

Betont weiblich

Der Soziologe Thomas Alkemeyer erklärt, welche Botschaften die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen vermittelt

VON KATHARINA LUDEWIG

Oldenburg. „Wer scharf aussieht, schießt auch schärfer“ – so eine Werbeanzeige. Daneben abgebildet ist in engem Top Fatmire Bajramaj, Mittelfeldspielerin der deutschen Fußballnationalmannschaft. Nicht nur in der Werbung, sondern auch in anderen öffentlichen Bereichen scheint die Weiblichkeit des Frauenfußballs betont zu werden. Thomas Alkemeyer, Professor für Sport und Gesellschaft an der Oldenburger Universität, deutet dies in der Männerdomäne Fußball als eine Suche nach Aufmerksamkeit und Anerkennung.

Die „schönste WM aller Zeiten“: Das spricht eine Kampagne zur Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen. In einem zugehörigen Werbespot zücken Spielerinnen während eines rasanten Spiels Lippenstift und Puderose, um sich auf dem Spielfeld zu schminken. Das Publikum staunt. Kernzielgruppe dieses Marketings sind junge Mädchen. Das merkt man auch am Slogan „schwarz-rot-goldig“ oder den rosa Fanartikeln.

Laut der Managerin der Nationalmannschaft, Doris Fitschen, steht das Team für Erfolg, Teamgeist und Fairness. Das habe man mithilfe der Marktforschung herausgefunden. Daneben, so scheint es, ist das Geschlecht der Spielerinnen von öffentlichem

Interesse. Fünf Spielerinnen präsentieren sich im aktuellen „Playboy“, auch um dem Klischee, Fußballerinnen seien „Mannweiber“, entgegenzuwirken.

Der Eindruck drängt sich auf, dass weiblich besetzte Eigenschaften neben entsprechenden Rollenklischees im Diskurs um die Weltmeisterschaft der Frauen betont werden. Dies mag in einer – zumindest in Europa – extrem männlich geprägten Sportart zunächst seltsam erscheinen. Für den Oldenburger Sportsoziologen Thomas Alkemeyer stellt Fußball in den meisten Ländern den „Kern der Männersportarten“ dar.

Eine Ausnahme bilden die USA; dort gilt – anders als in Deutschland – Fußball geradezu als Frauensportart. In einem Weltmeisterschaftsfinale wurde dort mit mehr als 90 000 Besuchern die bisher höchste Zuschauerzahl bei einem Frauenfußballspiel erreicht. Das Eröffnungsspiel der aktuellen Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen zwischen Deutschland und Kanada lockte am 26. Juni fast 74 000 Zuschauer in das Berliner Olympiastadion. Das heißt: Auch hierzulande wächst das Interesse am Frauenfußball.

Bei der öffentlichen Darstellung der Spielerinnen kann man den Eindruck bekommen, dass momentan nach Anerkennung gesucht wird. Ein möglicher Grund liegt laut Alkemeyer in der kurzen Geschichte des Frauenfußballs. Bis 1970 war Frauen das organisierte Fußballspielen durch den Deutschen Fußballbund (DFB) verboten.

Derselbe Verband hat nun jedoch eine eigene Direktion für Frauen- und Mädchenfußball eingerichtet. Direktorin wird Steffi Jones, die Präsidentin des Organisationskomitees der Weltmeisterschaft.

Auf dem Spielfeld müssen die Frauen auch glaubhaft machen, dass sie sich in einer Männerwelt als Frauen – entsprechend den öffentlichen Vorstellungen – präsentieren können. Interessant wäre aus sportsoziologischer Sicht, so erklärt Alkemeyer, zu prüfen, ob in der aktuellen Berichterstattung über den Fußball klassische, zumeist implizite und damit dem Bewusstsein weitgehend unzugängliche Sichtweisen auf Männer und Frauen weitergetragen werden. Wie wird der Frauenfußball präsentiert? Entsprechen Kameraführung oder -position bei der Berichterstattung der bei den Männern?



Professor Thomas Alkemeyer. FOTO: FR

Die kurze Geschichte des Frauenfußballs hat laut Alkemeyer auch zur Folge, dass es an einer eigenen Mythologie fehlt. Der Fußball der Männer ist aufgeladen mit Bildern, Geschichten und Erinnerungen, die sich immer wieder neu auf dem Rasen entfalten, unterstützt durch entsprechende Kommentare.

Kollektives Gedächtnis

Jeder Fußballfan kann das Dribbling von Maradona im Spiel gegen die englische Mannschaft im Viertelfinale 1986 aus der Erinnerung abrufen, ebenso den Elfmeter von Brehme im Weltmeisterschaftsfinale von 1990 oder den Kopfstoß von Zinedine Zidane 2006. Solche Momente prägen die Identität eines Spiels, sorgen für Legenden, Mythen und ein kollektives Gedächtnis. Der Frauenfußball hatte bislang zu wenig Zeit, um ein solches Gedächtnis auszubilden.

Bei einem Blick auf die Homepage der Bundesregierung wird Interessierten prophezeit, dass sich „20Elf von seiner schönsten Seite“ zeige. Eine Ausstellung im Bundeskanzleramt steht unter dem Motto „Frauen schreiben Fußballgeschichte“. Das noch junge Spiel der Frauen, so scheint es, beginnt Geschichte zu schreiben. Dabei befindet es sich auch auf der Suche nach Anerkennung und Aufmerksamkeit.