



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Die Vorbildwirkung von Sportidolen im österreichischen Jugendfußball

Eine Suche nach sportlicher Identität

Verfasser

Kaloyan Alexandrov, Bakk. rer. nat.

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, im November 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 826

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Magisterstudium Sportwissenschaften

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Otmar Weiß

Danksagung

Mit diesen Zeilen möchte ich den Menschen danken, die mich im Laufe meines Studiums begleitet haben. Einen besonderen Dank gilt hier meiner Familie, insbesondere meinen Eltern Zlatka Alexandrova und Stojan Alexandrov, sowie meinem Bruder Anton Alexandrov, die mich im Rahmen ihrer Möglichkeiten immer bestmöglich unterstützt haben. Ebenso möchte ich auch meiner Freundin Susanna Schneeweiß, die zu jeder Tages- und Nachtzeit an meiner Seite stand und mich immer unterstützt hat, und meinen Freunden, auf die ich mich immer verlassen konnte, ein großes Dankeschön aussprechen.

Ebenso möchte ich einen großen Dank an Herrn Univ. Prof. Dr. Otmar Weiß aussprechen, dafür dass er mir die Möglichkeit gegeben hat, meine Begeisterung am Fußballsport in Form einer Diplomarbeit darzustellen. Ein weiteres Danke gilt dem professionellen Team hinter Professor Otmar Weiß, vor allem Frau Mag. Andrea Pichlmair. Die Mitarbeiterin der Abteilung Sportsoziologie war insbesondere bei der Auswertung der Daten eine große Hilfe und stand bei allfälligen Fragen immer zur Verfügung.

Abstract

Die vorliegende Diplomarbeit untersucht die Notwendigkeit sowie Bedeutsamkeit von Vorbildern sporttreibender Jugendlicher. Die Themenblöcke Jugend, Sozialisation, Identität, Vorbilder, Sport sowie Medien werden in einer umfassenden theoretischen Ausarbeitung erklärt und die sich daraus ergebenden Relationen präsentiert. Es wird allgemein die Frage gestellt, ob sporttreibende Jugendliche Vorbilder haben, und wenn ja, in welchem Ausmaß sie von diesen beeinflusst werden.

Die gewählte und durchgeführte Erhebung wurde mittels Fragebögen ermittelt. Die Fragestellung setzt sich aus den Bereichen soziodemographischer Daten, allgemeiner sportbezogener sowie fußballorientierter Fragen, Fragen betreffend des Selbstbildes, Meinungen und Ansichten über Profisportler/innen, die Bedeutung einzelner sozialer Lebensbereiche sowie Fragen betreffend der Mediennutzung zusammen. Die empirische Untersuchung wurde mit Jugendlichen zwischen dreizehn und neunzehn Jahren vollzogen, die Untersuchungsgruppe umfasst n=95.

Die aus der Befragung ausgewerteten Ergebnisse werden interpretiert und mögliche Zusammenhänge mit dem theoretischen Teil dargelegt. Als Abschluss folgt ein Resümee zur in dieser Arbeit behandelten Thematik.

Die Ergebnisse zeigen eine große Identifikation der befragten Jugendlichen mit der Sportart Fußball sowie den Vorbildern aus diesem Bereich. Sie wollen den Stil ihrer Idole kopieren und so viel wie möglich über sie wissen. Dabei spielen die heutigen digitalen Medien wie Fernsehen und Internet eine wichtige Rolle. Bei der Vorbildwahl wählen die in dieser Studie befragten Jugendlichen neben ihren Sportidolen häufig auch Nahvorbilder wie die eigenen Eltern. Hier zeigt sich eine geschlechterspezifische Auswahl Letzterer.

Jedoch zeigen die Ergebnisse der Befragung auch, dass vermehrt männliche Fußballidole von beiden Geschlechtern gewählt werden, was die Männerdomäne der Sportart Fußball wieder einmal verdeutlicht.

Schlüsselwörter: Fußball, Jugend, Medien, Sport, Vorbild

Inhalt

1 Einleitung	1
2 Theoretischer Hintergrund.....	3
2.1 Begriffsbestimmung	3
2.1.1 Vorbild	3
2.1.2 Leitbild	6
2.1.3 Ideal.....	6
2.1.4 Idol.....	7
3 Die Lebensphase Jugend.....	8
3.1 Jugend – eine Begriffserklärung.....	8
3.2 Pubertät, Adoleszenz, Postadoleszenz	11
3.2.1 Vorpubertät	12
3.2.2 Pubertät	13
3.2.3 Adoleszenz	14
3.2.4 Postadoleszenz.....	15
3.3 Psychologischen Kriterien der Jugendphase.....	15
3.4 Soziologische Kriterien der Jugendphase	16
4 Sozialisation.....	18
4.1 Definition Sozialisation	18
4.2 Sozialisationsprozess	19
4.3 Persönlichkeitsentwicklung	20
4.4 Die Entwicklung von Individuation und Identität	25
4.4.1 Individuation.....	25
4.4.2 Identität.....	25
4.5 Zusammenfassung sozialisationstheoretischer Jugendforschung	27
5 Sport und die Identifizierung Jugendlicher mit ihren Vorbilder	30
5.1 Rolle der Vorbilder in der Jugend.....	30
5.2 Sportliche Vorbilder und gesellschaftliche Werte sowie Normen	31
5.3 Homo Sportivus	32

5.4 Idole im Fußballsport	33
5.5 Sportliche Vorbilder in der sozial-kognitiven Lerntheorie am Beispiel Fußball.....	35
6 Sport und Medien.....	38
6.1 Helden, Stars und Vorbilder im Mediensport: Vorbilder als Publikumsmagneten	38
6.2 Medien und ihr Einfluss auf den Sport.....	40
6.2.1 Das Fußballangebot im TV.....	40
6.2.2 Das Angebot von Fußball in der Presse.....	42
6.3. Jugendliche und Medien	43
7 Empirischer Teil: Beschreibung der Untersuchung	46
7.1 Fragestellung	46
7.2 Quantitative Forschungsmethode: Der Frageboden.....	46
7.2.1 Methoden der Datenerhebung	46
7.2.2 Beschreibung der Stichproben und Prüfstatistik.....	47
7.3 Hypothesen.....	48
8. Auswertung und Darstellung der Ergebnisse.....	49
8.1 Soziodemographische Daten	49
8.1.1 Geschlecht.....	49
8.1.2 Alter	49
8.1.3 Sportinteresse.....	50
8.1.4 Frequenz des Sporttreibens	51
8.2. Grundlegende Fragen zum Sportbezug	52
8.2.1 Allgemeine Ausübung von Sportarten	52
8.2.2 Ausübung Leistungssport.....	53
8.2.3 Möglichkeiten der Sportausübung.....	54
8.2.4 Fußball als Gesprächsthema in der Familie und im Freundeskreis	55
8.2.5 Wunsch Hochleistungs- bzw. Spitzensportler zu sein.....	56
8.3 Spitzensportler/in: Voraussetzung und Motivation zum Erfolg	57
8.3.1 Voraussetzungen erfolgreicher Spitzensportler/innen	57

8.3.2 Was wollen Spitzensportler/innen erreichen?.....	58
8.4 Bedeutsamkeit einzelner Lebensbereiche Jugendlicher.....	60
8.5 Verfolgung des Fußballgeschehens.....	60
8.6 Medien.....	61
8.6.1 TV	61
8.6.2 Internet	62
8.6.3 Sportteil der Tageszeitung	63
8.6.4 Spezielle Sportzeitungen	64
8.6.5 Radio	65
8.7 Vorbilder Jugendlicher	66
8.7.1 Nahvorbilder	66
8.7.2 Fernvorbilder.....	67
8.7.3 Vorbilder im Fußballsport.....	68
8.7.4 Motive für die Wahl eines Fußballvorbildes	69
8.7.5 Die Top-3-Nennungen von Fußballvorbildern.....	69
8.7.6 Wunsch wie das Fußballidol zu werden	70
8.8 Hypothesenüberprüfung.....	71
8.9 Interpretation der empirischen Forschungsergebnisse.....	75
9 Zusammenfassung	78
10 Verzeichnisse.....	82
10.1 Literaturverzeichnis.....	82
10.2 Abbildungsverzeichnis	85
10.3 Tabellenverzeichnis	86
11. Anhang	87
Fragebogen	87
Curriculum Vitae	96
Erklärung über die Quellenrichtigkeit	98

1 Einleitung

Fußball ist nicht nur eine Sportart sondern eher ein globales Phänomen, welches uns Menschen seit jeher beeindruckt und fasziniert, verbindet und schult, ja sogar in vielen Fällen sozialisiert. Die Geschichte dieser außergewöhnlichen, imposanten, beeindruckenden und zugleich bemerkenswerten Sportart zeigt, dass der Fußballsport schon seit seiner Entstehung etwas Einzigartiges ist.

Heutzutage zieht der Fußballsport die meisten Zuschauer in seinen Bann, und zählt dadurch sowohl für Jung und als auch für Alt zu einer der beliebtesten Sportarten weltweit. Es sind vor allem die „Großen“, die Stars dieser Sportart, die dafür sorgen, dass uns bestimmte Momente ewig in Erinnerung bleiben und auch für die nachfolgenden Generationen ein Begriff sind.

In Europa, aber auch in vielen südamerikanischen Ländern, gibt es kaum einen Ort, der nicht zumindest einen eigenen ortsansässigen Fußballverein besitzt, wenngleich diese Sportart in vielen Ländern, wie auch in Österreich, nicht die Nationalsportart ist. Vor allem Kinder und Jugendliche sind dieser Sportart verfallen. Laut Österreichischem Fußballbund (ÖFB) sind in Österreich in Summe rund 220.000 Kinder und Jugendliche bei den über 2.200 Fußballvereinen gemeldet.

Auch als Passivsport rangiert diese Art der Freizeitbeschäftigung auf der Beliebtheitsskala ganz oben. Die Medien und die damit verbundene Werbeindustrie tragen einen erheblichen Teil dazu bei. Sie popularisieren den Fußballsport wie keinen anderen. Für sie ist die Berichterstattung über die großen Schlagerspiele, aber auch über die Stars im Fußballsport ein gewinnbringendes und unentbehrliches Geschäft. Durch die gekonnte Inszenierung der Medien werden die sogenannten Stars zu berühmten Persönlichkeiten, ja sogar zu Publikumsmagneten aufgebaut und sorgen somit immer wieder für Schlagzeilen, egal ob diese negativ oder positiv behaftet sind. Neben ihren fußballerischen Fähigkeiten auf dem Rasen werden unter anderem auch ihr Benehmen und immer häufiger ihr Lifestyle analysiert und diskutiert. Darüber hinaus müssen sie auch häufig dem Publikum etwas über ihre eigene Persönlichkeit preisgeben, um interessant und greifbar zu wirken. Dadurch üben sie bewusst oder unbewusst eine Vorbildfunktion auf Jugendliche aus, vor allem auf die Gruppe der Sporttreibenden – wer will nicht so sein wie Cristiano Ronaldo, Lionel Messi oder David Alaba?

Problemaufriss

Die Jugendphase ist nicht nur ein Lebensabschnitt der Lebenslust und der Freiheiten, sondern auch eine Zeit, welche von vielen körperlichen, geistigen sowie emotionalen Veränderungen und großen Unsicherheiten geprägt ist. In dieser Entwicklungsperiode setzen sich Jugendliche in einer kritischen Art und Weise sowohl mit sich selbst, als auch mit ihrer sozialen Umwelt auseinander. Durch diesen Auseinandersetzungsprozess werden verschiedene Werte und Normen verinnerlicht.

So ist die Suche nach Orientierung und Sinngebung in dieser Phase kennzeichnend wie wohl für keine andere Lebensphase davor und danach (Hurrelmann, 2007). Der Sportbereich bietet hierzu unzählige Möglichkeiten, aus welchen Jugendliche ihre Vorbilder wählen können. Vor allem Fußballstars werden in diesem Zusammenhang häufig in Verbindung gebracht. Durch die Darstellung der Fußballstars in den Medien werden Jugendliche aber auch in ihrem sozialen Verhalten beeinflusst und eifern ihren Idolen immer mehr nach. Bunte Schuhe, außergewöhnliche Frisuren, bis hin zum Torjubiläum werden nachgeahmt.

Gesellschaften identifizieren ihre kulturellen Ideale mit spezifischen Menschentypen, Idolen, die gängige Werte- und Normenschemata repräsentieren und sich in modernen Gesellschaften immer häufiger aus dem Bereich des Sports rekrutieren. Der Spitzensport und die Sportberichterstattung bieten jene Idole an, die dem heute vorherrschenden Sozialcharaktertyp entsprechen. (Weiß, 1999, S. 60)

Bezugnehmend auf das Thema dieser Diplomarbeit werden unter anderem die Fragen gestellt: Haben Jugendliche Vorbilder? Inwieweit haben Fußballidole Einfluss auf die Jugendlichen (Aussehen, Lifestyle, Verhalten am Spielfeld usw.)? Welche Informationskanäle werden genutzt um am Laufenden zu bleiben? Welche Erfolgsfaktoren sind für die Heranwachsenden von Bedeutung und welche nicht?

2 Theoretischer Hintergrund

2.1 Begriffsbestimmung

Da sich die Begriffe Vorbild, Leitbild, Ideal oder Idol in der Alltagssprache kaum voneinander unterscheiden, jedoch in der vorliegenden Diplomarbeit häufig thematisiert werden und somit das Gerüst dieser Arbeit bilden, wird im Folgenden versucht, die unterschiedlichen Termini zu veranschaulichen, zu bestimmen und voneinander abzugrenzen.

Vorbilder, Idole und Ideale sind ein menschliches Bedürfnis, an ihnen können sich vor allem Kinder und Jugendliche (aber auch natürlich Erwachsene) orientieren und nach Selbstverwirklichung streben. Mitscherlich (1978) ist der Meinung, dass ohne dieses „Urbedürfnis“, ein Gefühl der Leere entsteht und „das lebendige Interesse an den Dingen der Welt und an unseren Mitmenschen geht verloren.“

Wir werden als total hilflose Wesen geboren, und deshalb brauchen wir Erwachsene, die mit der Welt zurechtkommen und an denen wir uns orientieren können. Vorbilder sind Menschen, die Kindern oder Jugendlichen das Gefühl vermitteln, dass sie Interesse an ihnen haben, dass sie sie verstehen wollen. (Die Zeit, 2007)

2.1.1 Vorbild

Laut Duden ist ein Vorbild eine Person oder Sache, die als (idealisiertes) Muster, als Vorlage, Modell oder Beispiel aber auch als Leitbild oder Wunschbild angesehen wird. Es beschreibt etwas oder jemanden, nach dem man sich richten kann. Das Adjektiv „vorbildlich“ beschreibt etwas oder jemanden, der hervorragend, makellos, moralisch oder in seiner Lebensgestaltung vollkommen ist (Duden, 2015).

Reinhold (2000) definiert ein Vorbild als eine Person, die durch ihre Lebensgestaltung Menschen, vor allem Jugendliche, dermaßen dahingehend beeindruckt und fasziniert, dass eine starke Identifikation mit dieser Person stattfindet. Diese Definition ähnelt jener von Mehler (1975, S. 455 zit. n. Glaser, 1998, S. 6), der ein Vorbild als eine bestimmte Person sieht, die in ihrem Verhalten oder ihrem Wesen Werte, Besonderheiten und Attribute verkörpert, die andere Menschen bewundern und sie so animieren, dem Vorbild nachzueifern.

Nach Thomae (1966, S.12) kann ein Vorbild als „ein an konkrete Personen gebundenes Bild beziehungsweise Modell des Verhaltens“ definiert werden.

Die Definitionen beschreiben letztendlich ein Bild bzw. Modell von Verhaltensweisen, welche stark an Personen gebunden sind.

Vorbilder und ihre Ausprägungen

Desweiteren wird der Begriff „Vorbild“ in unterschiedlichen Arten konkretisiert. Nach Glaser (1998) macht es Sinn, Vorbilder in Fern- und Nahvorbilder zu klassifizieren.

Ein Unterschied in diesem Sinne kann folglich getroffen werden, dass man Fernvorbilder nicht durch persönlichen Kontakt kennt und auch keine direkte Kommunikationsmöglichkeit zu diesen herrscht bzw. existiert und es nahezu, bis auf Ausnahmefällen, unmöglich ist, dass so eine zustande kommt (Glaser, 1998).

Nahvorbilder sind Menschen aus der unmittelbaren Umwelt der jeweiligen Person, die durch einen persönlichen Kontakt bekannt sind und die Möglichkeit des Informationsaustausches über Inhalte, Werte, Normen und Einstellungen mit dem betreffenden Vorbild möglich sind. Das Nahvorbild bietet dem Jugendlichen einen Nutzen der direkten Vergleichbarkeit und des Feedbacks (Glaser, 1998).

Abbildung 1 zeigt die Struktur der Vorbildklassifikation:

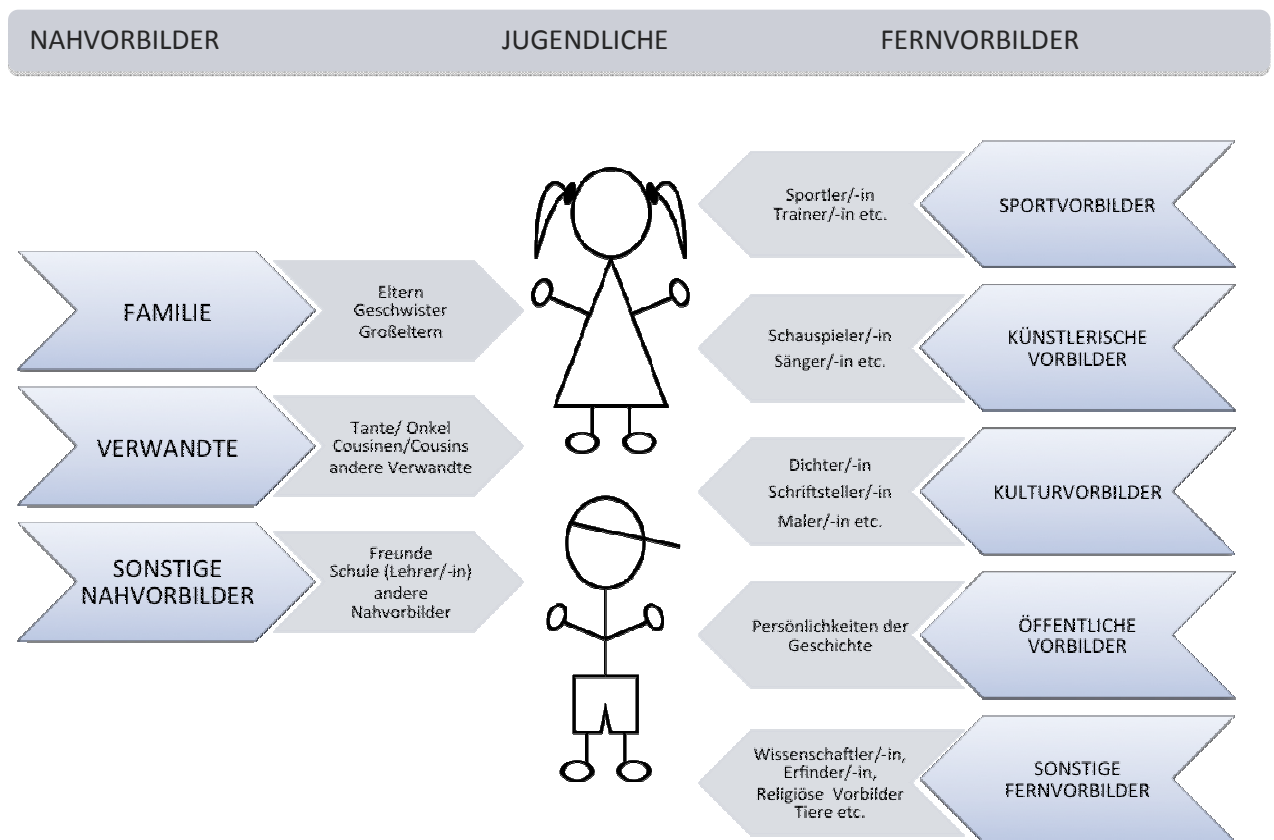


Abbildung 1: Nah- und Fernvorbilder (mod. n. Glaser, 1998, S. 29)

Für die vorliegende Diplomarbeit ist jedoch die Definition von Glaser (1998, S. 8) von Belangen, in welcher Vorbilder als reale oder fiktive Personen definiert werden, deren Erscheinungsbild in beliebiger Art und Weise, „einen Einfluss auf das Verhalten, die Einstellung oder das Aussehen und die Zukunftsplanung von Menschen“ hat.

Merkmale:

- (lebende, historische, fiktive) Menschen
- Werte, Normen
- Beeindruckung, Beeinflussung, Bewunderung
- Nacheifern, Nachahmung, Nachstreben

Glaser (1998, S. 10) kommt zum Schluss Vorbilder als „subjektiv freiwillig gewählte Werte, Kenntnisse, Fertigkeiten, Einstellungen, Inhalte und Erscheinungsformen, die, durch Menschen (oder menschenähnliche Figuren) repräsentiert, als konkrete, gedanklich oder real existierende bildhafte Orientierungen bzw. Ziele das Verhalten, Aussehen oder die Einstellungen zum subjektiven Nutzen des Auswählenden beeinflussen“ zu definieren.

2.1.2 Leitbild

Eine Abgrenzung zwischen Vorbild und Leitbild ist schwer möglich. Mehler (1975, S. 455 zit. n. Glaser, 1998, S. 6) schreibt, dass ein Leitbild als eine Konstellation von Werten und Merkmalen verstanden werden kann, welche nicht unbedingt von einer Person repräsentiert werden müssen, das heißt es kann auch als ein Wunschbild einer bestimmten Vorstellung von Etwas sein (Duden, 2015).

Nach Däumling (1960) wirkt ein Leitbild von „innen nach außen“ während Vorbilder von „außen nach innen“. Hier ist dementsprechend anzumerken, dass eine Differenzierung, was „von innen nach außen“ und „außen nach innen“ wirkt, recht schwierig ist, da man nicht genau sagen kann, wann ein Vorbild in ein Leitbild übergeht.

Ein Leitbild ist eine von Personen vollkommen „unabhängige Struktur des Verhaltens.“ Es kann auch als Identifikationsobjekt dienen, meint Thomae (1966, S. 12).

2.1.3 Ideal

„Das Ideal“ ist ein Ausdruck für etwas Vollkommenes, es erklärt oft die Vorbildfunktion für ein Verhalten. Weiters kann es auch als der höchste Maßstab für Zielen interpretiert werden, nach deren Verwirklichung wir streben, ungeachtet dessen, ob diese Art der Perfektion erreicht werden kann oder nicht (Duden, 2015; Reinhold, 2000).

Das „Ich-Ideal“ wird nach Mitscherlich (1978) als Vorbild definiert, an welches sich die eigene Person bzw. Persönlichkeit anzugleichen versucht, eine Kombination „der Idealisierung des eigenen Selbst, den Identifizierungen mit den idealisierten Eltern und den kollektiven Idealen.“ (Mitscherlich, 1978, S. 14) Mitscherlich meint, dass in diesem Prozess die Zugehörigkeit zu einer Person, Idee oder Sache verstärkt und psychisch erhöht wird, wobei eine Veränderung seiner ursprünglichen Art nicht zwingend notwendig ist (ebd., S. 14).

2.1.4 Idol

Idole sind besondere Menschentypen, die gebräuchliche Werte- und Normenhaltungen vorleben. Besonders in den unteren Schichten findet eine hohe Identifikation mit Idolen statt (Weiß, 1999).

Ideale, die zwar als ferne Vorbilder erlebt werden, aber keinen sittlichen Wertcharakter besitzen, bezeichnen wir als Idole. (Bittner, 1964, S. 15
zit. n. Glaser, 1998, S. 4)

Das Idol ist im Gegensatz zum Ideal eine Person, mit der man sich identifiziert und der man in Überzeugungen und Handeln nacheifert. Manchmal ist es auch negativ behaftet, wenn es von einigen für nicht nachahmens- und erstrebenswert erachtet wird (Reinhold, 1997).

Als Beispiel hierfür ist der Fußballspieler Luis Suárez zu nennen, der auf Grund von mehrmaligen unsittlichen Verhaltens (beißt „gerne“ seinen Gegenspieler) für viele unter Umständen dennoch ein Idol darstellt.

Zusammenfassung der Begriffe

Während Ideale und Vorbilder an eine Person gebunden sind wird im Gegensatz dazu ein Leitbild als Konstellation von Werten und Merkmalen verstanden. Hinzu kommt, dass das Vorbild und das Ideal mit herausragenden moralisch in der Gesellschaft als gut befundenen Attributen in Verbindung gebracht werden. Ebenso an eine Person gebunden ist das Idol, das allerdings nicht vollkommen sein muss und alternativ für die Gesellschaft, negativ befundene Eigenschaften besitzen kann.

Die angeführten Definitionen verdeutlichen also vorrangig eine Kopie bzw. Nachahmung von Verhaltensweisen, die an Personen gebunden ist. Demnach wird es zum Beispiel auch als Einstellung in der Meinungsbildung und der Art zu leben erlebt.

3 Die Lebensphase Jugend

In diesem Kapitel wird die Jugendphase als eine eigenständige Phase analysiert, um sie von den restlichen Lebensphasen abzugrenzen. Die Recherche orientiert sich dabei in erster Linie an soziologischen und psychologischen Theorien, Betrachtungsweisen sowie Definitionen.

3.1 Jugend – eine Begriffserklärung

Der Terminus Jugend kann als mehrdeutiges Begriffswort interpretiert werden und kommt in vielen verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen zum Ausdruck.

Im Rahmen der Rechtswissenschaft wird der Jugendbegriff zur Konkretisierung der Altersgruppe der 14- bis unter 18jährigen verwendet, die nach dem Jugendgerichtsgesetz behandelt werden (Reinhold, 2000), was vor allem zivil- und strafrechtlich von Bedeutung ist. Im Bereich des Rechts hat sich nämlich die Ansicht durchgesetzt, dass Jugendlichen unter gesonderten rechtlichen Bedingungen zu betrachten sind (Ecarius, Eulenbach, Fuchs & Walgenbach, 2011).

In der Biologie dient das Wort Jugend als Kennzeichnung der Entwicklungsperiode zwischen dem pubertären Wachstumsschub und „dem Abklingen des zweiten Gestaltwandels.“ Damit ist die Phase der abgeschlossenen Proportionsverschiebung von Kopfgröße, Arm- und Beinlänge in Relation zur Gesamtlänge unseres Körpers gemeint (ebd., S. 13ff).

Die Psychologie betont hingegen die emotionale und kognitive Entwicklungsdynamik, die mit dem Eintritt der Pubertät erfolgt. So wird das Jugendalter auch als „Sturm- und Drangzeit“ bezeichnet, in welcher junge Menschen psychische Umbrüchen und inneren Unausgeglichenheit erfahren und mit diesen umgehen müssen (ebd., S. 14).

Die soziologische Betrachtungsweise erklärt wiederum Jugend als eine Lebensphase, in der die bzw. der Einzelne nicht mehr die im familiären Zusammenhang eingebundene Rolle des Kindes einnimmt, gleichzeitig aber ebenfalls noch nicht eine Erwachsenenrolle aufweisen kann. Der Fokus liegt hier auf den Folgen der gesellschaftlichen Bedingungen der Lebensphase Jugend und „wie Jugendlichen als spezifische Gruppe Rechte und Möglichkeiten eröffnet sowie Pflichten und Zwänge auferlegt werden.“ Aus diesem Grund wird hier empfohlen, Jugend als ein gesellschaftliches Phänomen mit „eigenständigen Inhalten und Lebensvollzugsformen“ zu interpretieren (ebd., S. 14).

Wird Jugend als eine pädagogische Erkenntnisform veranschaulicht, „stehen u.a. alterstypische Bedingungen und Folgen von Erziehung, Bildung und Unterricht sowie Auswirkungen der Sozialisation in Schulen und anderen pädagogischen Einrichtungen“ im Zentrum der Betrachtungsweise (vgl. ebd., S. 14).

Der Begriff Jugend wird also mit bestimmten Verhaltensmustern und Eigenschaften in Verbindung gebracht, welche im Vergleich zur Kindheit und Erwachsenenwelt als jugendtypisch gelten (Niederbacher & Zimmermann, 2011) und in anderen Altersgruppen keine derartige Ausprägung finden (Ecarius et al., 2011).

Aus traditioneller Sicht wird „die Jugend“ als eine „Statuspassage“ von der Kindheit in die „sozial generell und endgültig gedachte Rolle des Erwachsenen“ (Schelsky 1957) erklärt. Die Jugendphase wird als ein Moratorium definiert – „ein Schonraum zur Selbstfindung und Selbsterprobung“ (Spranger 1924; Erikson 1974) – ebenso auch als ein Sozialisationsprozess sowie als eine Lern- und Vorbereitungszeit auf die Rolle und Aufgaben des Erwachsenwerdens (Reinhold, 2000).

Grundsätzlich kann gesagt werden, dass mit dem Eintreten der Pubertät der Übertritt zwischen dem Kindesalter und dem Jugendalter vollzogen wird. Kennzeichnend für diese Lebensphase sind etliche Lebensaufgaben, deren Bewältigung für Jugendliche oft als anstrengend und schwierig empfunden wird und weitgehend auch mit großen emotionalen Problemen einhergeht. Diese Disharmonie äußert sich unter anderem in Rollen- und Statusproblemen, welche Jugendliche in dieser Zeit oft belasten. Sie treten erst dann wieder in den Hintergrund, sobald eine erste gesellschaftliche Konsolidierung vollzogen ist (Schenk-Danzinger, 1988).

Junge Menschen stehen in diesem Lebensabschnitt vor der Aufgabe, in den jeweiligen Lebensbereichen wie Familie, Schule, Freundschaften, Konsum, Freizeit, Medien, Berufsausbildung, Recht und Religion, eigenständige Wege der persönlichen Entfaltung wahrzunehmen und zu erproben. Hierfür ist eine hohe Kompetenz der persönlichen und biographischen jugendlichen Selbstorientierung von Nöten, um ebenso die „Anforderungen der körperlichen und psychischen Innenwelt sowie der sozialen und physischen Außenwelt bewältigen zu können.“ (Hurrelmann, 2007, S. 9)

„Die Persönlichkeitsentwicklung eines Menschen wird in jedem Lebensabschnitt durch eine „produktive“ Auseinandersetzung mit den äußeren, sozialen und physischen Umweltbedingungen und zugleich den inneren, psychischen und körperlichen Vorgaben beeinflusst.“ (Hurrelmann, 2007, S. 7)

Hurrelmann (2005) charakterisiert das Jugendalter als eine „Statusinkonsistenz“ und meint damit einen Unterschied in der Geschwindigkeit der Entwicklung und einer Disharmonie von sozialen Positionen und gesellschaftlichen Rollen. Unter einer „sozialen Rolle“ versteht man „die normative Erwartung eines situationsspezifischen sinnvollen Verhaltens“ (Weiß & Norden, 2013, S. 53); mit Gesellschaft werden hier in erster Linie die Bezugsgruppen wie Eltern, Schule, gleichaltrige Freundeskreis titulierte (Schenk-Danzinger, 1988).

Jugendliche sehnen sich in dieser Phase nach persönlicher Selbstständigkeit und -bestimmung, werden aber gleichzeitig in der Umsetzung mit wirtschaftlichen Hürden konfrontiert. Sie finden zwar einen ökonomischen ungesicherten Lebensraum vor, was sie jedoch nicht davon abhält, ihre soziokulturelle Umwelt sowie ihre sozialen Beziehungen und Wertorientierungen autonom zu gestalten, was sich zum Beispiel mit dem Auszug aus dem Elternhaus und Zusammenleben mit einem festen Partner bzw. einer festen Partnerin erklären lässt (Hurrelmann, 2005).

In diesem Zusammenhang kann das Jugendalter auch als Verlauf des schrittweisen Übergangs, als eine Art Zwischenschritt (Niederbacher & Zimmermann, 2011), von der unselbstständigen Kindheit in das selbstständige Erwachsenenalter beschrieben werden (Hurrelmann, 2007). Es handelt sich um eine Phase von bedeutendem Stellenwert im menschlichen Lebenslauf, „der sich aus der biologischen und psychologischen Entwicklung und zugleich den vielfältigen Vorgaben gesellschaftlicher Art ergibt.“ (ebd., S. 40)

Problem der Abgrenzung der Jugendphase

Durch das rasche Wachstum der gesellschaftlichen Modernisierung sowie Globalisierung zu Ende des 20. Jahrhunderts, ist es zu einem Wandel der Lebensverlaufsstruktur gekommen. Dadurch eröffnen sich neue Entwürfe und Konstellationen an Verhaltensanforderungen sowie Handlungschancen für die junge Bevölkerung, die bis dato über Normen den Lebensphasen Kindheit oder Erwachsenenalter zugewiesen wurden (Ecarius et al., 2011).

Die Jugendphase tritt somit immer früher ein, da sich der Beginn der Geschlechtsreife im Verlauf der menschlichen Biografie nach vorne verlagert hat und parallel dazu sich das Ende der Jugendzeit verzögert, weil nach Hurrelmann „der Übergang in das Erwachsenenalter und die Gründung einer Familie weit aufgeschoben oder sogar ganz ausgelassen werden.“ (Hurrelmann, 2005, S. 8) Weiters schreibt Hurrelmann: „hierdurch

entsteht eine eigenartige Mischung aus Selbstständigkeit und Abhängigkeit, aus Selbst- und Fremdbestimmung, die hohe Spielräume und zugleich auch Zwänge für die Lebensgestaltung mit sich bringt.“ (vgl. ebd., S. 8)

In Anbetracht ihrer zeitlichen Ausdehnung hat die Jugendphase eine Schlüsselfunktion im menschlichen Zeitablauf eingenommen und sollte daher nicht mehr als eine Übergangszeit, sondern eher als eigenständige Lebensphase verstanden werden. Die in dieser Phase bereits alltäglichen Probleme der Lebensbewältigung von jungen Menschen „lösen das Verständnis von Jugend als einen Schonraum auf.“ (Reinhold, 2000, S. 316)

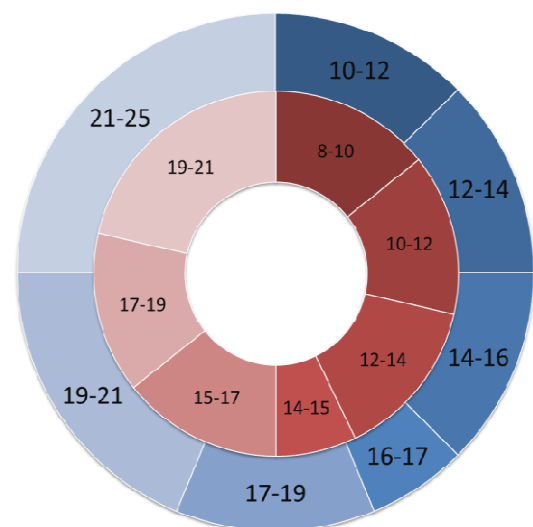
3.2 Pubertät, Adoleszenz, Postadoleszenz

Im Alltag wird Jugend also oft mit der Pubertät assoziiert und in Verbindung gebracht. Ebenso häufig wird der aus der Psychologie stammende Begriff Adoleszenz zur Präzisierung von Jugend verwendet. Adoleszenz bezeichnet die über die Pubertät noch anhaltende Entwicklungsphase von Jugendlichen (Niederbacher & Zimmermann, 2011). Es ist jedoch sehr schwierig individuell zu konkretisieren, wann welche Phase einsetzt und wann sie abgeschlossen ist. Auch hängt es vom Blickwinkel der Betrachtungsweise ab, ob auf körperliche, psychische oder soziale Veränderungen bzw. Entwicklungen geachtet werden soll (Kasten, 1999).

Das nachfolgende Raster von Kasten (1999) eignet sich als nützliche Alters- und Phaseneinteilung, da er sich bereits in vielen Forschungsergebnissen als dienlich und zutreffend erwiesen hat.

Tabelle 1: Entwicklungsphasen von der späten Kindheit bis zum frühen Erwachsenenalter

Phase	Mädchen	Burschen
späte Kindheit	8-10	10-12
Vorpubertät	10-12	12-14
Pubertät	12-14	14-16
frühe Adoleszenz	14-15	16-17
mittlere Adoleszenz	15-17	17-19
späte Adoleszenz	17-19	19-21
Post-Adoleszenz	19-21	21-25



Quelle: mod. n. Kasten (1999, S. 15)

Die Tabelle veranschaulicht, dass die Entwicklung der Mädchen und somit der Eintritt in die Pubertät im Gegensatz zu der der Burschen früher einsetzt und dass Burschen die Entwicklungsphase der Post-Adoleszenz später abschließen. Dies ist genetisch bedingt und lässt sich nach Auffassung von Kasten damit erklären, dass unterschiedliche Steuerungs- und Reifungsprozesse zwischen den Geschlechtern herrschen.

3.2.1 Vorpubertät

Die Vorpubertät bezeichnet Schenk-Danzinger (1988, S. 147) als den Zeitraum des ersten Auftretens „der sekundären Geschlechtsmerkmale und der Funktionsfähigkeit der Geschlechtsorgane.“ Weiters kommt es in dieser Zeitspanne zu einer Veränderung des Längenwachstums, der Körperform sowie der Körperproportionen. Die eintretende Entwicklung im jugendlichen Leben verläuft nun bei Jungs und Mädchen erstmals verschieden, da Mädchen einen zeitlichen Vorsprung von etwa zwei Jahren haben. Im Folgenden werden einige dieser Unterschiede näher erklärt.

Auftretende Merkmale der Vorpubertät bei Burschen

- Kraftsteigerung:

Nach Schenk-Danzinger (1988, S.162) ist bei Burschen in der Vorpubertät „eine Erregungsphase mit einer positiver Grundstimmung“ zu beobachten. Die nun stattfindende Kraftsteigerung zeigt sich in einem starken Bewegungsbedürfnis, den Willen zur körperlichen Betätigung, einem gesteigerten Aggressionspotenzial sowie Abenteuerlust und „Unfugbereitschaft“.

- Die Gruppe der Gleichaltrigen

Burschen haben ein starkes Verlangen, ihre Freizeit mit Gleichgesinnten zu verbringen. Diese Gruppe wird immer wichtiger, da die Anerkennung die man dort bekommt oder auch genießt, der Selbstbestätigung und dem Statusbedürfnis der eigenen Person entspricht. In der Gruppe der Gleichaltrigen herrschen eigene Gesetze, Wertesysteme, Rituale und Elementen formaler Gemeinschaftsgestaltung (ebd., S. 163).

- Konflikte mit Erwachsenen:

In seinem Drang nach persönlicher Autonomie und dem Streben nach Unabhängigkeit, versucht der männliche Jugendliche sich von Gewohnheiten, denen er sich bis dato gefügt hat, zu lösen. „Erstmals tritt das Bedürfnis nach einem Eigenleben auf.“ (Schenk-Danzinger, 1988, S.163) Dies kann zu manchen Konflikten mit den Erwachsenen führen. „Die emotionale Distanz zur Mutter nimmt

zu und im selben Maß das Bedürfnis nach einem guten Kontakt mit dem Vater. Der Vater gewinnt für den Knaben eine immer größere Bedeutung als Vorbild für die Identifikation mit der männlichen Rolle.“ (ebd., S. 163)

Auftretende Merkmale der Vorpubertät bei Mädchen

- Veränderung der Grundstimmung

Das Eintreten der Vorpubertät wird bei Mädchen generell mit vielen Aktivitäten und einer fröhlichen Gemütslage beschrieben. Im Laufe der Zeit kippt jedoch die Stimmung, es kommt zu einer Labilisierung, Inaktivität und zu stark schwankenden Verhaltensweisen in der Familie, in der Schule und im Freundeskreis, Unsicherheit, Angst und Minderwertigkeitskomplexe breiten sich aus (ebd., S. 167ff).

- Das Selbstwertgefühl von Mädchen

Das Selbstwertgefühl des Mädchens ist zum einen von der Herkunft des sozialen Umfeldes und zum anderen vom Grad der Geschlechterrolle welche es einnehmen kann, abhängig. In diesem Zusammenhang können durch die immer noch bestehenden Diskriminierungen von Frauen in unserer Gesellschaft Probleme entstehen, auch im Sport. So kann es sein, dass manche Mädchen sich in Gruppen des männlichen Geschlechts wohler fühlen und das typische Verhalten junger Mädchen in diesem Alter ablehnen. Die männliche Akzeptanz stärkt zwar kurzfristig ihr Selbstwertgefühl, langfristig erschwert es jedoch ihre Identifikation mit der Geschlechterrolle (ebd., S. 172).

3.2.2 Pubertät

In der Pubertät kommen zusätzlich zu körperlichen auch noch hormonelle Veränderungen hinzu, sowie der damit zusammenhängende soziale und psychische Wandel (Andresen, 2005).

Diese biologischen und körperlichen Neuerungen werden mit geistigen Entwicklungen in Zusammenhang gebracht, die sich häufig in nicht nachvollziehbaren, nicht voraussagbaren und uneingeschränkten Verhaltensweisen von Jugendlichen ausdrücken (Niederbacher & Zimmermann, 2011). Wie die Aufgaben und Anforderungen des Heranwachsens von Jugendlichen gelöst werden, hängt von den jeweiligen gesellschaftlichen Bedingungen und dem dort herrschenden Wertsystem ab. Damit meint man, je unentwickelter eine Gesellschaft ist, desto kürzer ist die Periode zwischen der Geschlechtsreife und dem Erwachsenwerden. Andererseits, je komplexer die

Gesellschaft ist, desto länger dauert der Reifeprozess an und desto später kann der junge Mensch die Erwachsenenrolle übernehmen (Schenk-Danzinger, 1988).

Daraus ableitend kann die Aussage getroffen werden, dass die Pubertät nicht nur ein biologisches, sondern auch „ein psychologisches und soziologisches Phänomen“ darstellt (Schenk-Danzinger, 1988, S.195).

Auch wenn die Pubertät bereits abgeschlossen ist, dauert die Phase der Gefühlsschwankungen und Verhaltensauffälligkeiten häufig noch an (Niederbacher & Zimmermann, 2011).

3.2.3 Adoleszenz

Den Begriff Adoleszenz beschreibt Andresen (2005) als eine über die Pubertät andauernde Phase. Prinzipiell wird mit Adoleszenz „die Gesamtheit der psychosozialen Entwicklungsprozesse und Entwicklungsbedingungen“ (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 138) zwischen den Lebensphasen Kindheit und Erwachsenensein verstanden. Manche Autoren erwähnen in diesem Zusammenhang besonders die zeitliche Ausdehnung dieser Prozesse und betonen dadurch verschiedene Phasen des Übergangs zur früheren, mittleren und späten Adoleszenz. Die Persönlichkeit manifestiert sich somit schrittweise und nicht aufgrund eines einzelnen Ereignisses.

Die Dauer der Adoleszenz wird als ein Moratorium beschrieben (ebd., S. 138ff). Es ist ein zeitlich begrenzter, von Pflichten losgelöster Freiraum zum Zweck, vorgegebene Ziele und Pflichten erreichen zu können (Andresen, 2005). Zudem dient es „der Identitätsfindung, Schulbildung und Berufsausbildung, der Lebensstilbildung, der Erfahrungen erste Partnerschaftsbeziehungen sowie der Erkundung des Medien- und Freizeitmarktes.“ (Ecarius et al., 2011, S. 38)

Der zukünftige Erwachsene, so Andresen (2005), soll so später in der Gesellschaft integriert und arbeitsfähig sowie bereit für die Familiengründung sein.

Niederbacher und Zimmermann (2011) erklären weiters, dass je nach Geschlechtszugehörigkeit dieses Moratorium zwischen dem 14. und 16. Lebensjahr beginnt und zwischen dem 19. und 21. Lebensjahr zu Ende ist. Nach der Adoleszenz beginnt das frühe Erwachsenenalter. Dieses kann auch als Postadoleszenz bezeichnet werden.

3.2.4 Postadoleszenz

Postadoleszenz ist der Ausdruck für eine Nach-Jugendphase. Für viele Jugendliche wird die ökonomische Unabhängigkeit im Vergleich zu früher, heute wesentlich später vollzogen. Im Vergleich dazu finden konsumorientierte, kulturelle und auch politische Handlungsbereich – ebenso wie sexuelle Beziehungen im Leben von Jugendlichen viel früher statt (ebd., S. 139).

3.3 Psychologischen Kriterien der Jugendphase

Wie bereits erwähnt, ist das Eintreten der Geschlechtsreife (Pubertät) kennzeichnend für den Übergang vom Kindes- in das Jugendalter. Es ist die Phase, in der sich Jugendliche von den primären Bezugspersonen, meistens den Eltern, innerlich loslösen und eine eigenständige Organisation der Persönlichkeit vornehmen. Mit diesem außergewöhnlich wichtigen Ereignis im Lebenslauf eines jeden jungen Menschen, findet eine völlig neue, gegenüber der Kindheit andersartige Form der Verarbeitung von körperlichen, psychischen und Umweltfaktoren statt. Durch das verhältnismäßig kontinuierliche Wachstum der Körper- und Sinnesfunktionen kommt es zu einem plötzlichen Ungleichgewicht in der körperlichen wie auch geistigen Struktur der Persönlichkeit. Die nun stattfindenden anatomischen, physiologischen und hormonalen Veränderungen haben eine umfassende Auswirkung auf der seelischen und sozialen Ebene junger Menschen (Hurrelmann, 2007).

Um auf diese veränderten Bedingungen reagieren zu können, bedarf es einer "Neuprogrammierung" von physiologischen, psychologischen und sozialen Regulierungs- und Bewältigungsmustern, sogenannte Entwicklungsaufgaben. Diese müssen von Jugendlichen jedoch in Eigenregie erprobt werden und sind die Voraussetzung für die Steuerung des persönlichen Entwicklungsprozesses (ebd., S. 26).

Konzept der Entwicklungsaufgaben

Nach Havighurst (1956, 1982, zit. n. Hurrelmann, 2007, S. 27) sind Entwicklungsaufgaben individuelle psychische und soziale Erwartungen und Ansprüche, die in einem bestimmten Lebensabschnitt an eine Person gestellt werden. Sie sind innere und äußere Anforderungen und definieren vorgegebene Anpassungs- und Bewältigungsschritte denen sich jeder Mensch stellen muss. Zudem sind sie von der jeweiligen sozialen Gesellschaft abhängig, manche sind sogar schichtspezifisch, „obwohl es natürlich auch Entwicklungsaufgaben gibt, die sich in jeder Gesellschaft finden.“ (Abels, 1993, S. 229)

Die Entwicklungsaufgaben aus psychologischer Sicht:

Für die Jugendphase unterteilt Hurrelmann (2007) die Entwicklungsaufgaben in vier Bereiche:

1. *Entwicklung einer intellektuellen und sozialen Kompetenz*

Auf diese Weise ist es möglich, selbständig auf die schulischen und beruflichen Anforderungen reagieren zu können, um einer beruflichen Erwerbstätigkeit nachzukommen und dadurch das selbständige Leben zu sichern.

2. *Entwicklung des inneren Bildes von der Geschlechtszugehörigkeit*

Diese Entwicklungsaufgabe ist die Basis für eine Familiengründung und die Erziehung eigener Kinder. Hier werden die veränderten körperlichen Erscheinungen akzeptiert, soziale Kontakte zu Gleichaltrigen des eigenen und anderen Geschlechts sowie (hetero- oder homosexuelle) Partnerbeziehungen aufgebaut.

3. *Entwicklung selbständiger Handlungsmuster für Nutzung des Konsumwarenmarktes*

Ziel ist, einen eigenen Lebensstil zu entwickeln, wie etwa der kontrollierte Umgang mit Geld und/oder der Freizeit.

4. *Entwicklung eines Werte- und Normensystems sowohl eines ethischen und politischen Bewusstseins*

Werte und Normen werden mit dem eigenen Verhalten und Handeln in Einklang gebracht und es kommt zur Übernahme von gesellschaftlichen Rollen.

Erstmalig im Lebenslauf kommt es zu einer bewussten Entwicklung eines Bildes vom eigenen Selbst und einer Ich-Empfindung. Das Jugendalter ist somit eine Lebensphase, die gegenüber der Kindheitsphase eine deutliche Dynamik der Persönlichkeitsentwicklung erkennen lässt. Die Jugendlichen setzen sich in einer kritischen bzw. selbstkritischen Art und Weise mit den gesellschaftlichen Handlungsanforderungen und den eigenen Kompetenzen zu deren Aneignung und Bewältigung auseinander (ebd., S. 28ff).

3.4 Soziologische Kriterien der Jugendphase

Die soziologische Betrachtung schließt sich der psychologischen an und nimmt ebenso das Konzept der Entwicklungsaufgaben auf. Im Mittelpunkt dieser Betrachtungsweise steht die Frage, ob und in welchen Bereichen und zu welchem Grad die Übernahme von verantwortlichen gesellschaftlichen Mitgliedsrollen stattfindet. Nach Hurrelmann (2007) lassen sich für alle vier vorhin erwähnten Entwicklungsaufgaben Erweiterungen des Handlungs- und Rollenspektrums nennen.

Die Entwicklungsaufgaben aus soziologischer Sicht:

1. Leistungsbereich

Die Erfüllung gesellschaftlicher Erwartungen ist nur dann möglich, wenn die individuellen Leistungskompetenzen gesteigert werden.

2. Familienablösung und Gleichaltrigenkontakte

Die Loslösung von der Familie ist ein entscheidender Schritt zur „eigenständigen Verortung in der Sozialstruktur der Gesamtgesellschaft“. Die Bewältigung dieser Ablösung ist eine individuelle Aufgabe. Unterstützung leisten die Gleichaltrigengruppen (Peer Groups). Gleichaltrige definieren gemeinsam ihre Lebenswelt und unterstützen sich gegenseitig bei der Lösung ihrer biographischen Aufgaben, auch im emotionalen Bereich.

3. Konsum- und Warenmarkt:

Die Orientierung an die Gleichaltrigen hilft auch bei der Bewältigung der gesellschaftlichen Anforderungen im Konsum- und Warenbereich. Sie nimmt jedoch im Verlauf des Jugendalters immer mehr ab.

4. Ethische und politische Orientierungen:

Im Jugendalter findet der erste Schritt der selbständigen ethischen, religiösen, moralischen und politischen Orientierung. Eine Selbstdefinition des sozialen und politischen Status ohne direkten Einfluss der Eltern ist nun möglich und notwendig (Hurrelmann, 2007).

Die soziologische Sichtweise beschreibt, dass es im Jugendalter einerseits zu einer Vergrößerung der selbständigen Lebensführung als auch der sozialen Rollenanforderungen kommt.

Jugendliche werden mit sozialen Ansichten, Einstellungen und Handlungsanforderungen konfrontiert, welche einerseits miteinander zusammenhängen, andererseits voneinander unabhängig sind. Dadurch entstehen für sie unterschiedliche Interaktionsbereiche, an denen sie individuell teilhaben können (Hurrelmann, 2007). Junge Menschen müssen in dieser Zeit die Fähigkeit entwickeln, mit „institutionellen Vielfältigkeiten umzugehen und die hierarchischen und horizontalen Spannungen, die zwischen den einzelnen Rollenerwartungen auftreten, auszugleichen.“ (Hurrelmann, 2007, S. 31ff) Zusammengefasst ist die Hauptaufgabe aus soziologischem Standpunkt die Sicherung der gesellschaftlichen Integration.

4 Sozialisation

4.1 Definition Sozialisation

Sozialisation kann als ein andauernder Prozess der Auseinandersetzung eines Menschen mit einer Vielzahl an Verhaltensweisen beschrieben werden, um dadurch Integration in seiner sozialen Umwelt zu finden. Weiß definiert den Sozialisationsbegriff wie folgt:

Sozialisation ist ein Prozess der Internalisierung (Verinnerlichung) von Werten, Normen, Verhaltensweisen und sozialen Rollen, um dadurch Aufnahme (Integration) in eine Gesellschaft oder in einen Teil der Gesellschaft zu finden. (Weiß, 1999, S. 67)

Weiters schreibt Weiß:

Werte sind soziale bzw. kulturell vorgeschriebene Kriterien (innere Führungsgrößen), auf deren Grundlage Handlungsziele als wünschenswert erkannt werden. Sie bilden die Basis für Entscheidungen und motivieren menschliches Handeln. (ebd., S. 30)

Normen sind Regeln des Handelns bzw. Verhaltensforderungen der jeweiligen sozialen Umwelt an die Inhaber sozialer Positionen und Rollen; sie leiten sich aus Werten ab und dienen deren Verwirklichung. (Weiß, 1999, S.30)

In der Regel unterscheidet man zwischen primärer und sekundärer Sozialisation.

- Unter primärer Sozialisation versteht man die Basiserfahrungen einer Person in deren Kindheit; diese helfen dem Mensch ein vollwertiges Mitglied der Gesellschaft zu werden (Weiß, 1999). Hier bildet sich nach Pacher (2009) das Urvertrauen des Menschen, welches die Person benötigt, um weitere Sozialisationsschritte zu wagen und sozial handlungsfähig zu werden. Die primäre Sozialisation endet damit, indem „sich die Vorstellung des generalisierten Anderen und alles, was damit zusammenhängt im Bewusstsein der Person festsetzt.“ (Weiß, 1999, S. 67)
- Die sekundäre Sozialisation beschreibt jenes späte Ereignis, welches eine „bereits sozialisierte Person in neue Ausschnitte der objektiven Welt einweist.“ (ebd., S. 67)

In diesem Lebensabschnitt sind die sozialen Stützen die Familie, die Gruppe der Gleichaltrigen und der Freundeskreis sowie die Schule und soziale Organisationen und Gemeinschaften (z.B. Sportvereine, Kulturvereine, Musikvereine etc.) Hier lernt der Mensch, welches Verhalten von der Gesellschaft erwünscht ist und als erstrebenswert angesehen oder hingegen nicht geduldet wird. Zudem werden erste Erfahrungen des sozialen Umgangs und sozialer Regeln gemacht (Pacher, 2009).

4.2 Sozialisationsprozess

Mit Sozialisation wird also ein Prozess der Entstehung und Entwicklung der Persönlichkeit eines Menschen (Niederbacher und Zimmermann, 2011) in wechselseitiger Auseinandersetzung mit den inneren und äußeren Anforderungen erklärt (Hurrelmann, 2007). Dabei bilden der Körper und die Psyche eines Menschen die „innere Realität“, die soziale und physische Umwelt die „äußere Realität“ des Entwicklungsprozesses (ebd., S. 49). Kommunikation und Interaktion spielen in diesem Zusammenhang eine wesentliche Rolle, denn durch diese vollzieht sich nach Niederbacher und Zimmermann (2011) die Vermittlung der „inneren“ zur „äußeren Realität“.

Durch eine permanente Auseinandersetzung mit körperlichen und psychischen Einflüssen auf der einen, und den sozialen und physischen Umweltimpulsen auf der anderen Seite, werden Jugendliche zu sozialen und handlungsfähigen Persönlichkeiten (Hurrelmann, 2007).

Sozialisation ist somit ein lebenslang anhaltender Entwicklungsprozess, in welchem gesellschaftliche Umweltfaktoren und psychische Personenfaktoren gemeinsam die Persönlichkeit eines Menschen beeinflussen. Dabei werden die verschiedenen Beziehungen zwischen der Person und ihrer Umwelt als ein Gebilde komplexer Wechselbeziehungen wahrgenommen. In diesem Zusammenhang wird das Individuum als ein „produktiver Verarbeiter der äußeren und inneren Realität und als Gestalter seiner Beziehungen zur sozialen und dinglichen Umwelt verstanden.“ (Hurrelmann, 1998, S.9ff)

Süss (2004, S. 25) erklärt, dass Menschen in ihrem gesamten Lebenslauf durch vieles beeinflussbar sind, unabhängig davon, ob es Kinder, Jugendliche oder Erwachsene sind. Doch vor allem sind Jugendliche besonders offen für Vorbilder, „da sie noch weniger festgelegt sind als Erwachsene.“ So sind insbesondere die Bezugspersonen Jugendlicher wichtige prägende Akteure des Sozialisationsprozesses. Süss (2004) unterscheidet diese in „Sozialisatoren“ und „Sozialisanden“.

„Sozialisatoren“ sind Sozialisationsinstanzen, also Personen, Institutionen und Organisationen, welche die Zielvorstellung „zur Gestaltung von Sozialisationsprozessen explizit innehaben“ und in diesem Sinne Heranwachsende mit Normen, Werten, Erwartungen und Rollen in der heutigen Gesellschaft vertraut machen. „Sozialisanden“ sind die Neulinge in der Gesellschaft (ebd., S. 25).

„Sozialisatoren“ lassen sich zudem in primäre, sekundäre und tertiäre Sozialisationsinstanzen einteilen. Primäre Sozialisationsinstanzen repräsentieren Eltern, Verwandte und Freunde, als sekundäre lassen sich Schule, Lehrpersonen, sowie andere Bildungseinrichtungen bezeichnen, mit tertiären Sozialisationsinstanzen meint man schließlich die Gruppe der Gleichaltrigen (Peer-Group), Freizeitorganisationen, Sportvereine, Medien etc. Hier ist festzuhalten, dass sich vor allem die „Sozialisatoren“ oft, um nicht zu sagen immer, durchsetzen und auch gegenseitig beeinflussen können. (Hurrelmann, 2002, S. 32ff zit. n. Süß, 2004, S. 26)

Damit meint man, dass Jugendliche sich ihre Eltern nicht aussuchen können und sich damit abfinden müssen, deren Regeln zu befolgen. Daraus ableitend ist eine Identifikation mit ihnen sehr wahrscheinlich und oftmals unvermeidlich. Auf diese Weise formen Eltern, bewusst oder oft auch unbewusst, das Verhalten ihrer Kinder in vielfacher Hinsicht und üben somit einen großen Einfluss darauf aus, wie Jugendliche über sich selbst und über andere denken (Weiß, 1999).

4.3 Persönlichkeitsentwicklung

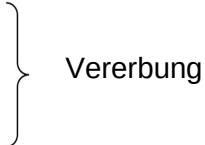
Der Begriff „Persönlichkeit“ wird als ein wesentlicher Bestandteil des Sozialisationsbegriffs genannt. Die Persönlichkeit eines Menschen ist die Summe der verschiedenen Eigenschaften, Einstellungen, Meinungen, Ansichten, Wertorientierungen sowie Handlungskompetenzen, welche eine Person einmalig, einzigartig und unvergleichbar machen. Sie kristallisiert und entfaltet sich im Laufe des Lebens durch die permanente Auseinandersetzung und Bewältigung verschiedenster Lebensaufgaben, wobei die biologischen Bedingungen den Umfang der Entwicklung bestimmen (Hurrelmann, 1998). Die Persönlichkeitsentwicklung ist nach Hurrelmann (1998, S. 30) eine dauerhaft andauernde Entfaltung von Fähigkeiten, die sukzessive „eine flexible und aktiv gesteuerte Anpassung an Umweltbedingungen“ möglich machen.

Schenk-Danzinger (1991, S. 20) beschreibt die Entwicklung als einen vielfältigen, fortschreitenden Prozess, in Korrelation mit „der strukturellen Reifung (Altersreife), den

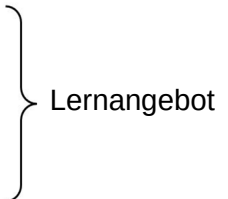
individuell-genetischen Anlagen (körperliche Gestalt, Intelligenz, Musikalität usw.), den Umwelteinflüssen und schließlich der Art und Intensität der individuellen Selbststeuerung.“

Die Entwicklung des Menschen ist nach Schenk-Danzinger (1991) durch dessen Erbgut vorbestimmt. Jedoch ist sie bis zu einem gewissen Grad durch die Art und Weise der kritischen Beschäftigung mit sich selbst und zugleich durch die herrschenden Umweltfaktoren beeinflussbar. Der Autor drückt damit aus, dass die menschliche Entwicklung als ein „integrierender Prozess“ aufgefasst werden kann, an welchem genetische, soziokulturelle und innerseelische dynamische Faktoren mitwirken:

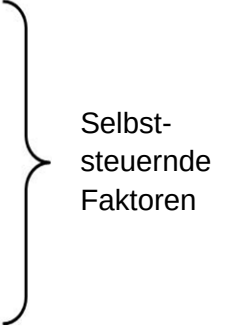
1. Genetische Faktoren:

- a) strukturelle Reifung zum Menschen
 - b) individuell-genetische Anlagen
- 
- Vererbung

2. Soziokulturelle Faktoren:

- a) Kulturkreis
 - b) weitere Umwelt (Volk, Stadt oder Land, Sozialschicht, Berufsgruppe der Eltern)
 - c) engere Umwelt (Familie, Schule, engerer Freundeskreis)
- 
- Lernangebot

3. Innerseelische dynamische Faktoren:

- a) bewusste Selbststeuerung (Arbeitshaltungen, Motivationen, Lebensziele, Lebenspläne, Selbsterziehung, Streben nach Selbstverwirklichung)
 - b) unbewusste dynamische Prozesse (Entstehung von Leitbildern und Leitlinien (Adler) und die Bewältigung des Trieblebens in den Auseinandersetzungen mit Ich und Über-Ich sowie die Ausbildung von Abwehrmechanismen (Freud))
- 
- Selbst-steuernde Faktoren

(Schenk-Danzinger, 1991, S. 20)

Nach Schenk-Danzinger kommt es hier zu einer Wechselwirkung unter den Faktoren. Beispiele hierfür sind:

- die Art und Weise wie die Intelligenzentwicklung von den Anregungen der Umwelt beeinflusst wird
- oder „die Zusammenhänge zwischen bewusster und unbewusster Selbststeuerung und dem Erziehungsstil der Eltern“
- oder wie sich der Einfluss unseres körperlichen Äußeren, auf unser Selbstwertgefühl und somit gleichzeitig auf unsere Motivationen und Lebensziele auswirken kann. (Schenk-Danzinger, 1991, S. 25)

Im individuellen Leben junger Menschen ist es jedoch durchaus möglich, dass der eine oder andere oben erwähnte Faktor eine stärkere Ausprägung findet. „So kann ein Mensch trotz durchschnittlicher Begabung, aber mit ungeheurem Fleiß und Ehrgeiz hochgesteckte Ziele erreichen und vielleicht auch Hindernisse, die ihm aus einer sozialen Herkunft erwachsen, überwinden.“ (ebd., S. 25ff)

Erziehung

Sozialisation drückt somit aus, dass die in einer Gesellschaft geltenden Moralauffassungen, Werte, Normen und Symbole (wie etwa Sprache, Ausdrucksweise, etc.) jungen Menschen vermittelt und verbindlich gemacht werden, um folglich situationsspezifisch als richtig erachtet zu werden. Diese erste Aufgabe im Sozialisationsprozess junger Menschen wird als *normative Konformität* bezeichnet (Heinemann, 1998). Hierbei kommt der, der Sozialisation untergeordnete, Begriff Erziehung zum Ausdruck, „der die Handlungen und Maßnahmen bezeichnet, durch die Menschen (z.B. Eltern) versuchen, auf die Persönlichkeitsentwicklung anderer Menschen einen Einfluss zu nehmen, um sie nach bestimmten Wertmaßstäben zu fördern.“ (Hurrelmann, 1998, S. 14)

Sozialisation bedeutet aber auch zugleich Aufbau des eigenen Selbst, die *Ich-Identität* (siehe dazu Punkt 4.4.2). Der bzw. die Einzelne muss in der Lage sein, sich als soziales Wesen mit einer eigenständigen Persönlichkeit, den Erwartungen, Vorstellungen und Anforderungen anderer zu stellen und mit den eigenen Wünschen, Einstellungen und Erfahrungen im Einklang zu bringen, um so die Individualität und Eigenständigkeit der eigenen Person zu bewahren (Heinemann, 1998).

Jugendlichen sollte es jedoch ebenso möglich sein, sich von sozialen Zwängen nicht unter Druck setzen zu lassen, sowie soziale Konflikte auch dann lösen zu können, wenn

die Unterstützung sozialer Normen als unsicher erscheint oder gar völlig fehlt, bzw. der Handlungsspielraum sozialer Normen breit gefächert ist. Diese Fähigkeit des autonomen Handelns, zu reflektieren, sowie die flexible Anwendung sozialer Normen und der Bewältigung sozialer Konflikte wird als *Ich-Stärke* bezeichnet (Heinemann, 1998).

Durch Sozialisation sollten junge Menschen es ebenso schaffen, ihre eigenen Identitäten und Ich-Stärke gegenüber anderen, mit ihren Verhaltenserwartungen und Leistungsansprüchen zu verbinden und in Einklang zu bringen – also „den Aufbau von *Solidarität*“. (Heinemann, 1998, S. 161ff)

Sozialisation hat zum Ziel, eine – allerdings durch die Besonderheiten der jeweiligen Handlungsbereiche unterschiedlich ausgestaltete, daher keineswegs immer gleich und damit auch nicht ein für allemal feststehende – Balance zwischen normativer Konformität, Ich-Stärke, Ich-Identität und Solidarität herzustellen. (Heinemann, 1998, S. 162)

Familie und Peer Group

In Bezug auf Jugend und Sozialisation werden also zentrale Sozialisationsinstanzen hervorgehoben, die einerseits das Leben von Jugendlichen begleiten und andererseits dieses auch mehr oder weniger beeinflussen können. Als wesentliche Institutionen werden die Familie (Eltern) und die Gruppe der Gleichaltrigen betont. Auch wenn eine der Entwicklungsaufgaben im Jugendalter die Loslösung von den Eltern ist, sind diese dennoch von enormer Bedeutsamkeit. Eltern sind wichtige Ansprechpartner für Jugendliche. Mit ihrer Hilfe können Anforderungen in der Schule gelöst, die Möglichkeiten der beruflichen Laufbahn besprochen und geplant sowie ein Werte- und Normensystem entwickelt werden. Die Familie repräsentiert einen „Ort der emotionalen Unterstützung und der persönlichen Beratung.“ (Ecarius et al., 2011, S. 74)

Infolge des gemeinsamen Zusammenlebens, der ökonomischen Unselbständigkeit und der unterschiedlichen familiären Konstellationen kann es durchaus vorkommen, dass Eltern über familiäre Interaktionen einen Einfluss auf die jugendlichen Freizeit-, Bildungs- und Peerinteressen ausüben können. Die zukünftigen jugendlichen Erwartungen hängen somit auch von der Art und Weise der elterlichen Aufmerksamkeit und Zuwendung ab. Jugendliche, die diese elterliche Unterstützung gar nicht oder nur zu einem Teil erfahren, „sind eher gegenwartsorientiert, blicken düster in die Zukunft und haben Angst vor

schweren Herausforderungen.“ Hingegen weisen Jugendliche, die eine elterliche soziale und emotionale Unterstützung wahrnehmen, „eine positive Zukunftsvorstellung auf und verfügen über einen klaren Lebensplan.“ (Ecarius et al., 2011, S. 76) Süss (2004) erklärt in diesem Zusammenhang, dass aufgrund durchgeführter Studien in den letzten Jahren, sich Jugendliche durchaus an erwachsenen Vorbildern orientieren, und dass die Eltern einen hohen Stellenwert einer Vorbildwirkung für junge Menschen haben.

Soziale Beziehungen zu den Gleichaltrigen haben im jugendlichen Entwicklungsprozess einen großen Stellenwert eingenommen. Sie stellen für junge Menschen zentrale Bildungssysteme dar, und das nicht nur im Hinblick auf die soziale Integration Jugendlicher in die Gesellschaft, sondern auch in Bezug auf „Anerkennung, Wohlbefinden und reflexiver Selbstvergewisserung“ von Jugendlichen. (Harring, Böhm-Kasper, Rohlf's & Palentien, 2010, S. 9) Im Laufe des Jugendalters lösen folglich die Peers die Familie als primäre Sozialisationsinstanz in vielen Lebensbereichen schrittweise ab, und leiten damit unterschiedliche Bildungsprozesse und neue Sozialisationspielräume für Jugendliche ein. Auf diese Weise fördern Peerbeziehungen den Erwerb sozialer Kompetenzen und das Erlernen von Sach- und Fachkompetenzen. Sie helfen und unterstützen Jugendliche weitere, vielfältige Lern- und Experimentiererfahrungen kennenzulernen, welche wesentlich zur Entwicklung eigener Lebensstile, Werte und Normen sowie Ausdruckweisen dazu beitragen. Durch das Praktizieren „gruppenspezifischer Symbol- und Stilelemente“, wie den gemeinsamen Lifestyle, „ausgefallene“ Haarfrisuren sowie neuer, gleicher Interessen, bieten sich somit für Jugendliche auch Möglichkeiten, neue Identitäten auszuprobieren. Weiters können durch die Auseinandersetzungen mit Gleichaltrigen Konfliktstrategien entwickelt, erlernt und eingeübt werden, welche für das spätere Leben durchaus von Nutzen sind. (Harring et al., 2010, S. 10ff)

4.4 Die Entwicklung von Individuation und Identität

4.4.1 Individuation

Mit der Bewältigung der unter Punkt 3.3.1 erwähnten Entwicklungsaufgaben, wird ein Prozess der Formung und Bildung einer besonderen, einmaligen und unverwechselbaren Persönlichkeitsstruktur („Individuation“) angestoßen. Durch sie wird der Mensch in die Lage versetzt, „sich durch selbstständiges, autonomes Verhalten mit seinem Körper, seiner Psyche und mit seinem sozialen und physischen Umfeld auseinander zu setzen. Mit der Individuation verbunden ist die Entwicklung der Identität, verstanden als das Empfinden und Erleben situations- und lebensgeschichtlicher Kontinuität.“ (Hurrelmann, 2007, S. 30)

4.4.2 Identität

Weiß (1999, S.70) beschreibt Identität als die Antwort auf die Frage „*Wer bin ich?*“ und das Bild, die Vorstellung, die ein Mensch von sich selbst hat.

Erikson (1963, zit. n. Reinhold, 1997, S. 11) definiert Identität wie folgt:

„Identität ist das dauernde innere Sich-selbst-Gleichsein, die Kontinuität des Selbsterlebens eines Individuums.“

Sie kann als eine „dialektische Beziehung zur Gesellschaft“ interpretiert werden – „der Dialektik zwischen individuellem Dasein und gesellschaftlicher Wirklichkeit.“ (Weiß, 1999, S.70) Damit ist gemeint, dass wir von unserer Umwelt (z.B. Idole) beeinflusst werden, und wir in weiterer Folge wiederum andere aus unserer Umwelt beeinflussen können.

In der Jugendphase stellt sich zum ersten Mal die Frage „*Wer bin ich, wer bin ich nicht?*“ Eine Beantwortung dieser Frage ist für junge Menschen unbedingt notwendig, andernfalls sind weder eine sichere Identität noch eine Integration in die Gesellschaft auf Dauer möglich. In dieser Phase des menschlichen Lebens kommt es zu typischen psychosozialen Krisen, in welchen alte Orientierungsweisen auf den Prüfstand gestellt werden und neue erst gefunden werden müssen. „Krisen gehören zum normalen Entwicklungsprozess eines jeden Menschen.“ (Abels, 1993, S. 242ff) Durch die Bewältigung dieser Krisen entstehen Persönlichkeitsstrukturen, der „psychische Kern“ der jugendlichen Persönlichkeit. Diese Persönlichkeitsstrukturen wiederum legen den Grundstein für die Entwicklung von Identitäten (Hurrelmann, 2007). Jugendliche sind jetzt vor allem daran interessiert, „wie sie in den Augen anderer erscheinen.“ (Abels, 1993, S. 244) Sie müssen nun aus den alten und neuen Identifikationsmustern kritisch eine

Auswahl treffen und sukzessiv eine Identität entwickeln. „Die Gesellschaft will wissen, wer er/sie ist.“ (ebd., S. 246ff) Vor allem Identifikationen mit Gleichaltrigen (Peer-Group) sind besonders wichtig. Das Problem hierbei ist jedoch, dass diese wichtigen Bezugspersonen ebenso auf der Suche danach sind. Doch Identifikationen formen soziale Beziehungen und „gleichzeitig fixieren sie das Selbstbild.“ Das bedeutet, dass Identität sich auf der einen Seite dadurch bildet, indem „man sich mit anderen identifiziert und sich von ihnen als ein bestimmtes Individuum identifizieren lässt.“ Auf der anderen Seite entsteht sie „durch das Gefühl des Individuums, dass es sich in einer bestimmten Weise selbst erkennt und als ein besonderes Individuum anerkannt fühlt.“ (Abels, 1993, S. 246)

Identität findet statt, wenn die bereits genannten Entwicklungsaufgaben (vgl. Punkt 3.3.1) des Jugendalters nicht isoliert voneinander, sondern als Ganzes gelöst werden. Der Prozess der Identitätsbildung kommt im Jugendalter zu einem vorläufigen ersten Abschluss und bildet somit die Basis für spätere Umformungen und Weiterentwicklungen. (Seiffge-Krenke, 1995 zit. n. Hurrelmann, 2007, S. 31)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass eines der wichtigsten Aufgaben im Sozialisationsprozess junger Menschen der Aufbau einer stabilen Ich-Identität ist. Es ist eine Zeit verstärkter und eigenverantwortlicher Identitätssuche. Schäfers (1985, S. 87ff) schreibt, dass die Ich-Bildung sich „durch ein ständiges Sich-Einlassen auf die soziale und kulturelle, die sachliche und räumliche Umwelt“ ergibt – „ebenso aber durch Möglichkeiten und Fähigkeiten, sich auf sich selbst zu besinnen.“

Schäfers hebt zudem hervor, „dass je nachdem, wie ihre bisherigen Sozialisationsprozesse verlaufen sind, sind Jugendliche mehr oder weniger gut vorbereitet, aus den vielen Welt- und Umwelteinflüssen auszuwählen.“ (Schäfers, 1985, S. 87ff)

4.5 Zusammenfassung sozialisationstheoretischer Jugendforschung

Im Folgenden werden in Anlehnung an Hurrelmann (2007, S. 63ff) die wichtigsten psychologischen und soziologischen Grundsätze des Jugendalters zusammengefasst und in Form von „Maximen“ präsentiert.

Erste Maxime

In der Lebensphase Jugend formt sich die Persönlichkeitsentwicklung in einem Wechselspiel von Anlage und Umwelt. Dabei bestimmt die Genetik die Eigenschaften und das Verhalten von Jugendlichen, die infolge von Umwelteinflüssen (z.B. durch ein Idol) verändert und geformt werden können (Hurrelmann, 2007).

Zweite Maxime

Der Sozialisationsprozess erreicht im Jugendalter einen besonderen Höhenpunkt, nämlich die Bildung des menschlichen Charakters. Es findet eine ständige Beobachtung und zugleich Diagnose der eigenen Anlagen und der jeweils physischen und psychischen Veränderungen. Diese gilt es sensibel aufzunehmen und dem eigenen Handeln anzupassen, sowie Formen und Strategien der Selbstorganisation zu entwickeln (Hurrelmann, 2007).

Dritte Maxime

„Menschen im Jugendalter sind schöpferische Konstrukteure ihrer Persönlichkeit mit der Kompetenz zur eigenständigen Lebensführung.“ (Hurrelmann, 2007, S. 65)

Durch die im Jugendalter herrschenden Umbruchsituationen entsteht ein Prozess des Suchens und Abtastens, des Erprobens von Spielräumen sowie von Verhaltensmöglichkeiten. Man versucht einen aktiven Einfluss auf die sozialen und physischen Umweltbedingungen auszuüben.

Diese charakteristisch suchende und erkundende Haltung gilt für viele Menschen als ein Muster und Vorbild für den gesamten weiteren Lebenslauf.

Vierte Maxime

Für die heranwachsenden Jugendlichen bietet sich in dieser Lebensphase erstmalig die Chance, eine Ich-Identität zu entwickeln. Durch den stattfindenden Prozess des Kommunizierens entwickeln Jugendliche die Fähigkeit, mit Anderen über Werte und Normen in ihrem sozialen Umfeld einzutreten, sowie diese mit den eigenen Neigungen

und Interessen in Verbindung zu bringen. Es wird eine personale und soziale Identität aufgebaut. Die herrschenden Sozial- und Wertestrukturen der Gesellschaft werden nach ihrem Sinn hinterfragt oder gar in Frage gestellt. „Die sozialstrukturellen Gegebenheiten, denen sich Jugendliche gegenüber sehen, werden zum Gegenstand von Reflexion, Widerstand und möglicher Veränderung. Das bezieht sich sowohl auf die institutionellen und organisatorischen Strukturen der gesellschaftlichen Welt wie auf die Normstrukturen und Wertmuster. Aus diesen Impulsen ergibt sich die innovative Kraft, die von der jungen Generation in einer Gesellschaft ausgeht.“ (Hurrelmann, 2007, S.67)

Fünfte Maxime

Der Prozess der Sozialisation kann sich im Jugendalter zu einer Krise entwickeln, falls es Jugendlichen nicht gelingt, den Verlauf der Individuation und Integration aufeinander abzustimmen und miteinander zu verknüpfen. Falls das passiert, werden die Entwicklungsaufgaben des Jugendalters nicht gelöst und als Entwicklungsdruck wahrgenommen. Diese Belastung kann bei Jugendlichen soziale und gesundheitliche Entwicklungsstörungen auslösen (Hurrelmann, 2007).

Sechste Maxime

Damit es zu einer Bewältigung der Entwicklungsaufgaben kommen kann und zugleich das Spannungsverhältnis von Individuations- und Integrationsaufgaben gelöst werden kann, sind nicht nur individuelle Bewältigungsfähigkeiten, sondern auch die soziale Unterstützung der wichtigsten Bezugsgruppen von Nöten. „Die sozialen Unterstützungen sollten so eingesetzt werden, dass sie die Fähigkeit zur Selbstorganisation stärken. Wichtig ist, dass Spielräume für verschiedene Lösungswege akzeptiert werden und probeweises Handeln erlaubt ist.“ (Hurrelmann, 2007, S. 69)

Siebte Maxime

Im Jugendalter sind neben der Herkunftsfamilie, der Schule sowie den Ausbildungsstätten, die Gruppe der Gleichaltrigen (Peer Group) und Medien die wichtigsten Vermittler und Unterstützer im jugendlichen Entwicklungsprozess. Eine wesentliche Rolle spielt hier die Gruppe der Gleichaltrigen, die aufgrund der frühen Ablösung Jugendlicher von den primären Sozialisationsinstanzen (Eltern) für anfallende Fragen des Lebensstils sowie Wertorientierungen zu einer sekundären Sozialisationsinstanz für Jugendliche werden. Dieses gilt „auch für Massenmedien und Freizeitorganisationen, deren Beitrag überwiegend anonym und kollektiv über Informations- und Unterhaltungsimpulse erfolgt.“ (Hurrelmann, 2007, S. 70)

Achte Maxime

Wie bereits in Kapitel 3 erwähnt, muss die Jugendphase als eigenständige Lebensphase im Lebenslauf identifiziert und interpretiert werden.

5 Sport und die Identifizierung Jugendlicher mit ihren Vorbilder

5.1 Rolle der Vorbilder in der Jugend

Um ein gewisses Sicherheits- und Selbstwertgefühl im Jugendalter aufbauen zu können, brauchen Jugendliche Ideale, welche sie versuchen zu erreichen. Mit ideren Hilfe können junge Menschen die Loslösung von den Bezugspersonen (Eltern) überwinden, ihre Interessen, Erkenntnisse und Wertvorstellungen erweitern oder neu ordnen. Sie unterstützen die Jugendlichen dabei, Ziele zu entwickeln und nach deren Verwirklichung zu streben, um dadurch einen Sinn im Leben zu finden (Mitscherlich, 1978).

Wenn das normale Bedürfnis des Jugendlichen nach neuen Idealen und Zielen nicht neurotisch gehemmt wurde, gelingt es dem Jugendlichen oft, einen Menschen zu finden, den er/sie idealisieren oder eine Sache, für die er/sie sich einsetzen kann. (ebd., S. 37)

Da Jugendliche oft mit neuen Aufgaben und Anforderungen aus ihrer Umwelt konfrontiert werden, können gewisse innere Spannungen hervorgerufen werden. Dieser Umstand kann ein Bedürfnis erwecken, das zur Anlehnung an ein persönliches Vorbild führt (Müller, 1949 zit. n. Lutz, 1991, S. 66).

Junge Menschen brauchen also Idole, denn diese sorgen schließlich für ihre kontinuierliche Entwicklung und unter anderem auch dafür, den Weg in die Sportwelt zu finden. Jedoch müssen Vorbilder bestimmte Bedingungen und Qualifikationen aufweisen bzw. repräsentieren, um als solche wahrgenommen und akzeptiert zu werden (Knobbe, 2000).

„Wir folgen strebend und wollend der Person, die wir lieben – nicht aber umgekehrt.“ (Müller, 1949, S. 15 zit. n. Lutz, 1991, S. 65)

Es muss also eine gewisse Sympathie zur Person vorhanden sein, die von Anfang an gegeben sein muss, damit es zu einer Identifizierung mit der Person kommt. Diese Zuneigung bezieht darauf, wie sich die Person darstellt, auf ihre Begabung und zum Beispiel auch welche Beschäftigung sie ausübt, also alles was sie charakterisiert (Müller, 1949, S. 15ff zit. n. Lutz, 1991, S. 65).

5.2 Sportliche Vorbilder und gesellschaftliche Werte sowie Normen

Möglicherweise gibt es in der menschlichen Entwicklung kaum eine Lebensphase die nicht durch sportliche Attribute gekennzeichnet ist (Schauerte & Schwier, 2007). Frühestens mit der Ausübung sportlicher Aktivitäten mit Familienmitgliedern, zum Beispiel gemeinsame Skiurlaube, Radausflüge mit Elternteilen, Fußballspiele mit Geschwistern oder Freunden etc. und spätestens durch den schulischen Sportunterricht, werden uns auf einer meist einfachen Art und Weise gesellschaftliche Werte und Normen vermittelt und in den meisten Fällen auch vorgelebt. Der Sport präsentiert uns, dass diese Werte und Normen eine Gültigkeit besitzen und „in ihrer Anwendung – zumindest im Sport – zum Erfolg führen kann.“ (Heinemann, 1998, S. 181)

Durch die gemeinsame Akzeptanz dieser Werte und Normen und durch die Anerkennung der sportlichen Leistung kommt es zum Aufbau und ebenso zur Bestätigung menschlicher Identitäten (Weiß, 1999). Nach Brinkhoff und Ferchhoff (1990, S. 7) sind „Jugend und Sport wechselseitig aufeinander bezogen“ und stellen somit eine unmissverständliche „soziale Symbiose“ dar. Weiters vermittelt uns der Sport eine Vielzahl sportlicher Vorbilder. Sportler und Sportlerinnen werden in den meisten Fällen als junggebliebene, gesunde, leistungsfähige, disziplinierte und faire Charaktere präsentiert (Schauerte & Schwier, 2007). Ihr sportlicher Erfolg basiert nicht selten darauf, dass sie aus einfachen Verhältnissen stammen und durch Fleiß, Beharrlichkeit und Zielstrebigkeit den sozialen Aufstieg geschafft haben. Sportvorbilder genießen eine große gesellschaftliche Akzeptanz sowie Bewunderung und demonstrieren damit, dass ihre Anstrengungen im Sport meistens zum Erfolg führen können (Weiß, 1999).

Weiß (1999, S. 203) erwähnt hierbei den Begriff Identifikationsmechanismus und meint damit „die Vermittlung von Wertvorstellungen über Idole.“ Die Verinnerlichung der vorgelebten Wertvorstellungen erfolgt unbewusst, so Weiß, die Existenz des (Sport-)Vorbildes ist jedoch bewusst. Die Identifikation erfolgt, wenn das potenzielle Vorbild die Wert- und Normvorstellungen des jeweiligen sozialen Gefüges, sowohl für die Jugendlichen selbst, aber auch für dessen Sozialisationsinstanzen wie Familie und Peer Groups, auf einer bemerkenswerten und besonderen Art repräsentiert.

Schauerte und Schwier (2007) heben hier die Werte „Leistung“ und „Fairness“ hervor, welche vor allem im gesellschaftlichen Teilsystem wie dem Sport, insbesondere im Fußballsport, von großer Bedeutung sind und gleichsam in Gestalt des Vorbildes personalisiert werden.

Weitere Werthaltungen und Eigenschaften im Zusammenhang mit einem Sportvorbild erwähnt auch Knobbe (2000, S. 14):

- Charakter: „saubere“ Lebensweise, ein adrettes Äußeres, Loyalität sowie Uneigennützigkeit und Selbstaufopferung
- Disziplin: Selbstbeherrschung und soziale Ordnung
- Wettbewerb: Kraft, innere Stärke, Lebensvorbereitung und Erfolg
- Körperliche Fitness: Gesundheit und Kondition
- Geistige Fitness: Klarheit, Erfolg in der schulischen-intellektuellen Ausbildung
- Religiosität: gottgläubig
- Nationalismus: Patriotismus und Liebe und Ehre des Heimatlandes

Folglich werden Sportler/innen (Fußballspieler/innen) deshalb als Vorbilder akzeptiert, weil sie diese „zentralen Werte im Sportbereich personifizieren und damit das für den Sport relevante gesellschaftliche Leitbild“ durch einen vorbildhaften Charakter unterstützt (Schauerte & Schwier, 2007, S. 61).

5.3 Homo Sportivus

„In der Vorbildbeziehung muss Selbstbestimmung durch Fremdbestimmung möglich werden.“ (Kruse, 2007, S. 11ff) Zu bedenken ist, dass die Vorbildwirkung von Personen sich nicht ganzheitlich an deren Wesen orientiert sondern vielmehr an „einzelnen herausragenden Fähigkeiten, besonderen Charakterzügen oder körperlichen Vorzügen.“ (ebd., S. 12)

Meinberg (2003) und Kaulitz (2004) bringen den sogenannten „Sportmenschen“ – den „Homo Sportivus“ – zum Ausdruck und sind damit der Auffassung, dass Menschen dazu tendieren, ihr Handeln allgemein an Menschenbildern zu orientieren, dies gilt auch für sportliches Handeln.

„Menschenbilder sind immer ein Zeichen der Tatsache, dass der Mensch sich selbst hinterfragt“ so Kaulitz (2004, S. 21).

Kaulitz (2004) erklärt hiermit, dass sich der „Homo Sportivus“ aus verschiedenen anderen Menschenbildern zusammenfügt, es sind also gewissermaßen hinter den Vorbildern aufscheinende kulturelle Facetten des Menschen. Kaulitz bezieht sich hierbei auf den Heldenbegriff als Leitbild in der Welt des Sports (Kaulitz, 2004).

Die verschiedenen Sportarten in unserer Gesellschaft reflektieren nicht nur kulturelle Werte, Normen und Ansichten, sondern auch soziale und wirtschaftliche Strukturen sowie technisches Know-how. (ebd., S. 73ff)

Nach Kaulitz (2004) zeichnen sich die Charakteristika der Helden durch physische Überlegenheit, anmutiges Aussehen, geistige Überlegenheit, Tugenden wie Mut, Aufrichtigkeit und Tapferkeit, sittliches Benehmen, Jugend und Tatendrang, Einsatz für große Aufgaben und Verehrung durch seine Anhänger aus.

Es sind folgende Facetten modernen Athletentums die für Kaulitz (2004, S. 89-275; Kruse, 2007, S. 18) den „Homo Sportivus“ zu einem „integrativen Menschenbild“ prägen:

- *Homo oecologicus*: der die „Konstruktion des Menschen zwischen „Natur und Kultur“ repräsentiert
- *Homo movens*: bringt die „Bewegungstätigkeiten des Menschen“ zum Vorschein
- *Homo ludens*: macht auf das „Spiel und Spielen“ des Menschen aufmerksam
- *Homo technologicus*: der den Menschen „in seinen technischen Welten“ verortet
- *Homo oeconomicus*: informiert über das „sachorientierte Handeln“ des Menschen
- *Homo sociologicus*: zeigt den Menschen „als rollenspielendes Wesen“

„Der Fan und Bewunderer spürt somit Kräfte in seinem Helden, die er selbst nicht besitzt und nie besitzen wird. Derartige Kräfte üben geradezu eine magische Wirkung aus und haben damit ihre eigene Funktion.“ (ebd., S. 323) Kaulitz drückt damit aus, dass die Leistungen der Helden als eine Eigenleistung ihrer Bewunderer interpretiert werden kann und ihnen somit in ihrer Fantasie eine Teilnehmerrolle ermöglicht. Kaulitz kommt jedoch zur kritischen Erkenntnis, dass „das Bild des sportiven Helden als sehr kurzlebige Erscheinung eingengt ist auf den Bereich des Spitzensports und der Massenmedien. Er stellt ein Idealbild dar, das in der Regel nicht hinterfragt wird“ und somit dem Menschen in vielen Bereichen das Denken abgenommen wird (ebd., S. 323-329).

5.4 Idole im Fußballsport

Die eigene Dramaturgie des Fußballsports mitsamt seiner Identitäts- und Rollenmodelle, macht ihn zu einem überaus attraktiven Inhalt für junge Fußballspieler/innen (Schauerte & Schwier, 2007). So lässt sich beobachten, dass vor allem junge Fußballspieler, aber auch Fußballspielerinnen, sehr gut über ihre Idole bzw. ihre Vorbilder im Fußballsport Bescheid wissen. Sie kennen nicht nur den Namen ihres Idols, sondern selbstverständlich auch dessen Verein, die Position am Spielfeld, technische Fertigkeiten und Besonderheiten,

Erfolge und Misserfolge, Verletzungen, die Stationen ihrer Karriere und auch die Marke der Bekleidung (z.B. Fußballschuhe) ihrer Lieblinge.

Fiebern Jugendliche mit ihrem Vorbild mit, vergessen sie die Welt um sich herum und nehmen alternative und soziale Identitäten an (Weiß, 1999).

Die von den Jugendlichen ausgewählten Vorbilder im Fußballsport verkörpern meistens beispielhaft und vorbildlich die für den Sport grundlegenden Prinzipien der Leistung.

Es sind jene Akteure,

- die als symbolische Vertreter der Sportart Fußball,
- eines Lebensstils,
- bestimmter Werthaltungen,
- einer besonderen Leistungsfähigkeit

oder schlicht als ein Zeichen für Erfolg von Jugendlichen wahrgenommen werden. Ein zentrales Merkmal hierfür ist ihr hoher Bekanntheitsgrad (Schauerte & Schwier, 2007, S. 139ff).

Mit außerordentlichen Taten, scheinbar „magischen“ Fähigkeiten kreieren diese Persönlichkeiten außergewöhnliche, unverwechselbare und unvergessliche Momente. Ihre „strahlende Erscheinung“ fügt dem Fußballsport einen emotionalen Mehrwert hinzu. Sie versetzen Zuschauer in Erstaunen und verweisen auf das Authentische im Sport. Erst durch solche spektakulären und mitunter leidenschaftlichen Auftritte auf der großen Fußballbühne, unterscheiden sie sich von gewöhnlichen Fußballspieler/innen und sichern sich dadurch als Vorbilder ihren privilegierten Platz in der Welt des Fußballsports. Sie werden als sogenannte lebende Legenden von ihren Anhängern verehrt und erlangen somit eine soziale Bedeutung, sie werden zu Identifikationsfiguren, ja sogar zu einer Projektionsfläche für die Sehnsüchte ihrer Mitmenschen (Schauerte & Schwier, 2007).

Aus diesem Grund ist nach Weiß (1999) der Spitzensport Fußball geradezu prädestiniert, bei seinen Zuschauern, Anhängern und Schaulustige umfangreiche Identifikations- und Projektionsprozesse in Gang zu setzen.

Folglich sind auch viele Sportler/innen, egal ob jung oder alt, durch Vorbilder geprägt. Selbst erfolgreiche Profifußballspieler/innen berichten über dieses Rollenspiel und ihre Orientierung an einem Idol (Weiß, 1999).

5.5 Sportliche Vorbilder in der sozial-kognitiven Lerntheorie am

Beispiel Fußball

Wie schon erwähnt spielen Vorbilder eine zentrale Rolle im Lernprozess von Jugendlichen, auch aus sportlicher Sicht. Durch die von Bandura (1979) entwickelte Theorie des Modell-Lernens, lassen sich mögliche Handlungen und Verhaltensweisen junger Fußballspieler/innen durch die Nachahmung ihres Idols im Fußballsport erklären. Hierbei unterscheidet man vier Effekte:

- *der modellierende Effekt*
- *der hemmende Effekt*
- *der enthemmende Effekt*
- *und den auslösenden Effekt*

Beim *modellierenden Effekt* werden unbekannte Verhaltensweisen und Einstellungen gegenüber anderen Menschen, Objekten, Sachverhalten und Meinungen am Beispiel eines Vorbildes gelernt. Dabei werden diese Verhaltensweisen vom Individuum nicht einfach kopiert, sondern zu neuen Verhaltenskombinationen zusammengefügt. Im Fußballsport treten solche modellierenden Effekte zum Beispiel bei der Beobachtung der gegenseitigen Begrüßung der aufeinander treffenden Mannschaften oder beim Einlaufen einzelner Fußballspieler/innen auf dem Spielfeld. Es sind verschiedene Rituale, welche von jugendlichen Fußballspieler/innen kopiert bzw. nachgemacht werden und in manchen Fällen selber, aber auch in der Gruppe (Mannschaft) personalisiert und weiterentwickelt werden (Schauerte & Schwier, 2007).

Hemmende wie auch *Enthemmende Effekte* treten auf, wenn bestimmte Verhaltensweisen im Zusammenhang „*der aus ihnen resultierenden Konsequenzen wahrgenommen werden.*“ (Schauerte & Schwier, 2007, 38).

Ein *hemmender Effekt* entsteht, wenn das Verhalten eines Vorbildes negativ wahrgenommen wird (z.B. ein absichtliches Foulspiel).

Wird jedoch das Verhalten positiv bewertet oder sogar belohnt, so können beim Betrachter bzw. bei der Betrachterin *enthemmende Effekte* geweckt werden und die Bereitschaft zur Nachahmung wird gesteigert (z.B. sich nach einem Foulspiel entschuldigen, Shake Hands nach dem Spiel).

Die auslösenden Effekte ergeben sich, wenn die beobachtbaren Verhaltensweisen dem Betrachter oder der Betrachterin bekannt sind und aus denen sich keine besonderen oder negativen Konsequenzen ergeben. „*Sie entstehen situativ und bewegen Menschen dazu das Modellverhalten unmittelbar nachzuahmen.*“ (Schauerte & Schwier, 2007, S. 38)

Im Fußballsport lassen sich solche Effekte häufig bei Jubelszenen nach einem Torerfolg, z.B. von Fußballspieler/innen, die Tänze oder ähnliches aufführen, beobachten.

Die Entscheidung für oder gegen eine Nachahmung des Modellverhaltens hängt auch stark von den Erwartungshaltungen der Beobachter/innen ab. Diese lassen sich in einer *Ergebniserwartung*, einer *Kompetenzerwartung* und einer *Erwartung von Selbstbegründung* gliedern.

Die *Ergebniserwartung* leitet sich aus dem Resultat von Verhaltensweisen und den sich daraus ergebenden Konsequenzen ab. Das Ziel dieser Nachahmung von Verhaltensweisen ist es, „die Wahrscheinlichkeit des Erlebens negativer Konsequenzen zu verringern.“ (Schauerte & Schwier, 2007, S. 39) Ein Beispiel hierfür ist: jugendliche Fußballspieler/innen trainieren im Training Standardsituationen (Eckball, Freistöße, Elfmeter etc.) um im Wettkampf (Spiel) nicht zu scheitern und so eine Niederlage zu verhindern.

Unter Kompetenzerwartungen ist die subjektive Einschätzung der eigenen Fähigkeiten gemeint. Traut sich eine Person das vorgeführte Verhalten ihres (Fußball-)Idols nachzumachen oder eher nicht. Der Faktor Angst spielt in diesem Zusammenhang eine große Rolle, da Angst sich oft auf unterschiedliche Bereiche bezieht und verschieden stark ausgeprägt sein kann. Ein Beispiel hierfür ist, wenn die Angst sich bei der Nachahmung eines Verhaltens oder Tätigkeit zu blamieren, durch die Angst vor physischen Konsequenzen erweitert oder überlagert wird. Ein Nachwuchsspieler oder eine Nachwuchsspielerin hat Angst, in einem Fußballspiel die eins zu eins Situation mit dem Gegenspieler bzw. der Gegenspielerin zu suchen. Er bzw. sie möchte sich vor versammeltem Publikum nicht blamieren und hat noch vielmehr Angst, sich bei dieser Spielsituation zu verletzen (Schauerte & Schwier, 2007).

Die *Erwartung von Selbstbegründung* vermittelt dem Individuum den Umstand, sich durch Beobachtung von Verhaltensweisen und deren subjektive Bewertung, in einem Zustand zu versetzen, welcher als Zufriedenheit empfunden wird. Zum Beispiel präsentieren ein Nachwuchsspieler oder eine Nachwuchsspielerin technische Fertigkeiten (Tricks) ihres Fußballidols, um bei ihren Mitspieler/innen bewundert und anerkannt zu werden (Schauerte & Schwier, 2007).

Fasst man Oberes zusammen, so wird deutlich, dass ein Vorbild den jungen Menschen die Möglichkeit zur Identifikation geben muss, um als solches von der Jugend gesehen und akzeptiert zu werden. Auch für Schauerte und Schwier (2007) stellen Vorbilder Sozialisationsinstanzen dar, an denen sich junge Nachwuchsspieler/innen orientieren können. (vgl. Punkt 4.2) Das annehmbare bzw. zur Verfügung stehende

Identifikationsangebot wird aber erst dann genutzt, „wenn das potenzielle Vorbild die Werte- und Normenstrukturen des jeweiligen sozialen Kontextes als etwa eines gesellschaftlichen Teilsystems wie dem Sport, aber auch mikrosoziologischer Strukturen wie Familie, Schule oder Peer-Group in einer besonderen prominenten Weise transportiert.“ (Schauerte & Schwier, 2007, S. 60)

Das ist dann der Fall, wenn der/die Spieler/in durch großartige Leistungen im Fußballsport besonders erfolgreich ist oder indem er/sie sich besonders fair verhält und die Regeln des Fußballsports respektiert. Dazu zählen nicht nur die schriftlich niedergelegten Regeln sondern auch informelle Regeln, wie z.B. „Kein Rassismus“.

6 Sport und Medien

6.1 Helden, Stars und Vorbilder im Mediensport: Vorbilder als Publikumsmagneten

In unserer Gesellschaft wecken die Medien unser Interesse an Stars, Idolen und Leitbildern im Fußballsport, wobei deren Status und die Begeisterung zu ihnen, wie in anderen Bereichen populärer Sportarten von der Existenz ihrer treuen Fangemeinde abhängen (Schauerte & Schwier, 2007).

Da die Inszenierung des Fußballs in und von den Massenmedien, mit wenigen Ausnahmen, hauptsächlich den männlichen Körper in den Vordergrund rückt, sind die Helden des Fußballsports leider nach wie vor die männlichen Fußballspieler (ebd., S. 141). An dieser Stelle ist jedoch hervorzuheben, dass der Frauenfußball in den letzten Jahren, langsam aber doch immer populärer wird und dadurch natürlich auch das Medieninteresse an weiblichen Fußballstars steigt.

Lionel Messi, Cristiano Ronaldo und das österreichische Ausnahmetalent David Alaba wie auch der nicht mehr aktive David Beckham sind weltweit bekannte, personifizierte Marken, welche nicht nur im globalisierten Fußball herausragen sondern selbstverständlich auch als Sportikonen sowohl für ihre Clubs, ihre Heimatländer, wie auch für die Produkte ihrer Sponsoren stehen. Überdies hinaus symbolisieren und popularisieren sie, bewusst oder unbewusst international verbreitete Lifestyle-Muster. Sie werden von ihren Fans geehrt wie auch verehrt (ebd., S. 142).

Einige der oben erwähnten Stars liefern auch jenseits des Fußballsports jede Menge Stoff für die Presse und sorgen immer wieder für Schlagzeilen. Wenn sie zum Beispiel den Verein wechseln, den Bund der Ehe schließen oder Krisen in ihrer Partnerschaft erleben, ist das ein Thema für die Sportnachrichten.

Einzelne Fußballer/innen treten wie schon angesprochen als globale Stars und „Lifestyle-Ikonen“ auf, wobei unter anderem Extravaganz, Image und Look als Vermarktungsinstrumente eingesetzt werden. Der ehemalige englische Fußballprofi David Beckham ist nach wie vor „well known for being well known“. Dank seiner weltweiten Popularität und Werbepräsenz hat sich „Becks“ zu einem Public Relations Gesamtkunstwerk entwickelt (Schauerte & Schwier, 2007).

Er verkörpert das, was viele der Fußballspieler/innen mitsamt ihren Managern auch einmal erreichen wollen: eine Marke, die sich gut abhebt, vermarkten und verkaufen lässt. Die öffentliche Person Beckham hat sich neben ihren sportlichen Erfolgen auch schon

längst als Lifestyle-Ikone in der Sportwelt positioniert. Während seiner Vertragszeit bei Real Madrid, war alleine Beckham für 40% des Merchandisingumsatzes des Vereins verantwortlich und wurde vom Sportartikelhersteller Adidas mit einem lebenslangen Werbevertrag gebunden, um dem Unternehmen auch nach seiner aktiven Karriere als Testimonial erhalten zu bleiben (Schauerte & Schwier, 2007).

Ohne die Transparenz und Präsenz der Medien wäre eine derartige Entwicklung kaum oder sehr schwer möglich. Medien und Spitzensport sind inzwischen zu einer festen, kaum trennbaren Einheit verschmolzen. Das Eine läuft ohne das Andere nicht (Knobbe, 2000).

Nutzen der Unterhaltungsmedien für Fußballer/innen

Sportarten wie der Fußball erreichen durch die Übertragung im Fernsehen eine stetig steigende Popularität und bauen diese deutlich aus.

Hohe Bekanntheits- und Sympathiewerte sowie ein positives Image sind Voraussetzungen für die professionelle Vermarktung der eigenen Person und Produkte. Eine hohe Medienpräsenz impliziert auch die Bedeutung der Person und kann die Nachfrage seitens der Medienbranche stimulieren (Medien als Auftraggeber für Spieler/innen und Trainer/innen (Schauerte & Schwier, 2007).

Dies gilt ebenso für die professionelle Vermarktung der eigenen Person und ihrer Produkte: durch häufiges Transportieren von positivem Image steigen Bekanntheits- und Sympathiewerte.

Der Sport ist heute ein Dauerprogramm und stellt für die ständig expandierenden Medien einen besonders interessanten Unternehmenszweig dar, in den viel Geld investiert wird (Knobbe, 2000).

Die Kommunikationswissenschaft beschreibt ein „Medium“ als einen Träger und Vermittler von Informationen. Allgemein kann ein Medium dementsprechend als ein Objekt bezeichnet werden, welches mit Hilfe von Kanälen (schriftlich, auditiv oder audio-visuell) Informationen, Nachrichten sowie Mitteilungen transportieren sowie speichern kann (Knoll, 2003).

Wird heutzutage über Medien gesprochen, so meint man gewöhnlich die Massenmedien. Diese sind alle Formen von Kommunikationsmittel, mit dessen Hilfe öffentliche Inhalte einem breiten, räumlich und zeitlich voneinander getrennten Massenpublikum verbreitet und vermittelt werden und zugleich eine passive Anteilnahme des Geschehens

ermöglichen, dazu zählen das Fernsehen, der Hörfunk, Zeitungen, Illustrierte, Bücher, DVDs und natürlich auch das Internet (Weiß & Norden, 2013).

6.2 Medien und ihr Einfluss auf den Sport

Betrachtet man das derzeitige Medienangebot, fällt auf, dass sich der Sport weltweit zu einem massenmedialen Kommunikationsthema entwickelt hat. Täglich wird in Nachrichtensendung, Tageszeitung oder Online-Medien über Sport berichtet. Der Mediensport ist zu einem unverzichtbaren Gegenstand der Populärkultur geworden sowie zu einem zentralen Programmbestandteil des Fernsehens (Martinek, 2008). Er schafft es durch sein wirklichkeitsgetreues Potential – wie Hintergründe und Zusammenhänge, Details, Aufregung, Sensation, Favoritenrolle, Erfolg der eigenen Mannschaft bzw. Vorbild, Sieg und Niederlage – einer Sportinformation Geltung und Aussagekraft zu verleihen. „Darin gründet die eigentliche Vermittlungsfunktion der Sportberichterstattung.“ (Weiß, 1999, S. 201)

Massenmedien sind selbst gestaltende Kräfte in der Gesellschaft. Sie geben nicht nur die Wirklichkeit des Sports wieder, sondern gestalten ihn durch Selektion und Interpretation des zu beobachtbaren und nichtbeobachtbaren Geschehens mit (ebd., S. 201ff).

Grundsätzlich konzentriert sich das Interesse der Medien auf den Spitzensport, der dementsprechend besonders spannend ist und emotional inszeniert wird. Jenen Sport also, der dominierende gesellschaftliche Werte- und Normensysteme widerspiegelt. (vgl. Punkt 5.2) Hierbei verhelfen Beleuchtung, Farbe, Ton, Geschwindigkeit, Einstellungen, Kameraführung und Graphik, die Elemente wie Dynamik und Bewegung eindrucksvoll zu betonen (Weiß, 1999). Dabei wird eine Sportart immer wieder hervorgehoben: Fußball.

6.2.1 Das Fußballangebot im TV

Der Fußballsport zählt zu einer der beliebtesten Zuschauersportarten weltweit. Wie einst schon Helmut Thoma, österreichische Manager und ehemaliger Geschäftsführer von RTL, die Frage nach den vier wichtigsten Sportarten für das Fernsehen mit „Fußball, Fußball, Fußball und Tennis“ beantwortete (Knobbe, 2000, S. 66).

Das Fernsehen liefert fast zu jeder Tages- und Nachtzeit Informationen zu aktuellen sportlichen und personellen Ereignissen sowie Ergebnissen (Bundesliga, WM, EM, etc.). Sportliche Wettbewerbe wie die Fußball Champions League und Europa League oder saisonalen Meisterschaften der Top-Fußball-Ligen innerhalb Europas werden als etwas

Besonderes und Einzigartiges inszeniert. Darüber hinaus sind sie eng mit der werbetreibenden Industrie verbunden, was sie auch aus ökonomischer Sicht für diesen Sport unersetzbar macht.

Die Tatsache, dass Fußballberichterstattungen nicht nur von einem sondern von vielen Senderkanälen einem Massenpublikum übermittelt werden, erhalten Fußballübertragungen bei vielen dieser TV-Programmen und -Sendern die meiste Sendezeit (Schierl, 2007).

Auf diese Weise fördern die Medien wie das Fernsehen den Showcharakter des Fußballsports und somit natürlich den Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad der Protagonisten; „sie tragen damit gleichzeitig zur Bedeutsamkeit des Sports und seiner Spitzenathleten für die Werbung bei.“ (Weiß, 1999, S. 208) Somit zählt der Fußballsport nicht nur in Europa sondern auch in vielen außereuropäischen Ländern zu den beliebtesten und führenden TV-Sportarten, wie die nachfolgende Grafik verdeutlicht.

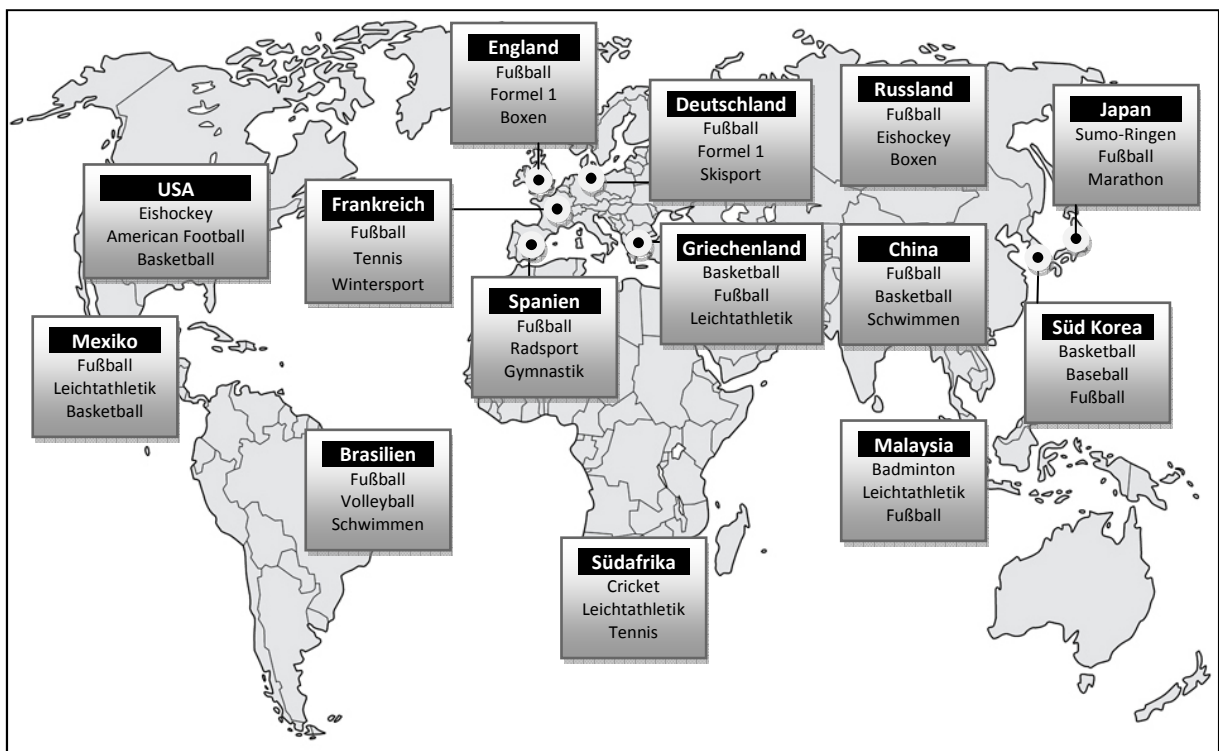


Abbildung 2: Beliebteste TV-Sportarten weltweit (mod. n. Schierl, 2007, S. 74, zit. n. Frütel, 2005, S. 117; lebenimaargau, o.J.)

Hohe Einschaltquoten heißt viele Zuschauer/innen, bedeutet höchste Medienpräsenz für die Sponsoren. Der Fußballsport zählt somit zu den beliebtesten Sportarten der Welt.

6.2.2 Das Angebot von Fußball in der Presse

In der heutigen Gesellschaft dürfte es wohl kaum noch eine Tageszeitung geben, welche auf eine regelmäßige Sportberichterstattung, insbesondere über Fußball vollständig verzichtet. Zu bedeutungsvoll ist dieses Ressort für die Leserbindung und -gewinnung und in weiterer Folge für den wirtschaftlichen Erfolg des Verlages (Schierl, 2007).

Die Presse wie auch der Rundfunk berichten in einer vergleichbaren Form wie das Fernsehen. Ihre Spielberichterstattung ist auf die Aktualität des Sportereignisses fixiert. Die Informationen orientieren sich neben der Schilderung vornehmlich auf spielentscheidende Szenen. Die Reporter/innen umschreiben diese atemberaubenden Momente und wiederholen und dramatisieren das Geschehen (Weiß, 1999). Artikel, die sich jedoch den finanziellen oder sozialen Standpunkten des Sports widmen, sind eher selten (Schierl, 2007). Auch Berichte rund um das soziale Auftreten eines/-er einzelnen/-er Sportlers/in ist im Vergleich zur Sportberichterstattung noch geringer, wenngleich dieses Thema immer mehr an Bedeutung gewinnt, dazu wird in Punkt 6.3 näher eingegangen. „Themenbereiche wie Schulsport, Sport und Gesellschaft, politische Hintergründe, soziale Probleme oder Marktabhängigkeiten bleiben ausgespart“. (Weiß, 1999, S. 203) Die folgende Tabelle zeigt die am meisten thematisierten Sportarten in den Sportteilen der Tagespresse.

Tabelle 2: Meist thematisierte Sportarten im Sportteil der Tagespresse

	Sportart	Anteil an Gesamt (in%)
Kontinentaleuropa	Fußball	50,9
	Radsport	6,3
	Tennis	5,8
	Formel 1	3,4
	Golf	3,4
England	Fußball	53,8
	Golf	8,1
	Rugby	8,0
	Cricket	7,1
	Tennis	5,7
USA	Baseball	28,5
	Basketball	14,2
	Golf	11,5
	American Football	9,9
	Motorsport	8,1
Australien	Australian Football	27,7
	Rugby	22,2
	Soccer	8,8
	Cricket	6,8
	Reitsport	6,7

Quelle: Jorgensen (2005, S. 2ff, zit. n. Schierl, 2007, S21)

6.3. Jugendliche und Medien

Unser Alltag und vor allem der der Jugendlichen, wird zunehmend von Medien beeinflusst. Für Jugendliche und für Erwachsene kommt im Gegensatz zu Kindern das gesamte Medienangebot zum Ausdruck.

Hierzu zählen neben den oben erwähnten Kommunikationsmitteln auch Medien der Individualkommunikation wie Mobiltelefone bzw. Smartphones, digitale Nachrichten über verschiedenste Apps, E-Mails sowie jegliche Internetdienste. Vor allem die Multimedien Computer und Internet nehmen einen wichtigen Stellenwert im Leben sowie der Freizeitgestaltung von Jugendlichen ein (Ecarius et al., 2011). Jugendrelevante digitale Medien wie Youtube, Facebook und die Playstation, sind in der heutigen Jugend nicht

mehr wegzudenken und sind „heute ein essentieller Bestandteil der Gesamtartikulation der zeitgenössischen Jugendkultur.“ (Großegger & Heinzlmaier, 2007, S. 129)

Jugendzeit ist Medienzeit

Der PC und die digitale Welt beschäftigt nicht nur Jugendliche sondern hat schon längst im beruflichen Alltag vieler Erwachsener einen großen Stellenwert eingenommen. Ein wichtiger Punkt der hier erwähnt werden muss ist die Tatsache, dass die heutigen Kinder und Jugendlichen eine Bevölkerungsschicht repräsentieren, deren natürlicher und spontaner Umgang mit Medien sowie die Ausdehnung der Medienausstattung und deren technische Entwicklung etwas ist, das für sie immer schon da war (Ecarius et al., 2011). Sogenannte „digital natives“ wachsen mit Handy und Co. auf und müssen die Nutzung dieser Medien im Gegensatz zum Erwachsenen nicht erst von Grund auf lernen.

Daraus ableitend kann durchaus die Aussage getroffen werden, „Medienwelten sind Lebenswelten, Lebenswelten sind Medienwelten“, mit welcher einmal mehr die Omnipräsenz der Medien besonders im jugendlichen Alltag hervorgehoben wird (ebd., S. 148).

Das Heranwachsen mit diesem reichlichen Angebot an schnell wechselnden Medienwelten ermöglicht es Jugendlichen, sich mit mehreren Medien gleichzeitig auseinanderzusetzen bzw. damit umzugehen. Jugendliche sind heute durchaus in der Lage, vor dem Computer zu sitzen, den Fernseher laufen zu lassen und sich dabei zu unterhalten (Hurrelmann, 2007).

Das Nutzungsmuster dieser Medien hängt hier auch oft vom Einfluss der Peer-Group ab, da diese Medien zumeist gemeinsam genutzt werden. Dies kann eine gemeinschaftliche Funktion entweder der Gruppenabgrenzung dienen oder „der Selbstverortung Einzelner innerhalb des Gruppengefüges.“ (Ecarius et al., 2011, S. 150)

Wenn Jugendliche Mediengeschichten zum Anlass nehmen, „indirekt über sich selbst, über eigene Wertevorstellungen und Verhaltensweisen zu sprechen, wirken Medien somit stets in bestimmte lebensweltliche Kontexte hinein.“ (ebd., S. 150) Medien können als Lieferanten von identifikationsfähigen Inhalten dienen, welche von Jugendlichen jedoch nicht gleich kopiert, sondern in die Gestaltung der eigenen Identität mit einbezogen werden. Somit können Medien auch als Ressourcen von Identität thematisiert werden. Neben der Formung von Identität helfen Medien aber auch der Präsentation des Selbstbildes (ebd., S. 151). Beispiele hierfür sind der eigene Musikstil, bestimmte Lifestyle- und Handymodelle sowie die gebündelte Darstellung von Identitäten in der digitalen Welt (ebd., S. 151).

In der heutigen Gesellschaft treten Jugendliche als selbstbewusste „User“ in vernetzten Mediumumgebungen auf und gruppieren meist zu themenbezogenen (sportbezogenen) und Lifestyle orientierten Medienarrangements, das, was sie interessiert. Dabei ordnen sie die medialen Inhalte in ihre subjektive (Erlebnis-)Wirklichkeit ein und aktualisieren bei der Mediennutzung verschiedenste Erlebnisdimensionen. Sie sammeln mediale und nicht-mediale „wirkliche“ Wirklichkeiten und bauen dabei in einem ständigen Austausch mit der medialen und nicht-medialen Erfahrungsumwelt Wissen über sich selbst und die Welt auf (Großegger & Heinzlmaier, 2007).

Großegger und Heinzlmaier (2007) sind der Auffassung, dass Jugendliche ihre Identität nicht nur über reale Kontakte sondern auch im Zugriff auf jugendrelevante Medien bilden. Vor allem über die heute herrschenden Massenmedien wie Fernsehen, Internet, Smartphones und soziale Netzwerke, erfahren Jugendliche eine gleichwertige informative Teilnahme am gesellschaftlichen Leben (Hurrelmann, 2007).

Betrachtet man also die vorigen Kapitel, so ist ein Vorbild (sei es auch aus den Fußballsport) gerade in der Jugendphase laut der gelehrten Meinung in der Identitätsfindung von besonderer Bedeutung. Eine Leitfigur, an der sich das junge Volk orientieren kann. Wie auch schon in der Einleitung erwähnt, werden heutzutage immer öfter Fußballprofis in den Medien wie Stars ins Rampenlicht der Aufmerksamkeit gerückt.

Doch welche Eigenschaften bzw. Erfolgsfaktoren sind nun für die heutige Jugend in Bezug auf ihre Fußballidole tatsächlich von Bedeutung?

7 Empirischer Teil: Beschreibung der Untersuchung

7.1 Fragestellung

Die Analyse beschäftigt sich allgemein mit der Frage nach den Vorbildern jugendlicher Fußballspieler/innen im österreichischen Nachwuchsfußball. Neben sportbezogenen Fragen soll vor allem die Vorbildwahl Jugendlicher sowie die Auswirkungen von Sportidolen auf sporttreibende Jugendliche untersucht und dargestellt werden.

7.2 Quantitative Forschungsmethode: Der Fragebogen

Die Datenerhebung wurde mittels Fragebogen durchgeführt. Für die Befragung erklärten sich die Spieler/innen mehrerer Nachwuchsmannschaften vom Wiener Fußballverband dazu bereit, teilzunehmen. Für die vorliegende Untersuchung wurden sowohl männliche als auch weibliche jugendliche Fußballspieler/innen befragt.

7.2.1 Methoden der Datenerhebung

Der Fragebogen orientiert sich an den bereits vorhandenen standardisierten Fragebögen von Tafertshofer (1982) mit dem Titel „Der Spitzensportler als Idol“ und dem von Pacher (2009) mit dem Titel: „Sportler/innen als Vorbilder im Rahmen der Sozialisation“ und wurde für die vorliegende Studie um fußballorientierte Fragen erweitert. Der Fragebogen umfasst 9 Seiten und setzt sich aus folgenden Bereichen zusammen:

- Soziodemographische Aspekte wie Geschlecht und Alter
- Allgemeine sportbezogene Fragen wie Umfang der Sportausübung
- Fragen hinsichtlich des Selbstbildes
- Wichtigkeit einzelner Lebensbereiche
- Meinung über Spitzensportler/innen
- Motive der Sportausübung für Spitzensportler/innen
- Rolle der Medien
- Vorbildwahl: Nah- und Fernvorbilder
- Bild über das Sportlervorbild
- Einflüsse von Fußballvorbildern auf jugendliche Fußballspieler/innen

Der Fragebogen enthält insgesamt 27 Fragen. Ein Auszug davon wird im folgenden Abschnitt präsentiert und die Antworten interpretiert.

7.2.2 Beschreibung der Stichproben und Prüfstatistik

Für die Befragung wurden insgesamt 100 Fragebögen an männlichen und weiblichen Nachwuchsspieler/innen im Fußballsport ausgegeben, davon konnten 95 ausgewertet und für die Untersuchung herangezogen werden, 5 Fragebögen mussten mangels unvollständiger Daten ausgeschieden werden. Die Datenanalyse wurde mit Hilfe von IBM SPSS Statistics Version 23 ausgewertet, die Darstellung der Ergebnisse wurde mit Microsoft Excel erstellt.

Prüfung auf Unterschiede

Da für die Überprüfung der Hypothesen die Normalverteilungsvoraussetzungen nicht vorhanden waren, wurde der Mann-Whitney-Test, kurz „U-Test“, herangezogen. Unter Anwendung des „U-Test“ kann geprüft werden, „ob die zentrale Tendenz von zwei verschiedenen Stichproben unterschiedlich ist.“ Dabei handelt es sich um einen Rangsummentest. Für die Interpretation des Ergebnisses wird der p-Wert herangezogen. Liegt dieser über einem Signifikanzniveau von 0.05, kann man davon ausgehen, „dass kein statistisch signifikanter Unterschied der zentralen Tendenz zwischen den Klassen vorliegt.“ Für die Überprüfung der Wahrscheinlichkeit von Zusammenhängen wurde der Chi-Quadrat-Test angewandt (Universität Zürich, 2010).

7.3 Hypothesen

In der empirischen Auswertung dieser Diplomarbeit soll die Wichtigkeit von Sportidolen im Leben von Nachwuchsspieler/innen im Fußballsport aufgezeigt werden. Generell wird erhoben, ob die jungen Fußballspieler/innen Sportidole haben und ob bzw. in wie weit sie von diesen beeinflusst werden.

Die im Folgenden angeführten Hypothesen dienen als Voraussetzung der statistischen Prüfung der in dieser Arbeit durchgeführten Evaluierung.

- Nullhypothese 1:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen betreffend Eigenschaften des Selbstbildes.
- Nullhypothese 2:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihres Wunsches, selbst einmal Hoch- bzw. Spitzensportler/in zu werden.
- Nullhypothese 3:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihrer Meinung über sportliche Attribute die eine/n Spitzensportler/in ausmachen.
- Nullhypothese 4:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen bei der Auswahl ihres Vorbildes.
- Nullhypothese 5:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen, die das Aussehen und den Lifestyle ihres Fußballvorbildes für sich übernehmen wollen.
- Nullhypothese 6:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihres Kommunikationsthemas Fußball in ihrer Familie.
- Nullhypothese 7:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen in ihrer Auswahl der Medien betreffend Informationen über das Fußballgeschehen.
- Nullhypothese 8:* Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihres Wunsches wie ihr Fußballvorbild zu werden.

8. Auswertung und Darstellung der Ergebnisse

Hier werden nun die ausgewerteten Daten in Form von Grafiken und Tabellen präsentiert, analysiert und interpretiert. Die ermittelten Werte sind auf eine Nachkommastelle gerundet.

8.1 Soziodemographische Daten

Befragt wurden insgesamt 95 Jugendliche, die allesamt Mitglied eines Fußballvereins sind. Sie alle trainieren mehrmals die Woche und spielen zudem einen Meisterschaftswettbewerb.

8.1.1 Geschlecht

Die Grundgesamtheit $n=95$ setzt sich aus 44 männlichen und 51 weiblichen jugendliche Fußballspieler/innen zusammen.

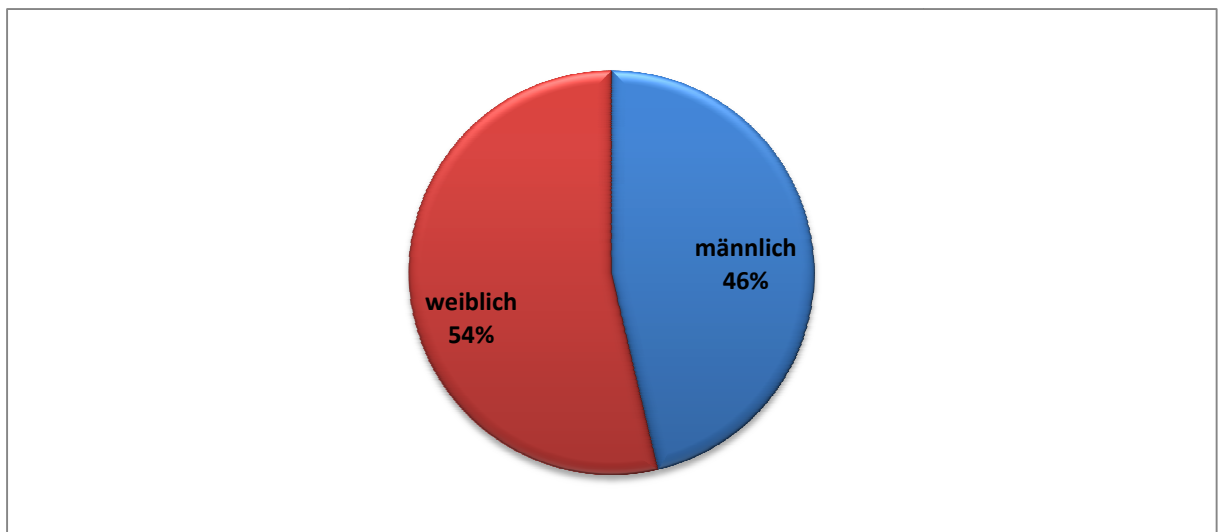


Abbildung 3: Geschlecht ($n = 95$)

8.1.2 Alter

Das Alter der befragten Jugendlichen liegt zwischen dreizehn und neunzehn Jahren, der Mittelwert liegt bei 14,92 Jahren.

8.1.3 Sportinteresse

Zum Themenpunkt „Interesse am Sport“ wurden den Befragten zwei Fragen gestellt, zum einen wurden Daten nach dem allgemeinen Sportinteresse erhoben und zum anderen bezieht sich das Sportinteresse auf einzelne Sportarten. Bei der Frage nach dem allgemeinen Sportinteresse konnten die Probanden/innen auf einer fünfstufigen Skala von „sehr groß“ bis „gar kein Interesse“ auswählen (1 = sehr groß, 2 = eher groß, 3 = mittel, 4 = sehr klein, 5 = gar kein Interesse). 84,2% (80 Personen) der befragten Jugendlichen gaben an, ein „sehr großes“ Interesse am Sport zu haben, 12,6% (12 Personen) haben ein „eher großes“ Interesse und gar nur 3,2% (3 Personen) interessieren sich durchschnittlich für den Sport. Keiner der Befragten gab an ein „sehr kleines“ und „gar kein Interesse“ zu haben.

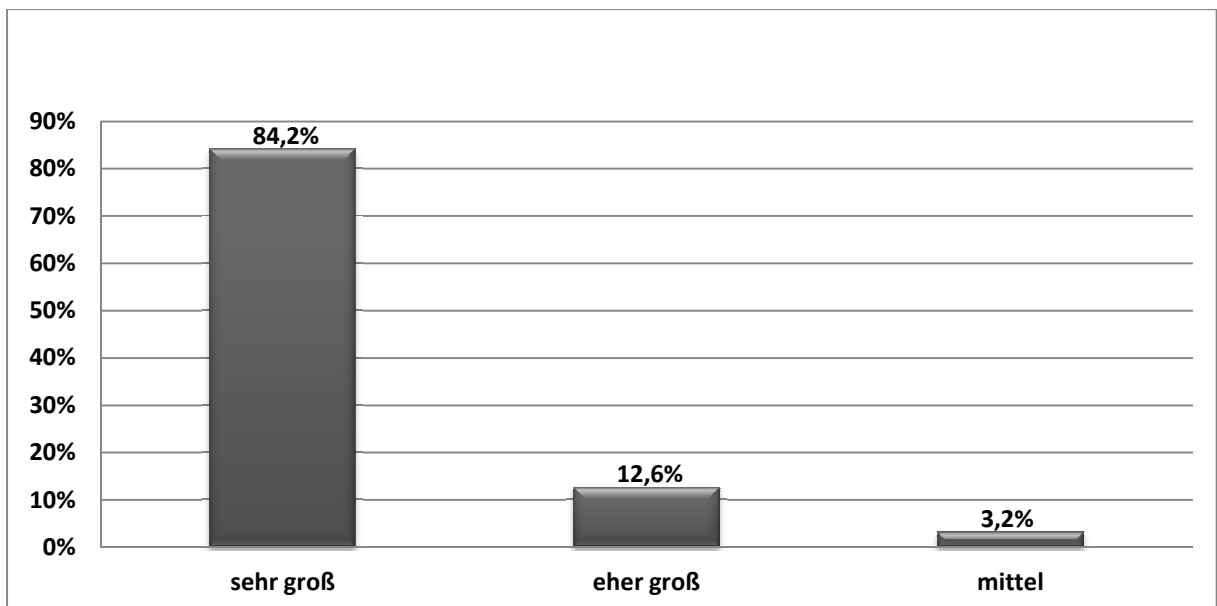


Abbildung 4: Aktives Sportinteresse (n = 95)

In der zweiten Fragestellung bezieht sich das Sportinteresse auf einzelne Sportarten wie Bergsteigen bzw. Klettern, Eislaufen, Fußball, Handball, Leichtathletik, Radfahren, Reiten, Schifahren bzw. Snowboarden, Schilanglauf, Schwimmen, Tennis, Tischtennis und Turnen bzw. Gymnastik. Die Befragten konnten dabei ihr individuelles Sportinteresse an den Sportarten auf einer Skala von „sehr stark“ bis „überhaupt nicht“ zum Ausdruck bringen (1 = sehr stark, 2 = stark, 3 = mittel, 4 = eher wenig, 5 = überhaupt nicht).

Tabelle 3 veranschaulicht, dass sich die befragten Jugendlichen am meisten für Fußball interessieren, gefolgt von Schifahren bzw. Snowboarden, Schwimmen und Tennis, wo noch ein *starkes* Interesse herrscht, die Sportarten Bergsteigen, Schilanglauf und Reiten weisen eher ein *geringes* Interesse auf.

Tabelle 3: Rangreihung des Interesses an unterschiedlichen Sportarten (n = 95; 1 = sehr stark, 2 = stark, 3 = mittel, 4 = eher wenig, 5 = überhaupt nicht)

Rang	Interesse Sportart	Mittelwert	Standardabweichung
1.	Fußball	1,02	0,14
2.	Schifahren/Snowboarden	2,57	1,37
3.	Schwimmen	2,80	1,27
4.	Tennis	2,87	1,39
5.	Radfahren	3,17	1,33
6.	Tischtennis	3,34	1,35
7.	Handball	3,41	1,14
8.	Leichtathletik	3,41	1,40
9.	Turnen/Gymnastik	3,86	1,29
10.	Eislaufen	3,98	1,10
11.	sonstige Sportarten	4,18	1,50
12.	Bergsteigen	4,29	1,02
13.	Schilanglauf	4,36	0,96
14.	Reiten	4,46	1,05

8.1.4 Frequenz des Sporttreibens

Die Intensität der Sportstunden pro Woche wurde mit einer siebenstufigen Skala von „Null“ bis „mehr als zehn Stunden“ ermittelt, wobei hier das gesamte Sportstundenausmaß (Schule/Verein/Freizeit) pro Woche gemeint ist (1 = 0 Stunden, 2 = 1-2 Stunden, 3 = 3-4 Stunden, 4 = 5-6 Stunden, 5 = 7-8 Stunden, 6 = 9-10 Stunden, 7 = > 10 Stunden Sport pro Woche). 49,5% (47 Personen) der Jugendlichen geben ihr Sporttreiben mit *neun bis zehn Stunden* pro Woche an. Knapp über ein Viertel (25,3%; 24 Personen) der Befragten betreiben Sport in einem intensiveren Ausmaß mit „mehr als zehn Stunden“ pro Woche. 16,8% (16 Personen) machen „sieben bis acht Stunden“ Sport. 8,4% (8 Personen) geben an, fünf bis sechs Stunden Sport in der Woche zu treiben.

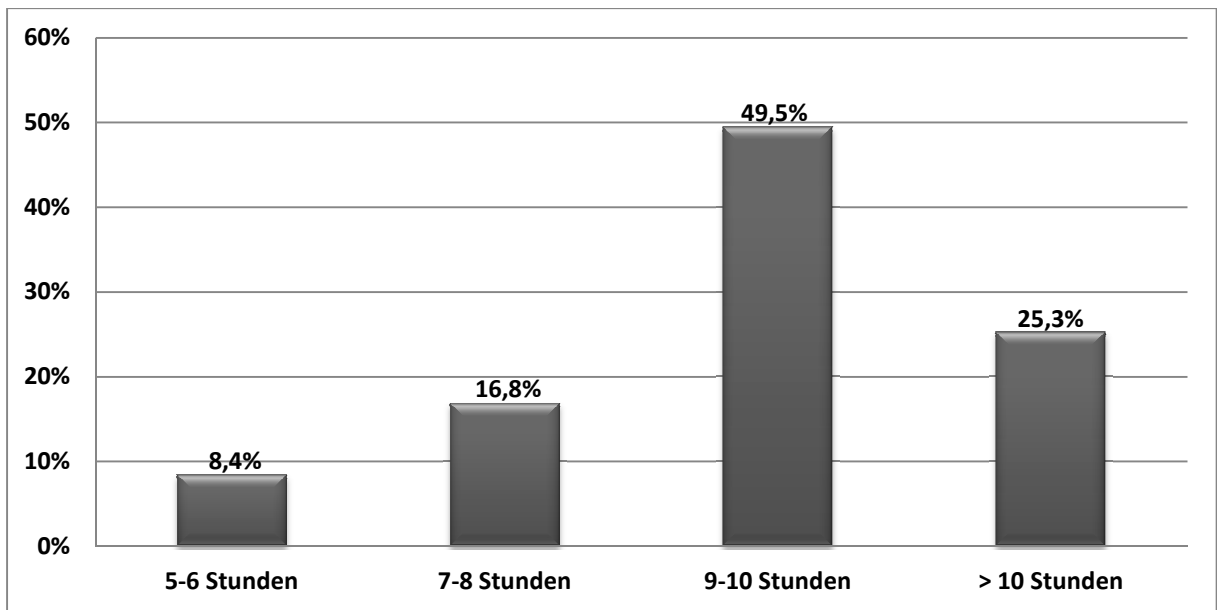


Abbildung 5: Ausgeübte Sportstunden pro Woche (n = 95)

8.2. Grundlegende Fragen zum Sportbezug

Sportartenausübung

Die nächsten drei Fragen richten sich auf das allgemeine Treiben von Sport, den Leistungssport, sowie die Möglichkeiten der Sportausübung in Bezug auf die jeweilige Sportart. Zur Auswahl standen folgende Sportarten: Bergsteigen bzw. Klettern, Eislaufen, Fußball, Handball, Leichtathletik, Radfahren, Reiten, Schifahren bzw. Snowboarden, Schilanglauf, Schwimmen, Tennis, Tischtennis, Turnen und Gymnastik. Nicht in der Fragestellung erwähnte Sportarten wurden unter „sonstige Sportarten“ angeführt. Ebenso gab es eine Auswahlmöglichkeit „keine“ Sportart. Die Probanden konnten bei diesen Fragen angeben, ob die jeweilige Sportart von ihnen ausgeübt wird oder nicht.

8.2.1 Allgemeine Ausübung von Sportarten

Hier wurden gefragt, welche Sportart im Alltag aktuell ausgeübt wird. Da alle Befragten aus dem Leistungssport Fußball kommen, liegt hier die Antwortmöglichkeit der Fußballsport auch mit 100% an erster Stelle. Neben dem Vorreiter Fußball sind die Sportarten Radfahren mit 62,1% (59 Personen) und Schwimmen mit 54,7 % (52 Personen) ebenso häufig ausgeübte Sportarten unter den Jugendlichen.

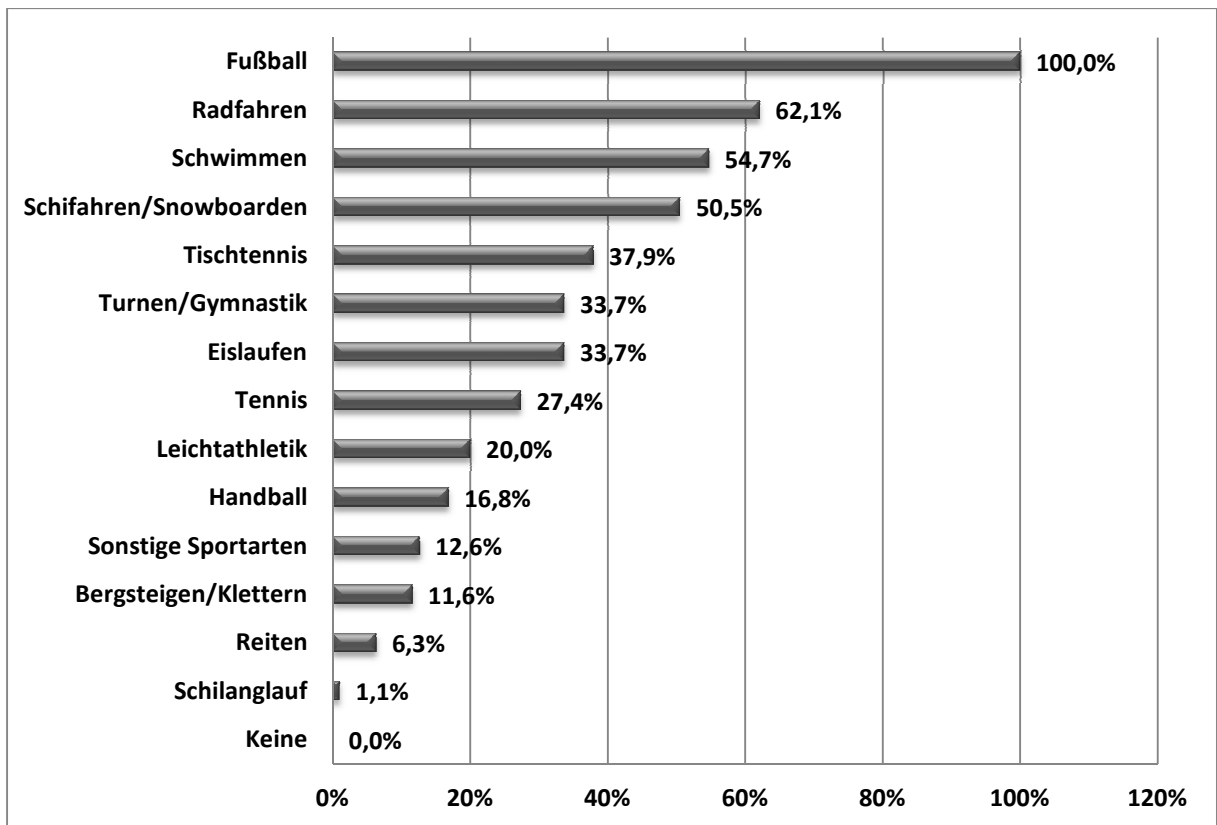


Abbildung 6: Sportausübung Jugendlicher (n = 95)

8.2.2 Ausübung Leistungssport

Hier wird erneut die Zielgruppenselektion (junge Fußballspieler/innen in einer Nachwuchsmannschaft) deutlich, da auch hier die Antwort Fußball einen Wert von 100% (95 Personen) erreicht. Unterstrichen wird dies zudem von den restlichen Ergebnissen: Sie werden nur zu einem sehr geringen Prozentsatz angegeben.

Die Top fünf Sportarten nach Fußball sind Tennis mit 4,2% (4 Personen), gefolgt von Leichtathletik mit 3,2% (3 Personen) und Turnen bzw. Gymnastik mit 3,2% (3 Personen) sowie Schwimmen und Reiten zu je 2,1% (2 Personen) die von Jugendlichen neben dem Fußball als Leistungssport verfolgt werden. Diese Ergebnisse untermauern zudem die hohe Anzahl an Sportstunden pro Woche.

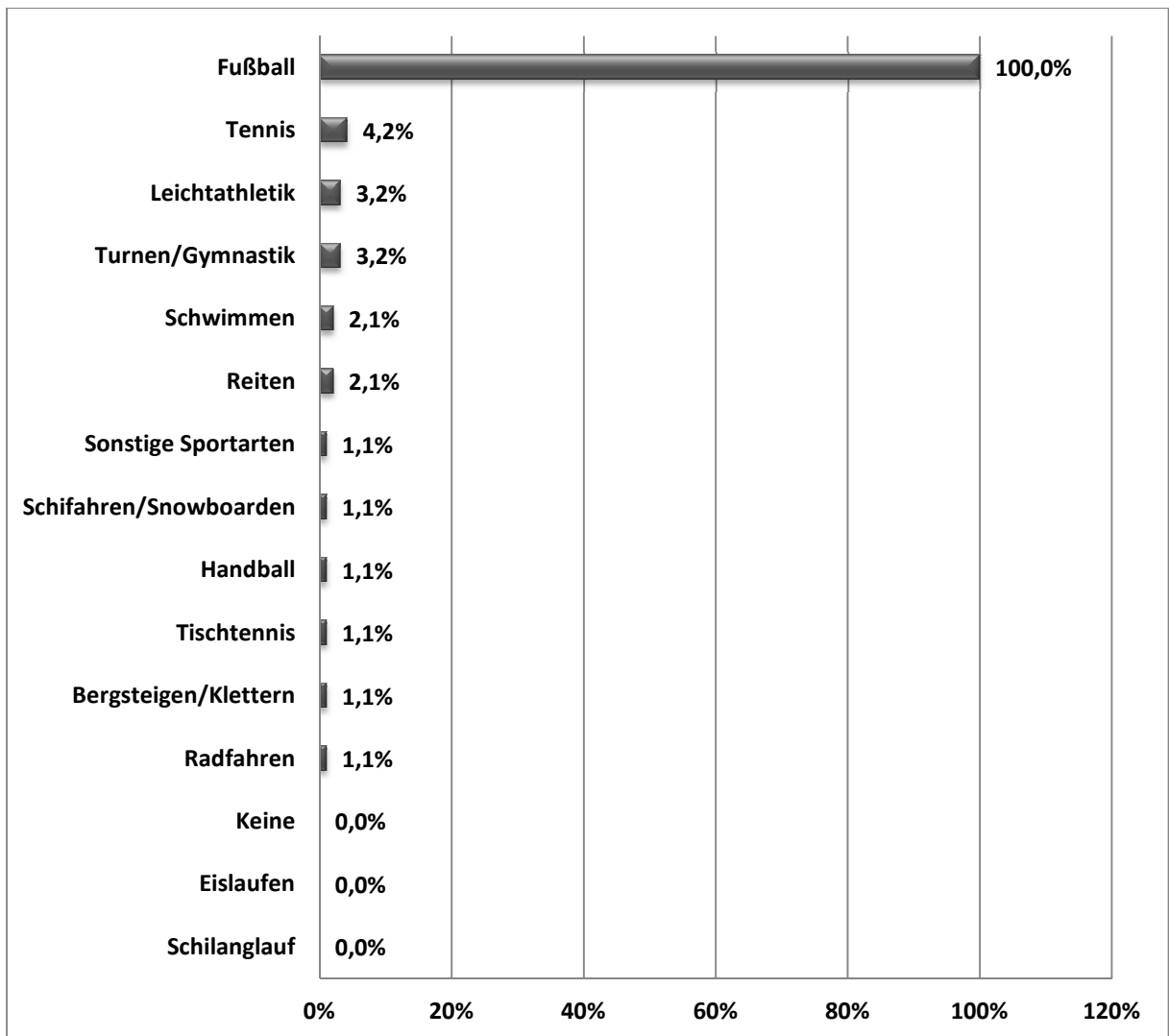


Abbildung 7: Ausübung von Leistungssport (n = 95)

8.2.3 Möglichkeiten der Sportausübung

Weiters wurde erfragt, welche Sportart(en) Jugendliche gerne ausüben würden, wenn ihnen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stünden. Auch wenn Jugendliche keine Einschränkung(en) zur Ausübung einer Sportart hätten, würde ein Großteil der Probanden/innen den Fußballsport wählen und an ihrer Sportausübung nichts ändern wollen. Dies zeigt auch der Prozentsatz von 42% (40 Personen). Ein Viertel der Befragten (25,3%; 24 Personen) hat angegeben, keinen Sport ausüben zu wollen. 17,9% (17 Personen) würden gerne Tennis spielen, falls die Möglichkeit dazu bestünde. 11,9% (11 Personen) würden eine nicht angeführte sonstige Sportart ausführen wollen. Die restlichen Sportarten erreichen alle lediglich einen Prozentsatz unter 10%.

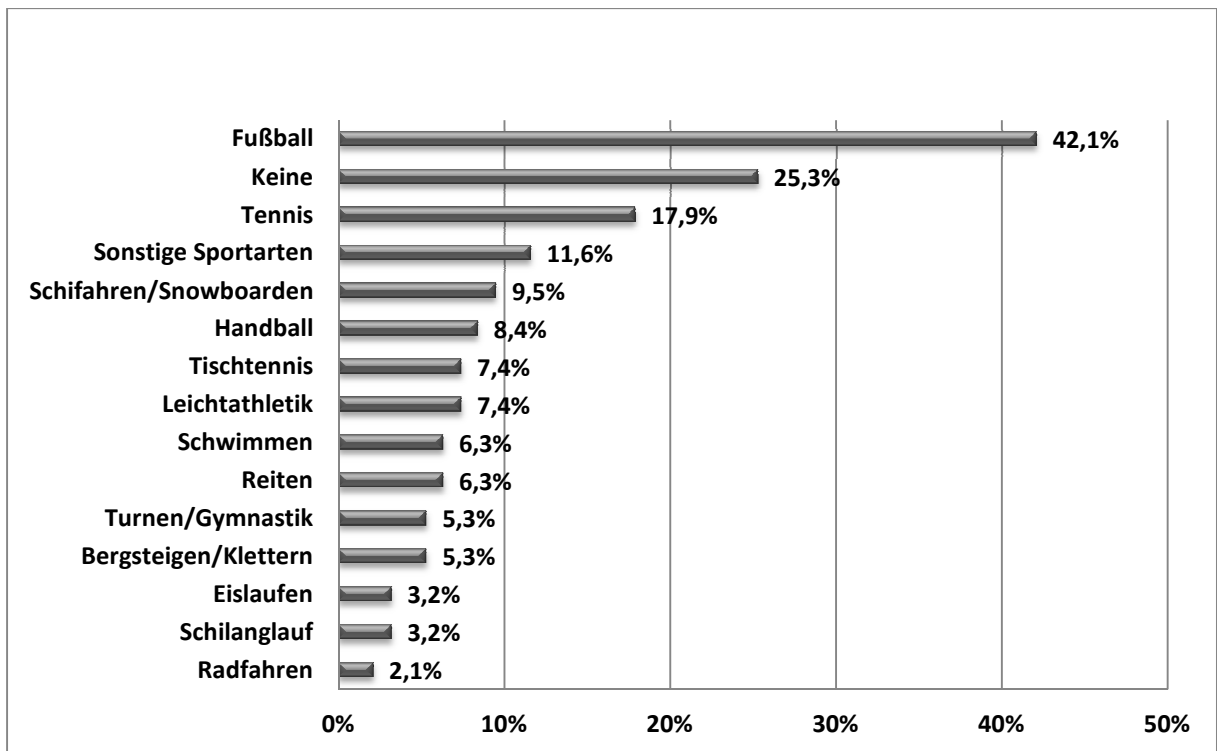


Abbildung 8: Möglichkeit der Sportausübung (n = 95)

8.2.4 Fußball als Gesprächsthema in der Familie und im Freundeskreis

Bei den Fragen nach dem Gesprächsthema Fußball konnten die Jugendlichen auf einer Skala von 1 = „sehr häufig“, 2 = „häufig“, 3 = „manchmal“, 4 = „selten“ und 5 = „nie“ anführen, im welchem Umfang sie in der Familie und im Freundeskreis über Fußball sprechen. Die Ergebnisse zeigen, dass bei beiden Geschlechtern, Fußball oft als Gesprächsthema zu hören ist. Vor allem bei männlichen Jugendlichen wird in der Familie „sehr häufig“ bis „häufig“ (93,2 %; 41 Personen) über Fußball diskutiert. Bei mehr als die Hälfte (76,5%; 39 Personen) der weiblichen Jugendlichen ist der Fußballsport ebenso ein Gesprächsthema mit den Eltern.

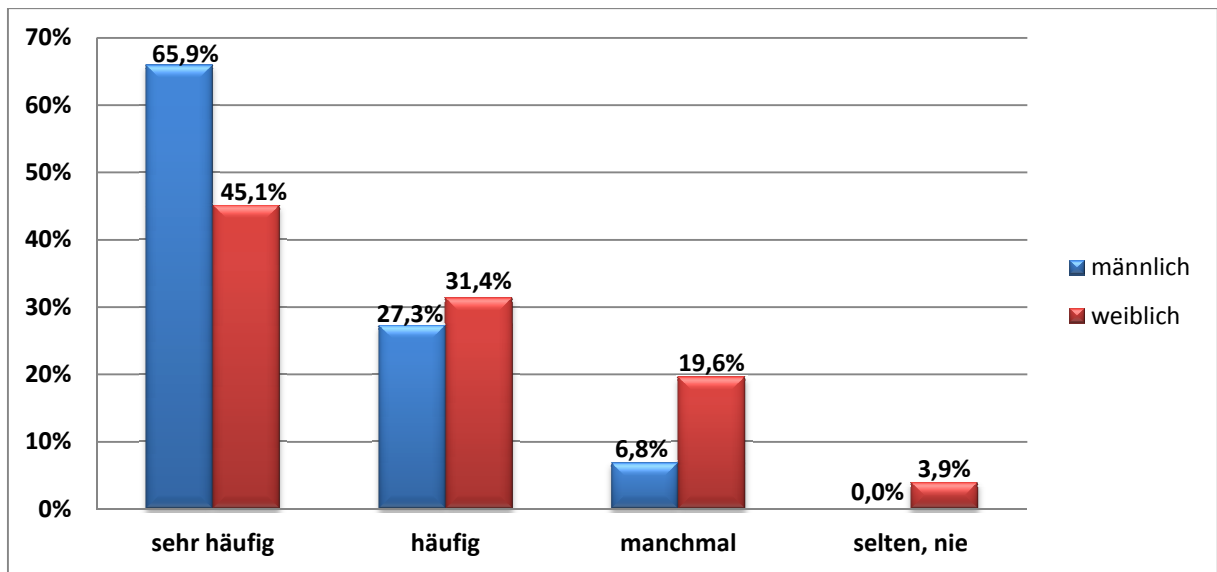


Abbildung 9: Gesprächsthema Fußball in der Familie (n = 95)

Auch mit ihren Freunden/innen sprechen männliche Jugendliche „sehr häufig“ bis „häufig“ (90,9%; 40 Personen) über Fußball. Die weiblichen Jugendlichen unterhalten sich hingegen nur „manchmal“ (31,4%; 16 Personen) mit ihren Freunden/innen über den Fußballsport.

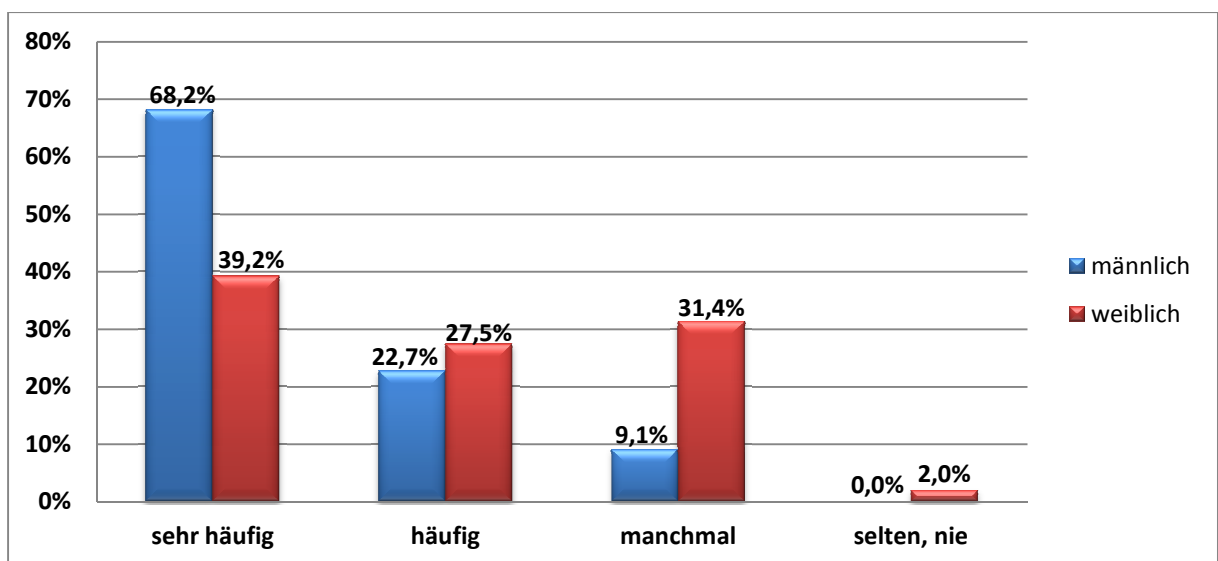


Abbildung 10: Gesprächsthema Fußball im Freundeskreis (n = 95)

8.2.5 Wunsch Hochleistungs- bzw. Spitzensportler zu sein

Diese Frage diente der Feststellung, ob die Jugendlichen den Wunsch hätten, selbst einmal ein/e Hochleistungssportler/in zu werden. Das Ergebnis bei den männlichen Jugendlichen ist eindeutig, alle (100%; 44 Personen) gaben an Spitzensportler werden zu

wollen. Auch mehr als zwei Drittel (70%; 36 Personen) der weiblichen Jugendlichen könnten sich vorstellen, eines Tages Hochleistungssportlerin zu sein. 30% (15 Personen) wiederum können sich mit diesem Gedanken jedoch nicht ganz anfreunden und wollen nicht den Weg einer Leistungssportlerin gehen.

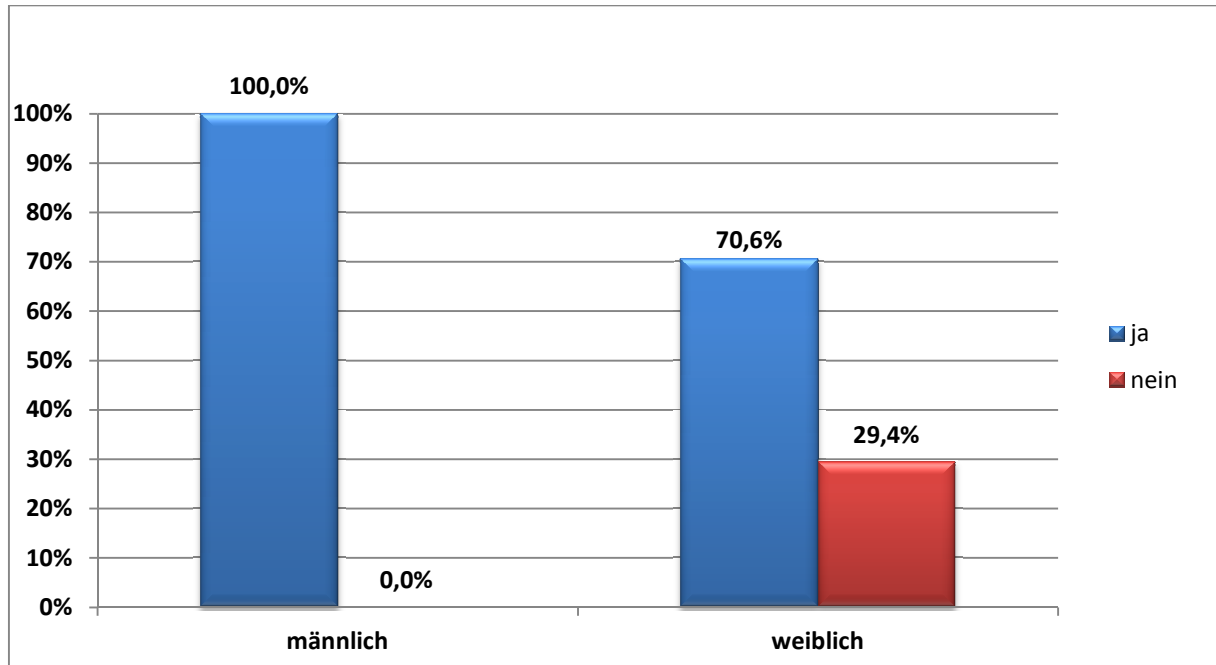


Abbildung 11: Wunsch Spitzensportler/in zu sein (n = 95)

8.3 Spitzensportler/in: Voraussetzung und Motivation zum Erfolg

Zu diesem Themenpunkt wurden die Jugendlichen einerseits nach ihrer Meinung gefragt, welche Voraussetzungen Spitzensportler/innen für sie aufweisen müssen, um im Sport als erfolgreich angesehen zu werden. Andererseits wurde die Frage erhoben, was Jugendliche glauben, welche Beweggründe eine/n Spitzensportler/in zum Leistungssport antreiben.

8.3.1 Voraussetzungen erfolgreicher Spitzensportler/innen

Die Fragestellung in diesem Themenblock bezieht sich auf Eigenschaften, aber auch auf besondere nicht unmittelbar beeinflussbare Gegebenheiten, die ein/e erfolgreiche/r Spitzensportler/in als Voraussetzung mit sich bringen sollte. Den Befragten stand Folgendes zur Auswahl: Talent, freie Zeit, Geld, gute Beziehungen, Ausdauer, Training, „Köpfchen“, Rücksichtslosigkeit und Beharrlichkeit. Dabei sollte die Wichtigkeit dieser

Merkmale auf einer Skala beurteilt werden (1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = mittel, 4 = unwichtig, 5 = völlig unwichtig)

Tabelle 4: Rangreihung der Merkmale nach Wichtigkeitsgrad, um erfolgreiche/r Spitzensportler/in zu werden (n = 95; 1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = mittel, 4 = unwichtig, 5 = völlig unwichtig)

Rang	erfolgreiche/r Spitzensportler/in	Mittelwert	Standardabweichung
1.	Training	1,05	0,22
2.	Ausdauer	1,26	0,22
3.	Talent	1,62	0,22
4.	"Köpfchen"	1,64	0,22
5.	freie Zeit	1,92	0,22
6.	Beharrlichkeit	2,27	1,12
7.	gute Beziehungen	2,43	1,10
8.	Rücksichtslosigkeit	3,11	1,28
9.	Geld	3,15	1,08

Bei der Wichtigkeit dieser Kennzeichen eines/r erfolgreichen/r Spitzensportler/innen, gaben die Jugendlichen an, dass sie das Training als wichtigstes Kriterium einstufen. Auch die Ausdauer im Sport erscheint ihnen als „sehr wichtig“. Die Merkmale Talent, „Köpfchen“, freie Zeit und Beharrlichkeit erachten Jugendliche ebenso als „wichtig“, um im Spitzensport erfolgreich zu sein. Gute Beziehungen empfinden sie nur als mittelmäßig wichtig, Rücksichtslosigkeit und Geld werden von den Jugendlichen als „unwichtig“ aufgefasst.

8.3.2 Was wollen Spitzensportler/innen erreichen?

Mit dieser Frage sollte eruiert werden, welche Beweggründe, Karriere als Spitzensportler/in zu machen, für Jugendliche wichtig sind. Die Jugendlichen konnten ihre Meinung nach folgendem Antworten-Set zum Ausdruck bringen: „persönlicher Ruhm“, „persönliche Höchstleistung“, „gesellschaftlicher Aufstieg“, „Geld und materieller Gewinn“, „Ehre des eigenen Landes“ und „Sonstiges“. Es waren auch Mehrfachnennungen möglich.

Mehr als zwei Drittel (73,7%; 70 Personen) der Jugendlichen sind hier der Überzeugung, dass sich Spitzensportler/innen insbesondere nach „persönlicher Höchstleistung“ sehnen. 42,1% (40 Personen) sind der Auffassung, dass die „Ehre des eigenen Landes“ für Spitzensportler/innen im Mittelpunkt steht. Fast ebenso viele, nämlich 41,1% (39

Personen) glauben, dass Spitzensportler/innen nach „persönlichem Ruhm“ streben. Für Jugendliche stehen „Geld und materieller Gewinn“ (35,8%; 34 Personen) sowie „gesellschaftlicher Aufstieg“ (29,5%; 28 Personen) eher im Abseits. 5,3% (5 Personen) haben „Sonstiges“ ausgewählt und individuelle Nennungen bekanntgegeben: Bildung, einen Namen gesetzt haben, persönliche Ziele, seine Familie stolz zu machen und seinen Hobbies nachzugehen.

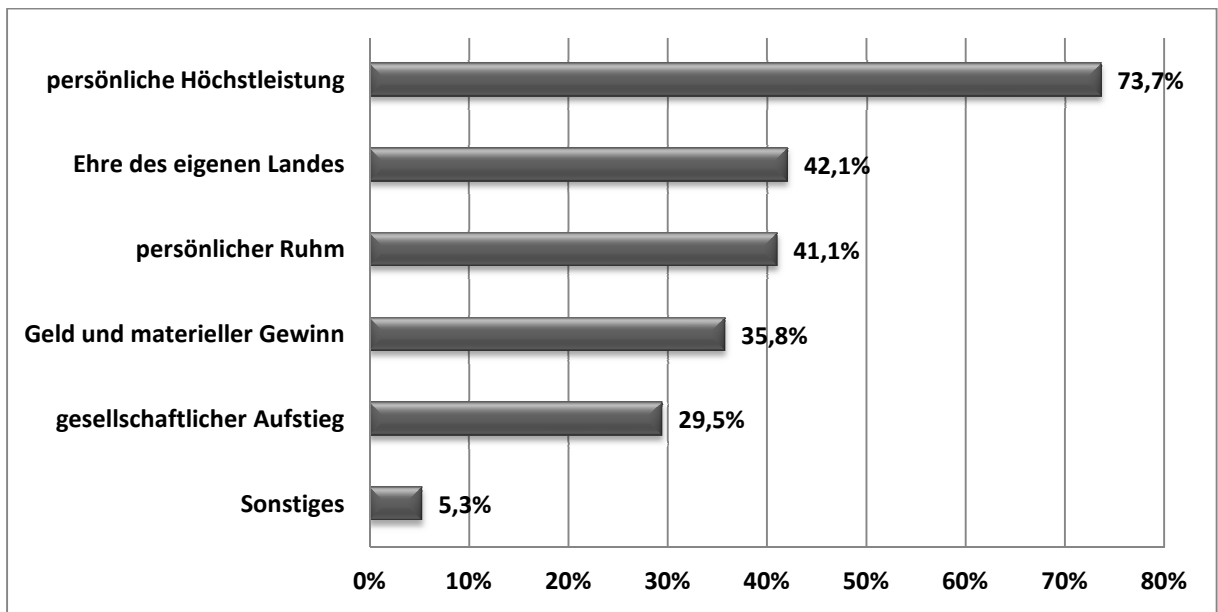


Abbildung 12: Was wollen Spitzensportler/innen erreichen (n = 95)

8.4 Bedeutsamkeit einzelner Lebensbereiche Jugendlicher

Hier wurden die Jugendlichen betreffend ihrer Meinung hinsichtlich der Wichtigkeit einzelner Lebensbereiche befragt. Sie konnten hierbei auf einer Skala von 1 bis 100 ihre Bewertungen abgeben, wie wichtig ihnen einzelne Lebensbereiche sind (0 bis 25 = „nicht wichtig“, 25 bis 50 = „wenig wichtig“, 50 bis 75 = „durchschnittlich wichtig“, 75 bis 100 = „ziemlich wichtig“, 100 = „außerordentlich wichtig“).

Tabelle 5: Rangreihung der einzelnen Lebensbereiche nach Wichtigkeitsgrad (n = 95; 100 = außerordentlich wichtig, 50 = durchschnittlich wichtig, 0 = nicht wichtig).

Rang	Lebensbereiche	Mittelwert	Standardabweichung
1.	Sport	94,1	9,6
2.	Familie/Verwandtschaft	92,6	15,9
3.	Freunde und Bekannte	87,8	16,9
4.	Schule/Studium/Beruf	80,8	22,4
5.	Internet	67,5	25,8
6.	Glaube/Religion/Kirche	57,4	34,9
7.	Medien (Fernsehen, Zeitungen)	57,1	26,3
8.	Kunst und Musik	48,6	30,8
9.	ethnische oder nationale Zugehörigkeit	48,3	33,9
10.	Politik	36,7	29,0

Der Sport und die Familie nehmen im Leben Jugendlicher den wichtigsten Stellenwert ein. Gleich danach werden Freunde und Bekannte genannt. Die schulische und berufliche Ausbildung wurde von Jugendlichen ebenso als wichtig eingestuft und mit einem durchschnittlichen Zahlenwert von 80,8 (von maximal 100 Punkten) bewertet/eingeschätzt. Die digitale Online-Welt belegt im Mittel 67,5 Punkte und wird im jugendlichen Leben als ziemlich wichtig erachtet. Die Medien (57,1 Punkte) sowie das jeweilige religiöse Glaubensbekenntnis (57,4 Punkte) werden ebenso von Jugendlichen als wichtige Lebensbereiche eingestuft.

8.5 Verfolgung des Fußballgeschehens

Im Zusammenhang mit der Verfolgung des Sportgeschehens wurde unter anderem die Frage gestellt, ob Jugendliche sich neben dem zahlreichen Medienangebot, sich auch live Spiele im Stadion ansehen. Zudem wurde nach der Art der Mediennutzung gefragt, also in welcher Form Jugendliche sich über Sportereignisse informieren. Die Befragten

konnten aus folgender Rangordnung wählen: 1 = „sehr häufig“, 2 = „häufig“, 3 = „manchmal“, 4 = „selten“ und 5 = „nie“.

Die nachfolgende Grafik bildet die Häufigkeit eines Stadionbesuches ab. Dabei gaben lediglich 6,8% (3 Personen) der männlichen Jugendlichen an, dass sie „sehr häufig“ Fußballspiele im Stadion besuchen, Gegensatz zu 25,5% (13 Personen) der weiblichen Jugendlichen. Ein Großteil der männlichen Jugendlichen gehen eher „Häufig“ bis „manchmal“ (86,3%; 38 Personen) sowie auch mehr als die Hälfte der weiblichen Jugendlichen (52,9%; 27 Personen). 5,9% (3 Personen) der weiblichen Jugendlichen gehen „Nie“ ins Stadion.

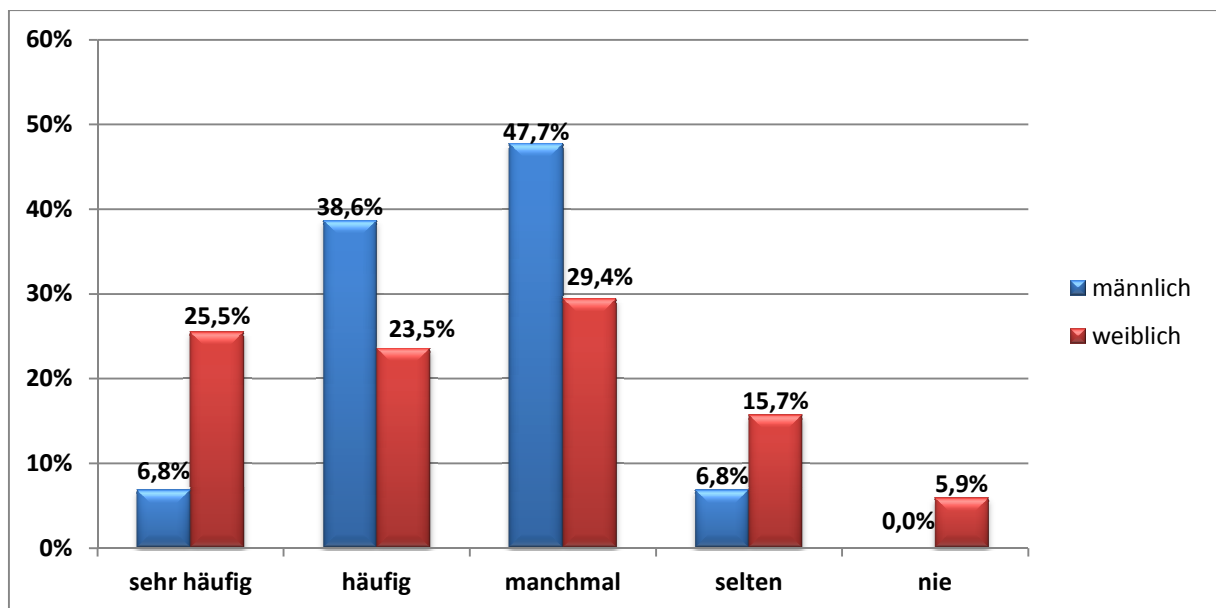


Abbildung 13: Verfolgung des Sportgeschehens im Stadion (n = 95)

8.6 Medien

Zudem wurde nach der Art der Mediennutzung gefragt, also in welcher Form Jugendliche sich über Sport/Fußballereignisse informieren. Die Jugendliche konnte dabei aus 1 = „sehr häufig“, 2 = „häufig“, 3 = „manchmal“, 4 = „selten“ und 5 = „nie“ wählen.

8.6.1 TV

Sport- bzw. Fußballthemen werden sowohl von männlichen als auch von weiblichen Jugendlichen oft im Fernsehen verfolgt. Von den angebotenen Massenmedien zur Informationsbeschaffung über Sport- und Fußballveranstaltungen wird am häufigsten die digitale Fernsehwelt von Jugendlichen genutzt. Fast alle männlichen Jugendlichen (93,2%; 41 Personen) sehen sich „sehr häufig“ bzw. „häufig“ Sportveranstaltungen im

Fernsehen an. Auch mehr als die Hälfte (72,5%; 37 Personen) der weiblichen Jugendlichen nutzen „sehr häufig“ bis „häufig“ das Fernsehen, um in Sachen Sport und Fußball am Laufenden zu bleiben. 6,8% (3 Personen) der männlichen und 19,6% (10 Personen) der weiblichen Jugendlichen schauen sich nur „manchmal“ Sport im Fernsehen an. Ansonsten haben lediglich nur von 7,9% (4 Personen) der weiblichen Jugendlichen angegeben, Sport „selten“ bis „nie“ im Fernsehen zu sehen.

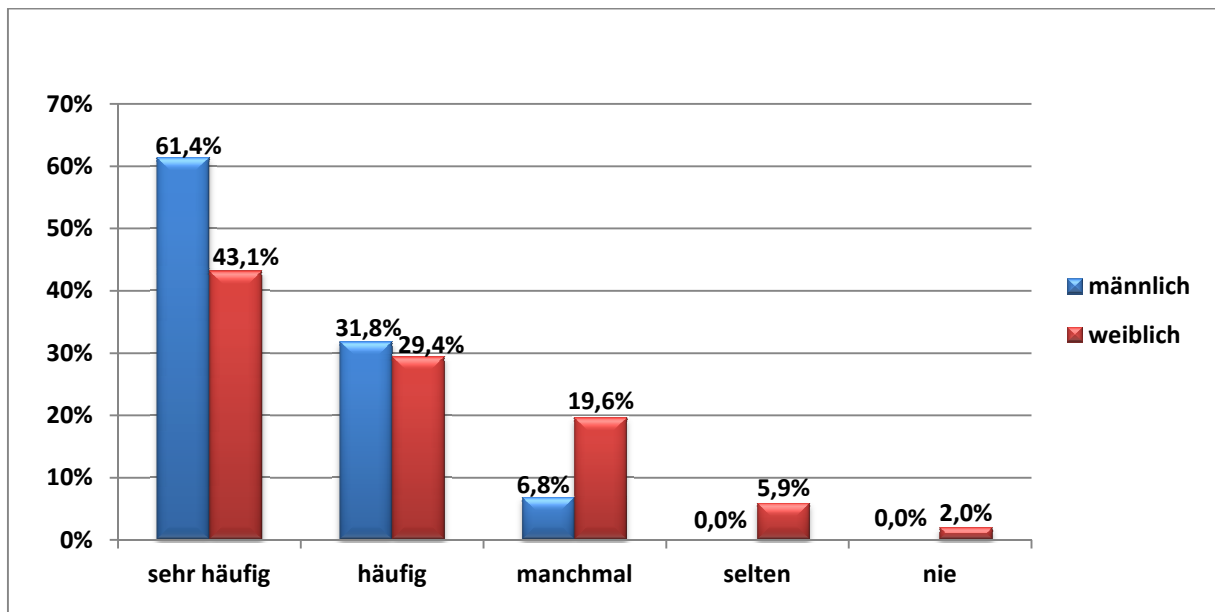


Abbildung 14: Verfolgung des Sportgeschehens via TV (n = 95)

8.6.2 Internet

Eine weitere digitale Medienquelle, die in Anbetracht der Häufigkeitsverteilung „sehr häufig“ für Sportinformationen von Jugendlichen herangezogen wird, sind die Online-Medien im Internet. Auch hier informieren sich männliche Jugendliche „sehr häufig“ bis „häufig“ (79,5%; 35 Personen) via Internet über den Sport. Das Internet wird auch/ebenso von 62,8% (32 Personen) der weiblichen Jugendlichen „sehr häufig“ bis „häufig“ für das Miterleben von Sport-Fußballveranstaltungen genutzt. 18,2% (8 Personen) der männlichen und 35,3% (18 Personen) der weiblichen Befragten sind der Meinung, dass sie nur „manchmal“ bzw. „selten“ das Internet für ihr Sportinteresse nutzen. Ein minimaler Teil der männlichen (2,3%; 1 Personen) sowie der weiblichen Probanden (2%; 1 Person) gab an, „nie“ das Internet für die „Nachverfolgung“ von Sportveranstaltungen heranzuziehen.

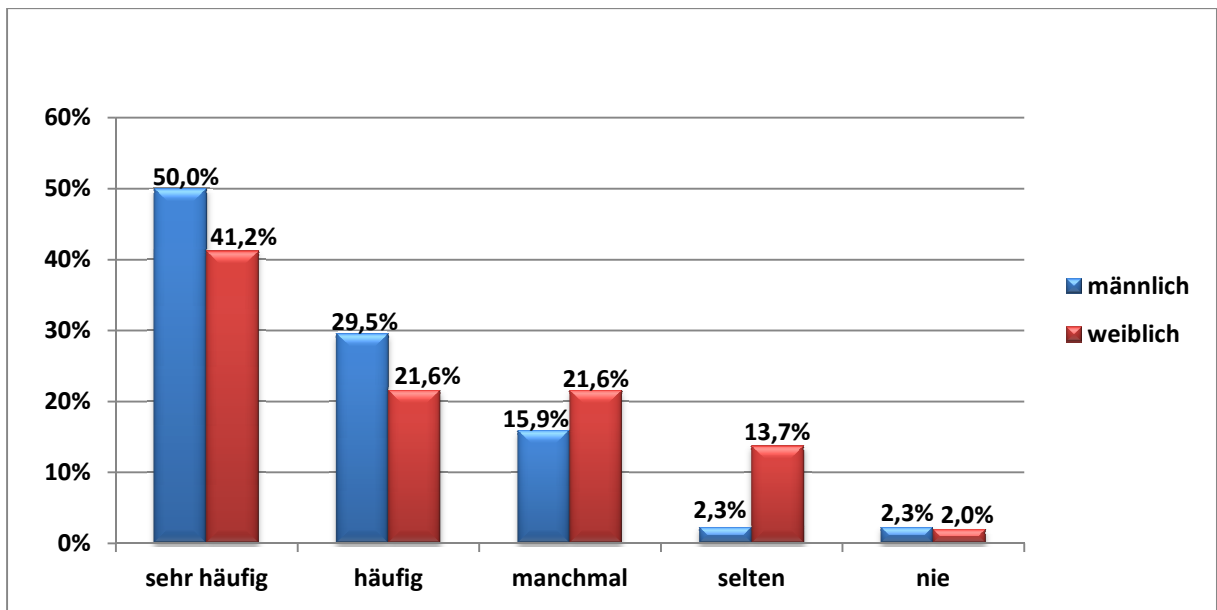


Abbildung 15: Verfolgung des Sportgeschehens via Internet (n = 95)

8.6.3 Sportteil der Tageszeitung

Der Sportteil der Tageszeitungen belegt den dritten Rang in der Häufigkeit der Mediennutzung betreffend der Informationsbeschaffung von Sportereignissen. Hier gaben 65% (29 Personen) der männlichen Jugendlichen und 60,8% (31 Personen) der weiblichen Jugendlichen an, sich „sehr häufig“ oder „häufig“ sich über Sport/Fußballereignisse zu informieren. Eine fast ausgeglichene Geschlechterverteilung ist bei der Antwort „manchmal“ zu beobachten. 27,3% (12 Personen) der männlichen und 23,5% (12 Personen) der weiblichen Jugendlichen informieren sich „manchmal“ über den Sportteil der Tageszeitungen über Sport. 4,5% (2 Personen) der männlichen Jugendlichen nutzen den Sportteil der Tageszeitung „selten“ in Zusammenhang mit ihr Sport/Fußballinteresse im Gegensatz zu 13,7% (7 Personen) der weiblichen Jugendlichen. 2,3% (1 Person) der männlichen und 2% (1 Person) der weiblichen Jugendlichen informieren sich „nie“ mittels Sportteil in der Tageszeitung.

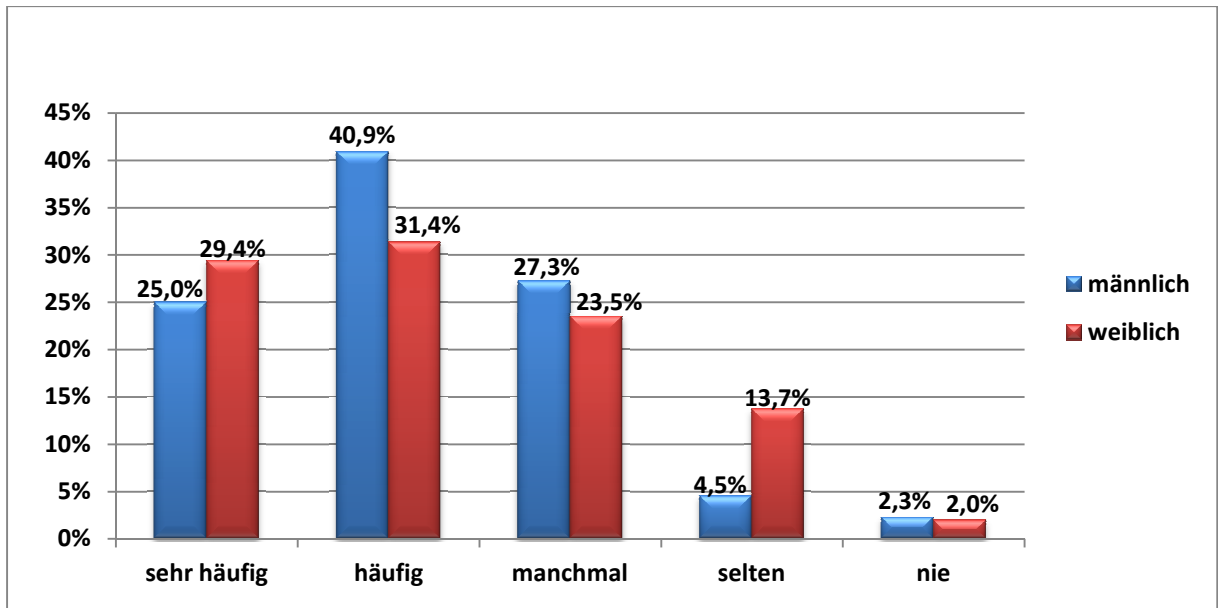


Abbildung 16: Verfolgung des Sportgeschehens via Sportteil der Tageszeitung (n = 95)

8.6.4 Spezielle Sportzeitungen

Sportmagazine werden von 38,6% (17 Personen) der männlichen und 23,5% (12 Personen) Befragten „manchmal“ als Sport/fußballquellen genutzt.

Eine Ausgeglichenheit zwischen den Geschlechtern herrscht unter den Antworten „sehr häufig“ mit 15,9% (7 Personen) der männlichen und 15,7% (8 Personen) der weiblichen Jugendlichen sowie den Antworten „häufig“ mit 15,9% (7 Personen) der männlichen Jugendlichen und 13,7% (8 Personen) der weiblichen Jugendlichen. Insgesamt haben 19,6% (13 Personen) der männlichen Jugendlichen angegeben, Sportmagazine „selten“ bis „nie“ für Informationen des Sport/Fußballgeschehens zu nutzen. Bei den weiblichen Jugendlichen ist die Anzahl der Antworten „selten“ und „nie“ betreffend Sportinformationen mittels Sportmagazinen mit 47% (24 Personen) deutlich höher.

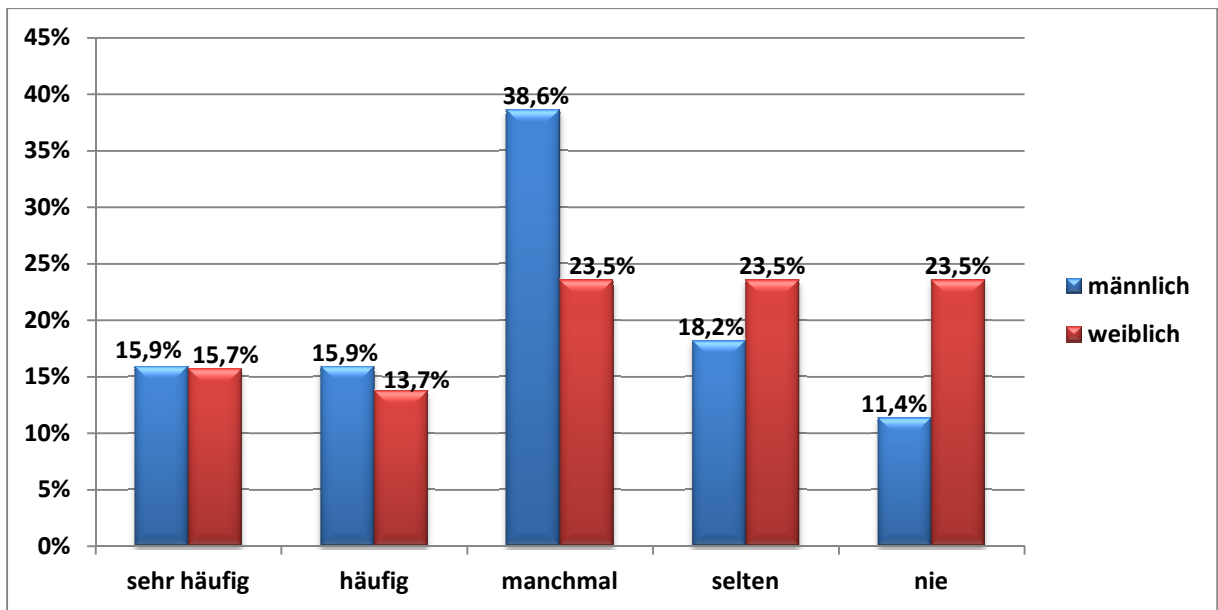


Abbildung 17: Verfolgung des Sportgeschehens via Sportmagazine (n = 95)

8.6.5 Radio

In Anbetracht der Mediennutzung als Informationsquelle für Sport/Fußballveranstaltungen spielt das Medium Radio eher eine untergeordnete Rolle sowohl für männliche als auch für weibliche Jugendliche. Nur ein Bruchteil der männlichen Jugendlichen, nämlich 9,1% (4 Personen) nutzen das Radio um sich über Sport/Fußball zu informieren. Weibliche Jugendliche nutzen das Medium mit 9,8% (5 Personen) „sehr häufig“ und 15,7% (8 Personen) „häufig“. Bei den Antworten „manchmal“ und „selten“ ist Verteilung der Geschlechter ziemlich gleichbleibend. 56,8% (25 Personen) der männlichen und 56,9% (29 Personen) der weiblichen Jugendlichen hören sich im Radio nur „manchmal“ bis „selten“ Sport/Fußballinformationen an. Der Großteil (34,1%; 15 Personen) der männlichen Jugendlichen verzichten ganz auf diese Informationsquelle. Auch 17,6% (9 Personen) der weiblichen Jugendlichen hören „nie“ Sportnews im Radio.

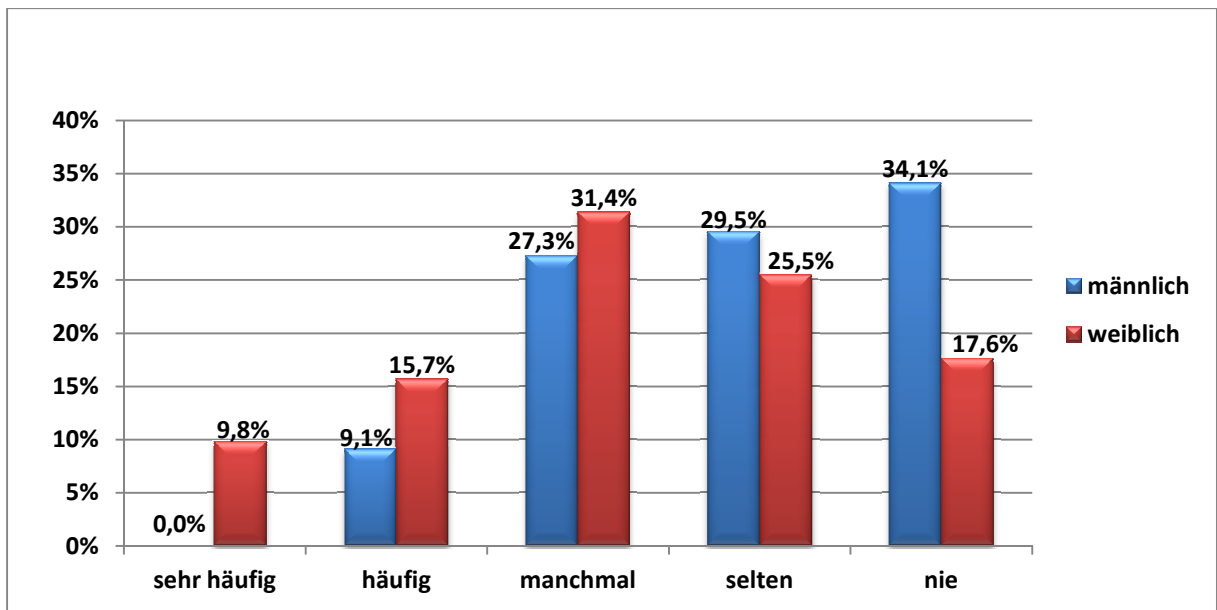


Abbildung 18: Verfolgung des Sportgeschehens via Radio (n = 95)

8.7 Vorbilder Jugendlicher

In diesem Punkt wird nach den Vorbildern Jugendlicher geforscht. Hierzu findet eine Gliederung in Nah- und Fernvorbilder statt. Die nachfolgenden Antwortmöglichkeiten standen den Jugendlichen zur Bestimmung ihrer Nahvorbilder zur Auswahl: „Vater“, „Mutter“, „jemanden aus der Verwandtschaft“, „Lehrer/in“, „Trainer/in“, „Freund/in“, „jemanden aus dem engeren Bekanntenkreis“ sowie „niemand von denen“. Auch bei dieser Fragestellung konnten Mehrfachantworten genannt werden.

8.7.1 Nahvorbilder

Sowohl männliche als auch weibliche Jugendliche haben am häufigsten ihre Eltern als Vorbilder genannt. Hier wird deutlich, dass sich die Vorbildwahl der Befragten eher an den Geschlechtern orientiert. 45,5% (20 Personen) der männlichen Jugendlichen sehen ihren „Vater“ und 43,1% (22 Personen) der weiblichen Jugendlichen ihre „Mutter“ als Vorbilder an. Ansonsten variiert die Vorbildwahl unter den Geschlechtern und es wurden teils sehr unterschiedliche Antworten genannt wie die nachfolgende Abbildung 17 zum Ausdruck bringt.

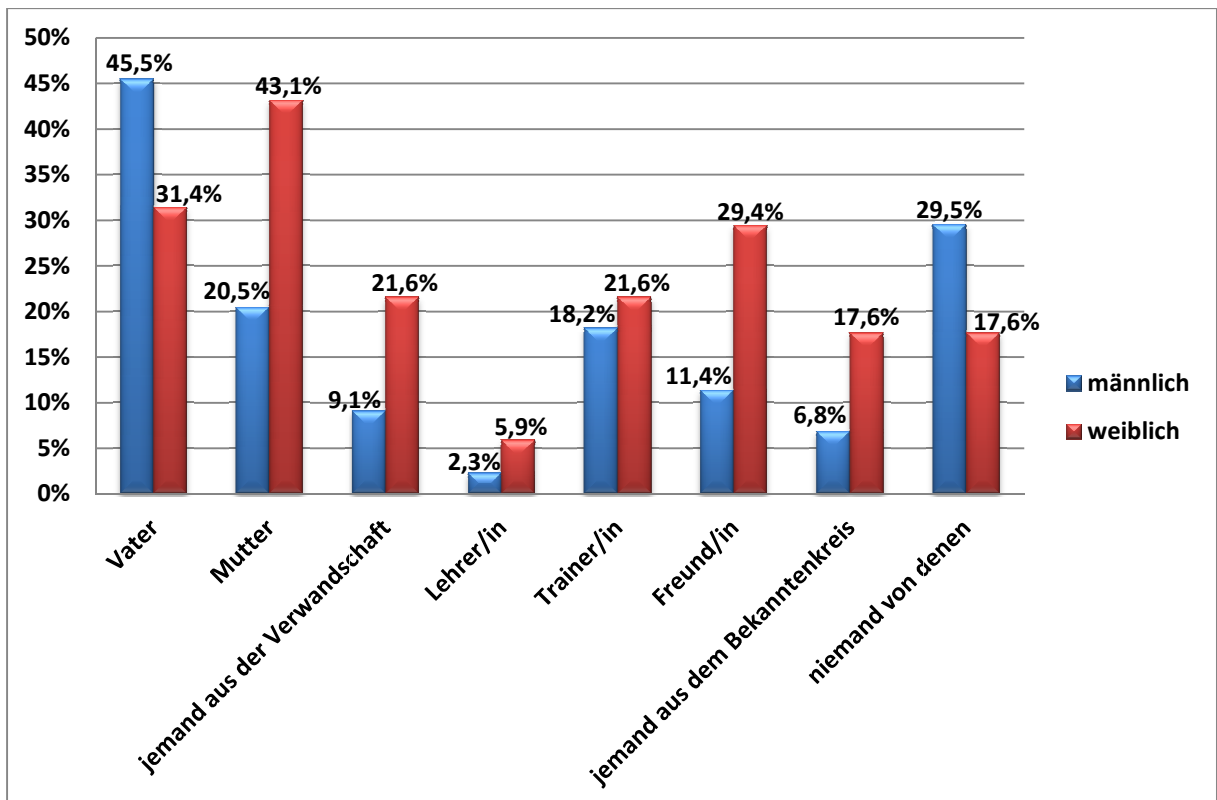


Abbildung 19: Nahvorbilder (n = 95)

8.7.2 Fernvorbilder

Bei der Frage nach den Fernvorbildern wurde von beiden Geschlechtern eindeutig der/die Fußballspieler/in gewählt. 88,6% (39 Personen) der männlichen und 78,4% (40 Personen) der weiblichen Jugendlichen gaben an, eine/n Fußballspieler/in als Vorbild zu haben. Zudem nannten 13,6% (6 Personen) der männlichen und 23,5% (12 Personen) der weiblichen Jugendlichen an sonstigen Sportler/innen als Vorbilder.

Ausschließlich 21,6% (11 Personen) der weiblichen Jugendlichen nannten desweiteren Persönlichkeiten aus dem Showbusiness wie Musikerinnen und Schauspielerinnen als für sie in Betracht kommende Vorbilder.

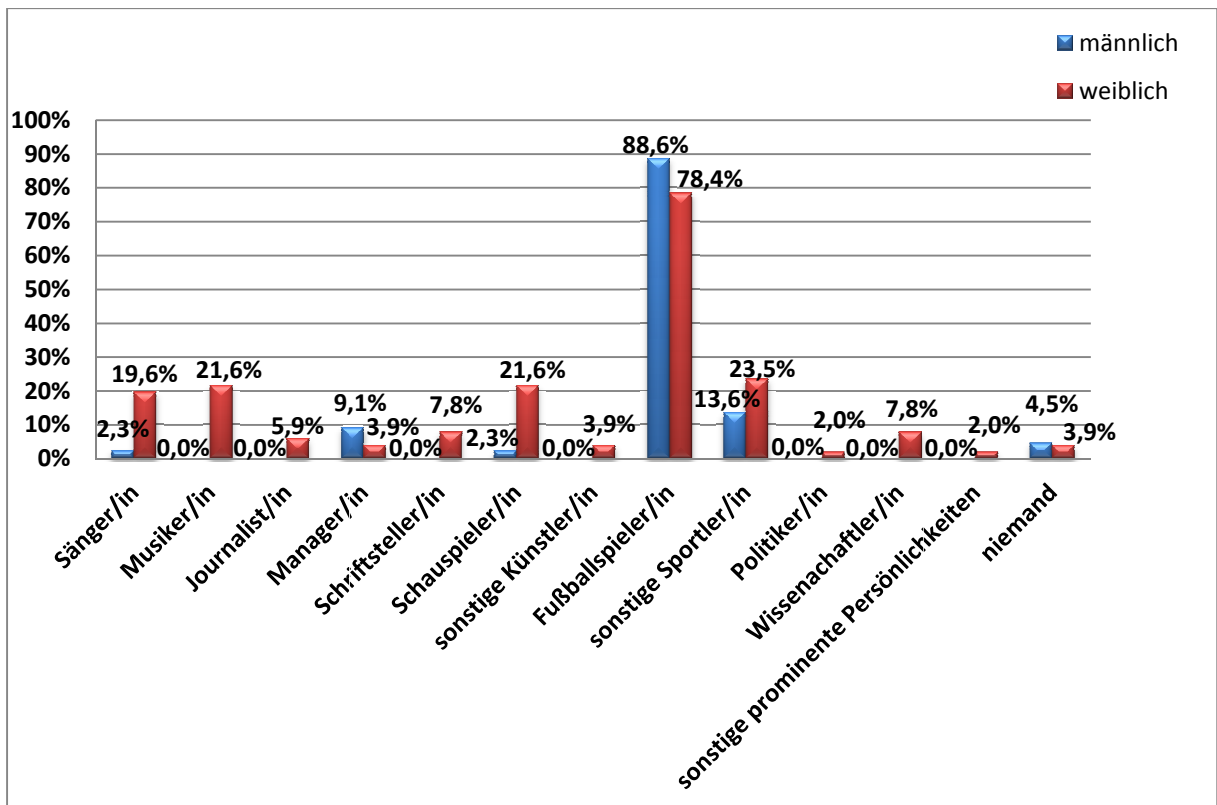


Abbildung 20: Fernvorbilder (n = 95)

8.7.3 Vorbilder im Fußballsport

Bezogen auf den Fußballsport wählten alle (100%; 44 Personen) der männlichen aber auch ein Großteil (80%; 41 Personen) der weiblichen Jugendlichen einen männlichen Fußballspieler aus. Immerhin wählten 20% (10 Personen) der weiblichen Jugendlichen eine weibliche Fußballspielerin als Sportidol.

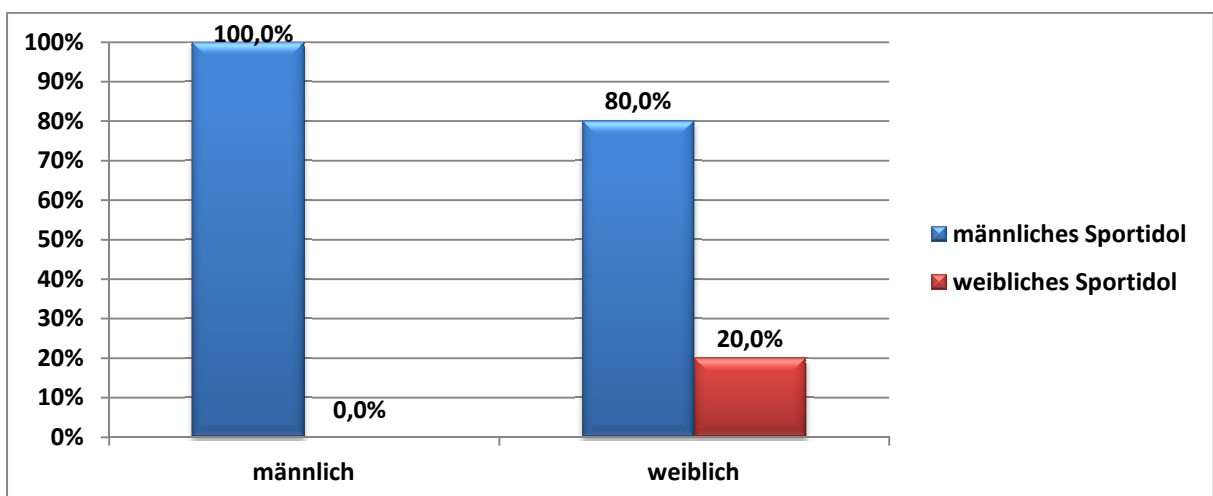


Abbildung 21: Männliches vs. weibliches Sportidol (n = 95)

8.7.4 Motive für die Wahl eines Fußball Vorbildes

Bei dieser offenen Frage wurden sehr individuelle Antworten von den Jugendlichen genannt. Der Großteil der befragten Jugendlichen interpretiert ihre Fußball Vorbilder als die „Besten“ in der Sportart Fußball. Hier werden neben Aussagen über ihre einzigartigen fußballerischen Leistungen und Eigenschaften, unter anderem auch gesellschaftliche Werte wie Disziplin, Fairness, Ehrgeiz, Geduld und Teamgeist als Grund für die Vorbildwahl genannt. Einige Antworten werden nun hier angeführt:

Christiano Ronaldo: „Weil er immer alles gibt.“ „Weil er der beste Spieler der Welt ist.“ „Weil ich ihm am liebsten zuschaue und ich mag wie er sich in der Öffentlichkeit präsentiert.“

Lionel Messi: „Weil er der beste Spieler der Welt ist.“ „Weil er eine außergewöhnliche Technik und Schnelligkeit hat.“ „Weil er Talent mit starker Arbeit kombiniert.“ „Weil er ein Teamspieler ist.“

David Alaba: „Weil er es von ganz unten in die höchste Spielklasse geschafft hat.“ „Weil er spitze ist.“ „Weil er nie aufgibt und technisch stark ist.“

8.7.5 Die Top-3-Nennungen von Fußball Vorbildern

Die am meisten von den Jugendlichen genannten Fußball Vorbilder bei den Befragten sind an erster Stelle der dreifache Weltfußballer des Jahres sowie Modeikone Christiano Ronaldo mit insgesamt 15 Nennungen, der vierfach in Serie gekürte Weltfußballer des Jahres Lionel Messi mit 13 Nennungen und – der derzeit mit einem Marktwert von 45 Millionen und damit teuerster Verteidiger der Welt – David Alaba mit insgesamt 12 Nennungen.

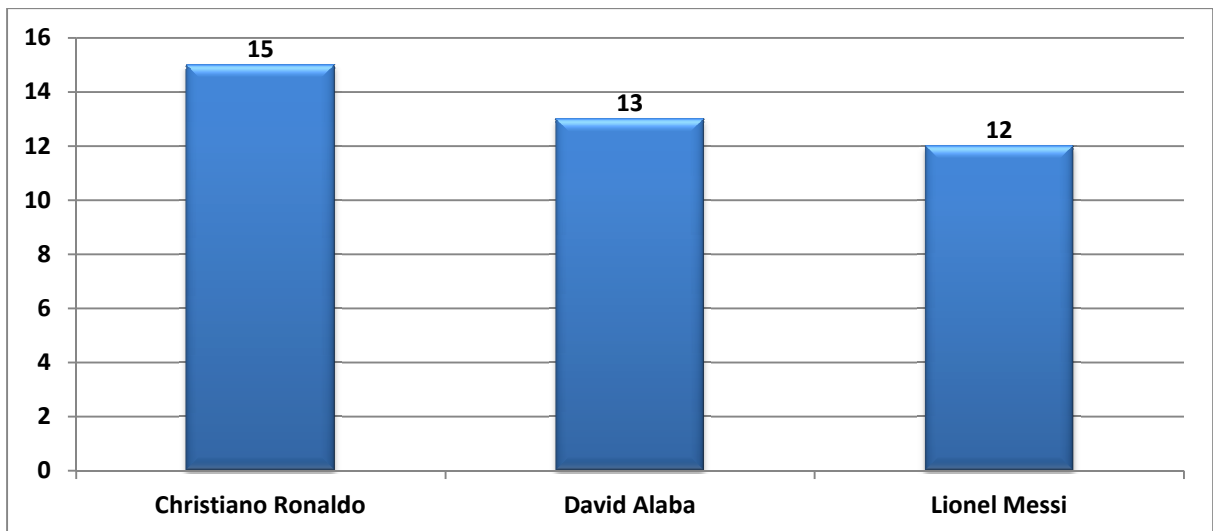


Abbildung 22: Meistgenannte Fußballer/innen (n = 95)

8.7.6 Wunsch wie das Fußballidol zu werden

Fast alle (95,5%; 42 Personen) der männlich befragten Jugendlichen haben den Wunsch wie ihr Fußballvorbild zu werden. Auch bei den weiblichen Jugendlichen können sich immerhin zwei Drittel (68,6%; 35 Personen) vorstellen wie ihr genanntes Fußballidol zu werden, hingegen 31,4% (16 Personen) äußerten nicht den Wunsch danach.

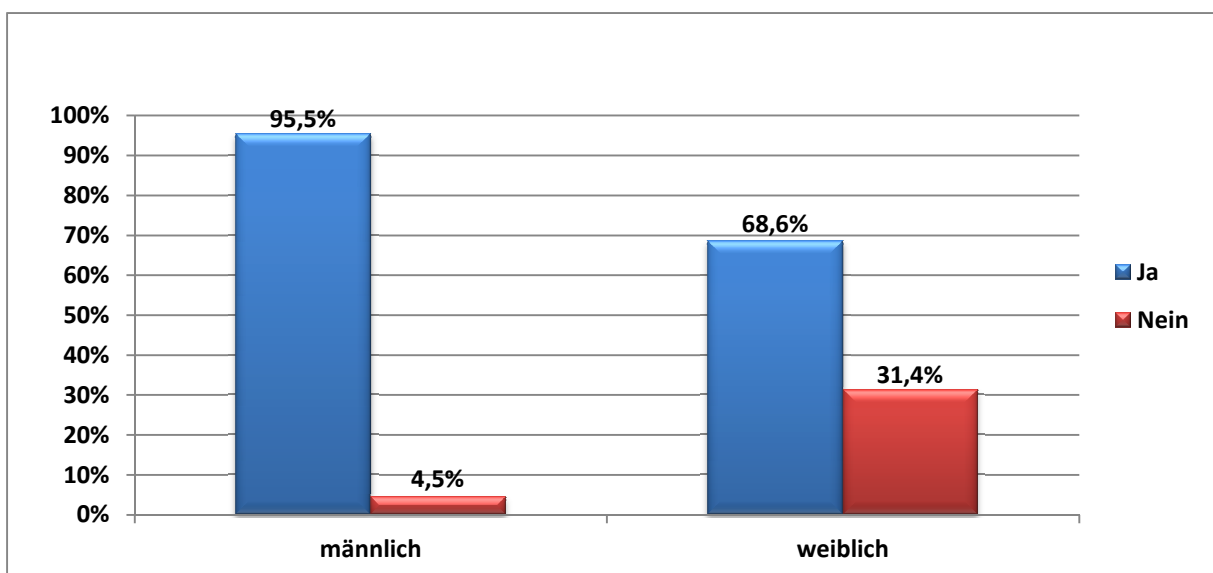


Abbildung 23: Wunsch wie Fußballidol zu werden (n = 95)

8.8 Hypothesenüberprüfung

An dieser Stelle werden die oben aufgestellten Hypothesen nochmals strukturiert veranschaulicht und auf ihre Validität getestet. Dadurch soll überprüft werden, ob es signifikante Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen jugendlichen Fußballspieler/innen in Bezug auf diverse Merkmale gibt und die aufgestellten Nullhypothesen gegebenenfalls beibehalten oder verworfen werden können. Hierfür wurden die in Punkt 7.2.2 bereits erklärten statistischen Verfahren angewendet.

Nullhypothese 1: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen betreffend Eigenschaften des Selbstbildes.

Für die Testung der Nullhypothese 1 wurde der Mann-Whitney-U-Test verwendet. Die Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Das Ergebnis ist bei der Eigenschaft „ordnungsliebend“ signifikant ($p = 0,004$). Die Nullhypothese wird verworfen, die Alternativhypothese wird angenommen. Männliche Jugendliche sind *ordnungsliebender* als weibliche Jugendliche (mittlerer Rang Männer = 56,55; mittlerer Rang Frauen = 40,63). Für alle anderen Eigenschaften sind die Ergebnisse nicht signifikant, die Nullhypothese wird beibehalten („mutig“: $p = 0,132$; „freundlich“: $p = 0,569$; „tüchtig“: $p = 0,428$; „höflich“: $p = 0,238$; „gesund“: $p = 0,801$; „geschickt im Umgang mit Menschen“: $p = 0,676$; „glücklich“: $p = 0,391$; „charakterfest“: $p = 0,500$; „intelligent“: $p = 0,902$; „reich“: $p = 0,216$; „ehrlich“: $p = 0,196$; „beliebt“: $p = 0,598$; „gutaussehend“: $p = 0,329$; „selbstbewusst“: $p = 0,743$; „kräftig“: $p = 0,684$; „ehrgeizig“: $p = 0,121$; „draufgängerisch“: $p = 0,353$; „robust“: $p = 0,762$; „wertvoll“: $p = 0,275$; „streng“: $p = 0,994$; „frei von Hemmungen“: $p = 0,600$; „gerecht“: $p = 0,362$; „erfolgreich“: $p = 0,745$; „nützlich“: $p = 0,756$).

Es zeigt sich ein durchaus gleiches Selbstbild zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen und somit auch kein Unterschied. Einzig die Eigenschaft „ordnungsliebend“ ist bei den männlichen Jugendlichen ausgeprägter.

Nullhypothese 2: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihres Wunsches, selbst einmal Hoch- bzw. Spitzensportler/in zu werden.

Die Nullhypothese 2 wurde mit Hilfe des Chi-Quadrat-Tests gerechnet, die Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Das Ergebnis des Signifikanzwertes liegt bei $p = 0,000$. Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen hinsichtlich ihres Wunsches selbst einmal Hochleistungs- bzw. Spitzensportler/in zu werden. Die Nullhypothese wird verworfen, die Alternativhypothese

wird angenommen. 100 % (44 Personen) der männlichen Jugendlichen wollen Hochleistungs- bzw. Spitzensportler werden im Gegensatz zu 70% (36 Personen) der weiblichen Befragten, siehe Abbildung 10. Es kann vielleicht an der Sportart Fußball liegen. Es ist hinreichend bekannt, dass sich der Fußballsport in den letzten Jahrzehnten ganz außerordentlich verändert hat: die Dynamik und Schnelligkeit im Spiel hat zugenommen, die Zweikämpfe sind härter geworden, die athletischen Erfordernisse sind erheblich gestiegen. Ob dies nun Gründe dafür sind, dass nicht alle der weibliche Jugendliche sich ein Leben als Hochleistungs- bzw. Spitzensportlerin vorstellen können, ist nicht im Rahmen dieser Arbeit zu beantworten.

Nullhypothese 3: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihrer Meinung über sportliche Attribute die eine/n Spitzensportler/in ausmachen.

Für die Testung der Nullhypothese 3 wurde der Mann-Whitney-U-Test verwendet. Die Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen hinsichtlich ihrer Meinung sportlicher Attribute von Spitzensportler/innen. Das Ergebnis ist bei den Eigenschaften „Köpfchen“ und *Rücksichtslosigkeit* signifikant ($p = 0,032$; $p = 0,002$). Die Nullhypothese wird verworfen, die Alternativhypothese wird angenommen. Für Männer sind die Attribute „Köpfchen“ (mittlerer Rang Männer = 42,34; mittlerer Rang Frauen = 52,88) und *Rücksichtslosigkeit* (mittlerer Rang Männer = 38,83; mittlerer Rang Frauen = 55,91) wichtiger als für Frauen. Für alle anderen Attribute sind die Ergebnisse nicht signifikant, die Nullhypothese wird beibehalten (Talent: $p = 0,908$; freie Zeit: $p = 0,056$; Geld: $p = 0,957$; gute Beziehungen: $p = 0,065$; *Ausdauer*: $p = 0,958$; *Training*: $p = 0,123$; *Beharrlichkeit*: $p = 0,715$). Warum hier *Rücksichtslosigkeit* für männliche Jugendliche eine Bedeutung spielt, wird im Folgenden kurz analysiert. Fußball ist zwar eine Mannschaftssportart, doch es lässt sich beobachten, dass es auch im Nachwuchs immer wieder Personen gibt, die aus der Masse hervorstechen wollen und ihre eigene Person statt der Mannschaft in den Vordergrund rücken. Sie glauben, dass sie durch Einzelaktionen mehr auf sich aufmerksam machen können und dadurch eventuell mehr im Fußballsport erreichen können.

Nullhypothese 4: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen bei der Auswahl ihres Vorbildes.

Die Nullhypothese 4 wurde mit Hilfe des Chi-Quadrat-Tests gerechnet, die Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Es gibt keinen signifikanten Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen hinsichtlich ihrer Vorbildauswahl. Die Ergebnisse der Nahvorbilder wie Vorbild „Vater“ ($p = 0,323$) und Vorbild „Trainer/in“ ($p =$

0,681) sowie des Fernvorbildes prominente Persönlichkeit Fußballspieler/in ($p = 0,136$) sind nicht signifikant, daher wird die Nullhypothese beibehalten. Beim Vorbild „Mutter“ ($p = 0,019$) gibt es einen signifikanten Unterschied, die H_0 wird verworfen, H_1 (alternativ) wird angenommen. Weibliche Jugendliche haben eher das Vorbild „Mutter“ als männliche Jugendliche (siehe Abbildung 17: Nahvorbilder).

Nullhypothese 5: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen, die das Aussehen und den Lifestyle ihres Fußballvorbildes für sich übernehmen wollen.

Für die Testung der Nullhypothese 5 wurde der Mann-Whitney-U-Test verwendet. Die Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Diese Hypothese wird anhand von drei Aussagen getestet: *Beeinflusst Sie Ihr Fußballvorbild im Ihrem Aussehen bzw. Lifestyle?; Inwieweit beeinflusst Sie Ihr Fußballvorbild bei Ihrer Schuh- und Trainingsgewandauswahl?; Versuchen Sie am Spielfeld genauso zu spielen wie Ihr Fußballvorbild?* Das Ergebnis der Frage: *Inwieweit beeinflusst sie ihr Fußballvorbild bei ihrer Schuh- und Trainingsauswahl*, ist signifikant ($p = 0,041$). Die Nullhypothese wird verworfen, die Alternativhypothese wird angenommen. Männliche Jugendliche werden in ihrer Schuh- und Trainingsauswahl mehr von ihrem Fußballvorbild beeinflusst als weibliche Jugendliche (mittlerer Rang Männer = 45,47; mittlerer Rang Frauen = 60,50). Bei den Fragen, ob Jugendliche in ihrem Aussehen bzw. Lifestyle ($p = 0,188$) und in ihrer fußballerischen Spielweise ($p = 0,189$) von Fußballvorbildern beeinflusst werden, sind die Ergebnisse nicht signifikant, die Nullhypothese wird beibehalten.

Nullhypothese 6: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihres Kommunikationsthemas Fußball in ihrer Familie.

Für die Testung der Nullhypothese 6 wurde der Mann-Whitney-U-Test verwendet. Die Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Das Ergebnis des Signifikanzwertes liegt bei $p = 0,018$. Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen hinsichtlich der Häufigkeit zwischen dem Gesprächsthema Fußball in der Familie. Die Nullhypothese wird verworfen, die Alternativhypothese wird angenommen. Die männlichen Jugendlichen unterhalten sich öfter über Fußball in ihrer Familie als weibliche Jugendliche (mittlerer Rang Männer = 41,53; mittlerer Rang Frauen = 53,58).

Nullhypothese 7: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen in ihrer Auswahl der Medien betreffend Informationen über das Fußballgeschehen.

Für die Testung der Nullhypothese 7 wurde der Mann-Whitney-U-Test verwendet. Die Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen hinsichtlich ihrer Medienauswahl betreffend der Informationsgewinnung über das Fußballgeschehen. Die Ergebnisse sind bei der Medienauswahl Fernsehen und Internet ($p = 0,019$), Radio ($p = 0,012$) signifikant. Die Nullhypothese wird verworfen, die Alternativhypothese wird angenommen. Männliche Jugendliche informieren sich über das Medium Fernsehen und Internet (mittlerer Rang Männer = 41,50; mittlerer Rang Frauen = 53,61) öfter als weibliche Jugendliche. Im Gegensatz dafür, informieren sich weibliche Jugendliche öfter über das Medium Radio (mittlerer Rang Frauen = 41,36; mittlerer Rang Männer = 55,39) öfter als männliche Jugendliche. Für alle anderen Eigenschaften sind die Ergebnisse nicht signifikant, die Nullhypothese wird beibehalten (Sportteil der Tageszeitung: $p = 0,767$; spezielle Sportzeitungen: $p = 0,199$).

Nullhypothese 8: Es besteht kein Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich ihres Wunsches wie ihr Fußballvorbild zu werden.

Die Nullhypothese 8 wurde mit dem Chi-Quadrat-Test gerechnet, die Voraussetzungen sind erfüllt. Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen hinsichtlich ihres Wunsches wie ihr Fußballidol zu werden ($p = 0,001$). Die Nullhypothese wird verworfen, die Alternativhypothese wird angenommen. Männliche Jugendliche haben eher das Ziel wie ihr Fußballidol zu werden als weibliche Jugendliche.

8.9 Interpretation der empirischen Forschungsergebnisse

Identität im und durch Sport

In der Gesamtbetrachtung der einzelnen Ergebnisse entsteht der Eindruck, dass Sport – insbesondere der Fußballsport – für die jugendliche Identitätsbildung einen bedeutenden Stellenwert einnimmt. Die Befragten spielen allesamt eine Mannschaftssportart und sind Mitglied in einem Sportverein, doch auch abseits der Ausübung (Trainings und Matches) nimmt der Fußballsport eine bedeutende Rolle in ihrem Leben ein.

Nicht nur ist das Sportinteresse in der Sportart Fußball fast von allen an der Untersuchung teilnehmenden Jugendlichen sehr groß (vgl. hierzu Punkt 8.1.3), auch bei der Wichtigkeit der einzelnen Lebensbereiche Jugendlicher erfährt der Sport neben den Sozialisationsinstanzen Eltern und Freunde, eine außerordentliche Bedeutung im Leben junger Menschen. Das wird zudem von dem Ergebnis untermauert, dass Fußball von einem Großteil der befragten Nachwuchsspieler/innen oftmals als Kommunikationsthema sowohl in der Familie als auch mit Freunden gewählt wird. Weiters wurde deutlich, dass die Beziehungen nicht nur zu den Eltern sondern auch zu den Peers für Jugendliche von großer Bedeutung sind. Dies stimmt auch zu großen Teilen mit der in der Literatur ausgearbeiteten Lehrmeinung überein, in welcher vor allem Eltern und Freunde auf Jugendliche einen großen Einfluss ausüben können.

Vorbilder im Leben Jugendlicher

Sporttreibende Jugendliche wählen neben den im Sport vertretenen Protagonisten/innen, den Fußballstars, auch zu einem Großteil ihre Eltern als Vorbilder. Hier ist eindeutig eine geschlechterspezifische Wahl bei den Nahvorbildern ersichtlich. Männliche Jugendliche wählen eher ihren Vater als Vorbild, so wie weibliche Jugendliche vermehrt ihre Mutter als Vorbild angegeben haben. Daraus ableitend kann angenommen werden, dass bei den befragten Jugendlichen eine gewisse Harmonie sowie Zuneigung in der Familie herrscht und dadurch eine starke Identifikation mit den Eltern stattfindet. „Wir folgen strebend und wollend der Person, die wir lieben – nicht aber umgekehrt.“ (Müller, 1949, S. 15 zit. n. Lutz, 1991, S. 65)

Wie soeben erwähnt, werden unter den Fernvorbildern überwiegend Fußballspieler/innen als Idole gewählt und zwar sowohl von den männlichen als auch von den weiblichen Jugendlichen.

Bei den männlichen Jugendlichen wird dies vor allem durch das Ergebnis (95% unter den Befragten) der Frage, ob sie danach streben wie ihr Fußballidol zu werden, untermauert. Aber auch ein großer Teil der weiblichen Befragten (knapp 70%) eifert ihrem Idol nach und möchte eines Tages so werden. Die sehr häufige Mediennutzung, um das Sportgeschehen zu verfolgen, unter den Jugendlichen lässt vermuten, dass sie sich so viel wie möglich über ihre Idole informieren wollen.

Sport und Gesellschaftliche Werte – Charakteristika von Spitzensportlern

Aufgrund der Tatsache, dass sich Jugendliche vermehrt mit Spitzensportler/innen aus dem Fußballsport identifizieren und diese als wichtige *Figuren* im Leben Jugendlicher erscheinen, kann die Aussage getroffen werden, dass gerade Fußballidole jungen Menschen wichtige gesellschaftliche Werte wie Disziplin, Fairness, Ehrgeiz, Geduld und Teamgeist (Abbildung 12: Was wollen Spitzensportler/innen erreichen) vermitteln können. Wie in der Literatur beschrieben, stammt ein Großteil, um nicht zu sagen alle, der von den Jugendlichen genannten Fußballvorbilder meist aus eher einfachen Verhältnissen. Nach Auffassung Jugendlicher haben sie es deshalb im Fußballsport so weit gebracht, weil sie sich nicht nur auf ihr Talent verlassen haben, sondern auch wie Jugendliche hier der Meinung sind, aufgrund von Training, Ausdauer und „Köpfchen“.

Doch werden auch Eigenschaften wie Rücksichtslosigkeit vor allem von den männlichen Jugendlichen genannt. Eventuell kann das damit zusammenhängen, dass von den männlichen Befragten einige glauben, nur ihre eigene Leistung und nicht jene der Mannschaft würde zählen. Jedoch ist Fußball eine Mannschafts- und keine Individualsportart.

Beweggründe für die Auswahl von Sportvorbildern im Fußballsport

Das Echo der offenen Fragen zeigt eine Vielseitigkeit hinsichtlich der unterschiedlichen Fußballidole sowie in der Begründung der Auswahlkriterien. Hier stehen neben wichtigen gesellschaftlichen Werten, auch sportliche und fußballspezifische Eigenschaften – Kampfgeist, Athletik, Schnelligkeit, Zweikampfverhalten sowie Technik – im Vordergrund der Betrachtungsweise. Zudem wurden die gewählten Fußballidole als die besten Spieler der Welt bezeichnet. Die Nennungen gleichen einer Glorifizierung, welche durch Superlative und den Begriff der Coolness zum Ausdruck gelangen. Ihnen wird nahezu ein Heldenstatus von den Jugendlichen verliehen (Abbildung 22: Meistgenannte

Fußballer/innen). Weiters werden die genannten Fußballidole aufgrund der gleichen Spielerposition als auch der ähnlichen Spielweise ausgewählt.

Diese richtungsweisenden Vorbildeigenschaften und die starke Bewunderung ihrer Vorbilder lassen die Vermutung entstehen, dass die Jugendlichen dadurch vielleicht in schwierigen Lebenssituationen, unter anderem auch im Fußballsport, einen gewissen Rückhalt sowie „ein gewisses Sichzurechtfinden“ in der Gesellschaft erfahren können.

Medien und die Helden im Fußballsport

Sehr auffällig ist, dass vor allem die digitalen Medien im jugendlichen Alltag fest verankert sind. Jugendliche tendieren eher dazu, das Fußballerlebnis im Fernsehen oder Internet zu verfolgen. Der Stadionbesuch wird laut den hier vorliegenden Ergebnissen vermehrt von Jugendlichen nur manchmal gewählt. Hier ist zu hinterfragen warum es so ist, gaben doch fast alle Befragten an, eine/n Fußballspieler/in als Sportidol zu haben. Eventuell hängt der Grund einerseits damit zusammen, dass ein Stadionbesuch immer mit finanziellen Mitteln verbunden ist. Möglicherweise aber auch damit, dass durch die digitalen Medienwelten wie Fernsehen und Internet, das „virtuelle Mitfühlen“ mit Ronaldo, Messi, Alaba und Co. (vgl. Punkt 8.6.4 Top-3-Nennungen) häufiger von Jugendlichen bevorzugt wird, als ein Bundesliga Meisterschaftsspiel im Stadion.

Unterschiede zwischen den Geschlechtern

Es fällt auf, dass sich männliche und weibliche Jugendliche nahezu gleich mit der Sportart Fußball identifizieren können. Auch ihre Vorbildwahl im Fußballsport unterscheidet sich kaum. Aus den Ergebnissen des Fragebogens kommt hervor, dass jedoch der Wunsch wie das Fußballvorbild zu werden, mehr von den männlichen als von den weiblichen Jugendlichen geteilt wird. Auch wie bereits im obigen Absatz *Vorbilder im Leben Jugendlicher* erwähnt, ist eine deutliche geschlechtsspezifische Auswahl zu erkennen. Bei den Burschen hat der Vater möglicherweise bereits eine bedeutende Rolle eingenommen und wie in der Theorie unter 3.2.1 Vorpubertät beschrieben, ist die Distanz zur Mutter bereits größer.

9 Zusammenfassung

Auffallend ist, dass sich die angeführten Definitionen Vorbild, Leitbild, Ideal und Idol nicht nur in der Alltagssprache sondern auch in der ausgearbeiteten Literatur wenig bis kaum voneinander unterscheiden. Ein Leitbild kann als eine Konstellation von Werten unabhängig von Personen interpretiert werden. Ähnlich wird der Begriff Ideal erklärt, welcher auch als Maßstab von Zielen dienen kann. Die Begriffe Vorbild und Idol orientieren sich hingegen an Personen, die in ihrem Wesen, ihren Verhaltensweisen, Werte und Lebenshaltungen, Eigenschaften und Eigenheiten repräsentieren, die andere Menschen dahingehend beeindruckend und imponieren, dass es zu einer Identifizierung mit diesen kommt. Zur Differenzierung muss jedoch ein Idol nicht vollkommen sein und kann alternativ für die Gesellschaft negativ befundene Eigenschaften besitzen.

Das Kapitel 3 widmet sich der Begriffsdefinition der Jugendphase. Um die Wichtigkeit dieser Lebensphase hervorzuheben, werden psychologische und soziologische Betrachtungsweisen herangezogen.

Mit dem Eintritt der Pubertät findet der Übergang zwischen dem Kindesalter und dem Jugendalter statt. Die Entwicklungsphasen angefangen von der Vorpubertät über die Pubertät und der Adoleszenz bis hin zur Postadoleszenz sind von anatomischen, hormonellen und psychologischen Veränderungen geprägt. Diese haben Auswirkungen insbesondere auf seelischer und sozialer Ebene Jugendlicher. In diesem Lebensabschnitt stehen junge Menschen vor zahlreichen Entwicklungsaufgaben, deren Bewältigung als anstrengend und schwierig empfunden werden können. Die Art Aufgaben und Anforderungen des Heranwachsens zu meistern, hängt von den gesellschaftlichen Bedingungen und dem dort vorherrschenden Wertesystem ab.

Um die „Anforderungen der körperlich und psychischen Innenwelt sowie der sozialen und physischen Außenwelt bewältigen zu können“, ist eine hohe persönliche und biographische Selbstorientierung erforderlich (Hurrelmann, 2007, S. 9ff). Jugendliche stehen vor der Herausforderung, sich von den primären Sozialisationsinstanzen wie den Eltern loszulösen und eine eigenständige Persönlichkeit zu entwickeln. Dieser Lebensabschnitt ist geprägt von einer deutlichen Dynamik der Persönlichkeitsentwicklung, nämlich die des Selbstbildes wie auch einer Ich-Empfindung.

Die Persönlichkeit kristallisiert und entfaltet sich im Laufe des Lebens durch einer ständigen Auseinandersetzung und Bewältigung verschiedenster Lebensaufgaben.

Sozialisation bedeutet aber auch zugleich den Aufbau des eigenen Selbst, der Ich-Identität.

Mit Hilfe von Idealen und Vorbildern können Jugendliche ein gewisses Selbstwertgefühl entwickeln und ihre Interessen, Erkenntnisse und Wertvorstellungen erweitern bzw. neu ordnen. Sie unterstützen Jugendliche, ihre Ziele zu definieren und nach deren Verwirklichung zu streben (Mitscherlich, 1978).

Vorbilder können schließlich für die kontinuierliche Entwicklung junger Menschen sorgen und unter anderem auch dafür, den Weg in die Sportwelt zu finden. Jedoch müssen diese bestimmte Bedingungen und Qualifikationen für Jugendliche darstellen, um als solche wahrgenommen und akzeptiert zu werden.

Vorbilder aus dem Sportbereich werden schließlich deshalb akzeptiert, weil sie zentrale Werte im Sportbereich personifizieren und damit das für den Sport relevante gesellschaftliche Leitbild durch einen vorbildhaften Charakter unterstützt (Schauerte & Schwier, 2007). Hier können Werte wie Leistung und Fairness hervorgehoben werden, welche in gesellschaftlichen Teilsystemen wie dem Sport und insbesondere im Fußballsport mitsamt seiner Identitäts- und Rollenmodelle von zentraler Bedeutung sind.

Vor allem junge Fußballspieler aber auch Fußballspielerinnen wissen sehr gut über ihre Idole bzw. ihre Vorbilder im Fußballsport Bescheid. Fiebern Jugendliche mit ihrem Vorbild mit, vergessen sie die Welt um sich herum und nehmen alternative und soziale Identitäten an (Weiß, 1999).

Jugendliche glorifizieren ihre Fußballstars und verleihen ihnen einen Heldenstatus. Um den Profi auf und abseits des Rasens in Szene zu setzen, spielen die Massenmedien, heute wie nie zuvor, eine außergewöhnlich wichtige Rolle. Fernsehen, Internet und Co. ermöglichen nicht nur die Wahrnehmung und Begeisterung der sportlichen und fußballerischen Fähigkeiten, sondern lenken zunehmend die Aufmerksamkeit des Publikums auch auf den Lifestyle der Sportler/innen.

Das Heranwachsen mit diesem Überangebot an rasch wechselnden Medienwelten ermöglicht es Jugendlichen sich meist mit mehreren Medien gleichzeitig zu beschäftigen. Die Wahl der Medien hängt dabei oft vom Einfluss der Peer-Group ab, da diese zumeist zusammen genutzt werden.

Medien werden somit zu Lieferanten von identifikationsfähigen Inhalten. Dabei werden diese von Jugendlichen nicht bloß kopiert sondern in die Gestaltung der eigenen Identität mit einbezogen. Abschließend kann gesagt werden, dass Medien auch als Ressourcen von Identität dienen können.

Gemeinsamkeiten und Übereinstimmungen zwischen den theoretischen Meinungen und der Auswertung der Antworten konnten festgestellt werden. Die theoretischen Ansätze der Identifizierung mit Vorbildern im Fußballsport wurden durch die quantitative Erhebung mehrmals bekräftigt. Mit großem Abstand, 89% der männlichen und 78% der weiblichen Befragten, haben den/die Fußballspieler/in als (Fern-)Vorbild gewählt, obwohl ihnen zahlreiche andere Antwortmöglichkeiten zur Verfügung standen.

Dies zeigt sich auch am geschlechtsspezifischen Anteil der ausgewählten Sportidole. 100% der männlichen und 80% der weiblichen Jugendlichen nannten ein männliches Vorbild aus dem Fußballsport. Übereinstimmung zu dieser Interpretation findet sich auch in der ausgearbeiteten Theorie wieder, in der Mädchen sich in Gruppen des männlichen Geschlechtes wohler fühlen.

Die Motive für die Auswahl eines Vorbildes sind sowohl bei den männlichen als auch bei den weiblichen Befragten nahezu ident. Einige der Hauptmotive sind unter anderem, die einzigartigen sportlichen Leistungen der Sportakteur/innen in der Sportart Fußball sowie deren außergewöhnliche Ausstrahlung.

Vorbilder sind vor allem für die befragten Fußballer/innen von großer Bedeutung, da sie für sie Werte wie Leistung, Disziplin, Fairness und Erfolg verkörpern. An ihnen können sich Jugendliche orientieren, in vielen Belangen nacheifern und wie bereits im theoretischen Teil erwähnt, aus den Identitäten ihrer Vorbilder ihre eigene Persönlichkeit entwickeln sowie formen. Das bekräftigt auch der Wunsch, von 95,5% der männlichen als auch 68,6% der weiblichen Umfrageteilnehmer/innen wie ihr gewähltes Fußballvorbild zu werden. 31,4% der weiblichen Jugendlichen haben jedoch andere Pläne und Vorstellungen im Leben und wollen nicht wie ihr Fußballvorbild sein.

Hervorzuheben ist, dass die Wirkung von Vorbildern im Fußballsport im Wandel der Zeit neben den fußballerischen Fähigkeiten immer mehr auf Lifestyle und Aussehen des ausgewählten Idols erweitert hat. Vor allem das Trainingsequipment, wie zum Beispiel die bunten Fußballschuhe der Stars, wird in erster Linie von den männlichen Jugendlichen nachgekauft und somit der „Look“ kopiert.

Betrachtet man den Faktor Zeit, so hat sich im Bereich der Medien die Bandbreite der Berichterstattung ebenso erweitert. Der Fokus liegt hier immer mehr auf dem täglichen Geschehen im Leben der Sportstars, zu welchen nicht nur die außergewöhnlichen sportlichen Leistungen zählen. Durch die permanente Präsentation in den Medien werden sie greifbarer und die Anknüpfungspunkte für Jugendliche größer. Fernsehen und Internet rangieren bei der sehr häufigen Nutzung betreffend die Informationseinholung über das Sportgeschehen auf Platz eins (Abbildung 14 und Abbildung 15).

Nicht zu vergessen ist, dass die heutigen Ikonen im Fußballsport eine persönliche Marke verkörpern welche natürlich nicht nur für Medien und Industrie eine große Einnahmequelle bedeuten. Diese Vermarktungswunder beeinflussen, ja dominieren geradezu, den Alltag junger Menschen.

Weiters ist zu sagen, dass die Sportler/innen – vor allem im Fußball – durch ihre weltweite Beliebtheit immer mehr zu einem Milliardengeschäft geworden sind und einen großen Bestandteil im Leben sportlich interessierter Jugendlicher darstellen. Die Vorbildwirkung des/r Fußballers/in wird über Medien transportiert – heute mehr denn je – da die Liveverfolgung abnimmt. Medien bauen Fußballer/innen als Marken auf. Überspitzt gesagt, bedeutet das, dass ohne Medien keine Fußballstars und somit keine Idole in dieser Sportart bzw. in diesem Lebensbereich.

10 Verzeichnisse

10.1 Literaturverzeichnis

- Abels, H. (2004). *Interaktion, Identität, Präsentation. Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie*. (3. Aufl.). Wiesbaden: VS.
- Abels, H. (1993). *Jugend vor der Moderne. Soziologische und psychologische Theorien des 20. Jahrhunderts*. Opladen: Leske+Budrich.
- Altenberger, H. (2002). *Medien im Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Andresen, S. (2005). *Einführung in die Jugendforschung*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft
- Baacke, D. (1991). *Die 13- bis 18jährigen. Einführung in die Probleme des Jugendalters*. (5. Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz.
- Beck, D. (2009). *Sport und Medien. Aktuelle Befunde mit Blick auf die Schweiz*. Zürich: Rüegger.
- Bohleber, W. (1996). *Adoleszenz und Identität*. Stuttgart: Verlag Internationale Psychoanalyse.
- Böse, H. (2005). *Sportliche Identität und Motivation im Frauenfußball*. Ein Vergleich der österreichischen Frauen-Bundesliga und der 1. und 2. Klasse Niederösterreich der Männer. Universität Wien.
- Brinkhoff, K.-P. & Fernchhoff, W. (1990). *Jugend und Sport. Eine offene Zweierbeziehung*. (1. Aufl.). Zürich: Ed. Interfrom.
- Die Zeit. (2007, 22. Februar). Vorbilder. Land ohne Helden. (9. Ausgabe). Zugriff am 3. Mai 2015 unter <http://www.zeit.de/2007/09/Vorbilder-Mitscherlich/seite-1>
- Dittler, U. (2008). *Aufwachsen in virtuellen Medienwelten. Chancen und Gefahren digitaler Medien aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive*. München: Kopaed.
- Duden. (2013). Zugriff am 3. Mai 2015 unter <http://www.duden.de/rechtschreibung/Vorbild>
- Ecarius, J., Eulenbach, M., Fuchs, T. & Walgenbach, K. (2011). *Jugend und Sozialisation*. (1. Aufl.). Wiesbaden: VS.
- Erikson, E.H. (1998). *Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel*. München: dtv.
- Fritz, K. (2003). *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten*. Opladen: Leske + Budrich.
- Glaser, A. (1998). *Vorbilder von Jugendlichen im Spiegelbild gesellschaftlicher Entwicklungen*. Wien: Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät.
- Grassinger, A. (2008). *Frauen und Idole in Elfriede Jelineks Sportstück vor dem Hintergrund aktueller sportwissenschaftlicher Diskurse aus Sportpädagogik und Genderforschung*. Universität Wien.
- Großegger, B. & Heinzlmaier, B. (2007). *Die neuen vor Bilder der Jugend. Stil- und Sinnwelten im neuen Jahrtausend*. Wien: G&G Buchvertriebsg.m.b.H.
- Grupe, O. (1998/2001) *Lexikon der Ethik im Sport*. (3. Aufl.). Schorndorf: Hofmann.
- Harring, M., Böhm-Kasper, O., Rohlf, C. & Palentien, C. (2010). *Freundschaften, Cliquen und Jugendkulturen. Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen*. (1. Aufl.). Wiesbaden: VS.

- Heinemann, K. (1998). *Einführung in die Soziologie des Sports*. (4. Aufl.). Schorndorf: Hofmann.
- Hoffmann, D. & Mikos, L. (2010). *Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion*. Wiesbaden: VS.
- Hurrelmann, K. (1998). *Einführung in die Sozialisationstheorie*. (6. Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz.
- Hurrelmann, K. (2005). *Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung*. (8. Aufl.). Weinheim: Juventa.
- Hurrelmann, K. (2007). *Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung*. (9. Aufl.). Weinheim und München: Juventa.
- Kämpfe, A. (2009). *Homo sportivus oeconomicus. Intrinsische und extrinsische Motivation im Verlauf von Spitzensportkarrieren*. (1. Aufl.). Köln: Strauß.
- Kasten, H. (1999). *Pubertät und Adoleszenz. Wie Kinder heute erwachsen werden*. München, Basel: Reinhardt.
- Kaulitz, B. (2004). *Homo sportivus, Held im Sport – sportiver Held. Entwicklung eines integrativen Menschenbildes*. Schorndorf: Hofmann.
- Kistner, T. & Weinreich, J. (1998). *Das Milliardenenspiel. Fußball, Geld und Medien*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.
- Knobbe, T. (2000). *Spektakel Spitzensport. Der Moloch aus Stars, Rekorden, Doping, Medienwahn, Sponsorenmacht*. Münster-Hamburg-London: Lit.
- Knoll, J.-K. (2003). *Der Leistungssportler als Medienstar*. Ein Produkt des modernen Mediensports. Wien: Human- und Sozialwissenschaftliche Fakultät.
- Kolb, S. (2009). *Sport und Medien*. Aktuelle Befunde mit Blick auf die Schweiz. Zürich/Chur: Rüegger.
- Kruse, C. (2007). Eine anthropologisch-pädagogische Spurensuche. In: T. Schauerte & J. Schwier, *Vorbilder im Sport. Perspektiven auf ein facettenreiches Phänomen*. (S. 9-26). Köln, Giesen: Strauß.
- Lutz, M. (1991). *Sport und Idole*. Universität Wien.
- Mährlein, J. (2004). *Der Sportler als Marke*. Entwicklung, Vorteile, Erfolgsfaktoren. Berlin: Dr. Müller.
- Martinek, V. (2008). *Sport als inszeniertes Unterhaltungsangebot*. Konstruktionsprozesse im Mediensport. Universität Wien.
- Meinberg, E. (2003). Homo Sportivus – Die Geburt eines neuen Menschen? In: M. Krüger (Hrsg.), *Menschenbilder im Sport*. (S. 95- 114). Schorndorf: Hofmann.
- Mitscherlich, M. (1978). *Das Ende der Vorbilder*. Vom Nutzen und Nachteil der Idealisierung. München: Piper.
- Niederbacher, A. & Zimmermann, P. (2011). *Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter*. (4. Aufl.). Wiesbaden: VS.
- Österreichischer Fußballbund. (2008). *Der Österreichische Weg-Challenge 2012*
- Pacher, I. (2009). *Sportler/innen als Vorbilder im Rahmen der Sozialisation*. Zur Bedeutung von Vorbildern im Verlauf der Identitätsentwicklung bei Jugendlichen. Universität Wien.
- Quanz, L. (1974). *Der Sportler als Idol*. Gießen: Focus-Verl.
- Reinhold, G. (1997). *Soziologielexikon*. (3. Aufl.). München, Wien: R. Oldenbourg.
- Reinhold, G. (2000). *Soziologielexikon*. (4. Aufl.). München, Wien: R. Oldenbourg.

- Schäfers, B. (1985). *Soziologie des Jugendalters*. Opladen: Leske+Budrich.
- Schauerte, T. & Schwier, J. (2007). *Vorbilder im Sport*. Perspektiven auf ein facettenreiches Phänomen. (1. Aufl.). Köln: Strauß.
- Schellhaaß, H.-M. (2000). *Sport und Medien*. Rundfunkfreiheit, Wettbewerb und wirtschaftliche Verwertungsinteressen. Berlin: Vistas.
- Schenk-Danzinger, L. (1988). *Entwicklung, Sozialisation, Erziehung*. (3. Aufl.). Wien: Österreichischer Bundesverlag.
- Schenk-Danzinger, L. (1992). *Entwicklung, Sozialisation, Erziehung*. (1. Aufl.). Wien: Österreichischer Bundesverlag.
- Schierl, T. (2007). *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Süss, D. (2004). *Mediensozialisation von Heranwachsenden*. (1. Aufl.). Wiesbaden: VS.
- Thiel, E. (1991). *Sport und Sportlerimage – Image und Marktwert*. Landsberg am Lech.
- Thomae, H. (1966). *Vorbilder und Leitbilder der Jugend*. (2. Aufl.). München: Juventa.
- Universität Zürich. (2010). Zugriff am 20. Oktober 2015 unter <http://www.methodenberatung.uzh.ch/datenanalyse/unterschiede/zentral/ttestunabh.html>
- Wegener, C. (2008). *Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans*. (1. Aufl.). Wiesbaden: VS.
- Weiß, O. & Norden, G. (2013). *Einführung in die Sportsoziologie*. (2. Aufl.). Münster: Waxmann.
- Weiß, O. (1999). *Einführung in die Sportsoziologie*. Wien: WUV.

10.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nah- und Fernvorbilder (mod. n. Glaser,1998, S. 29)	5
Abbildung 2: Beliebteste TV-Sportarten weltweit (mod. n. Schierl, 2007, S. 74, zit. n. Frütel, 2005, S. 117; lebenimaargau, o.J.)	41
Abbildung 3: Geschlecht (n = 95)	49
Abbildung 4: Aktives Sportinteresse (n = 95)	50
Abbildung 5: Ausgeübte Sportstunden pro Woche (n = 95)	52
Abbildung 6: Sportausübung Jugendlicher (n = 95)	53
Abbildung 7: Ausübung von Leistungssport (n = 95)	54
Abbildung 8: Möglichkeit der Sportausübung (n = 95)	55
Abbildung 9: Gesprächsthema Fußball in der Familie (n = 95)	56
Abbildung 10: Gesprächsthema Fußball im Freundeskreis (n = 95)	56
Abbildung 11: Wunsch Spitzensportler/in zu sein (n = 95)	57
Abbildung 12: Was wollen Spitzensportler/innen erreichen (n = 95)	59
Abbildung 13: Verfolgung des Sportgeschehens im Stadion (n = 95)	61
Abbildung 14: Verfolgung des Sportgeschehens via TV (n = 95)	62
Abbildung 15: Verfolgung des Sportgeschehens via Internet (n = 95)	63
Abbildung 16: Verfolgung des Sportgeschehens via Sportteil der Tageszeitung (n = 95)	64
Abbildung 17: Verfolgung des Sportgeschehens via Sportmagazine (n = 95)	65
Abbildung 18: Verfolgung des Sportgeschehens via Radio (n = 95)	66
Abbildung 19: Nahvorbilder (n = 95)	67
Abbildung 20: Fernvorbilder (n = 95)	68
Abbildung 21: Männliches vs. weibliches Sportidol (n = 95)	68
Abbildung 22: Meistgenannte Fußballer/innen (n = 95)	70
Abbildung 23: Wunsch wie Fußballidol zu werden (n = 95)	70

10.3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklungsphasen von der späten Kindheit bis zum frühen Erwachsenenalter	11
Tabelle 2: Meist thematisierte Sportarten im Sportteil der Tagespresse.....	43
Tabelle 3: Rangreihung des Interesses an unterschiedlichen Sportarten (n = 95; 1 = sehr stark, 2 = stark, 3 = mittel, 4 = eher wenig, 5 = überhaupt nicht)	51
Tabelle 4: Rangreihung der Merkmale nach Wichtigkeitsgrad, um erfolgreiche/r Spitzensportler/in zu werden (n = 95; 1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = mittel, 4 = unwichtig, 5 = völlig unwichtig).....	58
Tabelle 5: Rangreihung der einzelnen Lebensbereiche nach Wichtigkeitsgrad (n = 95; 100 = außerordentlich wichtig, 50 = durchschnittlich wichtig, 0 = nicht wichtig).....	60

11. Anhang

Fragebogen



Sportfragebogen

Bei dieser Befragung geht es um Ihre persönliche Meinung. Sie brauchen Ihren Namen nicht angeben. Ihre Angaben bleiben anonym.

1. Geschlecht ☐ männlich ☐ weiblich

2. Alter: _____ Jahre

3. Interessieren Sie sich für den Sport? Wie schätzen Sie Ihr Interesse ein?

☐	sehr groß
☐	eher groß
☐	mittel
☐	sehr klein
☐	gar kein Interesse

4. Sind Sie Mitglied in einem Sportverein?
☐ ja ☐ nein

5. Wie viele Stunden pro Woche treiben Sie insgesamt Sport (Schule+Verein+Freizeit)?

☐	0
☐	1-2
☐	3-4
☐	5-6
☐	7-8
☐	9-10
☐	Mehr, und zwar _____ Stunden

Bitte zuerst die zutreffenden Sportarten unter Frage 6 ankreuzen, dann Frage 7 und 8.	6. Welche Sportarten üben Sie aus?	7. Welche dieser Sportarten betreiben Sie als Leistungssport?	8. Welche Sportarten würden Sie gerne ausüben, wenn Sie die Möglichkeiten (z.B. Geld) dazu hätten?
Bergsteigen/Klettern			
Eislaufen			
Fußball			
Handball			
Leichtathletik			
Radfahren			
Reiten			
Schifahren/Snowboarden			
Schilanglauf			
Schwimmen			

Tennis			
Tischtennis			
Turnen/Gymnastik			
Sonstige Sportarten			
Keine			

9. Kreuzen Sie bitte an, in welchem Ausmaß die folgenden Eigenschaften für Sie selbst zutreffen?

	trifft gar nicht zu	trifft kaum zu	trifft eher nicht zu	unent- schieden	trifft eher zu	trifft stark zu	trifft völlig zu
mutig							
freundlich							
tüchtig							
höflich							
gesund							
geschickt im Umgang mit Menschen							
glücklich							
charakterfest							
ordnungsliebend							
intelligent							
reich							
ehrlich							
beliebt							
gutaussehend							
selbstbewusst							

kräftig							
ehrgeizig							
draufgängerisch							
robust							
wertvoll							
streng							
frei von Hemmungen							
gerecht							
erfolgreich							
nützlich							

10. Wird in Ihrer Familie über Fußball gesprochen?

sehr häufig
☐

häufig
☐

manchmal
☐

selten
☐

nie

11. Wie häufig ist in Ihren Unterhaltungen mit Freunden/innen oder Bekannten Fußball ein Gesprächsthema?

sehr häufig
☐

häufig
☐

manchmal
☐

selten
☐

nie

12. Möchten Sie selbst Hochleistungs- bzw. Spitzensportler/in werden?

☐ Ja

☐ nein

13. Was ist Ihrer Meinung nach wichtig, damit man ein/e erfolgreiche /r Spitzensportler/in wird?

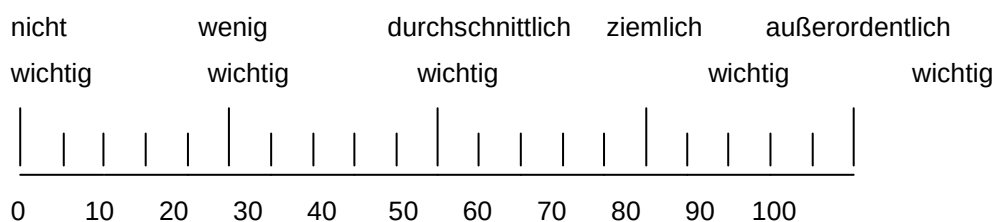
Bitte kreuzen Sie für jede einzelne Vorgabe den Grad der Wichtigkeit an.

	sehr wichtig	wichtig	mittel	unwichtig	völlig unwichtig
Talent					
freie Zeit					
Geld					
Gute Beziehungen					
Ausdauer					
Training					
„Köpfchen“					
Rücksichtslosigkeit					
Beharrlichkeit					

14. Was glauben Sie möchte ein/e Spitzensportler/in erreichen, worum geht es ihm/ihr vor allem? (Mehrfachantworten möglich)

☐	persönlicher Ruhm
☐	persönliche Höchstleistung
☐	gesellschaftlicher Aufstieg
☐	Geld und materieller Gewinn
☐	Ehre des eigenen Landes
☐	Sonstiges:

15. Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit der einzelnen Aspekte/Bereiche in Ihrem Leben mit einer beliebigen Zahl von 0 bis 100. Die Skala soll Ihnen dabei helfen.



Sport	_____
Familie/Verwandtschaft	_____
Freunde und Bekannte	_____
Schule/Studium/Beruf	_____
Glaube/Religion/Kirche	_____
Politik	_____
ethnische oder nationale Zugehörigkeit	_____
Kunst und Musik	_____
Medien (Fernsehen, Zeitungen)	_____
Internet	_____

16. Besuchen Sie Fußballspiele als Zuschauer?

sehr häufig	○	häufig	○	manchmal	○	selten	○	nie
-------------	---	--------	---	----------	---	--------	---	-----

17. Schauen Sie sich Sportveranstaltungen im Fernsehen bzw. Internet an?

sehr häufig	○	häufig	○	manchmal	○	selten	○	nie
-------------	---	--------	---	----------	---	--------	---	-----

18. Auf welche Weise informieren Sie sich noch über Sportgeschehen?

Radio

sehr häufig	○	häufig	○	manchmal	○	selten	○	nie
-------------	---	--------	---	----------	---	--------	---	-----

Internet

sehr häufig	○	häufig	○	manchmal	○	selten	○	nie
-------------	---	--------	---	----------	---	--------	---	-----

Sportteil der Tageszeitung

sehr häufig häufig manchmal selten nie
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

spezielle Sportzeitungen

sehr häufig häufig manchmal selten nie
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

19. Wie hoch ist Ihr Interesse (aktiv oder als Zuschauer) für die verschiedenen Sportarten?
 Bitte kreuzen Sie für jede Sportart entsprechend an!

	sehr stark	stark	mittel	eher wenig	überhaupt nicht
Bergsteigen/Klettern					
Eislaufen					
Fußball					
Handball					
Leichtathletik					
Radfahren					
Reiten					
Schifahren/Snowboarden					
Schilanglauf					
Schwimmen					
Tennis					
Tischtennis					
Turnen/Gymnastik					
Sonstige Sportarten, und zwar: _____					
Sonstige Sportarten, und zwar: _____					

20. Man sagt, die meisten Menschen nehmen sich irgendwelche anderen Menschen zum Vorbild, das heißt, dass sie so sein wollen oder dasselbe erreichen wollen, wie dieses Vorbild. Wie ist das bei Ihnen? Wer stellt für Sie derzeit am ehesten ein solches Vorbild dar? (Mehrfachantworten möglich)

Vater	☐
Mutter	☐
jemanden aus der Verwandtschaft	☐
Lehrer/in	☐
Trainer/in	☐
Freund/in	☐
jemanden aus dem engeren Bekanntenkreis	☐
niemand von denen	☐

21. Wie ist es mit bekannten, prominenten Persönlichkeiten? Wer von denen stellt für Sie derzeit am ehesten ein Vorbild dar? Bei meinem/n Vorbild/ern handelt es sich um eine/n: (Mehrfachantworten möglich)

Sänger/in	☐
Musiker/in	☐
Journalist/in	☐
Manager/in	☐
Schriftsteller/in	☐
Schauspieler/in	☐
sonstige Künstler/in	☐
Fußballspieler/in	☐
sonstige Sportler/in	☐
Politiker/in	☐
Wissenschaftler/in	☐
Sonstige bekannte Persönlichkeiten und zwar:	☐

niemand	☐

22. Wenn wir uns jetzt auf den Fußballsport beschränken, welche/r Spielerin/er (In- oder Ausländer) könnte für Sie am ehesten ein Vorbild darstellen?

Bitte den Namen deutlich schreiben: _____

23. Warum ist er/sie Ihr Vorbild?

Weil, _____

24. Beeinflusst Sie Ihr Fußballvorbild in Ihrem Aussehen bzw. Lifestyle?

sehr häufig häufig manchmal selten nie
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

25. Inwieweit beeinflusst Sie Ihr Fußballvorbild bei Ihrer Schuh- und Trainingsgewandauswahl? (Dressen, Hosen, Stutzen, etc.)

sehr häufig häufig manchmal selten nie
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

26. Versuchen Sie am Spielfeld genauso zu spielen wie Ihr Fußballvorbild?

sehr häufig häufig manchmal selten nie
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

27. Möchten Sie eines Tages wie Ihr Fußballidol werden?

ja ☐ nein ☐

Vielen Dank!

Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Name: **Kaloyan ALEXANDROV, Bakk. rer. nat.**
Geburtsdatum: 04.09.1980
Staatsangehörigkeit: Österreich

Ausbildung

2005 - 2010 Universität Wien, Bakkalaureatsstudium Sportwissenschaft
Spezialisierung: Sport-Management
2002 - 2004 Wirtschaftsuniversität Wien
1995 - 2001 HAK 1, Vienna Business School (Abschluss mit Matura)

Berufserfahrung

Ab 2014 Mitarbeiter in der Abteilung Protokoll: Bundesministerium für Finanzen, Wien
2012 Planung und Durchführung von individuellen Bewegungsangeboten, EMS-
Training, Mitgliederbetreuung, Verwaltungs- und Organisationaufgaben:
Bodystreet Wien
2010 - 2012 Personal Trainer: Holmes Place Kaiserwasser
2010 - 2011 Buchmacher Live-Wetten: GoldBet
2009 - 2010 Projektmanager: PDM-Sports
Ab 2008 Personal- und Vitaltrainer
2008 Brand Coach: Adidas
Projektmitarbeiter: Word Sport Festival 2008
UEFA-Projektmitarbeiter: Fußball-EM 2008
Planung, Organisation & Durchführung von Sportstunden: Volksschule
Galileigasse 3-5, Wien
2006 - 2009 Nachwuchstrainer: First Vienna Football Club 1894
2004 - 2007 Gastronomie und Service: 100-Tage-Sommer, Porgy & Bess
2002 - 2004 Verkaufsberater: Italienisches Modelabel

Berufliche Weiterbildung

2013	Projektmanagement zertifiziert nach ISO 17024, Wien
2012	Athletes' Performance Mentorship Phase II: BVB Trainingsgelände Dortmund, Deutschland
2011	Core & Stability: Kursleiter, Sensomotorisches Training für Fitness, Gesundheit und Leistung; DTB-Akademie Bartholomä, Deutschland
2011	Athletes' Performance Mentorship Phase I: BVB Trainingsgelände Dortmund, Deutschland

Teamarbeit und Freelance-Aktivitäten

"Quantitative Forschungsstudie"	Wellness Park Oberlaa
"Projektmanagement"	1. Internationale Rapid-OMV-Nachwuchsturnier 2008
"Integrationsmanagement"	Bewegung und Sport in/mit ausgewählten Zielgruppen

Erklärung über die Quellenrichtigkeit

„Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe. Diese Arbeit wurde weder im Inland noch im Ausland an einer anderen Stelle eingereicht noch von anderen Personen vorgelegt.“

Ort, Datum

Kaloyan Alexandrov, Bakk. rer. nat.