informationen zukommen lassen, die er nicht einfließen lasse. Sein Unverständnis für diese Indiskretionen fasst er in der rhetorischen frage »Why are you telling me this?« zusammen.

D: And that's kind of information, that, for instance, concerns the behavior of the players besides the pitch, probably-

J: Sometimes, yes. I, I know of players that have really, really bad attitudes,

usually they are also already a little bit in the media, so it's more a confirmation, but I've been told certain situations. And also about people at clubs, like directors, where they were just- one person tells me: that guy is incompetent. A second guy tells me, oh, that guy is incompetent. There are situations where I've been told by about ten or fifteen people about the same person and then it's like, okay, maybe, if one or two people tell me [unverständlich], ok somebody just likes somebody, that happens, but if it's fifteen people telling you from all different situations, different countries, like, ok, it's probably true.

D: Ok, but you would still not incorporate this into the database, or slightly?

J: No. Mhh. If it's out there in the media, if there are situations where it's like, okay, this player has been late five times, he has had a fight with another player, then we can put it in. If it's not public, I don't put it in. (eigenes Interviewmaterial)

Einer Vielzahl deckungsgleicher Gerüchte sei tendenziell Glauben zu schenken – so, wie wenn beispielsweise 15 unterschiedliche Kontakte demselben Sportdirektoren Inkompetenz bescheinigen. Nichtsdestotrotz würde Jonas auch eine derlei für ihn als bestätigt geltende Aussage nicht für seine Bewertung verwenden. Das entscheidende Kriterium sei vielmehr, ob das Gerücht in den Medien aufgegriffen werde, also ›öffentlich‹ sei.

D: And that's due to, let's say moral concerns, right?

J: -yes-[...]

J: A very, very long time ago, in the early days of Football Manager, it was still Championship Manager, we had a certain code in the game, that you could put in there or leave out which was called »ARSE«. So, the famous Arse Command, if you put it in the code then you will have situations where a player, for example, will headbutt a referee.

D: Okay, ya.

J: And then he will get a suspension for like 90 days or six months or whatever. But they took it out, because they were scared – or maybe it even happened, I'm not precisely fully sure – but there were situations where a player or a club would say: Hey, come on! This is something negative about the player, this is too much, [unverständlich] discredit – we will sue you.

D: So it's moral and legal concerns.

J: Yes. I think it's more legal than moral. For me, personally, I think it as a researcher and I think, you know, this is maybe something that somebody tells me in confidence- it could even be a lie. And then I put it in the game and then that person will go: Ha – what an idiot, I told him a lie and he put

it in the game. That guy is not serious. Even that could happen.

D:Ja.

J: But for me, it's like, you know, someone is telling me something, even in confidence, there's no reason for me to put it in the game. Sometimes I will make notes; of course, I will know it, maybe I will even write it down and then in two years there will be: ›Oh, there's a big fight at the club!‹ or you will see a player fighting with another player where I knew, hey, wait a minute, these two players don't like each other. And then it's like, okay, you know what?, we can put this in. (eigenes Interviewmaterial)

Als weiteren Grund, Gerüchte aus seinem Netzwerk zurückzuhalten, gibt Jonas die Möglichkeit an, in die Irre geführt, belogen zu werden. Der imaginierte Täuscher würde dann entdecken, dass es seine Lüge ins Spiel geschafft hätte und das als Ausweis dafür nehmen, Jonas sei ein »idiot« und »not serious«. In dieser fiktiven Darstellung handelt es sich also um eine Art Test seiner Seriosität und Integrität. Die besondere Bedeutung, die das für seine Rolle hat, streicht er dadurch heraus, dass er einleitend einschleibt: »I think it as a researcher«. Aus Gesprächen mit anderen Researchern ist mir bekannt, dass es immer mal Versuche insbesondere seitens Spielerberatern gebe, positiv Einfluss auf Bewertungen der von ihnen vertretenen Spielern zu nehmen. Das schwingt in Jonas' Darstellung sicherlich implizit mit. Schließlich räumt er ein, sich solche Gerüchte natürlich zu merken, manchmal auch aufzuschreiben. Komme es dann irgendwann später zu einem sich damit deckenden journalistischen Bericht – wird das Gerücht also öffentlich –, greife er darauf zurück und lasse es einfließen. Medien nehmen in dieser so von Jonas geschilderten Vorgehensweise also eine nicht primär informierende, sondern absichernde Rolle ein.

Massenmedien sind also nicht in dem Sinne Medien, daß [sic!] sie Informationen von Wissenden auf Nichtwissende übertragen. Sie sind Medien insofern, als sie ein Hintergrundwissen bereitstellen und jeweils fortschreiben, von dem man in der Kommunikation ausgehen kann. Die konstituierende Unterscheidung ist nicht Wissen/Nichtwissen, sondern Medium und Form. Das Medium stellt einen riesigen, aber gleichwohl eingeschränkten Bereich von Möglichkeiten bereit, aus dem die Kommunikation Formen auswählen kann, wenn sie sich temporär auf bestimmte Inhalte festlegt. (Luhmann, 2017, S. 84)

Luhmanns Konzeption der Rolle von Massenmedien möchte ich nicht eins zu eins auf unseren Fall zu übertragen versuchen. Entscheidend und außeror-

dentlich fruchtbar ist allerdings die quasi-transzendente Stellung der Medien, die nicht auf einer »Wissen/Nichtwissen Unterscheidung« beruht. So läge es auf den ersten Blick nahe, im Fall von Jonas die Medien als klar nachgelagert zu betrachten: *Erst* hört Jonas mehr oder weniger verlässliche Gerüchte, *dann* wartet er ab, ob sie medial bestätigt werden. Diese Hierarchie ist aber – mit Luhmann – in der auf Wissen abzielenden Unterscheidung konzipiert. Tatsächlich stellt sich ja aber gerade heraus, dass für Jonas das Wissen im engen Sinne *zweitrangig* ist: Ist dieses Wissen nicht medial gedeckt, nicht Teil des »riesigen, aber gleichwohl eingeschränkten Bereich[s] von Möglichkeiten«, so kann es nicht verwendet werden. Es wird für die Darstellung im Videospiel wertlos.

Die Beschränkung auf veröffentlichte Quellen kann darüber hinaus auch als weitere organisationale Antwort auf das weiter oben diskutierte Problem der Koordination einer Vielzahl kaum direkt kontrollierter Head-Researcher interpretiert werden: So findet sich unter dem Begriff »No Original Research« eine höchst ähnliche Maxime auch in Bezug auf die Leitplanken für Editorinnen bei Wikipedia, wo es offiziell heißt: »all material in Wikipedia must be attributable to a reliable, published source« (Wikipedia, 2023, zitiert nach König, 2013, S. 163). Auch eine renommierte Wissenschaftlerin könnte ihre Forschungsergebnisse also nicht mit Berufung auf ihre fachliche Anerkennung direkt bei Wikipedia publizieren, sondern müsste die Ergebnisse erst in einer klassischen Publikation unterbringen, um diese dann als Quelle angeben zu können. Sowohl *Sports Interactive* als auch Wikipedia versuchen in diesem Sinne gar nicht erst, aufgrund der jeweiligen Kreditibilität ihrer Zuarbeiterinnen deren Bewertungen zu valorisieren, sondern setzen auf indirekte Kontrolle durch Rekurs auf bereits bestehende Publikationsorgane (vgl. zum Vergleich der Datengewinnung zwischen Wikipedia und *Football Manager* auch Hocquet, 2016): Eingang findet nur, was von einer zweiten Instanz medial gedeckt ist – in Bezug auf *Football Manager* gilt das allerdings natürlich nur für die hier diskutierten »weichen« Charaktereigenschaften und nicht für einen Wert wie »acceleration«.

Dass ihre Bewertungen in ein frei zugängliches Computerspiel fließen und damit potentiell selbst öffentlich werden, hat fundamentale Auswirkungen auf die Arbeit der Researcher. Auch ein Scout muss natürlich seine Quellen prüfen, er muss allerdings keinerlei Rücksicht darauf nehmen, ob diese Informationen öffentlich zugänglich sind. Im Gegenteil: Informationen, die nur ihm zur Verfügung stehen, sind besonders wertvoll, da sie seinem Verein einen Wettbewerbsvorteil den Mitbewerbern gegenüber verschaffen. Die Be-

wertungen eines Scouts führen potentiell zu einer Entscheidung seitens seines Vereins – sie geraten aber nicht an die Öffentlichkeit. Im Fall der Researcher ist das entscheidend anders. Das führt Jonas dazu, die Leistungsbewertung seines gleichzeitig als Trainer arbeitenden Assistenten nur in besonders positiven Fällen zuzulassen. Das Problem dieser Bewertungen ist dabei gerade, dass sie vollkommen verlässlich wirken *und* direkt aus einer internen Quelle stammen. Was für einen Scout absolut wünschenswert wäre, wird für den Researcher zur problematischen Verletzung der Intimsphäre der bewerteten Spieler. Auch wenn Ungenauigkeiten der Bewertungen und Gerüchte möglich sind, spielt diese Unsicherheit nicht die eigentlich entscheidende Rolle. Überdeutlich wird das an der Anekdote zum »arse command« aus früheren Zeiten: dem Algorithmus, der nach dem Zufallsprinzip zu groben Unsportlichkeiten einzelner Spieler führte. Hier ging es offensichtlich gar nicht um Bewertungen von Researchern. Nichtsdestotrotz erschien den Entwicklern – ob aufgrund tatsächlicher Klagen oder nicht – das Risiko zu groß, damit Unmut seitens Spielern oder Vereinen zu erwecken. Im Videospiel getroffene Bewertungen sind nicht nur einer breiten Öffentlichkeit zugänglich, sondern natürlich auch den Bewerteten selbst. Das erweitert die Sphäre moralischer Bedenken um die potentielle Sorge vor direkten Beschwerden oder gar juristischen Klagen.

Folglich gilt grundsätzlich, dass in Bezug auf »weiche« Attribute Scouts tendenziell geheimes Wissen besonders wertschätzen, das für Researcher nicht verwendbar und deshalb nur von geringem Wert ist. Andersherum hat öffentlich medial gedecktes Wissen für Researcher den höchsten Wert, da es sich nutzen lässt. Das lässt sich wie folgt visualisieren:

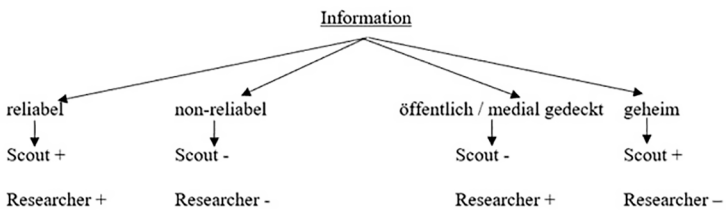


Abb. 3: Visualisierung der unterschiedlichen Bedeutungsgrade von Information für Scouts und Researcher

Die Reliabilität der gewonnenen Information spielt für Scouts und Researcher grundsätzlich dieselbe Rolle: für beide sind möglichst reliable Daten wünschenswert – was für die Scouts sicherlich nochmal wichtiger ist. Anders verhält sich das in Bezug darauf, ob die jeweilige Information geheim oder öffentlich zugänglich ist – hier stehen Scouts und Researcher einander diametral gegenüber.

Für Scouts ist die Reliabilität notwendige Bedingung, wohingegen der Grad an Zugänglichkeit den relativen Wert der Information bestimmt: Wird der jeweilige Spieler als absoluter Vorbildcharakter eingeschätzt, stellt sich nach der Verpflichtung aber als spielsüchtig und zunehmend unzuverlässig heraus, war die Arbeit des Scouts nicht nur wertlos, sondern potentiell schwer vereinnschädigend. Ist die Spielsucht des Spielers dagegen ein offenes Geheimnis, kann der Verein zwar danach handeln, die Information hat für den Scout aber bloß geringen Wert. Für die Researcher wiederum ist die mediale Deckung der Information notwendige Bedingung – und die Reliabilität bestimmt den relativen Wert: Bestehen Medienberichte über die Trainingsfaulheit eines Spielers, so kann der Researcher das in die spielinterne Datenbank aufnehmen; stellt sich über die Zeit hinweg jedoch heraus, dass die Medien hier ein falsches Bild gezeichnet haben, verliert diese Information stark an Wert.

Beide Gruppen bewerten Fußballspieler; bei Scouts dienen diese Bewertungen aber dazu, innerhalb der Organisation des jeweiligen Vereins intern eine Entscheidung zu informieren, wohingegen die Bewertungen der Researcher der prinzipiell öffentlich zugänglichen Darstellung dienen. Damit wird *Plausibilität* zum entscheidenden Qualitätskriterium der getroffenen Bewertung.

Fazit

Der Fokus auf Plausibilität anstelle von möglichst absoluter Exaktheit erhellt die Überzeugung, mit der Werner kleinteilige Kritik an seinen Bewertungen zurückweist: »Wenn vielleicht *passing* um zwei Punkte nicht passt, oder *finishing* um zwei Punkte nicht passt. Naja, gut. Erschlag mich.« Diese Zurückweisung läuft in diesem Lichte betrachtet nicht der Maxime zuwider, das Feedback der spielenden Community ernst zu nehmen. Vielmehr ist sie als Diagnose eines Kategorienfehlers zu verstehen: Hier hat jemand spielerische mit professioneller Darstellung verwechselt – es geht nämlich eben nicht

darum, eine Entscheidung auf Management-Ebene zu treffen, sondern eine für das realistische Spielerlebnis ausreichend plausible Darstellung zu bieten. Das Feedback von Tbm-cooper, der mit der Bewertung des Fußballspielers Friedl so gar nicht mehr zufrieden ist (»Man hat bei Friedl im FM den Eindruck, dass seit 3 Jahren kein Blick auf ihn geworfen wurde.«), passt dagegen ins Schema und kann so interpretiert werden, dass es gewissermaßen das richtige Bewertungsregime ansteuert. In dieses Schema passt folglich auch sowohl die starke, »crowdsourcende« Einbindung begeisterter Spieler als researchende »prosumer« als auch die statistischen »Erwartungshorizonte«, in die durchschnittliche Attributstärken von Spielern, Mannschaften und ganzen Ligen passen sollen: Für Scouts würden solche Verfahren die erhebliche Gefahr bergen, gerade auch die blinden Flecke der allgemeinen Einschätzung zu replizieren und damit die Generierung einzigartiger und damit wirklich wertvoller Daten zu verunmöglichen. Was aus dieser Perspektive zutiefst nachteilig ist, wird für die Researcher nicht mal zum notwendigen Übel, sondern *zum eigentlichen Trumpf*, da Datengenerierung und Erwartungshaltung eng und konstant miteinander verschaltet werden.

Gleichzeitig muss betont werden, dass diese Trennung von Bewertungsregimen idealtypisch zwei Pole aufzeigt, die in der Arbeitspraxis von Scouts und Researchern längst nicht immer derart trennscharf markiert sind. Wichtiger Bestandteil des Arbeitsalltags von Scouts ist es, die eigenen Arbeitsergebnisse einer organisational höheren Führungs- und Entscheidungsebene zu präsentieren – und dann spielt die Plausibilität der eigenen Bewertungen eine entscheidende Rolle. Dazu passt die bereits zitierte Aussage eines Scouts, es sei wichtiger, konkrete und entschiedene Aussagen zu treffen als schwammige oder gar keine. Dazu passt aber auch der im Feld gewonnene Eindruck, dass quantitative, »moderne« Bewertungsregister offensichtlich in vielen Fällen vor allem eingesetzt werden, um dem qualitativ bereits gewonnenen Eindruck mehr Autorität zu verschaffen, ihn zu *plausibilisieren*. Auf der anderen Seite stehen die Researcher, die wiederum unter anderem das Ziel verfolgen, die Stars der Zukunft »richtig vorherzusagen« und sich dezidiert von so manchem Hype eines jungen Spielers distanzieren. Wie gesagt handelt es sich also um zwei idealtypische Pole, die sich anhand des Vergleichs der Bewertung derart »weicher« und intimer Attribute wie Charaktereigenschaften herauskristallisieren. Offensichtlich wird dabei auch, dass Plausibilität immer dann an Relevanz gewinnt, wenn es darum geht, Bewertungen für andere *anschlussfähig* zu machen. Sportvideospiele – darauf wurde bereits in der Einleitung verwiesen – bieten für solche Beobachtungen einen besonders geeigneten Rahmen

insofern das Verhältnis von Darstellung und Dargestelltem hier für das Feld relevant wird und in besonderer, dramatisierter Form zum Ausdruck kommt.

Abschließend möchte ich drei weitere mögliche Fälle vorstellen. In zwei Fällen stehen auf Plausibilität abzielende Praktiken ganz nah neben auf direktes Entscheiden abzielenden Praktiken. Dieser Ausblick dient vor allem dazu, zumindest anzudeuten, dass es sich hier um eine weiter verallgemeinerbare Beobachtung handelt und wie diese sich empirisch auf ein breiteres Fundament setzen ließe.

Ausblick: Drei weitere mögliche Fälle

Über plausible Darstellungen lässt sich erstens im Feld der Künste lernen. Eingängig ist hier die klassisch realistische Literatur. So erörtert Barrish (2011) die Bedeutung, die der Nennung spezifischer Preise im Roman *Sister Carrie* zukommen:

That Carrie habitually notes prices does tell us something about her character (as well as her need to watch pennies at this early point in her career). And of course the steak and chicken prices must remain within a certain range of historical plausibility. Still for the purposes of the plot, for conveying character, or even for suggesting the sort of restaurant the Windsor was in 1889 (the year in which Dreiser tells us the book is set), it would not matter if the chicken cost sixty-five cents, eighty-five cents, or even ninety cents. In other words, the precise content of the detail, the number itself, is less significant than the sheer fact that Dreiser provides it. The very presence of such specific prices in *Sister Carrie* connotes actuality, regardless of whether or not these prices are truly identical with those on the Windsor's 1889 menu. In and of itself, the dollars-and-cents price signifies concrete reality to the reader. (Barrish, 2011: S. 45–46)

Die Spezifität, mit der Preise auf den Cent genau genannt werden, dient hier als Stilmittel, um das im Roman angestrebte hohe Maß an Realismus zu plausibilisieren.

Ein zweiter weiterer Fall stellt das von Waibel et al. (2021) beschriebene *Signaling* bei Bewertungsprozessen in akademischen Auswahlverfahren geeigneter Bewerber dar:

In competitive higher education systems, for instance, university leaders tend to use criteria in their internal evaluation that can also be used for signaling the scientific success of their universities to relevant others – like funding agencies, private donors, government departments of science, or students. Therefore, researchers must signal qualities that their valued valuator can use for their own signaling of quality. As a consequence, researchers do not need to convince the university leadership that they are great scientists, but rather that they can help to convince relevant others that the university excels at research. (Waibel et al., 2021, S. 52)

Wissenschaftler müssten folglich Universitäten nicht davon überzeugen, »great scientists« zu sein, vielmehr stellten sie darauf ab, überzeugend auf die Bewerberinnen ihrer eigenen Bewerber, also beispielsweise Geberinnen von Drittmitteln oder Studierende, zu wirken. In diesem Sinne kommuniziere eine Bewerbung nicht, inwiefern der sich Bewerbende »tatsächlich« gut für die Anforderungen der Stelle geeignet sei, sondern in welchem Maße seine Berufunges der Universität erlaubt, dadurch wissenschaftliche Qualität an relevante Dritte zu »signalisieren«. Eine solche Bewerbung antizipiert also die Bewertungen, denen die Universität als eigentlich bewertende Arbeitgeberin selbst ausgesetzt ist und adressiert sie direkt, wobei zumindest der Tendenz nach die Gefahr besteht, dass die mittlere Bewertung der Universität schlicht wegfällt. Nicht gute Forschung und Lehre stehen hier im Fokus, sondern die Bewertung Dritter – die mehr oder weniger weit außerhalb des eigentlichen Feldes stehen. Was hier also primär angesteuert wird, ist eine *plausible* Bewertung für diese relevanten Dritten.

Ähnlich gelagert ist eine Herausforderung, die sich für professionell arbeitende Investorinnen stellt, die mit dem Geld anderer agieren. Diese müssen einerseits in Bezug auf eine fundamental offene und damit unsichere Zukunft Entscheidungen treffen und sich dafür andererseits retrospektiv rechtfertigen, wenn diese jeweiligen Zukünfte sich geschlossen haben und Gegenwart geworden sind. Dieses im Feld unter dem gängigen Begriff des »Monday Quarterback risk« subsumierte Problem führt Richard Zeckhauser (2013) als wichtigen Grund dafür an, warum institutionelle Investoren im Großteil vor Situationen zurückscheuen, in denen der Ausgang zwar vollkommen ungewiss, das Verhältnis von Risiko und potentielltem Gewinn aber eigentlich außerordentlich attraktiv ist. Zu groß sei die Gefahr, bei negativem Ausgang blöd dazustehen und von den im übertragenen Sinne am Montagmorgen das Spiel vom vorherigen Wochenende perfekt verstehenden Pseudo-Expertinnen zerrissen

zu werden.⁹ Folglich böten solche für alle Marktteilnehmerinnen essenziell unsicheren, aber durchaus attraktiven Gelegenheiten einen signifikanten Vorteil für Laien-Investoren, die nur ihr eigenes Geld investieren und folglich niemandem Rechenschaft schuldig sind.¹⁰ Anders ausgedrückt: Nur Laien können es sich hier leisten, vollständig auf die auf Plausibilität abzielende Bewertungsform zu verzichten.

Insbesondere die letzten beiden Fälle verdeutlichen, wie nah die beiden Bewertungsregime in vielen Fällen beieinander liegen, so dass ihr grundsätzlicher Unterschied auf den ersten Blick leicht übersehen werden kann. Umso entscheidender ist, dass hier gerade aus dieser großen Nähe eine für das Feld offenbar relevante Spannung entsteht: Die benachbarten Bewertungsregime geraten in Konflikt miteinander. Dieses grundsätzliche Potential zum Konflikt wurde hier anhand des Falls von Jonas herausgearbeitet, für den mediale Deckung der Bewertungen von Spielern – gerade im Hinblick auf derart sensible Bereiche wie Charaktereigenschaften – Vorrang hat vor der Reliabilität der dahinterliegenden Information. Dass sich der feine, aber im Feld potentiell bedeutsame Unterschied dieser beiden hier vorgestellten Bewertungsregimes am Fall von *Football Manager* gut herausarbeiten lässt, verwundert nicht: Im (Video-)Spiel über das (Sport-)Spiel wird das Verhältnis von Darstellung und Dargestelltem *selbst* explizit und zum Gegenstand sowohl für Spielerinnen als auch die hier beschriebenen Researcher.

Literatur

- Barrish, P. (2011). *The Cambridge introduction to American literary realism*. Cambridge University Press.
- Breidenstein, G., Hirschauer, S., Kalthoff, H., & Nieswand, B. (Hg.). (2013). *Ethnografie: Die Praxis der Feldforschung*. UVK Verlagsgesellschaft.
- Brock, N. (2021, April 28). *The Researcher Interviews*. <https://community.sigames.com/forums/topic/552247-the-researcher-interviews/>

-
- 9 Es erscheint mir hier – ausgehend von der eingangs kurz erwähnten und in der Einleitung zu diesem Band näher ausgeführten besonderen Darstellungsfähigkeit des Sports – keinesfalls *zufällig*, dass das Feld dazu eine Metapher aus dem Sport, hier aus dem in den USA so populären American Football, benutzt.
- 10 Ganz ähnlich, aber grundsätzlicher und noch weniger wissenschaftlich, sondern populär Laieninvestorinnen ansprechend argumentiert auch (Lynch & Rothchild, 2000).

- Bröckling, U. (2017). *Gute Hirten führen sanft: Über Menschenregierungskünste* (Erste Auflage, Originalausgabe). Suhrkamp.
- Brümmer, K. (2019). Coordination in sports teams – ethnographic insights into practices of video analysis in football. *European Journal for Sport and Society*, 16(1), 27–43. <https://doi.org/10.1080/16138171.2019.1603682>
- Bruns, A. (2006). *Towards Prodosage: Futures for User-Led Content Production*. Proceedings: Cultural Attitudes Towards Communication and Technology 2006.
- Crawford, G. (2006). The cult of Champ Man: The culture and pleasures of Championship Manager/Football Manager gamers. *Information, Communication & Society*, 9(4), 496–514. <https://doi.org/10.1080/13691180600858721>
- Crawford, G., & Gosling, V. K. (2009). More than a Game: Sports-Themed Video Games and Player Narratives. *Sociology of Sport Journal*, 26(1), 50–66. <https://doi.org/10.1123/ssj.26.1.50>
- Darr, A., & Mears, A. (2017). Locating local knowledge in global networks: Scouting in fashion and football. *Poetics*, 62, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2017.03.001>
- Espeland, W. N., & Stevens, M. L. (1998). Commensuration as a Social Process. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 313–343. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.313>
- Espósito, E. (2019). *Die Fiktion der wahrscheinlichen Realität* (N. Reinhardt, Übers.; 4. Auflage, Originalausgabe). Suhrkamp.
- Fleck, L. (2019). *Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache: Einführung in die Lehre vom Denkstil und Denkkollektiv* (L. Schäfer & T. Schnelle, Hg.; 12. Auflage). Suhrkamp.
- Foucault, M. (2009). *Geschichte der Gouvernementalität* (2. Dr). Suhrkamp.
- Frome, J., & Martin, P. (2020, Januar 1). Describing the Game Studies Canon: A Game Citation Analysis.
- Garfinkel, H. (1984). *Studies in Ethnomethodology* (1. Aufl.). Polity.
- Gibson, J. J. (2015). *The ecological approach to visual perception: Classic edition*. Psychology Press.
- Goffman, E. (2013). Fun in Games. In E. Goffman, *Encounters; Two Studies in the Sociology of Interaction* (S. 17–84). Martino Fine Books.
- Gugerli, D. (2018). *Wie die Welt in den Computer kam: Zur Entstehung digitaler Wirklichkeit*. S. FISCHER.
- Hocquet, A. (2016). Football Manager: Mutual Shaping between Game, Sport, and Community. *Journal of Media Studies and Popular Culture = Revue*

- d'études Des Médias et de Culture Populaire, 6(Special Issue). <https://shs.hal.science/halshs-01312229>
- Hoppe, A. D. (2022). The Microsociology of Aesthetic Evaluation: Selecting Runway Fashion Models. *Qualitative Sociology*, 45(1), 63–87. <https://doi.org/10.1007/s11133-021-09496-x>
- Jacobson, M. (2021, Juli 22). How we're introducing women's football into Football Manager. [footballmanager.com. https://www.footballmanager.com/news/how-were-introducing-womens-football-football-manager](https://www.footballmanager.com/news/how-were-introducing-womens-football-football-manager)
- Kalthoff, H., Hirschauer, S., Lindemann, G., Universität Bielefeld, & Universität München (Hg.). (2008). *Theoretische Empirie: Zur Relevanz qualitativer Forschung* (1. Aufl.). Suhrkamp.
- Kempf, D. (2017, Juli 27). Play the Game. Know the Game – Rekursive Wissenstransfers zwischen Football Manager und Fußball. *Paidia – Zeitschrift für Computerspielforschung*. <https://www.paidia.de/play-the-game-know-the-game-rekursive-wissenstransfers-zwischen-football-manager-und-fussball/>
- König, R. (2013). WIKIPEDIA: Between lay participation and elite knowledge representation. *Information, Communication & Society*, 16(2), 160–177. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.734319>
- Leonard, D. (2006). An Untapped Field: Exploring the World of Virtual Sports Gaming. In *Handbook of Sports and Media* (S. 426–441). Routledge.
- Luhmann, N. (2017). *Die Realität der Massenmedien* (5. Auflage). Springer VS.
- Lynch, P., & Rothchild, J. (2000). *One up on Wall Street: How to use what you already know to make money in the market* (1st Fireside ed). Simon & Schuster.
- Parkin, S. (2015, Dezember 5). How Football Manager changed the game. *The Observer*. <https://www.theguardian.com/technology/2015/dec/05/how-football-manager-changed-the-game>
- Reng, R. (2015). *Mroskos Talente: Das erstaunliche Leben eines Bundesliga-Scouts* (2. Auflage). Piper.
- Schmidt, R. (2012). *Soziologie der Praktiken: Konzeptionelle Studien und empirische Analysen* (Erste Auflage). Suhrkamp.
- Schmidt, R. (2015). Neue Analyse- und Wissenspraktiken im Profifußball. *Sport und Gesellschaft: Zeitschrift für Sportsoziologie, Sportphilosophie, Sportökonomie, Sportgeschichte = Sport and society*, 12(2 Schwerpunktthema: Sport als kulturelle Praxis), 171–186.

- Stevens, P., Jr. (1980). Play and Work: A False Dichotomy. In H. B. Schwartzman (Hg.), *Play and culture: 1978 proceedings of the Association for the Anthropological Study of Play*. Leisure Press.
- Taylor, T. L. (Hg.). (2012). *Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming*. Mit Press.
- tbm_cooper. (2022, Oktober 25). Bewertung Spieler Werder Bremen [@german researcher]. <https://community.sigames.com/forums/topic/568742-bewertung-spieler-werder-bremen-german-researcher/>
- Waibel, D., Peetz, T., & Meier, F. (2021). Valuation Constellations. *Valuation Studies*, 8(1), 33–66. <https://doi.org/10.3384/V5.2001-5992.2021.8.1.33-66>
- Wikipedia. (2023). Wikipedia: Core content policies. https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:No_original_research
- Xiao, L. Y., Henderson, L. L., Nielsen, R. K. L., Grabarczyk, P., & Newall, P. W. S. (2022). Loot Boxes: Gambling-Like Mechanics in Video Games. In N. Lee (Hg.), *Encyclopedia of Computer Graphics and Games* (S. 1–7). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-08234-9_459-1
- Zeckhauser, R. J. (2013). Investing in the Unknown and Unknowable. *Capitalism and Society*, 1(2). <https://papers.ssrn.com/abstract=2205821>