

Fakultät für Geisteswissenschaften
Studiengang: Literatur und Medienpraxis

**Der Autor Frank Goosen als Aufsichtsratsmitglied beim VfL Bochum 1848.
Gegenseitige Befruchtung oder Blockade von Fußball und Literatur?**

Masterarbeit

**zur Erlangung des akademischen Grades eines
Master of Arts (M. A.)**

vorgelegt von:

Anna Jakobsmeier
Matrikelnummer: 225138501
Herner Str. 36
44787 Bochum
E-Mail: Anna.Jakobsmeier@gmx.de

Erstprüfer: Dr. Thomas Ernst
Zweitprüfer: Prof. Dr. Rolf Parr

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Die Literatursoziologie nach Pierre Bourdieu: Theoretische Grundlagen	6
2.1. Die soziale Praxis als Resultat vom Zusammenspiel zwischen Habitus und Feld	7
2.2. Kunst und Titel gegen Geld: Das literarische und das sportliche Feld in ihrer Ausnahmeposition	10
3. Der Autor Frank Goosen und seine heteronome Position auf dem literarischen Feld: Ein Autor zwischen Ruhrgebiets- und Populärliteratur	17
3.1. Die externe Hierarchisierung als Strukturprinzip: Frank Goosens Anordnung zum Subfeld der Massenproduktion	17
3.2. Die Rezeption medialer Öffentlichkeiten: Symbolisches Kapital durch regionale sowie bundesweite Literaturkritik	29
3.3. Das Image des ‚Autors zum Anfassen‘: Die Selbstinszenierung Goosens durch nicht-literarische Stellungnahmen	40
4. Frank Goosen als Identifikationsfigur für den VfL Bochum 1848: Emotionales Kapital als Bindeglied zwischen Autor und Verein	48
4.1. Der VfL Bochum 1848 in einer Nischenposition auf dem sportlichen Feld: Symbolisches Kapital durch Regionalität und Bodenständigkeit	50
4.2. Die Verknüpfung von Marke und Person: Das Imagetransferpotential als Voraussetzung für Strategien der Personalisierung	56
5. Die Symbiose aus Fußball und Literatur: Eine gegenseitige Befruchtung zweier gesellschaftlicher Felder	60
5.1. Frank Goosen in seiner sportlich-medialen Funktion: Interessenskonflikte in der Dreifachrolle als Fan, Literat und Aufsichtsrat	61
5.2. Positive Resonanz für den ‚Funktionär zum Anfassen‘: Frank Goosen im sportlichen Machtfeld	67
5.3. Das produktive Zusammenspiel zweier Pop-Phänomene: Die Heteronomie von Fußball und Literatur	74
6. Fazit	83
7. Bibliographie	86

1. Einleitung

„Sport und Literatur sind nahe Verwandte, die sich ähneln. Sie ähneln sich zu sehr, um sich aufrichtig lieben zu können. Es sind im Grunde feindliche Brüder. Beide appellieren auf verschiedenen Ebenen und mit unterschiedlichen Mitteln an dieselben Gefühle“ (Spiegel, faz.net, 29.6.2006). So äußert sich Literaturkritiker Marcel Reich-Ranicki während der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 über den Zusammenhang von Sport und Literatur. Ein Zusammenhang, der historisch als unvereinbarer Gegensatz gesehen wurde, als Dichotomie von Körper und Geist. Der Sport wäre durch seine Einfachheit und Oberflächlichkeit sogar ein Gegensatz zur Dichtung, ein „Feind des Papiers“ (Leis 2000: 9f). Dennoch finden sich, wie Reich-Ranicki betont, verwandtschaftliche Beziehungen beider Bereiche.

Speziell in der heutigen Zeit wird insbesondere der Fußball als kulturstiftend angesehen. Es erscheinen Fußballromane, Spitzensportler bringen ihre Autobiographien heraus und selbst der Deutsche Fußball-Bund (DFB) hat eine Kulturstiftung ins Leben gerufen, die wiederum eine Autoren-Nationalmannschaft betreut¹ (vgl. Deutscher Fußball-Bund Homepage).

Diese Arbeit macht es sich daher zur Aufgabe, das Zusammenspiel von Fußball und Literatur zu untersuchen, Probleme und Risiken einer Verknüpfung herauszuarbeiten sowie ihre Chancen und Möglichkeiten zu skizzieren. Als konkreter Analysegegenstand wird dazu der Schriftsteller Frank Goosen ausgewählt, der im Herbst 2010 in den Aufsichtsrat des Fußballvereins VfL Bochum 1848 gewählt wurde. Dadurch verbindet er als ‚Paradebeispiel‘ die beiden hier zu untersuchenden Felder. Die folgende Analyse vertritt die These, dass die Zusammenarbeit zwischen Goosen und dem VfL zu einer wechselseitigen Befruchtung führt. Zudem strebt sie die Generalisierung der Ergebnisse auf einer Metaebene an und nimmt sich vor, eine Allgemeingültigkeit für die gegenseitige Befruchtung der beiden Felder Literatur und Fußball abzuleiten.

Im Verlauf der Arbeit wird ein wissenschaftlich fundierter Vergleich der beiden Felder Literatur und Sport durchgeführt. Die theoretische Basis dieser Analyse bildet die Soziologie von Pierre Bourdieu, nach der sich die Gesellschaft in einzelne Subfelder

¹ In der Autoren-Nationalmannschaft, kurz Autonama genannt, haben sich Schriftsteller, Romanciers, Lyriker und Dramatiker im Sommer 2005 zu einem Fußballteam zusammengetan. Die Autonama tritt in der Writers' League oder beim Schriftsteller-„Wor(l)d Cup“ gegen internationale Autoren-Mannschaften an und gewann 2010 die Autoren-Europameisterschaft, die im Rahmen der Kulturhauptstadt RUHR2010 in Unna stattfand (vgl. Deutscher Fußball-Bund Homepage).

teilt. Als Soziologe erklärt Bourdieu gesellschaftliche Praxismuster und setzt sie mit ähnlichen Schemata in Verbindung. So schreibt er Feldern wie der Politik, Wirtschaft, Religion oder Wissenschaft strukturelle Homologien zu und legt damit die Basis für feldübergreifende Bezüge. Aufgrund seiner Theorien ist es somit überhaupt erst möglich, zwei eigentlich fremde Felder – wie die von Literatur und Sport – miteinander in Beziehung zu setzen. Daher ist Bourdieu für diese Arbeit von essentieller Bedeutung.

Neben einer Einführung in Bourdieus Terminologie sowie in seine Feld- und Habitus-theorie steht die Definition des literarischen und des sportlichen Feldes zunächst im Vordergrund. Als Hauptquelle fungiert Bourdieus Werk *Die Regeln der Kunst* (2001), welches die Entstehung eines literarischen Feldes in Frankreich sowie die zeitgenössische Lage des französischen Literaturbetriebs dokumentiert. Aus diesen Untersuchungen leitet Bourdieu in seiner ersten Fassung von 1992 allgemeingültige Sätze für die Gesamtheit aller Felder der Kulturproduktion ab und macht sie universell übertragbar. Aus Mangel an ähnlichen soziologischen Studien zum Sportfeld wird die Bourdieusche Terminologie anschließend auf eine eigens für diese Arbeit entwickelte Theorie des Sportfeldes übertragen. Dieser erste Abschnitt verdeutlicht demnach die Rahmenbedingungen, unter denen gesellschaftliche Akteure in ihren Feldern handeln.

Kapitel Drei positioniert Frank Goosen auf dem literarischen Feld. Anhand der von Bourdieu definierten Strukturprinzipien wird Goosen durch messbare Kriterien des Literaturbetriebs wie seine Verlagswahl, die Präsenz in Besten- und Bestsellerlisten oder die wissenschaftliche Rezeption auf dem Feld verortet. Ebenso positioniert ihn eine quantitative und qualitative Analyse der literaturkritischen Berichterstattung, die anhand seiner medialen Präsenz vorgenommen wird. Die Fülle des dazu vorhandenen Pressematerials kann hier jedoch nicht erschöpfend, sondern lediglich exemplarisch angeführt werden. Mit dem Ziel, Frank Goosen ein typisches Grundgerüst, ein Genre, zuzuschreiben und ihn als Autor zu kategorisieren, unterstützen des Weiteren Werke zum deutschen Literaturmarkt wie *Literaturbetrieb* (2008) von Bodo Plachta und *Literaturvermittlung* (2009) von Stefan Neuhaus seine Positionierung.

Ein letzter Schritt platziert Goosen durch seine eigens gewählte Selbstdarstellung und -inszenierung auf dem Feld. Dank struktureller Homologien, die zwischen den einzelnen gesellschaftlichen Feldern auszumachen sind, werden resultierend aus den Ergebnissen von Goosens Positionierung im weiteren Verlauf Rückschlüsse und Vergleiche zum Sportfeld, zur Sportart Fußball allgemein sowie zur Position des VfL

Bochum auf dem Sportfeld gezogen. Goosens Inszenierungsstrategie als Autor wird im Anschluss zudem seiner Inszenierung als Aufsichtsrat gegenübergestellt.

Das vierte Kapitel führt diesen ersten Vergleich zwischen Frank Goosen und dem VfL Bochum durch. Dazu wird der Verein zunächst vorgestellt und mittels seines Vereinshabitus sowie seiner Kapitalien auf dem sportlichen Feld positioniert. Insbesondere das vereinsinterne Leitbild und eine Imagestudie der Ufa Sports GmbH dienen als Quellen für das Erstellen eines repräsentativen und objektiven Vereinsimages, das hier mit dem Image von Goosen in Beziehung gesetzt wird. Zudem werden Frank Goosens Amt als Aufsichtsrat näher beleuchtet und Gründe dafür gesucht, warum eine Zusammenarbeit von beiden Seiten Sinn macht. Inwieweit können sie voneinander profitieren und inwieweit blockieren sie sich eventuell? Neben der Satzung des Vereins dienen hier vor allem Aufsätze aus dem *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (2007a) von Thomas Schierl als Quelle, denn sie erklären Verknüpfungen dieser Teilbereiche, wie beispielsweise die Verbindung von Prominenten mit Marken im Allgemeinen.

Kapitel Fünf erweitert die Ergebnisse der vorangegangenen Abschnitte und beschreibt direkte Verknüpfungen von Literatur und Fußball. Dazu wird eingangs die Position von Frank Goosen auf dem Sportfeld ermittelt. Über welche Kapitalien verfügt Goose auf dem Sportfeld? Resultierend aus diesen Ergebnissen soll seine Funktion als Literat in dem sportpolitischen Amt ermittelt werden. Zudem kommt es zu einem Imagevergleich, der potentielle Entwicklungen und Abweichungen seiner Inszenierung als Autor und als Aufsichtsrat untersucht.

Des Weiteren bestimmt ein letztes Unterkapitel die Position des Fußballs auf dem Sportfeld und wird mit Goosens Position in Beziehung gesetzt. Hierdurch soll der Zusammenhang von Fußball allgemein und Goosens Literatur verdeutlicht und mögliche Gemeinsamkeiten und Verknüpfungspunkte eruiert werden. Für diese sportsoziologische Analyse wird unter anderem ein weiteres Werk von Pierre Bourdieu herangezogen. In *Die feinen Unterschiede* (2006) erläutert er Ergebnisse aus Studien der 80er Jahre zu klassenspezifischen Praktiken und ermittelt unter anderem, welche Rolle der Sport und im Besonderen der Fußball für die Gesellschaft spielt. Zuletzt werden Maßnahmen präsentiert, die Frank Goosen und der VfL Bochum bereits zur gegenseitigen Unterstützung von Literatur und Fußball anwenden. Sie sollen das Potential verdeutlichen, das diese Arbeit in der Symbiose aus Fußball und Literatur auch für die Zukunft sieht.

2. Die Literatursoziologie nach Pierre Bourdieu: Theoretische Grundlagen

Pierre Bourdieu erklärt als Soziologe gesellschaftliche Phänomene aus der sozialen Praxis heraus. Er entwickelt eine Theorie der Praxis, die erklärt, dass jede angewandte Praxisform in einem bestimmten gesellschaftlichen Bereich von zweierlei abhängt: der individuellen Position und Perspektive des jeweiligen Akteurs und den objektiven Beziehungen des Akteurs zu anderen Akteuren, sprich den situationellen Bedingungen des gesellschaftlichen Teilbereichs (vgl. Bourdieu 2001: 365).

Er rückt auch die Literatur in den sozialen Handlungskontext gesellschaftlicher Prozesse, denn in Bourdieus Literaturverständnis zählen außerliterarische, gesellschaftstheoretische und sozialgeschichtliche Aspekte zu den Einflussfaktoren der Produktion, Distribution und Rezeption von Literatur (vgl. Nünning 2010: 201). Für ihn ist die Literatur ein sozialer Prozess, eine Interaktion zwischen dem Autor und seiner sozio-kulturellen Umgebung. Bourdieus Theorie bringt „die Werke, die sie [die Literatur, A.J.] als simple Widerspiegelung oder »symbolischen Ausdruck« [...] der sozialen Welt auffaßt, unmittelbar mit den gesellschaftlichen Merkmalen ihrer Urheber [...] in Verbindung“ (Bourdieu 2001: 323). Auch sein Autorbild erklärt sich hieraus. Sein Ansatz distanziert sich vom Erklärungsmodell des schöpferischen Individuums und damit rezeptionsästhetisch von einer werkimmanenten Interpretation (vgl. Jurt 1995: IX), und betont stattdessen, dass stets die sozialen Erfahrungen des Autors den literarischen Text bedingen (vgl. Nünning 2010: 201).²

Im Folgenden werden zunächst die zentralen Termini der Bourdieuschen Soziologie vorgestellt und ihre Relevanz für die sich anschließende Analyse verdeutlicht. Daraufhin werden explizit die gesellschaftlichen Felder von Literatur und Sport skizziert. Anders als in Bourdieus Aufsätzen „Programm für eine Soziologie des Sports“ (1992) und „Historische Voraussetzungen modernen Sports“ (1986) wird sich diese Analyse auf das Feld des professionellen Sports konzentrieren und den Breiten- und Freizeitsport außen vor lassen. Zudem wird von einer starken Ausdifferenzierung der einzelnen Sportarten abgesehen und der Fokus auf das Feld des deutschen Fußballsports gelegt. Als Funktionär eines Fußball-Zweitligisten vertritt Frank Goosen

² Aus der Rückbindung der Literatur an gesellschaftliche Entwicklungen, einer Tendenz der letzten Jahrzehnte, sind neue Aufgaben und Forschungsfelder für die Literaturwissenschaft entstanden, beispielsweise Fragestellungen nach der historischen Rolle von Autor und Leser (vgl. Nünning 2010: 204). Diese haben für die kommende Analyse jedoch keine Relevanz.

Vereinsinteressen, weshalb viele Merkmale des Sportfeldes aus der Sicht des Vereins und aus seiner Funktionärposition beschrieben werden.³

2.1. Die soziale Praxis als Resultat vom Zusammenspiel zwischen Habitus und Feld

In Bourdieus Theorie der Praxis ist das Konzept des Habitus von entscheidender Bedeutung. Darunter ist ein individuelles, kognitives Dispositionssystem der sozialen Akteure zu verstehen, das „es uns in der alltagspraktischen Erfahrung ermöglicht, die Verhaltensweisen der uns vertrauten Menschen zu erraten oder zu verstehen“ (Bourdieu 2001: 35). Mit dem Habitus entschleierte Bourdieu eine Tätigkeit der Konstruktion von gesellschaftlicher Wirklichkeit (vgl. Bourdieu 2001: 287). Es beschreibt vorgeprägte Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata, die ein Akteur mit der Zeit unbewusst verinnerlicht hat und auf die er in seiner gesellschaftlichen Praxis – ebenfalls unbewusst – immer wieder zurückgreift.⁴ Durch ihn erklärt sich unser gesamtes Handeln. „Der Habitus ist *Erzeugungsprinzip* objektiv klassifizierbarer Formen von Praxis und *Klassifikationssystem* dieser Formen“ (Bourdieu 2006: 277). Damit ist der Habitus das zentrale Konzept zur Erklärung der Genese von Praxisformen und die unbewusste Theorie der Praxis.

Der Habitus ist nicht angeboren, sondern gesellschaftlich bedingt und beruht auf individuellen und kollektiven Erfahrungen der Akteure. Er manifestiert sich durch die soziale Position und Klasse, die ein Akteur innerhalb der Struktur gesellschaftlicher Relationen einnimmt, sowie durch dessen bisherigen Lebensweg (vgl. Schwingel 2009: 61ff). Auch das individuelle Auftreten und Umgangsformen einzelner Akteure gehören zu den habituell inkorporierten Eigenschaften (vgl. Bourdieu 2001: 41).

Bereits Produkt einer Geschichte, ist der Habitus dennoch einem kontinuierlichen Wandel unterworfen, denn die soziale Laufbahn eines Akteurs mit immer neuen Sozialisationsprozessen und Erfahrungen zeigt seine aktiven, schöpferischen und erfinderischen Fähigkeiten (vgl. Bourdieu 2001: 286). Sein „konstruktives Potential“ (Barlösius 2011: 86) bietet den Akteuren immer auch Innovationsspielraum zur Weiterentwicklung (vgl. Schwingel 2009: 74).

³ Eine ausführliche und fundierte Theorie eines sportlichen Feldes bedürfte empirischer Analysen, die eine Masterarbeit zu leisten nicht in der Lage ist. Anhand der Theorien des literarischen Feldes werden daher im Folgenden die relevanten Elemente und Begrifflichkeiten für die Positionierung Frank Goosens auf das sportliche Feld übertragen.

⁴ Bourdieu nennt dieses Phänomen auch den „sozialen Sinn (le sens pratique)“ (vgl. Schwingel 2009: 63).

Der Habitus drückt sich zum einen im Wahrnehmen der alltäglichen Umwelt aus, zum anderen in den jeweiligen Praxishandlungen der Akteure, die stets einem bestimmten Muster folgen (vgl. Barlösius 2011: 51). „Wie eine Art generative Grammatik des Sozialen steuern diese Muster das Handeln der Individuen, ohne daß diese sich überhaupt einer solchen Steuerungsgröße bewußt wären“ (Dörner 1997: 135). Diese Muster werden auch als Lebensstil bezeichnet. Das Habitus-Konzept geht davon aus, dass der Lebensstil von Praxis zu Praxis übertragen und wie eine Schablone auf andere Praxisformen gelegt werden kann (vgl. Barlösius 2011: 49ff).

Die Differenzierung von Lebensstilen beruht auf unterschiedlichen Hierarchien von sozialen Positionen und sie drückt sich in Geschmackspräferenzen eines Einzelnen oder einer sozialen Gruppe aus (vgl. Jarchow 1993: 94). Dem Lebensstil zugrunde liegt die Tatsache, dass ohne bewusste Absicht diese Person oder Gruppe stilistische oder ästhetische Möglichkeiten der Selbstdarstellung in verschiedenen Feldern auswählt und anwendet. Dadurch können sich ähnliche Praxisformen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Teilbereichen wiederholen.

Die soziale Praxis setzt sich aber nicht nur aus dem Habitus, sprich den mentalen Strukturen gesellschaftlicher Akteure, zusammen, sondern auch aus den jeweiligen Strukturen eines gesellschaftlichen Regeln unterworfenen Feldes (vgl. Bourdieu 2001: 104). Pierre Bourdieu sieht die Gesellschaft als einen sozialen Raum, der aus einzelnen, relativ autonomen und eigengesetzlich organisierten Teilbereichen besteht. Bourdieu nennt diese Teilbereiche Felder. Durch die Unterteilung wird der Autonomisierung der einzelnen Bereiche Rechnung getragen, die sich durch den fortschreitenden Differenzierungsprozess moderner Gegenwartsgesellschaften vollzogen hat. Die Felder sind relativ autonom, da sie zwar eigenständig funktionieren, aber dennoch hierarchisch angeordnet und oftmals von einem Feld der Macht dominiert sind:

[dem Raum, A.J.] der Kräftebeziehungen zwischen Akteuren oder Institutionen, deren gemeinsame Eigenschaft darin besteht, über das Kapital zu verfügen, das dazu erforderlich ist, dominierende Positionen in den unterschiedlichen Feldern [...] zu besetzen (Bourdieu 2001: 342).

Der tatsächliche Grad der Autonomie eines Feldes ist dabei das Ergebnis ihrer respektiven Machtstärke (vgl. Barlösius 2011: 97). Bourdieu betont, dass die Felder in objektiven Beziehungen zueinander stehen, aber zwischen ihnen „strukturelle und funktionale Homologien existieren“ (Bourdieu 2001: 291).

Aufgrund des Spiels der Homologien zwischen dem Feld der Literatur und dem der Macht oder dem sozialen Feld insgesamt sind die meisten literarischen Strategien nämlich überdeterminiert, und zahlreiche »Entscheidungen« tragen *Doppelcharakter*, sind zugleich ästhetischer und politischer, interner und externer Natur (Bourdieu 2001: 329).

Die unterschiedlichen Felder überlappen und bedingen sich demnach gegenseitig.

Wie Spielregeln definiert jedes Feld für sich eine *Illusio*, einen feldimmanenten Regelkodex, der stillschweigend allen Akteuren auferlegt wird und darüber entscheidet, was im jeweiligen Feld wichtig und unwichtig, erlaubt und nicht erlaubt, möglich oder unmöglich ist. Jeder Akteur nimmt die *Illusio* vor seinem Eintritt in das jeweilige Feld unbewusst auf. „Die *illusio* ist die Voraussetzung für das Funktionieren eines Spiels und zugleich, zumindest partiell, auch sein Ergebnis“ (Bourdieu 2001: 360).

Jedes Feld ist ein Ort dynamischer Prozesse und sozialer Auseinandersetzungen und ist geprägt von Macht- und Positionskämpfen. Diese Kämpfe sind die treibende Kraft der einzelnen Akteure und Institutionen, die sich auf dem jeweiligen Feld befinden und deren Ziel es ist, die eigene Position auf dem Feld zu verbessern bzw. die Legitimation dafür zu finden, „sich selbst das Recht zu verleihen, so zu sein wie man ist“ (Bourdieu 2001: 353). Dementsprechend gibt die Struktur des Feldes den Stand der Machtverhältnisse zwischen den am Kampf Beteiligten an (vgl. Schwingel 2009: 100). Gekämpft wird stets zwischen denjenigen, denen

aufgrund ihrer [...] beherrschenden Position innerhalb des Feldes am Konservieren, das heißt an der Verteidigung der Routine und der Routinisierung, des Banalen und der Banalisierung, kurz: an der bestehenden symbolischen Ordnung gelegen ist, und denen, die zum häretischen Bruch, zur Kritik an bestehenden Formen, zum Sturz der geltenden Vorbilder und zur Rückkehr zur ursprünglichen Reinheit tendieren (Bourdieu 2001: 329).

Diese beiden Strategien beschreiben den „für alle Felder der Kulturproduktion konstitutiven Gegensatz zwischen Orthodoxie und Häresie“ (ebd.).

Das Ziel der Akteure ist ferner die Akkumulation von Macht und Prestige, die Bourdieu als Kapital bezeichnet. Individuelles Kapital ist dabei bereits bedingt durch den persönlichen Habitus sowie durch die Verfügungsgewalt über bestimmte Ressourcen. Demnach bringt jeder Akteur bereits akkumuliertes Kapital mit in ein Feld, strebt aber nach neuem Kapital, um sich eine vorteilhaftere Position innerhalb des Feldes zu verschaffen und dementsprechend die eigenen Profitchancen zu erhöhen (vgl. Schwingel 2009: 85ff). Das Prinzip sozialer Unterschiede, so stellt Bourdieu in *Die feinen Unterschiede* fest, ist dabei stets das Gesamtvolumen des Kapitals „als Summe aller effektiv aufwendbaren Ressourcen und Machtpotentiale“ (Bourdieu 2006: 196). Die spezifische Logik eines jeden Feldes legt dabei fest, was in eben diesem Feld als effektives und spezifisches Kapital und daher als Erfolg der sozialen Praxis zählt (vgl. Bourdieu 2006: 194).

Bourdieu unterscheidet ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital. Unter ökonomischem Kapital versteht er materiellen Reichtum, „mehr oder

weniger direkt in Geld umtauschbar und durch das Eigentumsrecht institutionalisiert“ (Schwingel 2009: 88). Soziales Kapital meint ein Netz an sozialen Beziehungen, die – je umfassender die sozialen Kontakte – die Erfolgchancen auf dem Feld dank eines Multiplikatoreffektes umso größer werden lassen (vgl. Schwingel 2009: 92). Kulturelles Kapital bildet sich vor allem durch die individuelle Erziehung, die sich wiederum anhand von individuellem Wissen, Qualifikationen, Bildungstiteln, aber auch Einstellungen sowie Fähig- und Fertigkeiten ausbildet (vgl. Nünning 2010: 206).

Innerhalb der Kategorie des kulturellen Kapitals unterscheidet Bourdieu ferner zwischen objektiviertem, inkorporiertem und institutionalisiertem kulturellen Kapital. Objektiviert meint dabei Kapital in Form von Büchern, Gemälden, aber auch Maschinen oder technischen Instrumenten. Inkorporiertes kulturelles Kapital beschreibt die kulturellen Fähigkeiten, die sich durch Bildung entwickeln, unter anderem auch Verhalten und Manieren. Und institutionalisiert ist kulturelles Kapital dann, wenn es gesellschaftlich legitimiert und beispielsweise durch offizielle Bildungstitel anerkannt ist (vgl. Schwingel 2009: 91).

Zuletzt verweist Bourdieu auf symbolisches Kapital, das mit Renommee oder Prestige gleichzusetzen ist (vgl. Jurt 1995: 85). Es ist ein Zeichen von Wichtigkeit und distinguert einzelne Personen in ihrem sozialen Kontext durch besondere Wertschätzung und Anerkennung (vgl. Barlösius 2011: 110). Die Bedeutung der unterschiedlichen Kapitalformen in den jeweiligen Feldern variiert und ist das „*theoretische Kriterium zur Differenzierung der spezifischen Felder*“ (vgl. Schwingel 2009: 85). In den Feldern der kulturellen Produktion, und damit auch im literarischen Feld, genießt symbolisches Kapital den höchsten Stellenwert (vgl. Nünning 2004: 56).

2.2. Kunst und Titel gegen Geld: Das literarische und das sportliche Feld in ihrer Ausnahmeposition

Durch ihren historischen Autonomisierungsprozess ist ein eigenes Feld der Literatur entstanden. Je komplexer sich die gesellschaftlichen Prozesse dabei darstellen, desto ausgeprägter präsentiert sich das literarische Feld (vgl. Neuhaus 2009: 77). Bourdieus Theorie nimmt diese wachsende Ausdifferenzierung ernst und erklärt die literarische Praxis gemäß seiner allgemeinen Feldtheorie aus den objektiven Beziehungen der Akteure im literarischen Feld untereinander und ihren habituellen Gegebenheiten.

Das literarische Feld ist dabei eine Welt mit eigenen Gesetzen (vgl. Bourdieu 2001: 84). Es erhebt den Anspruch, einer reinen Ästhetik verpflichtet zu sein und sieht sich daher als relativ autonom gegenüber externen Ansprüchen und Zwängen. Dennoch hängt es von politischen und ökonomischen Mächten ab, und viele Verhaltensweisen der Akteure auf dem literarischen Feld lassen sich nur durch Bezugnahme zum Feld der Macht erklären (vgl. Bourdieu 2001: 341). Ebenso ist das literarische Feld bedroht „durch das »Metafeld« der Medien, das in seiner Heteronomie durch den Siegeszug von TV und Internet noch verstärkt, mit seiner Quotenlogik alle übrigen Felder der kulturellen Produktion“ (Wuggenig 2011: 236) lenkt. Durch die wachsende Macht der Medien verliert das literarische Feld folglich an Autonomie.

Intern befindet sich das Feld der Literatur in einer kontinuierlichen Auseinandersetzung mit zwei antagonistischen Hierarchisierungsprinzipien, dem heteronomen, „das diejenigen begünstigt, die das Feld ökonomisch und politisch beherrschen“ (Bourdieu 2001: 344) und dem autonomen Prinzip, dessen Verfechter eine *l'art pour l'art* postulieren und das Streben nach konsumorientiertem Erfolg ablehnen (vgl. ebd.). Die beiden miteinander unvereinbaren Pole bezeichnet Bourdieu auch als das Subfeld der eingeschränkten Produktion, das den Unterschied zwischen dem symbolischen Wert und dem Warenwert eines Kunstproduktes betont, und als das Subfeld der Massenproduktion, der „Logik der literarisch-künstlerischen Industrien, die aus dem Handel mit Kulturgütern einen Handel wie jeden anderen machen“ (Bourdieu 2001: 229). Es ist die Opposition von Kunst und Geld, von Kreativität und Kommerz, um die die Akteure innerhalb des literarischen Feldes kämpfen und die sein besonderes Profil ausmachen (vgl. Wuggenig 2011: 228).

Die heteronome, externe Hierarchisierung favorisiert Künstler mit kommerziellem Erfolg, messbar an Auflagenzahlen bei Büchern, oder an Künstlern, die über eine breite gesellschaftliche Bekanntheit, beispielsweise durch Preise oder Ämter, verfügen (vgl. Bourdieu 2001: 345). Im Gegensatz dazu bevorzugt die interne Hierarchisierung Künstler, die nur unter ihresgleichen bekannt sind und die keine „Zugeständnisse an die Wünsche des großen Publikums machen“ (vgl. Bourdieu 1997: 39). Die Illusio des literarischen Feldes ist die Vereinbarung darüber, dass ästhetische Kriterien über die Anerkennung von Künstlern entscheiden (vgl. Barlösius 2011: 101). Gleichzeitig ist ein Haupteffekt dieser Illusio die „moralische Entrüstung gegen die Unterwerfung unter die Machtinstanzen oder dem Markt“ (Bourdieu 2001: 103). Darunter fallen auch die

Anforderungen der Presse und des Journalismus, die im literarischen Feld Machtpositionen innehaben.

Die Akteure sollten von ihren Positionen im literarischen Feld aus nach dem höchstmöglichen symbolischen Kapital streben (vgl. Nünning 2010: 207). Das literarische Feld hat damit ein chiasmatisches Verhältnis zu anderen Feldern wie der Ökonomie, der Religion oder Politik, denn es bestimmt sich durch die Ablehnung der für die oben genannten Felder entscheidenden *Illusio* (vgl. Nünning 2004: 56).⁵

Das literarische Feld ist ein „Netz objektiver Beziehungen [...] zwischen Positionen [und] [j]ede Position ist durch ihre objektive Beziehung zu anderen Positionen [...] festgelegt“ (Bourdieu 2001: 365). Diesen Stellungen auf dem Feld entsprechen homologe Positionierungen oder Stellungnahmen, „literarische oder künstlerische Werke selbstverständlich, aber auch politische Handlungen und Reden, Manifeste oder polemische Schriften“ (Bourdieu 2001: 366), die auch außerhalb des eigenen Feldes getätigt und wahrgenommen werden können. Ein Motiv, diese Positionierungen auch über die Grenzen des jeweiligen Feldes hinweg tätigen zu wollen, ist stets „in den mit den unterschiedlichen Positionen innerhalb des literarischen Feldes verbundenen spezifischen »Interessen« zu suchen“ (ebd.). Im übertragenen Sinne bestimmt somit die Position eines Autors im literarischen Feld, welche internen oder externen Stellungnahmen er tätigt, sowohl literarisch als auch nicht-literarisch.

Ein Ort der Konkurrenzkämpfe: Das Streben nach emotionalem Kapital auf dem Sportfeld

Wie jeder andere gesellschaftliche Teilbereich ist auch das Feld des Sports ein Feld, in dem sich die sozialen und sportlichen Praktiken zusammensetzen aus den objektiven Beziehungen der Akteure untereinander und ihrem jeweils individuellen Habitus. Und wie in der Literatur hat sich das Sportfeld in einem historischen Prozess zu einem relativ autonomen gesellschaftlichen Teilbereich entwickelt. Es handelt sich dabei um die

⁵ Hier zeigt sich ein Widerspruch in puncto Massenmedien: „Zugang zu ihnen und Verfügung über sie wird zu einer der wichtigsten Produktionsformen symbolischen Kapitals“ (Fröhlich 1994: 49). Als interne Feldinstanz sind sie folglich angesehen. Gleichzeitig postuliert vor allem die interne Hierarchisierung eine Ablehnung der Massenmedien als Machtfeld. Massenmedien können dementsprechend sowohl extern als auch intern fungieren, werden in dieser Arbeit aber als Vergabeinstanz von symbolischem Kapital und dadurch als interner Akteur des literarischen Feldes betrachtet.

Konstitution eines spezifischen Feldes von Praktiken, mit eigenen Regeln und Einsätzen, [...] innerhalb dessen sich eine besondere Kultur oder Kompetenz (die kulturelle und physische Kompetenz des Hochleistungssportlers so gut wie die kulturelle Fertigkeit des Sportfunktionärs oder Sportjournalisten) ausbildet und zum Zuge kommt, d.h. eine in gewissem Sinn esoterische, den Professionellen vom Laien trennende Kultur (Bourdieu 1986 : 93).

Somit ist das Sportfeld den Professionellen vorbehalten (vgl. Bourdieu 1992: 204).

Mit seiner eigentümlichen Logik hat sich das Feld als eine *l'art pour l'art* des Leibes (vgl. Bourdieu 1986: 95) aus den britischen *Public Schools* heraus im geschichtlichen Verlauf über die Professionalisierung der letzten Jahrzehnte bis hin zu einer perfekt inszenierten Unterhaltungsshow mit Superzeitlupen, Personenkameras und Anzeigen von Schussgeschwindigkeiten entwickelt (vgl. Klöppel 2008: 133). Mit der Entstehung eines Regelkanons hat sich eine „Schicht fachlich kompetenter Führungskräfte“ (Bourdieu 1986: 96) herausgebildet. Durch diese relative Autonomie hat das Sportfeld die Fähigkeiten zur Selbstverwaltung und -reglementierung, es kann durch interne Instanzen Richtlinien erstellen, Titel oder Lizenzen vergeben sowie bei Verstößen disziplinarisch vorgehen (vgl. ebd.). Vor allem eigene Verbände, Komitees und Organisationen verfügen dabei über die Entscheidungsgewalt, die sonst einem Machtfeld zustünde. Im Vergleich hängt das sportliche Feld demnach weniger von einem Feld der Macht ab als das literarische. Gleichwohl ist auch das sportliche Feld auf Machtinstanzen wie auf die Sportmedien oder Wirtschaftsunternehmen im Sponsoring und Marketing angewiesen. Jedoch finden sich diese stärker als im literarischen Feld direkt *im* Sportfeld.⁶

Der Sport ist ein Konkurrenzfeld, in dem „Akteure mit jeweils spezifischen, aus ihrer jeweiligen Position ableitbaren Interessen aufeinanderprallen“ (Bourdieu 1986: 92). Diese Interessenskonflikte sind dabei wesentlich ausgeprägter als in der Literatur. Das liegt vor allem an einer heterogenen Bandbreite betroffener Akteure, zu denen unter anderem Vereine, Sportler, Trainer, Mediziner, Funktionäre, Fans, Medienvertreter, Organisationen und Verbände, im Sponsoring tätige Wirtschaftsunternehmen sowie die Marketing- und Werbebranche gehören. Als Konsequenz bilden sich stärkere Positionskämpfe als im literarischen Feld.

Als ein Akteur auf dem Sportfeld steht hier der Sportverein im Fokus. „Der Verein in seiner Geschichte, seinen Werten, Konflikten, Binnenstrukturen etc. entwickelt eine soziale Einheit und eigenständige Identität, die nicht in einzelne Handlungen zerfällt“ (Heinemann 2007: 31). Diese Identität wird im Folgenden als

⁶ Je nach Perspektive können sportliche Machtinstanzen, die eigentlich *im* Sportfeld positioniert sind, auch zu einem *externen* Feld der Macht zählen.

Vereinshabitus bezeichnet. Er markiert die dem jeweiligen Verein zugeschriebenen Werte und Charakteristiken, die ihn mit einem Alleinstellungsmerkmal versehen und somit für die Unterscheidung zu anderen Vereinen verantwortlich sind.

Die Illusio des Sportfeldes ist das Streben nach Erfolg, meist in Form von Siegen und Titeln. An dieser Illusio orientieren sich alle Akteure des sportlichen Feldes. Wie im späteren Verlauf noch deutlich wird, hängt auch das individuelle Ziel eines einzelnen Vereins sehr stark vom Vereinshabitus und den objektiven Beziehungen zu anderen Vereinen mit ähnlichem Habitus ab. Sie bestimmen die einzelnen Positionskämpfe auf dem Sportfeld.⁷

Anders als im Feld der Literatur sind aktuelle Stände der Kämpfe im Sport anhand von objektiven Kriterien mess- und sichtbar. In Form von Ligenzugehörigkeit, Siegen, Punkten, Tabellenständen und gewonnenen Titeln manifestiert sich die Position eines Vereins im sportlichen Feld. Aus Funktionärssicht gehört der sportliche Erfolg der eigenen Mannschaft ebenso dazu wie Zuschauerzahlen, Einschaltquoten, eine positive Medienresonanz oder das Abschließen von Sponsorenverträgen. Gemeinsam mit dem literarischen Feld ist dem Sportfeld damit die Tatsache, dass wirtschaftlicher Erfolg zwar wichtig ist, aber nicht an erster Stelle steht, sondern als positive Konsequenz aus der eigentlichen Illusio resultiert, dem Gewinnen von Titeln.

Anders als im literarischen Feld gibt es im sportlichen Feld keine antagonistischen Pole, an denen es sich einzuordnen und eine bestmögliche Kapitalakkumulation zu erreichen gilt. Man könnte schlicht vom erfolgreichen und erfolglosen Pol des Sportfeldes sprechen, angeordnet nach den Tabellenständen der einzelnen Ligen. Dies würde jedoch punktuell zu keiner repräsentativen Erfolgsskala unter den Fußballvereinen führen. Auch wenn als gesamtheitliche Illusio das Streben nach Erfolg, gerade auch auf Funktionärebene eines Vereins, ausgemacht wurde, so hängen diese Erfolgsziele sehr stark vom vorgeprägten Vereinshabitus ab.

Die Geschichte eines Clubs, seine Fanggemeinschaft, seine erlebten Höhepunkte und Tiefschläge und der historische Erfolg oder Nicht-Erfolg haben den individuellen Habitus des Vereins geprägt. Erfolg ist daher immer individuell. Für das eine Team ist der Gewinn der Meisterschaft das Erfolgsziel, für ein anderes Team der Aufstieg in die Dritte Liga. Der Vereinshabitus prägt diese Ziele und Positionskämpfe, und unmittelbar

⁷ Dabei gibt es weitere wichtige Merkmale, die auf dem Sportfeld relevant sind: Macht, Liquidität, ethische Grundlagen und teilweise auch Wahrheit. Es handelt sich stets um eine Verflechtung der kulturellen, ökonomischen und politischen Sphären (vgl. Heinemann 2007: 36f), die jedoch oftmals eine Konsequenz des Erfolgs sind.

konkurrierende Akteure sind stets diejenigen mit ähnlichem Habitus und ähnlichen Zielvorgaben.

Wie in jedem gesellschaftlichen Feld streben die Akteure auf dem Sportfeld – und gerade auch die Funktionäre – in ihren Positionskämpfen um verschiedene Kapitalarten. Zum einen geht es wie auf dem Literaturfeld um ökonomisches Kapital in Form von monetären Benefiten, aus Funktionärssicht hauptsächlich wirtschaftlichen Gewinnen für den jeweiligen Verein. Ebenfalls streben die Akteure nach sozialem Kapital, nach sozialen Kontakten in den verschiedenen gesellschaftlichen Schichten des Sports, vor allem im wirtschaftlichen Bereich, um potentiell neue Geber für ökonomisches Kapital zu gewinnen.

Im Literaturfeld ist die Akkumulation von kulturellem Kapital von Bedeutung. Diese Kapitalart wird hier als sportliches Kapital bezeichnet. Objektiviertes sportliches Kapital steht dabei für das materielle Kapital, das Sportler oder auch Funktionäre in ihre Arbeitsbereiche einbringen. Inkorporiert fällt die – vor allem sportliche – Erfahrung ins Gewicht. Darunter verbergen sich fußballerisches Können, Verhaltensweisen in der Öffentlichkeit und auf Funktionärssebene auch das Leiten und Delegieren in einer Führungsposition. Institutionalisiert ist sportliches Kapital immer dann, wenn es durch offizielle Titel legitimiert wurde, vor allem durch Meisterschaften, Preise und Auszeichnungen oder das Bekleiden eines Amtes. Es soll hier daher als sportliches Siegeskapital bezeichnet werden.

Sportliches Siegeskapital auf der Funktionärssebene legitimiert sich ebenso durch den sportlichen Erfolg der Mannschaft wie auch durch das Bekleiden des offiziellen Amtes und damit die Bestätigung für die Arbeit überhaupt. Es bleibt aber zu beachten, dass Vereine stets im Rahmen ihrer Möglichkeiten nach dem für sie höchst- und bestmöglichen Kapital streben. Abermals abhängig vom Vereinshabitus ist auch hier der angestrebte Kapitalgewinn nicht bei allen Vereinen gleich hoch.

Auch symbolisches Kapital existiert auf dem Sportfeld, hat aber eine andere Gewichtung als in der Literatur. Bleibt man bei der Bedeutung von symbolischem Kapital als Synonym für Ansehen und Renommee, so ordnet sich seine Wichtigkeit unter die des sportlichen Siegeskapitals und bezieht sich auf das Vereins- und Markenimage, das sich ein Verein im Laufe der Zeit angeeignet hat. Symbolisches Kapital im Sport ist unabhängig von der Illusio und damit unabhängig von der

Hierarchie auf der Erfolgsskala.⁸ Nur mit einem guten Ruf lassen sich keine Siege und Titel und damit keine wirtschaftlichen Erfolge erzielen. Gleichzeitig kann aber auch ein sportlich weniger erfolgreiches Team durch ein positives Markenimage dennoch positive Assoziationen hervorrufen (vgl. Keller 2008: 247).

Auf dem Sportfeld spielt eine weitere Kapitalart eine entscheidende Rolle. Sie wird hier emotionales Kapital genannt. Unter emotionalem Kapital sollen die spezifischen Werte des Fußballs verstanden werden, die ihn zu einem sinnstiftenden Element in der Kulturlandschaft machen. Fußball kreiert ein Zugehörigkeitsgefühl, eine Orientierung, auch ein Heimatgefühl und fordert und fördert Leidenschaft und Emotionalität. „Fußball dient der *Identitätsstiftung* und fördert die Integration, baut Gegensätze zwischen arm und reich ab und fungiert bisweilen sogar als *Ersatzreligion*“ (Mittag 2007: 9). Fußball ist eine reale Faszination, betrifft das Leben vieler und kann durch Siege und Niederlagen zu hohen Glücksgefühlen, aber auch traumatischen Momenten führen.

Zum Fußball gehören ebenfalls Werte wie Fairness, Solidarität, Vertrauen, Verantwortlichkeit und Gemeinschaft, die im Sport generell eine wesentliche Bedeutung besitzen (vgl. Heinemann 2007: 37). Dieses emotionale Kapital möchten Vereine – und dabei insbesondere die Führungsebene – in ihrem Streben nach Erfolgen gleichzeitig akkumulieren: und zwar auf allen Ebenen, von Mitarbeitern über die Funktionärschicht bis hin zum letzten Fan. Emotionales Kapital führt zu einer Identifikation mit dem eigenen Verein und verhilft ihm zu einer eigenen kulturellen Identität. Emotionales Kapital ist nicht messbar und unabhängig vom Vereinshabitus sowie dem bereits akkumulierten symbolischen Kapital. Es hat für jeden Verein eine gleich wichtige Bedeutung und ist neben dem sportlichen Siegeskapital *das* Kapital, das aus Vereins- und Funktionärsicht den höchsten Stellenwert auf dem sportlichen Feld besitzt.

⁸ Der Unterschied zwischen akkumuliertem symbolischen Kapital und dem Vereinshabitus wird in der Vergabesituation gesehen. Der Habitus kommt von innen heraus, aus dem Verein selbst und betrifft Vereinsmitarbeiter, Fans oder Funktionäre, wohingegen das symbolische Kapital den Vereinen von außen, beispielsweise durch die Medien, zugetragen wird und ein eher allgemeingültiges Bild des Vereins entwirft. Oftmals gehen beide Aspekte jedoch ineinander über.

3. Der Autor Frank Goosen und seine heteronome Position auf dem literarischen Feld: Ein Autor zwischen Ruhrgebiets- und Populärliteratur

Die Strategien, die ein Autor wie Frank Goosen auf dem literarischen Feld in seinen Kämpfen um Macht und Ruhm anwendet, hängen von der Position dieses Akteurs innerhalb der Feldstruktur ab, „das heißt, innerhalb der Verteilungsstruktur des spezifischen Kapitals, der ihnen durch ihre Kollegen und Konkurrenten oder durch das breite Publikum zuerkannten, institutionellen oder außerinstitutionellen Anerkennung“ (Bourdieu 2001: 330). Infolgedessen gilt es nun, Frank Goosen anhand des symbolischen Kapitals, welches ihm durch feldinterne und -externe Instanzen zugesprochen wird, zu kategorisieren.

Für die Positionierung ist zweierlei wichtig: Goosens individueller Habitus, durch den er zusammen mit seiner bisherigen Kapitalakkumulationen bereits eine bestimmte Stellung auf dem literarischen Feld innehat, sowie eine Einordnung unter anderen Akteuren des Feldes anhand zweier wesentlicher Strukturprinzipien, der externen und der internen Hierarchisierung. Der Grad der externen Hierarchisierung wird hier anhand von Verlagswahl, möglichen Literaturagenten, Auflagenzahlen sowie Bestenlisten oder auch wissenschaftlichen Analysen gemessen.

Die interne Hierarchisierung favorisiert das symbolische Kapital, das der Autor von internen Feldinstanzen zugesprochen bekommt. Diese Arbeit nimmt dazu zum einen die Vergabe und Nominierung für Literaturpreise und zum anderen das Zusprechen von symbolischem Kapital durch mediale Öffentlichkeiten in den Fokus. Darunter sind vor allem Literaturkritiken und Presseartikel zu verstehen, die in ihrer Quantität, aber auch inhaltlichen Qualität, Bewertung und Kategorisierung Frank Goosen mit symbolischem Kapital ausstatten und ihm eine Position auf dem literarischen Feld zuschreiben (vgl. Karasek 2008: 98).

3.1. Die externe Hierarchisierung als Strukturprinzip: Frank Goosens Anordnung zum Subfeld der Massenproduktion

Es ist schwierig, den Habitus eines literarischen Autors zu erkennen und zu bestimmen. Informationen zu längst verinnerlichten Eigenschaften sind schwer zugänglich und eigene Aussagen eines Autors nicht zuverlässig, da sie oftmals inszeniert sind, um ein bestimmtes öffentliches Bild zu erzeugen (vgl. Karasek 2008:

85f). Dennoch ist die Person und damit die Biographie von Frank Goosen relevant, liefert sie durch die Einordnung in sozialräumliche Positionen und gewonnene Erfahrungen doch erste Rückschlüsse auf sein habituelles Grundgerüst und seine Kapitalausstattung (vgl. ebd.).⁹ „[A]ufgrund seiner Herkunft und der ihr geschuldeten gesellschaftlich konstituierten Eigenschaften“ (Bourdieu 2001: 341) nimmt ein Autor eine bestimmte Position auf dem Feld ein. Gleichzeitig definiert sich seine gesellschaftliche Laufbahn als eine „Serie nacheinander von demselben Akteur oder derselben Gruppe von Akteuren in verschiedenen Räumen nacheinander bezogenen Positionen“ (Bourdieu 2001: 409). Jedoch ist die von den Massenmedien gezeigte Realität stets konstruiert, um vorgefertigte Images zu kreieren. Sie kann daher nie wahre Objektivität und Authentizität vermitteln (vgl. Neuhaus 2009: 115). Ein gesondertes Kapitel wird sich noch im Verlauf der Analyse mit diesen inszenierten Images beschäftigen.

Frank Goosen¹⁰ wurde 1966 in Bochum geboren, ging in seiner Heimatstadt zur Grundschule und anschließend auf das Gymnasium am Ostring, an dem er 1986 sein Abitur machte (vgl. Goosen 2012). Goosen studierte daraufhin Germanistik, Geschichte und Politik an der Ruhr-Universität Bochum, machte 1992 seinen Magister-Abschluss und strebte eigentlich eine Promotion an (vgl. Rieg 2002: 93).

Dieser Werdegang zeigt seine Akkumulation von individuellem, institutionalisiertem Bildungskapital, das ihn als Sohn einer gutbürgerlichen Familie auszeichnet und das ihn mit einem kulturellen Horizont ausgestattet hat, der es Goosen auch heute noch ermöglicht, Stellungnahmen zu literarischen und kulturellen Themen zu tätigen. Sein Germanistik-Studium dürfte Goosen dabei das inkorporierte kulturelle Kapital eingebracht haben, das ihn in der Folge dazu befähigte, als Texter und Autor tätig zu sein. Sein Politikstudium mag ihm dabei das inkorporierte kulturelle Kapital geliefert haben, das ihm heute auch in der Position des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden zugute kommt.

Goosens kulturelles Kapital manifestierte sich 1992, als er in einer Kneipe seinen ehemaligen Schulkollegen Jochen Malmsheimer wiedertraf – hier profitierte Goosen gleichsam von seinem sozialen Kapital. Malmsheimer saß am Tresen, las aus fremden

⁹ Der individuelle Habitus von Frank Goosen ist in dieser Arbeit von Bedeutung, denn seine Positionierung basiert auf keiner werkimmanenten Analyse, sondern rückt den Autor als Person in den Mittelpunkt.

¹⁰ Der Hauptteil der biografischen Angaben zu Frank Goosen entstammt öffentlich zugänglichen Quellen wie seiner Homepage www.frankgoosen.de, auf die im Folgenden mit der Quellenangabe (Goosen 2012) zurückgegriffen wird.

Novellen und Romanen vor und moderierte locker zwischen den Zeilen für das kleine Publikum (vgl. Rieg 2002: 93). Zusammen mit Malsheimer gründete Goosen das Duo *Tresenlesen*, eine „literarische Nummernrevue“ (Brussig, Der Spiegel, 5/2001), die kurz darauf bei dem Festival Bochum Total ins Programm aufgenommen und anschließend von der Künstleragentur Da Capo unter Vertrag genommen wurde.

Was folgte war eine erfolgreiche Karriere in der Kleinkunstszene. 1994 machten Goosen und Malsheimer *Tresenlesen* zum Beruf, zogen durch Kneipen, Cafés und Kulturhäuser und hatten rund 180 Lesungen im Jahr (vgl. Rieg 2002: 93). So sammelten beide ökonomisches und durch ihre Erfahrungen auch inkorporiertes kulturelles Kapital. Nach fünf veröffentlichten CDs und insgesamt über 1000 Auftritten, in die sich mit der Zeit auch eigene Texte von Goosen und Malsheimer – vor allem Anekdoten und Kurzgeschichten – mischten, verabschiedete sich das Duo nach acht Jahren im Jahr 2000 in der Wattenscheider Freilichtbühne (vgl. Rieg 2002: 95). Es bleibt ein „Kultstatus“ im Ruhrgebiet (vgl. Brussig, Der Spiegel, 5/2001), der Goosen neben seinem inkorporierten kulturellen Kapital sowie seinem durch gesellschaftliche Kontakte stetig gewachsenem sozialen Kapital, vor allem mit symbolischem Kapital ausgestattet hat.

Noch in der Zeit von *Tresenlesen* war Goosen eine Zeit lang Geschäftsführer des Bochumer Zimmertheaters Ecce Homo und wurde 1995 Mitglied und Vorstand des prinz regent theaters Bochum (vgl. Goosen 2012). So hat sich sein Ruf in den höheren gesellschaftlichen und kulturellen Kreisen seiner Heimatstadt gefestigt, und die Positionen haben ihn mit zusätzlichem institutionalisiertem kulturellem Kapital versehen. Er selbst sagt: „Es ist natürlich schöner, in einer Stadt wie Bochum zu den Großen zu gehören, als in Berlin im Mittelfeld unterzugehen“ (Rieg 2002: 95). Diese Selbstpositionierung zeigt den Stellenwert, den Goosen sich in Bochum durch sein symbolisches Kapital angeeignet hat. Zudem konnte er in dieser Zeit sein soziales Kapital in den höheren Kreisen Bochums erweitern und Kontakte knüpfen. Wenn man über ein literarisches oder kulturelles Feld des Ruhrgebiets sprechen würde, wäre er demnach auf einer Hierarchieebene hoch anzusiedeln.

Sein erstes kabarettistisches Soloprogramm startete 1998 unter dem Titel *Always kill your darlings oder Alles nur Spaß*. Es folgten ab dem Jahr 2000 Touren zu *Krippenblues: Die volle Wahrheit über Weihnachten* und ab 2001 mit *Indiskret*. 2004 startete er ein Programm mit dem Titel *Mein Ich und sein Leben*, und 2006 kam passend zur Fußball-WM im eigenen Lande die CD *Echtes Leder – Geschichten aus der Tiefe*

des Raumes heraus. Sein bis heute erfolgreichstes Programm ist die Lesereihe zu *A40 – Geschichten von hier* aus dem Jahr 2007 (vgl. Goosen 2012). Sein Ruhrgebietsbezug und -erfolg deutet sich hier bereits an.

Goosens Karriere als Romanautor begann fulminant, als er 2001 *Liegen lernen* veröffentlichte. Das Buch wurde zum Bestseller und Goosen steigerte sein ökonomisches sowie symbolisches Kapital als Autor. Beispielhaft hob ihn eine *Spiegel*-Rezension in den neuen Pop-Himmel Deutschlands, und *Der Spiegel* mit seiner „meinungsbildenden Richtlinienkompetenz“ (Rieg 2002: 96) machte ihn bundesweit bekannt. Goosen selbst sagt: „Es gab ein Leben vor der Spiegel-Rezension und eines danach“ (ebd.). Allein diese einzelne Rezension erhöhte sein symbolisches Kapital deutschlandweit.

Pierre Bourdieu thematisiert auch hierarchische Unterschiede der Gattungen auf dem Gesamtfeld der kulturellen Produktion. Er ordnet das Verfassen von Romanen generell auf einen mittleren Punkt der Gattungsachse im literarischen Feld ein. Heteronom links davon befindet sich das Theater, autonom rechts die Dichtung (vgl. Bourdieu 2001: 188). Zusammen mit Goosens Erfahrung an Bochumer Theaterhäusern ist diese Einordnung Beweis für Goosens Neigung zur externen Hierarchisierung. Zudem wurde Goosens Roman *Liegen lernen* kürzlich als Theaterstück inszeniert und wird auf verschiedenen Bühnen des Ruhrgebiets aufgeführt (Wanzelius, derwesten.de, 4.12.2011). Goosen selbst hat zwar an der Inszenierung nicht mitgewirkt, die Umsetzung seines Romans als Bühnenstück positioniert ihn jedoch heteronom.

Im Jahr 2003 kam eine Verfilmung von *Liegen Lernen* in die Kinos. Sie hat Goosen zum einen ökonomisches Kapital, ebenso objektiviertes kulturelles, vor allem aber wieder symbolisches Kapital eingebracht, das in diesem Fall sogar die Grenzen des Feldes der Literatur überschreitet und in ein allgemeines Feld der Güter der kulturellen Produktion, oder konkret, in das Feld des Kinos und des Films, hinausstrahlt.¹¹

Der Erfolg von Buch und Film zu *Liegen Lernen* brachte Goosen eine symbolische Machtbasis ein, die ihn zur Produktion weiterer Werke befähigte. Diese haben abermals sowohl sein ökonomisches als auch sein objektiviertes kulturelles Kapital gesteigert und die Medien ihm durch seine öffentliche Rezeption zusätzliches symbolisches Kapital verliehen.

Auf *Liegen lernen* folgten 2003 sein zweiter Roman *Pokorny lacht*, 2004 *Mein Ich und sein Leben*, eine Sammlung humoristischer Anekdoten und Kurzgeschichten,

¹¹ Auch für *So viel Zeit* existiert eine Filmoption, wie Eichborn auf Anfrage am 10.10.2011 mitteilte.

und ebenfalls 2004 wurde er Mitherausgeber der Anthologie *Fritz Walter, Kaiser Franz und wir*. Zu seinem dritten Roman *Pink Moon*, der 2005 erschien, nahm Goosen eine CD mit dem Jazz-Sänger Juliano Rossi auf, mit dem er daraufhin auch auf Lesereise ging. Außerdem erschienen *So viel Zeit* (2007), *Weil Samstag ist* (2008) und zum Kulturhauptstadtjahr 2010 *Radio Heimat* (vgl. Goosen 2012).

Dieser Variantenreichtum wurde vor allem durch Goosens Akkumulation von ökonomischem Kapital möglich, das „die Voraussetzung schafft, sich von ökonomischen Zwängen frei zu fühlen“ (Bourdieu 2001: 413). Laut Bourdieu sind die mit ökonomischem, kulturellem und sozialem Kapital am besten ausgestatteten Künstler diejenigen, die sich neuen Positionen, und zwar nach dem eigenen Interesse, zuwenden können (vgl. Bourdieu 2001: 414). Diese Aussage lässt sich für alle Felder verifizieren und ist eine weitere Begründung für Goosens fortschreitende Positionierungen auf dem literarischen, aber auch auf literaturfremden Feldern wie dem Sportfeld. Er ist ökonomisch, kulturell und sozial erfolgreich und hat dadurch die Möglichkeit, seinen Interessen, unter anderem dem Sport, nachzugehen.

Privat wohnt Goosen immer noch am Stadtpark in Bochum. Er ist seit dem Jahr 2000 mit der Schauspielerin Maria Wolf verheiratet. Diese Künstlerehe führt dabei zu einer weiteren Steigerung seines sozialen Kapitals in der Künstlerszene. Außerdem ist Goosen Fan des VfL Bochum, geht alle 14 Tage in den Fanblock B und besitzt seit einigen Jahren eine Dauerkarte. Nach eigenen Aussagen richtet er sogar seinen Tourplan nach den Heimspielen ‚seines‘ VfL (vgl. Luz, Frankfurter Rundschau, 21.9.2007).

Die Orientierung am Markt: Heteronomie durch kommerziellen Erfolg

Den Verlagen kommt auf dem literarischen Feld eine Gatekeeper-Funktion zu. Als ein Unternehmen der Kulturproduktion schaffen sie durch ihre Publikationen überhaupt erst eine Öffentlichkeit für den Autor und sorgen damit für dessen Bekanntheit. Durch diese Allianz von Verlag und Künstler überträgt sich das vom Verlag akkumulierte symbolische Kapital dabei auch auf seinen Autor (vgl. Bourdieu 2001: 271).

Goosens Werke erschienen im Hardcover allesamt bei Eichborn, einem konzernunabhängigen Verlag, der auf „ein lebendiges Image und ein unverwechselbares, experimentierfreudiges Programm“ (Evers 2000: 39) setzt. Er steht

dabei für „Innovation und Subversion“ (Biendarra 2010: 261). Die dortige Veröffentlichung von Goosens Werken führt zu einer Übertragung der Verlagswerte auf ihn selbst. Goosen wird dadurch im häretischen Bereich des literarischen Feldes positioniert. Demnach ist Eichborn, anders als beispielsweise Suhrkamp, keiner reinen Ästhetik verpflichtet und daher am externen Pol des literarischen Feldes aufgestellt. Die Tatsache, dass Eichborn Hardcover-Ausgaben von Goosens Werken herausbringt, zeugt von „verlegerische[m] Vertrauen in die Investition, denn sie [Hardcover-Ausgaben, A.J.] sind teurer, schwieriger zu verkaufen, da sozial selektiv an ein seltenes Publikum gerichtet“ (Karasek 2008: 124). Trotzdem versieht diese verlagspolitische Kategorisierung das Werk mit einem Qualitätsstempel und damit mit symbolischem Kapital (vgl. Dörner 2009: 150).

Im Laufe des letzten Jahres haben sich bei Eichborn finanzielle Schwierigkeiten eingestellt und der Verlag musste Insolvenz anmelden. Der Gläubigerausschuss lehnte ein Übernahmeangebot ab, so dass das Frankfurter Haus 2012 kein Frühjahrsprogramm mehr herausbringen und zum 30.6.2012 endgültig eingestellt wird (vgl. Balke, faz.net, 28.9.2011). Frank Goosen wechselte daher mit seinem kommenden Werk zum Publikumsverlag Kiepenheuer & Witsch, der seine Ausnahmestellung im Bereich der populären Literatur sieht. Bei KiWi erschien am 16.2.2012 Goosens neuer Roman *Sommerfest*.¹²

Als einer der größten Verlage Deutschlands verfügt KiWi über ein vielseitiges Repertoire an Autoren, von Nobelpreisträger Gabriel Garcia Márquez über deutsche Erfolgsautoren wie Frank Schätzing oder Bastian Sick bis hin zu internationalen Schriftstellern wie Nick Hornby, David Foster Wallace oder Jonathan Safran Foer (vgl. Kiepenheuer & Witsch Homepage). Ohne analytisch konkreter auf die einzelnen Positionen dieser Autoren auf dem literarischen Feld einzugehen, lässt sich auf den ersten Blick ihre hohe Popularität feststellen. Diese Autoren haben kommerziellen Erfolg und sind daher ebenfalls heteronom anzuordnen. Als massen- und verkaufsorientierter Publikumsverlag liegt KiWi dabei ebenso am ökonomischen Pol des literarischen Feldes und überträgt diesen Stempel auch auf Goosen.

Ein Zeichen für heteronomen Erfolg sind des Weiteren Folgeprodukte des Primärwerks. Taschenbuchausgaben der Werke von Goosen wurden bei Heyne, einem der führenden deutschen Verlagshäuser der Verlagsgruppe Random House, herausgebracht (vgl. Gödden, Westfalenspiegel, 3/2003). Zudem produzierte das

¹² *Sommerfest* kann aufgrund der zeitlichen Überschneidung hier noch nicht berücksichtigt werden.

Bochumer Wortlabel tacheles!, das zum Musikverlag Roof Music gehört, Frank Goosens Soloprogramme, Kabarett- und Weihnachtsprogramme sowie Lesungen seiner Bücher als Audio-CDs. Auch hier hat sich Goosens soziales Kapital positiv bemerkbar gemacht, denn Eichborn war verantwortlich für den Buchhandels-Vertrieb für Roof Music, dem Label der *Tresenlesen*-CDs. Über Roof Music entstand folglich überhaupt erst der Kontakt zu einem literarischen Verlag (vgl. Rieg 2002: 98).

Frank Goosen arbeitet des Weiteren mit zwei Management-Agenturen zusammen. ConnACT ist eine Kölner Literaturagentur und kümmert sich vorrangig um Künstlermanagement, Öffentlichkeitsarbeit und Medienberatung. Mit ihrer Erfahrung im Bereich Künstlerbetreuung, wie an vormaligen Kunden wie Cordula Stratmann, Ingolf Lück oder Markus-Maria Profitlich zu sehen ist, darf geschlussfolgert werden, dass sich ConnACT als eine Agentur mit Fokus auf Comedy und Kabarett, und damit einem eher publikumsorientierten und nicht ästhetischen Genre spezialisiert hat (vgl. Connact Homepage).

Die Wahl einer Literaturagentur allgemein zeigt die Schnittstelle zwischen Literatur und ökonomischer Macht (vgl. Karasek 2008: 99). Sie betont das Streben nach wirtschaftlichem Erfolg am heteronomen Pol des literarischen Feldes. Xango Cult aus Bochum ist Frank Goosens Tourbooking-Agentur. Sie ist spezialisiert auf Kunst, Kultur und Kommunikation und vermittelt Bühnenkünstler, Goosen also in seiner Funktion als Kabarettisten (vgl. Xango Cult Homepage). Die Kommerzialisierung von Goosen selbst macht das Engagement einer Agentur damit unumgänglich. Auch hier liegt der Fokus auf der Akkumulation von ökonomischem Kapital am externen, konsumorientierten Pol des Literaturfeldes.

Ein weiteres Merkmal für die Kommerzialisierung des literarischen Lebens und damit ein Signal für Heteronomie sind Besten- und Bestsellerlisten (vgl. Fischer 2009: 200). Dabei sind Bestenlisten stets als Kritikerlisten zu verstehen, festgelegt durch eine zuvor ausgewählte Jury oder einen einzelnen Kritiker. Bestenlisten setzen auf Qualität, wohingegen Bestsellerlisten sich ausschließlich an Verkaufszahlen orientieren (vgl. Neuhaus 2009: 170f).¹³ Die Listen haben die Macht, den Autor zu einer Marke zu machen, und der Bekanntheitsgrad eines Autors ist stets „eine der Schlüsselkomponenten im Bestsellergeschäft“ (Fischer 2009: 205). Am begehrtesten ist heutzutage die 1961 eingeführte Bestsellerliste des *Spiegels*. *Buchreport* ermittelt seit

¹³ Hier ist Vorsicht geboten: Bestsellerlisten werden als Marketinginstrumente von Verlagen benutzt (vgl. Plachta 2008: 104). Titel können dementsprechend durch geplante Platzierungen auf den Listen überhaupt erst zu Bestsellern gemacht werden.

1971 im Auftrag des Magazins aktuelle Hardcover-Rankings, sowie seit 2007 die Taschenbuch-Hitlisten für *Spiegel Online* (vgl. Buchreport Homepage).

Goosens Romane fanden allesamt ihren Platz auf der *Spiegel*-Bestsellerliste. Am erfolgreichsten ist sein bisher aktuellster Roman *Radio Heimat*, der mit einem „Traumstart“ im Januar 2010 (N.N., buchmarkt.de, 21.1.2010) umgehend auf Platz 14 einstieg und sich im Februar schon bis auf Platz drei verbessern konnte (vgl. Wunsch, NDR2, 14.2.2010).¹⁴ Die Aufnahme in eine renommierte Bestsellerliste wie die des *Spiegels* zeugt von einem hohen symbolischen Stellenwert von Frank Goosen am heteronomen Pol.

Liegen Lernen war als Debütwerk dabei die erfolgreiche Initialzündung für Goosens literarische Karriere. Wie Eichborn auf Anfrage im Oktober 2011 mitteilte, verkaufte sich der Roman allein im Hardcover mehr als 50.000 Mal. Es folgten weitere 100.000 Taschenbücher. Je besser ein Autor in seine literarische Karriere startet, umso höher auch die Erfolgsaussichten auf Seiten von Kritikern und Verlag, die wissen, dass sie das dem „Autor verliehene symbolische Kapital mit Zins und Zinseszins zurückerhalten können“ (Dörner 1997: 141). So unterschrieb Goosen einen weiteren Vertrag über Folgewerke bei Eichborn. Letztendlich wurden von seinen drei ersten Romanen mehr als 220.000 Exemplare verkauft (vgl. Sieg, buchreport Magazin, 10/2007).

Radio Heimat bleibt jedoch am erfolgreichsten und zählt nach Verlagsangaben allein über 100.000 Hardcover-Verkäufe. Als Taschenbuchausgabe erschien *Radio Heimat* im Februar 2012 bei Heyne, Verkaufszahlen liegen daher leider noch nicht vor.¹⁵ Dennoch führte *Radio Heimat* die „Liste der gut verkauften Titel des Frühjahrsprogramms“ von Eichborn an (vgl. N.N., buchreport.de 19.5.2010). „Der Umfang des Publikums [...] stellt gewiß den sichersten und eindeutigsten Indikator für die Position innerhalb des Feldes dar“ (Bourdieu 2001: 345), weil er das Maß an Unabhängigkeit von Marktzwängen zum Ausdruck bringt, oder eben das Maß an Unterordnung unter sie.

¹⁴ Die weiteren Bestseller-Platzierungen von Goosens Romanen: *Pokorny lacht* am 24.3.2003 auf Platz 18, *Mein Ich und sein Leben* am 1.3.2004 auf Platz 42, *So viel Zeit* am 26.1.2009 auf Platz 35. Über *Liegen Lernen* ließen sich leider keine genauen Daten finden, aufgrund der unerwartet hohen Verkaufszahlen dürfte aber eine führende Position realistisch gewesen sein (vgl. Buchreport Homepage).

¹⁵ Die weiteren Hardcover-Verkaufszahlen, die Eichborn auf Anfrage im Oktober 2011 angab: *Pink Moon* verkaufte sich 20.000 Mal, *Pokorny lacht* 30.000 Mal, *Mein Ich und sein Leben* 20.000 Mal, *Weil Samstag ist* 50.000 Mal und *So viel Zeit* 40.000 Mal.

Der Verkaufserfolg liefert Frank Goosen daher nicht nur ökonomisches, sondern am heteronomen Pol auch symbolisches Kapital, denn „dem *Prinzip der externen Hierarchisierung* zufolge [...] gebührt die Palme den beim »breiten Publikum« bekannten und anerkannten Künstlern“ (ebd.). Goosens Werke orientieren sich an den externen Marktbedürfnissen des Machtfeldes in Form von kommerzieller Nachfrage der Konsumenten. Dadurch entsteht überhaupt erst Heteronomie (vgl. ebd.).

Der Erfolg von *Liegen lernen* ist umso bemerkenswerter, da Eichborn nach eigenen Angaben nicht mit dem Siegeszug kalkulierte. Die Startauflage des Romans betrug lediglich 5.000 Exemplare. Aber schon nach kürzester Zeit gab es mehr als 50.000 Vorbestellungen an Taschenbüchern bei Heyne (vgl. N.N., Landeszeitung 23.10.2002). Auch die Auflagenzahlen der Folgewerke befanden sich zunächst durchschnittlich im Bereich von 10.000 Startexemplaren. Wie der Verlag äußerte, gehörte Goosen mit den erzielten Auflagenzahlen zu den Spitzenautoren von Eichborn.

Der Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage markiert dabei genau die Homologie zwischen dem Raum der Produzenten und dem der Konsumenten und damit zwischen dem literarischen Feld und dem Feld der Macht (vgl. Bourdieu 2001: 395). Für die am heteronomen Pol orientierten Verlage und Autoren sowie für deren Publikum ist der Erfolg als solcher, markiert durch Auflagen- und Verkaufszahlen, bereits ein Gütesiegel. Dadurch erklärt sich auch, warum Erfolg hat, wer Erfolg hat: „Bestseller werden gemacht, indem man ihre Auflagenhöhe veröffentlicht“ (Bourdieu 2001: 238). Damit erzielen Goosen und sein Verlag kommerziellen Erfolg und gleichzeitig symbolische Anerkennung.

Die wissenschaftliche Forschungslücke am autonomen Pol: Symbolisches Kapital durch Literaturpreise

Ein besonderes Gütesiegel in der internen Hierarchisierung genießen diejenigen Autoren, die am autonomen Pol angeordnet sind und Höhenkammliteratur verfassen. Dieses Qualitätsmerkmal zeigt sich unter anderem durch die Aufmerksamkeit von Werk und Autor in Kongressen, Monographien und Literaturgeschichten, sowie der generellen wissenschaftlichen Rezeption, die für das höchstmögliche symbolische Kapital am autonomen Pol sorgt (vgl. Dörner 1997: 140). Dazu zählen auch die dauerhafte Präsenz im Druck am Markt sowie die Aufnahme in Lexika und in literaturvermittelnde Institutionen (vgl. Neuhaus 2009: 46). Der Durchblick durch

aktuelle Literaturgeschichten und Lexika zeigt, dass Goosen in ihnen keinerlei Erwähnung findet. Beispielsweise wird er weder im *Metzler-Lexikon Autoren* (2003) noch in *Neue Deutsche Literaturgeschichte* (2004) als Gegenwartsautor erwähnt. Zum Vergleich: Autoren wie Benjamin von Stuckrad-Barre oder Christian Kracht, die oftmals in einem Atemzug mit Goosen genannt werden und die am gleichen Pol des Feldes anzuordnen sind, finden Zugang in diesen Bänden.

Goosen findet sich jedoch in einem Werk über Bochumer Persönlichkeiten. Timo Rieg hat die Reihe *Bochumer Bekannte* (2002) herausgebracht, in der er Portraits von prominenten Bochumern veröffentlicht. Insgesamt erschienen drei Teile, Frank Goosen findet sich im ersten Band zusammen mit weiteren Bochumer Prominenten wie Mediziner Dietrich Grönemeyer und Fußballprofi Dariusz Wosz. Die Aufnahme in dieses Werk zeigt erneut sein hohes symbolisches Kapital, über das er auf lokaler und regionaler Ebene verfügt. Als hoch wissenschaftlich kann diese Publikation jedoch nicht angesehen werden, sondern ordnet ihn – im Gegenteil – durch den Publikumsbezug und Unterhaltungszweck des Buches abermals dem marktabhängigen Pol des Feldes zu.

Wissenschaftliche Sekundärliteratur zu Goosen ist rar gesät. Eine Magisterarbeit mit dem Titel *Popliteratur? Studien zum Werk Frank Goosens* (2008) von Valerie Gerards beschäftigt sich mit dem Autor. Ebenso wurden einige Aufsätze in Sammelbänden veröffentlicht, unter anderem von Wim Peeters und Iwona Maczka mit dem Titel: „Das Großereignis als Störung. Der bedrohte Alltag in Herr Lehmann von Sven Regener, Liegen lernen von Frank Goosen und Glückskekse von Franziska Gerstenberg“ (2009). Des Weiteren existieren die auch dieser Arbeit zur Verfügung stehenden Aufsätze „Literatur als Indikator des Strukturwandels im Ruhrgebiet: von Max von der Grüns ‚Irrlicht und Feuer‘ bis zu Frank Goosens ‚Pink Moon‘“ (2009) von Gerhard Rupp sowie Jan M. Boelmanns „Pop statt Maloche“ (2009). Die beiden letztgenannten betonen den starken Bezug von Frank Goosen zum Ruhrgebiet.

Es kann folglich von einer Forschungslücke gesprochen werden, die Frank Goosen zudem von einer Aufnahme in den literarischen Kanon entfernt. Eine Zugehörigkeit rief den höchstmöglichen symbolischen Stellenwert der reinen Kunst hervor und hätte Signalcharakter für Höhenkammliteratur. Die wissenschaftliche Forschungslücke bestätigt die These, dass Goosen am heteronomen Pol des literarischen Feldes einzuordnen ist.

Die Pole der internen und externen Hierarchisierung sind nicht immer strikt voneinander zu trennen, denn sie befinden sich in einem gegenseitigen

Wechselverhältnis. Kommt es zu einer Änderung an dem einen Pol, hat dies automatisch Einfluss auf den zweiten. Ebenso gibt es Schnittstellen von außen, die Kapital an beiden Polen vermitteln. Einer dieser Knotenpunkte von ökonomischer und autonomer Macht sind Literaturpreise (vgl. Karasek 2008: 100).¹⁶

Generell haben Literaturpreise nicht nur die ihnen klassisch zugeschriebenen Funktionen, Indikatoren für literarisch-ästhetische Auffassungen über Literatur zu sein, den Gewinner finanziell und sozial zu fördern sowie der verleihenden Institution die Möglichkeit zu geben, sich öffentlich zu präsentieren (vgl. Plachta 2008: 107). Die Preise nehmen vor allem „Einfluss auf die Positionierung [des Autors, A.J.] innerhalb des literarischen Feldes, verbessern die Kapitalausstattung und den Zugang zu externen Feldressourcen“ (Karasek 2008: 102).

Literaturpreise sind Gütestempel, die mediale Öffentlichkeit sichern, zeitgleich verkaufsfördernd wirken und „die repräsentative Stellung eines prämierten Autors und seines Werkes in der Kultargesellschaft markieren“ (Plachta 2008: 106). Durch sie wird dem Autor symbolisches Kapital zugeschrieben, das wiederum umso höher anzusehen ist, je angesehener auch der jeweilige Preis ist. Der Wert, den ein Preis auf dem literarischen Feld besitzt, hängt dabei nicht monetär von der Höhe des Preisgeldes ab, sondern wie im restlichen literarischen Feld zählt auch hier: Kunst vor Geld (vgl. Karasek 2008: 100f).

Frank Goosen war im Jahr 2003 Preisträger des Literaturpreises Ruhrgebiet. Die Auszeichnung ist mit 10.000 Euro dotiert und wird vom Kommunalverband Ruhrgebiet (KVR) vergeben. Sie fördert schöngeistige Literatur entweder *im* Ruhrgebiet, sprich fördert AutorInnen, die im Ruhrgebiet leben, dieses aber nicht zwangsläufig thematisieren, oder sie fördert Literatur *über* das Ruhrgebiet, sprich Autoren, die sowohl im Ruhrgebiet leben als auch über dieses schreiben (vgl. Literaturbüro Homepage). Frank Goosen zählt zu Letzterem. Der Preis manifestiert seine bedeutende Stellung in der Region und verleiht ihm symbolisches Kapital an beiden Polen, sowohl am heteronomen Pol durch das Erweitern seines ökonomischen Kapitals, als auch am autonomen Pol, da der Preis unter internen Akteuren des literarischen Feldes vergeben wurde, sein symbolisches Kapital intern manifestiert und ihn weiterhin mit erweitertem institutionalisiertem kulturellem Kapital ausstattet.

¹⁶ In dieser Arbeit werden die Literaturpreise unter der Kategorie der internen Hierarchisierung behandelt, da sie vor allem intern von Akteuren des literarischen Feldes und nicht des Feldes der Macht vorgenommen werden.

Nominiert war Frank Goosen 2002 außerdem für den Deutschen Buchpreis in der Kategorie „Bestes Debüt“. Mit dem Ziel, über die Landesgrenzen hinaus Aufmerksamkeit für deutsche Literatur zu schaffen, vergibt die Börsenverein des Deutschen Buchhandels Stiftung jedes Jahr zum Auftakt der Frankfurter Buchmesse den Deutschen Buchpreis für den besten Roman in deutscher Sprache (vgl. Deutscher Buchpreis Homepage). Im Gegensatz zum Literaturpreis Ruhrgebiet weitet sich das gewonnene symbolische Kapital hier bundesweit aus. Die Akademie Deutscher Buchpreis, bestehend aus elf Vertretern der Buch- und Medienbranche, wählt jedes Jahr eine wechselnde siebenköpfige Jury, die alle eingereichten Werke von deutschen, österreichischen und schweizerischen Verlagen prüft und bewertet (vgl. Deutscher Buchpreis Homepage).

Diese Insider-Jury steht dabei für hohes feldinternes Renommee, und Anerkennung ihrerseits verleiht Goosen weiteres symbolisches Kapital im literarischen Feld. Generell dürfen sich Verlage lediglich mit bis zu zwei Büchern um den Preis bewerben, wobei die Jury im Bedarfsfall weitere geeignete Titel anfordern darf (ebd.). Dies verdeutlicht bereits die exponierte Stellung, die allein die Nominierung von Frank Goosen für den mit insgesamt 37.500 Euro dotierten Preis auf dem literarischen Feld innehat.

Resümierend kann gesagt werden, dass der Gewinn des Literaturpreises Ruhrgebiet sowie die Nominierung für den Deutschen Buchpreis Frank Goosen gesteigertes ökonomisches, institutionalisiertes kulturelles und symbolisches Kapital eingebracht haben. Ebenfalls hat er sich durch die Nominierung soziales Kapital erworben, da er offensichtlich in hohen Kreisen des Literaturbetriebs angesehen ist (vgl. Karasek 2008: 101). Die Auszeichnungen positionieren ihn zwar weder eindeutig heteronom noch ausschließlich autonom, steigern aber sein symbolisches Kapital an beiden Polen.¹⁷

¹⁷ Neben der Vergabe und Nominierung von Literaturpreisen wurde Frank Goosen auch zu seiner Kabarett-Zeit bereits mit zwei Preisen ausgezeichnet. Er gewann 1997 den mit 13.000 Euro dotierten Satire-Preis Prix Pantheon in der von WDR und 3Sat gesponserten Publikums-kategorie „Beklatscht&Ausgebuht“ (vgl. Sieg, buchreport Magazin, 10/2007). Des Weiteren bekam er 1998 den Salzburger Stier, einen der „renommiertesten Kleinkunstpreise im deutschsprachigen Raum“ (ebd.). Dotiert mit 6.000 Euro wird er von einer Vereinigung der öffentlich-rechtlichen Radiostationen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirols vergeben (vgl. Salzburger Stier Homepage).

3.2. Die Rezeption medialer Öffentlichkeiten: Symbolisches Kapital durch regionale sowie bundesweite Literaturkritik

Mediale Öffentlichkeiten haben als ein Feldakteur auf dem literarischen Feld die Macht, einen Autor mit symbolischem Kapital auszustatten. Im Allgemeinen fällt die journalistische Berichterstattung über Autoren in der Öffentlichkeit unter den Aspekt der Literaturkritik, die wiederum als *die* öffentliche Instanz der Literaturvermittlung zuständig für die Vergabe von symbolischem Kapital ist (vgl. Plachta 2008: 99). Sie hat eine Steuerungsfunktion, indem sie darüber entscheidet, welche Autoren und Werke überhaupt in der Öffentlichkeit erwähnenswert sind und macht diese für einen Großteil potentieller Leser erst sichtbar (vgl. Karasek 2008: 132). Eine Besprechung ist dadurch bereits eine Auszeichnung mit symbolischem Kapital (vgl. Neuhaus 2009: 54). Literaturkritik informiert, interpretiert und wertet. Ihr Mittel zum Zweck sind dabei vorrangig die Massenmedien (vgl. Plachta 2008: 92).¹⁸

Dabei finden heutzutage Buch- und Autorenbesprechungen nicht mehr nur in den klassischen Feuilletonseiten der großen Qualitätszeitungen statt. Diese haben zwar immer noch eine Vorreiterfunktion, aber die mediale Print-Berichterstattung hat sich mittlerweile auch auf Nachrichtenmagazine, Frauenzeitschriften und Illustrierte im Allgemeinen ausgeweitet.

Literaturkritik ist niemals allgemeingültig, sondern bezieht sich stets auf die subjektive Meinung eines Kritikers. Dies wird im Folgenden noch zu beachten sein, können gerade deshalb Buch- und Autorenbesprechungen zu Inszenierungszwecken genutzt werden (ebd.). Vor allem aber stattet die Literaturkritik einen Autor auf dem literarischen Feld mit symbolischem Kapital aus und positioniert ihn in der internen Hierarchisierung.

Im literarischen Feld herrscht, um Bourdieu nochmals ins Gedächtnis zu rufen, ein Kampf um zwei Pole: der Autonomie und der Heteronomie, ein Kampf um Höhenkamm- und Unterhaltungsliteratur. Erstere genießt dabei einen hohen Stellenwert und das höchstmögliche symbolische Kapital, wohingegen Unterhaltungsliteratur am anderen Ende des Pols heteronom orientiert weniger angesehen ist und ein

¹⁸ Die Literaturkritik findet in Print, Hörfunk und Fernsehen statt, und verlagert sich zudem immer mehr auf das neue Medium des Internets, in dem sich neben Lesetipps auch Rezensionenforen, Rechercheseiten und ganze Presseschauen gebildet haben (vgl. Neuhaus 2009: 205f). So kann jeder Laienleser eigene Rezensionen verfassen, veröffentlichen und wird damit zu einem potentiellen Literaturkritiker. Diese Arbeit konzentriert sich in ihrer literaturkritischen Analyse aufgrund der Fülle und der Qualität des Materials auf die klassischen Printmedien, verweist aber teilweise auch auf deren Online-Auftritt.

Massenpublikum anspricht. Frank Goosen wird im Folgenden durch die mediale Berichterstattung anhand dieser Skala zu Unterhaltungs- und Höhenkammliteratur eingeordnet. Dies geschieht zum einen quantitativ und beantwortet die Frage, welche Medien in welchem Umfang über ihn berichten. Zum anderen wird er durch die inhaltliche und qualitative Literaturkritik positioniert, die hier anhand ausgewählter Rezensionen und inhaltlicher Kategorisierungen durchgeführt wird.

Die Publikationsorte als Vermittler symbolischen Kapitals: Quantitative Literaturkritik

Der genaue Ort einer journalistischen Veröffentlichung ist für die Positionierung des Autors im literarischen Feld von symbolischer Bedeutung. Je angesehener das Publikationsmedium, desto höher das akkumulierte symbolische Kapital (vgl. Karasek 2008: 134). Als die wichtigsten literaturkritischen Medien werden die Qualitätszeitungen *Die Zeit*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*, *Süddeutsche Zeitung (SZ)*, *Die Welt*, *Frankfurter Rundschau (FR)*, *Neue Zürcher Zeitung*, *Der Spiegel* und *Die Tageszeitung (taz)* bezeichnet (vgl. Pfohlmann 2007: 176).

Über Goosens Erstlingswerk *Liegen lernen* berichtete die gesamte Bandbreite der Printmedien-Landschaft. Mit dabei auch *Der Spiegel*, die *FR*, *Die Welt*, die *SZ*, die *FAZ*, Lokalzeitungen wie die *Aachener Nachrichten* oder die *Ostthüringer Zeitung*, aber auch Magazine wie das *Rolling Stone*. Letzteres ist beispielsweise auf die Berichterstattung über Rockmusik und Populärliteratur im Allgemeinen spezialisiert und positioniert Goosen durch eine Nennung bereits in diesem Gebiet. Inhaltlich übernehmen die meisten Medien den positiven Tenor der bereits erwähnten, erfolgreichen *Spiegel*-Rezension.

Auch Goosens Folgewerke werden bundesweit medial behandelt. Die Berichterstattung zu *Pokorny lacht* vollzieht sich beispielsweise von lokalen Medien wie dem *Westfälischen Anzeiger* oder dem *Donaukurier* über einige der bereits genannten Qualitätszeitungen bis hin zu Magazinen wie *buchreport* oder *Financial Times Deutschland (FTD)*. Letztere veranschaulichen die Heterogenität der Zielgruppen, die Frank Goosen offenbar anspricht. Als Fachzeitschrift für den deutschen Buchhandel fungiert *Buchreport* als Exklusivmedium für ein Fachpublikum, ebenso die *FTD*, jedoch spricht sie ein Fachpublikum aus der Finanz- und Wirtschaftsbranche an. Thematisch kann Goosen demnach nicht punktuell auf dem

literarischen Feld verortet werden. Es ist festzustellen, dass er innerhalb des literarischen Feldes auf viele Subfelder der medialen Berichterstattung anspringt.

Bezogen auf den Publikationsort entspricht „jedem Autor, jeder Produktions- und jeder Produktform ein [...] *natürlicher Ort* im Feld der Produktion“ (Bourdieu 2001: 267). Sind Produzent oder Produkt einmal nicht am richtigen Ort positioniert, ist ihr Werk zum Scheitern verurteilt (vgl. ebd.). Dies bedeutet: Eine Veröffentlichung an einem Publikationsort findet aus einem bestimmten Grund statt, und der Erfolg der medialen Berichterstattung zeigt an, dass die Orte, an denen Goosen erwähnt und besprochen wird, die *richtigen* sind. Demnach untermauern die heterogenen Publikationsorte Goosens symbolisches Kapital, das er auf vielfältige Weise und durch vielfältige Medien generiert.

Des Weiteren wurde 2007 ein Interview mit Frank Goosen im Männermagazin *Playboy* veröffentlicht und gleichsam in Frauenzeitschriften wie der *Brigitte* berichtet. Beide Medien unterstreichen abermals die Heterogenität seiner Zielgruppe und des Publikumsinteresses. Zu seinem aktuellsten Roman *Radio Heimat* finden sich zusätzlich zu einigen Qualitätszeitungen weitere Besprechungen vor allem in nordrhein-westfälischen Medien wie dem *Westfälischen Anzeiger*, der *Neuen Westfälischen*, der *Westdeutschen Zeitung* oder *Bild Ruhrgebiet*. Dieser lokale Bezug ordnet Frank Goosen, gerade durch den eindeutigen Ruhrgebietsfokus in seinem Hauptwerk, in eine gehobene Stellung des nordrhein-westfälischen literarischen Feldes ein. Gleichwohl nannte auch der *NDR Radio Heimat* als Literaturtipp und empfahl das Ruhrgebiets-Buch auch „Nordlichtern“ (Wünsch, NDR2, 14.2.2010). So findet Goosen zwar bundesweite Beachtung und generiert symbolisches Kapital, legt seine Konzentration aber auch den Raum NRW.

Radio Heimat wurde außerdem in der *Zeit* besprochen. Die Hamburger Wochenzeitung ist in den letzten Jahren zum Forum der gegenwartsorientierten Literatur avanciert und dabei für ihren Liberalismus und ihre demokratisch-pluralistische Streitkultur berühmt (vgl. Pfohlmann 2007: 164). Allein die Aufmerksamkeit in diesem Medium positioniert Goosen dabei als Autor der liberalen Gegenwartsliteratur.

Zwei Tatsachen fallen in puncto mediale Berichterstattung auf: zum einen die regionale Bandbreite der Berichterstattung über Frank Goosen, die ihm bundesweit symbolisches Kapital zuspricht, auch wenn quantitativ der Fokus eindeutig auf westfälischen Medien und Medien mit Ruhrgebietsbezug liegt. Zum zweiten die

Heterogenität der Medien, die über ihn berichten. Es wird deutlich, welche unterschiedlichen Zielgruppen, und damit unterschiedliche Akteure auf dem literarischen Feld und extern, Frank Goosen anspricht. Ihm wird von unterschiedlichen Stellen symbolisches Kapital zugeschrieben und er erarbeitet sich Renommee in Subfeldern der Literatur. Gleichzeitig geht damit ein Verlust an Exklusivität der Zielgruppe einher, aber durch das Adressieren an eine breite Masse folgt die automatische Verortung von Goosen am externen Pol des literarischen Feldes.

Frank Goosen als Botschafter des Ruhrgebiets: Qualitative Literaturkritik

Auf dem literarischen Feld wird klassisch zwischen Elite- oder Höhenkammliteratur und Unterhaltungsliteratur mit ihren verschiedenen Subkategorien wie der Trivilliteratur unterschieden. Die Divergenz zwischen klassischer Unterhaltungs- und Eliteliteratur liegt sowohl in den Merkmalen, Zielen als auch Inhalten. Eliteliteratur ist originell, innovativ, sprachlich kodiert, komplex und zielt auf Bildung, Spannung und Herausforderung. Unterhaltungsliteratur ist Alltagssprachlich, weniger komplex, orientiert auf Wiederholungen und ihre Ziele sind Unterhaltung, Entspannung und Zerstreuung (vgl. Jung 2002: 50). Sie definiert sich durch einen kleinen Rezipientenkreis, ist markunabhängig und lässt sich nicht verkaufsfördernd produzieren (vgl. Dörner 2009: 188), wohingegen Unterhaltungsliteratur marktabhängig für das breite Publikum geschaffen wird und durch diesen Massencharakter ihre Exklusivität verliert (vgl. Jung 2002: 50).

Frank Goosen schreibt zunächst einmal Unterhaltungsliteratur. Seine Intention ist die „satirische Beobachtung sowie die Unterhaltung seiner Leser“ (Rupp 2009: 38). Gegenüber dem Magazin *Titel* ordnet er sein literarisches Schaffen der Unterhaltungsliteratur zu (vgl. Schorneck, Titel, 2004), bestreitet aber, dass diese ein Paradebeispiel deutscher Kultur sei. Damit wendet er sich von einer reinen, ästhetischen Kunst ab (vgl. Runge, netzeitung.de, 2007).

Massenliteratur steht am ökonomischen Pol des literarischen Feldes, besitzt wenig internen symbolischen Stellenwert (vgl. Nünning 2004: 56) und kann allein schon dadurch abgewertet werden, dass sie neben ästhetischen eben ökonomische Zwecke verfolgt (vgl. Barlösius 2011: 98). Frank Goosen schreibt für die Masse. Wie die Analyse heterogener medialer Zielgruppen im vorangegangenen Abschnitt gezeigt hat, ist Goosen kein Autor, der sich eine exklusive Nische am autonomen Pol gesichert hat,

sondern der – zumindest medial – über bundesweites Renommee verfügt. Auch Verkaufszahlen und Bestsellerlisten haben bereits seine Stellung am heteronomen Pol untermauert.

Als Teil der Unterhaltungsliteratur steht Trivialliteratur für den gefühlsbetonten und reizvollen Augenblick, einen gewissen „Kitsch“, der sich an den denkunfähigen und ästhetisch ungebildeten Leser wendet (vgl. Dörner 2009: 193). Trivialliteratur verfügt dem autonomen Prinzip zufolge über den geringsten Stellenwert auf dem literarischen Feld. Sie zielt auf die Phantasie der Leser, befriedigt ihre in der Wirklichkeit ausstehenden Bedürfnisse, bietet Flucht- und Tagträume, wohingegen ‚hohe Literatur‘ mehrdimensional lesbar ist und Interpretationsmöglichkeiten liefert (vgl. Dörner 2009: 195). Nun soll an dieser Stelle behauptet werden, dass Frank Goosen zwar Unterhaltungs-, nicht aber Trivialliteratur verfasst. Den reizvollen Kitsch mag man in der Nostalgie von *Radio Heimat* finden, jedoch bieten Goosens Werke nicht unbedingt die Alltagsflucht für Tagträume, sondern, ganz im Gegenteil, präsentieren den Alltag. Damit gehört Goosen zu einem Vertreter des modernen Genres der Populärliteratur.

Nun ist Popliteratur weder unmittelbar mit Trivial- noch mit Unterhaltungsliteratur und damit dem heteronomen Ende des literarischen Feldes gleichzusetzen, denn nicht alle Autoren der Unterhaltungs- und Trivialliteratur können auch als Popliteraten angesehen werden (vgl. Jung 2002: 48). Popliteratur löst die Grenze zwischen Hoch- und Trivialliteratur und nimmt „Themen, Stile, Schreib- und Lebensweisen aus der Massen- und Alltagskultur in die Literatur auf“ (Ernst 2005: 9). War Popliteratur in ihren Anfängen eher subversiv, sozialkritisch und experimentell, möchte eine neue Generation von Popautoren zeigen, dass Populärliteratur in der Mitte der Gesellschaft steht und mit allen Zeitgeisterscheinungen kompatibel ist (vgl. Ernst 2005: 75).

Durch die Öffnung der Popliteratur gegenüber der Alltags- und Massenkultur stellt sie sogar eine bürgerliche Hochkultur in Frage (vgl. Ernst 2005: 9), denn sie rückt Alltagsphänomene in den Mittelpunkt, die realistisch und authentisch aus dem Leben beschrieben werden (vgl. Ernst 2005: 90). Diese Merkmale finden sich bei Frank Goosen im Grunde in jedem Werk. Seine Themenspannweite reicht vom Erwachsenwerden in den 80er Jahren, über Männerfreundschaften, Vatersuche, Fußballerfahrungen bis hin zu Heimatgeschichten aus dem Ruhrgebiet. In all diesen Werken behandelt er Alltagsphänomene und schreibt über das wahre Leben. Dazu trägt

vor allem die Integration von autobiographischen Elementen in seine Werke bei (vgl. u.a. Römer, Marabo Magazin, 2/2003).¹⁹ Damit stattet sich Goosen auch selbst mit symbolischem Kapital aus, denn er hält sich und seine Geschichten für würdig, dem großen Publikum erzählt zu werden (vgl. Karasek 2008: 157).

Des Weiteren kennzeichnen sich diese Alltagsbeschreibungen der Popliteratur durch einfache Sprache, vor allem reproduzieren die ‚Neuen Popliteraten‘ dabei realistisch die Fernseh- und Lifestylesprache (vgl. Ernst 2005: 74). Auch dieses Charakteristikum findet sich bei Frank Goosen, denn in seinen Büchern verwendet er Umgangssprache. Insbesondere *Radio Heimat* betont dabei die authentische Ruhrpott-Sprache. So heißt ein Unterkapitel beispielsweise: „Watt der Mensch braucht, datt muss er haben!“ (Goosen 2010: 84). Vor allem die Wiedergabe scheinbar originalgetreuer Dialoge hebt nochmals sprachliche Authentizität hervor. Goosen lässt seinen Ich-Erzähler sagen: „Watt willze denn da? Hömma, ich war da ma. Da war scheiße. Da willz du gar nich hin! Ich sach dir getz ma, wo du hinwillz“ (Goosen 2010: 10) und reproduziert dadurch die derbe, realistische Ruhrgebietssprache. Gleichzeitig gibt er durch die phonologische Darstellungsweise der Begriffe einen scheinbar originalgetreuen Wortlaut wider. Damit evoziert er bei jedem Leser den Eindruck von Authentizität und erfüllt somit auch diese Bedingung als Popliterat.

Außerdem wird Popliteratur unterstellt, auf Songs oder andere Elemente der Popkultur zurückzugreifen (vgl. Ernst 2005: 9). Optisch fallen sofort die Cover von *Liegen lernen*, eine Schallplatte, und von *So viel Zeit*, eine Gitarre, auf. Beide verkörpern damit bereits den musikalischen Bezug des Pop. *Liegen lernen* wird in einer Rezension sogar als „Pop-Album der 90er Jahre“ beschrieben (Schröder, Journal Frankfurt, 30.3.2001). Ebenfalls auffällig ist dieses Motiv bei *Pink Moon*. Der Titel ist nicht nur das englische Wort für Mondfinsternis, sondern bezieht sich auch auf einen Pop-Song des englischen Musikers Nick Drake, der im Alter von 26 Jahren an einer Überdosis Antidepressiva starb. Es wird sogar behauptet, *Pink Moon* beschreibe die postindustrielle Gesellschaft in einem Pop-Song (vgl. Rupp 2009: 48f).

Auch inhaltlich spielt Pop- und Rockmusik bei Frank Goosen eine wichtige Rolle. Seine Protagonisten geben Querverweise zu aktuellen Musikerscheinungen oder sind, wie in *So viel Zeit*, selbst Musiker. Helmut aus *Liegen lernen* zitiert beispielsweise immer wieder Bob Dylan: „In meinem Kopf sang ich Dylan: *Sara, oh Sara, loving you*

¹⁹ Es gilt zu beachten, dass Authentizität als Inszenierungsziel nicht unbedingt real sein muss, sondern oftmals künstlich hervorgerufen, eben *inszeniert*, wird. Wenn demnach im Folgenden von Authentizität gesprochen wird, sollte diese Strategie im Hinterkopf behalten werden.

is the only thing Ill never regret“ (Goosen 2001: 76) und beschäftigt sich mit Musik im Allgemeinen:

Dann ging ich in die Stadt, zog am Geldautomaten ein paar hundert Mark und kaufte mir CDs [...]. Ich versuchte es mal mit Jazz. Miles Davis, die Filmmusik zu ‚Fahrstuhl zum Schafott‘. Außerdem Cannonball Adderly, weil mir der Name so gut gefiel. Und John Coltrane, weil man den eben haben mußte [...] Am Abend legte ich mal wieder Simon und Garfunkel auf (Goosen 2001: 213).

Mit seinen musikalischen Bezügen gehört Frank Goosen zu einer Reihe ‚Neuer Popliteraten‘, über die im Folgenden noch zu sprechen sein wird. Diese Popliteraten orientieren sich an Leitmotiven wie Einsamkeit, Entfremdung oder Liebesverlust (vgl. Jung 2002: 41), die sich ebenfalls in einigen Romanen Goosens finden. Helmut aus *Liegen lernen* trauert in seinem Prozess des Erwachsenwerdens seiner großen Liebe Britta hinterher, die depressive Grundstimmung aus *Pink Moon* charakterisiert die typisch postmoderne Literatur und nimmt durch den Tod der Mutter und das Wiedersehen mit dem bereits totgeglaubten Vater im Grunde alle drei oben genannten Eigenschaften auf. Auch bei *Pokorny lacht* dominiert die Melancholie. Der *Westfalenspiegel* schreibt:

Es ist auch ein Roman über den Niedergang deutscher Fernsehkultur, über die Sterilität der heutigen Kultur- und Medienwelt, über die Einsamkeit des Menschen und sein oft hilfloses Streben nach Glück, das manchmal – halb unbewusst – in Zerstörung und Tragik endet (Gödden, *Westfalenspiegel*, 3/2003).

Pokorny lacht und *Pink Moon* werden in der Presse als melodramatisch (ebd.), als ernsthaft und lakonisch (vgl. Bemmer, *Der Tagesspiegel*, 11.12.2005) sowie als apathisch und depressiv (vgl. Halter, *FAZ*, 13.10.2005) beschrieben.

Diese Merkmale der neuen Popliteratur sind gleichsam auch die Charakteristiken für den postmodernen Roman und die postmoderne Gesellschaft im Allgemeinen. Durch eine neue Fülle von Möglichkeiten, die dem modernen Menschen heutzutage gegeben ist, fehlen ihm Orientierungsmuster, Sicherheiten und Garantien, wodurch der Lebenssinn verloren gehen kann (vgl. Neuhaus 2009: 250).

Geprägt ist der Begriff der Postmoderne durch den Literaturwissenschaftler Leslie A. Fielder, der in seinem Aufsatz „Cross the border, close the gap“ (1968) – veröffentlicht unter anderem im *Playboy* – für eine Verschmelzung von neuen Medien und Literatur, für eine produktive Rezeption von populärer Massenkultur und den elitären Ansprüchen einer Hochkultur plädiert. Eine klare Trennlinie zwischen beiden Polen hat sich in der postmodernen Gesellschaft, so der Tenor, aufgelöst. Popkultur ist die moderne Differenz von Hoch- und Massenkultur (vgl. Behrens 2008: 14ff). Visualisiert man sich demnach die Skala beider Pole auf dem literarischen Feld,

überbrückt Frank Goosen zwar inhaltlich mit seinen Werken als Popliterat die Lücke zwischen Hoch- und Massenkultur, als Autor von Unterhaltungsliteratur nimmt er aber dennoch eine stark heteronom angeordnete Position ein. Auch wenn die Grenzen zwischen Hoch- und Massenkultur in der heutigen postmodernen Gesellschaft verwischen, so zählt auch die Popliteratur zum Subfeld der Massenproduktion und ist demnach heteronom orientiert.

Charakteristisch für diese neue Art der postmodernen Popliteratur werden oftmals Autoren wie Benjamin von Stuckrad-Barre oder Christian Kracht genannt, international vor allem Nick Hornby, der sich nicht nur der aktuellen Gegenwart, sondern auch nostalgischen Rückblicken widmet (vgl. Ernst 2005: 62). In Beobachtungen über die mediale Berichterstattung sowie die Rezensionen zu Frank Goosen fällt das Erwähnen von immer wiederkehrenden Parallelen zu Nick Hornby auf. Diese übertragen das symbolische Kapital, das bisher Hornby auszeichnet auch auf Goosen.

Dabei eint Frank Goosen und Nick Hornby nicht nur, dass sie als Vertreter der Popliteratur Alltagsthemen behandeln und diese in umgangssprachlichen, authentischen Tönen wiedergeben. Ihr Tonfall sei gleich, so der Tenor der bundesweiten Berichterstattung, nachdem *Liegen lernen* erschienen ist. „Wie der Brite bedient sich auch Goosen eines schnörkellos-lakonischen und dennoch herzlichen Tonfalls ohne aufgesetzte Coolness“ schreibt *Der Spiegel* (Brussig, *Der Spiegel*, 5/2001) und widerlegt gleich dreierlei: „dass Westdeutsche nichts zu erzählen hätten, dass deutsche Autoren nicht zu rühren verstünden – und dass man nach dem letzten Hornby nur schicksalsergeben auf den nächsten Hornby warten müsse, da niemand sonst so schreibe wie er“ (ebd.).

Thematisch gleichen sich beide Autoren ebenfalls. Auch Hornby schreibt über lebensnahe Themen wie Fußball (*Fever Pitch*, zu deutsch: *Ballfieber*), musikalische Vorlieben (*High Fidelity*), zwischenmenschliche Konflikte (*About a Boy*), sowie Depressionen und die postmoderne Sinnlosigkeit (*A long way down*). Er schreibt unterhaltsam, reflektierend, leidenschaftlich und integriert autobiographische Elemente in seine Werke. Insbesondere *Fever Pitch* wird dabei sogar teilweise als *non-fiction* angesehen (Gurr 2007: 183).

Für Goosen ist Hornby ein Vorbild, er sieht aber auch plausible Gründe für Ähnlichkeiten: „Ich mag seine Bücher. Aber es ist logisch, dass bei Autoren unserer Generation Popmusik, Werbung und Fernsehen eine wichtige Rolle spielen. Wir sind in den 80er Jahren damit aufgewachsen“ (Tratner, *Neue Presse*, 2001). Dennoch evoziert

das bloße Nennen von Vorbildern die Annahme, sich deren „Wert symbolisch anzueignen und einen Zusammenhang zwischen ihnen, sich selbst und der eigenen Produktion zu erzeugen“ (Karasek 2008: 95). Goosen gestaltet sich somit eine eigene Präferenzstruktur. Er zeigt sein inkorporiertes kulturelles Kapital auf, indem er betont, bei welchem Stil und bei welchem Geschmack er sich beheimatet fühlt (vgl. ebd.).

Es finden sich noch weitere Gemeinsamkeiten: Durch Goosens Verlagswechsel zu Kiepenheuer & Witsch sind beide Autoren auf dem deutschen Markt nun unter einem Dach vereint. Des Weiteren zeigte sich der Erfolg beider Autoren durch die Verfilmung einiger ihrer Werke. Über *Liegen lernen* wurde bereits gesprochen, Hornbys *Fever Pitch*, *About a Boy* und *High Fidelity* erschienen ebenfalls als Film.

Gerade in dieser Arbeit nicht unwichtig ist die gemeinsame Leidenschaft für den Fußball, die Goosen ebenfalls mit Hornby teilt und zu der sich beide nicht nur öffentlich bekennen, sondern die sie auch jeweils in ihren Werken verarbeiten. In *Fever Pitch* beschreibt Hornby sein Fan-Dasein des Fußballclubs Arsenal London. Wie Goosen handelt sich dabei um zumindest vermeintlich autobiographische Beschreibungen des eigenen Lebens und der eigenen Erfahrungen. Beide zeigen sich in Fanoutfits oder mit Fanutensilien ihrer Lieblingsvereine und haben dem Bezug zwischen Autor und Fußballfan eine neue Dimension gegeben. Als Goosen sein Buch *Weil Samstag ist* herausbringt, bezeichnet der *RevierSport am Sonntag* ihn als „Nick Hornby vonne Castroper Straße“ (Piorr, *RevierSport am Sonntag*, 17.8.2008).

„Nick Hornby gilt nicht nur aus deutscher Perspektive als der mit Abstand wichtigste und kommerziell erfolgreichste Autor der aktuellen britischen Populärliteratur“ (Gurr 2007: 182). Allein *High Fidelity* und *About a boy* zählen je mehr als eine Million verkaufte Exemplare (vgl. ebd.). Auf einem globalen, gesamt-literarischen Feld nimmt der Brite demnach eine vorrangige Stellung ein, ausgestattet mit hohem symbolischen Kapital am heteronomen Pol. Zudem wird ihm nachgesagt, als typischer Autor der Postmoderne die Unterscheidung zwischen Hoch- und Trivilliteratur aufzuheben. Gerade *About a boy* wird bereits kurze Zeit nach seiner Veröffentlichung als kanonisierter Schulklassiker gesehen und Hornby die Fähigkeit zugesprochen, sein vielschichtiges Erzählen mit Unterhaltungsliteratur zu paaren (vgl. Gurr: 193). Ein Vergleich mit Hornby ordnet Goosen dank des so genannten Imagetransferpotentials zwischen zwei Vergleichsobjekten ähnlich ein und verleiht ihm ähnliches symbolisches Kapital (vgl. Ringlstetter 2007: 127).

Frank Goosen wird darüber hinaus mit einigen deutschen Autoren verglichen. Bezüge zu „Hardcore-Popliteraten“ (Jung 2002: 44) wie Benjamin von Stuckrad-Barre oder Neuentdeckung Christian Kracht tauchen dabei immer wieder auf (Kedves, FAZ, 21.5.2001). Insbesondere die beiden sind es, die als „die Neuen“ der Szene die deutsche Popliteratur verändert haben (vgl. Ernst 2005: 74). In Goosens Debüt-Jahr 2001 wird er ebenfalls in einer Reihe mit Neuentdeckungen wie Juli Zeh und Sven Regener gesehen (vgl. Brussig, Der Spiegel, 5/2001), sowie mit Florian Illies gleichgesetzt (vgl. Tratner, Neue Presse, 2001). Dies bedeutet, ihm werden durch das Imagetransferpotential Charakteristiken und Kapitalien zugesprochen, die man mit den Vergleichsobjekten in Verbindung bringt. Juli Zeh und Sven Regener gelten 2001 beispielsweise als Vertreter einer neuen, jungen Generation vielversprechender, deutscher Popautoren (ebd.), Goosen durch den Vergleich ebenfalls. Es kann festgehalten werden, dass Goosen durch seine Themeschwerpunkte, seinen Stil sowie seine Vorbilder und Vergleiche zu anderen Autoren als Populärliterat am heteronomen Pol der Massenkultur anzuordnen ist.

Frank Goosen ist dabei ein typischer Ruhrgebietsautor. Er positioniert die Handlungen seiner Romane im Ruhrgebiet, beschreibt charakteristische Merkmale der Bewohner und schreibt im Szene- und Lebensstilmilieu (vgl. Rupp 2009: 39). Wie die Region sich in den letzten Jahren einem Strukturwandel unterworfen hat, so zeugen auch Goosens Erzählungen von ruhrgebietspezifischen Entwicklungen.

Liegen lernen ist dabei ein problembewusster Entwicklungsroman, der im Ruhrgebiet verankert ist (vgl. Neumann, Bonner Stadtmagazin, 5/2001), *So viel Zeit* spielt explizit in Bochum, *Pink Moon* ist in der Gegenwart angekommen, der Bergbau ist nur noch geeignet für alternative Nutzung und steht neuen Technologien gegenüber (vgl. Rupp 2009: 46f). Gleichzeitig löst Protagonist und Kneipenbesitzer Felix als Teil der Freizeitgesellschaft die Arbeitergesellschaft ab und es wird dennoch die sinnentleerende Verdinglichung beschrieben, die „den Bezug zum Ruhrgebiet kennzeichnet“ (Rupp 2009: 47). *Sommerfest* wird für diese Arbeit zwar noch nicht berücksichtigt, der Inhalt ist aber dennoch bekannt: Ein Mann kehrt in seine Heimatstadt nach Bochum zurück und frischt passend zur Sperrung der Autobahn A40, die im Kulturhauptstadtjahr 2010 stattfand, seine Erinnerungen an frühere glückliche Tage auf (vgl. Goosen 2012).

Ein Denkmal setzt Goosen dem Ruhrgebiet durch *Radio Heimat* (vgl. Andresen, Westdeutsche Zeitung, 22.4.2010). Er verfasst eine „Liebeserklärung“ an die Region (vgl. Schmidt, Bild Ruhrgebiet, 13.1.2010). Goosen bringt eine nostalgische Romantik

in die Ruhrpotterzählungen, macht indirekt Werbung für das Ruhrgebiet (vgl. Willander, WamS, 31.1.2010) und wird damit zu einem Botschafter für die gesamte Region (vgl. Nolte, Neue Presse, 14.5.2010). Der Erfolg des Werkes, so darf ohne weitere Analysen vermutet werden, hängt auch mit dem gesteigerten Interesse am gesamten Ruhrgebiet durch das Kulturhauptstadtjahr 2010 zusammen, zu dem *Radio Heimat* passend erschien. Das mediale Interesse am Thema Kulturhauptstadt konnte Goosen somit für sich nutzen. Auch generell, so hat beispielsweise der Exkurs in die wissenschaftliche Rezeption Goosens gezeigt, taucht sein Name immer wieder im Zusammenhang mit regionalen Themen um Bochum und das Ruhrgebiet auf. Sein symbolisches Kapital im Genre der Ruhrgebietsliteratur ist daher hoch.

Aktuelle Autoren des Ruhrgebiets werden beschrieben als

akademisierte Literaten, die in der Kultur- und Literaturszene des Ruhrgebiets beheimatet sind und feinfühlig die Befindlichkeiten und charakterlichen Veränderungen einzelner Bewohner der Metropole Ruhr untersuchen (Boelmann 2009: 125).

Frank Goosen wird der Gattung des „Neuen Ruhrgebietsromans“ zugeordnet, einem Genre, das über eine große Nähe zur Popliteratur verfügt, sich aber dennoch durch eine spezifische Regionalität auszeichnet (Boelmann 2009: 128). Die Autoren dieser neuen Ruhrgebietsliteratur produzieren Unterhaltungsliteratur mit einem großen Publikum als Zielgruppe und sind daher heteronom auf dem literarischen Feld anzuordnen. Dabei erstellen sie unterhaltende Sozialstudien auf einer ironischen, satirischen, vor allem aber selbstreflexiven Ebene (vgl. Boelmann 2009: 130f) – typisch für die Postmoderne und mit hohem symbolischen Kapital belastet, denn Selbstreflexivität beinhaltet Interpretationsmöglichkeiten, die charakteristisch für hohe, reine Elitekunst sind und keinen trivialen, kitschigen Alltagsausgleich darstellen.

Boelmann ordnet Frank Goosen genau die Merkmale zu, die in den vorangegangenen Abschnitten behandelt worden sind. Er ist ein Autor der postmodernen Gegenwartsliteratur, vertritt als Ruhrgebietsautor die Pop- und Unterhaltungsliteratur und wird als ein „Chronist seiner Zeit“ beschrieben (Boelmann 2009: 134). Diese Merkmale ordnen ihn dem Subfeld der Massenproduktion zu und vermitteln ihm hohes symbolisches Kapital am externen Pol des literarischen Feldes, entfernen ihn jedoch vom Genre der Trivallliteratur.

3.3. Das Image des ‚Autors zum Anfassen‘: Die Selbstinszenierung Goosens durch nicht-literarische Stellungnahmen

Haben bisher hauptsächlich fremde Stellungnahmen dafür Sorge getragen, Frank Goosen als Autor auf dem literarischen Feld einzuordnen, bleibt eines stets zu beachten: Neben der Fremdpositionierung durch die feldinternen Instanzen positioniert sich ein Autor auch durch die von ihm gewählte Selbstdarstellung (vgl. Karasek 2008: 92). Dabei hat er immer das Ziel vor Augen, dem Publikum seine schönere Gesichtshälfte zuzuwenden, um symbolisches Kapital zu generieren (vgl. Biendarra 2010: 262). Dieser Abschnitt widmet sich demzufolge Goosens Selbstinszenierung. Für die Analyse seiner eigenen Darstellung werden hier die nicht-literarischen Stellungnahmen ausgewählt, die Frank Goosen als Autor auf dem literarischen Feld – und auch feldextern – tätigt. Darunter fallen Artikel, Kolumnen oder Interviews, die zwar von ihm oder über ihn handeln, aber keinen klassisch literarischen Hintergrund haben, sondern im Gegenzug Rückschlüsse auf ihn als Person und Autor zulassen. Durch sie können abermals Schlussfolgerungen auf seine Position im literarischen Feld gezogen werden, denn erst ausgehend von dieser Position entwickeln sich seine Positionierungen (vgl. Karasek 2008: 92).

Die Stellungnahmen eines Autors sind dabei entweder verbal-diskursiv, sprich sie zeigen sich durch seinen Stil, seine Wortwahl und die Inhalte, die er entweder literarisch und damit werkimmanent oder nicht-literarisch verwendet und die dabei Schlussfolgerungen über ihn als Person zulassen (vgl. Karasek 2008: 86). Nicht-literarisch eignen sich vor allem Interviews besonders zu Inszenierungszwecken, da sie meist im Nachhinein noch vom Autor oder seinem PR-Vertreter autorisiert werden (vgl. Karasek 2008: 127). Oder die Stellungnahmen des Autors sind non-verbal und manifestieren sich beispielsweise durch Posen, Gesten und Haltungen in Interviews oder auf Fotos. Da dieser Arbeit hauptsächlich Printartikel zugrunde liegen und eine werkimmanente Analyse, sprich literarische Stellungnahmen, für die Positionierung Goosens auf dem literarischen Feld außen vor gelassen werden, konzentriert sich der folgende Abschnitt auf nicht-literarische, verbal-diskursive Stellungnahmen von Frank Goosen, die teilweise non-verbal durch Autorenfotos unterstützt werden.

Wenn es heutzutage darum geht, Aufmerksamkeit zu erzeugen, sind Inszenierungsstrategien unabdingbar (vgl. Klöppel 2008: 20). Unter Inszenierung wird dabei stets eine „Vermischung aus Imaginärem, Fiktivem und Realem“ (Klöppel 2008:

19) verstanden, eine gewollte oder geplante Handlung, die etwas *in Szene setzt* und dabei das Ziel einer bestimmten Selbstpositionierung verfolgt (vgl. ebd.). Der französische Philosoph und Medientheoretiker Jean Baudrillard sagt, die heutige Welt sei eine Welt der Oberflächlichkeit, eine reale Welt würde es nicht mehr geben, sondern nur noch Simulation und Virtualität (vgl. Behrens 2008: 24f). Der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick behauptet sogar, man könne sich in der Öffentlichkeit nicht *nicht* inszenieren (vgl. Biendarra 2010: 262). Dementsprechend ist davon auszugehen, dass nichts, was öffentlich präsentiert wird, real, sondern stets Mittel zum Zweck ist.

Auf dem literarischen Feld ist der Autor heutzutage oftmals wichtiger als sein Werk, denn „welche Wirkung der Autor im literarischen Feld hat, beruht weniger auf der Qualität der literarischen Texte, als auf der Zirkulation im jeweiligen kulturellen Feld und dem persönlichen Auftreten in verschiedenen Medien“ (Biendarra 2010: 275). Als primäre Voraussetzung für kommerziellen Erfolg wird dabei ein Merkmal genannt, anhand dessen sich auch Frank Goosen messen lassen muss: Authentizität. Besonders gekonnt ist ein Autor immer dann, wenn das Changieren zwischen Authentizität und Inszenierung gut funktioniert (vgl. ebd.). Das Streben nach Authentizität soll damit auch als Hauptziel der folgenden Analyse von Goosens Selbstinszenierung untersucht werden. In Anlehnung an den Literaturwissenschaftler Gérard Genette sind diese Inszenierungen Epitexte, die sich als „Sonderform des Paratextes zum literarischen Werk“ (Biendarra 2010: 264) lesen lassen, und dadurch einen Kommentar zur Literatur losgelöst vom eigentlichen Haupttext bedeuten.

Bei der Untersuchung des Pressematerials zu Frank Goosen mit dem Fokus auf seine Selbstinszenierungsstrategien fallen vier Themenschwerpunkte auf, die er in seinen Interviews und Artikeln immer wieder aufgreift: Bodenständigkeit, Heimatverbundenheit, Ehrlichkeit und seine Leidenschaft für den Fußball. Diese Kategorien stehen dabei nicht ausschließlich für sich, sondern gehen ineinander über und bilden die Basis für die folgende Analyse seiner Selbstinszenierung.

Frank Goosen ist gebürtiger Bochumer und hat, wie seiner Biographie zu entnehmen ist, seine Heimatstadt nie verlassen. Demnach ist die regionale Verbundenheit bei ihm sehr hoch einzuschätzen. Diese bestärkt er auch dadurch, dass er als Botschafter des Ruhrgebiets immer wieder auf das Thema Bochum und die Region zurückgreift. So zum Beispiel in einer Kolumne der *Frankfurter Rundschau*, die er mit den Worten beginnt: „Wer – wie ich – in Bochum an der Alleestraße aufgewachsen ist“

(Goosen, Frankfurter Rundschau, 7.4.2001). Dadurch entwickelt er ein Identifikationspotential, denn er schließt sich in seinen potentiellen Zielgruppenkreis mit ein.

Als Kabarettist hat er zum Ruhrgebiet oftmals einen teils ironischen Spruch auf den Lippen. „Woanders ist es auch nicht besser“ (N.N., RAG – Das Magazin, 4/2001) heißt es dann, oder er lebe in Bochum wegen „der original erhaltenen 17. Jahrhundert-Fachwerk-Innenstadt, dem alten Kaiserschloss und der mittelalterlichen Stadtmauer“ (N.N., Marabo, 6/2004) und das typische Lebensgefühl der Region sei „[m]eine Omma mit drei M.“ (N.N., RAG – Das Magazin, 4/2001). Diese teils ironischen Äußerungen lassen ihm hohes symbolisches Kapital auf dem literarischen Feld zukommen, denn Ironie nimmt eine besondere Stellung unter den Stilmitteln ein.

Ironie wird als besonders hochwertig angesehen, denn sie ist „unsystematisch und paradox und dadurch sowohl schwierig zu erlernen als auch schwierig zu erkennen. Ironie steht nicht jedem zur Verfügung“ (Karasek 2008: 176). Insbesondere wenn sich ein Autor in seiner Stilisierung selbst betrachtet, so funktioniert dieses *Understatement* als Selbstdistanzierung. Und die wiederum wird im literarischen Feld mit hohem symbolischen Kapital ausgestattet:

Der Selbstironische macht sich demonstrativ gemein, indem er sich kleiner macht, als er ist, wodurch er umso deutlicher vorführt, dass das verkleinerte oder anderweitig verzerrte Bild seiner selbst aus einer privilegierten Position heraus entwirft. *Selbstironie wird so Zeichen wahrer Größe.* Selbstironie ist zudem feldintern hoch bewertet, weil sie eine attraktive Position verheißt: Über sich selbst zu lachen nimmt alle möglichen Einwände vorweg, entzieht dem potenziellen Kritiker den Boden unter den Füßen und verschafft eine unbestimmbare Position (Karasek 2008: 177).

Ein Autor positioniert sich durch den von ihm gewählten Stil auf dem literarischen Feld: „Wer einen Stil (ob intentional oder unbewusst) verwendet, *handelt* auf eine bestimmte Art und Weise und verfolgt mit seiner Handlung ein Ziel“ (Karasek 2008: 164). Zudem wird durch die Wahl des Stils die subjektive Haltung des Autors zu textinternen und -externen Sachverhalten deutlich. Er zeigt an, wie der Autor sich selbst sieht und in der Öffentlichkeit gesehen werden möchte (vgl. ebd.).

Des Weiteren zeigt Goosen sein Wissen über seine Heimat, erzählt von der Ruhr-Universität oder dem Kneipenviertel Bermuda-Dreieck, dem „Schauplatz hässlicher Abstürze des Autors als junger Mann“ (Goosen, buchreport Magazin, 2/2003). Er zeigt den Bochumern damit, dass er ‚einer von ihnen‘ ist. Die Inszenierung als Autor zum Anfassen gilt generell als besonders erfolgs- und vielversprechend (vgl. Plachta 2008: 10).

Frank Goosen kritisiert, aber bedient gleichzeitig typische Ruhrgebiets-Klischees. Auf eine CD über das Ruhrgebiet müsse auf jeden Fall Grönemeyer, aber auf der anderen Seite sei eine Schwäche des „Potts“ die „übertriebene Idealisierung, die Malocher-Romantik“ und „dass man zu gewissen Tageszeiten Autofahrten nicht mehr planen kann“ (N.N., RAG – Das Magazin, 4/2001). Zudem präsentiert er sich als Fan des VfL Bochum 1848, sagt: „Wir sind VfLer und VfLer sind Bochumer“ (Luz, Frankfurter Rundschau, 21.9.2007). Er inszeniert sich dadurch zum einen als typischer Klischee-Ruhrpottler, zum anderen aber auch als „Bestseller von nebenan“, wie das *Marabo Magazin* titelt (Römer, Marabo Magazin, 2/2003). Infolgedessen schafft er sich Identifikationspotential in der Region.

Zudem schreibt und spricht Goosen oftmals im klaren, aber teils derben Ruhrgebietsslang: „Ich denke, einige Leute werden gerade die Arschloch-Stellen als autobiographisch werten“ (Schorneck, Macondo, 2003) oder: „Beim Fußball heißt es nicht mehr: ‚Ey Matschbirne, wie wär’s mal mit ein bißchen Abwehrarbeit?‘ Sondern: ‚Sach ma, Gymnasium, bist du dir zu fein für einen Scheiß-Einwurf?‘“ (Goosen, Frankfurter Rundschau, 7.4.2001).

Goosen legt viel wert auf sein Heimatgefühl: „Die Tatsache, dass ich mein ganzes Leben nicht aus Bochum herausgekommen bin, verrät mehr über mich als über Bochum [...]. Es verrät mehr über mein Beharrungsvermögen und mein Bedürfnis, jeden Pflasterstein mit Namen zu kennen“ (Natter, Main Post, 13.3.2004), denn „Heimat ist da, wo man sich nicht anstrengen muss. Das ist geografisch gemeint, mental und künstlerisch“ (N.N., Kölner Stadt-Anzeiger, 18.8.2007). Verbunden mit dem Fokus auf sein Heimatgefühl und seiner Liebe zu Bochum zeigen diese Aussagen auch einen gewissen Grad an Bodenständigkeit.

Zum einen bezeichnet er sich selbst als bodenständig (vgl. ebd.), gleichzeitig aber auch als gefühlsbetont und nahbar: „Ich bin sentimental: Das ist die schlimmste Form der Melancholie [...]. Bei mir zuhause muss meine Frau sogar die Spinnen töten, weil ich Schiss vor den Tieren hab“ (Mergel, Playboy, 15.8.2009). Diese Nähe zeigt er auch auf Fotos. Stellvertretend für seine charakteristische Inszenierung auf Bildern sind ein paar Beispiele ausgewählt worden, die seine Inszenierungsstrategie am besten demonstrieren.

Das Magazin *bücher* empfing Goosen zum Interview „bei Kaffee und Kuchen im Garten seines gemütlichen Hauses am Bochumer Stadtpark“ (Römer, Bücher, 6/2005). Auf einem abgedruckten Foto zeigt er sich in seinem Garten, sitzt lachend im

Sandkasten, ein gestreifter Sonnenschirm ist aufgespannt und Goosen trägt eine schlichte helle Hose sowie ein einfaches schwarzes Shirt. Es wird ein bodenständiges und geerdetes Bild des gemütlichen und lustigen ‚Autors von nebenan‘ vermittelt. Allein der Sandkasten mit seinen Förmchen demonstriert seine väterliche und familiäre Ader, seine Bodenhaftung und präsentiert ihn als liebenden Familienvater, der es bevorzugt, mit seinen Söhnen an der frischen Luft zu spielen.



Quelle: Römer, Bücher, 6/2005.

Zu seiner Bodenständigkeit gehört auch Goosens Interesse an literaturfremden Feldern, das durch sein institutionalisiertes kulturelles Bildungskapital unterstützt wird. In einem Interview mit dem *Bonner Stadtmagazin* bezieht er Stellung zu politischen Ereignissen, vor allem den 80er Jahren, ebenso erwähnt er die 68er-Bewegung, die Machtergreifung der Christdemokraten oder die Nachrüstungsdebatte (Neumann, *Bonner Stadtmagazin*, 3/2001). Außerdem analysiert er für die *Frankfurter Rundschau*, inwieweit Comedy nach den Anschlägen des 11. Septembers angebracht und möglich ist (Goosen, *Frankfurter Rundschau*, 5.10.2001). Diese beiden Beispiele zeigen seine Bedeutung als Autor und eigentlicher Kabarettist auch für ernste politische Themen extern des literarischen Feldes. Sein symbolisches Kapital, das er als literarischer Autor generiert hat, ist demnach durchaus auch in literaturfremden Feldern vorhanden.

Ein Qualitätsmerkmal des ‚Autors von nebenan‘: Authentizität durch Ehrlichkeit

Zunächst einmal verleiht sich Goosen selbst Authentizität, indem er sie seinen Werken und Texten zuspricht: „Ich versuche, die [Welt, A.J.] die ich vorfinde, abzubilden und zu kommentieren“ (Lettmann, *Westfälischer Anzeiger*, 19.11.2003), „schließlich bringt man als Autor ja stets eigene Erfahrungen in seinen Texten unter“ (Schorneck, *Macondo*, 2003). Ergo verwendet er private Erlebnisse für seine Werke. „Ich muss mich wirklich ab und zu ein bißchen bremsen, sonst würde es zu intim werden“ (Keil, *Frankfurter Rundschau* 23.4.2003). Vor allem aber versucht er

Authentizität durch Ehrlichkeit zu erzeugen, indem er kleine Tricks, Makel und Fehlinformationen bestätigt: „Ich erzähle natürlich aus meinem Leben – und wenn ich zwischendurch auf etwas komme, was zwar so nicht passiert ist, aber eigentlich ganz gut passen würde, dann erzähle ich das auch“ (Schors, Kölner Stadt-Anzeiger, 6.2.2010). Eigentlich paradox, aber durch das Eingeständnis von Unwahrheiten erzeugt er Vertrauen. Der Leser soll und wird sich sagen: Wenn Goosen dazu steht, warum sollte es dann nicht die Wahrheit sein? Dadurch schafft er sich das Image eines ehrlichen, nicht unfehlbaren, authentischen Autors. Der Titel eines Zeitungsartikels demonstriert Goosens Inszenierungsstrategie: „Selbstkritik macht liebenswert“, schreibt *Die Welt*. Er weiß, welche Emotionen er mit welcher Strategie erzeugen kann.

Im gleichen Atemzug sagt Goosen: „[I]ch könnte nichts knallhart gegen das Publikum durchsetzen. Ich will, dass die Leute mich mögen“ (Schnettler, *Die Welt*, 30.8.2003). Damit verstößt Goosen eigentlich gegen eine in den Grundsätzen bestehende Regel des literarischen Feldes. Bourdieu sagt, auch extern orientierte Schriftsteller beugen sich den internen Regeln und Zwängen des Feldes, erkennen die *l'art pour l'art* grundsätzlich an, und sei es bloß, um dem Feld zu beweisen, gegenüber den eigentlich verpönten heteronomen Werten Distanz zu wahren (vgl. Bourdieu 2001: 116). Goosen widerspricht durch seine Aussage diesem Grundsatz, indem er seine externe Hierarchisierung betont und sich als durch und durch heteronomen Autor ohne Interesse an der ‚reinen Kunst‘ beschreibt.

Im Zusammenhang mit seiner Ruhrpott-Zugehörigkeit betont er, wie wichtig den Menschen im Ruhrgebiet allgemein, und damit auch ihm, Ehrlichkeit und Authentizität ist.

Peinlich wird es aber, wenn sich andere an die Bochumer ranschmeißen. Jeder neue Intendant am Schauspielhaus tut so, als wäre er selbst in der Zeche Prosper Haniel eingefahren und sucht erst mal eine offene Grube, wo er sich im Förderkorb ablichten lässt [...]. Der Gipfel war Leander Haußmann, der im Programm des Schauspielhauses den VfL-Spielplan abgedruckt hat – mit falschen Anfangszeiten (Goosen, *Süddeutsche Zeitung*, 21.10.2004).

Falschheit und Spielereien sind nicht gern gesehen. Der Ruhrgebietler möchte wahre und aufrichtige Identifikation und keine aufgesetzte Inszenierung. Indem Goosen dies fordert, spricht er sich selbst diese Merkmale zu. Durch diese Ehrlichkeit kreiert er Authentizität, so dass die Zuschauer und Leser ihm Glauben schenken und er zu einer Identifikationsfigur wird.

Auch schon vor seiner Zeit als Aufsichtsratsmitglied beim VfL Bochum 1848 inszeniert sich Goosen als VfL-Fan und als genereller Fußballfachmann. Ab dem Jahr 2006 schrieb er für das *kicker* Sportmagazin, seit der Saison 2007/2008 verfasst er

zudem eine Kolumne mit dem Titel „Goosens Spielzeit“ für das Stadionmagazin des VfL Bochum, das alle zwei Wochen zu Heimspielen erscheint (vgl. Goosen 2012). Zur Europameisterschaft 2008 veröffentlichte er Tagebucheinträge bei *Spiegel Online*, seine Erfahrungen zur Weltmeisterschaft 2010 legte er ebenfalls in einem Tagebuch nieder, das allerdings nur in Auszügen unter anderem bei der *Berliner Morgenpost* erschien. Diese Medien zeigen bereits das symbolische Kapital, das Goosen als Fußballexperte genießt und das ihn zu einem dementsprechend gefragten Kolumnisten macht.

Die Nutzung von Medien für die eigene Selbstdarstellung im Allgemeinen schreibt Goosen abermals Heteronomie zu. Die Verfechter eines autonomen Hierarchisierungsprinzips kritisieren es, sich der Presse und den modernen Kommunikationsmedien unterzuordnen und sehen dies als „Symptom käuflichen Interesses an ökonomischen und politischen Profiten“ (Bourdieu 2001: 346). Die Entwicklung der Presselandschaft sieht Bourdieu bereits als ein Indiz für die Expansion des Marktes der kulturellen Güter (vgl. Bourdieu 2001: 93). Sie für sich zu vereinnahmen bedeutet damit gleichzeitig die Unterordnung unter die Marktzwänge und damit Heteronomie. Durch die Präsenz bei diesen sportmedialen Themen konnte sich Goosen zudem mit symbolischem Kapital auf dem Sportfeld ausstatten.²⁰

Auch in seine Stellungnahmen als literarischer Autor integriert Goosen oftmals den Fußball und den VfL Bochum 1848. So antwortet er auf die Frage, wo es im Revier am schönsten sei, mit: „Auf dem Tabellenplatz, der zur Teilnahme an einem internationalen Wettbewerb berechtigt“ (N.N., Marabo Magazin, 6/2004). Seine Kolumnen sind nachvollziehbar und aus dem Leben geschrieben. Im *kicker* beschreibt er beispielsweise seine Versuche, Tickets für die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 zu ergattern: „Plötzlich das Udenkbare: Ein grünes Symbol! Tickets in Fülle! Schnell draufklicken! Ich will sehen, ob dieser Browser schafft, was dem anderen verwehrt wurde“ (Goosen, *kicker*, 26.6.2006).

Er bemüht sich, sein Fan-Dasein so zu beschreiben, dass sich möglichst viele Fußballfans mit ihm identifizieren können: „Der echte Fan ist zutiefst irrational, und das ist seine edelste Eigenschaft“ (N.N., Vanity Fair Online, 2.8.2007), sagt er, „[e]r hat auch keine Scheu vor hässlichen Klamotten (ebd.)“ und „[d]er echte Fan muss leiden“ (ebd.). Goosen teilt seine persönlichen Erfahrungen mit denen anderer Fußballfans und

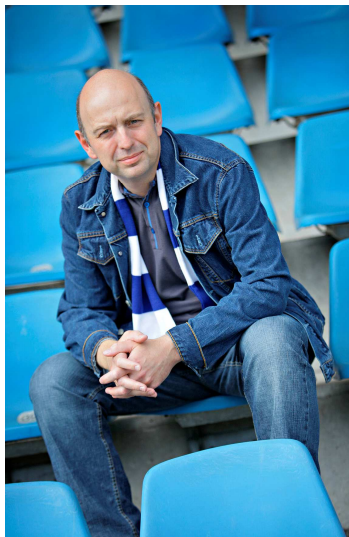
²⁰ Des Weiteren schrieb Goosen auch Artikel und Kurzgeschichten für die *Frankfurter Rundschau*, die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, *Die Welt*, die *taz* oder *Das Magazin*. Thematisch wurden dabei nicht immer ausschließlich Sportthemen behandelt. Diese Tatsache unterstreicht, dass Goosen sowohl für literatur- als auch sportfremde Themen ein gern geschehener Ansprechpartner ist und ihm daher auch feldextern symbolisches Kapital zugesprochen wird.

erzeugt so Authentizität und Identifikation. Dazu gehört auch die Präsentation als Fußballfan auf verschiedenen Autorenfotos.



Quelle: Goosen, Kicker, 26.6.2006.

nicht inszeniert, sondern wie ein Fan auf dem Weg ins Stadion, der eher zufällig für das Foto zur Verfügung steht. Mit dieser Darstellung erzeugt Goosen Authentizität, denn er wirkt natürlich und nicht gekünstelt. Zum Kulturhauptstadtjahr 2010 erschienen seine neuen Pressefotos.²¹ Auf den neuen Bildern, die auf seiner Homepage zum Herunterladen bereit stehen, präsentiert

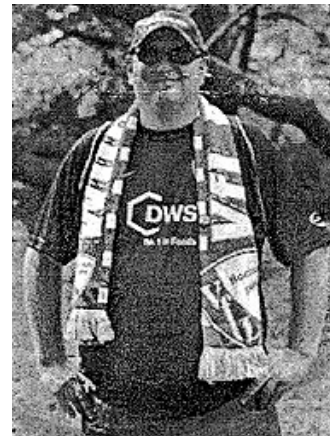


sich Goosen auf den Rängen des rewirpowerSTADIONS

sitzend, mit Polohemd sowie Jeanshose und -jacke und einem blau-weißen VfL-Schal um den Hals. Er verdeutlicht damit noch einmal seine Bodenständigkeit sowie seinen starken Bezug zum VfL Bochum und damit zu seiner Heimatstadt.

Zudem betont Frank Goosen immer wieder, dass er seine Tourtermine nach dem Heimspielplan des VfL richtet (vgl. Luz, Frankfurter Rundschau, 21.9.2007), dass er Dauerkartenbesitzer ‚seines‘ Vereins ist (vgl. Wienand, coolibri, 8/2005) sowie dass er gern in Block B des Stadions steht (ebd.). In einem Doppelinterview mit ihm als prominenten VfL-Fan und dem damaligen VfL-Vorstand Stefan Kuntz in der *Frankfurter Rundschau* unterstreicht Goosen die

So lässt er sich für seine *kicker*-Kolumne beispielsweise in Jeansjacke und blau-weißem Fußballschal sowie Fußballschuhen ablichten, sitzt dabei auf einer Bank, die – so darf angenommen werden – in einer Fußballkabine steht, und neben ihm liegt ein Fußball (Goosen, *kicker*, 26.6.2006). Zu seinem Fan-Bericht, den er bei *Vanity Fair* veröffentlicht hat, zeigt er sich ebenfalls in Fußballmontur, trägt eine Kappe, eine Sonnenbrille, einen VfL-Schal und ein VfL-Trikot. Er wirkt dabei



Quelle: N.N., Vanity Fair Online, 2.8.2007.

Bodenständigkeit des Vereins, indem er sagt, „den VfL muss es geben, damit wir auch weiterhin daran glauben können, dass nicht nur Geld Tore schießt“ (Luz, Frankfurter Rundschau, 21.9.2007). Allein die Tatsache, dass Goosen als zweiter Gesprächspartner in dem Interview gefragt war, beweist sein symbolisches Kapital, das er sich inzwischen auf dem sportlichen Feld angeeignet hatte. Durch derartige Interviews steigert Goosen gleichzeitig sein soziales Kapital auf dem sportlichen Feld.

Goosen ist schließlich ein Autor, der sich am heteronomen Pol des literarischen Feldes wiederfindet. Er agiert markt- und konsumorientiert und favorisiert die externe Hierarchisierung. Auf dem literarischen Feld hat er sich hohes symbolisches Kapital – vor allem durch einen Kultstatus im Ruhrgebiet – erarbeitet, und verfügt zudem über soziales sowie inkorporiertes und institutionalisiertes kulturelles Kapital. Dabei inszeniert er sich als ‚Autor zum Anfassen‘, der durch seine Bodenständigkeit, Ehrlichkeit und als leidenschaftlicher Anhänger des Fußballvereins VfL Bochum 1848 Authentizität kreiert.

Als Autor, Kabarettist und als Fußballfachmann ist er vor allem in regionalen und lokalen Medien präsent, auch wenn er punktuell zu bundesweiter Berichterstattung gelangt. Mit diesem Wissen im Hintergrund wird der Analysegegenstand für den kommenden Abschnitt dieser Arbeit angepasst. Für die Positionierung von Frank Goosen auf dem sportlichen Feld sowie der Frage nach einer Befruchtung oder Blockade von Fußball und Literatur verlagert sich der mediale Fokus auf eben die gerade genannten Medien: regionale Berichterstattung mit punktuellen Abstechern in bundesweite Publikationen.

4. Frank Goosen als Identifikationsfigur für den VfL Bochum 1848: Emotionales Kapital als Bindeglied zwischen Autor und Verein

Pierre Bourdieu betont, dass eine Sportart nicht unabhängig von der Gesamtheit aller praktizierten Sportarten analysiert werden kann. Erst innerhalb dieses Raumes der gesamten Praktiken erhält jede einzelne Sportart ihren Unterscheidungswert (vgl. Bourdieu 1992: 194). Es gilt daher, die Stellung einer Sportart im Raum der Gesamtpraktiken anhand von Kriterien zur Verbreitung der Sporttreibenden, der Sportverbände, der Mitglieder, des Budgets und der „sozialen Charakteristiken ihrer

²¹ Zu diesem Zeitpunkt war er zwar als VfL-Fan bekannt, aber bekleidete dort noch kein offizielles Amt.

leitenden Funktionäre“ (ebd.) zu ermitteln, um eine Positionierung auf dem Sportfeld vorzunehmen.

Keine Sportart übt weltweit eine solche Faszination aus wie der Fußball (vgl. Mittag 2007: 14). In Deutschland sind heutzutage rund 90.000 Turn- und Sportvereine mit mehr als 28 Millionen Mitgliedern registriert. Darunter ist der Fußball mit über sechs Millionen Mitgliedern²² am meisten vertreten (vgl. Jütting 2008: 136). Auch in der Medienberichterstattung nimmt der Fußball mit acht Stunden pro Tag²³ und Präsenz bei fast allen Sendern die dominanteste Position unter den Sportarten ein (vgl. Zubayr 2007: 60f). Die höchste Einschaltquote des deutschen Fernsehens überhaupt war im Übrigen das Halbfinalspiel der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 zwischen Deutschland und Italien, bei dem fast 30 Millionen Fernseher liefen (vgl. Mittag 2007: 10).

Hinzu kommt eine wachsende Kommerzialisierung des Fußballs in den letzten Jahrzehnten, die eine Entertainisierung, Spektakularisierung und Theatralisierung mit sich gebracht hat (vgl. Fricke 2007: 365). Der Begriff des *Infotainments* prägt zunehmend die Sportlandschaft und hat einen Wandel der Aufmerksamkeit zur Folge. Das Medieninteresse liegt nicht mehr nur ausschließlich im sportlichen Bereich, sondern die Berichterstattung wird auf Nebenschauplätze ausgeweitet (vgl. ebd.). Dies führt überhaupt erst dazu, dass ein literarischer Autor wie Frank Goosen zunächst als Fan, später als Aufsichtsrat in den Medienfokus rückt.

Durch die Kommerzialisierung hat sich auf dem Sportfeld ein gigantischer Pool von Sportthemen, Sportvereinen und Sportveranstaltungen entwickelt. Für den einzelnen Akteur wird es demnach immer schwieriger, aber gleichzeitig umso wichtiger, sich auf dem Feld eine Nische mit Alleinstellungsmerkmalen zu schaffen, um Aufmerksamkeit und Sympathien für sich zu erzeugen (vgl. Fricke 2007: 359). Im heutigen Medienzeitalter ist letztlich nicht mehr nur der sportliche Erfolg für das Image eines Vereins entscheidend.

Im Folgenden wird der Verein VfL Bochum 1848 zunächst einleitend auf dem sportlichen Feld verortet. Dies geschieht anhand seines Vereinshabitus und der bisherigen Kapitalausstattung, die er sich im Laufe der Zeit erarbeitet hat. Der Vereinshabitus wird dabei vorrangig anhand einer Imagestudie der Ufa Sports GmbH²⁴ analysiert, die das Markenimage des VfL beschreibt. Eine zweite Quelle ist das Leitbild

²² Stand: 2007.

²³ Stand: 2004.

²⁴ Zwar ist diese Studie bereits aus dem Jahr 1998, dennoch haben sich Markenimages so verfestigt und sind von einer so langwierigen, personenunabhängigen Dauer, dass sie auch heute noch als repräsentativ gelten kann.

des Vereins, das durch intensive Image-Studien und -Umfragen die Vereinswerte und -normen herausgearbeitet und zusammengetragen hat. Die Untersuchung der Kapitalausstattung legt ihren Schwerpunkt demnach auf symbolisches Kapital. Anhand dieser Kategorie werden Frank Goosen und der VfL deshalb anschließend zum ersten Mal verglichen.²⁵

4.1. Der VfL Bochum 1848 in einer Nischenposition auf dem sportlichen Feld: Symbolisches Kapital durch Regionalität und Bodenständigkeit

Nirgendwo in Deutschland hat der Fußball eine so lange Tradition und ist seine Bedeutung so greif- und sichtbar wie im Ruhrgebiet (vgl. Meurer 2007: 1). In dieser eng besiedelten Region, in der die einzelnen Städte praktisch ineinander übergehen, ist eine Profilierung der einzelnen Standorte, und damit auch ihrer Fußballvereine, besonders schwierig. Umso wichtiger ist es gerade für die Clubs aus dem Ruhrgebiet, sich durch emotionales Kapital identitätsstiftende Merkmale zu schaffen, um sich ein positives Image und damit symbolisches Kapital aufbauen und bewahren zu können (vgl. Meurer 2007: 32).

Der VfL Bochum hat sich dieser Aufgabe gestellt und im Jahr 2007 als erster deutscher Fußballverein überhaupt ein eigenes Leitbild präsentiert, das seine Identität und Ziele sowie Werte und Normen benennt.²⁶ Ein Leitbild dient klassisch dazu, hauptsächlich Wirtschaftsunternehmen ein Markenprofil zu geben und diese mit einer *Corporate Identity* auszustatten. Das Leitbild ist ein gesellschaftlicher Auftrag, an dem sich jedwedes Handeln orientieren soll. Es repräsentiert dabei keinen Ist-, sondern einen gewünschten, aber realistischen Ziel- und Sollzustand, der richtungsweisende Vorstellungen für die Umsetzung in der täglichen Praxis angibt (vgl. Verwaltungslexikon Homepage).

Der VfL hat sich ein Leitbild gegeben, um sich dem Wandel und Wachsen der professionellen Fußballbranche zu stellen, gleichzeitig seine Identität zu wahren und alle Elemente des Vereins auf ein gemeinsames Ziel auszurichten (VfL Bochum 2007, Leitbild). Es ist durch explorative Interviews, Workshops, darauffolgende

²⁵ Der sportliche Erfolg wird bei der Analyse nicht berücksichtigt, denn es wird die These vertreten, dass symbolisches Kapital eines Funktionärs zwar auch vom sportlichen Erfolg der Mannschaft abhängt, dies jedoch auf *jeden* Funktionär zutrifft und daher keine explizite Verknüpfung zu einem Literaten im Amt gesehen wird.

²⁶ Auch europaweit ist der VfL Bochum 1848 mit seinem Leitbild führend. Ähnliche Konzepte hatten zuvor lediglich der dänische Erstligist Brøndby Kopenhagen und der schottische Club Celtic Glasgow veröffentlicht (VfL Bochum 2007, Leitbild).

Tiefeninterviews und Gruppendiskussionen mit ausgewählten Mitarbeitern, Fan-, Wirtschafts- und Medienvertretern, sowie Spielern und Trainern entstanden (vgl. Keller 2008: 152). Als gemeinsame Basis schafft das Leitbild einen Orientierungsrahmen für die tägliche Arbeit – sportlich und außersportlich – und soll von jedem Mitarbeiter gelebt werden. Vereinsinterne und -externe Maßnahmen werden seitdem mit dem Leitbild abgestimmt (VfL Bochum 2007, Leitbild). Es ist fortdauernd, personenunabhängig und beantwortet die Fragen:

Wer sind wir eigentlich bzw. was sind unsere Aufgaben und was ist unser Selbstverständnis? Wohin wollen wir, was wollen wir erreichen, was ist unsere Vision? Wie sind wir, was sind unsere Werte bzw. von welchen Werten lassen wir uns bei der Zielerreichung leiten? (VfL Bochum 2007, Leitbild).

Dieses *von innen* entwickelte Leitbild formt dabei den Vereinshabitus des VfL, ist im Grunde eine Folge der Vergabe von symbolischem Kapital und erklärt gleichzeitig die Bemühungen um emotionales Kapital. Damit bildet das Leitbild einen essentiellen Gegenstand für die Untersuchung der folgenden Positionierung des VfL Bochum 1848 auf dem sportlichen Feld.

Das symbolische Kapital, auf das der VfL im Prozess der Leitbildentwicklung zurückgegriffen hat, entstammt dabei einem bereits vorhandenen, inkorporierten Vereinsimage. Im Gegensatz zum Leitbild ist dieses Image nicht hausgemacht, sondern entsteht aus dreierlei: „den persönlichen Erfahrungen jedes Einzelnen, den kommunizierten Erfahrungen anderer und dem von den Medien vermittelten Image“ (Fricke 2007: 360). Images produzieren symbolisches Kapital. Im Fußball haben sie wachsende Bedeutung, da sie positive Konnotationen hervorrufen, die Fanbindung fördern und Wirtschaftsunternehmen anlocken. Dadurch statten sie den Verein mit sozialem sowie ökonomischem Kapital aus (vgl. Fricke 2007: 361). Im Sportsektor spricht man von einer „Clubmarke“, einem Fremdbild des Vereins, das als Alleinstellungsmerkmal positive Assoziationen wie Identifikation und Loyalität mit dem Markenimage hervorrufen soll (vgl. Keller 2008: 244).

Der VfL Bochum wurde, wie es sich im Vereinsnamen widerspiegelt, im Jahr 1848 gegründet. Damals entstand zunächst ein Turnverein, der sich 90 Jahre später, 1938, mit den Bochumer Sportvereinen Germania 06 und TuS Bochum zum VfL Bochum 1848 zusammengeschlossen hat. Nochmals elf Jahre später gliederte sich die separate Fußballabteilung heraus, die seit 1949 unter dem offiziellen Titel „Verein für Leibesübungen Bochum 1848 Fußballgemeinschaft e.V.“ im Vereinsregister eingetragen ist (VfL Bochum, Historie). Mit seiner über 150 Jahre andauernden Sportgeschichte ist der VfL damit ein Verein mit Tradition. Heute hat die

Fußballabteilung über 4.100, der Gesamtverein über 6.000 Mitglieder (VfL Bochum, Portrait). In seiner bisherigen Historie konnte der VfL folglich soziales Kapital ansammeln und dieses in Form von Fans, Mitgliedschaften, Sponsoren und Partnern offiziell präsentieren.

1971 stieg der VfL zum ersten Mal in die höchste deutsche Spielklasse auf, 22 Jahre später zum ersten Mal wieder ab. Seitdem pendelt die Mannschaft auf sportlicher Ebene zwischen der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga. Diese historische Entwicklung hat den VfL Bochum 1848 in seinem Vereinshabitus geprägt. Erfolge wie die Aufstiege in die erste Bundesliga haben den Verein dabei nicht nur mit ökonomischem, sondern auch mit sportlichem Siegeskapital ausgestattet.²⁷ Zwar sind Aufstiege oder auch Teilnahmen in DFB-Pokal-Endspielen, denen der VfL 1968 und 1988 beiwohnte, keine institutionalisierten Titel, dennoch haben sie dem Verein zu sportlicher Anerkennung im bundesdeutschen Vergleich verholfen.

Dem VfL Bochum 1848 liegt dabei das Image des „Underdogs“ und der „grauen Maus“ zugrunde (vgl. Krischke-Ramaswamy 2007: 53). Im Schatten der erfolgreichen Revirnachbarn Borussia Dortmund und Schalke 04 liegt die Schwierigkeit darin, einen attraktiven Gegenpol zu bilden. Im Ruhrgebiet nimmt der VfL daher eine Nischenposition ein und verkörpert etwas Kleineres, aber Eigenes (ebd.).

Das Leitbild des VfL formuliert keine konkreten sportlichen Ziele. Es fordert zwar, „sportlich und wirtschaftlich dauerhaft erstklassig zu sein“ (VfL Bochum 2007, Leitbild) und jedes Spiel gewinnen zu wollen, folglich sportliches Siegeskapital zu generieren. Dennoch rückt das Leitbild andere Kapitalien in den Vordergrund. Der Fußball, den der VfL Bochum 1848 spielt, soll „leidenschaftlich, ehrlich und erlebnisreich“ sein und dadurch „Freude, Faszination und Begeisterung“ wecken (ebd.). Letzteres trägt als emotionales Kapital zur höheren Identifikation bei und ist dementsprechend die Zielvorgabe des Vereins.

Vor allem aber hat sich im Laufe der historischen Entwicklung fern des sportlichen Siegeskapitals ein Vereinsimage herausgebildet, das den VfL mit symbolischen Kapitalwerten ausstattet. Ein Attribut, das mit dem VfL in Verbindung steht, ist eine enge Bindung zur Region, die im Leitbild in der übergeordneten Kategorie „Regionale Identität und Tradition“ festgehalten wird. Das Leitbild besagt, der VfL sei

²⁷ Das ökonomische Kapital eines Fußballvereins ist schwer zu messen. Jede Saison endet für einen Sportverein mit einer finanziellen Bilanz, diese ist jedoch für diese Analyse nicht weiter von Bedeutung und wird daher nicht einbezogen.

Bochumer und „Bochumer zu sein heißt, sich zum Ruhrpott und zu dessen Lebensgefühl zu bekennen“ (ebd.). Weiter heißt es:

Wir lassen uns bei unseren Handlungen von unserer Historie und Herkunft leiten; Blau und Weiß sind unsere Farben, der Ruhrpott unsere Region, Bochum unsere Heimat, und die Castroper Straße unser Zuhause! (ebd.).

Diese Ausführungen zeigen eine tiefe Verwurzelung mit der Stadt, die auch die Image-Studie von Ufa Sports dem Verein zuspricht:

[D]er VfL Bochum [wird] im Vergleich der Vereine der Fußball-Bundesliga als familiärer, volksnaher, regional stärker verwurzelt und weniger arrogant eingestuft. Trotzdem wirkt der Verein nicht konservativ. Diese Attribute signalisieren einen hohen Grad der standörtlichen Bindung und deuten auf ein hohes Identifikationspotential hin (Meurer 2002: 43).

Die in der Studie meist gebrauchten Adjektive im Bezug auf den VfL Bochum 1848 sind dementsprechend „regional verwurzelt, volksnah, sympathisch, medienfreundlich, traditionsbewusst [und] familiär“ (ebd.). Außerdem kommen 86%²⁸ aller VfL-Fans aus der Stadt Bochum und dem Umland (vgl. Meurer 2002: 4). Damit ist der Verein nicht nur ein Imageträger für die Stadt (vgl. Meurer 2002: 32), sondern zeigt auch, dass er in der Region neben symbolischem auch über ein hohes Maß an sozialem Kapital verfügt.

Auch die Aspekte „familiär“ und „volksnah“ werden erwähnt. Das Leitbild sagt: „Tief im Westen bilden wir eine echte Gemeinschaft: Kurve, Mitglieder, Mitarbeiter, Spieler und Partner sind Fans“ (VfL Bochum 2007, Leitbild). Die Bodenständigkeit des VfL steht ebenso im Mittelpunkt wie das Ziel, hart zu arbeiten, dabei selbstsicher aufzutreten und einen ehrlichen Umgang miteinander zu pflegen. Der Verein definiert sich als „selbstbewusst statt selbstgefällig, bodenständig statt abgehoben, anfassbar statt unberührbar“ (ebd.). Trotz geringem sportlichem Siegeskapital punktet der Verein hier mit symbolischen Kapitalwerten. Damit kreiert er eine Nische für sich und ein Alleinstellungsmerkmal im Konkurrenzfeld der Fußballvereine.

Zeitgleich betont der VfL Bochum 1848 die soziale Verantwortung des Fußballs, fordert Toleranz, Fairplay, Solidarität und Gleichheit, die Integration von Fans unterschiedlicher Herkunft und erhebt den Anspruch, Menschen in Not zu helfen. Dazu hat er beispielsweise die Initiative „Hier, wo das Herz noch zählt“ ins Leben gerufen, um Organisationen, Kinder und in Not geratene kranke Menschen in Bochum und der Region zu unterstützen (VfL Bochum, Soziale Verantwortung). Durch diese sozialen Tätigkeiten generiert der Verein abermals symbolisches Kapital. Ferner beschreibt der

²⁸ Stand: 2000.

VfL sich als mitreißend, postuliert eine grenzenlose Leidenschaft für den Verein und fordert das Herzblut von Mitarbeitern und Mannschaft (VfL Bochum 2007, Leitbild). Mit diesem emotionalem Kapital soll weiterhin die Identifikation mit dem Gesamtverein gestärkt werden.

*Die gelungene Verknüpfung von authentischem Literaten und bodenständigem Verein:
Ein Imagevergleich*

Mit den bisherigen Untersuchungsergebnissen lässt sich an dieser Stelle ein erster Vergleich zwischen dem VfL, seinem Image und Vereinshabitus, und Frank Goosen ziehen. Dabei wird die Frage beantwortet, inwieweit Frank Goosen mit seinem Image zum VfL Bochum 1848 passt.

Die regionale Verbundenheit, die der VfL Bochum 1848 in seinem Leitbild postuliert, verkörpert Frank Goosen vollkommen, nicht nur, weil er als gebürtiger Bochumer seine Heimatstadt nie verlassen hat. Er beschreibt sich als typischen Ruhrpottler mit seiner offenen, ehrlichen Art, seinem Ruhrpott-Dialekt und seinem Hang für kitschige Beschreibungen und klischeebehaftete Aussagen über seine Heimat. Zudem ist er Preisträger des Literaturpreises Ruhrgebiet und hat sich als Ruhrgebietsautor sowie durch seine vorherige Kabarett-Karriere einen Kultstatus und damit symbolisches Kapital in der gesamten Region erarbeitet. Er konnte sein soziales Kapital durch seine Tätigkeiten an Bochumer Kultureinrichtungen steigern und sich dadurch auch in Bochums höheren Kreisen bekannt machen.

Indem Goosen seine literarischen Werke ebenfalls im Ruhrgebiet verankert und durch *Radio Heimat*, wie es heißt, „dem Ruhrgebiet ein Denkmal setzt“ (Andresen, Westdeutsche Zeitung, 22.4.2010), wird er zu einem Aushängeschild der gesamten Region. Der VfL Bochum 1848 bekennt sich in seinem Leitbild ebenfalls zum Lebensstil des Ruhrgebiets und sieht sich als Traditionsverein mit einer starken regionalen Verankerung. Beide eint dementsprechend eine Verantwortung gegenüber ihrer Heimat. Frank Goosen wird als Botschafter des Ruhrgebiets bezeichnet, der VfL Bochum 1848 gleichzeitig als Imageträger für Stadt und Region.

Verbunden mit diesem Heimatgefühl geht der Anspruch auf Bodenständigkeit einher. Der VfL beschreibt sich als volksnah, bodenständig, anfassbar und beansprucht ein familiäres Miteinander, bei dem jeder Fan gleichermaßen zählt. Frank Goosen passt exakt in dieses Muster. Zum einen steht er selbst als VfL-Fan lieber in Block B als auf

der VIP-Tribüne, ist ergo ein ‚Autor zum Anfassen‘. Des Weiteren dominieren in seinen literarischen Werken realistische Alltagsbeschreibungen in einfacher, simpler Sprache, die ihn von einem autonomen, künstlerischen Pol der Höhenkammliteratur und eines literarischen Kanons entfernen.

Diese Heteronomie unterstreicht, dass er sich nicht als glamourösen, gekünstelten Autoren sieht, sondern als bodenständigen Unterhaltungsliteraten, der keine exklusive und privilegierte Gruppe, sondern die breite Masse des Publikums anspricht. Als familiärer und bodenständiger Verein bemängelt auch der VfL Bochum 1848 Selbstgefälligkeiten und Arroganz. Genau wie Goosen spricht auch der Verein dabei eine breite Masse des Bochumer Bürgertums an.

Goosens Schreibstil wird als ironisch beschrieben und beschwört in der Selbststilisierung sowie in autobiographischen Elementen das Gefühl von *Understatement* herauf. Dieses ist wiederum mit dem Image des VfL Bochum als *Underdog* vergleichbar. Als Sportverein fordert der VfL Bochum 1848 einen ehrlichen, authentischen und leidenschaftlichen Fußball und postuliert klischeebehaftete Charakteristiken des Ruhrgebiets. Frank Goosen kreiert durch das Hinzuziehen biographischer Elemente Authentizität. Er setzt in seiner Inszenierungsstrategie auf Ehrlichkeit, gesteht Mängel und Makel in seinen Schreibprozessen und betont den Stellenwert von Aufrichtigkeit.

Eine weitere Übereinstimmung findet sich in den Ansprüchen auf Erstklassigkeit, Professionalität und bundesweiter Expansion. Möchte der VfL Bochum zwar ein regional verankerter Verein sein, so macht er es sich dennoch zur Aufgabe, im bundesdeutschen Vergleich Erstligaformat zu zeigen. Auch Ruhrgebietsautor Frank Goosen hat durch die mediale Berichterstattung und die darauffolgende Aufmerksamkeit im gesamtdeutschen Bundesgebiet seine Zielgruppen über die Grenzen des Ruhrpotts hinaus ausgeweitet.

Vor allem aber verkörpert Goosen seine Leidenschaft für den Fußball und den VfL. Diese, wie es im Leitbild heißt, „unbeugsame und mitreißende Leidenschaft“ (VfL Bochum 2007, Leitbild) beansprucht auch der Verein. Frank Goosen integriert durch seine Mitarbeit an der Anthologie *Fritz Walter, Kaiser Franz und wir* (2004) sowie die Erzählung *Weil Samstag ist* (2010) den Fußball als Thema in sein literarisches Schaffen. Ebenso schreibt er zahlreiche Kolumnen und Tagebücher über seinen Lieblingssport und inszeniert sich auf Fotos und in Interviews als leidenschaftlicher VfL-Fan.

Zusammenfassend kann an dieser Stelle Frank Goosen als ein Paradebeispiel für die Verkörperung der Werte des Vereins bezeichnet werden. Aufgrund der parallelen und ähnlichen Darstellung beider Akteure und insbesondere der ‚inszenierten‘ Authentizität, die beide verkörpern, bringt Frank Goosen ein hohes Identifikationspotential dem VfL gegenüber mit.

Im Folgenden gilt es nun, diese ersten Parallelen zwischen Goosen und dem VfL auf eine offizielle Ebene auszuweiten. Dass beide zusammen passen, wurde deutlich. Dennoch existieren Unterschiede zwischen einer öffentlichen Person, die sich als simpler ‚Promi-Fan‘ für eine Mannschaft ausspricht, und der offiziellen Verbindung einer solchen Identifikationsfigur mit einem Verein. Für diesen Schritt werden zunächst der Verein VfL Bochum 1848 in seinen internen Strukturen vorgestellt und die Aufgaben des Aufsichtsrates erklärt. Zuletzt werden Gründe ermittelt, die für eine offizielle Verzahnung von Frank Goosen und dem VfL Bochum 1848 sprechen.

4.2. Die Verknüpfung von Marke und Person: Das Imagetransferpotential als Voraussetzung für Strategien zur Personalisierung

Der VfL Bochum 1848 ist in seiner Rechtsform ein eingetragener Verein und hat damit, wie seine Satzung besagt, folgende Organe: die Mitgliederversammlung, den Aufsichtsrat, den Vorstand, den Ehrenrat und den Wahlausschuss (VfL Bochum 2011: Satzung, §14). Schon unter Frank Goosens Mitarbeit wurde die Satzung im Laufe des letzten Jahres einer Modifizierung unterzogen und Mitte Oktober 2011 in erneuerter Form vorgestellt (VfL Bochum, 19.10.2011).

Als oberstes Beschlussorgan des Vereins ist es der Mitgliederversammlung vorbehalten, einen Aufsichtsrat zu wählen, der wiederum den Vorstand des Vereins bestellt und ihm gegenüber den Verein und die Vereinsinteressen vertritt (VfL Bochum 2011: Satzung, §18). Die Amtsdauer des Aufsichtsrates, die sich zunächst auf fünf Jahre belief, wurde in der modifizierten Satzung auf vier Jahre gesenkt. Eine Wiederwahl ist möglich (VfL Bochum 2011: Satzung, §14). Gewählt wird der Aufsichtsrat durch die Mitgliederversammlung, nachdem eine Findungskommission, eingangs ein Wahlausschuss, zuvor passende Personen für die Kandidatur vorgeschlagen hat (VfL Bochum 2011: Satzung, §18(1a)).

Zu den Aufgaben des Aufsichtsrates, der aus mindestens fünf und maximal neun Personen bestehen muss, gehört es, die Geschäftsführung des Vereins zu überwachen.

Dazu bestellt der Rat unter anderem einen Wirtschaftsprüfer, um den vom Vorstand erstellten Jahresabschluss und den Lagebericht prüfen zu lassen (VfL Bochum 2011: §18(3)). Zudem genehmigt er den Finanzplan des Vorstandes, und muss Ausgaben bewilligen, die über diesen Ansatz hinausgehen (VfL Bochum 2011: §18(4)). Auf finanzieller Ebene hat der Aufsichtsrat damit die Verfügungsgewalt über das ökonomische Kapital des Vereins und ist somit als Machtinstantz auf dem sportlichen Feld anzusehen, auf dem damit auch Frank Goosen eine dominante Position in diesem relativ autonomen gesellschaftlichen Teilbereich innehat.

Frank Goosen wurde in der Jahreshauptversammlung am 4. Oktober 2010 zum Aufsichtsratsmitglied des VfL Bochum 1848 gewählt (vgl. VfL Bochum, 5.10.2010). Nachdem sein Vorgänger Dieter Bongert als Mitglied des Gremiums zurückgetreten war, schlug der Wahlausschuss der Mitgliederversammlung Frank Goosen als Kandidaten vor. Ihn überhaupt vorzuschlagen, untermauert das symbolische Kapital, das sich Goosen als literarischer Autor und bekennender VfL-Fan auch auf dem sportlichen Feld bereits zuvor angeeignet hatte. Ebenso zeigt sich sein soziales Kapital durch das Ansehen im Wahlausschuss. Durch die erfolgreiche Wahl – er wurde mit großer Mehrheit in das Gremium gewählt (vgl. ebd.) –, manifestiert sich zudem sein symbolisches Kapital innerhalb der breiten Masse der Mitglieder, die letztendlich die Wahl bestätigen musste.

Seit dem 4. Januar 2011 ist Goosen zudem stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender. In dieser Position, die alle zwei Jahre wechselt, kommt ihm eine Machtposition innerhalb des Gremiums zu, denn die Satzung besagt, dass bei einer Stimmengleichheit in einem Abstimmungsverfahren stets das Votum des Aufsichtsratsvorsitzenden entscheidet und in dessen Abwesenheit das des Stellvertreters (VfL Bochum 2011, Satzung, §18(5)).

Neben Frank Goosen besteht der Aufsichtsrat des VfL Bochum 1848 aus dem Vorsitzenden Ernst-Otto Stüber, dem ehemaligen Oberbürgermeister der Stadt Bochum, sowie vier weiteren Mitgliedern. Prof. Dr. Klaus-Peter Schütt ist Wirtschaftsprofessor und Gesellschafter von Wirtschaftsunternehmen, Axel Treffner ist als Diplom-Ökonom Vertreter eines VfL-Fanclubs, Hans-Peter Villis ist Vorstandsvorsitzender der EnBW und Bernd Wilmert ist in der Energiewirtschaft tätig, unter anderem für die Stadtwerke Bochum (VfL Bochum, Vereinsorgane). Paragraph 4, Absatz 1 der Satzung besagt: „Mit Ausnahme des hauptamtlichen Vorstandes (§19) erhalten die Mitglieder der Organe des Vereins und seiner Gremien für die Erfüllung ihrer satzungsmäßigen

Aufgaben keine Vergütung“. Der gesamte Aufsichtsrat arbeitet entgeltlos, ist folglich nicht auf der Suche nach privatem ökonomischem Kapital, sondern nach ökonomischen Profiten nur im Sinne des Vereins.

Hans-Peter Villis stellt dem VfL Bochum 1848 vor allem seine wirtschaftlichen und unternehmerischen Kompetenzen sowie sein breites Netzwerk an Kontakten in der Industrie zur Verfügung, sprich sein inkorporiertes sportliches und soziales Kapital (vgl. VfL Bochum, 17.12.2010). Auch Bernd Wilmert sieht die Hauptaufgabe des neuen Aufsichtsrates in der Akquise von neuen finanzstarken Partnern (vgl. VfL Bochum, 16.12.2010). In einem Vergleich der Anforderungen, die sich dem Aufsichtsrat durch die Satzung stellen mit den Voraussetzungen sowie wirtschaftlichen Erfahrungen der Aufsichtsratsmitglieder, kann ohne Frage festgestellt werden, dass Frank Goosen mit seiner Vorgeschichte als literarischer Autor eine Sonderposition innehat und die Gründe für seine Wahl zumindest nicht wirtschaftlicher Natur, sondern auf seine Popularität zurückzuführen sind.

In Zeiten der Informationsüberladung haben es Marken und Unternehmen, auch Sportvereine, schwer, Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Dies gelingt ihnen besser durch den Prozess der Personalisierung, das Verknüpfen der Marke mit einer Person (vgl. Schierl 2007b: 294). Unter dem Stichwort *Celebrity Endorsement* verfolgen Unternehmen dabei das Ziel, Merkmale des Prominenten auf sich zu übertragen. Die prominenten Werbeträger fungieren dabei gleichsam als kulturelle und ökonomische Mittler zwischen der Marke und der Öffentlichkeit (vgl. Ringlstetter 2007: 126f). Zwar beziehen sich diese Stichworte meist auf klassische *Testimonial*-Werbung in der Wirtschaft, können jedoch für den Zusammenschluss vom VfL Bochum und Frank Goosen ebenso herangezogen werden, da Goosen als Identifikationsfigur wie ein Werbe-*Testimonial* für den Verein steht und ihn repräsentiert.

Die Verbindung zwischen einem Unternehmen und einem Prominenten fördert „Orientierung, Identifikation, Transzendenz, Unterhaltung und Integration“ (Schierl 2007a: 158). Hier zeigt sich der Unterschied zwischen einem simplen ‚Promi-Fan‘, einer öffentlichen Person, die sich öffentlich zu ‚seinem‘ Fußballverein bekennt, und einem offiziellen Vertreter von eben diesem Verein. Bestenfalls verkörpern Prominente mit ihrer Glaubwürdigkeit, Zielgruppenaffinität, Sympathie und Bekanntheit das Image der jeweiligen Marke, hier, des VfL Bochum 1848. Ihre starke Persönlichkeit sollte dabei positive und authentische Attribute vermitteln, damit dauerhaften Erfolg sichern und die Marke langfristig stärken (vgl. Schierl 2007b: 296ff). Personalisierungen rufen

Emotionen hervor, denn sie geben dem Verein eine persönliche Note und sind demnach genau für das wichtigste Vereinsziel verantwortlich: die Steigerung der Identifikation und des emotionalen Kapitals (vgl. Schierl 2007a: 161).

So ist der Verein auf Personen angewiesen bzw. greift auf jene zurück, die die meist in einer langen Geschichte gewachsenen, vereinspezifischen Werte und Grundnormen des Vereins kennen und mittragen [...]. So spielen Vertrautheit mit den Besonderheiten der jeweiligen Vereinskultur und persönliche Bekanntheit bei einer erfolgreichen Tätigkeit eine mindestens ebenso große Rolle wie die fachliche Qualifikation (Heinemann 2007: 283).

Für den VfL Bochum 1848 ist die Verbindung zu Frank Goosen besonders erfolgversprechend. „Für einen effizienten und erfolgreichen Imagetransfer ist eine geeignete Kombination der Merkmalsausprägungen des Prominenten und der Marke erforderlich“ (Ringlstetter 2007: 127). Durch die bereits herausgearbeiteten Parallelen, das hohe symbolische Kapital im Ruhrgebiet, die Verkörperung derselben Werte sowie die symbolische Kapitalakkumulation durch Authentizität ist Goosen auch ohne seine Tätigkeit als Aufsichtsratsmitglied bereits ein idealer öffentlicher Imageträger für den Verein und eine potentielle Identifikationsfigur für Fans und Mitarbeiter. Der Wahlausschuss erkannte dies im literarischen Feld schon beschriebene Imagetransferpotential und schlug Goosen letztendlich für das offizielle Funktionärsamt vor. Durch eine Verbindung von Marke und Person übertragen sich die jeweiligen Werte von der einen auf die andere Seite. Im Fall von Goosen und dem VfL führt eine ohnehin gleiche Wertausrichtung dabei zu einer gegenseitigen Stärkung der jeweils eigenen Identität.

Auf Seiten der Prominenten ist die Affinität zur Marke von besonderer Wichtigkeit, denn schließlich geben sie der Marke ein Gesicht und dienen als Identifikationsfiguren (Ringlstetter 2007: 127). Diese Markenaffinität ist bei Goosen in jedem Falle gegeben. Sowohl in seinen literarischen Werken und Aufsätzen als auch bei seinen kabarettistischen Aufführungen betont er seine Vorliebe für den VfL. Gegenüber den *Potsdamer Nachrichten* erklärt er einen Monat nach seiner Wahl in den Aufsichtsrat:

Den Ausschlag hat gegeben, dass ich das auch ein bisschen als Ehre empfinde. Ich habe mit acht Jahren zum ersten Mal mit meinem Vater im Ruhrstadion gestanden, und heute sitze ich beim VfL im Aufsichtsrat. Das finde ich schon toll (Hermanns, *Potsdamer Nachrichten*, 15.11.2010).

Ehre und Ansehen, ergo symbolisches Kapital, bestimmten seine Entscheidung. Ökonomisches Kapital spielte keine Rolle, schließlich arbeitet Goosen entgeltlos. Später werden noch kritische Äußerungen von Goosen gegenüber sportlichen Öffentlichkeiten zu sehen sein, die er über das Vorgehen auch in der Führungsetage geäußert hat. Als ein Argument für seinen eigenen Einstieg in diese Ebene benennt er

daher zudem: „Und ich wollte mich auch nicht dem Vorwurf aussetzen: Meckern kann er, aber wenn es darauf ankommt, kneift er“ (ebd.). Damit zeigt Goosen sein Verantwortungsbewusstsein gegenüber dem Verein. Verantwortungsbewusstsein, symbolisches Kapital und die Macht über Veränderungen bei ‚seinem‘ Fußballverein mit zu entscheiden sind laut Goosen seine Interessen an dem Amt.

5. Die Symbiose aus Fußball und Literatur: Eine gegenseitige Befruchtung zweier gesellschaftlicher Felder

Mit dem Wissen um die Position von Frank Goosen auf dem literarischen Feld, die des VfL Bochum 1848 auf dem sportlichen Feld und die stimmigen Images von Goosen und dem Verein widmet sich dieses Kapitel der Fragestellung, inwieweit sich Literatur und Fußball im Allgemeinen sowie die literarischen Tätigkeiten von Frank Goosen und dem VfL Bochum 1848 im Konkreten gegenseitig beeinflussen. Durch die Homologien, die Bourdieu zwischen gesellschaftlichen Feldern ausmacht, wird zunächst Frank Goosen als Literat in seinem sportpolitischen Amt auf dem Sportfeld positioniert.

Anhand seines vorgefertigten Habitus und seines inkorporierten kulturellen sowie sportlichen Kapitals gilt es, ihn zunächst *vor* der Wahl zum Aufsichtsrat zu verorten, daraufhin seine Position *während* der Diskussion um ihn als Kandidaten für den Posten festzuhalten sowie seine Entwicklung im Funktionärsamt *nach* der Wahl zu dokumentieren. Anschließend wird auf seine verbal-diskursive Inszenierung in der medialen Sport-Berichterstattung eingegangen. Diese Analyseschwerpunkte verorten ihn auf dem sportlichen Feld. Ein letzter Schritt geht schließlich auf direkte Symbiosen zwischen Fußball und Literatur ein. An welchen Punkten machen sich Auswirkungen seines Sportamtes in seiner literarischen und kabarettistischen Darstellung bemerkbar?

Um externe Bewertungskriterien einfließen lassen zu können, wird zusätzlich zur Online- und Print-Berichterstattung, die abermals die Basis der folgenden Analyse ausmacht, auch auf Blogeinträge zu eben diesen Artikeln eingegangen. Der Fokus liegt dabei auf der Online-Plattform *derwesten.de*, da sie zum einen von Frank Goosen mehrfach für eigene und für Vereinsinteressen genutzt wird und da sie als Online-Portal die Möglichkeit zu unmittelbaren Reaktionen von Seiten der Leser bietet. Zum anderen steht sie repräsentativ für ein typisches Medium, das Frank Goosens Position als regional im Ruhrgebiet verankerter Autor sowie seine Rolle beim ebenfalls regional

betonten VfL Bochum 1848 kontinuierlich verfolgt und dokumentiert. Es bleibt zu beachten, dass die genannten Blog-Einträge punktuelle und individuelle Aussagen Einzelner sind, die nicht auf die breite Masse und erst recht nicht auf weitere offizielle Vereinsvertreter übertragbar sind. Dennoch bilden sie ein repräsentatives Meinungsbild einer heterogenen Zielgruppe.

In einem ersten Schritt gilt es aber, Goosens Habitus und sein bisher akkumuliertes Kapital für das Sportfeld zu analysieren. Darunter fällt die regionale und teils bundesweite mediale Berichterstattung zu Goosens sportpolitischen Voraussetzungen, die ihn bereits vor der Wahl zum Aufsichtsrat mit symbolischem Kapital auf dem Sportfeld ausgestattet hat. Als neues zu untersuchendes Medium kommt auch die vereinseigene Homepage des VfL Bochum 1848 ins Spiel, deren Berichterstattung ebenfalls einen Eindruck von Goosens Stellenwert für den Verein und auf dem sportlichen Feld allgemein liefert.

5.1. Frank Goosen in seiner sportlich-medialen Funktion: Interessenskonflikte in der Dreifachrolle als Fan, Literat und Aufsichtsrat

Für seine Wahl in den Aufsichtsrat bringt Frank Goosen bereits habituelle Fähigkeiten und Kapitalien mit. Diese Voraussetzungen kann er in seine Tätigkeit für den Verein einbringen. Sein soziales Kapital manifestiert sich in seinem privaten bürgerlichen Umfeld seiner Heimatstadt sowie den höheren Kreisen Bochums durch seine Tätigkeiten im Kultursektor. Institutionalisiertes und inkorporiertes Bildungskapital hat er sich durch sein Studium und seine Erfahrungen als Literat gesichert, gleichzeitig konnte er inkorporiertes sportliches Kapital durch sein Fan-Dasein und sein generelles Interesse an Fußball erwerben, das sich sogar in literarischen Werken wie *Weil Samstag ist* und seinen Fußball-Kolumnen objektiviert hat. Das Generieren von symbolischem Kapital auf dem Sportfeld, sowie die Erweiterung des sportlich inkorporierten und sozialen Kapitals, unter anderem durch Kontakte zu Sportjournalisten, geht damit einher.

Als Fan des VfL Bochum 1848 steht ihm zudem soziales Kapital rund um den Verein zur Verfügung. Darunter fallen auch Fanmeinungen und -ansichten, denen er als VfL-Anhänger im Fanblock ausgesetzt ist. Zur selben Zeit hat er sich durch das Miterleben von Höhen und Tiefen, sportlichen Highlights und Niederlagen inkorporiertes sportliches Kapital über den Verein angeeignet und sich den

Vereinshabitus bewusst gemacht. Als Fan bringt er vor allem emotionales Kapital und damit ein Charakteristikum mit auf das Sportfeld, das aus Fan- und Vereinssicht hoch geschätzt wird.

Frank Goosen verfügte als literarischer Autor und ‚Edel-Fan‘ des VfL damit bereits über symbolisches Kapital auf dem Sportfeld. Der VfL hat dieses Kapital auch schon für Presse- und PR-Zwecke genutzt, als Goosen noch kein offizielles Amt für den Verein bekleidete. Darunter fallen unter anderem Ankündigungen für Auftritte von Goosen im TV, zum Beispiel für eine Zusammenfassung von seinen Live-Programmen, die auf dem Sportsender *DSF*, heute *Sport1*, gezeigt werden sollen. Die Homepage des VfL Bochum 1848 schreibt: „Unser Stadionheftkolumnist erobert die Flimmerkiste“ (VfL Bochum, 19.4.2009), und zusätzlich wurde noch auf einen Besuch von Goosen beim Fußballmagazin *Bundesliga aktuell* hingewiesen. Des Weiteren verkündete die Homepage, dass Goosen Gast beim ZDF-Magazin *Volle Kanne* (vgl. VfL Bochum, 14.7.2010) wäre und beim Zeltfestival Ruhr auftreten würde, wo er „in seinem exklusiven Programm VfL-Relevantes zum Besten“ gibt (VfL Bochum, 28.8.2009).

Deutlich wird hier der VfL-Bezug, den Goosen mit seiner Literatur herstellt und der dadurch für die Außendarstellung des Vereins ebenfalls von Interesse ist, denn Goosens Live-Programme beinhalten immer auch Kommentare zum Bochumer Fußball. Daher verwundert auch eine Ankündigung für eine Preisnominierung nicht: „Der Kolumnist unseres Stadionmagazins ‚Mein VfL‘ ist für den Deutschen Fußball-Kulturpreis 2009 nominiert. *Weil Samstag ist* [eigene Kursivierung, A.J.] wurde als Fußballbuch 2009 vorgeschlagen“, (VfL Bochum, 16.7.2009). In dem Buch finden sich einige Texte, die zuvor im VfL-Stadionmagazin veröffentlicht wurden. Hier sind erste Knotenpunkte von Literatur und Fußball zu sehen. Die Homepage des VfL verlinkt zudem auf Goosens private, literarische Homepage. Gegenseitig unterstützen sie sich somit beim Generieren von symbolischem Kapital auf unterschiedlichen Feldern.

Zudem veröffentlichte Goosen einen kurzen Kommentar zur sportlichen Situation im Januar 2009 auf der Homepage, in dem er begründete, warum der VfL in jener Saison nicht absteigen würde. „Irgendwas muss in dieser Stadt doch erstklassig sein! ‚Wir wählen die Hoffnung‘, hat Barack Obama gesagt. Wir auch. Ja, wir können“ (VfL Bochum, 25.1.2009). Das emotionale Kapital, das Goosen als Fan verkörpert, nutzt der VfL hier, um dem gesamten Verein eine Jetzt-Erst-Recht-Stimmung einzuflößen. Goosens emotionales Kapital soll folgerichtig den Verein und Fangruppen anstecken.

Ein weiterer Artikel auf der Homepage wies auf eine Lesung der beiden VfL-Spieler Philipp Bönig und Oliver Schröder sowie von VfL-Vorstand Thomas Ernst hin, die die von Frank Goosen verfassten „Zehn Gebote des Fußballs“ den Fans präsentierten (vgl. VfL Bochum, 27.4.2009). Diese Kombination aus Literatur und Fußball verdeutlicht, dass auch durch die Literatur emotionales Kapital erzeugt werden kann und beschreibt damit ein gegenseitiges Befruchten beider Felder. Durch Frank Goosens symbolisches Kapital auf dem literarischen Feld wurde er gleichsam eine interessante Presse- und PR-Figur für den VfL Bochum 1848 auf dem Sportfeld.

So wie Frank Goosen auf dem literarischen Feld symbolisches Kapital durch die Literaturkritiken der medialen Berichterstattung generiert hat, so wird ihm auch auf dem sportlichen Feld symbolisches Kapital durch die medialen Öffentlichkeiten zugesprochen. Seine Kolumnen in angesehenen Sportmedien wie dem *kicker* oder bei *11Freunde* haben ihm dabei bereits symbolisches Kapital als Fußballexperte und VfL-Anhänger geliefert und ihn außerdem mit sozialem Kapital und inkorporiertem sportlichem Kapital über die Sportmedien-Branche ausgestattet. Das Magazin *11Freunde* steht mit einer alternativen Berichterstattung dabei für klassischen Pop-Journalismus (vgl. Jacke 2007: 324). Es beschäftigt sich mit dem Fußball als einem Pop-Phänomen, auf das im späteren Verlauf dieser Arbeit noch eingegangen wird.

Als prominenter VfL-Fan hat Goosen einen Vorteil gegenüber anderen Fans: Er kann eine mediale Plattform nutzen, um angehört zu werden. Und von diesem Privileg hat er vor allem für kritische Äußerungen gegenüber seinem Verein Gebrauch gemacht. Auf der Internetseite der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ)*, dem Online-Portal *derwesten.de*, veröffentlichte Goosen nach dem Abstieg des VfL Bochum 1848 aus der ersten Liga im Mai 2010, rund ein halbes Jahr vor seinem Amtsantritt in den Aufsichtsrat, einen Fanbrief an die Führung des Vereins. Der Artikel mit dem Titel „Gebt uns unseren Verein zurück“ wurde anschließend bei weiteren Sportmedien, unter anderem bei *11Freunde Online*, publiziert.

In dem Brief beschwert sich Frank Goosen über einen Entfremdungsprozess, der zwischen Fans und Verein stattgefunden hat. „Dieser Verein macht schon lange keinen Spaß mehr“, sagt er. Es gebe „immer weniger Herzblut“ und es werde alles transportiert, „nur keine Emotion“ (Goosen, *derwesten.de*, 10.5.2010). Zudem fehle es an einer „emotionalen Identifikationsfigur“. Nach den sportlichen Niederlagen klagt er demnach auch über den Mangel an emotionalem Kapital. Der VfL würde sich zunehmend – auch sportlich – mit einer Mittelmäßigkeit zufrieden geben, und damit die

Illusio des Sportfeldes, das Streben nach Siegen, missachten. Zugleich übt Goosen Kritik an der Vereinspolitik, die einen Biersponsor zu wechseln gedenkt: „Und jetzt wollen sie uns auch noch unser Bier wegnehmen. Kein Fiege-Pils mehr im Stadion“, so Goosen. Eine andere Marke könne man aber nicht akzeptieren, denn „[e]s ist einfach nicht unseres“ (ebd.). Damit spricht Goosen ein Kernproblem an: Identifikation.

Sicher, der VfL braucht jeden Euro, zumal in der zweiten Liga. Aber was dieser Verein noch sehr viel dringender braucht ist eine Identität, eine Idee, hinter der man sich versammeln kann und die die Basis fürs Überleben darstellt [...]. Er braucht auf allen Ebenen Personal, das diese Idee verkörpert und dafür kämpft (ebd.).

Goosen fordert einen Neuanfang, und „der beginnt ganz oben, beim Aufsichtsrat“ (ebd.). Aus seiner Position als Fan mit hohem symbolischen Kapital sowie sozialen Kontakten und inkorporiertem sportlichem Kapital heraus schreibt sich Goosen folglich selbst genug Machtpotential zu, um diese Kritik an der Vereinsführung öffentlich zu äußern. Er fordert auf allen Ebenen eine Steigerung des emotionalen Kapitals, das aus Vereins- und Fan-Sicht wohl doch einen höheren Stellenwert hat als das sportliche Siegeskapital. Selbst die Akquise von ökonomischem Kapital rückt er dafür in den Hintergrund. Dass er selbst ein Teil dieses Umbruchs beim VfL Bochum 1848 wird, weiß er zu diesem Zeitpunkt noch nicht.

Anhänger des Vereins reagieren auf den Artikel von Frank Goosen umgehend mit Blogeinträgen. Bei *derwesten.de* ist die Resonanz dabei durchweg positiv. Beispielsweise schreibt *Malubo*: „Super Artikel! Genauso ist es (leider)... Beim VFL muss sich einfach etwas ändern und zwar überall auch ganz oben!“ (Goosen, *derwesten.de*, 10.5.2010)²⁹ und *VfL Colonia* sagt: „Es ist so als hätte Frank Goosen meine Gedanken gelesen...mit dem Unterschied das er sich eleganter ausdrücken kann“ (ebd.). *So viel Zeit* geht einen Schritt weiter und behauptet: „Hier zeigt sich wieder mal: Du bist einer von uns – wir sind wie Du. Ruhrpott eben!“ (ebd.). Goosen hat mit seinen Anmerkungen sein emotionales Kapital ausgespielt und das Fanherz getroffen.

Gleichzeitig initiiert er damit selbst seinen wachsenden Einfluss im Verein. Die ersten Fans wie *bochumer94* fordern: „Ich rufe alle echten VFL Fans auf diesen artikel an die geschäftsstelle weiterzuleiten“ (ebd.), ebenso *Kingdingeling*: „Ich will doch sehr hoffen, dass dieser Text den Aufsichtsratsmitgliedern vorliegt???“ (ebd.). Die Forderungen gehen sogar so weit, dass *von dem, der immer noch im Glashaus sitzt* schreibt: „gebt Herrn Goosen DIE Macht!!!“ (ebd.) und *1848IsDochGlattGelogen*

²⁹ Im Folgenden werden alle Blogeinträge dem Original identisch entnommen, inklusive fehlerhafter Ausdrucksweise. Um die Pseudonyme der Autoren zu verdeutlichen, die in den öffentlichen Foren gebraucht werden, wird hier eine Kursivschreibung gewählt.

behauptet: „Mit diesem Artikel hast Du u.a. Dich selbst für eine führende Rolle im Verein ins Spiel gebracht“ (ebd.). Frank Goosen wird zu der Identifikationsfigur gemacht, die mit symbolischem und emotionalem Kapital die Fanseite repräsentiert. Damit steht eine große Basis hinter ihm und er wird zum Fanbotschafter. Sowohl als Fan als auch als Literat hat er dementsprechend Macht auf dem Sportfeld und die Hoffnung auf bessere Zeiten innerhalb des Vereins projiziert sich auf ihn.

Als der Name Frank Goosen dann tatsächlich in einem Atemzug mit dem frei gewordenen Posten als Aufsichtsrat genannt wird, löst er ein Medienecho aus, das seine Person auch kritisch behandelt. Zwar bringt er symbolisches und emotionales Kapital mit in das Amt, dennoch wird nach seiner fachlichen Qualifikation gefragt. Goosen selbst sagt: „Meine fußballerische Kompetenz ist nicht höher als die der meisten anderen Stadionbesucher. Ich bin schlecht darin, das Spiel zu lesen, weil ich dabei viel zu emotional bin“ (Eckardt, WAZ, 28.9.2010). Er betont selbst einen Mangel an inkorporiertem sportlichem Kapital, bringt dafür aber emotionales Kapital mit. Ebenso wenig verfügt er über ökonomisches Kapital: „Ich habe keine wirtschaftliche Kompetenz und außer von meinen eigenen von Finanzen keine Ahnung“ (Pohl, 11Freunde, 8.9.2010).

Demnach fragen die Medien nach den Motiven des VfL, Goosen zu nominieren, und gleichzeitig nach Goosens Zielen in seiner Tätigkeit. „Nun, ein bißchen glaube ich mich auszukennen mit dem Thema: Wie stellt man sich nach außen dar (...). Dies kombiniert mit meiner Leidenschaft für den Fußball, versuche ich dann in Zukunft in die Vereinsarbeit einzubringen“, so Goosen (ebd.). Damit erfüllt Goosen als Funktionär die Werte, die er selbst in dem offenen Brief in der WAZ ein halbes Jahr zuvor bei der Führungsriege vermisste.

Dem Verein bietet er vor allem sein symbolisches Kapital an, dessen er sich auf dem literarischen *und* auf dem sportlichen Feld bewusst ist. „Meine Glaubwürdigkeit ist mein hohes Gut“, sagt er kurz vor der Wahl in den Aufsichtsrat (Eckardt, WAZ, 28.9.2010). „Ich bin nicht auf den Mund gefallen“ (ebd.), sagt er und verspricht: „Ich werde versuchen, dass ich die Dinge, die ich in der Vergangenheit auch schon kritisch angemerkt habe, als Diskussion in das Gremium hineintrage“ (Pohl, 11Freunde, 8.9.2010). Er wird somit weiterhin das emotionale Kapital der Fans verkörpern und im weitesten Sinne auch deren Interessen vertreten. Dies möchte er mittels seines symbolischen Kapitals erreichen, denn Gremien-Politiker, so er selbst, war er noch nie (Droll, bild.de, 3.9.2010).

Kritische Stimmen hinterfragen dennoch die Aufsichtsratswahl. Gerade in seiner Rolle als „Chefkritiker von Aufsichtsrat und Vorstand“ (Eckardt, WAZ, 2.9.2010) steht Goosen nun selbst in der Verantwortung. „Es wird spannend zu beobachten sein, wie sich der renommierte und von vielen Fans akzeptierte Kritiker Goosen in seiner neuen Funktion schlagen wird“ (ebd.). Die *taz* fragt sogar provokant: „Stütze oder Krücke? Ein Kritiker soll Aufsichtsrat des VfL Bochum werden“ (Pauler, taz, 3.10.2010) und bemerkt herausfordernd: „Vermutlich muss man Kabarettist sein, um auf eine derart abwegige Idee zu kommen“ (ebd.).

Nicht selten wird auch vermutet, der VfL hole sich Goosen in die Führungsetage, um ihn und eine mit ähnlichen Ansichten wie Goosen ausgestattete Opposition ruhig zu stellen. Goosen weist diesen Vorwurf von sich: „Die denken, die holen Goosen ins Boot um ihn mundtot zu machen. Ist nicht so. Feststeht: Ich bringe kein Geld mit, aber Ideen“ (Droll, bild.de, 3.9.2010). Seine Person als Fan weist zwar Identifikationspotential auf, er ist jedoch nicht unumstritten.

Dasselbe Bild spiegelt sich in Fanmeinungen wider, die zur möglichen Wahl Goosens in den Aufsichtsrat geäußert werden. *Jo1904* fragt: „[D]ie Zukunft heisst: nicht nur Kritik üben, sondern auch mal einstecken. Kommst Du damit klar Frank?“ (Eckardt, derwesten.de, 2.9.2010). *freddie10000* sagt: „Aber Hallo, Herr Goosen. Ich hoffe das haben sie sich sehr gut überlegt. Denn da gibt es auch eine Menge zu verlieren für sie“ (ebd.). Und *Aufstiegs-Supporter 10/11* fasst zusammen: „Es wird viele Gelegenheiten geben, für die unterschiedlichsten Interessengruppen den Buhmann zu geben. Glück auf und ein gesundes Rückgrat !!“ (ebd.). Der Problematik um die Interessenskonflikte ist sich die Öffentlichkeit bewusst.

Als Komiker sei Goosen völlig fehl am Platze, sagt *loquausb* (Ritter, derwesten.de, 3.10.2010). *Lulu* reagiert auf Goosens Kritik an einigen Fans „wäre das vor ein paar wochen gewesen,als er noch kein angebot vom verein hatte,hätte er noch applaus gegeben. So finde ich das sehr bedenklich“ (ebd.) und *Altmeister* fühlt sich von Goosen sogar „genervt“: „Man gewinnt den Eindruck, dass er über den VfL in die Schlagzeilen kommen will, um seiner stockenden Karriere neuen Schwung zu geben“ (ebd.). Wird er zum einen für seinen Mut und sein emotionales Kapital gelobt, sehen andere ihn als käuflich und eigennützig. Schon vor seiner Wahl sieht er sich demnach verschiedenen Interessenskonflikten ausgesetzt. Jedoch beziehen sich die kritischen Stimmen, die sich gegen ihn richten, nicht auf ihn als Literaten. Seine Zwickmühle ist nicht seine Situation als literarischer Autor, sondern seine Position als Fan allgemein.

Trotzdem tauchen auch positive und fast begeisterte Stimmen auf. *IhrmachtnurdenVereinkaputt!* sagt: „Der erste Schritt seit Jahren in die richtige Richtung. Mein Respekt, Frank, dass du dich für einen Aufgabe entscheidest die dich eher keine Win-Situation mit sich bringt“ (ebd.), *anigerelse* sagt nur: „Vorbildlich, couragiert!!!“ (ebd.), und *mistermajestix* sieht mit Goosen die perfekte Wahl zur Außendarstellung des Vereins gekommen, denn „[v]ielleicht kann er ja das typische Ruhr(s)pöttliche einbringen und Verantwortliche dazu bewegen damit wenigstens bei den Fans zu punkten“ (N.N., derwesten.de, 7.9.2010). Er überzeugt durch seinen Einsatz sowie sein Image als regional verankerter Autor, das dem VfL nutzen könnte.

Über seine Wahl in den Bochumer Aufsichtsrat berichtete abermals eine Bandbreite heterogener Medien. Sowohl lokale Tageszeitungen wie die *WAZ*, überregionale Tageszeitungen wie die *Potsdamer Nachrichten* oder die *Augsburger Allgemeine* und bundesweite Qualitätszeitungen wie die *taz*, die *FTD* oder *Die Welt* griffen das Thema auf. Diese Qualität und Quantität zeigt das Potential, das ein solches Thema für die Medien mit sich bringt. Und obwohl Goosen auf dem Feld der Sportfunktionäre Neuland betritt, verfügt er damit über mediale Macht, die allein durch sein symbolisches Kapital auf beiden Feldern Aufmerksamkeit erzeugt.

Als Ziel und Aufgabe seines Postens konnte die verbesserte Außendarstellung des Vereins identifiziert werden. Sein soziales, symbolisches sowie inkorporiertes sportliches Kapital über die Sportmedienbranche haben zu dieser Funktionsbestimmung beigetragen. Ebenso und insbesondere aber das emotionale Kapital, das er verkörpert. Gegenüber anderen Aufsichtsratsmitgliedern, die eine wirtschaftlich-finanzielle Funktion beim VfL Bochum 1848 innehaben, geht Goosen damit eine sportlich-mediale Funktion ein, in der er sich insbesondere für die Verbesserung des Verhältnisses zwischen Fans und Führungsebene einsetzen soll. Seine Aufgabe ist das Generieren von emotionalem Kapital.

5.2. Positive Resonanz für den ‚Funktionär zum Anfassen‘: Frank Goosen im sportlichen Machtfeld

Seine Funktion als Aufsichtsratsmitglied beim VfL Bochum 1848 vermittelt Frank Goosen institutionalisiertes sportliches Kapital, nicht in Form von Titeln und Siegen, sondern durch den Status des Amtes. Er hat damit eine Machtposition auf dem Sportfeld inne und die Möglichkeit, sportliche, wirtschaftliche und finanzielle

Entscheidungen zu treffen. Zudem erweitert er sein soziales Kapital in den sportlichen Kreisen seiner Heimatstadt und über die Grenzen hinweg.

Sein Amt gibt ihm zudem die Legitimation, sich über sportliche Belange in den verschiedenen Medien des Sportfeldes zu äußern. Beispielsweise spricht er über die Jugendarbeit des VfL: „[u]nd in Bochum sind wir jetzt glücklich, dass nach einem langen Entfremdungsprozess endlich wieder drei gebürtige Bochumer im Kader stehen“ (Beckgerd, Westfälische Nachrichten, 26.2.2011). Damit entkräftet er gleichzeitig den Entfremdungsprozess, den er selbst zuvor in dem offenen Brief der WAZ angemerkert hat, und lobt dadurch insgeheim auch seine Arbeit. Außerdem ist seine Expertenmeinung gefragt.

Im *Focus* ist er Zitatgeber zum Thema „Die gefährliche Macht der Fans“ zu hören (Haslauer, Focus Online, 8.8.2010) und spricht über die Vertretung von Fans in Vereinsgremien. Jedoch trat Goosen auch bereits vor seinem Amtsantritt als Aufsichtsrat als Fußball-Experte auf. Ein Zusammenhang zu seinem neuen Amt und damit gewachsenem inkorporiertem sportlichen Kapital ist daher nicht zu sehen.

Seitdem Frank Goosen Mitglied im VfL-Aufsichtsrat ist, gab es schon verschiedene Meilensteine in seiner Karriere. Ein erster Höhepunkt war die Teilnahme am ersten Mitgliederforum des VfL im April 2011. In diesem Forum wurden Mittel und Wege erarbeitet, den Verein aus Mitgliedersicht voran zu treiben. Gemeinsam sollten die Rahmenbedingungen des VfL optimiert werden. Frank Goosen moderierte dazu eine Arbeitsgruppe zum Thema Leitbild und präsentierte die erarbeiteten Ergebnisse auf der Bühne (vgl. VfL Bochum, 11.4.2011). Aufgrund dieser Anregungen wurden daraufhin in einem längeren Prozess der Führungsebene Modifizierungen in der VfL-Satzung erarbeitet und bei der Jahreshauptversammlung im Oktober 2011 präsentiert. Der gesamte Prozess hat Goosen mit weiterem inkorporiertem sportlichem sowie sozialem Kapital ausgestattet.

Zudem war die Vereinsführung des VfL Bochum an verschiedenen Entscheidungen, den sportlichen Bereich betreffend, beteiligt. Anfang Juni 2011 beschloss der Aufsichtsrat, den Vertrag des damaligen Sport-Vorstandes Thomas Ernst nicht zu verlängern, und präsentierte mit Jens Todt unmittelbar einen Nachfolger (vgl. VfL Bochum, 2.6.2011, 3.6.2011). Nach einem sportlich schlechten Start in die Saison 2011/12 wurde des Weiteren die Zusammenarbeit mit Cheftrainer Friedhelm Funkel und Co-Trainer Christoph John beendet, nachdem Aufsichtsrat und Vorstand zuvor

ausführlich darüber diskutiert, analysiert und beratschlagt hatten (vgl. VfL Bochum, 14.9.2011).

An diesen Knotenpunkten zeigt sich die Macht, die Goosen neben dem symbolischen Kapital auch als Entscheidungsträger zusteht. Mit jeder gravierenden Entscheidung wächst sein inkorporiertes, sportliches Kapital. Gleichzeitig prägt sich sein Habitus auf dem sportlichen Feld aus und verfeinert sich. Mit wachsendem Erfahrungsschatz verfestigt sich dadurch seine Position auf dem sportlichen Feld, gleichwohl er dadurch auch weiteren Raum zur Kritik liefert.

Außerdem ist Frank Goosen auch dank seiner sportlich-medialen Funktion bei vielen öffentlichen Terminen sowie vereinsinternen und -externen Veranstaltungen zugegen. Beispielhaft seien hier Festivitäten einer Jubiläumswoche Anfang Oktober 2011 genannt, die aufgrund von 100 Jahren Fußball an der Castroper Straße ausgetragen wurden. Bei diesen Terminen kommt er seiner eigentlichen Funktion, der Außendarstellung des Vereins, nach und erarbeitet sich symbolisches und soziales Kapital im Vereinsumfeld.

In seiner Position als Vereinsfunktionär nutzte Goosen im August 2011 nochmals die Plattform *derwesten.de*, um in einer sportlich brisanten Phase auf die Fans zu reagieren, die zuvor Beschwerden ihm gegenüber geäußert hatten, öffentlich keine Stellung zu beziehen. Goosen hat sich durch sein Amt in genau die gegenüberliegende Position katapultiert, die er etwas mehr als ein Jahr zuvor selbst als Fan im offenen Brief an den Vorstand kritisierte. Aus dieser Stellung heraus schreibt er: „Die Lage unseres Vereins ist katastrophal [...]. Besonders alarmierend sind die Resignation und Lethargie, die sich in der Anhängerschaft breit macht“ (Goosen, *derwesten.de*, 30.8.2011). Ziemlich deutlich werden die ähnlichen Kritikpunkte, die Goosen einmal als Fan und einmal als Aufsichtsrat anspricht. Jedoch fällt ein gewählterer Sprachstil auf. Zudem ist er sich abermals der Problematik um seine Position bewusst:

Mir war damals schon klar, dass es schwierig sein würde, einerseits mitzugestalten und andererseits weiter öffentlich Position zu beziehen [...]. Ich habe meine Arbeit als Aufsichtsrat angetreten, um mitzuhelfen, diesen Verein zu verändern. Die Bretter, die man da bohren muss, sind sehr dick. Außerdem macht man Fehler. Auch ich. Ich beneide jeden, der jetzt keinen Druck empfindet. Ich tue das sehr wohl (ebd.).

Durch diese Äußerungen gelingt Goosen zweierlei: Er demonstriert öffentlich die Problematik, die sich ihm als Fan und Literaten in seinem Amt bietet und bittet durch das Erwähnen indirekt um Verständnis. Gleichzeitig fordert er Zeit. Er verdeutlicht die Verkörperung des noch immer selben Ansatzes, der ihn zum Aufsichtsrat gemacht hat und durch den er in der Fangemeinschaft beliebt ist. Dabei ist er selbstkritisch und zeigt

Verantwortungsbewusstsein, genau die Eigenschaften, die er ein Jahr zuvor beim Aufsichtsrat vermisste und die jetzt die wütende Fangemeinde besänftigen sollen. In einem weiteren Satz fordert er die Fans auf, weiter für ihren Verein zu kämpfen, denn genau das werde auch er aus seiner Position heraus tun.

Die Reaktionen auf Goosens Brief fallen in den Leserkreisen von *derwesten.de* erneut sehr unterschiedlich aus. *Karlkutta* schreibt:

Ich finde es sehr gut das Frank Goosen mit im Vorstand ist und bin sicher er wird, soweit es im möglich ist, sich kritisch äußern wenn es an der Zeit ist. Er ist Fan wie wir und soweit ich mich entsinnen kann hat er immer vielen Fans aus der Seele geredet (ebd.).

Pierre70 reagiert eher enttäuscht und stimmt lediglich in der Aussage über eine katastrophale Lage beim VfL Bochum 1848 überein:

Nach diesem diesem Satz hätte er den offenen Brief auch ruhig beenden können. Denn er besagt nichts, aber wirklich null. Und Herr Goosen scheint wohl auch keine echte Meinung zu haben, geschweigedenn, in der Bewegung, oder gar Lage, zu sein, etwas ändern zu können oder zu wollen (ebd.).

Die Erwartungshaltung an Goosen als Fanvertreter im Funktionärsamt ist groß, und nach einem Jahr hat er zumindest nicht jeden einzelnen Fan von sich überzeugen können. *Rudikarguss* lenkt ein und schreibt:

Er ist ein intellektueller Buchautor und versteht sein Handwerk. Was erwartet Ihr denn? Das er auf alles was sich in seinem Verei bewegt einprügelt???? [...] Wie wärs wenn wir FG einfach etwas Zeit geben und von unserem hohen Ross steigen (ebd.).

Die Schwierigkeit liegt weiterhin darin, sein symbolisches Kapital als Fan und als Autor nun in symbolisches Kapital in seinem Funktionärsposten umzuwandeln.

Durch seine Inszenierung als Aufsichtsrat mit speziellem Fan-Bezug kreiert sich Goosen dennoch eine besondere Position. Er zeigt sich gleichsam als Fan-Vertreter in einem öffentlichen Amt, der Faninteressen in das Gremium hineinträgt und als ‚einer von ihnen‘ der gefragte öffentliche Ansprechpartner ist. Sein Amt als Aufsichtsratsmitglied befähigt Goosen, von offizieller Seite Stellung zu beziehen. Die Plattform *derwesten.de* hat er, wie in einem vorangegangenen Abschnitt gesehen werden konnte, aber auch schon zu Fan-Zeiten durch sein symbolisches Kapital auf dem medialen Feld nutzen können. Sein nun offizieller Posten ist bezogen auf die Mediennutzung demnach von untergeordneter Bedeutung.

Einen bisher letzten Meilenstein bot die Jahreshauptversammlung 2011, die sowohl Vorstand als auch Aufsichtsrat in ihren Ämtern komplett entlastet hat (vgl. VfL Bochum, 18.10.2011). Eine allgemeine Zufriedenheit und Zustimmung für die bisherigen Aktivitäten und Entscheidungen sind daraus zu folgern und damit auch Anerkennung für die bisherige Arbeit von Frank Goosen, die wiederum mit

gesteigertem symbolischem Kapital auf dem Sportfeld und unter den Mitgliedern, die letztendlich über die Entlastung entscheiden, gleichzusetzen ist.

Das Inszenierungsziel Authentizität: Der gemeinsame Nenner von Literatur- und Sportfeld

Die Inszenierung von Frank Goosen als literarischer Autor in den verschiedenen Medien wurde bereits dargelegt. Er präsentiert sich als bodenständiger, ehrlicher und authentischer Schriftsteller, dazu stets als spitzfindiger und ironischer Kabarettist, mit einer Leidenschaft für den Fußball und zeigt sich sowohl in Fußballkleidung als auch als ‚Autor zum Anfassen‘. Nun hat sich seine offizielle Position durch die Bekleidung des Funktionärsamtes seit Ende 2010 geändert und es stellt sich die Frage, ob sich seitdem auch ein Wandel seiner Inszenierungsstrategie vollzogen hat.

Als Funktionär gibt Frank Goosen oftmals einen Einblick in die Gesamtsituation des Vereins: „Der VfL hatte noch nie Vorsprung auf irgendwas, wir stehen immer am Abgrund“ (Beckgerd, Westfälische Nachrichten, 26.2.2011), betont Goosen das Bild des VfL als *Underdog*. Ebenso sagt er: „Der VfL muss viel mehr um seine Fans und Sponsoren buhlen, uns rennt keiner die Tür ein“ (Eckardt, WAZ, 28.9.2010). Beide Aussagen könnten als *Understatement* angesehen werden, belegen aber gleichzeitig seine realistischen Ansichten im umkämpften Fußballfeld des Ruhrgebiets. Der VfL Bochum und auch Frank Goosen in einer Vorreiterposition sind dabei weit entfernt von ambitioniertem, abgehobenem Wunschdenken, sondern bleiben bodenständig und solide.

Frank Goosen als Person betont diese Bodenständigkeit auch durch persönliche Aussagen über sich selbst: „Ich bin als Fan im Block B zu Hause, [aber, A.J.] manchmal muss ich halt auch in den ViP-Bereich“ (Beckgerd, Westfälische Nachrichten, 26.2.2011). Mit diesem Statement hebt er zweierlei hervor: Er ist und bleibt der bodenständige Fan von nebenan, der sich auch von seinem Amt als Aufsichtsrat nicht verbiegen lässt und es bevorzugt, ein Fußballspiel im Fanblock zu verfolgen.

Gleichzeitig zeigt er aber sein Pflichtbewusstsein, trotz dieser, seiner eigentlichen Präferenz, auf die professionellen Ansprüche eingehen zu müssen. „Die Auswärtsspiele nutze ich, um auch mal wieder mit meinen Freunden Fußball zu kucken. Dann sitzen wir bei mir im Fußballkeller mit einem Beamer und trinken Bier und essen Brötchen“ (Langner, Augsburger Allgemeine Online, 28.1.2011). Durch die gleiche

Insenierungsstrategie von sich als Autor sowie als Aufsichtsrat kreiert Goosen weiterhin Authentizität. Er präsentiert sich als der bodenständige Fußball-Fan von nebenan, der sein Amt verantwortungsvoll ausführt, aber in erster Linie Fan des VfL Bochum 1848 bleibt. Durch diese Simplifizierung und Stereotypisierung gelingt Goosen ein weiterer Clou: Er macht es dem Publikum leicht, ihn sich als Mensch vorzustellen. Damit schöpft er sein Identifikationspotential aus und schafft Bindung (vgl. Klöppel 2008: 25).

Kurz nachdem Goosen in den Aufsichtsrat gewählt wurde, fragen die *Potsdamer Nachrichten*, ob er unter so vielen „Schlipsträgern“ überhaupt ernst genommen werde. Seine Antwort lautete:

Ob man ernst genommen wird, hängt vor allem davon ab, was man sagt. Wenn ich die ganze Zeit den Pausenc clown gebe, werde ich auch als Pausenc clown wahrgenommen. Ich habe aber nicht den Eindruck, dass meine Argumente wegen des Berufs, den ich habe, abgetan werden. Mit den Leuten kann man offen reden. Wir sind im Ruhrgebiet. Da wird nicht viel rumgeschwallert. Da ist auch Bums dahinter (Hermanns, Potsdamer Nachrichten, 15.11.2010).

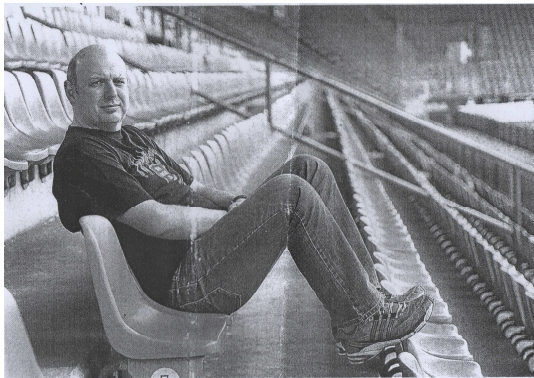
Möglicherweise gerade *weil* es sich um ein ruhrgebietsfernes Medium handelt, führt Goosen das Argument des ehrlichen und direkten Ruhrpottlers auf, der seine Anliegen auf den Punkt bringt. Goosen betont wieder die Ernsthaftigkeit seiner Aufgabe und zeigt durch Verweise auf seine Stärke, die Kommunikation, dass er durchaus in der Lage ist, in Gremiumsdiskussionen seriöse Anmerkungen hervorzubringen. Zum anderen ist er sich des Konfliktes bewusst, den es zwischen ihm als Literaten und Kabarettisten in einem sportpolitischen Amt gibt.

Er bleibt auch bei Fragen zu seinem Funktionärsposten seinem Naturell als unterhaltsamer Komödiant treu. Er sagt, der Posten bringe einige Vorteile und es sei lustig, dass „ich jetzt einen Parkplatz direkt am Stadion habe“ (ebd.). Auf die Frage, ob die Sitzungen des Aufsichtsrates durch sein Mitwirken nun humorvoller seien, antwortet er lediglich: „So völlig humorfrei waren die auch vorher nicht, habe ich mir sagen lassen [...]. Natürlich wird da konzentriert und effektiv gearbeitet, aber ein cooler Spruch ist immer möglich“ (Langner, Augsburger Allgemeine Online, 28.1.2011). Auch hier inszeniert er sich als ‚Sprücheklopfer‘, der die Professionalität und Seriösität seines Amtes schätzt, aber dennoch nicht vor ‚coolen Sprüchen‘ zurückschreckt, und damit seine Persönlichkeit in dieses Amt einbringt. Schließlich sind mit dieser Persönlichkeit nicht nur die aufgezählten habituellen Merkmale verbunden, sondern auch das hohe symbolische Kapital, das es ihm überhaupt erst ermöglicht hat, für ein solches Amt vorgeschlagen zu werden. Erneut gelingt es ihm, ein authentisches Bild von sich zu zeichnen.

Er ist sich der besonderen Stellung bewusst, die er als Kulturschaffender in dem sportpolitischen Amt innehat. In einem Doppelinterview mit Hajo Sommers, Theaterintendant und gleichzeitig Vorstandsvorsitzender des Fußball-Drittligisten Rot-Weiss Oberhausen, spricht Goosen über das Zusammenspiel von Fußball und Literatur, das beide eint:

Fußball ist im Prinzip ein geschlossenes System, eine eigene Welt, in der viele im eigenen Saft schmoren. Einflüsse von außen können da nur gut sein [...]. und was der Fußball mal ganz dringend braucht, ist ein wenig mehr Humor. Außerhalb radikaler Sekten gibt es nur wenig Menschen, die sich so ernst nehmen wie die Leute aus dem Fußball, egal ob Spieler, Trainer, Funktionäre oder Journalisten (Nienhaus, derwesten.de, 4.2.2011).

Indirekt unterstützt er sich selbst damit in seinem Posten. Der Fußball und der VfL brauchen Leute wie ihn: leidenschaftlich, humorvoll, aber dennoch professionell. So zeigt er sich sowohl als Aufsichtsrat wie auch als Autor.



Quelle: Beckgerd, Westfälische Nachrichten, 26.2011.

Ähnlich wie seine verbal-diskursiven Positionierungen ändert sich auch Goosens non-verbale Inszenierung auf Fotos kaum. Wie am Beispiel der *Westfälischen Nachrichten* zu sehen ist, zeigt sich Goosen in Interviews als Aufsichtsrat im Stadion sitzend auf der Tribüne. Diese Inszenierung unterscheidet sich jedoch kaum von der als Schriftsteller. Wie analysiert wurde,

zeigt er sich auch als Autor mit einem starken Fußball-Bezug und präsentiert sich ebenso locker, leger und geerdet wie als Aufsichtsrat. Allein seine Kleidung – Jeans und Turnschuhe – demonstrieren, dass ihn das eher hoch offizielle Amt des Sportfunktionärs nicht verändert. Trotz seiner Funktion zeigt er sich nicht in Anzug und Krawatte. Dadurch untermauert er abermals sein bodenständiges und familiäres Image.

Insgesamt unterscheiden sich Goosens Inszenierungsstrategien als literarischer Autor und als Aufsichtsrat kaum. Sie erzeugen sogar ganz im Gegenteil ein einheitliches Bild von der Person Goosen – als Autor und als Aufsichtsrat. Dadurch inszeniert er Authentizität. Auch als Aufsichtsrat präsentiert er sich bodenständig, ehrlich, nahbar und regional verankert, so gesehen als ein ‚Aufsichtsrat zum Anfassen‘. Sein bereits vorhandenes symbolisches Kapital auf dem Sportfeld haben er und der VfL auch schon vor seiner Wahl für gegenseitige PR-Maßnahmen genutzt und sich dadurch in ihrer Öffentlichkeitsdarstellung gegenseitig begünstigt.

Mit dem Wissen um sein emotionales Kapital als Identifikationsfigur nutzt er vor allem die Plattform *derwesten.de* sowie sein Wissen um Fan-Anliegen, um sich kritisch gegenüber Verein und Vorstand zu äußern. Dies resultiert letztendlich in seiner Aufgabe als Aufsichtsrat: Die Zusammenführung zwischen Führungsetage und Fans voranzutreiben. In seiner sportlich-medialen Funktion ist er dabei für eine positive Außendarstellung des Vereins verantwortlich und verkörpert durch seine authentische Identifikation mit dem Verein das emotionale Kapital, das von jedem anderen Fan, Mitarbeiter, Spieler und Vereinsverantwortlichen erwartet wird. Dabei erweitert das Amt Goosens institutionalisiertes und inkorporiertes sportliches Kapital und erhöht sein soziales Kapital auf dem Sportfeld. Einige Meilensteine in der Entwicklung des Vereins sowie die Entlastung des Aufsichtsrates auf der Jahreshauptversammlung 2011 stärken dabei sein symbolisches Kapital.

Der folgende Abschnitt beschäftigt sich nun mit den direkten Knotenpunkten zwischen Literatur und Fußball. Dazu wird zunächst ein Überblick über wissenschaftliche Theorien zu dem Thema gegeben, wobei auch Bourdieu selbst in *Die feinen Unterschiede* Untersuchungen zum Sport und auch explizit zum Fußball durchgeführt hat. Des Weiteren werden Goosens literarische Tätigkeiten seit seiner Zeit als Aufsichtsratsmitglied in den Blick genommen und schließlich unmittelbare Verknüpfungen von seiner Literatur und dem VfL Bochum 1848 dargelegt.

5.3. Das produktive Zusammenspiel zweier Pop-Phänomene: Die Heteronomie von Fußball und Literatur

Der Fußball sah sich in den letzten Jahrhunderten einem starken Wandel ausgesetzt. Gehörte er in seinen Anfängen zu den Vergnügungen der Elite, hat er sich durch einen Prozess der Popularisierung zum Massensport entwickelt (vgl. Schmidt 2002: 23). Wie Boxen, Ringen oder Rugby ordnet Bourdieu auch den Fußball der breiten Schicht des Volkes zu (vgl. Bourdieu 2006: 44). Durch den Massencharakter hat er zudem an Exklusivität verloren und gilt heutzutage als ordinär (vgl. Bourdieu 1986: 100). Fußball wird als Sportart mit einem niedrigem Prestigewert angesehen, der wiederum anhand des sozialen Renommees des Sports gemessen wird, das sich aus den sozialen Positionen der Mehrheit der Teilnehmer der Sportart ergibt (vgl. Schmidt 2002: 27f).

In *Die feinen Unterschiede* erstellt Bourdieu eine Tabelle der soziologisch relevanten Merkmale, von denen die Entscheidung bestimmter Personengruppen für eine jeweilige Sportart ausgeht. Die Wahrscheinlichkeit für die Wahl eines Sports hängt Bourdieus Untersuchungen zufolge von den Dispositionen des Habitus ab, „vom Verhältnis zum eigenen Körper als einer Dimension des Habitus“ (Bourdieu 2006: 338). Gleichzeitig ist Sport – ob aktiv oder passiv betrieben – ein Mittel der gesellschaftlichen Distinktion. Gerade die elitären Klassen meiden die heute populären Sportarten. Sie

sind aufgrund ihrer »allgemeinen Verbreitung« in deren Augen nur noch eine Anhäufung all dessen, was anstößig ist: angefangen von der sozialen Zusammensetzung des Publikums, worin sich die im Faktum der Verbreitung bereits enthaltene Vulgarisierung gleichsam noch einmal verdoppelt, bis hin zu den geforderten Werten und Tugenden wie Kraft, eine gewisse Schmerzunempfindlichkeit, Hang zu Gewalttätigkeit, »Teamgeist«, d.h. Opfer-Bereitschaft und Unterordnung unter die kollektive Disziplin – krasses Gegenteil der im bürgerlichen Rollenverhalten implizierten »Rollendistanz« (Bourdieu 2006: 342).

Die Privilegierten haben Angst vor Massenveranstaltungen und fliehen auch örtlich gesehen in die Exklusivität, bevorzugen Sportarten wie Tennis, Reiten oder Golf (vgl. Bourdieu 2006: 343). Die Personengruppe, die in ihrer Freizeit am häufigsten Fußball spielt, ist die Arbeiterklasse: „[H]ier stehen die Arbeiter an der Spitze, gefolgt von den Handwerkern und Händlern“, sagt Bourdieu (Bourdieu 2006: 342). Das mag auch an dem Ruf von Fußball als einer „billigen Sportart“ liegen, „billig“ in dem Sinne, dass sie einfach und ohne großen Aufwand zu betreiben ist. Auch hier gibt es Unterschiede zu den elitären Sportarten wie Golf, Segeln oder Tennis (vgl. Bourdieu 2006: 349).

Bourdieu untersucht neben dem Betreiben der Sportarten auch das passive Zuschauen:

Sportveranstaltungen (zumal der populären Disziplinen) werden hauptsächlich von Handwerkern, Händlern, Arbeitern, unteren und mittleren Angestellten besucht [...]; gleiches gilt für das Interesse an Sportberichten im Fernsehen (Fußball, Rugby, Radrennen und Pferderennen). Angehörige der herrschenden Klasse dagegen sind weitaus abstinenter im Hinblick auf den Konsum von Sportveranstaltungen – sowohl live wie auf dem Bildschirm – mit Ausnahme von Tennis, Rugby und Ski (Bourdieu 2006: 343).

Bourdieu bezeichnet Fußball mittlerweile als „populär“. Dadurch ordnet er den Sport dem Trend der Popkultur zu (vgl. Schmidt 2002: 111). „Pop ist, was einschlägt, unmittelbar fasziniert“ (Schmidt 2002: 78), und Fußball ist durch seinen ‚Live-Charakter‘ genau das. Zudem ist mittlerweile wie die gesamte Popkultur multikulturell und internationalisiert, sowie gleichzeitig eine kulturelle Plattform der globalisierten Informationsgesellschaft (vgl. Herzog 2002: 13). Pop und Sport sind Kulturträger in kulturellen Wachstumsbranchen (vgl. Schmidt 2002: 19).

Die Popkultur ist bereits in Ansätzen als eine am heteronomen Pol angesiedelte Kulturproduktion definiert worden, die sich ausschließlich an ökonomischen Interessen und am Markt orientiert (vgl. Schmidt 2002: 44). Zu ihr gibt es keine durch die Verkehrung der ökonomischen Welt gekennzeichnete Autonomie, es gibt keinen Pol der eingeschränkten Produktion und keinen Gegenpol, der ein autonomes Prinzip hervorruft (vgl. Schmidt: 43). Fußball kann durch seinen Massencharakter ebenso am heteronomen Pol der Sportarten angesiedelt werden, durchdrungen von einem Feld der Macht in Form von medialen und wirtschaftlichen Einflüssen. Durch die Homologien der Felder können beide Phänomene – Kultur und Fußball – durchaus miteinander verglichen werden.

Fußball bereichert verschiedene Kunst- und Kultursektoren. Diese Tatsache weist inzwischen entsprechende Rückkopplungseffekte auf und es finden sich immer mehr Kombinationen beider Sektoren (vgl. Herzog 2002: 12). Es existiert eine Vielzahl von Gedichten und Liedern über den Fußball, Filme wie *Das Wunder von Bern* oder *Der ganz große Traum* werden mit angesehenen Schauspielern besetzt und haben kommerziellen Erfolg. Fußballromane und Fußballerbiografien stehen in Verlagsprogrammen hoch im Kurs und haben, wie der Fall der Biografie von Nationalmannschafts-Kapitän Philipp Lahm mit dem sehr ‚Bourdieschen‘ Titel *Der feine Unterschied* zeigt, das Potential, öffentliche Kontroversen anzuzetteln. Fußball und Literatur sind keine Gegensätze mehr, keine „feindlichen Brüder“, wie es Marcel Reich-Ranicki betonte. Das haben auch kontemporäre Kritiker erkannt.

Ein literarischer Text, der dem Fußball ein Denkmal gesetzt hat, ist Nick Hornbys *Fever Pitch* (vgl. Leis 2002: 154). Die Kombination aus einem Popliteraten und dem Pop-Phänomen Fußball zeigt sich hier als erfolgreich. Auch Frank Goosen wurde bereits als Popliterat klassifiziert. Dementsprechend spricht er dieselbe Zielgruppe an, die sich laut Bourdieu für den Fußball interessiert. Durch Goosens heteronome Stellung auf dem literarischen Feld ist eine Homologie zur heteronomen Stellung des Fußballs auf dem sportlichen Feld vorzufinden, die wiederum für eine vereinbare Kombination beider Lebensstile spricht. Fußball und Populärliteratur können aus diesem Grund von einer gegenseitigen Verknüpfung profitieren.

Wurde bisher der Einfluss von Goosens literarischer Tätigkeit auf den sportlichen Bereich analysiert, liegt der folgende Ansatz vice versa auf der Frage, inwieweit Goosens Position auf dem Sportfeld sein Auftreten als Literat und Kabarettist beeinflusst.

Frank Goosen ist bisher vor allem aufgrund seiner Kolumnen und Aufsätze sowie der Fremd- und Selbstdarstellung in Interviews und Zeitungsartikeln, sowohl in Print als auch Online, auf dem literarischen Feld verortet worden. Diese Analysegegenstände werden auch für diesen Abschnitt gewählt, ebenso werden Blogeinträge berücksichtigt. Seit seiner Tätigkeit als Aufsichtsrat ist noch kein neuer Roman erschienen, sein literarisches Schaffen als Romanautor wird hier daher außen vor gelassen, sein journalistisches Erscheinen indes einbezogen.

Kolumnen und Aufsätze schreibt Frank Goosen auch weiterhin nach seiner Amtseinführung. Als Beispiel wird hier Goosens Artikel aus der *Welt* herangezogen, den er Anfang Dezember 2011 mit dem Titel „Auf einen Sommer voller Freude“ in Anspielung auf die Fußball-Europameisterschaft 2012 in Polen und der Ukraine verfasst hat. In dieser Veröffentlichung lässt Goosen die Historie der Deutschen Fußball-Nationalmannschaft Revue passieren. Demnach ist sie, da ohne Bochum-Bezüge, mit Goosens Kolumnen zu den Europa- und Weltmeisterschaften von 2006 bis 2010 vergleichbar, die in bundesweit anerkannten Qualitätsmedien wie dem *kicker* oder auf *Spiegel Online* erschienen sind. Frank Goosen ist hier wieder der Fußball-Experte, der er auch schon vor der Aufsichtsratswahl war und verfasst diese Kolumne für ein gesamtes Fußball-Deutschland. So nutzt er weiterhin sein symbolisches Kapital als Fußball-Fan, -Experte und -Kolumnist auf dem literarischen Feld.

Die Problematik, die durch das Zusammenspiel von komödiantischem Literaten und gleichzeitigem Aufsichtsrat mit ernsthaften und seriösen Anliegen entstehen kann, ist dennoch allgegenwärtig. Goosen selbst sagt nach seiner Wahl: „[I]ch bin jetzt nicht mehr nur der mehr oder weniger prominente Fan. Das wird in Zukunft eine Herausforderung sein, weil die Leute von mir deutlichere Worte als von einem Berufspolitiker erwarten“ (Hermanns, Potsdamer Nachrichten, 15.11.2010). Damit spielt er auf sein symbolisches Kapital als ehrlicher, direkter und authentischer VfL-Fan an, das ihn überhaupt erst zu diesem Amt gebracht hat und mit dem die Erwartungserhaltung der Vereinsebene verknüpft ist.

Auf die mögliche Zwickmühle angesprochen, dass Goosen als Fan zwar kritisiert und schimpft, als Aufsichtsrat im Gegensatz jedoch selbst beschimpft wird, antwortet er: „Klar ist das so. Es ist aber auch o.k.“ (Beckgerd, Westfälische Nachrichten, 26.2.2011). Goosen akzeptiert die Schwierigkeit der Situation und weiß, auf welche Konfliktsituationen er sich einlässt. Schließlich verbindet er in seiner Dreifachrolle als

Fan, Literat und Funktionär verschiedene Interessen und weckt damit in unterschiedlichen Interessengruppen auch unterschiedliche Erwartungshaltungen.

Als Kabarettist und Literat werden von Goosen komödiantische Anekdoten und Geschichten zu seinem Fan-Dasein und seinem Verein erwartet. So hat er es vor seinem Amtsantritt gehandhabt. Dadurch entsteht der erste Interessenskonflikt. Ist es aus Vereinssicht vertretbar, einen offiziellen Repräsentanten über den Verein in dieser Form erzählen zu lassen oder muss Goosen diese Bemerkungen einstellen? Goosen beteuert schon kurz nach seiner Wahl zum Aufsichtsrat: „Ironische Bemerkungen und Witze über den Verein werde ich nie einstellen, auch nicht auf der Bühne“ (Eckardt, WAZ, 28.9.2010). Zudem hat er bereits angedeutet, dass er sich nicht „mundtot“ machen lässt.

Somit verweist Goosen vor allem in seinen kabarettistischen Programmen immer wieder auf den VfL. Bei einem Auftritt in Dortmund gesteht Goosen, es als Bochum-Fan mal wieder zu genießen, „den Erfolg zu riechen“ (Weiss, derwesten.de, 3.7.2011). Stets angepasst an das Zielpublikum variiert Goosen dabei sein Fußball-Repertoire. Auch Bezüge zu Persönlichkeiten des VfL fehlen dabei nicht. *Derwesten.de* greift Goosens Aussage auf,

[e]r sehe sich auch nach seiner Wahl im Oktober 2010 immer noch als Lehrling, den es befremdet, von VfL-Legenden wie Hermann Gerland plötzlich zur Sau gemacht zu werden: ‚Schön, dass du dich mal meldest‘.– ‚Ich geb´ dir gleich schön‘. Bei Peter Neururer, Trainer im Unruhestand, sehe die Sache aber schon anders aus (Gerber, derwesten.de, 27.5.2011).

Goosen hat offensichtlich keine Scheu, alle Ebenen des VfL Bochum 1848 in seinen ironischen Programmen zu erwähnen. Er vertraut seinem symbolischen Kapital, das ihm als Literaten das Recht gibt, über sein Amt auch in der Öffentlichkeit zu sprechen. Und dies tut er zur Genüge und ohne Angst, Vereinsvertreter und -Angehörigen dabei zu brüskieren.

Gerade in den Aufsichtsrat gewählt, veröffentlicht *derwesten.de* ein Plädoyer von Goosen, indem er die en bloc-Wahl weiterer Mitglieder fordert. „Auch ich will wissen, mit wem ich da sitze. Wenn wir etwas überhaupt nicht gebrauchen können, sind das Fraktionen“, so Goosen (Eckardt, derwesten.de, 24.11.2010). Noch am selben Tag erscheint ebenfalls bei *derwesten.de* ein Artikel zu ihm als Literat und Kabarettist. Bei einem Auftritt in Gelsenkirchen wird er folgendermaßen zitiert: „Ehrlich Leute, für mich ist das hier heute Abend Erholung und Therapie – bei dem ganzen Scheiß, mit dem ich mich tagsüber beschäftigen muss“ (Konopka, derwesten.de, 24.11.2010). Fast scheint er seine Probleme im Aufsichtsrat auf der Bühne verarbeiten zu wollen. Die Reaktionen aus Sicht der Zuschauer und des Fans untermauern den Konflikt. *Klaus Fricke* kommentiert den Artikel mit den Worten: „Es ist mittlerweile unpassend als VfL

Organ, sich über die Garderevier Vereine lustig zu machen. Früher ein Schmunzler heute einfach überflüssig. Kein guter Ton“ (ebd.). Dieser Kommentar sieht ein Umdenken in Goosens Außendarstellung als Literat für unvermeidlich an.

Nachdenklichergelsenkirchener hingegen unterscheidet zwischen den beiden Rollen, die Goosen voneinander trennt: „Gerade Frank Goosen gehört zu der fast aussterbenden Gattung Kabarettist, welche zu allererst sich selbst und die eigene Wahrnehmung aufs Korn nehmen“ (ebd.). Konfliktpotential ist gegeben, Goosen lässt das jedoch kalt. Nur sein Wissen um eine optimale Besetzung des Amtes durch ihn und die Sicherheit, *trotz* solcher Anspielungen in keine ernsthafte öffentliche Diskussion zu geraten, erlaubt ihm diesen literarischen Umgang mit dem Aufsichtsratsposten. „Ich sollte langsam mal die Schnauze halten. Sonst wird’s gleich justiziabel“ (Konopka, *derwesten.de*, 24.11.2010), sagt er kurz darauf.

Er sei Fan geblieben, so *derwesten.de*, und nur durch die Wahrung der Distanz zu seinem Verein könne er solche Ausführungen tätigen (ebd.). Frank Goosen zeigt, dass er sich auch durch seine Funktionärsposition in seinem bis dato so erfolgreichen Dasein als Literat nicht verbiegen lässt. Diese Tatsache demonstriert er durch seine Äußerungen auf der Bühne.

In der Bochumer Christuskirche resümierte Frank Goosen im Mai 2011 zusammen mit VfL-Fan Ben Redelings die vorangegangene Saison. Redelings sprach Goosen dabei immer wieder auf seinen Posten als Aufsichtsratsmitglied an: „Insider-Geschichten aus diesem Gremium sondert Goosen ohne Hemmungen ab. Angesichts von Aufsichtsrats-Nebenthemen wie Atomenergie und Kohlekraftwerke könne er dort nebenbei noch Material für seine Bühnenprogramme und Bücher sammeln“ (Gerber, *derwesten.de*, 27.5.2011). Goosen behauptet sogar, in ein paar Jahren einen ganzen Fußballroman schreiben zu können, müsse allerdings noch warten, „bis ein paar Leute nicht mehr leben“ (ebd.). Hier greift er eindeutig Interna des VfL an, bekommt aber offenbar keine Schweigepflicht auferlegt. Das ist gut für seine Position auf dem literarischen Feld: Vor seinem Publikum punktet Goosen schließlich mit diesen Insider-Geschichten.

Beim Zeltfestival Ruhr geht Frank Goosen auf eine sportliche Negativphase des VfL Bochum ein. Im Stile des Italieners Giovanni Trapattoni sagte er: „Was der VfL Bochum spiele, ‚isse nich schön‘, aber ein echter Fan ‚musse immer wieder kommen‘-, im Sommer und wenn scheißekalt“ (Schmitt, *derwesten.de*, 4.9.2011). Ebenso sei nach dem Misserfolg der vorherigen Saison der verpatzte Auftakt „sich selbe Scheiße wie

letzte Saison““ (ebd.). *Derwesten.de* fasst dabei Goosens literarisches Schaffen im Zusammenhang mit seiner sportlichen Funktion passend zusammen: „Der VfL quält den Mann, liefert ihm zugleich aber auch Steilvorlagen für Großartiges“ (ebd.). Auch von öffentlicher Seite scheinen damit einer Verknüpfung von VfL-Anspielungen und Goosens literarischen und kabarettistischen Programmen keine Grenzen gesetzt.

Sportpolitische Elemente fließen in Goosens literarische Programme. Dennoch trennt er seine Rollen als Fan, Literat und Aufsichtsratsmitglied strikt voneinander. Nur dadurch kann er sie überhaupt ausfüllen. Er weiß um seine Kapitalien, die ihn in jedem Part auszeichnen und vertraut darauf, sein symbolisches Kapital als Aufsichtsratsmitglied nicht dadurch zu verlieren, dass er es in einer anderen Rolle auf einem anderen gesellschaftlichen Feld verwendet. Das Konfliktpotential bei dieser Symbiose aus Literatur, Fußball und Fan-Dasein ist hoch. Von offizieller Vereinsseite scheint es aber zumindest keine Hürde für seine Tätigkeit darzustellen, interne Ansichten dazu sind jedoch schwer auszumachen.

Die Strategien der Außendarstellung: Gegenseitiger Profit durch Knotenpunkte zwischen Frank Goosen und dem VfL Bochum 1848

Die vorangegangene Analyse hat gezeigt, dass Frank Goosen die Ereignisse rund um den VfL Bochum 1848 und um sein sportpolitisches Amt in seine Auftritte und Lesungen mit einbringt. Folglich ist eine Kombination aus Fußball und Literatur grundsätzlich gut möglich. Dass der VfL Bochum 1848 gerade durch Veröffentlichungen auf seiner Homepage bereits Nutzen aus dieser Kombination gezogen hat, wurde deutlich. Wie aber geht der Verein mit Frank Goosen als Literaten um, *seitdem* dieser im Funktionärsamt tätig ist?

Frank Goosen und der VfL Bochum 1848 gebrauchen sich gegenseitig für ihre jeweilige Außendarstellung. Dabei erzeugen sie gerade durch eine Verknüpfung der Bereiche Literatur und Fußball ein positives Image auf beiden Seiten. An dieser Stelle seien vier Strategien genannt, in denen Frank Goosen als Autor und gleichzeitig als Aufsichtsratsmitglied im Kontext des VfL Bochum 1848 in Erscheinung tritt.

Zunächst einmal verknüpfte der VfL eine Marketing- und Werbeaktion mit Goosen. Als Antwort auf den sportlichen Erfolg, der sich im Februar 2011 einstellte, riefen beide Parteien die Aktion „Karte kaufen, Buch abstauben!“ ins Leben. Die ersten 20 VfL-Anhänger, die sich für ein bestimmtes Heimspiel eine Eintrittskarte sichern

wollten, erhielten jeweils zusätzlich ein handsigniertes Exemplar von Frank Goosens *Weil Samstag ist* (vgl. VfL Bochum, 11.2.2011). Diese Aktion wurde auf der Homepage des VfL veröffentlicht und gleichzeitig mit der von Frank Goosen verlinkt. Der VfL benutzte hier das symbolische Kapital von Frank Goosen als Autor, um für sich selbst ökonomisches Kapital in Form von Ticketverkäufen zu generieren, und Frank Goosen nutzte die Plattform, die ihm der VfL bot, zu Werbezwecken für sein Buch. Auch wenn der Erfolg einer solchen Aktion schwer messbar ist, kann behauptet werden, dass diese Art der Verknüpfung von Sport und Literatur funktioniert.

Als Zweites greift der VfL Bochum 1848 auch auf die literarischen Schreibfähigkeiten seines Aufsichtsrates zurück. Zum einen verfasst Goosen auch nach der Wahl weiterhin die Kolumne „Goosens Spielzeit“ für das Stadionmagazin, das zu den Heimspielen des VfL erscheint. Zum anderen hat er beispielsweise einen Text über einen weiblichen VfL-Fan aus Uganda geschrieben, die einmal im Jahr nach Bochum kommt, um Spenden gegen Aids zu sammeln. Resty, so ihr Name, wohnt in der Zeit bei Frank Goosen zuhause und seine Erlebnisse mit ihr hat er in einem Aufsatz zusammengefasst und ebenfalls auf der VfL-Homepage veröffentlicht (vgl. VfL Bochum, 14.5.2011). Die Herstellung einer Beziehung zwischen Fußball und literarischen Texten dürfte spätestens hier deutlich werden. Und die Tatsache, dass Frank Goosen abermals auf der Online-Plattform des VfL veröffentlicht, untermauert noch einmal, wie wichtig auch sein symbolisches Kapital für den Verein ist, und gleichzeitig das des Vereins für ihn.

Eine dritte Strategie bringt eine weitere Partei mit ins Spiel. Unter dem so genannten „Liveticker VfL“ ist ein Doppelpass zwischen Fußball und Kultur zu verstehen, der im Bochumer Schauspielhaus stattfindet und gleichzeitig amüsante und informative Gespräche beinhaltet. Bei der Premiere im März 2011 setzten sich dazu Frank Goosen und das Ensemble-Mitglied Andreas Grothgar zusammen und sprachen unter anderem „von den anfänglichen Schwierigkeiten, die für ihn der Spagat zwischen dem Dasein als Fan und den Aufgaben als Aufsichtsratsmitglied mit sich brachte bzw. bringt“ (VfL Bochum, 3.3.2011). Das Stattfinden einer solchen Veranstaltung allein beweist, inwieweit auch Potential auf dem Kultursektor für Sportthemen und andersherum auf dem Sportsektor für kulturelle Themen vorhanden ist.

Zuletzt bringt Frank Goosen sein literarisches Können und seinen Kultstatus als Kabarettist auch in VfL-Veranstaltungen ein. Zum Abschluss der Jubiläumsfeiern zu „100 Jahren an der Castroper Straße“ läutete Goosen eine 90-minütige „Nachspielzeit“

ein, angelehnt an Goosens Stadionmagazin-Kolumne „Goosens Spielzeit“. In dieser kabarettistischen Lesung präsentierte er VfL-Anekdoten, Erinnerungen an glorreiche Siege und traumatische Niederlagen, vor allem aber Anspielungen zum VfL Bochum, die alle Fans, Mitglieder und Vereinsvertreter, auch der anwesende Sportvorstand und Aufsichtsratsvorsitzende, sofort einzuordnen wussten (vgl. VfL Bochum, 9.10.2011). Überhaupt untermauert die Anwesenheit der weiteren Funktionäre nochmals das symbolische Kapital, das Goosen als Literat und Kabarettist auf dem sportlichen Feld zukommt. Sie signalisieren ihm durch Präsenz ihre Unterstützung für seine kabarettistischen Programme, auch wenn VfL-Interna möglicherweise thematisiert werden.

In ihrer öffentlichen Darstellung sind sich der VfL Bochum 1848 und Frank Goosen von gegenseitigem Nutzen und sie profitieren voneinander: Goosen als Autor von der Plattform, die ihm der Verein für seine Darstellung als Kabarettist und Literat bietet und auf der er Werbung für seine literarische Karriere machen kann. Gleichzeitig profitiert der VfL Bochum 1848 von Frank Goosens symbolischem Kapital als Schriftsteller und Fan, um zum einen mit ihm als „Fanbotschafter“ eine Identifikationsfigur in einem öffentlichen Posten zu haben, und zum anderen um durch Goosens Image als bodenständigen, ehrlichen und authentischen Schriftsteller auch das eigene Image zu untermauern. Eine Verknüpfung von Literatur und Fußball funktioniert daher nicht nur, sondern kann mit den richtigen Ansätzen zu einer gegenseitigen Befruchtung führen.

6. Fazit

Diese Arbeit hat gezeigt, dass die Verzahnung des VfL Bochum 1848 und Frank Goosen zu einer gegenseitigen Befruchtung führt. Für den VfL Bochum ist Goosen in der Außendarstellung eine wichtige Identifikationsfigur zur Ansammlung emotionalen Kapitals, umgekehrt stellt der VfL Bochum für Frank Goosen eine dankbare Plattform dar, um sein literarisches Schaffen zu bewerben und dadurch sein symbolisches Kapital zu steigern. Auf einer Metaebene beweist sich, dass die Felder Literatur und Fußball nicht als „feindliche Brüder“ anzusehen sind, sondern sich im Gegenteil positiv beeinflussen.

Die Aufgabe dieser Arbeit war es, Frank Goosen und den VfL Bochum 1848 durch die Einordnung in strukturell homologe gesellschaftliche Felder zu vergleichen. Die wissenschaftliche Basis dazu bildete der Soziologe Pierre Bourdieu. Anhand seiner Theorien wurden mit dem Habitus, der Kapitalausstattung sowie den situativen Feldbedingungen als entscheidende Faktoren der sozialen Praxis die Rahmenbedingungen für das gesellschaftliche Handeln der einzelnen Akteure auf dem literarischen und sportlichen Feld definiert. Während auf dem literarischen Feld das Streben nach symbolischem Kapital essentiell ist, wurde das Feld des Sports anhand einer eigens entwickelten Theorie mit den für diese Arbeit wichtigen Termini spezifiziert und als Ort der Konkurrenzkämpfe um sportliches Siegeskapital und emotionales Identifikationskapital charakterisiert. Die Ausführungen der Theorie des Sportfeldes können dabei ausschließlich als ein Ansatz für eine fundierte und explizit über das Sportfeld noch künftig durchzuführende Studie angesehen werden.

Anhand von Bourdieus Literatursoziologie wurde Frank Goosen eine eindeutig heteronome Position am externen Pol des literarischen Feldes zugewiesen, weil er konsum- und marktorientiert handelt und ihm zu einer reinen Ästhetik der *l'art pour l'art* die wissenschaftliche Rezeption der Eliteliteratur fehlt. Des Weiteren spricht er eine zu breite und heterogene Masse als Zielpublikum an, denn sein symbolisches Kapital, das insbesondere im Ruhrgebiet einen besonders hohen Stellenwert hat, akkumuliert er durch eine Vielzahl medialer Öffentlichkeiten, von regionalen Tageszeitungen über bundesweite Qualitätszeitungen, sogar bis hin zu Frauenzeitschriften und Männermagazinen.

Zudem ergab sich durch die Untersuchung seines Stils, immer wiederkehrender Muster und durch Vergleiche zu anderen Autoren die Kategorisierung von Frank

Goosen als Popliterat und Vertreter des Neuen Ruhrgebietsromans. Dienten diese teils werkimmanente Methode und der eher flüchtige Vergleich – insbesondere zu Nick Hornby – bereits der Analyse von Goosens Genre-Zugehörigkeit, so öffnet dieses Kapitel Potential für weitere wissenschaftliche Ansätze. Sicherlich bieten sich weitere Kategorisierungen und Positionierungen durch noch ausstehende, werkimmanente Analysemethoden. Außerdem ist Potential in einem ausführlichen Vergleich von Goosen mit dem immer wieder genannten Nick Hornby zu sehen. Beide eint nicht nur ihr Schreibstil, sondern der auch in diese Arbeit involvierte Fußballbezug.

Resultierend aus Goosens Einordnung als Popliterat wurde im späteren Verlauf der Arbeit eine Parallele zum Fußball gezogen. Deutschlands beliebtester Ballsport konnte durch seine historische Entwicklung vom Elitesport zum ordinären Pop-Phänomen ebenfalls als eine heteronome, weil an der Masse orientierte und hauptsächlich von der Arbeiterschicht ausgeübte Sportart, charakterisiert werden. Die Heteronomie des Fußballs stimmt durch die homologe Struktur zum literarischen Feld mit Goosens externer Hierarchisierung überein. Dieses Ergebnis erklärt somit eine erfolgreiche Beziehung zwischen Goosen und dem Fußball allgemein.

Außerdem deckte der Imagevergleich zwischen Frank Goosen und dem VfL Bochum 1848 enorme Parallelen auf. Beide Seiten verkörpern Authentizität, Bodenständigkeit, Ehrlichkeit, Leidenschaft für den Fußball und regionale Identität. Sie bilden eine perfekte Einheit. Dank des Imagetransferpotentials macht eine Verbindung von Goosen und dem Verein absolut Sinn. Übertragen sich repräsentierte Werte bei einer Verknüpfung von einer Marke mit einer Person im Idealfall auf beide Seiten, so stärken sich der VfL Bochum und Goosen dank ihrer ohnehin gleichen Ausrichtung gegenseitig in ihrer Identität.

Auch in seiner Funktion als Aufsichtsrat ändert Frank Goosen seine Inszenierungsstrategie nicht. Deshalb findet sich kaum Spielraum für potentielle Blockaden. Für die künftige Erforschung ähnlicher Fragestellungen wäre demnach die Wahl zweier Subjekte interessant, die über weniger kongruente Images und Werte verfügen. Ob dennoch eine Verknüpfung von Literatur und Fußball funktioniert? Hier könnte der Fokus auch auf andere Vereine, andere Sportarten und andere Bereiche des Kulturwesens gelegt werden.

Aufgrund seiner habituellen Voraussetzungen und Kapitalien auf dem Sportfeld wurde Frank Goosen eine sportlich-mediale Funktion in seinem Amt als Aufsichtsrat zugesprochen. Als Identifikationsfigur des Vereins soll er emotionales Kapital

generieren und in eine verbesserte Außendarstellung einbringen. Inwieweit Goosen mit dieser Aufgabe in seiner bisher gut einjährigen Amtsperiode bereits Erfolg hatte, ist schwer messbar. Hier bedarf es wohl einer ausführlichen marktforschenden Studie, um tatsächliche Veränderungen ausmachen zu können. Dennoch entwickelten sich durchaus kontroverse Meinungen zu seiner Wahl in den Aufsichtsrat.

In seiner Dreifachrolle als Aufsichtsrat, Literat und Sprachrohr der Fans kam Goosen in Interessenskonflikte. Inwieweit er auch vereinsintern mit Kritik zu kämpfen hat, zum Beispiel darüber, dass er seine VfL-Tätigkeit auch für kabarettistische Einlagen benutzt, bleibt eine Fragestellung, die nur durch interne Quellen beantwortet werden kann. Letztlich wurde Goosen während der Jahreshauptversammlung 2011 in seinem Amt bestätigt. Demokratisch wird folglich eine Grund-Zufriedenheit mit seiner Arbeit unterstrichen wird. Perspektivisch bleibt abzuwarten, wie sich Goosen in seiner Funktion weiterentwickelt und welchen Einfluss sportlicher Erfolg oder Misserfolg auf sein Amt haben können. Außerdem ist seit seiner Amtseinführung noch kein weiterer Roman von Goosen erschienen. Auswirkungen, die sein Amt auf seine Position im literarischen Feld hat, auf Verkaufszahlen oder die mediale Rezeption beispielsweise, erfordern daher ebenfalls eine zukünftige Analyse.

Bezogen auf eine konkrete Verflechtung von Goosens literarischem Schaffen mit dem VfL Bochum wurden Maßnahmen präsentiert, die beide Seiten anwenden, um den eigenen Markt zu erweitern, sich gegenseitig in ihrer PR-Strategie zu unterstützen und sich als Plattform zu benutzen. Zwar wurde dabei auch deutlich, dass diese Ansätze nicht erst durchgeführt werden *seitdem* Goosen das offizielle Amt bekleidet, sondern auch bereits zuvor realisiert wurden. Sein symbolisches Kapital und seine Popularität als Literat und VfL-Fan genügten. Diese Unabhängigkeit von einem offiziellen Status begründet aber im Gegenzug umso mehr die Allgemeingültigkeit für eine universell erfolgreiche Verzahnung von Literatur und Fußball. Ein offizielles Amt ist nicht notwendig, um bei funktionierendem Imagetransferpotential eine positive Vernetzung hervorzurufen. Als Konsequenz würde es Sinn machen, weitere PR- und Marketingstrategien zu entwickeln, die das Potential dieser Verzahnung auch künftig ausschöpfen.

Diese Arbeit liefert dazu die wissenschaftliche Basis und erläutert das Potential. Insofern bleibt zu hoffen, dass sich auch in Zukunft funktionierende Symbiosen aus Fußball und Literatur entwickeln und das positive Zusammenspiel beider Pop-Phänomene umsetzen lassen.

7. Bibliographie

Primärliteratur von Frank Goosen

- Goosen, Frank (2001): *Liegen lernen*. Frankfurt am Main: Eichborn.
- (2003): *Pokorny lacht*. Frankfurt am Main: Eichborn.
- (2004): *Mein Ich und sein Leben*. Frankfurt am Main: Eichborn.
- (2005): *Pink Moon*. Frankfurt am Main: Eichborn.
- (2007): *So viel Zeit*. Frankfurt am Main: Eichborn.
- (2010): *Weil Samstag ist*. München: Heyne.
- (2010): *Radio Heimat*. Frankfurt am Main: Eichborn.
- (2001): „Bespaßen. Komik in schweren Zeiten“, in: *Frankfurter Rundschau* vom 5.10.2001.
- (2001): „Lies mich, Kumpel“, in: *Frankfurter Rundschau* vom 7.4.2001.
- (2003): „Mamanoefieddichhier!“, in: *Buchreport Magazin*, Ausgabe 2/2003.
- (2004): „Warum Bochum?“, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 21.10.2004.
- (2006): „WM Abpfiff“, in: *kicker* vom 26.6.2006.
- (2010): „Neuer Spaß für Schwarz-Rot-Gold“, in: *Berliner Morgenpost* vom 11.6.2010.
- (2010): „Gebt uns unseren Verein zurück“, in: *derwesten.de* vom 10.5.2010. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/frank-goosen-gebt-uns-unseren-verein-zurueck-id3509982.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].
- (2011): „Goosen kämpft für seinen VfL Bochum“, in: *derwesten.de* vom 30.8.2011. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/goosen-kaempft-fuer-seinen-vfl-bochum-id5012855.html>, Ausdruck vom 2.2.2012].
- (2012): „Auf einen Sommer voller Freude“, in: *welt.de* vom 4.12.2011. [URL: <http://www.welt.de/print/wams/sport/article13749655/Auf-einen-Sommer-voller-Freude.html>, Ausdruck vom 6.2.2012].

Die soziologischen Theorien von Pierre Bourdieu

- Barlösius, Eva (2011): *Pierre Bourdieu*. Frankfurt am Main u.a.: Campus.
- Bourdieu, Pierre (1997): „Das literarische Feld“, in: Pinto, Louis (Hg.): *Streifzüge durch das literarische Feld*. Konstanz: Universitätsverlag, S. 33-148.
- (2001): *Die Regeln der Kunst*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (2006): *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (1986): „Historische und soziale Voraussetzungen modernen Sports“, in: Hortleder, Gerd und Gunter Gebauer (Hg.): *Sport-Eros-Tod*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 91-112.
- (1992): „Programm für eine Soziologie des Sports“, in: DERS. (Hg.): *Rede und Antwort*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 193-207.
- Fröhlich, Gerhard (1994): „Kapital, Habitus, Feld, Symbol. Grundbegriffe der Kulturtheorie bei Pierre Bourdieu“, in: Mörth, Ingo (Hg.): *Das symbolische Kapital der Lebensstile*. Frankfurt u.a.: Campus-Verlag, S. 31-54.
- Jarchow, Klaas und Hans-Gerd Winter (1993): „Pierre Bourdieus Kulturosoziologie als Herausforderung der Literaturwissenschaft“, in: Gebauer, Gunter (Hg.): *Praxis und Ästhetik. Neue Perspektiven im Denken Pierre Bourdieus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 93-134.
- Jurt, Joseph (1995): *Das literarische Feld. Das Konzept Pierre Bourdieus in Theorie und Praxis*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Schwingel, Markus (2009): *Pierre Bourdieu zur Einführung*. Hamburg: Junius.
- Mörth, Ingo und Gerhard Fröhlich (1994): „Lebensstile als symbolisches Kapital? Zum aktuellen Stellenwert kultureller Distinktionen“, in: Mörth, Ingo (Hg.): *Das symbolische Kapital der Lebensstile*. Frankfurt u.a.: Campus-Verlag, S. 7-30.

Frank Goosen und seine Positionierung auf dem literarischen Feld

- Behrens, Roger (2008): *Postmoderne*. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.
- Bergmann, Jens (Hg.) (2007): *Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert*. Münster: Solibro.
- Biendarra, Anke S (2010): „Autorschaft 2.0: Mediale Selbstinszenierungen im Internet“, in: Amann, Wilhelm, Georg Mein und Rolf Parr (Hg.): *Globalisierung und Gegenwartsliteratur*. Heidelberg: Synchron, S. 259-280.

- Boelmann, Jan M. (2009): „Pop statt Maloche“, in: Rupp, Gerhard, Hanneliese Palm und Julika Vorberg (Hg.): *Literaturwunder Ruhr*. Essen: Klartext, S. 125-140.
- Brenner, Peter J. (Hg.) (2004): *Neue deutsche Literaturgeschichte*. Tübingen: Max Niemeyer.
- Dörner, Andreas und Ludgera Vogt (1997): „Kultursoziologie (Bourdieu - Mentalitätengeschichte - Zivilisationstheorie“, in: Bogdal, Klaus-Michael (Hg.): *Neue Literaturtheorien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 131-153.
- (2009): *Literatursoziologie*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ernst, Thomas (2005): *Popliteratur*. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.
- Evers, Momo (2000): *Der Autor als Marke. Literatur als Produkt*. Bochum, Magisterarbeit.
- Fielder, Leslie A. (1994): „Überquert die Grenze, schließt den Graben!“, in: Wittstock, Uwe (Hg.): *Roman oder Leben. Postmoderne in der deutschen Literatur*. Leipzig: Reclam, S. 14-39.
- Fischer, Ernst (2009): „Marktinformation und Lektüreimpuls. Zur Funktion von Bücher-Charts im Literatursystem“, in: Arnold, Heinz Ludwig und Matthias Beilein (Hg.): *Literaturbetrieb in Deutschland*. München: Text + Kritik, S. 200-218.
- Gerards, Valerie (2008): *Popliteratur?: Studien zum Werk Frank Goosens*. Saarbrücken: VdM Verlag Dr. Müller.
- Gerhards, Jürgen und Friedhelm Neidhardt (1991): „Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze“, in: Müller-Dohm, Stefan und Klaus Neumann-Braun (Hg.): *Öffentlichkeit. Kultur. Massenkommunikation*. Oldenburg: Bibliotheks- u. Informationssystem der Universität Oldenburg, S. 31-89.
- Gurr, Jens (2007): „Neue Entwicklungen in der Populärliteratur: Nick Hornby“, in: Nünning, Vera (Hg.): *Der zeitgenössische englische Roman*. Trier: Wissenschaftlicher Verlag, S. 181-196.
- Hecken, Thomas (2006): *Populäre Kultur*. Bochum: Posth Verlag.
- Jung, Thomas (2002): „Vom Pop international zur Tristesse Royal. Die Popliteratur, der Kommerz und die postmoderne Beliebigkeit“, in: *Alles nur Pop? Anmerkungen zur populären und Pop-Literatur seit 1990*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, S. 29-54.

- Karasek, Tom (2008): *Generation Golf: Die Diagnose als Symptom*. Bielefeld: transcript.
- Klöppel, Moritz (2008): *Infotainment*. Marburg: Tectum.
- Künzel, Christiane und Jörg Schönert (Hg.) (2007): *Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Lutz, Bernd und Benedikt Jeßing (Hg.) (2003): *Metzler-Lexikon Autoren*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Mecke, Jochen (Hg.) (2011): *Medien der Literatur. Vom Almanach zur Hyperfiction*. Bielefeld: transcript.
- Neuhaus, Stefan (2009): *Literaturvermittlung*. Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft.
- Nünning, Ansgar (Hg.) (2004): *Grundbegriffe der Literaturtheorie*. Stuttgart u.a.: Metzler.
- Nünning, Vera und Ansgar (Hg.) (2010): *Methoden der literatur- und kulturwissenschaftlichen Textanalyse*. Stuttgart u.a.: Metzler.
- Peeters, Wim und Iwona Maczka (2009): „Das Großereignis als Störung. Der bedrohte Alltag in Herr Lehmann von Sven Regener, Liegen lernen von Frank Goosen und Glückskekse von Franziska Gerstenberg“, in: Preusser, Heinz-Peter und Anthonya Visser (Hg.): *Alltag als Genre (Jahrbuch Literatur und Politik, 4)*. Heidelberg: Winter Universitätsverlag, S. 119-132.
- Pfohlmann, Oliver (2007): „Literaturkritik in der Bundesrepublik“, in: Anz, Thomas (Hg.): *Literaturkritik*. München: Beck, S. 160-193.
- Plachta, Bodo (2008): *Literaturbetrieb*. Paderborn: Fink.
- Rieg, Timo (2002): „Pinguin-Balz um ein WG-Zimmer“, in: DERS. (Hg.): *Bochumer Bekannte*, S. 91-98.
- Rupp, Gerhard (2009): „Literatur als Indikator des Strukturwandels im Ruhrgebiet: von Max von der Grüns ‚Irrlicht und Feuer‘ bis zu Frank Goosens ‚Pink Moon‘“, in: Barbian, Jan-Pieter (Hg.): *Die Entdeckung des Ruhrgebiets in der Literatur*. Essen: Klartext, S. 37-52.
- Silbermann, Alphons (1981): *Einführung in die Literatursoziologie*. München: Oldenbourg.
- Wuggenig, Ulf (2011): „Kunst-Kunst, Street Art und »Kreativität«. Annäherungen mit Hilfe von Feld- und Systemtheorie“, in: Šuber, Daniel (Hg.): *Pierre Bourdieu und die Kulturwissenschaften*. Konstanz: Universitätsverlag, S. 217-252.

Der VfL Bochum 1848 und seine Positionierung auf dem Sportfeld

- Fricke, Tobias und Reimar Zeh (2007): „Das Image von Bundesligavereinen. Mediales Konstrukt oder Spiegelbild der Tabelle?“, in: Mittag, Jürgen und Jörg-Uwe Nieland (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball*. Essen: Klartext, S. 357-376.
- Gebauer, Gunter (2002): *Sport in der Gesellschaft des Spektakels*. Sankt Augustin: Academia-Verlag.
- Heinemann, Klaus (2007): *Einführung in die Soziologie des Sports*. Schorndorf: Hofmann.
- Herzog, Markwart (2002): „Von der ‚Fußlümmelei‘ zur ‚Kunst am Ball‘. Über die kulturgeschichtliche Karriere des Fußballsports“, in: DERS. (Hg.): *Fußball als Kulturphänomen. Kunst - Kult - Kommerz*. Stuttgart u.a.: Kohlhammer, S. 11-32.
- Jacke, Christoph und Marcus S. Kleiner (2007): „Innovation oder Kommerz? Der Boom von Fußballmagazinen in der deutschen Presselandschaft“, in: Mittag, Jürgen und Jörg-Uwe Nieland (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball*. Essen: Klartext, S. 313-324.
- Jütting, Dieter Heinz (2008): „Sport im Verein“, in: Weis, Kurt und Robert Gugutzer (Hg.): *Handbuch Sportsoziologie*. Schorndorf: Hofmann, S. 133-142.
- Keller, Christian (2008): *Steuerung von Fußballunternehmen*. Berlin: Schmidt.
- Krischke-Ramaswamy, Mohini (2007): *Populäre Kultur und Alltagskultur*. Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft.
- Leis, Mario (2000): *Sport in der Literatur*. Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- (2002): „Fußball gegen Literatur - Halbzeitstand 0:0 - Tip: X“, in: Herzog, Markwart (Hg.): *Fußball als Kulturphänomen. Kunst - Kult - Kommerz*. Stuttgart u.a.: Kohlhammer, S. 139-155.
- Messing, Manfred (2008): „Sozialfiguren im Sport“, in: Weis, Kurt und Robert Gugutzer (Hg.): *Handbuch Sportsoziologie*. Schorndorf: Hofmann, S. 171-178.
- Meurer, Petra, Anke Fischer und Werner Willms (2002): *Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des VfL Bochum 1848 Fußballgemeinschaft e.V.* Bremen: BAW Institut für Wirtschaftsforschung.
- Mittag, Jürgen und Jörg-Uwe Nieland (2007): „Der Volkssport als Spielball“ in: Mittag, Jürgen und Jörg-Uwe Nieland (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball*. Essen: Klartext, S. 9-30.
- Norden, Gilbert (2009): „Sportsoziologie“, in: Marschik, Matthias, Rudolf Müllner, Otto Penz und Georg Spitaler (Hg.): *Sport Studies*. Wien: Facultas, S. 269-272.

- Ringlstetter, Max u.a. (2007): „Der Einsatz von Prominenz in der Medienbranche: eine Analyse des Zeitschriftensektors“, in: Schierl, Thomas (Hg.): *Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur*. Köln: von Halem, S. 122-141.
- Schierl, Thomas und Christoph Bertling (2007a): „Personalisierung und Prominenz in der Sportberichterstattung“, in: Schierl, Thomas (Hg.): *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Schorndorf: Hofmann, S. 155-166.
- Schierl, Thomas und Daniela Schaaf (2007b): „Der Einsatz von Sportlern als Testimonials in der Werbung“, in: Schierl, Thomas (Hg.): *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Schorndorf: Hofmann, S. 294-309.
- Schmidt, Robert (2002): *Pop-Sport-Kultur. Praxisformen körperlicher Aufführungen*. Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft.
- Schwier, Jürgen (2000): *Sport als populäre Kultur*. Hamburg: Czwilina.
- Spitaler, Georg (2009): „Politik und Sport. Sportliches und politisches Feld - Verbindungen und Trennlinien“, in: Marschik, Matthias, Rudolf Müllner, Otto Penz und Georg Spitaler (Hg.): *Sport Studies*. Wien: facultas, S. 60-71.
- Zubayr, Camille (2007): „Das Angebot von Sport in den Medien in Deutschland“, in: Schierl, Thomas (Hg.): *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Schorndorf: Hofmann, S. 56-68.

Pressespiegel zum literarischen Feld

- Andresen, Jeanne (2010): „Eine Liebeserklärung an den Ruhrpott“, in: *Westdeutsche Zeitung* vom 22.4.2010.
- Balke, Florian (2011): „Der Eichborn-Verlag wird eingestellt“, in: *faz.net* vom 28.9.2011. [URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/2.1719/frankfurt-der-eichborn-verlag-wird-eingestellt-11372529.html>, Ausdruck vom 7.2.2012].
- Bemmer, Ariane (2005): „Mensch, Papa!“, in: *Der Tagesspiegel* vom 11.12.2005.
- Brussig, Thomas (2001): „Liebe zu Zeiten der Kohl-Ära“, in: *Der Spiegel*, Ausgabe 5/2001.
- Gödden, Walter (2003): „Pokorny, wie er weint und lacht“, in: *Westfalenspiegel*, Ausgabe 3/2003.
- Halter, Martin (2005): „Das seichte Herz der Revolution“, in: *FAZ* vom 13.10.2005.

- Humboldt, Michael (2008): „»Sex, Drugs, Rock`n`Roll« und Fußball“, in: *Gießener Allgemeine* vom 6.9.2008.
- Imöhl, Damian, Vera Schmidt und Martin Burmeister (2009): „Dat Quasseln hab´ ich von meine Omma...“, in: *Bild Ruhrgebiet* vom 22.9.2009.
- Kedves, Alexandra M. (2001): „Bouletten aus Budokan“, in: *FAZ* vom 21.5.2001.
- Keil, Günter (2003): „Die Geschichte ist erstunken und erlogen“, in: *Frankfurter Rundschau* vom 23.4.2003.
- Lettmann, Achim (2003): „Das berühmte Jahr 1997“, in: *Westfälischer Anzeiger* vom 19.11.2003.
- Luz, Anke (2007): „Bei uns werden Sie keinen Porsche sehen“, in: *Frankfurter Rundschau* vom 21.9.2007.
- Mergel, Klaus (2009): „Der Heimatdichter“, in: *Playboy* vom 15.8.2009.
- Mohr, Eva (2010): „Kabarettist Frank Goosen zeigt uns den Pott“, in: *Bild Ruhrgebiet* vom 9.9.2010.
- Natter, Alice (2004): „Ich bin noch immer nicht fertig mit den Männern“, in: *Main Post* vom 13.3.2004.
- Neumann, Volker Maria (2001): „Die kühlen 80er“, in: *Bonner Stadtmagazin*, Ausgabe 3/2001.
- N.N. (2001): „Menschen im Revier“, in: *RAG - Das Magazin*, Ausgabe 4/2001.
- N.N. (2002): „Helmut und die Frauen“, in: *Landeszeitung* vom 23.10.2002.
- N.N. (2004): „Frank Goosen“, in: *Marabo - Magazin fürs Ruhrgebiet* vom Juni 2004.
- N.N. (2007): „Traurige Wahrheiten, glänzend verpackt“, in: *reviersport am Sonntag* vom 9.9.2007.
- N.N. (2007): „Wir sind Fan! Der Schriftsteller Frank Goosen über das Leben als Fan“, in: *Vanity Fair Online* vom 2.8.2007.
- N.N. (2007): „Schreibender Schrebergärtner“, in: *Kölner Stadt-Anzeiger* vom 18.8.2007.
- N.N. (2010): „Hoffnungsschimmer an der Kaiserstraße“, in: *buchreport.de* vom 19.5.2010. [URL: http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2010/05/19/hoffnungsschimmer-an-der-kaiserstrasse.htm, Ausdruck vom 7.2.2012].

- N.N. (2010): „Eichborn legt Traumstart mit neuem Goosen hin“, in: *buchmarkt.de* vom 21.1.2010. [URL: <http://www.buchmarkt.de/content/41188-eichborn-legt-traumstart-mit-neuem-goosen-hin.htm?hilite=Frank-Goosen>, Ausdruck vom 7.2.2012].
- Nolte, Sören (2010): „Frank Goosen, der VfL und die Ruhrpottseele“, in: *Neue Presse* vom 14.5.2010.
- Piorr, Ralf (2008): „Leid und Leidenschaft“, in: *RevierSport am Sonntag* vom 17.8.2008.
- Römer, Marcus (2003): „Der Bestseller von nebenan“, in: *Marabo Magazin* vom Februar 2003.
- (2005): „Oh Väter, wo seid ihr?“, in: *Bücher*, Ausgabe 6/2005.
- Runge, Heike (2007): „Frank Goosen: Weg mit den Unterhosen von 1978“, in: *netzzeitung.de* vom 12.10.2007. [URL: <http://netzzeitung.de/qt/775150.html>, Ausdruck vom 7.2.2012].
- Sieg, Anja (2007): „Zwei Lieben, zwei Karrieren“, in: *Buchreport Magazin* von 10/2007.
- Schmidt, V. (2010): „Dat sind meine Lieblings-Stückchen Heimat“, in: *Bild Ruhrgebiet* vom 13.1.2010.
- Schnettler, Silke (2003): „Selbstkritik macht liebenswert“, in: *Die Welt* vom 30.8.2003.
- Schorneck, Frank (2003): „Swing when you´re writing“, in: *Macondo* von 2003.
- (2004): „Witziger Egotrip“, in: *Titel Magazin* von 2004.
- Schors, Horst Willi (2010): „Ich will alte Klischees“, in: *Kölner Stadt-Anzeiger* vom 6.2.2010.
- Schröder, Christoph (2001): „In der Tonspur“, in: *Journal Frankfurt* vom 30.3.2001.
- Spiegel, Hubert (2006): „„Sport und Literatur sind verwandt“, in: *faz.net* vom 29.06.2006. [URL: <http://www.faz.net/themenarchiv/2.1084/deutschland-und-die-wm/interview-mit-marcel-reich-ranicki-sport-und-literatur-sind-verwandt-1332348.html>, Ausdruck vom 12.02.2012].
- Tratner, Andrea (2001): „Respekt vorm Kabarettisten“, in: *Neue Presse* von 2001.
- Wienand, David (2005): „Auf jeden Fall Burghausen“, in: *coolibri* vom August 2005.
- Willander, Arne (2010): „Fleischverzehr und selige Trunkenheit: Frank Goosens Ruhrpott-Betrachtungen“, in: *Welt am Sonntag* vom 31.1.2010.
- Wünsch, Bastian (2010): „Buchtipps“, in: *NDR2* vom 14.2.2010.

Pressespiegel zum sportlichen Feld

- Beckgerd, Jürgen (2011): „Wir stehen immer am Abgrund“, in: *Westfälische Nachrichten* vom 26.2.2011.
- Droll, Joachim (2010): „Ich mach´ da nicht den Komiker!“, in: *Bild Online* vom 3.9.2010. [URL: <http://www.bild.de/sport/fussball/bochum/goosen-macht-nicht-den-komiker-13851656.bild.html>, Ausdruck vom 3.9.2010].
- Eckardt, Michael und Peter Müller (2010): „Uns rennt keiner die Tür ein“, in: *WAZ* vom 28.9.2010.
- Eckardt, Michael (2010): „Goosen will die Geisterfahrt des VfL stoppen“, in: *derwesten.de* vom 24.11.2010. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/goosen-will-die-geisterfahrt-des-vfl-stoppen-id3982091.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].
- (2010): „VfL-Aufsichtsrat? Goosen will nicht kneifen“, in: *derwesten.de* vom 2.9.2010. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/vfl-aufsichtsrat-goosen-will-nicht-kneifen-id3643143.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].
- (2010): „Neue Namen, neue Räte beim VfL Bochum“, in: *derwesten.de* vom 5.9.2010. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/neue-namen-neue-raete-beim-vfl-bochum-id3656822.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].
- Funke, Jörn (2006): „Fan-Leiden“, in: *Westfälischer Anzeiger* vom 17.2.2006.
- Gerber, Steffen (2011): „Humorvoller Scudetto-Saisonrückblick mit Redelings und Goosen in der Christuskirche“, in: *derwesten.de* vom 27.5.2011. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/sport-medial/humorvoller-scudetto-saisonrueckblick-mit-redelings-und-goosen-in-der-christuskirche-bochum-id4696474.html>, Ausdruck vom 2.2.2012].
- Haslauer, A., F. Lehmkuhl und C. Witt (2011): „Die gefährliche Macht der Fans“, in: *Focus Online* vom 8.8.2011. [URL: http://www.focus.de/sport/fussball/bundesliga1/tid-23472/bundesliga-die-gefaehrliche-macht-der-fans_aid_653154.html, Ausdruck vom 3.2.2012].
- Hermanns, Stefan (2010): „Dann sind wir eben die kleinen schmutzigen Arschlöcher“, in: *Potsdamer Nachrichten* vom 15.11.2010.

- Konopka, Sebastian (2010): „Kabarettist Frank Goosen macht Witze über Schalke“, in: *derwesten.de* vom 24.11.2010. [URL: <http://www.derwesten.de/staedte/gelsenkirchen/kabarettist-frank-goosen-macht-witze-ueber-schalke-id3977283.html>, Ausdruck vom 2.2.2012].
- Langner, Wolfgang (2011): „Frank Goosen: Der Kabarettist im Bochumer Aufsichtsrat“, in: *Augsburger Allgemeine Online* vom 28.1.2011. [URL: <http://www.augsburger-allgemeine.de/sport/fc-augsburg/Frank-Goosen-Der-Kabarettist-im-Bochumer-Aufsichtsrat-id9555606.html>, Ausdruck vom 2.2.2012].
- Müller, Oliver und Simon Pausch (2010): „Der Patriarch geht, das Chaos kommt“, in: *welt.de* vom 6.10.2010. [URL: <http://www.welt.de/die-welt/sport/article10102992/Der-Patriarch-geht-das-Chaos-kommt.html>, Ausdruck vom 6.2.2012].
- Nienhaus, David (2011): „Derby: Goosen und Sommers über das Derby-Theater“, in: *derwesten.de* vom 4.2.2011 [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/goosen-und-sommers-ueber-das-derby-theater-id4243199.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].
- N.N. (2010): „Goosen: Anfrage ist eine Ehre für mich“, in: *derwesten.de* vom 7.9.2010. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/goosen-anfrage-ist-eine-ehre-fuer-mich-id3664102.html>, Ausdruck vom 6.2.2012].
- N.N. (2010): „Bochum lieben lernen“, in: *ftd.de* vom 6.10.2010. [URL: <http://www.ftd.de/sport/:bundesliga-bochum-lieben-lernen/50179374.html>, Ausdruck vom 6.2.2012].
- Pauler, Holger (2010): „Wenn der Bock zum Gärtner wird“, in: *taz* vom 3.10.2010.
- Pohl, Günther (2011): „VfL Bochum trennt sich wohl von Trainer Funkel“, in: *derwesten.de* vom 13.9.2011. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/vfl-bochum-trennt-sich-wohl-von-trainer-funkel-id5060032.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].
- (2010): „Anfrage ist eine Ehre“, in: *11 Freunde Online* vom 8.9.2010. [URL: http://www.11freunde.de/bundesligen/132648/anfrage_ist_eine_ehre, Ausdruck vom 3.2.2012].
- Ritter, Ralf (2010): „Goosen: Vom Promi-Fan zum Aufsichtsrat“, in: *derwesten.de* vom 3.10.2010. [URL: <http://www.derwesten.de/sport/fussball/vfl/goosen-vom-promi-fan-zum-aufsichtsrat-id3788495.html>, Ausdruck vom 6.2.2012].

Schmitt, Thomas (2011): „Frank Goosen brilliert mit Trapattoni-Nummer beim Zeltfestival Ruhr“, in: *derwesten.de* vom 4.9.2011. [URL: <http://www.derwesten.de/staedte/bochum/frank-goosen-brilliert-mit-trapattoni-nummer-beim-zeltfestival-ruhr-id5026921.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].

Wanzelius, Rainer (2011): „Frank Goosen applaudiert dem WLT“, in: *derwesten.de* vom 4.12.2011. [URL: <http://www.derwesten.de/staedte/castrop-rauxel/frank-goosen-applaudiert-dem-wlt-id6132542.html>, Ausdruck vom 2.2.2012].

Weiss, Marcel (2011): „Frank Goosen: Ein Bochumer fühlt sich in Dortmund wohl“, in: *derwesten.de* vom 3.7.2011. [URL: <http://www.derwesten.de/staedte/dortmund/ein-bochumer-fuehlt-sich-in-dortmund-wohl-id4833285.html>, Ausdruck vom 3.2.2012].

Offizielle Internetseiten

Buchreport Homepage: „Bestseller-Historie“, in: *buchreport.de*. [URL: <http://www.buchreport.de/bestseller/>, Ausdruck vom 7.2.2012].

Connact Homepage. [URL: connact.de, Ausdruck vom 7.2.2012].

Deutscher Buchpreis Homepage: „Über den Preis“, in: *deutscher-buchpreis.de*. [URL: <http://deutscher-buchpreis.de/de/414218>, Ausdruck vom 7.2.2012].

Deutscher Fußball-Bund Homepage: „DFB-Kulturstiftung: Autoren-Nationalmannschaft“, in: *dfb.de*. [URL: <http://www.dfb.de/index.php?id=509397>, Ausdruck vom 12.2.2012].

Frank Goosen Homepage: „Mein Leben“, in: *frankgoosen.de*. [URL: <http://www.frankgoosen.de/content/leben/>, Ausdruck vom 3.2.2012].

Kiepenheuer & Witsch Homepage: „Die Autoren“, in: *kiwi-verlag.de*. [URL: <http://www.kiwi-verlag.de/die-autoren/>, Ausdruck vom 7.2.2012].

Literaturbüro Ruhrgebiet Homepage: „Hauptpreis“, in: *literaturbuero-ruhr.de*. [URL: <http://www.literaturbuero-ruhr.de/index.php?id=hauptpreis>, Ausdruck vom 7.2.2012].

Salzburger Stier Homepage: „Internationaler Radio-Kabarettpreis“, in: *salzburgerstier.org*. [URL: <http://www.salzburgerstier.org/index.html>, Ausdruck vom 7.2.2012].

- Verwaltungslexikon Online: „Leitbild“, in: *olev.de*. [URL: <http://www.olev.de/l/leitbild.htm>, Ausdruck vom 7.2.2012].
- VfL Bochum, Historie, in: *vfl-bochum.de* [URL: http://vfl-bochum.de/site/_verein/_historie/chronologiep.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- VfL Bochum Portrait, in: *vfl-bochum.de* [URL: http://vfl-bochum.de/site/_verein/portraitp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- VfL Bochum, Soziale Verantwortung, in: *vfl-bochum.de* [URL: http://vfl-bochum.de/site/_verein/_sozialeverantwortung/hierwodasherznochzaehlt.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- VfL Bochum, Vereinsorgane, in: *vfl-bochum.de* [URL: http://vfl-bochum.de/site/_verein/_vereinsorgane/fuehrungp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- VfL Bochum (2007): Leitbild, in *vfl-bochum.de*. [URL: <http://www.vfl-bochum.de/kickit/upload/webseite/verein/Leitbild.pdf>], Ausdruck vom 3.2.2012].
- (2009): „Bochum bleibt erstklassig - Goosen sagt warum“, in: *vfl-bochum.de* vom 25.1.2009. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/5973_bochumbleibterstklassig-goosensagtwarump.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2009): „Goosen goes TV“, in: *vfl-bochum.de* vom 19.4.2009. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/6328_goosengoestvp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2009): „VfL liest Goosens ‚Zehn Gebote‘“, in: *vfl-bochum.de* vom 27.4.2009. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/6367_vflliestgoosenszehngebotep.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2009): „Unser Kolumnist für Kulturpreis nominiert“, in: *vfl-bochum.de* vom 16.7.2009. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/6656_unserkolumnistfuerkulturpreisnominiertp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2009): „Silbermond und Goosen beim Zeltfestival“, in: *vfl-bochum.de* vom 28.8.2009. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/6856_silbermondundgoosenbeimzeltfestivalp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].

- (2010): „Goosen im ZDF“, in: *vfl-bochum.de* vom 14.7.2010. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/8118_goosenimzdfp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2010): „JHV: Goosen gewählt“, in: *vfl-bochum.de* vom 5.10.2010. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/8509_jhvgoosengewaehtp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2010): „Wilmert: Wollen neue Partnerschaften anbahnen“, in: *vfl-bochum.de* vom 16.12.2010. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/8879_wilmertwollenneuepartnerschaftenanbahne.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2010): „Villis: Netzwerk in der Industrie nutzen“, in: *vfl-bochum.de* vom 17.12.2010. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/8888_villisnetzwerkinderindustrienutzenp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2011): „Goosen: Karte kaufen, Buch abstauben!“, in: *vfl-bochum.de* vom 11.2.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/9136_goosenkartekaufenbuchabstaubenp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2011): „Gelungener Auftakt mit Goosen und Grothgar“, in: *vfl-bochum.de* vom 3.3.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/9240_gelungenerauftaktmitgoosenundgrothgarp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2011): „1. Mitgliederforum des VfL: Viele gute Ideen“, in: *vfl-bochum.de* vom 11.4.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/9437_1.mitgliederforumdesvflviele gute ideenp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2011): „Goosen: Die Welt ist ein Dorf“, in: *vfl-bochum.de* vom 14.5.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/9603_goosendieweltisteindorfp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- (2011): „Vertrag von Ernst wird nicht verlängert“, in: *vfl-bochum.de* vom 2.6.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/9707_vertragvonernstwirdnichtverlaengertp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].

- (2011): „Todt löst Ernst ab“, in: *vfl-bochum.de* vom 3.6.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/9708_todtloesternstabp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
 - (2011): „Funkel nicht mehr VfL-Cheftrainer“, in: *vfl-bochum.de* vom 14.9.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/10203_funkelnichtmehrvfl-cheftrainerp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
 - (2011): „Goosen beschließt Jubiläumswoche“, in: *vfl-bochum.de* vom 9.10.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/10336_goosenbeschliesstjubilaumswochep.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
 - (2011): „JHV 2011: Zustimmung für den Weg“, in: *vfl-bochum.de* vom 18.10.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/10378_jhv2011zustimmungfuerdenwegp.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
 - (2011): Satzung, in *vfl-bochum.de* [URL: <http://www.vfl-bochum.de/kickit/upload/webseite/verein/mitglieder/vfl-bochum-satzung.pdf>], Ausdruck vom 3.2.2012].
 - (2011): „Modifizierte Satzung stärkt Mitglieder-Rechte“, in: *vfl-bochum.de* vom 19.10.2011. [URL: http://vfl-bochum.de/site/_home/aktuelles/10380_modifiziertesatzungstaerktmitglieder-rechtep.htm, Ausdruck vom 6.2.2012].
- Xango Cult Homepage: „Über uns“, in: *xango-cult.de*. [URL: http://www.xango-cult.de/web/php/ueber_uns.php?, Ausdruck vom 7.2.2012].

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Masterarbeit mit dem Thema

Der Autor Frank Goosen als Aufsichtsratsmitglied beim VfL Bochum 1848: Gegenseitige Befruchtung oder Blockade von Fußball und Literatur?

selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen, die anderen Werken dem Wortlaut oder Sinn nach entnommen wurden, habe ich in jedem einzelnen Fall durch die Angabe der Quelle, auch der benutzten Sekundärliteratur, als Entlehnung kenntlich gemacht. Die eingereichte Arbeit ist nicht anderweitig als Prüfungsleistung verwendet worden oder in deutscher oder einer anderen Sprache als Veröffentlichung erschienen.

.....

Datum / Unterschrift