

„Diese Abwertung ist einfach lachhaft“

Die Rechtfertigungsordnungen von Fußballfans bei der Bestimmung von Marktwerten

Jürgen Beyer

Beitrag zur Veranstaltung »Aktuelle Wirtschaftssoziologie« der Sektion Wirtschaftssoziologie

Einleitung

Transfers im Fußball sind komplexe Vorgänge, bei denen Vertragsspieler¹ vor Ablauf ihres Vertrags von einem Verein zu einem anderen wechseln. Transfers im Fußball sind in der Regel mit einer finanziellen Gegenleistung verbunden, wobei der aufnehmende Verein eine Ablösesumme zahlt, damit der Spieler seinen laufenden Vertrag nicht mehr erfüllen muss. Diese Ablösesummen stellen für die Vereine eine wichtige Einnahmequelle dar und motivieren sie, Spieler vor Ablauf ihres Vertrages zu transferieren, wenn eine Vertragsverlängerung nicht möglich oder gewünscht ist.

Der sogenannte „Marktwert“ eines Profifußballers spielt bei Fußballtransfers eine zentrale Rolle. Dieser Wert schätzt den Betrag, den ein Verein für den Verkauf eines Spielers als Ablösesumme erhalten könnte. Obwohl die tatsächlichen Transfersummen aufgrund verschiedener Umstände und Verhandlungsdynamiken von den Marktwerten abweichen können, hat sich ein ausgeklügeltes Bewertungssystem entwickelt, das sicherstellt, dass die aktuellen Marktwerte für jeden Profifußballer geschätzt und öffentlich zugänglich sind.

Im deutschen Fußball geht die heute gängigste Marktwertermittlung auf eine Initiative von Fans zurück, die eine große Online-Community zur Diskussion von Transfers und Marktwerten von Profispielern aufgebaut haben. Das im Jahr 2000 ins Leben gerufene Fußball-Portal „transfermarkt.de“ entwickelte sich schnell zur wichtigsten Quelle für die mediale Berichterstattung über Marktwerte und beeinflusste in der Folge die Sportökonomie maßgeblich. Die auf dem Portal genannten Marktwerte werden nachweislich als Orientierungswerte bei realen Markttransaktionen und Gehaltsverhandlungen herangezogen (Theweleit 2022; Eckner 2023). Sie sind somit ein gutes Beispiel dafür, dass die „wisdom of crowds“ (Surowiecki 2005) im Kontext des Sportmanagements eine erhebliche Bedeutung entfalten kann. Im Jahr 2008 übernahm ein großes Medienunternehmen die Mehrheit an transfermarkt.de. Die Marktwertermittlungen von transfermarkt.de genießen in der Sportbranche einen hervorragenden Ruf. Darüber hinaus werden sie in der akademischen Forschung als Marktwertindikator oder auch als Nähe-

¹ Der Beitrag bezieht sich auf transfermarkt.de und die Marktwerte von männlichen Fußballspielern. Die geschätzten Transferwerte von Fußballerinnen finden sich auf dem Onlineportal soccerdonna.de und werden anders bestimmt.

rungswert für das Spielereinkommen verwendet (Franck und Nüesch 2012; Peeters 2018, Prockl und Frick 2018).

Bislang wurden die Marktwerte von Fußballprofis in der Wissenschaft vor allem aus sportökonomischer Perspektive analysiert. Auch wenn sich der Fußball zu einem „hidden champion“ (Wilkesmann 2014) unter den vergleichsweise selten untersuchten soziologischen Phänomenen entwickelt hat, sind die Marktwerte von Fußballprofis als möglicher Forschungsgegenstand in der soziologischen Forschung bislang so gut wie nicht beachtet worden. Die Sportsoziologie des Fußballs hat sich zumeist mit ganz anderen Aspekten des Fußballs beschäftigt, etwa der Identitätsbildung und Vergemeinschaftung von Fußballfans (Hughson 1998; Klein und Meuser 2008; Mutz 2013), der Gewaltbereitschaft von Hooligans (Dunning et al. 1986; Redhead 2004; Spaaij und Anderson 2010), der „Entproletarisierung“ des Fußballs (Fürtjes und Hagenah 2011), kulturellen Unterschieden in der Fußballbegeisterung (Lindner und Hawkins 2012) oder mit den vielfältigen sozialen Ungleichheiten, die sich auch im Fußball manifestieren und zum Teil in spezifischer Weise ausprägen (Allison 2020; Adebayo et al. 2019). Eine Ausnahme bilden die Analysen von Jürgen Gerhards, Michael Mutz und Gert G. Wagner, die den Marktwert als besten Prädiktor für den Erfolg von Fußballmannschaften identifiziert haben (Gerhards et al. 2014).

Im Gegensatz zu den Arbeiten von Gerhards et al. wird in dieser Studie nicht der Marktwert von Fußballspielern als erklärende Variable herangezogen. Stattdessen liegt der Fokus auf der Untersuchung der sozialen Prozesse, die zur Bestimmung des Marktwertes beitragen. Ziel ist es, die soziale Konstruktion des Marktwertes selbst zu analysieren. Dazu werden die interaktiven Bewertungsdiskurse der Online-Community „transfermarkt.de“ untersucht. Betrachtet wird das Forum „Marktwert-Analyse“, in dem der Marktwert von Fußballspielern mittels einer „Wisdom of the crowd“-Logik geschätzt wird. Der Beitrag knüpft an die bestehende soziologische Forschung zur Bewertung an (Lamont 2012; Krüger und Reinhart 2017), indem die Diskussionen in den Bewertungsthreads des Online-Portals analysiert werden. Es wird untersucht, wie diese Diskussionen zur sozialen Ko-Konstruktion anerkannter Marktwerte beitragen und welche Rechtfertigungskonventionen den Bewertungen zugrunde liegen und für die Wertbestimmung relevant werden.

Im Folgenden werden zunächst die Besonderheiten der Marktwertbestimmung im Fußball aus einer bewertungssoziologischen Perspektive dargestellt. Im dritten Textabschnitt erfolgt eine Auseinandersetzung mit den Konzepten der Konvention und der Rechtfertigung (Boltanski und Thévenot 2006; Diaz-Bone 2022; Knoll 2013), die für die Interpretation der analysierten Daten bedeutsam werden. Im vierten Abschnitt werden die Erhebungs- und Auswertungsmethoden sowie das Analyseverfahren erläutert, bevor im fünften Abschnitt die Ergebnisse diskutiert werden.

Die Soziologie der Bewertung und die Marktwertbestimmung im Fußball

Die Soziologie der Bewertung, auch als „Sociology of valuation and evaluation“ (Lamont 2012) bezeichnet, hat sich in den letzten Jahren zu einem bedeutenden und dynamischen Forschungsfeld innerhalb der Soziologie entwickelt. In diesem Forschungsfeld wird untersucht, wie in verschiedenen sozialen Kontexten Werte zugeschrieben, Bewertungen vorgenommen und Qualitätsunterschiede beurteilt werden. Die Soziologie der Bewertung basiert auf der Prämisse, dass Bewertungsprozesse nicht neutral oder objektiv sind, sondern sozial konstruiert und in spezifische kulturelle, institutionelle und historische Kontexte eingebettet. Die Soziologie der Bewertung geht davon aus, dass Bewertungsprozesse von vielfältigen, zum Teil widersprüchlichen Kriterien geprägt sein können (Boltanski und Thévenot 2006; Heintz 2021). Dies hat zur Folge, dass Bewertungen selbst häufig von sozialen Aushandlungsprozessen oder

dem Ausgang von Entscheidungskämpfen abhängen und im Zeitverlauf revidierbar und umstritten sind (Nicolae et al. 2019, S. 10).

Ein zentrales Anliegen der Bewertungssoziologie ist es auch, die traditionelle ökonomische Annahme in Frage zu stellen, dass Angebot und Nachfrage allein ausreichen, um die Bewertung und Preisbildung von Gütern und Dienstleistungen auf Märkten zu erklären (Fourcade 2011; Callon 2021). Stattdessen wird untersucht, wie verschiedene Formen der Bewertung durch soziale Normen, Konventionen, Machtverhältnisse, historische Kontexte und variierende Handlungspraktiken beeinflusst werden.

Die Soziologie der Bewertung untersucht Bewertungsprozesse in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen wie Wirtschaft (Karpik 2010), Kunst (Velthuis 2003), Wissenschaft (Lamont 2009; Burrows 2012), Bildung (Espeland und Sauder 2007) und Technologie (Hyysalo et al. 2019). Dabei werden sowohl formelle als auch informelle Bewertungspraktiken analysiert, von standardisierten Messverfahren und Rankings bis hin zu alltäglichen Werturteilen und Reputationsbildung.

Ein wichtiger Aspekt des Forschungsfeldes ist die Untersuchung der Bedeutung von Expertise (Hood 2017) bei der Durchführung von Bewertungen. Die Bestimmung von Marktwerten im Fußball ist in dieser Hinsicht ein interessanter Untersuchungsfall, da bei der derzeit gängigsten Methode der Marktwertermittlung nicht die Expertise von Fußballexpert:innen zur Grundlage der Marktwertermittlung gemacht wird, sondern die Expertise von fußballbegeisterten Laien, die selbst nicht über Transaktionswissen verfügen. Die fußballbegeisterten Nutzer:innen von Online-Portalen haben in der Regel selbst nie an Transferverhandlungen teilgenommen und haben eine reine Außensicht auf das Fußballgeschehen.

Der Untersuchungsgegenstand Marktwerte im Fußball ist auch deshalb bemerkenswert, weil die Ermittlung von Marktwerten eine komplexe und vielschichtige Herausforderung darstellt. Zunächst ist Fußball ein Mannschaftssport, bei dem das Zusammenspiel aller Akteure für den Erfolg entscheidend ist. Das bedeutet, dass die individuelle Leistung eines Spielers stark von der Leistung der gesamten Mannschaft und den taktischen Vorgaben des Trainers abhängt. Ein Spieler, der in einem Spielsystem glänzt, kann in einem anderen System weniger effektiv sein, was die Beurteilung seiner individuellen Fähigkeiten erschwert. Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Kombinationsmöglichkeiten, die sich aus der Verfügbarkeit von Messdaten und dem subjektiven Charakter anderer Bewertungskriterien ergeben. Während einige Messgrößen wie Tore, Torvorlagen (Assists), Laufleistung oder Zweikampfquote objektiv in quantifizierter Form für eine Bewertung herangezogen werden können, spielen auch weniger greifbare Faktoren wie Spielintelligenz, Führungsqualitäten und Teamfähigkeit eine wichtige Rolle. Diese subjektiven Kriterien sind jedoch schwer zu quantifizieren und können zu unterschiedlichen Bewertungen durch verschiedene Beobachter:innen führen.

Hinzu kommt, dass auch weniger leistungsbezogene Faktoren wie das Alter und die Laufzeit des bestehenden Vertrages den Marktwert eines Spielers beeinflussen. Zudem können die Medienberichterstattung, die öffentliche Wahrnehmung und die Vermarktungsfähigkeit eines Spielers den Transferwert von Spielern deutlich verändern. Spieler, die über eine große Fangemeinde und einen hohen Bekanntheitsgrad verfügen, sind häufig unabhängig von ihren rein sportlichen Leistungen wertvoller. Dieser mediale und kommerzielle Einfluss führt zu einer Diskrepanz zwischen dem sportlichen und dem marktbezogenen Wert eines Spielers.

Die Bewertung des Marktwerts von Fußballspielern lässt sich somit als ein äußerst komplexer und vielschichtiger Prozess auffassen, der eine sorgfältige Abwägung zwischen quantitativer Analyse und qualitativer Bewertung erfordert, wobei sowohl sportliche als auch außersportliche Faktoren zu berücksichtigen sind. Diese Mehrdimensionalität erschwert die Schaffung einer einheitlichen Bewertungsgrundlage. Insofern stellt die Art und Weise, wie Marktwerte auf Online-Portalen bestimmt werden, eine Reaktion auf die Komplexität der Bewertungs Herausforderung dar, die anderweitig nur schwer mit vergleichbarer Akkuratess realisiert werden kann.

Die derzeit anerkannteste Marktwertbestimmung in Deutschland findet auf dem Online-Portal „transfermarkt.de“ in einem Forenbereich statt, der als „Marktwert-Analyse“ bezeichnet wird. Transfermarkt.de ist ein Online-Portal, auf dem registrierte Nutzer:innen über verschiedene Aspekte des Fußballs diskutieren und ihre Meinung äußern können. Die Marktwert-Analyse auf dem Online-Portal ist folgendermaßen organisiert. Um Teil der Transfermarkt.de-Community zu werden, müssen sich die Nutzer:innen registrieren und sich an allgemeine Richtlinien des Nutzungsverhaltens halten, da die Nutzungs-Accounts bei (mehrmaliger) Nichtbeachtung von Forenregeln gelöscht werden. Im Marktwert-Analyse-Bereich des Online-Portals findet sich auch eine Marktwertdefinition, die von Community-Mitgliedern entwickelt wurde und an der sich die Forennutzer:innen orientieren können. Die Definition klärt, dass es bei der Marktwertbewertung um die Bestimmung eines Erwartungswertes geht und nennt Aspekte, die aus Sicht der Community bei einer Marktwertbestimmung von Relevanz sind. Aktuell werden in dieser Definition 32 Bestimmungsfaktoren genannt, die für wichtig gehalten werden. Die Forennutzer:innen werden aufgefordert, in ihren Forenbeiträgen Marktwertvorschläge zu entwickeln. Jeder Vorschlag sollte aus Sicht der Foren-Community von einer Begründung begleitet werden, in der die Gründe für die vorgeschlagene Wertänderung erläutert werden.

Die Bewertungslogik auf transfermarkt.de folgt dann im Grundsatz dem von James Surowiecki beschriebenen Prinzip der „wisdom of crowds“ (Surowiecki 2005; Peeters 2018). Dieses Prinzip besagt, dass das kollektive Urteil einer heterogenen Gruppe oft genauer ist als die Bewertung durch einzelne Expert:innen oder auch von Expert:innengruppen. Die fußballbegeisterten Nutzer:innen des Portals werden durch ihre Interaktionen im Online-Portal somit zu Co-Kreator:innen der Marktwerte von Fußballspielern (Ramaswamy und Ozcan 2018; Humphreys und Grayson 2008). Nach Dennis Coates und Petr Parshakov (2022) korrelieren die geschätzten Marktwerte des Online-Portals sehr stark mit den veröffentlichten Ablösesummen für Spielertransfers. Allerdings unterschätzt der Marktwert von transfermarkt.de tendenziell den erzielbaren Transferwert, was darauf zurückzuführen sein könnte, dass Fußballfans die allgemeine Marktentwicklung nicht ausreichend in ihre Überlegungen einbeziehen.

Die Marktwertdiskussionen, die für jeden Spieler in einem eigenen Thread geführt werden, führen in der Regel zu einem Meinungsbild, das sich aus einem mehr oder minder breiten Spektrum an unterschiedlichen Marktwertvorschlägen und unterschiedlich begründeten Empfehlungen für die Auf- oder Abwertung der bisherigen Marktwerte zusammensetzt. Die Forennutzer:innen reagieren dabei auch auf die Forenbeiträge anderer Nutzer:innen, insbesondere dann, wenn die vorgeschlagenen Marktwerte grundsätzlich anders beurteilt oder die Begründungen als nicht überzeugend eingestuft werden.

Im Marktwert-Analyse-Forum des Online-Portals transfermarkt.de können die Posts der Diskussionsteilnehmenden in zwei unterschiedlichen Varianten verfasst sein. Es gibt Posts, in denen der Nutzer eine aktuelle Einschätzung des Marktwertes abgibt und diese Entscheidung begründet. Daneben gibt es reine Kommentar-Posts, in denen die Diskussionsteilnehmenden keine eigene Einschätzung des Marktwertes vornehmen, sondern nur auf vorangegangene Posts reagieren. In beiden Fällen ist der Begründungsaspekt der Ausführungen von hervorgehobener Bedeutung. Aufgrund der Rechtfertigungsnotwendigkeit sind die Posts gut geeignet, um sie aus einer konventionstheoretischen Perspektive zu betrachten und zu analysieren.

Rechtfertigungen und Konventionen als Interpretationsschemata

Das Konzept der Rechtfertigung spielt eine zentrale Rolle in der Konventionstheorie, insbesondere im Werk von Luc Boltanski und Laurent Thévenot. In ihrem 1991 erschienenen Buch *De la justification* entwickeln die Autoren eine Theorie, die erklärt, wie Akteure in Situationen der Unsicherheit oder des

Konflikts ihre Handlungen und Urteile rechtfertigen. In diesem theoretischen Rahmen bezieht sich Rechtfertigung auf den Prozess, in dem Akteure ihre Handlungen oder Urteile unter Bezugnahme auf allgemein anerkannte Prinzipien begründen. Dies geschieht häufig in Situationen, in denen unterschiedliche Wertesysteme aufeinandertreffen und ein Kompromiss oder eine Einigung erforderlich ist.

Die Fähigkeit zur Rechtfertigung gilt als eine grundlegende soziale Kompetenz, die es den Einzelnen ermöglicht, sich in einer pluralistischen Gesellschaft zurechtzufinden. Boltanski und Thévenot argumentieren, dass Menschen in solchen Situationen auf verschiedene „Rechtfertigungsordnungen“ zurückgreifen, um ihre Positionen zu legitimieren. Rechtfertigungsordnungen sind übergeordnete normative Rahmen, die unterschiedliche Werte und Bewertungsprinzipien in der Gesellschaft repräsentieren. Boltanski und Thévenot (1991) identifizierten ursprünglich sechs solcher Ordnungen: die staatsbürgerliche, die industrielle, die häusliche, die Markt-, die Inspirations- und die Meinungsordnung. Später wurde diese Liste um weitere Ordnungen wie die ökologische oder die projektbasierte erweitert (Lafaye und Thévenot 2017; Boltanski und Chiapello 2005).

Das Konzept der Rechtfertigung hat auch Eingang in andere konventionstheoretische Ansätze gefunden. So haben etwa Olivier Favereau (1989, Favereau et al. 2002) und Robert Salais (1989; Salais und Storper 1992) das Konzept genutzt, um verschiedene ökonomische Aspekte wie z.B. Arbeitsverhältnisse und Märkte zu erklären. Aus ihrer Sicht werden ökonomische Transaktionen nicht nur durch Preismechanismen, sondern auch durch geteilte Konventionen und Rechtfertigungspraktiken gesteuert. Gegenstandsadäquat haben sie auch jeweils andere Rechtfertigungsordnungen als Boltanski und Thévenot bestimmt und damit das Konzept für andere Anwendungsbereiche nutzbar gemacht. Dies hat weitere Forscher:innen angeregt, in weiteren Forschungsfeldern ähnlich zu verfahren (Knoll 2013; Chiapello und Knoll 2020; Diaz-Bone 2013, 2017).

Verbindendes Element der konventionstheoretischen Ansätze ist der Begriff der Konvention. Konventionen werden als implizite Vereinbarungen verstanden, die als Orientierungsrahmen für das Handeln von Akteuren in unterschiedlichen sozialen und ökonomischen Kontexten dienen. Sie sind kollektive Interpretationsschemata, die es Individuen ermöglichen, Situationen einzuschätzen und angemessen zu handeln. Konventionen sind dabei nicht als starre Regeln zu verstehen, sondern als flexible Handlungsrahmen, die in der Praxis immer wieder neu interpretiert und angepasst werden. Konventionen spielen eine wichtige Rolle im Umgang mit Unsicherheit. In komplexen sozialen Situationen, in denen vollständige Informationen nicht verfügbar sind, bieten Konventionen Orientierung und ermöglichen koordiniertes Handeln. Sie reduzieren Komplexität und schaffen eine gemeinsame Basis für Interaktionen und Bewertungen.

Die empirische Analyse des Datenmaterials aus dem Online-Forum zur Marktwert-Analyse von transfermarkt.de bezieht sich auf die Konzepte der Rechtfertigung und der Konvention, um herauszufinden, welche Orientierungsrahmen Fußballfans nutzen, um Marktwerte zu bestimmen und diese gegenüber anderen Einschätzungen zum Transferwert von Fußballspielern zu rechtfertigen. Zunächst werden die Datenerhebung und das Vorgehen bei der Datenauswertung erläutert.

Datenerhebung und Vorgehen bei der Datenauswertung

Die in diesem Beitrag vorgestellte qualitative Inhaltsanalyse (Kuckartz 2014) basiert auf der Auswertung von Postings, die im Bereich „Marktwert-Analyse“ des Fußballportals transfermarkt.de veröffentlicht wurden. Das Hauptziel dieser Analyse besteht darin, die soziale Konstruktion des Marktwerts zu untersuchen, indem die interaktiven Bewertungsdiskurse der Online-Community analysiert werden. Dabei

wird untersucht, wie diese Diskurse zur sozialen Ko-Konstruktion anerkannter Marktwerte beitragen und welche Begründungskonventionen den Bewertungen zugrunde liegen.

Die Datenerhebung erfolgte im Juli 2024 durch die Sichtung und Sammlung der zu diesem Zeitpunkt veröffentlichten Beiträge im Bereich „Marktwertanalyse“ des Portals. Insgesamt wurden 68 Threads einbezogen, in denen die Nutzer:innen der Plattform Marktwerte für einzelne Fußballspieler vorschlugen oder diskutierten. Threads mit weniger als 5 Beiträgen wurden nicht in die Analyse einbezogen. Die Stichprobe umfasste schließlich 1.030 Beiträge unterschiedlicher Länge.

Die Auswertung der Daten erfolgte in mehreren Schritten. Zunächst wurde das Material nach der Logik des emergenten Kodierens (Stemler 2015) ausgewertet. Dabei wurden in den Beiträgen Aspekte identifiziert, die als Argumente für den Marktwert eines Spielers verwendet wurden. Im Anschluss an das emergente Kodieren wurde eine inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2014) durchgeführt. Dabei wurden die im ersten Schritt identifizierten Aspekte systematisiert und kategorisiert. Dieser Prozess führte zur Identifikation von fünf Hauptkategorien und 24 Unterkategorien. Die Kategorien stellen „thematische Kategorien“ (Kuckartz und Rädiker 2020, S. 28) dar, die jeweils einen inhaltlichen Aspekt der Begründung und Rechtfertigung des Marktwerts beschreiben.

In einem weiteren Analyseschritt wurde eine typenbildende Inhaltsanalyse durchgeführt. Ziel dieses Verfahrens ist es, Fälle mit ähnlichen Mustern zu gruppieren und daraus Typen zu bilden, die sich deutlich voneinander unterscheiden. Dabei wurde das Material in „theoretische Kategorien“ überführt (Kuckartz und Rädiker 2020, S. 29), die einen Bezug zu konventionstheoretischen Überlegungen aufweisen. Als Ergebnis der typenbildenden Inhaltsanalyse konnten sechs voneinander unterscheidbare Rechtfertigungsordnungen identifiziert werden. Diese Ordnungen verweisen auf Konventionen, die den Orientierungsrahmen für das Handeln der Akteure prägen und als kollektive Deutungsmuster genutzt werden, um andere von der Richtigkeit der eigenen Marktwertbestimmung zu überzeugen. Die aus dem Material entwickelten Typen sind (1) die Leistungskonvention, (2) die Vergleichskonvention, (3) die Marktkonvention, (4) die Spekulationskonvention, (5) die Reputationskonvention und (6) die Ertragskonvention.

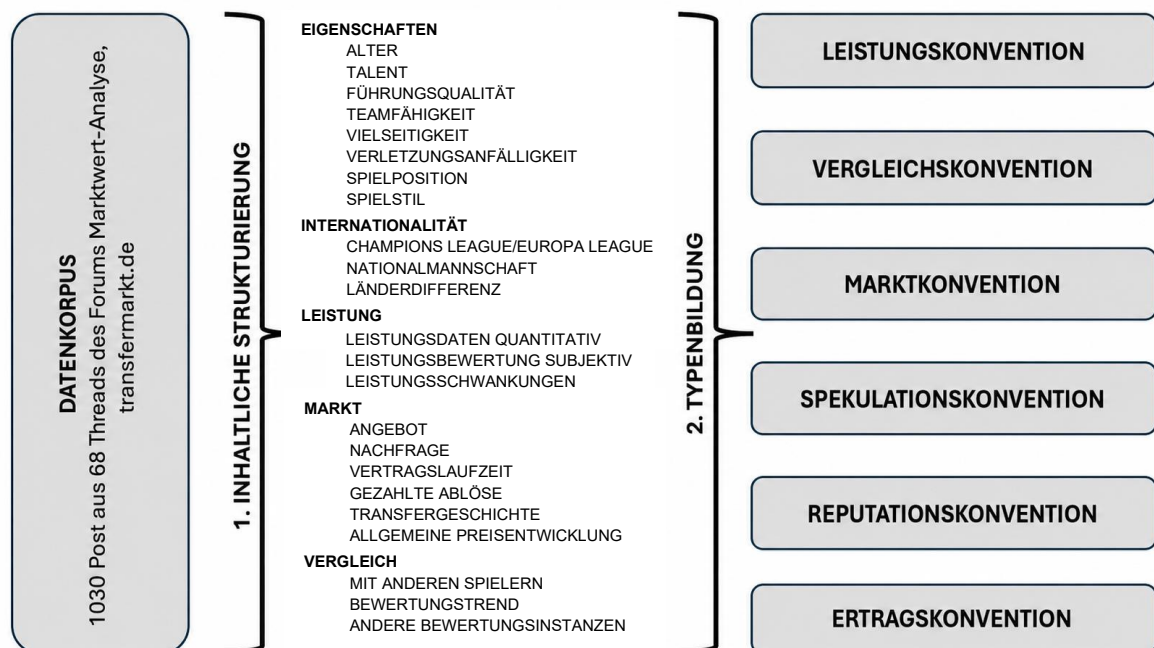


Abbildung 1: Veranschaulichung des Kodierungsprozesses

Abbildung 1 veranschaulicht den zweistufigen Analyseprozess der qualitativen Inhaltsanalyse nach dem emergenten Kodieren. Dargestellt sind die Haupt- und Unterkategorien der inhaltlichen Strukturierung des Materials und die sechs als relevant identifizierten Konventionen als Ergebnis der Typenbildung. Eine ausführliche Beschreibung der identifizierten Konventionen sowie der zugrunde liegenden Aussagen der Forenmitglieder ist bei Jürgen Beyer (2026) zu finden.

Diskussion

Die Untersuchung von Diskussionsbeiträgen im Marktwert-Analyse-Forum von transfermarkt.de zeigt, dass die aktuell gängigste Bestimmung der Marktwerte von männlichen Profifußballspielern auf einem komplexen, plattformgestützten Aushandlungsprozess basiert. Im Zentrum steht die kollektive Bestimmung der Spieler-Marktwerte durch Fans, die sich als Nutzer:innen an offenen, teils kontrovers geführten Diskursen beteiligen. Eine qualitative Inhaltsanalyse von über 1.000 Forenbeiträgen, die strukturierend und typenbildend codiert wurden, hat sechs zentrale Rechtfertigungs- und Bewertungsordnungen identifiziert: die Leistungs-, Vergleichs-, Markt-, Spekulations-, Reputations- und Ertragskonvention.

Es wurde deutlich, dass Leistungsaspekte in der Argumentation der Nutzer:innen vergleichsweise häufig herangezogen werden. Vergleichsbasierte Begründungen, etwa mit anderen Spielern, dienen hingegen häufig als Korrektiv oder Referenzrahmen. Zudem finden sich marktbezogene Argumentationen (z.B. aktuelle Transferangebote), spekulative Zukunftserwartungen (etwa im Hinblick auf Entwicklungspotenziale junger Spieler), Einschätzungen zur Reputation (z.B. internationale Sichtbarkeit oder Führungsrollen) sowie Überlegungen zum Ertrag, den ein Spieler für den Verein erbringt.

Die Untersuchung offenbart, dass die auf transfermarkt.de zustande kommenden Marktwerte das Resultat fortlaufender Aushandlungsprozesse sind und keiner universellen Logik folgen. Die institutionalisierte Aggregation auf der Plattform führt zwar zu einem veröffentlichten Orientierungswert, dieser bleibt jedoch ein Produkt multipler, teils widersprüchlicher Bewertungslogiken, die innerhalb der Community ausgehandelt werden. Die Diskurse stabilisieren somit keine unumstrittenen, sondern jeweils nur bedingt geteilte Wertzuschreibungen.

Die Analyse stützte sich auf eine qualitativ-rekonstruktive Inhaltsanalyse der Forenbeiträge. Wesentliche methodische Stärken dieses Ansatzes liegen in der Möglichkeit, differenzierte Argumentationsstrukturen und Rechtfertigungsordnungen detailliert zu rekonstruieren und die soziale Konstruktion von Wert entlang inhaltlicher Kategorien sichtbar zu machen. Die strukturierende und typenbildende Inhaltsanalyse ermöglichte einen systematischen Zugang zu den heterogenen Diskussionsbeiträgen. Die Analyse ist jedoch mit Limitationen verbunden, die auf weiteren Forschungsbedarf hinweisen. Die Datenauswahl beschränkte sich auf einen bestimmten Zeitraum und die Plattform transfermarkt.de. Die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere nationale Kontexte, Foren oder Sportarten ist daher nicht ohne Weiteres möglich. Temporale Entwicklungen im Diskurs sowie Einflüsse aktueller Ereignisse konnten lediglich ansatzweise berücksichtigt werden. Aspekte wie die Rolle informeller Meinungsführer oder Gemeinschaftsregeln innerhalb des Forums blieben unberücksichtigt.

Ungeachtet dieser Limitationen zeigt die Analyse, dass die Marktwertbestimmung kein rein objektiver Prozess ist. Vielmehr handelt es sich um ein komplexes, durch unterschiedliche Wertungs-, Bewertungs- und Rechtfertigungspraxen geprägtes Geschehen, bei dem Fans aktiv als Ko-Produzent:innen von Bewertungsrealitäten auftreten. Die verwendete qualitative Methodik belegt, dass die Marktwertbestimmung im Fußball ein exemplarisches Feld für die Analyse sozialer Bewertung und Ko-Konstruktion von Wert darstellt und verweist auf die Relevanz weiterer empirischer sowie vergleichender Forschung in diesem Bereich.

Literatur

- Adebayo, Kudus, Falase Oluwatoyin, Samuel Olungbenga Samuel und Abel Akintunde. 2019. 'Here, we are all equal!': Soccer viewing centres and the transformation of age social relations among fans in South-Western Nigeria. *Soccer & Society* 20(2):360–376.
- Allison, Rachel. 2020. Privileging difference: Negotiating gender essentialism in US woman's professional soccer. *Sociology of Sport Journal* 38(2):158–166.
- Beyer, Jürgen. 2026. Weisheit der Laien – Die Rechtfertigungsordnungen von Fußballfans bei der Bestimmung von Marktwerten. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Online first, <https://doi.org/10.1177/17506980261425562>. (Zugegriffen: 01. Juli 2026).
- Boltanski, Luc, und Laurent Thévenot. 2006. *On Justification: Economies of Worth*. Princeton: Princeton University Press.
- Boltanski, Luc, und Eve Chiapello. 2005. The new spirit of capitalism. *International Journal of Politics, Culture, and Society* 18(3):161–188.
- Burrows, Roger. 2012. Living with the h-Index? Metric assemblages in the contemporary academy. *The Sociological Review* 60(2):355–372.
- Callon, Michel. 2021. *Markets in the Making: Rethinking Competition, Goods, and Innovation*. Princeton: Princeton University Press.
- Chiapello, Eve, und Lisa Knoll. 2020. The welfare conventions approach. A comparative perspective on social impact bonds. *Journal of Comparative Policy Analysis* 22(2):100–115.
- Coates, Dennis, und Petr Parshakov. 2022. The wisdom of crowds and transfer market values. *European Journal of Operational Research* 301(2):523–534.
- Diaz-Bone, Rainer. 2013. Discourse conventions in the construction of wine qualities in the wine market. *Economic Sociology – The European Electronic Newsletter* 14(2):46–53.
- Diaz-Bone, Rainer. 2017. Classifications, quantifications and quality conventions in markets – perspectives of the economics of convention. *Historical Social Research* 42(1):238–262.
- Diaz-Bone, Rainer. 2022. Soziologie der Konventionen. In *Soziologische Denkweisen aus Frankreich*, Hrsg. Heike Delitz, 471–493. Wiesbaden: Springer VS.
- Dunning, Eric, Patrick Murphy und John Williams. 1986. Spectator violence at football matches: Towards a sociological explanation. *British Journal of Sociology* 37(2):221–244.
- Eckner, Christian. 2023. Portal Transfermarkt.de. Wie eine Webseite den Fußball-Transfermarkt mitbestimmt, Deutschlandfunk 15.03.2023, <https://www.deutschlandfunk.de/fussball-transfermarkt-de-transfers-100.html>. (Zugegriffen: 09. Sept. 2025).
- Espeland, Wendy Nelson und Michael Sauder. 2007. Rankings and reactivity: How public measures recreate social worlds. *American Journal of Sociology* 113(1):1–40.
- Favereau, Olivier. 1989. Marchés internes, marchés externes. *Revue économique* 40(2):273–328.
- Favereau, Olivier, Olivier Biencourt und François Eymard-Duvernay. 2002. Where do markets come from? From (quality) conventions. In *Conventions and Structures in Economic Organization: Markets, Networks and Hierarchies*, Hrsg. Olivier Favereau und Emmanuel Lazega, 213–252. Cheltenham: Edward Elgar.
- Fourcade, Marion. 2011. Price and prejudice: On economics and the enchantment (and disenchantment) of nature. In *The Worth of Goods: Valuations and Pricing in the Economy*. Hrsg. Jens Beckert und Patrik Aspers, 40–62. Oxford: Oxford Academic.
- Fürtjes, Oliver, und Jörg Hagenah. 2011. Der Fußball und seine Entproletarisierung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 63(2):279–300.
- Franck, Egon, und Stephan Nüsch. 2012. Talent and/or popularity: What does it take to be a superstar? *Economic Inquiry* 50(1):202–216.
- Gerhards, Jürgen, Michael Mutz und Gert G. Wagner. 2014. Die Berechnung des Siegers: Marktwert, Ungleichheit, Diversität und Routine als Einflussfaktoren auf die Leistung professioneller Fußballteams. *Zeitschrift für Soziologie* 43(3):231–250.

- Heintz, Bettina. 2021. Kategorisieren, Vergleichen, Bewerten und Quantifizieren im Spiegel sozialer Beobachtungsformate. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 73(Suppl 1):5–47.
- Hood, Katherine. 2017. The science of value: Economic expertise and the valuation of human life in US federal regulatory agencies. *Social Studies of Science* 47(4):441–465.
- Hughson, John. 1998. Soccer support and social identity: Finding the Thirdspace. *International Review for the Sociology of Sport* 33(4):403–409.
- Humphreys, Ashlee, und Kent Grayson. 2008. The intersecting roles of consumer and producer: A critical perspective on co-production, co-creation and prosumption. *Sociology Compass* 2(3):963–980.
- Hyysalo, Sampsa, Neil Pollock und Robin Williams. 2019. Method matters in the social study of technology: Investigating the biographies of artifacts and practices. *Science & Technology Studies* 32(3):2–25.
- Karpik, Lucien. 2010. *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton: Princeton University Press.
- Knoll, Lisa. 2013. Die Bewältigung wirtschaftlicher Unsicherheit. Zum Pragmatismus der Soziologie der Konventionen. *Berliner Journal für Soziologie* 23(4):367–387.
- Klein, Gabriele, und Michael Meuser. 2008. Fußball, Politik, Vergemeinschaftung. Zur Einführung. In *Ernste Spiele. Zur politischen Soziologie des Fußballs*. Hrsg. Gabriele Klein und Michael Meuser, 7–16. Bielefeld: transcript Verlag.
- Krüger, Anne K., und Martin Reinhart. 2017. Theories of valuation – Building blocks for conceptualizing valuation between practice and structure. *Historical Social Research* 42(1):263–285.
- Kuckartz, Udo. 2014. *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice and Using Software*. London: Sage.
- Kuckartz, Udo, und Stefan Rädiker. 2020. *Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA. Schritt für Schritt*. Wiesbaden: Springer VS.
- Lafaye, Claudette, und Laurent Thévenot. 2017. An Ecological Justification? Conflicts in the Development of Nature. In *Justification, Evaluation and Critique in the Study of Organizations*. Hrsg. Charlotte Cloutier, Jean-Pascal Gond und Bernard Leca, 273–300. Leeds: Emerald Publishing Limited.
- Lamont, Michèle. 2009. *How Professors Think: Inside the Curious World of Academic Judgement*. Cambridge: Harvard University Press.
- Lamont, Michèle. 2012. Toward a comparative sociology of valuation and evaluation. *Annual Review of Sociology* 38(1):201–221.
- Lindner, Andrew M., und Daniel N. Hawkins. 2012. Globalization, culture wars, and attitudes toward soccer in America: An empirical assessment of how soccer explains the world. *The Sociological Quarterly* 53(1):68–91.
- Mutz, Michael. 2013. Patrioten für drei Wochen. Nationale Identifikation und die Fußball-Europameisterschaft 2012. *Berliner Journal für Soziologie* 22(4):517–538.
- Nicolae, Stefan, Martin Endreß, Oliver Berli und Daniel Bischur. Hrsg. 2018. *(Be)Werten. Beiträge zur sozialen Konstruktion von Wertigkeit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Noppe, Nele. 2011. Why we should talk about commodifying fan work. *Transformative Works and Cultures* 8. <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0369>
- Peeters, Thomas. 2018. Testing the wisdom of crowds in the field: Transfermarkt valuations and international soccer results. *International Journal of Forecasting* 34(1):17–29.
- Prockl, Franziska, und Bernd Frick. 2018. Information precision in online communities: player valuations on www.transfermarkt.de. *International Journal of Sport Finance* 13(4):319–335.
- Ramaswamy, Venkat, und Kerimcan Ozcan. 2018. What is co-creation? An interactional creation framework and its implications for value creation. *Journal of Business Research* 84:196–205.
- Redhead, Steve. 2004. Hit and tell: A review essay on the soccer hooligan memoir. *Soccer & Society* 5(3):392–403.
- Salais, Robert. 1989. L'analyse économique des conventions du travail. *Revue économique* 40(2):199–240.
- Salais, Robert, und Michael Storper. 1992. The four 'worlds' of contemporary industry. *Cambridge Journal of Economics* 16(2):169–193.

- Spaaij, Ramón, und Alastair Anderson. 2010. Soccer fan violence: A holistic approach. *International Sociology* 25(4):561–579.
- Stemler, Steven E. 2015. Content analysis. In *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences: An Interdisciplinary, Searchable, and Linkable Resource*, Hrsg. Robert Scott und Stephan Kosslyn, 1–14. Hoboken: Wiley & Sons.
- Surowiecki, James. 2005. *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter than the Few and how Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*, New York: Anchor.
- Theweleit, Daniel. 2022. Der erstaunliche Erfolg von transfermarkt.de, FAZ Online 04.08.2022, <https://www.faz.net/aktuell/sport/fussball/bundesliga/der-einfluss-von-transfermarkt-de-auf-den-real-en-transfermarkt-18209159.html> (Zugegriffen: 09. Sept. 2025).
- Velthuis, Olav. 2003. Symbolic meanings of prices: Constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries. *Theory and Society* 32:181–215.
- Wilkesmann, Uwe. 2014. Geld schießt Tore? Zur sozialen Ungleichheit im Fußball. In *Wissen – Methode – Geschlecht: Erfassen des fraglos Gegebenen*. Hrsg. Cornelia Behnke, Diana Legersdorf und Sylka Scholz, 107–124. Wiesbaden: Springer VS.