

„... ab morgen nennen wir uns Ultras ...“¹
*Die Benennungen von Ultrafangruppen in deutschen
Fußballligen*

Tim Köring und Barbara Aehnlich

1. Einleitung

Fangruppennamen (FangruppenN) sind im Alltag omnipräsent – auf Aufklebern an Laternen und Telefonkästen, in den Stadionkurven auf Zaunfahnen oder als Graffito auf Autobahnbrücken. Zugleich sind sie in der onomastischen Forschung unsichtbar. Der Kontrast ist auffällig, widmete man sich doch in den Sozialwissenschaften in den letzten Jahrzehnten verstärkt der Fankultur, da diese eine der größten Jugendbewegungen und Subkulturen in Deutschland bildet (Duttler 2016: 9, Gabler 2019: 77–78, Hitzler/Niederbacher 2010: 161–169). Dabei stehen meist sozialwissenschaftliche Themen wie Gewalt, Männlichkeit und Antisemitismus im Fokus; den Namen der Fangruppen wird bisher kaum Beachtung zuteil. Von einer sozioonomastischen Analyse der FangruppenN als wesentlicher Teil der Fankultur ist jedoch Aufschluss über soziale Dynamiken in der Ultra-Bewegung zu erwarten, weshalb ihnen mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte.

Der vorliegende Aufsatz beruht auf einer an der Universität Jena entstandenen Staatsexamensarbeit (Köring 2022), in welcher die Namen von 305 Ultra-Fangruppen erhoben, analysiert und systematisch dargestellt wurden. In diesem Beitrag soll vorgestellt werden, durch welche Bildungsmuster und Benennungsmotive FangruppenN sich auszeichnen (zu diesen Analysekatgorien vgl. Nübling et al. (2015), Stellmacher (2010/2017) und Fahlbusch (2011)). Auf die Verbreitung und Entwicklung von FangruppenN kann hier nur knapp eingegangen werden.

Der Aufsatz stellt zunächst die Ultra-Bewegung in der Fußball-Fankultur vor und beschreibt ihre wesentlichen Merkmale. Anschließend wird dargestellt, wie die FangruppenN in die onomastische Terminologie eingegliedert werden können und welche Probleme dabei auftreten. Das Untersuchungskorpus wird in Kapitel 4 vorgestellt; darauf folgen Ausführungen über die Bildungsmuster und Benennungsmotive der erhobenen Namen. Ein Fazit fasst die wichtigsten Ergebnisse zusammen und gibt einen Ausblick auf weitere interessante Themenfelder rund um die Erforschung der FangruppenN.

1 Interview: „Spezial/Ultras Tito“ aus Erlebnis Fussball, Ausgabe 84, 01/2022: 12.

2. Die Ultra-Bewegung in der Fußball-Fankultur

Die Fußball-Fankultur ist vielschichtig und in Deutschland besonders stark verbreitet. Dabei wird zwischen diversen Fan-Taxonomien unterschieden, mittels derer verschiedene Fan-Typen herausgearbeitet werden. So wird im englischen Fußball zwischen *Supporter*, *Follower*, *Fan* und *Flâneur* differenziert; diese lassen sich durch die gegensätzlichen Attribute *hot* und *cool* sowie *traditional* und *consumer* charakterisieren (Fritz 2019: 34–36). Jedoch unterscheidet sich die deutschsprachige Fanszene von der englischen, weshalb diese Taxonomie nur bedingt auf die deutsche Fanszene übertragbar ist. Im deutschsprachigen wissenschaftlichen Kontext wird zwischen *konsumorientierten*, *fußballzentrierten* oder *erlebnisorientierten Fans* unterschieden (Fritz 2019: 39–42). Pilz (2006) differenziert zwischen fünf Fantypen: *Kutten*, *Hooligans* und *Ultras* sowie den Hybridformen *Supporter* und *Hooltras* (Fritz 2019: 42–51). Damit entspricht er am ehesten den Selbstbezeichnungen der Fanszenen.

Seit den 1990er Jahren sind die prägende und aktivste Fanszene in Deutschland die Ultras. Ultras werden als fußballzentrierte, aber auch erlebnisorientierte Fans beschrieben (Fritz 2019: 45). Sie orientieren sich stark an der italienischen Fankultur und den dort praktizierten „optischen und akustischen Ausdrucksformen“ (Gabler 2019: 78). „Neben dem Support ihrer Mannschaft ist ihre inhaltliche Kritik am sogenannten ‚Modernen Fußball‘ ein prägendes Charakteristikum dieser Fußballfankultur“ (Adam 2016: 65). Diese beiden Merkmale der besonderen Form des Supports und einer Kritik an der Kommerzialisierung des Fußballs bilden wesentliche Unterscheidungsmerkmale zu den sog. *Kutten*² und *Hooligans*³.

Dass die Ultra-Fankultur sich gegenüber diesen beiden anderen Strömungen durchgesetzt hat, lässt sich auf verschiedene Ursachen zurückführen. Adam stellt dar, dass Hooligans zunehmend durch verstärkte Sicherheits- und Sank-

2 Mit *Kutten* sind sowohl die mit Vereinsaufnähern bestickten Jeanswesten und -jacken als auch die Fans, die diese tragen, gemeint. Sie bilden eine frühe Fankultur ab den 1960er Jahren, die sich durch eine starke Vereinsidentifikation und -zentrierung, organisierten Support im Stadion nach englischem Vorbild und eben jenem zentralem Identitätsmerkmal in Form der Kleidung auszeichnen (vgl. Becker 2019: 32, Fritz 2019: 43 & Gabler 2019: 78).

3 *Hooligans* etablierten sich als populäre Fankultur in den späten 1970er Jahren und zeichnen sich ebenfalls durch ihre Orientierung an englischen Fans aus, wobei allerdings eine Gewaltorientierung und -affinität zum wesentlichen Merkmal wird. Sie weisen eine größere Distanz zum Verein, eine stärkere Zentrierung auf die eigene Gruppe sowie eine militärische Haltung auf (vgl. Becker 2019: 32 & Gabler 2019: 78).

tionsmaßnahmen aus den Stadien und damit den für Ultras relevanten Handlungsrahmen verdrängt wurden. Dies geschah insbesondere vor dem Hintergrund verschiedener Ausschreitungen in Europa, an denen Hooligans beteiligt waren:

In dieses Vakuum auf den Rängen der deutschen Stadien stieß die Ultra-Fankultur, die durch Berichte von „Groundhoppern“ sowie durch die vermehrte Berichterstattung des deutschen Privatfernsehens über die italienische Serie A und andere südeuropäische Fußballligen schnell Verbreitung in Deutschland fand. (Adam 2016: 65)

Gemeinhin wird die Ultra-Bewegung in Deutschland als Jugendszene bzw. Jugendbewegung kategorisiert und untersucht (Hitzler/Niederbacher 2010: 161–169). Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Altersstruktur sich kontinuierlich nach oben erweitert.

Deutsche Fangruppen, die der Ultra-Bewegung zugeordnet werden können, zeichnen sich durch eine hohe Heterogenität aus. Die größten Gruppen haben mehrere hundert Mitglieder und können anlassbezogen eine weitere große Anzahl an Personen mobilisieren, die diesem Umfeld zugeschrieben werden können. Gleichzeitig gibt es auch kleinere Gruppen, die dennoch in der Szene relevant sind. Die Gruppengröße variiert extrem, wobei dies nicht in der Popularität oder dem Erfolg des Vereins begründet ist. So gibt es nicht nur in den ersten drei Ligen der Bundesliga, sondern auch in den vierten Ligen und darunter zahlreiche aktive Fangruppen.

Ein weiteres wichtiges Distinktionsmerkmal bei deutschen Ultragruppen ist die politische Einstellung. Traditionell scheint die Ultra-Bewegung eher dem linkspolitischen Spektrum zuzuordnen zu sein, dies gilt insbesondere für die Ultra-Kultur in Italien.⁴ In Deutschland gibt es seit der Entstehung der ersten Fangruppen aus dem Ultraspektrum neben vielen sich als unpolitisch verstehenden Gruppen auch rechtsoffene oder eindeutig rechtsausgerichtete Fangruppen. Obwohl eine Mehrzahl von Ultra-Gruppen auf eine öffentliche politische Positionierung verzichtet, muss man sie als politische Akteure betrachten, die sich in fußballbezogene, aber auch lokalpolitische Prozesse einbringen und ihre Interessen vertreten.

⁴ So hat sich die erste Fangruppe, die sich *Ultras* genannt und dies auch im FangruppenN als Komponente aufgeführt hat (*Ultras Tito*), in Anlehnung an politische Aktivisten der 60er-Jahre benannt (Interview: „Spezial / Ultras Tito“ aus Erlebnis Fussball, Ausgabe 84, 01/2022: 11).

Hinsichtlich der Organisationsform setzen Ultra-Gruppen auf eine größere Verbindlichkeit, als dies etwa bei Kутten oder Hooligans üblich ist. Neben der koordinierten An- und Abreise ins Stadion, einem geschlossenen Auftreten in Form der Kleiderwahl und Disziplinierung hinsichtlich des Alkohol- und Drogenkonsums wird eine generelle Loyalität gegenüber der Gruppe erwartet. Dies zeigt sich auch an der Solidarität, die solche Fangruppen gegenüber Mitgliedern zeigen, die durch ein Stadionverbot nicht unmittelbar am Spielgeschehen teilnehmen können (Adam 2016: 68). Zudem gibt es oftmals eine strenge innere Hierarchisierung der Mitglieder, die den hohen Organisationsanforderungen entspricht. Adam führt auf, dass viele der in der Ultra-Szene gelebten Werte und Normen der „Kohäsion der Gruppe auf der einen Seite sowie der Distinktion zu anderen Fanggruppierungen und dem Verein auf der anderen Seite“ (Adam 2016: 71) dienen.

Neben der internen Koordination und Organisation verfügen die meisten Gruppen über ein gefestigtes Netzwerk mit anderen Fangruppen, entweder in Form von Fanfreundschaften oder -rivalitäten. Zudem beziehen sich Fangruppen über eigentliche Rivalitäten hinweg solidarisch aufeinander⁵, beispielsweise bei Preiserhöhungen oder der Spieltagverteilung auf den Montag, die auf starke Ablehnung in der Fankultur stoßen und erneut das Charakteristikum der Kritik an der Kommerzialisierung des Fußballs betonen (Adam 2016: 70–71). Zudem gibt es regelmäßig überregionale, gruppenübergreifende Zusammenschlüsse, die meist ein politisches Ziel verfolgen.⁶

Die Fankultur bedingt im Wesentlichen das Selbstkonzept und die Identität der Ultra-Bewegung. Die Fankultur der Ultras baut auf Merkmalen anderer Fanszenen und ihrer Kultur auf, setzt aber auch bewusst Unterschiede.

Der Bezug zur militärischen Tradition des Fußballs wird primär an der strengen Organisationsform deutlich, findet sich aber auch in Motiven auf Aufklebern und anderen Materialien wieder (Bresemann 2016: 175). Eine soziale Zuordnung findet sowohl per Selbst- als auch Fremdzuschreibung u. a. auf der

5 So beleidigten beispielsweise als Reaktion auf die Kollektivstrafe, dass Fans von *Borussia Dortmund* nach Schmähungen gegen Dietmar Hopp bis 2022 nicht nach Hoffenheim auswärts fahren durften, unter anderem Ultras aus den Szenen in Gladbach, Köln und München ebenfalls Dietmar Hopp (vgl. <https://www.zeit.de/sport/2020-03/hoffenheim-fc-bayern-dietmar-hopp-beleidigungen/komplettansicht>, zuletzt geprüft am 25.11.22).

6 Im Frühjahr 2022 ist beispielsweise die Faninteressenvertretung *Unsere Kurve* als solch ein Zusammenschluss aufzuführen, der aus Fan- und Mitgliederorganisationen besteht und sich für eine strengere Regulierung von Sportwetten einsetzt (vgl. <https://www.unserekurve.de/blog/umgehend-stroengere-regulierung-von-sportwetten/>, zuletzt geprüft am 28.07.22).

Ebene der politischen Ausrichtung der Fans oder des Kommerzialisierungsgrads des Vereins statt. So werden etwa Ultras des Sportvereins Babelsberg 03 vorrangig dem linkspolitischen Spektrum zugeordnet, während der RasenBall-sport Leipzig und dessen Fans aufgrund der starken Förderung und engen Verbundenheit mit der Red Bull GmbH als Kommerzprodukt und dementsprechend Erfolgsfans betrachtet werden.

Die starke Verbundenheit der Akteure mit dem Verein ist bei den Ultras besonders komplex. Einerseits beziehen sie sich klar auf die Vereinsstruktur und die Bedeutung des Vereins als lokale Größe; jedoch sind Ultras häufig als besonders harte Kritiker ihres eigenen Vereins zu erleben. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass die Bezugnahme auf den eigentlichen Verein über das Bild eines traditionsreichen Fußballs erfolgt, bei dem Anhänger eines Vereins an diesem partizipieren, etwa als Mitglied, aber auch aktiv in Form von Beteiligung und einer Positionierung in der Vereins- und Verbandspolitik. Dies steht besonders in Abgrenzung zur häufig als Gesellschaft ausgegliederten Profi-Abteilung, wodurch die demokratische Mitbestimmung im eigentlichen Vereinssinne minimiert ist. Zugleich aber verstehen sich die Gruppen als unabhängig gegenüber den Vereinen. Eine generelle gegenseitige finanzielle Unterstützung wird oft ausgeschlossen. Zudem ist es nicht selten, dass Fangruppen sich gegen die Vereinspolitik und ihre Gremien aussprechen und Entscheidungen öffentlich kritisieren (Adam 2016: 67/71).

Die Verortung in der Fankurve als wesentlicher Handlungsplatz der Fankultur ist für die Ultras besonders wichtig. Darüber hinaus gibt es vereinzelt auch Gruppenauftritte oder Formate, die in Form von Demonstrationen, Festen, Turnieren oder anderen Veranstaltungen in der Öffentlichkeit abseits des Stadions stattfinden. Im Gegensatz zu den verabredeten Kämpfen von Hooligans verstehen sich Ultra-Gruppen häufig als semi-öffentliche Akteure.⁷ Dies ist beispielsweise an zahlreichen Positionierungen zu politischen Entscheidungen und Vorgängen zu beobachten, die nicht zwangsläufig Fußballbezug haben müssen und sie so auch als politische Bewegung begreifen lässt:

Das Handeln der Ultras ist auch, wenn nach außen gerichtet und im Selbstbild, nicht gesellschaftskonform und letztlich doch darauf ausgerichtet, gesellschaftliche Konflikte über Werte zu vermitteln. Insofern ist die Ultrabewegung eine

7 Semi-öffentlich meint hier, dass die Ultras zwar öffentlich auftreten, aber im Gegensatz zu anderen organisierten Gruppen wie Vereinen als weniger öffentlich wahrgenommen werden, da beispielsweise keine von außen einsehbare Vereinsatzung garantiert, dass die Mitgliedschaft in der Organisationseinheit potentiell jeder Person offen steht. Dennoch treten die Ultras bewusst als Akteure in der Öffentlichkeit auf.

politische Bewegung, die jedoch auf einem unkonventionellen Weg Trends setzt und die Gesellschaft verändert. (Luzar 2016: 293)

Wie in anderen Fankulturen auch, ist in der Ultra-Bewegung eine hohe Bedeutsamkeit von Männlichkeit zu beobachten.⁸ Neben Antisemitismus und Gewalt in der Ultraszene sowie dem Verhältnis zur Polizei bildete die Auseinandersetzung um Geschlechterverhältnisse einen wesentlichen Forschungsschwerpunkt in den letzten Jahren. Dabei ist jedoch vor allem der Bezug auf Sexismus und Männlichkeit präsent, während die weibliche Fanpraxis bisher weniger untersucht wurde. Sophia Gerschel stellt mithilfe von Gruppendiskussionen mit einer Frauen-Ultragruppe heraus, dass Frauen hinsichtlich ihres Verhaltens und der männlichen Erwartungen geschlechtsneutral werden müssen, um als aktiver Fan wahrgenommen zu werden (Gerschel 2009: 61). Judith von der Heyde hält fest, dass Männlichkeit als wesentliches Prinzip in der Ultrakultur von Frauen anerkannt wird. Jedoch gibt es Momente, in denen Weiblichkeit und Ultrasein miteinander funktionieren, dadurch werde eine hegemonale Weiblichkeit geschaffen, die andere Weiblichkeiten degradiere (Heyde 2016: 101). So erfahren Frauen in der Ultra-Szene vor allem dann Anerkennung und Raum, wenn sie die Bedeutsamkeit des männlichen Körpers für die Ultra-Identität teilen und somit den weiblichen zurückstufen (Heyde 2016: 112).

Gewaltorientierung und -affinität gehören nicht (wie bei den Hooligans) zum zentralen Identitätsmerkmal. Bei Hooligans dient Gewalt der Lustbefriedigung, bei Ultras wird nur teilweise von einer Gewaltbereitschaft ausgegangen.

Die Fankultur ist bei Ultras von besonders großer Bedeutung; sie setzt sich aus verschiedenen Bestandteilen zusammen. Diese variieren jedoch stark in den verschiedenen Gruppen:

Ultra-Gruppen zeichnen sich durch eine sehr aufwendige erlebnisorientierte Selbstdarstellung aus (Blockchoreografien, Gesänge, Zeichen, Bewegungen etc., mit z. T. hohem zeitlichen und finanziellen Aufwand). (Becker 2019: 33)

Dazu gehört auch die Stadionkultur. In Form von Zaunfahnen wird die eigene Fangruppe über ihren FangruppenN herausgestellt. Hinzu kommen Schwenkfahnen oder Spruchbänder. Darüber hinaus gibt es in Form von Kleidung, Graffiti, Aufklebern, Punk- und Hip-Hop-Bezügen weitere wesentliche Identi-

⁸ Viele Gruppen setzen sich übrigens in politischer Hinsicht mit dieser Gruppenpraxis auseinander. So gibt es u. a. interne Auseinandersetzungen über Geschlechter-, Gewalt-, Polizei- und Vereinsfragen.

tätsmerkmale. Dies funktioniert häufig über die Vereinsfarben und -logos. Neben den Zaunfahnen sind dabei Aufkleber und Graffiti besonders interessant, da dort häufig der eigene FangruppenN in die Öffentlichkeit getragen wird. Gleichmaßen fungiert das Verbreiten von Stickern und Graffiti als Initiationsritus für jüngere Gruppeninteressierte und -mitglieder. „Die Botschaften und die Funktionen der Sticker sind vielfältig; es werden Territorien markiert, Feind- und Freundschaften erklärt und fanpolitische Forderungen gestellt“ (Bresemann 2016: 178). Im Gegensatz zur Graffiti-Kultur nutzen Ultras diese beiden Ausdrucksformen als Mittel, um Rivalitäten in Form von Überkleben oder -malen auszutragen. Der Aspekt, den eigenen FangruppenN bekannt zu machen und so ein Gebiet zu markieren, steht deutlich im Vordergrund (Grün 2016: 166/170).

Für die einzelnen Aktiven hat die Fankultur eine besondere Bedeutung:

Die Ultras zeichnen sich durch eine vollständige Identifikation mit ihrer Rolle als Fans aus. Das hat zur Folge, dass das Ultra-Sein nicht als reines ‚Feierabend-hobby‘ begriffen wird. Vielmehr definiert sich der Einzelne auch außerhalb von Szenezusammenhängen als Ultra und identifiziert sich stark mit den Ideen und Idealen der Szene. (Hitzler/Niederbacher 2010: 163)

Die Identitätsbildung bei Ultras beschränkt sich also nicht allein auf die einer gemeinsamen Gruppenidentität, sondern begreift darüber hinaus auch die einzelnen Gruppenmitglieder als Individuen. Dementsprechend hat der Aspekt einer engen Gemeinschaft eine wichtige Bedeutung. Die aktive Zugehörigkeit zu anderen Szenen scheint aufgrund der starken Einbindung in die Ultra-Szene selten vorhanden zu sein (Hitzler/Niederbacher 2010: 169).



Abb. 1: Laternenmast in Jena, auf dem neben der *Horda Azzuro* und *Adolescent Crew* (beide aus Jena) auch die *Senseless Crew* (Fußball-Sport-Verein 1899 Frankfurt) vertreten ist, wodurch die Freundschaftsbeziehungen der Szenen deutlich werden. (Foto: Tim Köring)



Abb. 2: Mast auf einer Autobahnraststätte mit Aufklebern der *Schickeria München* (in der nur Szenekundigen verständlichen Abkürzung SM) und der *Horda Azzuro*. Weder VereinsN noch OrtsN werden aufgeführt, was als Beleg dafür interpretiert werden kann, dass der FangruppenN in Kombination mit dem Fanggruppenlogo allein die öffentliche Funktion des Raumanspruchs bzw. der Werbewirksamkeit einnimmt. (Quelle: http://1903blog.horda-azzurro.de/wp-content/gallery/sticker/dsc_0465.jpg, zuletzt geprüft am 10.10.2022)

3. Einordnung der Fangruppennamen in die onomastische Typologie

FanggruppenN lassen sich nicht eindeutig einer bereits etablierten Klasse von EigenN zuordnen. Sie sind onomastisch bisher nicht näher erforscht und müssen deshalb zunächst terminologisch definiert werden.

Grundlegend sind FanggruppenN den Ergonymen zuzuordnen. Zu diesen zählen unter anderem Waren-, Unternehmens- sowie InstitutionsN. Ergonyme bilden den offensten und neuesten Arbeitsbereich der Onomastik. Im Gegensatz zu Personen- oder OrtsN sind sie Bezeichnungen für von Menschen geschaffene Gegenstände, Organisationen und Dienstleistungen. Sie weisen häufig transparente Strukturen auf, sind relativ neu und teilweise instabil. Dadurch ist ihr Wert für die Namenforschung umstritten. Gleichzeitig bilden sie aber eine der innovativsten Namenklassen und sind aufgrund ihrer Verbreitung und ihrer Akzeptanz für die Sozioonomastik interessant (Nübling et al. 2015: 265; Debus 1995: 393).

Als Bezugspunkte für die Benennung von Fanggruppen sind vor allem Vereinsnamen sowie Unternehmens- und Institutionsnamen von besonderem Interesse, da es hier hinsichtlich der Benennungsmotive und Bildungsmuster starke Parallelen gibt. Aus diesem Grund befassen sich die folgenden Unterkapitel mit den Gemeinsamkeiten und Unterschieden von FanggruppenN und Vereins- bzw. UnternehmensN.

3.1 Vereinsnamen

Besonders relevant sind im vorliegenden Forschungskontext die VereinsN. Aufgrund der Funktion von Vereinen und der darin begründeten Verfolgung gemeinsamer Interessen von Personen beschreibt Stellmacher VereinsN als „aussagekräftige Zeugen für gesellschaftliche Zustände, soziale Identität und regionale Bindungen“ (Stellmacher 2010: 59).

Vereine sind häufig eingetragene Körperschaften und damit juristische Personen. Dadurch gibt es eine Schnittmenge mit den PersonenN. Im Gegensatz zu diesen ist jedoch bei Vereinen eine Gruppenmitgliedschaft Voraussetzung. Als Benennungen einer Körperschaft ähneln VereinsN auch den InstitutionsN. So haben beide Rechtsvorgaben zu beachten. Bei eingetragenen Vereinen (e. V.) gibt es das Gebot der ‚Namenswahrheit‘. „Das heißt, der Name darf den Vereinszweck nicht verdunkeln und falschen Erwartungen keinen Vorschub leisten“ (Stellmacher 2017: 592). InstitutionsN bilden für Stellmacher den Zugang zu VereinsN unter Rücksichtnahme auf die enge Beziehung zu Menschengruppen.

penN⁹ und WarenN. Dieser Typisierung folgen auch Nübling et al. (Stellmacher 2010: 59; Nübling et al. 2015: 294).

Kennzeichen für die Bildung von Vereinsnamen ist eine Kombination von allgemeinen Wörtern (Appellativen, Adjektiven) und Namenwörtern (Landschafts- und Siedlungsnamen), zu denen noch die Gründungsjahre der Vereine und bestimmte Beinamen treten können. (Stellmacher 2010: 59)

Typische VereinsN von Sportvereinen setzen sich aus drei Komponenten zusammen: Sportart, Gründungsjahr und OrtsN. Die Sportart wird meist verkürzt angegeben (*FC* statt *Fußballclub*). Das Gründungsjahr kann auch als Ordinalzahl angegeben werden (*09* statt *1909* bei *Ballspielverein Borussia 09 Dortmund*). Nübling et al. verweisen darauf, dass die von Stellmacher ursprünglich aufgeführte Ergänzung in Form von BeiN falsch sei, und charakterisieren diese stattdessen als PersN und ÜberN. Ergänzungen in Form von PersN oder ÜberN sind vor allem bei einer hohen regionalen Häufung von Vereinen zu beobachten (Nübling et al. 2015: 294). ÜberN entwickeln sich zu besonders wichtigen Erkennungszeichen in der Sportkommunikation (Stellmacher 2010: 60).

3.2 Unternehmensnamen

UnternehmensN sind eng mit den InstitutionsN verbunden. Nübling et al. unterscheiden beide Namenklassen durch die Zielsetzung. Unternehmen zielen auf Gewinnmaximierung, Institutionen hingegen nicht. Dadurch gibt es unterschiedliche Namenfunktionen: „Werbewirksamkeit auf der einen, eher sachliche Auskunft auf der anderen Seite“ (Nübling et al. 2015: 277).

Als zentrales Merkmal von UnternehmensN wird das Benennungsmotiv aufgeführt. Die Wahl der vier Benennungsmotive Person (*Schott AG*), Sache (*thomas zement GmbH & Co. KG*), Phantasie (*dotSource GmbH*) und Gemischt (*Carl Zeiss Meditec AG*) hängt von Alter und Branche des Unternehmens ab. Die Bildungsweise von UnternehmensN ist eng mit der von WarenN verknüpft. Die Klassifikation der WarenN lässt sich so in abgewandelter Form auf UnternehmensN übertragen:

Bei UnternehmensN handelt es sich entweder um übernommene [...] oder um neu erzeugte Namen. Letztere liegen als Einzellexeme (*Commerzbank*) sowie Mehrwortverbindungen (*STADA Arzneimittel*) vor. An regulären Wortbildungs-

⁹ Der Terminus *MenschengruppenN* findet in der onomastischen Forschung kaum Verwendung, weshalb im Weiteren nicht darauf Bezug genommen wird.

mustern findet sich hauptsächlich die Komposition (*Rheinmetall*). Pseudokonfixbildungen, Kürzungen und Kreuzungen herrschen bei den keinen Regeln unterliegenden Wortschöpfungen vor. (Nübling et al. 2015: 279)

Die Abgrenzung, die Nübling et al. zwischen InstitutionsN und UnternehmensN in Form der Zielsetzung auf die Allgemeinheit oder die eigenen wirtschaftlichen Interessen ziehen (Nübling et al. 2015: 277), bildet auch für FangruppenN einen wichtigen Ansatzpunkt. Vereins- und InstitutionsN können ihre Klasse wechseln und beispielsweise in Form ausgegliederter Gesellschaften als UnternehmensN gelten: So ist die Organisation *FC Carl Zeiss Jena e. V.* im Bereich Nachwuchs und *FC Carl Zeiss Jena Fußball Spielbetriebs GmbH* im Bereich Profisport vorhanden (FC Carl Zeiss Jena 2021). Damit verschwimmt auch der Bezug von Fangruppen auf die jeweiligen Mannschaften. Einerseits beziehen sich Ultras mit ihrer Fanpraxis bewusst auf die Vereine und bringen sich in die Strukturen ein, andererseits ist die konkrete Mannschaft zumeist eine ausgegliederte Gesellschaft. Die Orientierung an Namenbestandteilen der jeweiligen Mannschaft wird so komplexer und undurchsichtiger.

3.3 FangruppenN im Spannungsfeld zwischen Vereins- und UnternehmensN

Die Organisationsform der Fangruppen weist Ähnlichkeiten zu denen von Vereinen auf. Sie sind ein verbindlicher Zusammenschluss von Privatpersonen, die ein gemeinsames Interesse bzw. Anliegen verfolgen. Zudem verfügen sie häufig über ein für sie verbindliches Regelwerk und weisen in Form von verschiedenen Funktionen, die in der Gruppe ausgeübt werden, eine festgelegte soziale Hierarchie auf. Jedoch muss betont werden, dass Fangruppen nicht per se auf demokratischen Strukturen aufbauen. So besteht die informelle Struktur häufig aus drei unterschiedlichen Zugehörigkeits-Radien, die über unterschiedlich viele Entscheidungs- und Gestaltungskompetenzen verfügen. Scheinbar hängt die Organisationsform auch mit der Gruppengröße zusammen, so seien kleinere Gruppen häufig basisdemokratisch organisiert, größere Gruppen sollen hingegen eher stärkere Hierarchien aufweisen (Devantier 2014: 23). Gleichzeitig muss ein FangruppenN im Gegensatz zum Namen eines eingetragenen Vereins nicht dem Gebot der ‚Namenswahrheit‘ entsprechen.

Fangruppen als Zusammenschluss unterscheiden sich häufig vor allem durch den informellen Charakter vom eingetragenen Verein und seinem Rechtsstatus. Dabei ist jedoch festzuhalten, dass verschiedene Fangruppen durchaus auf Vereine und ihre Struktur als juristische Personen zurückgreifen,

um beispielsweise Räumlichkeiten anzumieten oder um andere Vorteile, die eine juristische Person hat, zu nutzen. Der informelle Charakter der Organisationsform kann weniger als Ablehnung der Vereinsform an sich, sondern durch den Repressionsdruck seitens Polizei- und Sicherheitsbehörden erklärt werden, dem sich einzelne Gruppen(-mitglieder) ausgesetzt sehen.

UnternehmensN sind in doppelter Hinsicht relevant für die Betrachtung von FanggruppenN. So bilden sie einen Referenzpunkt der Fankultur, denn der jeweilige MannschaftsN ist häufig als UnternehmensN zu klassifizieren.¹⁰ Gleichzeitig sind die Orientierung und Bindung von Fanggruppen an die jeweiligen Vereine und ihre Mannschaften nicht eindeutig deren Organisationsform zuzuordnen. Ihrem Selbstanspruch gemäß würden sich Ultras stärker am dahinterstehenden Verein orientieren.

Auch gibt es einen weiteren Unterschied zwischen FanggruppenN auf der einen und Vereins- und UnternehmensN auf der anderen Seite: Im Gegensatz zu Vereinen verfolgen Fanggruppen durchaus einen anderen Umgang mit dem eigenen Namen. Bei FanggruppenN ist (ähnlich wie bei UnternehmensN) der Anspruch des Namens mit einer Werbewirksamkeit verknüpft und nicht bloße Selbstauskunft, was etwa an der öffentlichen Präsenz in Form von Graffitis und Aufklebern, die den eigenen FanggruppenN darstellen, deutlich wird. Die Werbewirksamkeit verfolgt dabei jedoch keine Gewinnmaximierung im finanziellen Sinn, sondern zielt auf die öffentliche Wahrnehmung der Gruppe. Diese unterstreicht etwa den Anspruch auf ein bestimmtes Territorium und verweist auf die damit verbundenen Rivalitäten. Über die öffentliche Präsenz kann die Vorherrschaft der eigenen Fanggruppe demonstriert werden.

Angesichts der Klassifikationsschwierigkeiten sollten FanggruppenN als eigenständige Unterklasse der Ergonyme gefasst werden, wobei die Merkmale anderer Namenklassen nicht von der Hand zu weisen sind. Insbesondere die Nähe zu VereinsN und UnternehmensN ist zu beachten.

4. Untersuchungskorpus

In den ersten vier Ligen sind in der Fanszene aktive Ultra-Gruppen vertreten, deren FanggruppenN mehr oder weniger öffentlich einsehbar sind. Daher liegt

¹⁰ FanggruppenN referieren im konkreten Fall auf die MannschaftsN, die wiederum dem VereinsN entlehnt sind. Beide unterscheiden sich i.d.R. vor allem durch die Rechtsform. Ein populäres Beispiel ist Borussia Dortmund, die die Rechtsform einer GmbH & Co. KGaA hat. Der Vereinsname lautet *Ballspielverein Borussia 09 e. V.*

der Untersuchungsrahmen auf diesen vier Ligen und den dort aktiven Fangruppen. Eine Begrenzung auf beispielsweise die ersten zwei oder drei Bundesligen hätte zur Folge, einen größeren Teil von Fangruppen zu vernachlässigen, wodurch die Repräsentativität stark eingeschränkt würde. So ist ein wesentlicher Anteil der ostdeutschen Vereine nur in der dritten Bundesliga und in der Regionalliga Nord-Ost vertreten, verfügt aber über eine große Fankultur der Ultra-Szene. Auch im Westen Deutschlands gibt es viele Vereine, die in der Vergangenheit höherklassig gespielt haben und sich noch immer durch eine große Fanszene auszeichnen.

Berücksichtigt wurden nur Fangruppen aus diesen vier Ligen, die im Zeitraum von 2016 bis 2021 aktiv in Erscheinung traten, da es in der Ultra-Szene kontinuierlich Bewegung in Form von Neugründungen, Austritten oder Zusammenschlüssen gibt. Zudem schwankt die wahrnehmbare Aktivität von Fangruppen zum Teil stark. Der ausgewählte Zeitraum über fünf Jahre ist groß genug, um diese Dynamiken zu berücksichtigen. Bei einem deutlich größeren Zeitraum (beispielsweise seit der Gründung der ersten Ultra-Gruppen) könnte nicht sichergestellt werden, dass für die jeweiligen Szenen relevante Entwicklungen der Akteure nachvollzogen werden können, da diese kaum dokumentiert sind. Das spielt insbesondere für die Verbreitung und Entwicklung von FanggruppenN eine Rolle, weniger für die hier untersuchten Bildungsmuster und -motive.

Die Quellenarbeit bei FanggruppenN unterscheidet sich stark von der Erhebung anderer Namenarten. So kann im Gegensatz zu VereinsN oder UnternehmensN nicht auf vorliegende Register zurückgegriffen werden. Ultra-Gruppen zeichnen sich durch eine hohe Informalität und Konspirativität aus. Gleichzeitig ist die Zuordnung von Fanggruppen zur Ultra-Szene generell schwierig. Häufig klaffen Selbst- und Fremdwahrnehmung zusätzlich auseinander. Die Ausdifferenzierung bzw. Verschmelzung der Fankulturen etwa in Form von sog. *Hooltras* führt dazu, dass manche Fanggruppen sowohl der Ultra- als auch Hooligan-Szene zugeordnet werden könnten.

Die Sammlung von FanggruppenN kann daher nur dezentral über verschiedene Zugänge erfolgen. Dazu gehört etwa die Sichtung der Zaunfahnen, mit denen Fanggruppen ihre Anwesenheit bei Fußballspielen deutlich machen.¹¹ Dies allein gibt jedoch nicht eindeutig Aufschluss darüber, ob es sich um Ultra-Gruppen, Gruppen innerhalb von Ultra-Gruppen, lose Zusammenschlüsse oder andere Fanggruppen handelt. So ist die Praxis von Zaunfahnen auch in

11 Bis zum Frühjahr 2022 wurden auf <http://zaunfahnen.blogspot.eu/> Zaunfahnen von Fanggruppen in Deutschland öffentlich dokumentiert.

anderen Fankulturen verbreitet und kann beispielsweise bei Länderspielen beobachtet werden, wo es sich in den wenigsten Fällen um Ultra-Gruppen im hier verwendeten Sinn handelt. Zudem sind aus verschiedenen Gründen nicht immer alle Gruppen im Stadion vertreten. Dies war im Erhebungszeitraum durch die Covid19-Pandemie eine besondere Einschränkung, da Fangruppen keinen einheitlichen Umgang mit Fußballspielen hatten, bei denen die Anzahl der Zuschauer*innen beschränkt wurde.

Dementsprechend bilden die Zaunfahnen nur ein Indiz und müssen zwangsläufig um andere Quellen ergänzt werden. Dafür kommen Magazine wie *Faszination Fankurve*¹² in Betracht, in welchen verschiedene Gruppen Stellungnahmen und Beiträge einstellen. Aufgrund einer fehlenden allgemeinen Akzeptanz dieser Plattformen ist ihre Bedeutung für die systematische Beschreibung von Ultra-Gruppen jedoch ebenfalls beschränkt.

Manche Gruppen erläutern den Prozess der Namengebung oder deren Hintergründe auch in Selbstvorstellungen in Magazinen oder auf der eigenen Internetpräsenz. Des Weiteren gibt es von *Faszination Fankurve* das Format „Warum heißt ein Fanclub eigentlich ...“¹³, in dem 52 Fanclubs im Zeitraum von 2005 bis 2008 ihre Namen vorstellten. Diese waren jedoch nicht ausschließlich Ultra-Gruppen und zudem nicht zwangsläufig im betrachteten Zeitraum aktiv.

Als dritte wesentliche Quelle fungiert neben den FangruppenN und Veröffentlichungen zur Namengebung die Vorstellung einer Fangruppe durch eine andere. So geht beispielsweise der Blog *nullsechs.de*¹⁴, der aus der Fanszene des *SC Preußen 06 Münster* betrieben wird, in der Vorstellung anderer Fanszenen explizit auf deren „Entstehungszeit und Namengebung“ ein. Die Außenwelt wird dabei stellenweise durch detaillierte Kenntnisse und Schilderungen unterfüttert, die auf Insiderwissen bezüglich des Namengebungsprozesses schließen lassen. Damit sind diese Beiträge in doppelter Hinsicht für die vorgelegte Studie wertvoll, da die Rezeption und die Erklärungen von anderen FangruppenN einerseits Auskunft über die Wirkung der Namen und andererseits zumindest z. T. Aufschluss über Bildungsweisen und Benennungsmotive geben können.

Zudem wurden Interview-Anfragen an mehrere Fangruppen gestellt. Von diesen haben sich die *Horda Azzuro 2001* (Jena), *HArakiri* (Jena) und die *Schickeria München* bereiterklärt, in kurzen Statements auf die Bedeutung

12 <https://www.faszination-fankurve.de/>, zuletzt geprüft am 26.07.22.

13 <https://archiv.faszination-fankurve.de/index.php?folder=sites&site=fanclubnamen>, zuletzt geprüft am 26.07.22.

14 <https://www.nullsechs.de/>, zuletzt geprüft am 26.07.22.

ihrer FanggruppenN und den Prozess der Namengebung einzugehen. Weitere Anfragen blieben aus verschiedenen Gründen unbeantwortet.¹⁵

Für die vorliegende Untersuchung wurden mit diesem Vorgehen 305 FanggruppenN aus den ersten drei Bundesligen sowie den vier deutschen Regionalligen erhoben. Die Mannschaften, auf die sich die Fanggruppen beziehen, haben im Zeitraum von 2016 bis 2021 in einer dieser Ligen gespielt. Es wurden nur die Gruppen ausgewertet, die sich der Ultra-Bewegung zuordnen lassen. Vorrangig geschah diese Zuordnung über das Sichten von Zaunfahnen und die Auswertung einschlägiger Publikationen in Fanmagazinen oder auf Internet-Plattformen. Anschließend wurde die Sammlung von FanggruppenN mit Aktiven aus der Ultrabewegung in Jena, München und Berlin ausgewertet, um sicherzugehen, dass alle relevanten Akteure berücksichtigt wurden. Durch den hohen Grad an Informalität und aufgrund ständiger Veränderungen in den Fanszenen muss jedoch davon ausgegangen werden, dass die Datenbasis dennoch nicht die gesamte Ultra-Szene repräsentiert. Durch die mehrdimensionale und mehrschrittige Herangehensweise wurde jedoch ein aussagekräftiges Namenkorpus erstellt, das beispielhaft für die gegenwärtige Ultra-Bewegung in Deutschland ist.

5. Bildungsmuster

In diesem Kapitel sollen die erhobenen FanggruppenN hinsichtlich ihrer Bildungsmuster analysiert werden. Dies geschieht in Anlehnung an bisherige Untersuchungen zu VereinsN und UnternehmensN. Zunächst werden die verschiedenen Bildungsmuster überblicksartig vorgestellt, anschließend wird auf die Bildungen von FankulturN mit ein- und mehrteiligen ÜberN ausführlicher eingegangen.

Bei den untersuchten FanggruppenN können als Bildungskomponenten ÜberN, OrtsN, das Gründungsjahr und FankulturN ausgemacht werden. Als FankulturN wird der Bezug auf die in Kapitel 2 geschilderte Fankultur der Ultras verstanden. Dazu gehören etwa die Namenteile *Ultra*, *Supporter* und *Fanatics* sowie *Hooligans* oder *Kutten*.¹⁶

15 Die im Aufsatz zitierten Stellungnahmen, Erklärungen und Interview-Ausschnitte sind wortwörtlich übernommen. Orthographische und grammatikalische Abweichungen sind somit aus der Quelle wiedergegeben und werden nicht extra gekennzeichnet.

16 Aufgrund der Schwerpunktsetzung auf die Ultra-Bewegung werden die Fankulturen der Hooligans und Kutten an dieser Stelle nicht behandelt.

Dabei sind 13 verschiedene Bildungsmuster für FangruppenN zu beobachten, die jeweils mehrfach vorhanden sind. Allerdings ist zu beachten, dass die Schreibweise von FangruppenN und die Aufführung bestimmter Namenteile bei unterschiedlichen Anlässen variieren.

Bildungsmuster		Beispiel
ÜberN (Lexem)	Übernommenes Lexem	<i>Fiasko</i> <i>Societas</i>
	Wortbildung	<i>Nordsaarjugend</i> <i>Farbenstadtfierno</i>
	Wortschöpfung	<i>YoungstArs</i> <i>Coloniacs</i>
ÜberN (mehrteilig)	Reguläres Syntagma	<i>Unbequeme Jugend</i> <i>Supportive Brothers</i>
	Irreguläres Syntagma	<i>Fanatico Boys Heidenheim</i> <i>Blue Generation Magdeburg</i>
	Juxtaposition	<i>Blue Side Lok</i> <i>alarMstufe Rot</i>
FankulturN + OrtsN		<i>Ultras Leverkusen</i> <i>Ultras Gelsenkirchen</i>
FankulturN + OrtsN + Gründungsjahr		<i>Ultras Nürnberg 1994</i> <i>Ultras Chemnitz 1999</i>
FankulturN + ÜberN		<i>Ultra Boys</i> <i>Ultras Black Side</i>
FankulturN + ÜberN + OrtsN		<i>Ultra Kollektiv Lübeck</i>
FankulturN + ÜberN + OrtsN + Gründungsjahr		<i>Supporter Boyz Erdingen 2003</i>
ÜberN + FankulturN		<i>Rascals Ultras</i> <i>Karlsbande Ultras</i>
ÜberN + FankulturN + OrtsN		<i>Compadres Ultras Ahlen</i>
ÜberN + Gründungsjahr		<i>HammerHearts 2004</i> <i>Hauptstadtmafia 2003</i>
ÜberN + OrtsN		<i>Boyz Köln</i> <i>Diablos Leutzsch</i>
ÜberN + OrtsN + Gründungsjahr		<i>Desperados Dortmund 1999</i> <i>Komplott Hannovera 1998</i>
OrtsN + ÜberN		<i>Iena Branco, Marler Jung</i>

Tabelle 1: Bildungsmuster von FangruppenN

Alle 305 untersuchten FanggruppenN konnten eindeutig zugeordnet und zergliedert werden. 288 von ihnen wiesen einen ÜberN als Komponente im Bildungsmuster auf, 113 einen OrtsN, 52 einen FankulturN und 43 das Gründungsjahr. Die Verbreitung der vier Typen ist ein erster Indikator dafür, dass in der Fankultur bestimmte Bildungskomponenten favorisiert werden.

Grundlegend ähneln FanggruppenN in ihren Bildungsmustern stark den VereinsN. Das wird an den verwendeten Komponenten und Reihungen deutlich. Interessanterweise findet sich im Gegensatz zu VereinsN keine Nennung der Sportart, dafür aber jene FankulturN, denen sich die Fanggruppen zuordnen. Als weitere Bestandteile tauchen bei VereinsN neben ÜberN auch PersonenN auf (*FC Carl Zeiss Jena e. V.*). Letztere lassen sich in keinem der untersuchten FanggruppenN finden. Die Überlegungen Stellmachers, dass ÜberN sich bei VereinsN zum wesentlichen Erkennungszeichen in der (Sport-)Kommunikation entwickeln (Stellmacher 2010: 60), lässt sich auch auf die FanggruppenN übertragen. Im Zuge der Datenerhebung wurde deutlich, dass auf die wenigsten Fanggruppen im Namensgebrauch mit ihrem vollständigen Namen, sondern häufig verkürzt mit den darin enthaltenden ÜberN referiert wird – sowohl in der Selbst- als auch Fremdnennung. So ist die *Horda Azzuro 2001* überregional unter dem Lexem *Horda* und die *Schickeria München* unter der Namenkomponente *Schickeria* bekannt und es bedarf keiner vollständigen Nennung des FanggruppenN.

Die FanggruppenN können auch zu SpitzN abgewandelt werden. Der ÜberN und tatsächlich verwendete SpitzN kann der Funktion von HauptN bei UnternehmensN entsprechen, den Nübling et al. thematisieren (Nübling et al. 2015: 280–281). Umgekehrt entsprechen HauptN jedoch nicht ausschließlich ÜberN, da ein wesentlicher Anteil der FanggruppenN keine ÜberN aufweist und dennoch SpitzN (etwa in Form des OrtsN) gebildet werden können. Aufgrund dessen orientiert sich die Aufschlüsselung der Bildungsmuster von FanggruppenN stark an der von VereinsN und nur vermittelt an UnternehmensN.

Wird jedoch die Bildungsweise der ÜberN betrachtet, so erfolgt eine Orientierung an der Bildung von UnternehmensN, da diese wie HauptN betrachtet werden können. Im Gegensatz zu UnternehmensN sind die ÜberN in FanggruppenN jedoch selten alleinehend, sondern häufig in ein Bildungsmuster integriert, das wiederum eher den VereinsN entspricht.

Vor diesem Hintergrund weisen die FanggruppenN hinsichtlich ihrer Bildungsmuster zwar durchaus Ähnlichkeiten zu den VereinsN und zu den UnternehmensN auf, entsprechen jedoch keiner der beiden Namenklassen in Gänze. Auch dies spricht dafür, sie als eigene Namenklasse zu behandeln.

5.1 Bildungsmuster mit FankulturN

Ein geläufiges Bildungsmuster ist die Kombination des FankulturN mit anderen Bildungskomponenten. Am häufigsten ist die Verwendung *Ultras* als FankulturN (*Ultras Regensburg*, *Ultras Sankt Pauli*). Jedoch gibt es mit *Supporters* (*Supporters Ingolstadt*, *Supporters Paderborn*), *Fanatics* (*Fanatics Erfurt*) oder *Suptras* (*Suptras Rostock '01*) auch Bezüge auf andere FankulturN, die in engem Zusammenhang mit der Ultraszene stehen. Darüber hinaus gibt es mit *Fanszene* (*Fanszene Haching*) und *Ultraszene* (*Ultraszene Mainz '01*) weitere Varianten, die jedoch Einzelfälle darstellen.

Das populärste Bildungsmuster mit FankulturN ist die Kombination von FankulturN + OrtsN (*Ultras Leverkusen*, *Ultras Gelsenkirchen*, *Ultras Krefeld*). Das Verwenden des FankulturN scheint mit der Nennung der Sportart bei VereinsN vergleichbar zu sein. Es dient primär der Identifizierung als Teil der jeweiligen Fankultur und hat im Vergleich zu anderen Bildungsmustern bei FangruppenN einen geringen Individualisierungsgrad. Die Verwendung des gleichen Namentails in Form des FankulturN *Ultras* kann sogar gegenteilig die Individualisierung der einzelnen FangruppenN negativ beeinflussen, wenn bundesweit mehrere Gruppen diesen Namen aufweisen, ohne in einem organisatorischen Zusammenhang zu stehen. So stehen die Zugehörigkeit zur Ultra-Fankultur sowie deren Erkennbarkeit im Vordergrund, die sich in Abgrenzung zu den restlichen Fankulturen in der eigenen Fanszene (etwa den Hooligans, Kutten und anderen Fanclubs) befindet.

Eine verbreitete Variante dieses Musters besteht aus FankulturN + OrtsN + Gründungsjahr (*Ultras Nürnberg 1994*, *Ultras Chemnitz 1999*, *Ultras Bochum 1999*). Dabei ist zu beachten, dass in mehreren Fällen das Gründungsjahr nur in Form der letzten beiden Ziffern angegeben ist oder unterschiedliche Schreibweisen existieren können (*Ultraszene Mainz '01*, *Ultras Frankfurt '97*). Das Hinzufügen des Gründungsjahrs ist hinsichtlich zweier verschiedener Dimensionen bemerkenswert: Einerseits orientieren sich Fangruppen beim Bildungsmuster am VereinsN, andererseits wird damit aber auch die eigene Historizität betont. Der Zeitraum, in dem die aufgeführten Gründungsjahre liegen, ist mit 1994 bis 2003 vergleichsweise eng begrenzt, wobei die meisten Gruppen zwischen 1999 und 2001 gegründet wurden. Dies ist zugleich der Zeitraum, in dem die Ultra-Fankultur stark an Popularität gewann und sich bundesweit die ersten Fangruppen bildeten. Es kann also vermutet werden, dass es sich mit um die ersten Ultra-Gruppen in der jeweiligen Fanszene handelt. Die mit dem Gründungsjahr im Namen verbundene Historizität markiert

damit im Nachhinein vor allem die eigene Tradition der Gruppe als Vorreiter in der Fanszene.

Als drittes typisches Bildungsmuster fungiert das Beispiel der *Ultras Dynamo*: FankulturN + ÜberN. ÜberN können dabei als Lexem oder Mehrwortverbindungen auftreten (*Ultra Youth, Ultra Boys, Ultras Black Side*). Dieses Grundmuster wird ebenfalls mit dem OrtsN (FankulturN + ÜberN + OrtsN: *Ultra Kollektiv Lübeck*) und dem *Gründungsjahr* (FankulturN + ÜberN + OrtsN + Gründungsjahr: *Supporter Boyz Erdingen 2003*) kombiniert.

5.2 Bildungsmuster mit einteiligen ÜberN

Ein großer Anteil der FangruppenN besteht aus einteiligen ÜberN, die eine hohe Variabilität hinsichtlich der Bildungsweise aufweisen. Dabei lässt sich zwischen übernommenen oder neugeschaffenen Lexemen unterscheiden, wobei letztere mittels Wortbildung oder Wortschöpfung erzeugt werden.

Zu den übernommenen Lexemen zählen etwa die FangruppenN *Fiasko, Begleitservice, Revolte* und *Panzerknacker*. Auffallend ist, dass ein größerer Anteil fremdsprachlich ist: *Societas* (span. ‚Gemeinschaft, Kameradschaft‘), *Ascendente* (ital. ‚aufwärts, ansteigend‘), *Colegio* (span. ‚Schule‘), *Hinchas* (span. ‚Fans‘) oder *Underdogs* (engl. ‚Benachteiligter, Schwächerer‘). Es scheint, dass diese Fremdwörter gerade aufgrund ihrer Intransparenz und Distanz als FangruppenN Verwendung finden. Dennoch haben auch diese FangruppenN natürlich die semantische Basis, Personenkollektive zu bezeichnen.

Zu den mittels Wortbildung erzeugten Lexemen zählen beispielsweise: *Nordsaarjugend* (OrtsN Nordsaar + Jugend), *Farbenstadtinferno* (SpitzN für Leverkusen + Inferno), *Suizidkommando* (Suizid + Kommando), *Vorstadtbande* (Vorstadt + Bande) oder *Grotenfront* (Teil aus OrtsN Grotenburg + Front). Auch hier gibt es Anlehnungen an fremdsprachliche Elemente bei der Bildungsweise der ÜberN: *Facefisters* (engl. ‚Gesicht‘ + pseudo-eng. ‚Fisters‘ von ‚Fisting‘; meint sexuelle Praktik mit den Händen). Zudem gibt es Wortbildungen mit FangruppenN und Gründungsjahr wie *ZeroUltras* (eng. ‚Null‘ + FangruppenN) und *Ultra1984* (FangruppenN + Gründungsjahr).

Wortschöpfungen kommen vor allem als Abwandlungen in der Orthografie vor: *YoungstArs* (engl. *Youngsters* ‚Jugendliche‘) oder *Westsideboyz* (engl. ‚Westseite‘ + pseudo-eng. ‚Jungs‘; Bezeichnung aus dem US-amerikanischen Hip-Hop für Musiker von der Westküste). Eine abweichende Groß- und Kleinschreibung, etwa in Form von Binnenmajuskeln, ist häufig vertreten wie bei

sUbKuLtur und kann in bestimmten Fällen auf Zugehörigkeiten zu einer Hauptgruppe verweisen: *HARakiri* als Initialennennung der Hauptgruppe *Horda Azzuro 2001* oder *delinqUentS* als Jugendgruppe der *Usual Suspects*.



Abb. 3: Initialbenennung der Jugendgruppe *HARakiri* auf einem städtischen Mülleimer (Quelle: <http://1903blog.horda-azzurro.de/wp-content/gallery/sticker/img-20151104-wa0051.jpg>, zuletzt geprüft am 10.10.2022)

Ein weiteres Bildungsmuster besteht aus ÜberN + FankulturN: *Rascals Ultras*, *Karlsbande Ultras* oder *Saalefront Ultras*. In wenigen Fällen kommt die Nennung des OrtsN dazu (ÜberN + FankulturN + OrtsN) wie bei *Compadres Ultras Ahlen* und *Amisia Ultra Meppen*.

Ähnlich wie bei der Bildung mit FankulturN ist auch bei einteiligen ÜberN die Kombination mit dem Gründungsjahr etabliert (ÜberN + Gründungsjahr): *HammerHearts 2004*, *Hauptstadtmafia 2003*, *Rheinfre 2002*. Dies kann ebenfalls in abgekürzter Form geschehen: *Schwabensturm '02*, *Schwabenkompanie '06*, *ZebraBande '03*.

Zudem gibt es in vielen Fällen das Bildungsmuster ÜberN + OrtsN. Die ÜberN zeigen dabei ebenfalls die eingangs aufgeführten Bildungsweisen aus übernommenen und neuerzeugten Lexemen mittels Wortbildung oder Wortschöpfung: *Boyz Köln*, *Cattiva Brunsviga*, *Diablos Leutzsch*, *Kaotic Chemnitz*, *Filmstadtinferno Babelsberg*. Außerdem ist die Reihung ÜberN + OrtsN + Gründungsjahr zu finden. Dazu gehören etwa die FangruppenN *Desperados Dortmund 1999*, *Komplott Hannovera 1998*, *Harlekins Berlin '98*.

5.3 Bildungsmuster mit mehrteiligen ÜberN

Mehrteilige ÜberN bilden die größte Gruppe der FangruppenN. Sie weisen in den einzelnen Lexemen die gleiche Bildungsweise wie die einteiligen ÜberN auf. Hinzu kommen jedoch Mehrwortverbindungen, die ein reguläres oder irreguläres Syntagma beinhalten. In Anlehnung an die von Fahlbusch (2011 und 2015 in Nübling et al.) untersuchten UnternehmensN ist zudem die Juxtaposition von besonderem Interesse.

Die meisten ÜberN bestehen aus zweiteiligen (*Chaos Boys*, *Frenetic Youth*, *Lokal Crew*) und dreiteiligen Wortverbindungen (*Blue Side Lok*, *Banda Di Amici*, *Fortuna Eagles 1986*). Darüber hinaus gibt es noch wenige vierteilige FangruppenN wie *Wilde Horde Köln 1996* und *Phönix Sons Karlsruhe '99*.

Zu den Wortverbindungen mit regulärem Syntagma gehören etwa *Unbequeme Jugend*, *Supportive Brothers* und *Junge Chaoten*. Sie kommen häufig bei der Kombination mit OrtsN oder Herkunftsangaben (OrtsN + ÜberN) vor: *Iena Branco*, *Marler Jungs*, *Münchener Löwen*, *Clique du Nord*. Außerdem sind reguläre Syntagmen in Form fremdsprachiger appellativerischer Nominalphrasen zu finden: *The Unity* (eng. ‚Die Einheit‘), *Les Autres* (franz. ‚Die Übrigen/Anderen‘), *Los Aliados* (span. ‚Die Alliierten‘) und *La Vida Nova* (span. ‚Das neue Leben‘).

Häufiger gibt es jedoch irreguläre Syntagmen. Diese treten ebenfalls in Kombination mit OrtsN oder Gründungsjahren auf (*Fanatico Boys Heidenheim*, *Blue Generation Magdeburg*, *Generation Luzifer 1998*, *Armata-Fidels 2003*), wobei Präpositionen ausgelassen werden. Sowohl reguläre als auch irreguläre Syntagmen werden ebenfalls kombiniert zu ÜberN + OrtsN + Gründungsjahr: *Wilde Horde Köln 1996*, *Phönix Sons Karlsruhe '99*. Diese FangruppenN sind damit auch die längsten hinsichtlich der Mehrteiligkeit. Statt OrtsN von Städten oder Stadtteilen können auch andere Verortungen markiert werden, etwa die Position der Gruppe im Stadion (*Gruppe Unterrang*).

Am häufigsten ist bei mehrteiligen ÜberN die Bildungsweise durch die Juxtaposition: *Blue Side Lok*, *Fialova Sbor*, *alarMstufe Rot*, *Soul City*.¹⁷ Dabei werden insbesondere Abkürzungen und Zahlencodes verwendet. *Brigade 53* und *Aktivist 53* beziehen sich mit den Zahlen auf die letzten beiden Ziffern des Gründungsjahrs 1953 der *Sportgemeinschaft Dynamo Dresden*. *Tebe Party Army* bezieht sich auf die Abkürzung von *Tennis Borussia Berlin*, *Kollektiv 71* hingegen auf die letzten beiden Ziffern der Postleitzahl des Stadions der *Offenbacher Fußball Club Kickers 1901*.

Damit können für FanggruppenN verschiedene Bildungskomponenten wie ÜberN, OrtsN, Gründungsjahr und FankulturN festgestellt werden. Dabei spielen insbesondere bei den ÜberN verschiedene Benennungsmotive eine Rolle, weshalb sie besonders vielfältig sind.

6. Benennungsmotive

Ein weiterer Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf den Benennungsmotiven der FanggruppenN. Zwar scheinen einige Motive offensichtlich zu sein, jedoch muss dies nicht zwangsläufig die tatsächliche hinter dem Namen stehende Motivation sein. Daher wurde die Datensammlung um Informationen ergänzt, die auf die Bedeutung und den Namengebungsprozess aus Sicht der benannten Gruppe eingehen. Methodisch war dies eine besondere Herausforderung, da sich die Ultra-Szene durch eine vergleichsweise hohe Konspirativität und ein weitestgehendes Desinteresse an der Erforschung ihrer Fankultur auszeichnet.¹⁸

Insgesamt wurden bei den FanggruppenN elf Benennungsmotive beobachtet, die bei der Namengebung eine Rolle spielen. Die bei den Bildungsmustern vorgefundenen Komponenten FankulturN und OrtsN bieten als Angaben zur Fan-

17 Irreguläre Syntagmen können etwa durch geeignete Präpositionen zu regulären Wortgruppen verbunden werden (Bsp.: *Blue Generation aus Magdeburg*, *Generation Luzifer von 1998*). Bei einer Bildungsweise mittels Juxtaposition werden verschiedene Glieder zu einem FanggruppenN zusammengesetzt, die in keiner syntaktischen Beziehung zueinanderstehen (können).

18 Dies ist insofern nicht verwunderlich, als dass sich die meisten Forschungsschwerpunkte auf wenig rühmliche Aspekte wie Gewalt, Männlichkeit und Antisemitismus beziehen. Gleichzeitig stehen einzelne Szenen aufgrund ihrer Fanpraxis unter hohem Repressionsdruck durch Sicherheitsbehörden. Glücklicherweise gibt es einzelne Aktive und Szenen, die das Forschungsthema spannend fanden und die Untersuchung bereitwillig unterstützt haben.

kultur in der Gruppe und zur Herkunft ebenfalls ein Benennungsmotiv. Weitere Motive sind Bezüge auf den Verein, Männlichkeit, Militär, Gemeinschaft, Jugend, eine anarchische Haltung, Gewalt, Leidenschaft und (Sub-)Kultur.

Benennungsmotiv	Ausprägung	Beispiel
Fankultur		<i>Ultras Chemnitz 99</i> <i>Ultra Harlekins Berlin</i>
Herkunft	OrtsN	<i>Ultras Leverkusen</i> <i>Aachen Ultras</i>
	Regionale Geschichte und Besonderheiten	<i>Karlsbande Ultras</i> <i>Ultima Raka</i>
	Postleitzahlen	<i>Synthesia Ultras 79</i> <i>Stradevia 907</i>
	Kfz-Kennzeichen	<i>EF Süd 1998</i> <i>Crew Eleven Aalen</i> ¹⁹
	Regionen	<i>Pfalz Inferno Kaiserslautern</i> <i>Schwabensturm '02</i>
	FlussN	<i>Saalefront-Ultras</i> <i>Amisia Ultra Meppen</i>
	Stadion	<i>B-Blockade Brigade</i> <i>Blockade Sandhausen</i>
Verein	VereinsN	<i>Ultras Dynamo</i> <i>JAHNgsters</i>
	Vereinsinitialen	<i>Tebe Party Army</i> <i>Forza HSV</i>
	Vereinsfarbe	<i>Blue Generation Magdeburg</i> <i>Horda Azzuro 2001</i>
	Gründungsjahr	<i>ULTRA1984</i> <i>Brigade 53</i>
	Vereinswappen	<i>Kleblatt Jugend</i> <i>gioverde</i>

¹⁹ „Der Gruppenname hat seinen Ursprung im Autokennzeichen der Stadt Aalen (AA). Wenn man die Schreibweise des Namens etwas abändert („Crew 11“), so kann man für die beiden Einsen jeweils den ersten Buchstaben des Alphabets (A) einsetzen und erhält so den Namen ‚Crew AA‘ also ‚Crew Aalen‘.“ (<https://www.nullsechs.de/die-fanszenen-der-liga/fanszene-vfr-aalen/>, zuletzt geprüft am 26.08.2022)

Männlichkeit	(junge) Männlichkeit	<i>BOYS Bielefeld</i> <i>Mad Boyz</i>
	Brüderlichkeit	<i>Weekend Brothers Wolfsburg</i> <i>Supportive Brothers</i>
Militär	Militärische Einheiten	<i>Brigade Nassau</i> <i>Commando East Side</i>
	Front	<i>Saalefront Ultras</i> <i>Hardtwaldfront</i>
	Verteidigungsstellungen	<i>Letzte Festung Naumburg</i> <i>Maschikuli Youth</i>
	Kämpfer	<i>Pugnatores Ultras</i> <i>Black Blue Fighters</i>
Gemeinschaft	Gruppe	<i>Wilde Horde Köln 1996</i> <i>Kollektiv Ultras</i>
	Organisation	<i>Wuhlesyndikat</i> <i>Domstadt Syndikat</i>
	Gemeinschaft	<i>The Unity</i> <i>L'Intensa Verde</i> ²⁰
Jugend	Jugend	<i>Frenetic Youth</i> <i>Ascendente</i>
	Generation	<i>Generation Luzifer 1998 Kaiserslautern</i> <i>Proud Generation Duisburg</i>
Anarchie	Chaos	<i>Red Kaos</i> <i>Vandalz</i>
	Ungehörigkeit	<i>Rascals Ultras</i> <i>Rude Fans</i>
	Widerstand	<i>Dissidenti Ultra</i> <i>Unbequeme Jugend</i>
	Verrücktsein	<i>Fede Nerblo</i> <i>Mad Boyz</i>
Gewalt		<i>Sparrenkollektiv Bielefeld</i> <i>Facefisters</i>

20 So erläutert die Gruppe *L'Intensa Verde* auf ihrer Homepage ihren FangruppenN: „Das ist italienisch für ‚der grüne Zusammenhalt‘“ (<https://intesa-verde.de/vorstellung/>, zuletzt geprüft am 25.11.22).

Leidenschaft	Leidenschaft	<i>Supremus Dilectio Desperados Dortmund</i>
	Körper	<i>Blue Blood Fanatics Roter Infarkt</i>
	Feuer	<i>Diablos Leutzsch Flagrantia Moguntia</i>
	Inferno	<i>Inferno Cottbus Filmstadt Inferno Babelsberg</i>
(Sub-)Kultur	Subkultur	<i>Sottocultura Subciety Mainz</i>
	A Clockwork Orange	<i>Droogs '99 Frankfurt Droogs Saarbrücken</i>

Tabelle 2: Benennungsmotive bei FangruppenN

Die FangruppenN wurden sehr bewusst gewählt. Oftmals weisen sie mehrere Benennungsmotive auf.²¹ Zudem ist der Prozess der Namengebung komplex und zieht sich z. T. über einen längeren Zeitraum hin.

Mit der Wahl einer zur Ultra-Fankultur gehörigen Benennung sind verschiedene Funktionen verbunden: So markieren sie eine szenübergreifende Verbundenheit mit der Ultra-Kultur, die sich von anderen Fankulturen abgrenzt. Ein solcher Name dient aber auch als Ausdruck der Fanmentalität als wesentliches verbindendes Merkmal der aktiven Fans – somit ist es ein beliebtes Motiv, wenn die Geschlossenheit oder die Zusammengehörigkeit der lokalen Fanszene betont wird. Dabei gibt es Gruppen, die ihre Zugehörigkeit zur Ultra-Bewegung im Namen anzeigen (*Ultras Sankt Pauli*, *Suptras Rostock '01*) und andere, die dies bewusst vermeiden (*Handkäsmafia*, *Horda Azzuro 2001* zu Beginn).

Die Verbundenheit mit dem Verein kann durch Bezug auf diesen (*Blue Side Lok*, *Zebra bande '03*), häufiger jedoch durch Herkunftsangaben ausge-

21 Diese Komplexität zeigt sich etwa im Namen *Horda Azzuro 2001*, dem die Motive Fankultur (orientiert sich an der italienischen Fanszene), Gemeinschaft (*Horda* für eine Gruppe), Verein (Vereinsfarbe blau) und Herkunft (durch Nennung des Gründungsjahrs) zugrunde liegen. Des Weiteren werden die Aspekte der Identifizierung und Individualität betont, indem der FangruppenN möglichst wenig Übereinstimmung mit anderen Namen haben sollte: „Es sollte kein Name sein, welcher zum damaligen Zeitpunkt vielen Gruppen ähnelt, gleichzeitig aber den Bezug nach Italien – als Mutterland der Ultras – haben und das Blau, als Bestandteil der Vereinsfarben, beinhalten, da dieses auch am stärksten von uns genutzt wird. Gern wird in offiziellen Medien oder Darstellungen noch der Begriff ULTRAS und das Gründungsjahr angefügt.“ (Interview Köring 10.12.21)

drückt werden (*Pfalz Inferno Kaiserlautern*). Zur Herkunft wird auch die Verortung in der Fankurve gezählt (*B-Blockade Brigade, Südkurve, K-Block*).

Insbesondere junge Männlichkeit spielt bei der Namenvergabe eine große Rolle (*Mad Boyz, BOYS Bielefeld*). Dass diese Fangruppen als selbstverständlich und zeitlos wahrgenommen werden, ist Indiz für die hegemoniale Bedeutung von Männlichkeit in der Fankultur. Dabei muss jedoch beachtet werden, dass Jugend als Benennungsmotiv darüber hinaus einen eigenständigen Wert als Motiv aufweist und in der Fankultur eine doppelte Funktion hat: Einerseits bildete die Ultra-Bewegung eine Art der Jugendbewegung und hat darin ihren Ursprung – damit positioniert sie sich vorrangig gegenüber anderen, älteren Fankulturen; gleichzeitig gibt es eine Vielzahl dezidierter Jugendgruppen, die entweder entstehen, weil in etablierten Fangruppen keine Partizipationsmöglichkeiten bestehen oder weil sie als Teil des Integrationsprozesses in eine Fangruppe als Eingangsstruktur vorangestellt sind.²² Die enge Verknüpfung der Benennungsmotive Jugend und Männlichkeit ist auffallend und nimmt offenbar einen wesentlichen Stellenwert in der Fankultur ein (bspw. *Young Boys, Young Boyz*).

Gemeinschaft als Benennungsmotiv hat eine zentrale Bedeutung in der Fankultur. Neben dem Zusammenhalt in der Gruppe betonen mehrere Fangruppen die Bedeutung von freundschaftlichen und familiären Bezügen, die über den konkreten Fußballbezug auf den lokalen Raum ausgeweitet werden. Dies soll sich im FangruppenN widerspiegeln (*Wilde Horde Köln 1996, Kollektiv Ultras*). Diese Gemeinschaftskonstruktion wird auch in der Ausprägung Generation des Benennungsmotivs Jugend und dem Benennungsmotiv Militär deutlich. In beiden wird eine Gemeinschaft konstruiert, entweder als Schicksalsgemeinschaft durch das Alter und die Distanz zu anderen Fankulturen oder durch die Kameradschaft, die in den Truppengattungen als Benennungsmotive Ausdruck findet (*Brigade Nord 1999, Commando East Side*).

Ähnlich funktionieren auch die Bezüge auf den (sub-)kulturellen Charakter der Ultra-Bewegung im Benennungsmotiv (Sub-)Kultur. Die so benannten Fangruppen verfolgen einen eigenen Kulturanspruch und sehen sich gleichzeitig als Subkultur gegenüber der generellen Fanszene sowie der Gesamtgesellschaft.

22 Aus diesem Grund wurde Jugend als Benennungsmotiv ausgewählt und nicht etwa Altersklasse oder Generation. Die Ausprägung Generation markiert ebenfalls eine Form der Abgrenzung als Jugendkultur – nur nicht gegenüber etablierten Gruppen in der eigenen Fankurve, sondern gegenüber anderen Fankulturen.

Dementsprechend ist es nicht verwunderlich, dass die Namengebung ein wichtiger Prozess für viele Gruppen zu sein scheint und einige sich auch nachträglich weiterhin mit der Bedeutung und Wirkung der FangruppenN auseinandersetzen. Dies deckt sich mit der Beobachtung, dass nur wenige Gruppen auf eine sinnfreie, ironische oder witzige Wirkung bei FangruppenN setzen. Die meisten Namen sind hingegen mit Bedacht gewählt und zeigen eine gewisse Ernsthaftigkeit. Ausnahmen sind dabei u. a. die *Zero Ultras*, die sich (selbstironisch) als „die Nullen von Tennis Borussia Berlin“ (Zero Ultras 2021) bezeichnen, oder die *HammerHearts*, die dies bewusst thematisieren:

Gemäß dem Konsum an einem dieser WG-Tage in Verbindung mit einer Tattoo-Vorlage, die ab dann 2 Jahre unser Symbol sein sollte, entstand der Gruppenname Hammerhearts, den wir seither zu jeder Zeit mit Stolz im Herzen trugen. Wir stehen zu unserer Vergangenheit oder besser zu dem, was davon übrig ist, obwohl wir uns jetzt vielleicht nicht noch einmal für diesen Namen entscheiden würden. (HammerHearts 2004/2022)

Es entsteht generell der Eindruck, dass die Ultra-Bewegung sich und ihre Fankultur sehr ernst nimmt. Dies kann damit zusammenhängen, dass im gesamtgesellschaftlichen Kontext dem „Fußballfan-Sein“ Irrationalität unterstellt wird. Dies steht im Kontrast zum politischen und selbstbestimmten Anspruch, den die Ultra-Bewegung an sich selbst als Gruppe, aber auch den Fußball stellt. Die politische Dimension der Ultra-Fankultur lässt sich bei FangruppenN also daran aufzeigen, dass diese im Gegensatz zu FanclubN auf eine Selbstironisierung durch den FangruppenN weitestgehend verzichtet.

7. Fazit

Der vorliegende Beitrag befasste sich mit der noch unerforschten Klasse der FangruppenN und konnte aufzeigen, dass diese eine eigene Unterklasse der Ergonyme bilden. FangruppenN aus der Ultra-Szene zeichnen sich durch eigene Bildungsmuster, Benennungsmotive und Namenmoden aus. Die Verbreitung und Entwicklung der FangruppenN in der deutschsprachigen Ultra-Szene kann im Gesamten nur schwer bearbeitet werden, da die Fülle an Neugründungen, Auflösungen oder Zusammenschlüssen nicht immer dokumentiert und nachvollziehbar ist. Häufig muss auf Wissen von Einzelpersonen aus der jeweiligen Fanszene zurückgegriffen werden. Dennoch zeichnet sich ab, dass sich hinsichtlich der Bildung von FangruppenN feste Muster etabliert haben

und somit von einer szenübergreifenden Verbreitung und generellen Entwicklung bei FanggruppenN gesprochen werden kann. Dies ist auch bei den Benennungsmotiven der Fall: Sie sind über die lokale Szene hinaus identifizierbar.

In der Studie wurden 305 Namen von Fanggruppen analysiert, die im Zeitraum von 2016 bis 2021 in Deutschland aktiv waren. Als Quellen fungierten neben den einzelnen FanggruppenN Selbstvorstellungen und Erläuterungen der FanggruppenN in Fanmagazinen oder Internetpräsenzen, Interviews in Fanmedien und einzelne Statements von Fanggruppen, die im Rahmen der Untersuchung eingeholt wurden.

Hinsichtlich der Bildung von FanggruppenN wurden 13 verschiedene Bildungsmuster ausgemacht, denen alle erhobenen Namen zugeordnet werden konnten. Die vier Bildungskomponenten ÜberN, OrtsN, FankulturN und Gründungsjahr sind alle in hoher Anzahl vertreten. Häufige Bildungsmuster sind beispielsweise FankulturN + OrtsN, ÜberN + Gründungsjahr und ÜberN+ OrtsN. Die Namen setzen sich meist aus zwei bis vier Bildungskomponenten zusammen. Hinsichtlich der Bildungsmuster bestehen Ähnlichkeiten zu denen von UnternehmensN und besonders VereinsN, sie unterscheiden sich jedoch insbesondere durch die Hinzufügung von FankulturN sowie eigenen etablierten Bildungsmustern.

Vor allem die in den FanggruppenN enthaltenen ÜberN haben einen engen Bezug zu UnternehmensN, da sie bei deren Bildung ebenfalls eine wichtige Rolle spielen. Hauptfunktion dort ist die Werbewirksamkeit. Die Entwicklungstendenz zu PhantasieN, insbesondere mit Juxtaposition, die Fahlbusch (2011) skizziert, könnte auch auf FanggruppenN zutreffen. Die Bildungsweise von ÜberN ist teilweise schwer nachzuvollziehen. Ohne zusätzliche Informationen können manche ÜberN nicht eindeutig in ihrer Bildungsweise aufgeschlüsselt werden.

Bei VereinsN und UnternehmensN spielen die Benennungsmotive eine große Rolle. Dies trifft auch auf FanggruppenN zu, bei deren Analyse elf verschiedene Motive festgestellt werden konnten. Davon ähneln die Benennungsmotive Verein, Gemeinschaft und Herkunft den Motiven Vereinsfarben, Kameradschaft/Zusammenhalt und Herkunft bei VereinsN. Die Benennungsmotive Fankultur, Männlichkeit, Militär, Jugend, Anarchie, Gewalt, Leidenschaft und (Sub-)Kultur sind originär bei FanggruppenN vorhanden. Insbesondere Fankultur, Herkunft und Gemeinschaft sind als Benennungsmotive wichtig und verweisen auf die enorme Bedeutung dieser Aspekte in der Ultra-Fankultur. Hier gibt es teilweise Parallelen zu außersprachlichen Merkmalen der Ultra-Bewe-

gung wie den dort geteilten Werten, die in der sozialwissenschaftlichen Forschung ausgemacht wurden. In den Ausführungen und Begründungen der Namengebung wurde deutlich, dass dem eigenen FangruppenN meist eine hohe Bedeutung beigemessen wird und der Prozess der Namengebung komplex ist. Diese Namen haben also eine identitätsstiftende Wirkung für die Fangruppen und nehmen häufig auf das Selbstverständnis, die Fankultur und -praxis Bezug. Zudem wurde deutlich, dass Nachbenennungen bei der Namengebung eine Rolle spielen, diese jedoch in der Regel nicht thematisiert werden. Es ist allerdings festzuhalten, dass das bei vielen FangruppenN mehr oder weniger offensichtlich der Fall ist.

FangruppenN können damit Auskunft über die Fankultur geben. Wenn beobachtet werden kann, dass Werte und Normen einzelner Gruppen sich sowohl nach innen als auch außen richten, kann davon ausgegangen werden, dass dies im besonderen Maße auch über FangruppenN geschieht, denn GruppenN richten sich in beide Richtungen. Ihr sprachlicher Ausdruck verweist auf eine identitätsstiftende Wirkung. Wenn sie durch die Bezugnahme auf Merkmale, Werte und Normen der Fankultur Identitäten bilden, kann umgekehrt vom FangruppenN in Teilen auf jene Merkmale und Werte zurückgeschlossen werden.

Auch wenn durch einen GruppenN prinzipiell auf den Gemeinschaftscharakter einer Organisation referiert wird, scheint Gemeinschaft als eigenständiger Wert eine besonders hohe Bedeutung in der Ultra-Bewegung zu haben. Sie richtet sich sowohl nach innen an die eigene Gruppe als auch nach außen an die gesamte Ultra-Szene, mit der man gerade zu Beginn der Ultra-Bewegung die gleichen Vorstellungen und Abgrenzungserfahrungen gegenüber anderen Fankulturen teilte. Eng mit der Vorstellung über den Gemeinschaftsbegriff sind häufig auch Fanpraxen (s. Kapitel 2 zur Fankultur) verbunden, die sich im FangruppenN widerspiegeln sollen.

Die vorliegende Analyse der FangruppenN der Ultrabewegung stellt damit erste Ergebnisse bezüglich der Bildungsmuster und Benennungsmotive vor. Neben Verweisen auf die italienische oder englische Fankultur konnten bei der Untersuchung der Entwicklung von FangruppenN in einzelnen Fanszenen zudem lokale Namenmoden etwa in Form bestimmter Benennungsmotive oder Bildungsmuster ausgemacht werden. Dabei wurde die hohe Bedeutung der Namenkomponente *Ultras* abermals deutlich, die in diesem Zusammenhang jedoch als Bezeichnung für einen gruppenübergreifenden Zusammenschluss fungiert, mit dem Ziel, die aktiven Fans in Anbetracht einer gemeinsamen Praxis zusammenzuführen. So ist anzunehmen, dass FangruppenN und die Bezeichnung *Ultras* an sich eine tragende (Doppel-)Rolle in der Fanszene

spielen, deren hohe Bedeutung und Dynamik erst in Ansätzen begriffen sind und weiterer Auseinandersetzung bedürfen. Weiterführende Untersuchungen zu diesen Namenmoden versprechen Aufschluss über ebjenjene Dynamiken.

Weiterhin wäre es spannend, die Transparenzgrade der Namenkomponenten bei der Bildung der FangruppenN zu bestimmen, um zu verstehen, inwieweit außersprachliche Gegebenheiten in der Fankultur mit der Transparenz des Namens korrespondieren.

Zudem wurde in der vorliegenden Untersuchung die Bedeutung der Auseinandersetzung mit der eigenen Fankultur anhand der Reflektion der FangruppenN durch die beteiligten Akteure deutlich. Die Frage, wie die Fanpraxis definiert werden kann bzw. wann und ob man sich als *Ultras* bezeichnet, zieht sich durch viele Namengebungsprozesse. Die Frage nach der eigenen Fankultur wird also unter anderem entlang des FangruppenN verhandelt. Auch diesem Aspekt sollte mehr Beachtung geschenkt werden.

Trotz der Abgrenzung der Ultra-Fankultur zu anderen Fankulturen wie den Hooligans oder Hooltras über den FangruppenN weisen die Namen einige Gemeinsamkeiten hinsichtlich der Bildungsweise und bestimmter Motive auf. Dementsprechend sollten auch die FangruppenN anderer Fankulturen betrachtet werden. Nicht zuletzt wäre der Unterschied zwischen FanclubN und FangruppenN eine tiefere Betrachtung wert – verwenden die Fanclubs oft witzige oder ironisierende Namen, so sind die Namen von Fangruppen offenbar von einer großen Ernsthaftigkeit geprägt. Eine vergleichende Analyse, die die gesellschaftlichen Hintergründe der verschiedenen Gruppen miteinbezieht, könnte sowohl die onomastische als auch die sozialwissenschaftliche Forschung befördern. Durch eine Befassung mit diesen Themen könnte die Onomastik die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Fußball-Fankultur, die eines der größten gesellschaftlichen Interessensgebiete unserer Zeit verkörpert, bereichern.

8. Bibliographie

- Adam, Steve (2016): Die Ultra-Fußballfankultur, in: Duttler, Gabriel (Hg.): *Ultras. Eine Fankultur im Spannungsfeld unterschiedlicher Subkulturen (Kulturen der Gesellschaft, v.17)*, Bielefeld, 63–86.
- Becker, Reiner (2019): Fußball(szenen), Sozialisation und politische Kultur, in: Thole, Werner/Pfaff, Nicolle/Flickinger, Hans-Georg (Hg.): *Fußball als Soziales Feld. Studien zu Sozialen Bewegungen, Jugend- und Fankulturen*. Wiesbaden, Heidelberg, 31–38.

- Bresemann, Patrick (2016): Ultraaufkleber – Botschaft und Kunst im urbanen Raum, in: Duttler, Gabriel (Hg.): *Ultras. Eine Fankultur im Spannungsfeld unterschiedlicher Subkulturen (Kulturen der Gesellschaft, v.17)*, Bielefeld, 173–188.
- Debus, Friedhelm (1995): Soziolinguistik der Eigennamen. Name und Gesellschaft (Sozio-Onomastik), in: Eichler, Ernst/Hilty, Gerold/Löffler, Heinrich/Steger, Hugo/Zgusta, Ladislav (Hg.): *Namenforschung. Ein internationales Handbuch zur Onomastik = Name studies: an international handbook of onomastics (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft /HSKJ, 11.1)*, Berlin, 393–399.
- Devantier, Marcel (2014): *Fanmanagement und Ultraszene im Fußball*. Bachelorarbeit. Hochschule Mittweida. Fakultät Medien. Online verfügbar unter https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/5253/file/Bachelorarbeit_Fanmanagement_und_Ultraszene_Marcel_Devantier.pdf.
- Duttler, Gabriel (2016): *Ultras. Eine Fankultur im Spannungsfeld unterschiedlicher Subkulturen (Kulturen der Gesellschaft, v.17)*, Bielefeld.
- Fahlbusch, Fabian (2011): Von Haarmanns Vanillinfabrik zu Symrise, von der Norddeutschen Affinerie zu Aurubis: Prinzipien des diachronen Wandels von Unternehmensnamen, in: *Beiträge zur Namenforschung* 46 (1), 51–80.
- Fritz, Gerald (2019): *Fanclubs der Nationalmannschaften im deutschen Teamsport. Value Co-Creation zwischen Kommerzialisierung und Fankultur*. Wiesbaden: Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail?docID=5598553>.
- Gabler, Jonas (2019): Die Ultras als Objekt sozialer und rechtlicher Intervention, in: Thole, Werner/Pfaff, Nicolle/Flickinger, Hans-Georg (Hg.): *Fußball als Soziales Feld. Studien zu Sozialen Bewegungen, Jugend- und Fankulturen*. Wiesbaden, 77–94.
- Gerschel, Sophia (2009): *Frauen im Abseits? Eine Untersuchung zu weiblichen Ultras in der Fußballfanszene*. Diplomarbeit. Universität Leipzig. Institut für Soziologie. Online verfügbar unter <https://www.f-in.org/app/download/1715143614/Diplomarbeit+sophia+gerschel.pdf?t=1524903737>.
- Grün, Andreas (2016): Ultras und Graffiti – Ein Aufeinandertreffen zweier Subkulturen, in: Duttler, Gabriel (Hg.): *Ultras. Eine Fankultur im Spannungsfeld unterschiedlicher Subkulturen (Kulturen der Gesellschaft, v.17)*, Bielefeld, 157–172.
- Heyde, Judith von der (2016): *Doing Gender und Ultra. Frauen und männliche Dominanz*, in: Duttler, Gabriel (Hg.): *Ultras. Eine Fankultur im Spannungsfeld unterschiedlicher Subkulturen (Kulturen der Gesellschaft, v.17)*, Bielefeld, 95–116.
- Hitzler, Ronald/Niederbacher, Arne (2010): *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute (Erlebniswelten, Band 3)*, 3., vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden.
- Köring, Tim (2022): *Linguistische Analyse der Namen von Fußballfangruppen in der deutschen Ultra-Bewegung*, Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Gymnasien, unveröffentlicht, Jena.

- Luzar, Claudia (2016): Ultras und Politik, in: Duttler, Gabriel (Hg.): Ultras. Eine Fankultur im Spannungsfeld unterschiedlicher Subkulturen (Kulturen der Gesellschaft, v.17), Bielefeld, 287–294.
- Nübling, Damaris/Fahlbusch, Fabian/Heuser, Rita (2015): Namen. Eine Einführung in die Onomastik, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Tübingen.
- Pilz, Gunter (2006): Wandlungen des Zuschauerverhaltens im Profifußball: Vom Kutfan und Hooligan zum postmodernen Ultra und Hooltra. Online-Publikationen des Instituts, Leibniz Universität Hannover. Institut für Sportwissenschaft. Online verfügbar unter https://www.sportwiss.uni-hannover.de/fileadmin/sportwiss/Projekte__Forschung_und_Online_/pilz/pilz_zuschauerverhalten.pdf.
- Stellmacher, Dieter (2010): Vereinsnamen – was sie sind und was sie aussagen, in: Der Deutschunterricht 62 (3), 58–65.
- Stellmacher, Dieter (2017): Niederdeutsche Vereinsnamen im Dialekt und ihr Beitrag zur Konzeptualisierung des Niederdeutschen, in: Namenkundliche Informationen 109/110, 592–601. Online verfügbar unter <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:15-qucosa2-317181>.

Blogs/ Homepages von Fangruppen, Fanorganisationen und Vereinen

- Blog Horda Azzuro: <http://1903blog.horda-azzuro.de/>, zuletzt geprüft am 10.10.2022.
- Faszination Fankurve (2022): <https://www.faszination-fankurve.de/>, zuletzt geprüft am 26.07.2022.
- FC Carl Zeiss Jena (2021): Unser Leitbild. Online verfügbar unter <https://www.fc-carl-zeiss-jena.de/verein/unser-leitbild.html>, zuletzt aktualisiert am 12.10.2021, zuletzt geprüft am 28.01.2022.
- HammerHearts 2004 (2022): Über uns. Online verfügbar unter <https://www.hh04.de/about/>, zuletzt geprüft am 28.01.2022.
- Nullsechs.de (2022): <https://www.nullsechs.de/>, zuletzt geprüft am 26.08.2022.
- Unsere Kurve (2022): <https://www.unserekurve.de/blog/unsere-kurve-ist-gruendungsmitglied-des-buendnis-gegen-sportwetten-werbung/>.
- Zaunfahnen (2021): <http://zaunfahnen.blogspot.eu/>, zuletzt geprüft am 25.03.2022, nicht mehr online.
- Zero Ultras (2021): Wir. Online verfügbar unter <https://web.archive.org/web/20150713092458/http://zeroultras.blogspot.eu/wir>.

Veröffentlichte und unveröffentlichte Interviews

- Köring, Tim (10.12.21): FangruppenN „Horda Azzuro“ Bedeutung und Entstehung. Interview mit Horda Azzuro. Jena.
- Interview: „Spezial / Ultras Tito“ aus Erlebnis Fussball, Ausgabe 84, 01/2022, 4–95.

[**Abstract:** This article deals with the as yet unexplored class of fan group names and shows that they form a separate subclass of ergonyms. Fan group names from the so-called ultra scene are characterized by unique formation patterns, naming motifs and naming fashions, which can be observed from their distribution and development. For this purpose, we analysed 305 names of fan groups active in Germany in the period from 2016 to 2021.

The analytic strategies included analysing the individual fan group names themselves, information about these names presented in fan magazines, on internet sites, interviews in fan media, and individual statements from fan groups that were requested for this study.

The results indicate that fan group names are typically formed from the combination of certain components: nickname, place name, founding year, and fan cult name. Most of the fan group names consist of two to four of these components. Similarities to and differences from the formation patterns of company names and club names were discussed.

Additionally, eleven naming motifs were highlighted, of which the motifs fan culture, origin and community were most prominent. The motifs club, masculinity, military, youth, anarchy, violence, passion and (sub)culture were also found.

An analysis of the explanations given for the names showed clearly that a person's own fan group name is generally extremely important and that the process of naming is complex. These names thus have an identity-forming effect for the fan groups and often refer to fan culture and practice.]

