

Inhalt

INHALT	I
ABSTRACT	III
1. EINLEITUNG	1
1.1. MOTIVATION	2
2. FUßBALL ALS MÄNNERSPORT	4
2.1. GESCHLECHTERSTEREOTYPEN IM FUßBALL	4
2.2. DAS STADION ALS „MÄNNLICHE BASTION“	8
3. DIE FRAU ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR IM FUßBALL	14
3.1. DIE KUNDIN IN DER FUßBALLBUNDESLIGA	14
3.2. FRAUEN ALS „EVENT-FANS“	19
4. SPORTJOURNALISMUS ALS MÄNNERDOMÄNE	24
4.1. FRAUEN IM JOURNALISMUS	24
4.2. FRAUEN IM SPORTJOURNALISMUS	28
5. FRAUEN UND FUßBALL IN DER MEDIENWAHRNEHMUNG, IN LITERATUR UND FILM	34
6. ZWISCHENFAZIT	38
7. DIE WEBSEITE ALS JOURNALISTISCHE PLATTFORM	40
7.1. VOR- UND NACHTEILE EINER WEBSEITE ALS PLATTFORM	40
7.2. NETZGERECHTE AUFBEREITUNG VON INHALTEN	43
7.2.1. <i>Struktur und Navigation der Website</i>	43
7.2.2. <i>Grafische Gestaltung</i>	45
7.2.3. <i>Textaufbau und Sprache</i>	47
7.2.4. <i>Multimedia-Elemente</i>	51
8. DAS PROJEKT FUSSBALLFREUNDINNEN.DE	53
8.1. FUßBALL: EIN ONLINE-SPORT?	53
8.2. DIE FORM (3-4)	53
8.2. DIE ZIELGRUPPE VON FUSSBALLFREUNDINNEN.DE	55
8.3. TECHNISCHE GRUNDLAGEN UND STRUKTUR	56
8.4. DAS DESIGN	58
8.4.1. <i>Generelles Website-Design</i>	58
8.4.2. <i>Seiten-Design</i>	59
8.5. DIE INHALTE	61
8.5.1. <i>Recherche und Informationsakquise</i>	61
8.5.2. <i>Die Artikel</i>	63
8.5.3. <i>Multimedia-Elemente</i>	65
8.5.4. <i>Weitere Elemente und Inhalte</i>	67
9. DAS PROJEKT FUSSBALLFREUNDINNEN.DE: EINE REFLEXION	69
9.1. ANALYSE DES ARBEITSPROZESSES UND DER ERGEBNISSE	69
9.2. FRAUEN IM MÄNNERFUßBALL: EIN VERGLEICH VON THEORIE UND PRAXIS	72
10. FAZIT UND AUSSICHT	77
11. BIBLIOGRAFIE	79
11.1. MONOGRAFIEN	79
11.2. ANTHOLOGIEN	80

11.3. WEBSEITEN	81
11.4. ZEITUNGSARTIKEL (DRUCKFORM)	84
12. ANLAGEN	85
12.1. GLOSSAR	85
12.2. INTERVIEWS	88
12.2.1 Interview: Petra Dahl, Stadionsprecherin bei Bayer 04 Leverkusen	88
12.2.2. Interview mit Diana Emberger, Institut für Geschlechterforschung an der Deutschen Sporthochschule Köln	95
12.2.3. Christina Graf, Sportjournalistin und Fußball-TV-Kommentatorin bei SKY	101
12.2.4. Interview mit Katrin Müller-Hohenstein, Moderatorin ZDF Sportstudio	108
12.2.5. Interview mit Daniela Schulz, Sportjournalistin und Autorin des Fußball-Romans „Kurvengänge“	111
12.2.6. Interview mit Esther Sedlaczek, Sportmoderatorin bei SKY	119
12.2.7. Interview mit Dr. Almut Sülzle, Ethnologin am Institut für Kulturwissenschaften an der Universität Marburg	123
12.2.8. Interview mit Ulrike von der Groeben, Sportjournalistin und Moderatorin bei RTL aktuell	127
12.3. WEITERE FRAGEN UND RÜCKMELDUNGEN	132
12.3.1. Adidas AG	132
12.3.2. Jako AG	134
12.3.3. Merchandisingabteilung FC Bayern München	135
12.3.4. Umfrage auf Reddit.com (Internationale Diskussionsplattform)	136
12.4. FUSSBALLFREUNDINNEN.DE: DIE INHALTE	137

Abstract

Für diese Diplomarbeit wurde die Ausgangsfrage „Sind Frauen in der Welt des Männerfußballs eine unterschätzte Kraft?“ formuliert. Als praktische Diplomarbeit im Fach „Journalistik“ an der Technischen Universität Dortmund bedient die Arbeit in Folge zweierlei Plattformen: eine wissenschaftliche Aufarbeitung der Fragestellung, sowie ein Online-Projekt zum Thema „Frauen in der Welt des Männerfußballs“ in Form der Website „fussballfreundinnen.de“.

Im wissenschaftlichen Teil werden die Soziologie des Fußballs mit Fokus auf Geschlechterstereotypen, sowie deren historische und ökonomische Dimensionen näher aufgearbeitet. Anschließend wird die Arbeitsrealität von Journalistinnen in der Vergangenheit und heute (2013) erfasst. Der besondere Fokus liegt hierbei im Feld des Sportjournalismus. Zuletzt beleuchtet der wissenschaftliche Teil der Arbeit das Medium Internet als Plattform für journalistische Inhalte, sowie die Implementierung onlinejournalistischer Grundlagen auf einer selbst gestalteten Website.

Der praktische Teil dieser Diplomarbeit umfasst die Website fussballfreundinnen.de. Zweck dieser Internetseite ist es, weibliche Fußballfans sowie angehende Sportjournalistinnen anzusprechen und zugleich das Spektrum journalistischer Darstellungsformen anhand eines Themas (Frauen im Männerfußball) widerzuspiegeln.

Für diese Diplomarbeit wurden zahlreiche journalistische Interviews geführt (mit weiblichen Fußballfans, Sportjournalistinnen und anderen in diesen Sport involvierten Frauen). Die Inhalte der Gespräche wurden nicht nur auf der Website genutzt, sondern auch in die wissenschaftliche Analyse mit einbezogen.

Während jedoch die wissenschaftliche Analyse als neutrale Ebene der Aufarbeitung dient, erforderte die journalistische Umsetzung auf einer Website andere, am *User* orientierte, Herangehensweisen. fussballfreundinnen.de ist kein tagesaktuelles Medium und vermittelt dennoch journalistische Inhalte. Die Herausforderung bestand demnach

darin, die Inhalte derart aufzubereiten, dass sie trotz ihrer Aktualität zeitlos für den Internetnutzer erscheinen.

Eine weitere Schwierigkeit bei der Umsetzung dieser Diplomarbeit bestand sicherlich darin, sexistisch relevante Aspekte im gesellschaftlichen Kontext neutral zu betrachten und zu analysieren. Denn die Fachliteratur sowie viele für das Projekt geführte Interviews und Recherchen verdeutlichen, dass Frauen, sowohl im Umfeld des Fußballs als auch des Sportjournalismus noch immer mit einer Sonderrolle bedacht werden.

Die Ausgangsthese kann nach eingehender Analyse des Themas als weitestgehend verifiziert betrachtet werden.

1. Einleitung

Wie sieht der typische deutsche Fußballfan aus? Ein bierbäuchiger Mann zwischen 25 und 45 Jahren, bekleidet mit Fanschal und Trikot seines Lieblingsvereins, Bier trinkend und grölend auf der Stadiontribüne steht? Nur wenigen Menschen würde vermutlich in den Sinn kommen, sich eine Frau als „typischen Fußballfan“ auszumalen. Doch woher kommt dieses Bild vom Fußball als Männersport? Warum denkt man, wenn man von Sportreportern spricht, zunächst an Legenden wie den ehemaligen ZDF-Sportstudiomoderator Dieter Kürten oder ARD-Sportschau-Urgestein Werner Hansch und nicht an Sabine Töpperwien, die als erste Frau in der WDR 2-Bundesligakonferenz Spiele für den Hörfunk kommentierte?

Die Antwort ist vermeintlich einfach: Fußball war schon immer ein von Männern dominierter Sport. Aber ist das gestiegene Interesse von Frauen am Fußball, wie es zu jedem großen Turnier der letzten zwanzig Jahre von den Medien angeführt wird, wirklich so neu? Haben weibliche Fans und Sportjournalistinnen grundsätzlich ein geringeres Fachwissen als ihre männlichen Kollegen? Und schließlich: Werden Frauen in der Welt des Männerfußballs unterschätzt? Diese abschließende Frage soll als Basisthese für meine Diplomarbeit dienen.

Um dieses komplexe Thema von möglichst vielen Seiten beleuchten zu können, möchte ich nicht ausschließlich auf die wissenschaftliche Literatur zurückgreifen; nicht zuletzt deswegen, weil sich die Quellenlage in vielen Fällen als sehr unergiebig erwiesen hat.

Deshalb ist dies eine zweigeteilte Diplomarbeit, die sowohl der Thematik „Frauen im Männerfußball“ als auch der Tatsache gerecht wird, dass es sich hierbei um eine Abschlussarbeit im Fach „Journalistik“ handelt.

Der erste Teil dieser Diplomarbeit ist eine Website, welche das Thema von möglichst vielen Seiten multimedial beleuchtet. Sie soll zugleich Informationen vermitteln, als auch interessierte User anlocken und unterhalten. Verschiedene Aspekte aus dem Themenbereich „Frauen und

der Männerfußball“ werden hier in verschiedenen journalistischen Darstellungsformen aufgearbeitet.

Der zweite Teil ist die hier vorliegende wissenschaftliche Untersuchung der Thematik. Darin werden Geschlechterstereotypen im Fußballsport, unter Fußballfans und in der Sportvermarktung vertieft. Außerdem erfolgt ein Blick auf die Situation von Frauen im Journalismus und natürlich insbesondere auf ihre Rolle in der Sportberichterstattung.

Anschließend erfolgt eine Analyse und Bewertung des Mediums „Website“ als Plattform für die gewählte Thematik.

Zum besseren Verständnis sei gesagt, dass diese Diplomarbeit derart konzipiert ist, dass sowohl der wissenschaftliche Teil von der Grundlage der journalistisch aufgebauten Website profitieren soll (zum Beispiel durch zahlreiche zum Thema geführte Interviews), als auch umgekehrt die journalistischen Inhalte von der wissenschaftlichen Recherche und Analyse im Theorieteil profitieren sollen.

1.1. Motivation

Als Frau, Fußballfan und Journalistin sieht man sich selbst im Jahre 2013 noch häufig mit Vorurteilen, Klischees und Stereotypen konfrontiert. „Frauen haben keine Ahnung von Fußball“, „Ich finde Fußballkommentatorinnen schrecklich – die quäen immer so“ oder „Frauen, die im Stadion grölen und pöbeln, gehen gar nicht“ sind nur einige der Sätze, die ich von männlichen Freunden und Bekannten gehört habe. Dabei kann ich durchaus behaupten, dass keiner dieser Fußballfans ein ausgemachter Chauvinist oder unemanzipiert ist – im Gegenteil. Doch wenn es um den Fußball geht, dann scheint es häufig, als würde die innere Uhr mancher Männer um 50 Jahre zurück gedreht. Dieses spannende Phänomen, das mir bei anderen Mannschaftssportarten, wie zum Beispiel Feldhockey oder Volleyball, noch nicht begegnet ist, hat mich unter anderem dazu bewogen, mich mit dem Thema „Frauen und Männerfußball“ näher zu beschäftigen.

Die Form einer Website habe ich deswegen ausgewählt, weil ich dabei die vielen praktischen Aspekte aus dem Journalistikstudium einbringen kann. Zudem werden über dieses Medium die Ergebnisse meiner Untersuchungen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht und sind nicht nur für diejenigen verfügbar, die über den Ausweis einer Universitätsbibliothek verfügen. Bei einem Thema, das Massen fasziniert, wie der Fußball, erschien mir das „Massenmedium“ Internet als die geeignete Plattform.

Zuletzt sind es natürlich mein großes Interesse am Fußball und am Sportjournalismus, die mich zu dieser Arbeit motiviert haben. Neben der Politik und der Wirtschaft, ist der Sport (und dabei insbesondere der Fußball) die dritte große Säule im deutschen Journalismus. Alleine deshalb lohnt es sich für eine junge Journalistin, sich mit diesem Thema ausgiebig zu befassen.

2. Fußball als Männersport

2.1. Geschlechterstereotypen im Fußball

Der Fußball genießt in Deutschland traditionell den Ruf eines Männersports. Dies wird alleine schon darin deutlich, dass wir, wenn wir von Fußball sprechen, ganz automatisch den Männerfußball meinen. Wie MÜLLER (2009) betont, muss

„eine zusätzliche Geschlechtsbestimmung [muss] nur bei den Frauen erfolgen, so z.B. im Vereinsnamen der derzeit besten deutschen Frauenmannschaften: dem 1. *Frauen* FußballKlub Frankfurt und dem ersten *Frauen* FußballKlub Turbine Potsdam.“ [sic] (S. 298)

Eine mögliche Erklärung dieser Selbstverständlichkeit, den Fußball von vorne herein als männlich anzusehen, ist, dass der Sport als solcher lange Zeit generell den Männern vorbehalten war. Diana Emberger vom Institut für Geschlechterforschung an der Deutschen Sporthochschule in Köln betont dazu im Interview¹, dass das soziale System Sport „fast schon über Jahrhunderte“ ausschließlich auf den Mann ausgerichtet war. Grund dafür ist eine enge Verknüpfung des Sports mit dem Schulsystem und insbesondere der Eliteschulen für Jungen.

Einen ähnlichen Aspekt schneidet auch SELMER (2004) an. Sie verknüpft den Fußball als kampfbetonten Sport mit dessen Rolle rund um die beiden Weltkriege:

„Im Zuge der zunehmenden Militarisierung der Gesellschaft entwickelte sich die Vorstellung, dass das, was den Männern auf dem Fußballplatz abverlangt wurde, sie auch für den Krieg vorbereitete, dass soldatische und sportliche Tugenden in eins gesetzt werden konnten“ (S. 112).

Auch Emberger unterstützt diese Meinung. Alleine anhand der Terminologie des Fußballs sei ein klarer Bezug zum Militärischen zu

¹ Vgl. Interview mit Diana Emberger (Anhänge, S. 95)

erkennen: Man „schießt“ ein Tor, man geht in den „Zweikampf“, man macht eine „Blutgrätsche“².

Interessanterweise gilt das Bild vom männlichen Fußball jedoch längst nicht überall. MÜLLER (2009) bemerkt dazu, dass in Ländern „in denen der Fußball weniger populär ist, wie z.B. den USA, China oder Norwegen, das Spiel auch in deutlich geringerem Umfang als geschlechtsspezifisch konnotiert wahrgenommen“ wird (vgl. S. 297 f.). Ein Artikel des TAGESSPIEGELS bestätigt dies und zitiert dazu den US-amerikanischen Radiomoderator Jime Rome mit den Worten: „Eher würde ich meinem Sohn Schlittschuhe und eine glitzernde, paillettenbesetzte Bluse in die Hand drücken als einen Fußball.“³ Auch eine nicht repräsentative von mir durchgeführte Kurzbefragung im Internetportal *reddit.com*⁴ bestätigt dieses Bild. Der einzige Mann, der Fußball dabei als „kind of a women’s thing“ (eher ein Frauen-Ding) bezeichnete, kam aus den Vereinigten Staaten. Die vermeintliche Männlichkeit des Fußballs ist also keineswegs global.

Nichts desto trotz lässt sich die Männlichkeit des Fußballs insbesondere in Europa nicht abstreiten. Denn nicht nur historisch, sondern auch soziologisch betrachtet, ist das im Fußball widergespiegelte aggressive, kämpferische Verhalten klassischerweise männlich besetzt. Frauen hingegen werden, damals wie heute, eher Attribute wie Sanftheit, Mitgefühl oder Fürsorglichkeit zugeschrieben (vgl. SELMER, S. 20).

Wenn Frauen (insbesondere weiblichen Fußballfans aber auch Spielerinnen) diesen Stereotypen nicht entsprechen, wird dies gesellschaftlich tendenziell negativ bewertet – von Männern wie von Frauen.

Auch PFISTER und FASTING (2004) unterstützen diese These und erweitern sie neben den charakterlichen Aspekten um das optische

2 Vgl. Interview mit Diana Emberger (Anhänge, S. 95)

3 Vgl. TAGESSPIEGEL.DE, Artikel: „Spielfeld der Geschlechter“ von Eva-Maria Götz vom 01.04.2008

4 Vgl. Zitate aus der Befragung auf *reddit.com* (Anhänge: S. 136)

Erscheinungsbild: „Die gesellschaftlich verankerten Schönheits- und Frauenideale auf der einen und die im Sport geforderten Merkmale und Verhaltensmuster auf der anderen Seite scheinen nicht kompatibel zu sein.“ (S. 138)

Daraus könnte man schließen, dass ein Fußballer, der zu weiblich erscheint, in diesem Sport ebenso aus dem Raster fällt, wie eine zu maskuline Frau. Tatsächlich bedeuten Rollen- und Geschlechterstereotypen keineswegs nur für Frauen, die sich in der Welt des Fußballs bewegen, eine Einschränkung. SELMER erklärt diesen Umstand unter anderem anhand des Beispiels des ehemaligen Nationalspielers und heutigen (2013) Nationalmannschaftsmanagers Oliver Bierhoff:

„Die Vorstellung, dass sich feminine Züge, seien es Frisur (nicht einfach nur Haare), Sauberkeit, Glattheit und Nettigkeit schlecht mit den Anforderungen des männlichen Fußballprofis vertragen, ist weit verbreitet.“ (S. 148)

Diana Emberger schränkt diese Betrachtungsweise bedingt ein. Spielern, wie David Beckham, der als erster *Metrosexueller* von sich reden machte, sei es durchaus erlaubt, die Geschlechtergrenzen in Einzelfällen zu sprengen. Allerdings sei dies nur möglich, wenn der Spieler sich als „Nationalheld“ hervorgetan habe.⁵ Dieses Argument, beziehungsweise diese Voraussetzung, wird auch gerne in der Diskussion um möglicherweise homosexuelle Fußballprofis bemüht.

Weibliche Spieler haben das umgekehrte Problem. Sie müssen damit leben, als Mannsweiber oder gar Kampfesben betitelt zu werden, wenn sie männliche Attribute wie kurzes Haar oder eine forsche Spielweise aufweisen. PFISTER und FASTING bestätigen allerdings in ihrer Untersuchung, dass dieser Konflikt mit dem weiblichen Rollenbild auch unter den Spielerinnen selbst noch nicht gelöst ist:

„Während einige Spielerinnen meinten, dass Fußball eine männliche Sportart sei, die eher männlich orientierte Frauen anzöge oder auch männliche Verhaltens-

⁵ Vgl. Interview mit Diana Emberger (Anhänge, S. 96)

muster vermittele und das männliche Frauen häufig homosexuell seien, entlarvten andere Befragte diese Zusammenhänge als stereotyp.“ (S. 146)

Doch nicht nur Fußballerinnen, sondern auch weibliche Fans sehen sich durch diese Dichotomie von beidem, Geschlecht und Erwartungen, gleich mehreren Problemen gegenüber. Bedienen sie die klassisch weiblichen Verhaltensmerkmale und die klassische weibliche Optik nicht, wird ihnen womöglich ihre Weiblichkeit abgesprochen oder sogar ein „Anbiedern“ an die männlich geprägte Fußballkultur unterstellt.⁶ Umgekehrt ist es für sie beispielsweise aber auch nicht empfehlenswert ihre Weiblichkeit im Stadion zur Schau zu tragen. Insbesondere unter weiblichen Fans sind Frauen, die geschminkt und zurechtgemacht ein Spiel besuchen, nicht gerne gesehen. Oft wird ihnen sogar unterstellt kein echter Fan zu sein. Stefanie WETZEL (2000) beschreibt dieses Phänomen als „Konflikt mit dem eigenen Rollenbild“ (S. 87), dem viele weibliche Fußballfans unterliegen.

Dieser Rollenkonflikt wird also keinesfalls von Männern alleine verursacht. Überraschenderweise zeigen gleich mehrere Untersuchungen (unter anderem von SELMER, WETZEL und ZEEH, 2010) dass Frauen selbst ihre schärfsten Kritikerinnen sind, wenn es um die weibliche Geschlechtsidentität im Fußballkontext geht.

So kritisieren Frauen an anderen weiblichen Fans oft das *Groupie*-Verhalten, sprich das Schwärmen für einen bestimmten Spieler. Was in einem anderen gesellschaftlichen Zusammenhang (zum Beispiel das Schwärmen für einen Musiker oder Schauspieler in einer *Peergroup*) als völlig normal und akzeptabel gelten würde, wird im Bereich Fußball als negativ erachtet. Auch Daniela Schulz, Sportjournalistin und Autorin des Fußballromans „Kurvengänge“, bestätigt im Interview, dass dieses Thema häufig zu Streitereien in ihrem reinen Frauenfußballfanclub geführt habe.⁷ SELMER beschreibt diesen Konflikt mit einem Bild, das die festgeschriebenen Geschlechterrollen verdeutlicht:

⁶ Vgl. Interview mit Dr. Almut Stülzle (Anhänge, S. 123)

⁷ Vgl. Interview mit Daniela Schulz (Anhänge, S. 113)

„Kleine Jungs, die sich um einen Fußballer drängen um ein Autogramm zu bekommen, ihn einmal anzufassen oder gar mit ihm zu sprechen, sind junge Fans, die ihr Idol verehren. Kleine Mädchen, die das tun, sind kleine Mädchen, die für einen Spieler schwärmen.“ (S. 123 f.)

2.2. Das Stadion als „männliche Bastion“

Aus dem historischen Kontext heraus, dass Frauen selbst lange nicht aktiv im Fußball waren, entwickelte sich rasch das Bild vom männlichen Sport Fußball. Dieses wiederum griff schnell vom Platz auf die Ränge über. Und obwohl heutzutage immer wieder gerne in den Medien betont wird, dass Frauen den Fußball neu für sich entdecken, ist dieser Gedanke ein Trugschluss. Jennifer TÖPPERWEIN (2010) kommt in ihren Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass Frauen bereits in den frühen Jahren des Fußballsports ein fester Bestandteil des Stadionpublikums waren:

„Aber schauen wir doch in die Vergangenheit und blättern durch historische Zeitungen und in Jahrbüchern der Vereine. Überall finden wir Fotos von den Zuschauerrängen: Männer und Frauen stehen und sitzen dort und verfolgen das Spiel.“ (S. 25)

Auch SELMER schließt sich dieser Meinung an. Sie belegt ihre These, dass Frauen schon immer etwa 20 Prozent des Fußballpublikums ausmachten, unter anderem durch englische Zeitungsartikel aus den 1920er Jahren, die von Frauen berichten, „die sich – teilweise mit Babys im Arm und ohne männliche Begleitung – aufmachten, um ihre Vereine auch zu Auswärtsspielen zu begleiten.“ (S. 25).

In der Tat scheint es so, als dass der Frauenanteil im Stadion geschichtlich ebensolchen Schwankungen unterliegt, wie die Zuschauerzahlen generell. Als Phase mit sehr niedrigem Frauenanteil im Stadion wird in der Forschung lediglich diejenige Zeit angeführt, in denen sich Gewalt und *Hooliganismus* in den Stadien ausbreiteten. In Deutschland war das in den 1980er Jahren der Fall (vgl. SELMER, vgl. S. 18). Während dieses

Zeitraums, so vermutet auch Almut Sülzle, sank der Frauenanteil auf etwa 15 Prozent ab.⁸

Heute liegt der Frauenanteil im Stadion verschiedenen Schätzungen zufolge bei etwa 25 bis 30 Prozent. Doch wie auch TÖPPERWEIN betont: „Glaubwürdige Vergleichszahlen für die neueren Studien gibt es also gar nicht. Tatsächlich gehen die meisten Fanforscher von diesem Anteil aus.“ (S. 31 f.)

Eine eigene Befragung der Vereine in der ersten Bundesliga (Saison 2012/2013) ergab ebenfalls keine zufriedenstellenden Ergebnisse, da viele Klubs die Anfrage nicht beantworteten, beziehungsweise mit einem Verweis auf den Datenschutz keine Zahlen übermitteln wollten – eine Problematik mit der sich auch schon Stefanie WETZEL in ihrer Studie auseinandersetzen musste (vgl. S. 30 f.).

Dennoch liefern folgende Angaben zumindest einen kleinen Einblick in die Zuschauerstruktur:

Frauenanteil im Stadion nach Angaben der Vereine in der 1. Bundesliga (Saison 2012/2013)		
Verein*	Zuschauerverteilung	Quelle des Vereins
FC Bayern München	Frauenanteil: 41%	Vereinsstichprobe beim Heimspiel vom 11.11.2012 gegen den SC Freiburg
Bayer 04 Leverkusen	Dauerkartenbesitzer: - männlich:75% - weiblich:20% - unbekannt: 5%	Zahlen aus der Saison 10/11
FC Schalke 04	Frauenanteil: 21,88%	Keine Angabe
FC Augsburg	Dauerkartenbesitzer: - männlich:84,79% - weiblich:17,94% Vereinsmitglieder: - männlich: 78,12% - weiblich: 21,88%	Zahlen aus der Saison 12/13
VfL Wolfsburg	Steigend	Aus Datenschutzgründen keine genauen Zahlen

⁸ Vgl. Interview mit Dr. Almut Sülzle (Anhänge S. 124)

Hannover 96	Frauenanteil: ca. 30 %	Keine Angabe
1. FC Nürnberg	Dauerkartenbesitzer: - männlich:80,8 % - weiblich:16,6 % - Business: 2,6 %	Keine Angabe
Fortuna Düsseldorf	Frauenanteil: ca. 25%	Keine Angabe

**Borussia Dortmund, Borussia Mönchengladbach, der Hamburger Sportverein, der SC Freiburg, VfB Stuttgart, Eintracht Frankfurt, Werder Bremen, Greuther Fürth, Mainz 05 und 1899 Hoffenheim haben keine Zahlen übermittelt.*

Obwohl die Tatsache, dass nur acht von 18 Vereinen (bei WETZEL waren es zumindest noch neun) überhaupt zu diesem Thema Stellung beziehen konnten oder wollten, nicht anders als traurig bezeichnet werden kann, so stützen die Zahlen doch zumindest grob die wissenschaftlichen Vermutungen des durchschnittlichen Frauenanteils im Stadion. Insbesondere, wenn man davon ausgeht, dass der Männeranteil unter den Dauerkartenbesitzern tendenziell größer ist als bei den Frauen und der Frauenanteil im Stadion den Anteil an Dauerkartenbesitzerinnen übersteigt, wie es einige Vereine in ihren Antwortschreiben nahe legten.

Doch was ist der Grund dafür, dass Frauen im Fußballstadion nicht wie in der Gesamtgesellschaft einen Anteil von rund 50 Prozent einnehmen, obwohl „offensichtliche Ausschlusspraktiken für Frauen nicht existieren“ (WETZEL, S. 25)?

Zum einen könnte man vermuten, dass das Interesse von Frauen am Fußball grundsätzlich niedriger ist als bei Männern. WETZEL unterstützt diese These anhand der Ergebnisse einer Studie („Sport-Markt-Media-Untersuchung zum Fußballgeschehen in Deutschland“ von 2000) der Vermarktungsgesellschaft UFA Sports GmbH: „Der Anteil der gemäß Top 2 am Fußball interessierten Frauen beträgt demnach 31% (Männer 55%)“ (S. 33)⁹.

⁹ Leider liegt mir diese Studie nicht vor, weswegen ich auf WETZELS Angaben vertrauen muss.

Außerdem, und das wird in der Fachliteratur durchaus schlüssig belegt, spielen sowohl eine soziale Erwartungshaltung, als auch der Zugang zum Fußball eine wichtige Rolle.

So ist es für ein Mädchen aus soziologischer Sicht noch immer nicht üblich, sich in einem männlich geprägten Umfeld zu bewegen. Fank WILLMANN (2007) zitiert passend dazu aus einem Interview mit einem weiblichen Fan (Kati): „Das hat uns so gut gefallen, da sind wir dann jede Woche mitgefahren, sogar auswärts. Fanden meine Eltern anfangs nicht so schön, als Mädchen und so. Mußte mir auch erst mal Regeln erklären lassen [sic]“ (S. 101).

Dieses Zitat verdeutlicht nicht nur die Probleme nonkonformen Verhaltens von Mädchen und Frauen im Kontext Fußball, sondern weist gleichzeitig auf den zweiten Aspekt, den Zugang zum Sport, hin. Wie SELMER betont, ist es in der kindlichen Sozialisierungsphase von Jungen beinahe selbstverständlich, mit dem Fußball in Berührung zu kommen und die Regeln erklärt zu bekommen, wohingegen Mädchen dies seltener erleben (vgl. S. 26). ZEEH verdeutlicht diesen Punkt wie folgt: „Der Papa oder der Freund: Tatsächlich ist in den meisten Fällen eine männliche Bezugsperson der Ursprung der Fußballbegeisterung [von Frauen]“ (S. 28).

Hinzu kommt, dass das Fußballstadion an sich für lange Zeit kein frauenfreundlicher Raum war und zum Teil bis heute nicht ist. Dies beginnt bereits mit der Infrastruktur, insbesondere im Bereich Hygiene. Damentoiletten sind selbst in den neuen, großen Arenen oft noch Mangelware. So beklagte sich Werder Bremen-Fan Linda im Interview vor dem Stadion über die wenigen Damentoiletten im Gästeblock der BayArena in Leverkusen: „Das würde ich mir sehr wünschen, dass die

Stadien da aufrüsten. Weil, Frauen gehen auch zum Fußball und müssen auf die Toilette und pinkeln nicht wie die Männer in die Ecke.“¹⁰

Auch WETZEL gelangte in ihrer Befragung weiblicher Fans zu denselben Ergebnissen (vgl. S. 79 f.)

Zudem herrscht im Fußballstadion häufig eine aggressive Stimmung vor, mit der Frauen aufgrund ihrer Sozialisation in der Regel nicht vertraut sind. Lautstarke Beschimpfungen des Gegners und Pöbeleien unter gegnerischen Fans empfinden viele Frauen, so beschreibt es SELMER, als unangenehm:

„(...) wahrscheinlich gehen mehr Frauen zum Fußball, wenn die Atmosphäre friedlicher ist, wahrscheinlich wird sie auch friedlicher, wenn mehr Frauen – und womöglich auch noch Kinder – anwesend sind.“ (S.106)

In der Spekulation darüber, dass Frauen sich auf die Atmosphäre im Stadion auswirken, sind sich Fans und Forscher jedoch uneins. Almut Sülzle betonte im Interview, dass sich Frauen (ihrer Meinung nach) nicht anders verhalten als ihre männlichen Kollegen: „Sie haben eine Freude an dem, was Fankultur ist und die machen sie mit.“¹¹ Dies sei jedoch nicht mit einer Anpassung an maskulines Verhalten gleichzusetzen. Wenn eine Frau im Stadion laut sei und vielleicht auch pöble, gelte dies nicht als Anbiederung an die Männer, sondern um die eben angeführte Fankultur, die nun einmal traditionell mit Männern assoziiert werde.

Schwierig wird es mit der Anpassung an die Fankultur jedoch, wenn Frauen sich abschätzigen Stereotypen zum Thema Weiblichkeit gegenüber sehen. Sexismus im Fußballstadion ist auch heute noch gang und gäbe. Häufig sind gerade weiblich konnotierte Formulierungen unter Fußballfans negativ besetzt, zum Beispiel „Der schießt wie ein Mädchen“ oder „Der hatte wohl gestern einen schlechten Fick oder warum spielt der

10 Vgl. www.fussballfreundinnen.de Audio-Slideshow „Wir sind die Mädels auf den Rängen“ (URL: www.fussballfreundinnen.de/im-stadion/wir-sind-die-m%C3%A4dels-auf-den-r%C3%A4ngen/)

11 Vgl. Interview mit Dr. Almut Sülzle (Anhänge, S. 126)

so schlecht?“ (vgl. PÖHLAND, 1995, S. 108). Und während es heutzutage (zu Recht) zum guten Ton gehört, dass sich Fußballvereine öffentlich gegen Rassismus und Homophobie aussprechen (vgl. PILZ et al., 2006, S. 94), scheinen Frauenfeindlichkeit und Sexismus noch immer ein unterschätztes Thema in den Stadien zu sein. SELMER bringt es folgendermaßen auf den Punkt: „Wenn man für einen Moment das Wort Fotze durch ‚Neger‘ oder ‚Schwuchtel‘ ersetzt, wird deutlich, wo das Problem liegt“ (S. 92).

Positive Beispiele gegen den Sexismus im Fußballstadion gibt es allerdings auch zu verzeichnen.

„Zum Heimspiel gegen Leverkusen präsentierte die ‚Schickeria‘ aus München in der Saison 2008 / 2009 das Transparent: ‚Der 12. Mann kann auch eine Frau sein! Gegen Sexismus!‘“ (TÖPPERWEIN, S. 46).

3. Die Frau als Wirtschaftsfaktor im Fußball

3.1. Die Kundin in der Fußballbundesliga

Wie bereits unter Punkt 2.2. erläutert, gilt das Fußballstadion noch immer als Bastion der Männlichkeit. Jedoch hat sich die Sicht der Fußballvereine auf den weiblichen Fußballfan insbesondere in den vergangenen zwanzig Jahren deutlich verändert. Nach dem Besucherknick während der Hochphase des Hooliganismus in den 1980er Jahren, bemühen sich die Clubs und deren Fanbeauftragte, verschiedene Besuchergruppen und darunter insbesondere die Frauen für sich (wieder) zu gewinnen (vgl. NERN, 2011, S. 16) – mit zum Teil amüsanten Auswüchsen. TÖPPERWEIN schreibt dazu:

„In Österreich war es bis Mitte 2009 sogar normal, Frauen bei Länderspielen ermäßigte Eintrittskarten zu verkaufen. Laut Preislisten des Österreichischen Fußballbundes (ÖFB) galten die Ermäßigungen für 'Pensionisten, Jugendliche bis 19 Jahre, Studenten, Behinderte, Präsenzdiener, Damen.'“ (S. 44).

Solche Ermäßigungen (die es auch in Deutschland gab¹²) sind jedoch nicht ausschließlich auf eine soziale Ader der Vereine und Veranstalter zurückzuführen. Vielmehr erfordern es wohl die gestiegenen Betriebskosten der großen Arenen, dass an Spieltagen möglichst wenige freie Plätze auf den Rängen verbleiben. Ganz davon abgesehen, dass Letztere auch die Sponsoren und Medienpartner, die inzwischen maßgeblich zur Finanzierung des Fußballbetriebs beitragen, wenig erfreuen dürften (vgl. SELMER, S. 143). Tatsächlich unterhalten heutzutage viele große Vereine spezielle Familienblöcke, die von den klassischen männerdominierten Fanblöcken im Rest des Stadions getrennt sind und den Besuchern zusätzliche Anreize bieten. Borussia Dortmund bietet in seinem Familienblock beispielsweise Fanschminken, Torwandschießen, eine Fotowand und regelmäßige Auftritte von

12 Vgl. SPIEGEL.DE: Artikel „Weibliche Fußball-Fans: 'Liebe Frauen, das Grüne ist der Rasen'“, 17.04.2013.

Maskottchen Emma an.¹³ Auch PÖHLAND hält fest: „Das samstagnachmittägliche Sportereignis soll zukünftig ein Freizeitvergnügen für Groß und Klein, ein Spaß für die ganze Familie werden.“ (S. 104)

Um Familien und damit auch Frauen und Mütter in die Stadien zu locken, bedarf es aber mehr – wie sich wohl auch der Lebensmittelhersteller Kraft Foods und der SV Werder Bremen dachten. Sie eröffneten am Weltfrauentag 2012 (8. März) mit der „Jacobs Ladies Lounge“ die bundesligaweit erste Loge speziell für Frauen. Jacobs-Sprecher Marco Gottschalk ist überzeugt:

„Das Angebot ist hochattraktiv: In einer grün-weißen Wohnzimmeratmosphäre erleben weibliche Fußballfans bei Kaffee, Kuchen die Heimspiele des SV Werder in einem ganz besonderen Ambiente.“¹⁴

Obwohl man mit solchen Angeboten bei den Vereinen sicherlich nur die besten Absichten verfolgt, helfen sie vermutlich nicht, mehr Frauen in die Stadien zu bringen. Denn wie SELMER betont:

„Ebenso wenig wie 'die Fans' wirklich 'die Fans' sind, sind die Frauen im Stadion eine homogene Gruppe, die durch eine gezielte und vielleicht zu kritisierende Kommerzialisierungsstrategie 'angelockt' wird“ (S. 143).

Es stellt sich die Frage: Müssen Frauen (bezüglich der Marketingstrategien der Vereine) wirklich immer speziell mit Hinblick auf ihr Geschlecht angesprochen werden?

Viele weibliche Fans wollen sich gar nicht vom männlichen Otto-Normal-Fan abgrenzen und fordern keine Sonderbehandlung. Einzig einige infrastrukturelle Voraussetzungen scheinen sich positiv auf die Bereitschaft der Frauen auszuwirken, das Stadion zu besuchen. Natascha Tschernoster und Angelika Mikus schreiben dazu in einem ZEIT.DE-Artikel:

13 Vgl. BVB.DE: „REWE Familienblock“

14 Vgl. WERDER.DE: Pressemeldung „Kraft Foods bietet erste 'Frauenloge' der Bundesliga an“, 21.09.2012.

„Die Vereine haben sie an die Bedürfnisse der weiblichen Fans angepasst. Seit der WM 2006 sind sie komfortabler und sicherer geworden. Es gibt mehr Damentoiletten, breitere Fluchtwege, mehr Ordner und Videoüberwachung auf den Stehtribünen.“¹⁵

Obwohl in diesen Bereichen sicherlich noch weiterer Verbesserungsbedarf besteht (vgl. 2.2.), ist tatsächlich bereits eine positive Entwicklung bei der Ausstattung der Stadien und der Integration weiblicher Fans zu verbuchen. (vgl. NERN, S. 11).

Das gestiegene Interesse der Vereine an der Frau als Kundin in der Fußballbundesliga lässt sich zusätzlich am Sortiment von Merchandisingprodukten ablesen. Viele Vereine bieten heute in ihren Fan-Shops zahlreiche Produkte oder zum Teil ganze Kollektionen an, die speziell für weibliche Fußballfans kreiert wurden. Eine von mir durchgeführte Zählung in den Online-Fanshops der Vereine in der ersten Bundesliga (Saison 2012/2013) ergab folgendes Ergebnis:

Merchandising-Artikel für Frauen*			
Verein	Anzahl Produkte	davon Bekleidung**	davon andere Artikel***
FC Bayern München	92	59	33
SV Werder Bremen	45	30	15
Borussia Dortmund 09	43	23	20
FC Schalke 04	43	30	13
Hamburger SV	36	22	14
Borussia Mönchengladbach	31	15	16
1. FSV Mainz 05	30	19	11
1. FC Nürnberg	26	18	8
Eintracht Frankfurt	23	17	6
Fortuna Düsseldorf	18	13	5

15 Vgl. ZEIT.DE: Artikel „Nur Tussis tragen rosa Fan-Schals“ von Natascha Tschernoster und Angelika Mikus, 17.08.2011.

VfL Wolfsburg	18	17	1
VfB Stuttgart	17	17	0
SpVgg Greuther Fürth	15	10	5
Bayer 04 Leverkusen	12	11	1
Hannover 96	9	8	1
SC Freiburg	5	3	2
FC Augsburg	3	1	2
TSG 1899 Hoffenheim	2	0	2

**Stand Juni 2013 (die Produktpaletten variieren selbstverständlich regelmäßig)*

*** dazu zählen auch Schals und Kappen*

**** dazu zählen Accessoires wie Schmuck, Schlüsselanhänger, Geldbörsen, Uhren (etc.) sowie Parfum und Haushaltsartikel wie Bettwäsche, Tassen und Anderes im „Damendesign“.*

Die erste augenfällige Information aus dieser Aufstellung ist, dass die verschiedenen Vereine stark differierende Zahlen an Damenartikeln anbieten. Überraschenderweise scheinen diese auch nicht automatisch mit der Größe des Vereins und seiner Anhängerschaft zu korrelieren. So ist es beispielsweise überraschend, dass Bayer Leverkusen vergleichsweise wenige Artikel für weibliche Fans im Merchandising-Programm führt. Dass der FC Bayern München jedoch bei der Produktauswahl für Frauen mit weitem Abstand führt, ist auch in Anbetracht der Popularität des Vereins im Ausland wenig überraschend. Interessant ist vielleicht auch zu bemerken, dass nur drei der 18 Bundesligavereine Trikots in Damengrößen bzw. mit Damenschnitt anbieten (FC Bayern München, FC Schalke 04 und Borussia Dortmund).

Doch was sind überhaupt Damenprodukte? Bei meiner Zählung habe ich mich sowohl nach der Kategorisierung der jeweiligen Online-Shops gerichtet („Produkte für Damen“ oder „Ladies-Collection“) als auch nach der Produktbeschreibung oder dem Produkttitel („Lady-Bettwäsche“). Bei anderen Produkten war eine Zuordnung aufgrund des Designs (rosa / mit Strasssteinen besetzt) eindeutig. Der zuletzt genannte Faktor ist in der

weiblichen Fanszene ein beliebtes Streitthema. TÖPPERWEIN beschreibt diesen Konflikt mit leicht sarkastischem Unterton:

„Denn was soll sich die weibliche Zielgruppe sehnlicher wünschen als rosa Schals, mit Strasssteinen besetzte Schlüsselanhänger oder mit Glitterfäden gewebte Mützen? Bei besonders 'fortschrittlichen' Vereinen gibt es die Produkte wahlweise auch in Hellblau“ (S. 43).

Auch ZEEH beklagt, dass die Bemühungen der Vereine, auf weibliche Kunden zuzugehen, zwar lobenswert seien, man aber offenbar nicht viel über die weiblichen Fans wisse, wenn man pinkfarbene Merchandise-Artikel anböte (vgl. S. 5).

Diese Vermutung wird auch durch eine Aussage des Fußballbundesliga-Ausrüsters Jako bestätigt. Auf meine Anfrage, wie man denn im Unternehmen zu Frauenprodukten „in rosa und mit Glitzer“ stehe, antwortete Unternehmenssprecher Christoph Rohmer: „Grundsätzlich stehen wir neuen Trends sehr offen gegenüber und können uns ein Angebot von Fanartikeln in typischen Damenfarben sehr gut vorstellen.“¹⁶ Und auch die Merchandising-Abteilung des FC Bayern München antwortete auf diese Frage: „Rosa ist eine Farbe, die generell ein Stück für die Damen steht.“¹⁷

Hier wäre es sicherlich einfach Ignoranz zu unterstellen, denn was sind schon „typische Damenfarben“? Diesem Irrtum, dem die Vereine und Sportartikelhersteller hier aufsitzen, halten sie allerdings nicht als Monopol. Diana Emberger erklärt dazu: „Schlagen sie mal eine Broschüre für Kinderspielzeug auf. Da finden sie genau die Farben Rosa für Mädchen und Blau für die Jungs.“¹⁸ Obwohl man hier also durchaus von einem gesamtgesellschaftlich gefestigten Stereotyp sprechen kann, wirkt sich diese gestalterische Geschlechtertrennung im Fußballkontext besonders deutlich aus. Nicht zuletzt deswegen, weil Frauen (wie bereits in 2.1. und 2.2. beschrieben) ohnehin bereits eine Sonderrolle im sozialen System Fußball einnehmen. Aus diesem Grund (und ähnlich wie bei der vormals

16 Vgl. Antwortkatalog der Firma Jako (Anhänge, S. 134)

17 Vgl. Antwortkatalog FC Bayern München Merchandising (Anhänge, S. 136)

18 Vgl. Interview mit Diana Emberger (Anhänge, S. 100)

genannten Abschottung der Frauen im Stadion bei Kaffee und Kuchen) ist unter den weiblichen Fans auch bei den Fanartikeln keine zusätzliche Geschlechterteilung erwünscht – erst recht nicht, wenn diese von den Vereinen (sicherlich ohne böse Absicht) durch unterschiedliche und stereotype Fankleidung forciert wird. Autorin und Sportjournalistin Daniela Schulz erklärt dazu im Interview:

„Wenn also eine Uschifront¹⁹ pinkfarbene T-Shirts macht – die hatten zum Beispiel eine pinkfarbene Fahne – dann ist es okay, weil sie sich damit selber karikieren. Wenn ein Verein aber rosafarbene Schals macht, dann ist es von außen drauf gestülpt und dann funktioniert es nicht mehr.“²⁰

Aus diesem Grund wehren sich viele weibliche Fans gegen die stereotype Behandlung. „Die wohl bekannteste Initiative stammt von Anhängern der Frankfurter Eintracht. 'Stoppt Rosa!' heißt diese“ (TÖPPERWEIN, S. 47).

3.2. Frauen als „Event-Fans“

Das weit verbreitete Vorurteil, dass Frauen sich erst seit der Weltmeisterschaft 2006 für den Fußball interessieren, wurde bereits in 2.1. schlüssig widerlegt. Dennoch, und das soll nicht verschwiegen werden, hat dieses Turnier durchaus noch einmal für einen Zuwachs bei den weiblichen Fußballfans gesorgt. MARTIN und RESCH (2010) erklären, dass dies „in den Beobachtungsprotokollen verschiedener EM-Veranstaltungen (in Frankfurt und in Wien) gut dokumentiert“ wurde (S. 118). Als unbestritten gilt auch, dass sich tendenziell mehr Frauen für die großen Fußballereignisse wie EM und WM interessieren als für die Fußballbundesliga. SELMER sieht den Grund dafür in folgender Tatsache:

„Große Turniere (...) bilden [sie] ein weniger undurchsichtiges Universum von Tabellen, Torschützen und Statistiken als der Ligafußball und damit eine bessere Einstiegsmöglichkeit für die Frauen, die keine Fußballdatenbank im Kopf haben“ (S. 39).

19 Die Uschifront ist ein Frauenfanclub des 1. FC Köln (vgl. USCHIFRONT.DE)

20 Vgl. Interview mit Daniela Schulz (Anhänge, S. 113)

Zusätzlich war die WM im eigenen Land ein Großereignis, dem man sich kaum entziehen konnte: Austragungsorte wurden umgestaltet, Fans aus aller Welt bevölkerten deren Innenstädte und der Einzelhandel reagierte, indem er zahlreiche Produkte mit Fußball-Branding in Umlauf brachte.²¹ Kurzum, Fußballverdrossenen blieben (ähnlich wie beim Kölner Karneval oder dem Münchner Oktoberfest) nur zwei Möglichkeiten: Mitmachen oder ins Ausland/aufs Land fliehen.

Es scheint so, dass viele Frauen damals die erste Variante wählten. Denn die Omnipräsenz des Fußballs während eines Turniers rückte ihn in die breite Gesellschaft und erreichte somit auch Personen, die vorher kein besonders ausgeprägtes Interesse an diesem Sport hatten (vgl. NERN, S. 10).

Der gerne bemühte Vorwurf, Frauen seien lediglich „Event-Fans“, ist also zumindest nachvollziehbar. SELMER erklärt:

„Klischees verdanken ihre Durchsetzungskraft ja nicht nur der Tatsache, dass sie so vielen Vorurteilen entgegenkommen, sondern sie sind manchmal eben einfach auch wahr.“ (S. 69)

Als Grund für das Klischee der Frau als „Event-Fan“ wird in der Literatur zumeist der Party-Charakter solcher Großveranstaltungen angeführt. Im Gegensatz zu einem klassischen Bundesligaspiel ist dieser bei Welt- und Europameisterschaften deutlicher ausgeprägt. Ein Rahmenprogramm mit Musik, Spielen und Gemeinschaft beim *Public Viewing* ist auch für Menschen interessant, die sich normalerweise nicht in besonderem Maße für Sport begeistern können. Diana Emberger spricht in diesem Zusammenhang von Frauen, die „aufgrund von sozialen Gruppen und Zusammengehörigkeitsgefühlen“ den Fußball-Event besuchen.²² MARTIN und RESCH konkretisieren:

21 Vgl. DONEWS.DE: Artikel „Die Ruhe vor dem Fan-Ansturm“ von Marco Stapelmann (ohne Datumsangabe) und FAZ.DE: Artikel „Vorsicht vor WM-Brötchen“ (ohne Autorenangabe), 02.12.2005.

22 Vgl. Interview mit Diana Emberger (Anhänge, S. 97)

„An öffentlichen Orten muss man sich nicht die ganze Zeit dem vielleicht langweiligen Spiel widmen. Das umliegende Geschehen kann zur eigenen Unterhaltung verwendet werden, ohne den Partner vom Spiel ablenken zu müssen und ihn dadurch möglicherweise zu nerven“ (S. 120).

Selbstverständlich sind jedoch nicht alle Frauen auf den Fanmeilen nur wegen der Party dabei. MARTIN und RESCH betonen auch, dass diejenigen Frauen, die sich auch außerhalb von EM und WM für Fußball interessieren, in der Darstellung weiblicher Fans im Turnierkontext häufig übergangen werden (vgl. S. 118).

Generell scheint es, als ob die despektierliche Bezeichnung „Event-Fan“ sehr eng an Frauen geknüpft ist, während der „Erfolgsfan“ geschlechtsneutral als Schimpfwort unter Fußballanhängern gebraucht wird. Almut Sülzle bestätigt, dass „es ganz selten gesehen wird, dass bei diesen Großereignissen die Männer, die da dabei sind, manchmal genauso nicht Fans sind. Aber denen wird immer unterstellt, dass sie echte Fans wären.“²³

Woher dieses Vorurteil stammt, wurde nach meinem Kenntnisstand noch nicht wissenschaftlich untersucht. Dennoch lässt sich über mögliche Gründe ausgiebig spekulieren. Ein Ansatzpunkt wäre dabei der höhere Anteil von Frauen auf Fanmeilen im Vergleich zum Frauenanteil im Stadion bei Bundesligaspielen. Dieser legt nahe, dass sich viele Frauen bei EM- und WM-Veranstaltungen nicht für den Ligafußball interessieren und somit unter echten Fans nicht als solche durchgehen. Zum zweiten, darüber spekulieren MARTIN und RESCH, suggeriere die Aufmachung mancher Frauen („mit Blumenketten, Haarkränzen und -bändern in Nationalfarben“, S. 119), dass es den Damen bei einem Besuch der Fanmeile eher darum ginge zu flirten als die Spiele zu verfolgen.

Eng mit diesem Punkt verknüpft ist auch hierbei das Merchandising für Frauen zu Turnieren. In einem Artikel der Zeitschrift TEXTILWIRTSCHAFT zur Fußball-Europameisterschaft 2012, beschrieb Dr. Peter Rohlmann,

²³ Vgl. Interview mit Dr. Almut Sülzle (Anhänge, S. 125)

Inhaber von PR Marketing in Rheine, die Möglichkeiten des Turnier-Merchandisings:

„Gerade die latenten Fußball-Fans, also jene, die nur zu EM und WM zum Fan werden, sich mit dem regulären Spielbetrieb in den Ligen aber kaum befassen, kaufen (...) vermehrt Fan-T-Shirts, wie sie P&C, C&A, S. Oliver, Hallhuber und Kik aktuell im Angebot haben.“²⁴

Das angesprochene Angebot ist oft (wie bereits im Ligakontext unter 3.1. ausführlich behandelt) stark von Geschlechterstereotypen geprägt, und zwar nicht nur bei den Einzelhandelsketten, sondern auch von offizieller Seite.

So verweisen MARTIN und RESCH auf Fanpakete, die der Deutsche Fußballbund (DFB) im Rahmen der Europameisterschaft 2008 verkaufte. Diese waren nach Geschlechtern getrennt. Beide Pakete enthielten ein T-Shirt, eine Kappe und einen Schal. Im Damenpaket gab es zusätzlich Schminke, wobei Männer stattdessen eine Deutschlandfahne erhielten (vgl. S. 119). Zwar gibt es diese Pakete heute nicht mehr zu kaufen, dennoch bietet der DFB (unter anderem) noch stereotype Frauenprodukte an, darunter zwei T-Shirts: eines mit der Aufschrift „schwarz rot Goldig“ und ein anderes mit dem Namen „Glitter“ in lila.²⁵

Die beliebten Retro-Trikots (angelehnt an das Design der 1954er Weltmeister-Shirts) wie für die Herren, gibt es in der Damenkollektion nicht. Interessanterweise stammen diese speziellen Damen-Produkte nicht vom Nationalmannschaftsausstatter Adidas. Dort antwortete man mir auf meine Anfrage zu Frauenprodukten:

„Caps, Schals oder andere Accessoires sind (...) nicht spezifisch für ein Geschlecht ausgerichtet. Im Gegenteil sie stellen eine günstigere Alternative für alle Fußballfans dar, die eventuell kein Trikot kaufen möchten aber dennoch die Farben ihrer Mannschaft tragen wollen [sic].“²⁶

24 Vgl. TEXTILWIRTSCHAFT.DE: Artikel „Der Ball rollt“ (ohne Autorenangabe), 13.06.2012.

25 Vgl. DFB-FANSHOP.DE: Artikelauswahl für Damen

26 Vgl. Antwortkatalog Adidas (Anhänge, S. 133)

Ob man weibliche „Event-Fans“ anhand solcher Produkte auf der Fanmeile identifizieren kann, wie MARTIN und RESCH es suggerieren, bleibt dahingestellt. Es kann jedoch als gesichert angesehen werden, dass die Kauflust der Frauen für Fußballprodukte, insbesondere zu den großen Turnieren der vergangenen Jahre, gestiegen ist. Adidas bestätigt diesen Trend: „Im Vergleich: 2012 wurden vom Damentrikot der DFB Herren mehr als doppelt so viele Trikots verkauft als noch zur WM 2010.“²⁷

²⁷ Vgl. Antwortkatalog Adidas (Anhänge, S. 132)

4. Sportjournalismus als Männerdomäne

4.1. Frauen im Journalismus

Ebenso wie der Fußball, galt auch der Journalismus lange Zeit als klassische Männerdomäne. Doch während Frauen in diesen Berufszweig (wie auch in anderen) lange Zeit zahlenmäßig unterrepräsentiert waren, ist in den vergangenen Jahrzehnten eine deutliche Steigerung des Frauenanteils im Journalismus zu verzeichnen. So berichtet Elisabeth KLAUS 1998 noch:

„Insgesamt kann also mit einiger Sicherheit davon ausgegangen werden, daß heute rund 30% der Journalisten Frauen sind und es mehr als 10.000 festangestellte Journalistinnen in Deutschland gibt [sic].“ (S. 154 f.)

Diese Zahl hat sich innerhalb von zehn Jahren zugunsten der Frauen deutlich erhöht. Johanna SCHWENK (2006) geht bereits von einem medienübergreifenden Journalistinnenanteil von etwa 40 bis 47 Prozent aus (vgl. S. 276 f.) Dennoch weist der Frauenanteil in den verschiedenen Medien deutliche Unterschiede auf. Während im Zeitschriftenbereich sogar mehr Frauen als Männer beschäftigt sind (vermutlich aufgrund der großen Anzahl von Frauenzeitschriften) und sich auch im Fernsbereich (öffentlich-rechtlich und privat) der Frauenanteil gegenüber früheren Studien deutlich erhöht hat, ist der Frauenanteil bei den Tageszeitungen weniger deutlich angestiegen (vgl. SCHWENK, S. 190). Im öffentlich-rechtlichen Fernsehen bewegt sich der Frauenanteil der verschiedenen Sendeanstalten sogar zwischen 44 und 55 Prozent (vgl. LESSELWASCHBÜSCH, 2008, S. 124). Aktuelle verlässliche Zahlen zum Frauenanteil in den privaten TV-Sendern und den privaten Hörfunkanbietern liegen derzeit leider nicht vor.

Festzuhalten bleibt jedoch, dass Frauen im Journalismus im Jahr 2013 sicherlich nicht mehr zu einer Minderheit zählen.

Was die Zahlen jedoch auch zeigen, ist die Tatsache, dass Frauen auch heute noch seltener in Führungspositionen vertreten sind als ihre männlichen Kollegen. Diese Problematik hat sich auch in den vergangenen Jahren nicht maßgeblich verändert. WEISCHENBERG (1994) hielt schon vor beinahe 20 Jahren fest:

„Bei den Positionen in der Hierarchie zeigt sich deutlich, daß auf den unteren Ebenen weibliche Medientätige stärker vertreten sind, es aber nur wenigen Journalistinnen gelingt, in Leitungspositionen vorzudringen [sic]“ (S. 21).

Auch KLAUS und SCHWENK kommen in ihren Studien zu demselben Ergebnis. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass weibliche Medientätige in der Regel eine bessere Qualifikation aufweisen als männliche. So ermittelte unter anderem SCHWENK in ihrer Studie: „82 Prozent der befragten Journalistinnen, aber nur 68 Prozent der befragten Journalisten, können ein abgeschlossenes Studium oder eine Promotion vorweisen“ (S. 267). Zudem scheint bei Frauen eine höhere Bereitschaft zur Weiterbildung zu bestehen. REHBERG (2002) vermutet, dies läge an der Tatsache, dass Frauen im Journalismus genau wüssten, dass sie nur mit einer herausragenden Qualifikation eine Chance hätten, gegen die männliche Konkurrenz zu bestehen (vgl. S. 179 f.).

Hinzu kommt, dass Frauen unabhängig von Qualifikation, Position, Ressort, Familienstand und Dauer der Betriebszugehörigkeit „einfach aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit“ weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen (WEISCHENBERG, S. 50). KLAUS fasst diese Problematik wie folgt zusammen:

„Während Männer offensichtlich trotz geringer formaler Qualifikation in gut dotierte Positionen gelangen können, bleiben Frauen trotz hervorragender Qualifikation Leitungstätigkeiten versperrt oder sie werden schlechter dafür bezahlt“ (S. 170).

Auch die spätere Untersuchung von SCHWENK zeigt, dass sich an dem deutlichen Lohngefälle zwischen Männern und Frauen im Journalismus kaum etwas verändert hat (vgl. S. 269). In dieser Tatsache unterscheidet sich der Journalismus also nicht maßgeblich von der gesamtgesellschaftlichen Arbeits- und Berufswelt.

Doch nicht nur die reinen Zahlen implizieren eine Geschlechtertrennung im Journalismus. So sind Frauen zudem überdurchschnittlich oft in journalistischen Bereichen beschäftigt, die als klassisch weiblich gelten und vermeintlich weibliche Attribute von den Beschäftigten fordern. WEISCHENBERG hat die Verteilung von Männern und Frauen in den verschiedenen Ressorts untersucht und in folgender Tabelle aufgeschlüsselt.

Geschlechterverhältnisse nach Ressorts (Angaben in %)*			
Ressort	n	Männer (n=1034)	Frauen (n=464)
Aktuelles / Politik	270	74,2	25,8
Wirtschaft	85	77,5	22,5
Feuilleton	180	56,4	43,6
Sport	104	92,0	8,0
Lokales / Regionales	276	70,5	29,5
Unterhaltung	55	48,2	51,8
Wissenschaft	33	75,5	24,8
Soziales / Familie	25	46,1	53,9
Ratgeber / Service	21	35,5	64,4
Organisation / Produktion	88	79,6	20,4
Ohne Ressortzuordnung	361	65,3	34,7

* übernommen aus WEISCHENBERG, 1994, S. 20

Diese Übersicht verdeutlicht, dass Frauen insbesondere in den „weichen“ Ressorts mit Service-, Kultur- oder Unterhaltungscharakter tätig sind, während Männer in den prestigeträchtigen Kernbereichen des Journalismus, wie zum Beispiel Politik, Wirtschaft und Sport arbeiten (vgl. auch SCHWENK, S. 190).

Nun stellt sich offenkundig die Frage, ob Frauen einfach eher an diesen bunten Themenbereichen interessiert sind oder ob hier eine von Geschlechterrollen geprägte Vorverteilung erfolgt, die bewusst oder

unbewusst soziologisch bedingt ist. Sprich: Werden Frauen häufiger in diesen Bereichen eingestellt, weil man sie für kompetenter in Service- und Ratgeberfragen hält oder wählen Frauen diese Ressorts selbst?

SCHWENK ist diesbezüglich in ihrer Untersuchung zu einem interessanten Ergebnis gekommen. Sie fragte neben dem Ressort in dem die Journalisten zum Zeitpunkt der Befragung arbeiteten, auch das „Wunschressort“ ab, also das Ressort in dem der/die Befragte(r) gerne arbeiten würde. Dabei zeigte sich, dass „die Zuteilung von Frauen zu ‚weiblichen‘ Ressorts weniger aufgrund spezifischer Präferenzen, sondern eher aufgrund geschlechterrollenspezifischer Klischees erfolgt“ (S. 268). Dieses Ergebnis traf übrigens ebenso auf Männer zu, die beispielsweise im Bereich Politik arbeiteten, womöglich aber lieber in den Feuilleton wechseln würden.

Geschlechterstereotype spielen allerdings nicht nur bei der tatsächlichen journalistischen Arbeit eine Rolle, sondern beeinflussen Journalistinnen auch im sozial-privaten Bereich. So bemerkt LESSEL-WASCHBÜSCH:

„Beim journalistischen Nachwuchs punkten die Frauen immer stärker. Kritisch wird es aber oft noch, wenn Kinder ins Spiel kommen. Sie können nach wie vor zu Karrierebremse werden“ (S. 128).

Während dies wie eine Binsenweisheit klingt, die als generelles Problem berufstätiger Frauen bekannt ist, stellt der Journalismus dennoch eine besondere Ausnahme dar. Insbesondere die unregelmäßigen (und oft unkalkulierbaren) Arbeitszeiten im Mediengeschäft, lassen sich nur schwer mit einer Familie verbinden. „Entsprechend verwundert es nicht, dass in der aktuellen Studie 53 Prozent der befragten Journalistinnen über 35 Jahre keine Kinder haben“ (SCHWENK, S. 272).

Dieses Forschungsergebnis ist auch offenbar nicht, wie man vermuten könnte, dem aktuellen Geburtenrückgang in der deutschen Gesamtbevölkerung geschuldet, sondern scheint allgemein ein strukturelles Problem im Journalismus zu sein, denn auch

WEISCHENBERG kam bereits 1994 zu ähnlichen Ergebnissen (vgl. S.45 f.).

Nun könnte man nach all den angeführten Fakten vermuten, dass es um die Gleichstellung im Journalismus nicht gut bestellt ist, doch es gibt durchaus viele Fortschritte in dieser Branche zu verzeichnen, nicht zuletzt durch die Arbeit verschiedener engagierter Frauenberufsverbände (zum Beispiel der „Aktion Klartext – Gleichstellung der Frauen in den Medien“²⁸ oder des „Journalistinnenbundes“²⁹). Zudem beschäftigen große Medienunternehmen heute meist Gleichstellungsbeauftragte, die an einer Verbesserung der Berufsbedingungen für Frauen im Journalismus arbeiten. ARD und ZDF treffen sich beispielsweise gleich zweimal jährlich zu einer Gleichstellungskonferenz (vgl. LESSEL-WASCHBÜSCH, S. 126).

4.2. Frauen im Sportjournalismus

Wie bereits die Tabelle aus WEISCHENBERG eindrucksvoll zeigt, ist das Sportressort die größte Männerdomäne im Journalismus. Daran hat sich auch in den vergangenen 15 bis 20 Jahren nicht viel geändert. Während sich die Geschlechterteilung in anderen Ressorts langsam egalisiert, scheint der Sport von dieser Entwicklung kaum betroffen zu sein (vgl. LÜNENBORG, 1997, S. 25). Sybille FRÜTEL (2005) kam in ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis, dass in Europa nur rund sechs Prozent der Sportjournalisten weiblich sind. Weltweit sind es 6,9 Prozent (vgl. S. 202). In Deutschland, so scheint es, fällt diese Teilung allerdings nicht so deutlich aus, wie im gesamteuropäischen Raum. SCHWENK ermittelte 2006 einen Männeranteil in den Sportredaktionen von rund 71 Prozent. Interessanterweise ergab hier die Frage nach dem „Wunschressort“ (wie bereits unter 4.1. beschrieben), dass Männer, die im Sport arbeiten, dieses

²⁸ Gegründet 1978. Besondere Beachtung erlangte der Verbund durch die alljährliche Verleihung der „Sauren Gurke“, eines Wanderpreises mit dem besonders „frauenverachtende“ Sendungen ausgezeichnet werden (Die Gewinner seit 1980 in der Übersicht unter SAURE-GURKE.INFO) Vgl. MARCHAL (1994)

²⁹ Gegründet 1987, vgl. Homepage JOURNALISTINNEN.DE.

Ressort weitaus häufiger als Wunschressort angeben als Frauen (vgl. S. 184). Der Sport scheint demnach für Journalisten generell interessanter zu sein als für Journalistinnen. Auch RTL-Sportmoderatorin Ulrike von der Groeben spekuliert im Interview: „Ich glaube nach wie vor, dass sich gar nicht so viele Frauen für den Sportjournalismus interessieren.“³⁰

Journalistinnen die, entgegen des Trends, dennoch in das Sportressort eindringen wollen, müssen zunächst eine Hürde überwinden: das Eindringen in ein soziologisches System, das vorher einer bestimmten Mehrheit vorbehalten war (in diesem Fall der Mehrheit der Männer). Ähnlich wie in jedem anderen gesellschaftlichen System, muss sich der Neuling zunächst beweisen und im Zweifel mehr leisten als etablierte Mitglieder des Systems.³¹

Diese Hürde scheint in der Printbranche besonders hoch zu sein:

„Gerade in regionalen Zeitungsredaktionen ist das Terrain genau abgesteckt und die Platzhirsche sind nicht willig, von ihrem angestammten Fußballclub zu weichen“ (FECHTING, 1995, S. 106).

Wenn aber schließlich der Eintritt in das soziale System Sportredaktion gelungen ist, sehen sich Sportjournalistinnen einer weiteren Problematik gegenüber. Hier kommen erneut (wie bereits in 4.1. beschrieben) die Geschlechterrollen und –stereotypen ins Spiel. Der Fußball als Männersport ist das Steckenpferd männlicher Journalisten und Frauen werden damit beauftragt, sich mit klassisch „weiblichen“ Sportarten zu befassen. FECHTING zitiert dazu WDR2-Sportchefin Sabine Töpperwien:

„Die Herren haben mich völlig entgeistert angeguckt, Fußball und Frauen, das passe doch nicht. Aber wenn ich zur Rhythmischen Sportgymnastik gehen wolle... (...) Von Anfang an war mir klar, daß ich mich nicht in die Frauenecke reindrängen lassen darf, weil man dort nie wieder herauskommt [sic]“ (S. 114 f.).

Die Redakteurin des *KICKER*-Sportmagazins Jana WISKE (2007) bestätigt dies: „Die Chefredaktion sagte dies zwar nie direkt, aber ich spürte, dass man mir das Arbeiten im Fußballbereich noch nicht zutraute“ (S. 238).

30 Vgl. Interview mit Ulrike von der Groeben (Anhänge S. 130)

31 Vgl. Interview mit Diana Emberger (Anhänge S. 98)

Wiske landete schließlich auch im Bereich „anderer Sport“, obwohl sie eigentlich in der Fußballberichterstattung arbeiten wollte.

Solche Umstände, die implizieren, dass es für Frauen noch immer sehr schwierig ist, sich in der Fußballberichterstattung zu etablieren, mögen für manchen TV-Sportzuschauer überraschend erscheinen. Denn insbesondere in den vergangenen 15 Jahren ist der Anteil der Frauen, die bei Sportübertragungen oder -sendungen vor der Kamera stehen, deutlich gestiegen. Daraus jedoch zu schließen, dass sich der Frauenanteil in den Sportredaktionen drastisch gesteigert hätte, ist ein Trugschluss. Noch immer sind die Redaktionen selbst zum überwiegenden Teil männlich besetzt. STEINLEHNER (2005) hält dazu fest:

„Mit fast 14 Prozent liegt der Frauenanteil bei Moderatoren von Sport-Magazinsendungen wohl auch heute noch deutlich über dem Gesamtanteil der Sportjournalistinnen. Offenbar beginnt die Männerdomäne Sportjournalismus – gerade was die Arbeit vor der Kamera betrifft – zu bröckeln“ (S. 89).

Diese vermeintlich positive Entwicklung wird jedoch bei FECHTING als problematisch entlarvt. Sie zitiert dabei die Sportjournalistin Ulla Holthoff³²: „Frauen werden als Repräsentantinnen missbraucht – und sie lassen sich auch missbrauchen (...). Bei uns gab es Sekretärinnen, die hatten mehr Ahnung vom Sport als manche Moderatorin“ (S. 104 f.).

Diese deutliche Aussage lässt sich heute, 18 Jahre nachdem dieses Interview geführt wurde, sicherlich etwas relativieren, da sich im Sportjournalismus viele gut ausgebildete Frauen mit Fußballsachverstand etablieren konnten. Den Ruf als schmückendes Beiwerk abzuwerfen, ist allerdings nach wie vor problematisch für Sportjournalistinnen.

So sehen sich weibliche Sportmoderatorinnen auch heute noch hin und wieder mit dem klassischen Stereotyp der Quotenfrau konfrontiert. SKY-

³² Ulla Holthoff arbeitete unter anderem als Sportjournalistin bei der Welt, dem ZDF, beim Bayerischen Rundfunk und beim Deutschen Sportfernsehen (DSF). Holthoff ist außerdem die Mutter von Fußballnationalspieler Mats Hummels. Vgl. STUTTGARTER-ZEITUNG.DE „Die Mutter des Modernen Fußballs“ von Oskar Beck, 08.06.2011.

Moderatorin Esther Sedlaczek berichtet im Interview von ihren Erfahrungen:

„Da musste ich mich auch schon mal bei Markus Lanz mit Michael Schulz³³ beschäftigen, der die These in den Raum gestellt hat, dass wir ja alle nur da stehen würden, weil wir gut aussehen. (...) Ich denke dann immer: Ja äh – ganz kurz mal – wir stehen da nicht und lächeln in die Kamera und das ist dann auch schon unser Job gewesen.“³⁴

Auch FECHTING betont: „Zwar kommt heute keine Fußballsendung ohne seine obligatorische Moderatorin mehr aus, aber mit wirklicher fachlicher Anerkennung hat das nur selten etwas zu tun“ (S. 108). Tatsächlich waren sich die von mir befragten Sportjournalistinnen beinahe durchweg einig, als Frau mehr leisten zu müssen, um in ihrem Umfeld ernst genommen zu werden. Die ZDF-Sportstudio-Moderatorin Katrin Müller-Hohenstein formulierte es folgendermaßen: „Der Mann darf keine Fehler machen und die Frau darf *gar keine* Fehler machen.“³⁵ Christina Graf, die bei SKY als erste Frau im deutschen Fernsehen Profifußballspiele der Männer kommentiert³⁶ bestätigt diese Problematik im Interview:

„Als ich mein erstes Spiel kommentiert habe, ist online mitgeschrieben worden, was ich sage und es ist diskutiert worden. (...) Und da bin ich mir zu tausend Prozent sicher, dass das einem männlichen Kollegen, der sein erstes Spiel macht, nicht passiert wäre.“³⁷

Tatsächlich erscheint es so, als ob Frauen in der Fußballberichterstattung unter besonderer Beobachtung stehen. Dieser Umstand ist unter anderem daran zu erkennen, dass die von Katrin Müller-Hohenstein angesprochenen Fehler (anders als bei männlichen Kollegen) scheinbar niemals aus dem kollektiven Gedächtnis verschwinden. Dem berühmten Versprecher „Schalke 05“ der Moderatorin Carmen Thomas im ZDF

33 Sedlaczek bezieht sich auf die Talk-Sendung „Markus Lanz“ vom 20. Juni 2012 und den ehemaligen Fußballnationalspieler Michael Schulz.

34 Vgl. Interview mit Esther Sedlaczek (Anhänge S. 122)

35 Vgl. Interview mit Katrin Müller-Hohenstein (Anhänge S. 110)

36 Christina Graf ist zudem ehemalige Bundesliga-Fußballerin und spielte unter Anderem beim SC 07 Bad Neuenahr und beim FFC Heike Rheine.

37 Vgl. Interview mit Christina Graf (Anhänge S. 106)

Sportstudio wurde beispielsweise zum 40-jährigen Jubiläum eine ganze Sonderseite im Sportteil des Kölner EXPRESS gewidmet.³⁸ Im Artikel selbst wird erwähnt, dass SKY-Moderator Patrick Wasserzieher 1993 ein ähnlicher Fauxpas passierte („Schalke 07“). An diesen ebenso harmlosen Versprecher wird sich hingegen kaum noch jemand erinnern.

Trotz der vormals angesprochenen Hürden, scheint es jedoch auch Vorteile für Frauen im Sportjournalismus zu geben. Während Reporterinnen noch vor 20 Jahren von Fußballern oder Trainern nicht ernst genommen wurden, hat sich das Bild heute gewandelt. Sabine Töpferwien berichtet bei FECHTING von einem Treffen mit Trainerlegende Otto Rehagel in ihren Anfangsjahren als Sportreporterin:

„1987 oder 1988 hat er eine Interviewanfrage von mir etwas schroff abgelehnt und gesagt 'wenn sie Fragen haben, stellen Sie sie bitte auf der Pressekonferenz.' Da war ich schon etwas sauer. Und daraufhin hat er in einem Hörzu-Interview gesagt, wenn er die Wahl hätte, mit mir oder meinem Bruder³⁹ zu sprechen, dann würde er lieber mit Rolf reden“ (S. 112).

Solche Reaktionen wären im heutigen Mediengeschäft des Fußballs nicht mehr denkbar, darüber sind sich alle von mir befragten Sportjournalistinnen einig. Katrin Müller-Hohenstein betont, dass sie noch niemals von einem Trainer oder Spieler das Gefühl vermittelt bekommen hätte, dass es komisch sei mit einer Frau über Fußball zu sprechen⁴⁰ und auch Esther Sedlaczek erklärt, dass sie nicht anders (und unter Umständen genauso forsch) behandelt werde als ein Mann in ihrer Position: „Ich kann nur von mir behaupten, auch schon ordentlich was mitbekommen zu haben.“⁴¹

38 Der Artikel von Hans van Heepen erschien am 28. Juli 2013 im KÖLNER EXPRESS unter dem Titel: „40 Jahre nach Carmen Thomas' legendärem Sportstudio-Fauxpas: Schalke 05? Mich hat die Aufregung amüsiert“.

39 Sabine Töpferwiens Bruder Rolf „Töppi“ Töpferwien arbeitete bis 2010 als Sportreporter für das ZDF. Wegen seines guten Verhältnisses zu Rehagel, bezeichnete ihn die „SZ“ einmal als Rehagels "Putzerfischchen" (vgl. SUEDEDEUTSCHE.DE: Artikel „Rolf Töpferwien, Erfindung der Bundesliga, TV-Putzerfischchen“ von Philipp Selldorf, 10.05.2012).

40 Vgl. Interview mit Katrin-Müller Hohenstein (Anhänge S. 110)

41 Vgl. Interview mit Esther Sedlaczek (Anhänge S. 122)

Ulrike von der Groeben vermutet hingegen sogar, dass man als Frau von Spielern und Trainern manchmal besser behandelt werde, als die männlichen Kollegen:

„Wenn du auch mal eine Reporterin oder Redakteurin raus schickst... Die kriegt unter Umständen eher ein Interview, als der männliche Kollege (...). Wenn da so ein hübsches junges Ding vorbei geflogen kommt, schauen die Jungs hin. (...) Mensch, Fußballspieler sind auch nur Männer.“⁴²

⁴² Vgl. Interview mit Ulrike von der Groeben (Anhänge, S. 131)

5. Frauen und Fußball in der Medienwahrnehmung, in Literatur und Film

Nicht nur Spielerinnen, weibliche und männliche Fans bestimmen die Geschlechterrollen im Fußball. Auch die Medien tragen ihren Teil dazu bei, bestehende Stereotypen zu zementieren – und das oft sogar ohne konkrete Absicht. Als jüngstes Beispiel könnte man einen TV-Trailer des ZDF zur Frauenfußball-Europameisterschaft 2013 in Schweden anführen.⁴³ Hier schoss eine Spielerin den Ball kunstvoll in eine Waschmaschine. Als Reaktionen auf diesen Spot folgten empörte Aufschreie aufgrund der Hausfrauen-Referenz, die wiederum gefolgt wurden von Unverständnis auf diese leidenschaftlichen Reaktionen. Erstaunlich erscheint dabei, dass ein einzelner Spot eine solche Welle der Empörung hervorrief, wohingegen die kontinuierliche Abbildung von Frauen in knappen Landesfarben-Bikinis bei Fußballgroßereignissen wie EM und WM als gegeben hingenommen wird. MARTIN und RESCH beschreiben das Medienverhalten folgendermaßen:

„Die weiblichen Fans der EM 08 [werden] in der Regel in zweierlei Weise präsentiert. Zum einen als „Blickfang (...) oder „Tribünen-Schönheiten“. (...) Zum zweiten als „neue Fangruppe, die seit der WM 2006 (...) das von Männern dominierte Fußball(fach)publikum ergänzen“ (S. 117).

Auch die Ethnologin Dr. Almut Sülzle weist im Interview auf diesen Umstand hin. So betont sie, dass es inzwischen üblich sei, bei jedem Fußballgroßereignis erneut zu verkünden, dass die Frauen nun die Stadien erobern. „Und sobald das Großereignis vorbei ist, ist das nicht mehr Thema und nach zwei Jahren haben das alle vergessen und dann kann man es wieder schreiben“ sagt Sülzle und ergänzt:

„Man könnte da ehrlich gesagt Verschwörungsphantasien bekommen, weil quasi alles, was die Presse (...) immer wieder in den Raum stellt, letztendlich dazu dient zu beweisen, dass Fußball schon immer männlich war.“⁴⁴

43 Vgl. YOUTUBE.COM: „ZDF Waschmaschinen-Spot – Frauenfußball EM 2013 ZDF“.

44 Vgl. Interview mit Almut Sülzle (Anhänge, S. 125)

Dies zeigt vielleicht die Misere, in der viele Journalisten bezüglich der Thematik „Frauen und Fußball“ stecken: Einerseits möchte man sich offen zeigen und das Thema bearbeiten, andererseits begibt man sich automatisch auf journalistisch sehr dünnes Eis. So scheint es, dass Medienschaffende in ihren Artikeln, TV- und Radiobeiträgen oder Fotostrecken zwar darauf hinweisen wollen, dass Frauen inzwischen ein signifikanter Teil des Fußballgeschehens sind, aber immer noch Schwierigkeiten damit haben, einen Bogen um Geschlechterstereotypen zu machen.

„Die Massenmedien nehmen die Rollenklischees dankend auf. Natürlich muss die Bild-Zeitung Tipps wie man sich einen Spieler angelt. (...) Die Sportschau wirbt nicht nur mit 'der Pille für den Mann', sondern startete mit einem Neandertaler eine Werbeoffensive mit dem Spruch 'Männer waren schon immer so'“ (TÖPPERWEIN, S. 45).

Dieses Vorgehen, insbesondere bei den Boulevardmedien, verfestigt die sich langsam auflösenden Barrieren zwischen weiblichen und männlichen Fans erneut. Männliche Fans sehen sich in ihren Vermutungen, dass Frauen und Fußball nicht zusammenpassen, bestätigt und weibliche Fans fühlen sich ausgeschlossen, nicht ernst genommen und womöglich sogar diskriminiert. Dieses falsche Bild versuchen andere Medien anschließend wieder zurechtzurücken, nicht jedoch ohne die ursprünglichen Stereotypen wieder aufgreifen zu müssen. So entsteht ein Kreislauf von Klischees und Gegendarstellungen, der allerdings eines verpasst: weibliche Fußballfans aus ihrer Sonderrolle herauszuheben. Solange es noch nötig ist zu betonen, dass weibliche Fußballfans ganz „normale“ Fans sind, sind sie es eben noch nicht.

Dasselbe gilt für die mediale Darstellung im nicht-journalistischen Kontext. Filme oder Bücher, die Fußball und Frauen verbinden, beruhen meist auf dem Klischee, dass Frauen sich grundsätzlich nicht für Fußball interessieren. In Deutschland wird dies insbesondere am Film „FC Venus –

Angriff ist die beste Verteidigung“⁴⁵ deutlich. Auch PÖHLAND beklagt: „Sportlich interessierte und emanzipierte Frauen in der Fußballszenen? Bei Film und Fernsehen undenkbar“ (S. 104). Man sollte hierbei allerdings anführen, dass dieses Phänomen sich ausschließlich auf die Kombination „Frauen und Männerfußball“ zu beschränken scheint. So gibt es zum Frauenfußball durchaus Filme und Dokumentationen, die sich mit der Thematik ernsthaft auseinander setzen.⁴⁶

Doch nicht nur in den audio-visuellen Medien, sondern auch in der Literatur besteht dieses Problem. Bücher für Frauen rund um das Thema Männerfußball beschränken sich meist darauf, Frauen den Fußball zu erklären. Eine kleine Auswahl:

- **„Kleines Fußball-ABC für Frauen“** von Marko Ramm (2004)
- **„Frau – Fußball, Fußball – Frau: Das Wörterbuch für alle Spielstände“** von Rainer Vollmar (2010)
- **„Ballgefühle: Wie Fußball uns den Mann erklärt“** von Constanze Kleis (2008)
- **„Raus aus der Abseitsfalle. Das Fußballbuch für Frauen“** von Gaby Papenburg und Annette Pilawa (2006)
- **„Kick it: Das ultimative Fußballbuch für Frauen“** von Lorraine Balinska (2004)
- **„Ersatzbankknigge – Der Fußball-Survivalführer für Frauen“** von Harald Braun und Julia Möhn (2004)

Diese Bücher beeindruckt nicht nur mit Klappentexten, bei denen weibliche Fans die Hände über dem Kopf zusammenschlagen dürften („Was ist Abseits? Warum bekommt David Beckham eine rote Karte, obwohl er doch so sexy ist? Und warum hat eine Schwalbe nichts mit Vogelkunde zu tun? Vgl. „Kick it“, Balinska, 2004), sondern auch mit einer Covergestaltung, die auf einen Blick verdeutlicht, dass hier Geschlechterstereotypen auf die Spitze getrieben werden.

⁴⁵ Fernsehfilm von 2006, Regisseurin: Ute Wieland. Die Handlung: Spielerfrauen einer Hobby-Fußballmannschaft beklagen sich über die Fußballverrücktheit ihrer Männer und wetten, dass sie diese in einem Spiel schlagen könnten (vgl. IMDB.COM).

⁴⁶ Ein Beispiel wäre der Dokumentarfilm „Die besten Frauen der Welt“ (2008) von Regisseurin Britta Becker, der die Deutsche Frauenfußballnationalmannschaft auf dem Weg zum Titelgewinn bei der WM 2007 begleitet (vgl. IMDB.COM).



Bilder via: BOOKLOOKER.DE, REBUY.DE und AMAZON.DE

Selbstverständlich haben auch solche Bücher ihre Daseinsberechtigung und es gibt sicherlich viele Frauen, die sich durch Inhalt und Gestaltung dieser Bücher angesprochen fühlen. Dennoch bleibt festzuhalten, dass ernsthafte Bücher zum Thema Frauen und Männerfußball eine Rarität darstellen.

Die Autorin Daniela Schulz („Kurvengänge“, 2004) sagt über ihr Buch, einen Frauenroman, der in der Fußballfanszene spielt, im Interview: „Ich habe dieses Buch geschrieben, weil ich selber so etwas lesen wollte. Also ich habe mich auch nicht wieder gefunden in diesen ganzen Büchern.“ Gerade in Romanen, so betont Schulz, werde der Fußball oft als Spielfläche für eine kitschige Liebesgeschichte missbraucht und es ginge leider nicht darum, „die Rolle der Frau in so einer Fankultur zu reflektieren.“⁴⁷ Genau dies gelingt Wiebke Porombka in ihrem Buch „Der Zwölfte Mann ist eine Frau: Mein unerhörtes Leben als Fußball-Fan“ (2013), das SPIEGEL ONLINE bereits mit Nick Hornbys berühmtem Roman „Fever Pitch“ (1992) vergleicht und dabei betont: „Ein Leben als Fan und als Frau: Wiebke Porombka ist nicht die einzige. Aber eine der ersten, die darüber schreibt.“⁴⁸

47 Vgl. Interview mit Daniela Schulz (Anhänge, S. 115)

48 Vgl. SPIEGEL.DE: Artikel „Frauen in der Kurve“ von Thomas Andre, 17.07.2013.

6. Zwischenfazit

Die Ergebnisse der Untersuchung verschiedener Themenfelder im Kontext Frauen und Männerfußball haben deutlich gezeigt, dass man um das Problem der Geschlechterstereotypen und festgefahrene Rollenbilder bei einer Analyse nicht herum kommt. Auch in unserer vermeintlich emanzipierten Gesellschaft nehmen Frauen noch immer eine Sonderrolle ein, sobald sie in ein von Männern dominiertes System eindringen – sei es das Fußballstadion oder die Sportredaktion.

Besonders deutlich tritt dabei der Faktor des „nicht ernst genommen werdens“ in den Vordergrund. So wird Frauen beispielsweise noch immer pauschal der Fußballsachverstand abgesprochen. Dies wird nicht nur in der veröffentlichten Populärliteratur zum Thema deutlich, sondern auch in gesellschaftlichen Interaktionen. Im Gegensatz zu männlichen Fans müssen Frauen sich in regelmäßigen Abständen beweisen. SELMER erklärt:

„So stellt sich das, was Frauen unter Umständen für ein gleichberechtigtes Gespräch über Fußball gehalten haben, plötzlich als unangekündigter Test dar, in dem die Rollen von Prüfer und Prüfkandidatin klar verteilt sind“ (vgl. S. 53 f.).

Dieses Problem teilen weibliche Fans mit Sportjournalistinnen. Auch sie müssen regelmäßig ihre Fachkompetenz beweisen, um sich nicht mit dem Vorwurf konfrontiert zu sehen, sie seien nur als Quotenfrau oder optisches Schmankerl eingestellt worden. FECHTING bekräftigt diese These: „Das Mißtrauen der Kollegen und vor allem des männlichen Publikums ist ihnen sicher [sic]“ (S. 105 f.).

Auch die Mediendarstellung von Frauen im Fußballkontext, sowie die Vermarktung von Fußballprodukten für Frauen sind auch heute noch stark von Geschlechterstereotypen geprägt. Weibliche „Event-Fans“ werden von der Presse aufgrund ihrer ansprechenden Optik in Bilderstrecken präsentiert und zu jedem neuen Fußballgroßereignis als neue Fans

ausgerufen.⁴⁹ Die Fußballvereine versuchen Frauen mit speziellen Ladies-Angeboten in die Stadien zu locken und ihre Kauflust mit Merchandisingprodukten in rosa, lila und mit möglichst vielen Glitzersteinchen verziert, anzukurbeln.

Die Eingangsthese, dass Frauen in der Männerfußballwelt unterschätzt werden, kann also zumindest in weiten Teilen als verifiziert angesehen werden. Zwar sind sich die Bundesligavereine, der Deutsche Fußballbund und auch die großen Sportvermarkter durchaus darüber bewusst, dass Frauen eine große Fangruppe darstellen, die man schon alleine aus ökonomischen Gründen nicht ignorieren sollte, dennoch werden weibliche Fans noch immer mit einer Sonderrolle bedacht. Dasselbe gilt für Frauen im Sportjournalismus. Sie haben sich in den vergangenen Jahren zwar in den Redaktionen etabliert, stehen jedoch noch immer unter besonderer Beobachtung und gelten als ein wenig exotisch.

⁴⁹ Zum Beispiel auf WELT.DE: Bilderstrecke „Das sind die schönsten Fans der EM“, 17.06.12.

7. Die Webseite als journalistische Plattform

7.1. Vor- und Nachteile einer Webseite als Plattform

Das Internet hat sowohl unsere Kommunikation, als auch unsere Medienwahrnehmung drastisch verändert. Ein Internetzugang, sowie ein Computer oder Smartphone reichen aus, um Informationen aus aller Welt in Sekundenbruchteilen und meist kostenlos abzurufen.⁵⁰ Nachrichteninhalte werden somit von den *Usern* nicht nur schneller gelesen, sondern auch schneller angefordert.

Dies hatte (und hat immer noch) besonders auf den Journalismus große Auswirkungen. Nicht nur, weil mit dem Online-Journalismus ein ganz neuer Berufszweig geschaffen wurde, sondern weil die Produktionszeit für journalistische Inhalte durch die Unmittelbarkeit des Netzes deutlich verkürzt wurde. Dies und vor allem auch die Multimedialität des Internets haben den Berufsalltag von Journalisten massiv verändert.

Während Adaptionen von Printartikeln für das Netz in den Anfangszeiten des Internets noch eine simple „*copy&paste*“-Angelegenheit waren, werden journalistische Inhalte heute oft derart aufgearbeitet, dass sie (mit kleinen Abwandlungen) mehrere Medien zugleich bedienen können (vgl. VON GEHLEN, 2008, S. 229).

Der beschriebene Prozess verursacht im journalistischen Alltag jedoch auch Reibungen: Journalisten der alten Schule erachten das Internet als oberflächlich, wohingegen netzaffine Kollegen das neue Medium eher als Chance sehen. Mike WARD (2002) verdeutlicht den Konflikt: „For some people, the new media versus old media debate has degenerated into trench warfare, particularly in the field of newspaper journalism“ (S. 174). Dabei ist es durchaus möglich onlinejournalistisch zu arbeiten, ohne maßgeblich an der Informationsdichte oder –tiefe sparen zu müssen.

⁵⁰ Abgesehen von den Kosten für den Internetprovider

Das Internet ist, im Gegensatz zu rein audio-visuellen Medien, kein lineares Medium. Informationen können vom User durch Kreuzverweise („Hyperlinks“ oder verkürzt nur „*Links*“) in mehreren Stufen konsumiert werden. SCHUMACHER (2009) betont jedoch:

„*Hypertexte* stellen keine Repräsentation individueller mentaler Wissensstrukturen dar. Ihre Rezeption erfolgt zudem sequenziell-linear, Knoten für Knoten, so dass die Vernetzung des Wissens vom Rezipienten wie bei einem linearen Text in jedem Fall eigenständig geleistet werden muss (vgl. S. 69).

Kurz gefasst: Inhalte im Netz müssen für sich selbst stehen können, bieten allerdings die Möglichkeit, den User zu weiteren für ihn interessanten Aspekten des Themas zu führen. Dies kann durch Hyperlinks im Text geschehen oder durch das Einbinden anderer Text- und Informationselemente um einen Text herum. HEIJNK (2011) bezeichnet letzteres Konzept als *Hypermedia-Patchworks*. „Sie bestehen jeweils aus einem Printartikel und flankierenden Multimedia-Komponenten“ (S. 264).

Für den Journalismus bedeutet das konkret, dass aus dem Leser, dem Hörer oder dem Zuschauer ein User wird. Dieser kann das volle Spektrum der journalistischen Darstellungsformen nutzen, ohne dass er sich zwischen Zeitung, Radio oder Fernseher entscheiden muss. Und dabei muss er sich noch nicht einmal an eine bestimmte Reihenfolge halten: „Storytelling, therefore, is non-linear because readers make the decision about what they read and in what order“ (BRADSHAW/ROHUMAA, 2011, S. 35). Das Internet bietet also nicht nur dem Nutzer uneingeschränkte Möglichkeiten Informationen abzurufen, sondern in Folge auch dem Journalisten beinahe ebenso viele Wege, seine Geschichten zu erzählen.

Zudem gehen im Internet keine Artikel verloren. „Das Internet vergisst nichts“ ist ein gerne verwendeter Ausspruch, wenn es um die Gefahren von Datenmissbrauch in sozialen Netzwerken geht. Doch was sich für die Privatsphäre eines Nutzers unter Umständen als problematisch erweisen könnte, ist für den Journalisten von Vorteil. Seine Artikel werden nicht

täglich mit der Zeitung im Altpapier entsorgt, sondern bleiben häufig über Jahre hinweg für den User verfügbar. Letzterer kann so mit wenigen Mausklicks Hintergründe recherchieren und die Entwicklung verschiedener Geschichten verfolgen, ohne ein Zeitungsarchiv besuchen zu müssen.

Doch die Freiheiten des Internets und insbesondere dessen Multimedialität bergen auch Gefahren. Ein entscheidender Knackpunkt bei der Gestaltung einer journalistischen Website ist die Übersichtlichkeit, denn „weil prinzipiell im Online-Medium keine Platzbeschränkung besteht, können auch Bildstrecken mit mehreren Hundert Bildern angeboten werden“ (SCHUMACHER, S. 276).

Online-Journalisten, die ihre Bildstrecken zu lang gestalten, ihre Texte mit zahllosen Hyperlinks pflastern, sodass ein vernünftiges Lesen des Inhalts kaum noch möglich ist oder bei umfassenden Themenbereichen womöglich alle 200 verwandten Artikel der letzten fünf Jahre verlinken, beeindrucken den User nicht mit Vielfalt und Gründlichkeit, sondern langweilen oder verwirren ihn.

Eine zweite Falle ist die Redundanz. Als Journalist/Redaktion kann man nie wissen, woher der User kommt, wenn er auf ein onlinejournalistisches Produkt (beispielsweise eine Bilderstrecke) stößt. Vielleicht hat ihn ein Suchmaschinenergebnis auf die Seite geführt, vielleicht aber auch eine Verlinkung auf einer anderen Website oder der *Tweet* eines Bekannten. Gerade deshalb ist es wichtig, einen Kontext für das journalistische Produkt zu schaffen, zum Beispiel durch weiterführende Links „durchaus auch mit doppelter oder dreifacher Navigation, also neben dem Text, unter dem Text und hervorgehoben im Text“ (MATZEN, 2010, S. 90).

Das heißt jedoch nicht, dass man dem User auch die journalistischen Inhalte doppelt und dreifach präsentieren muss. Nur weil man ein Video zu einem Thema produzieren kann, heißt das noch lange nicht, dass dies auch immer sinnvoll ist. HEIJNK erklärt dazu: „Zusätzliche Multimedia-Komponenten müssen zusätzliche inhaltliche Aspekte liefern, um den höheren Aufwand für Nutzer und Redaktion zu rechtfertigen“ (S. 265).

Denn, wie auch GRAFBERGER und HÖRNER (2009) betonen, ist das Internet in erster Linie ein Sprachmedium, das vom geschriebenen Wort lebt (vgl. S. 23). Selbst *Youtube*-Videos wären ohne einen Titel oder einen beschreibenden Kurztext oft nicht zu verstehen. Ähnlich verhält es sich auch bei Bilderstreifen oder anderen Multimedia-Elementen.

Diese kurze Aufstellung positiver und negativer Aspekte der Website als Plattform journalistischer Inhalte zeigt vor allem eines: Auch der Onlinejournalismus ist ein Handwerk, das ebenso wie etwa der Print- oder der TV-Journalismus erst einmal gelernt werden muss. Wer jedoch die Stolpersteine meistert, hat die Chance bei der größten Leserschaft der Welt, der Netzgemeinde, zu punkten.

7.2. Netzgerechte Aufbereitung von Inhalten

Wie bereits WARD in seinen Ausführungen zum Onlinejournalismus verdeutlicht, gibt es nicht den einen Königsweg, wenn es um die Gestaltung und die Inhalte von Websites geht: „People are excited about web design. Consequently, they care and have strong, but sometimes conflicting, opinions“ (S. 164).

Nichts desto trotz haben sich in den vergangenen Jahren einige onlinejournalistische Grundsätze entwickelt, die inzwischen als Standard gelten. Diese sollen in Folge kurz aufgeführt und analysiert werden.

7.2.1. Struktur und Navigation der Website

Die Struktur einer Website ist selbstverständlich kein journalistischer Inhalt. Dennoch erfordert eine reibungslose Rezeption solcher Inhalte den klaren und verständlichen Aufbau einer Website. Denn wie bereits in 7.1. erwähnt, kann eine verwirrende oder unübersichtliche Seitenstruktur dazu führen, dass der User das Online-Angebot verlässt, noch ehe er einen einzigen Artikel gelesen hat. Eine gute Struktur beginnt laut

GRAFBERGER/HÖRNER bereits mit dem Platzieren der Navigations-elemente:

„Nicht nur in Europa, sondern überall auf der Welt befindet sich die Navigationsleiste oben oder links auf dem Bildschirm. Untersuchungen zeigen, dass Nutzer sie dort auch ganz selbstverständlich erwarten“ (S. 118).

Zudem sollten die verschiedenen Navigationselemente (auch „Reiter“ genannt) derart ausgewählt werden, dass einerseits der User auf deren ungefähren Inhalt schließen kann und andererseits alle darin platzierten Elemente (Artikel, Bilderstreifen, Videos, etc.) auch tatsächlich in die Kategorisierung passen. Klassische Online-Auftritte von Tageszeitungen verwenden aus diesem Grund häufig die gleichen Kategorien, die die User bereits aus der Druckausgabe des Mediums kennen und die gelernt worden sind (zum Beispiel Politik, Wirtschaft, Panorama, Sport, Wissen, Kultur).⁵¹

Wichtig ist jedoch auch, Kategorien zu wählen, die nicht zu kleinteilig sind und somit nur sehr kleine Themenfelder abdecken können. Wenn man für jeden dritten Artikel auf der Seite einen neuen Navigationsreiter anlegen muss, weil das Thema den bereits vorhandenen Kategorien nicht zugeordnet werden kann, riskiert man erneut, dass die Seite zu unübersichtlich wird. WARD verdeutlicht: „Too many web sites mushroom without form and shape. Therein lies disaster“ (S. 191).

Doch nicht nur die Übersichtlichkeit der *Homepage*⁵² ist von großer Bedeutung. Auch auf den einzelnen Inhaltsseiten des Web-Angebots sollten dem User verschiedene Navigationstools zur Verfügung stehen – angefangen bei einem Button oder Link, der den Nutzer zurück auf die Startseite führt, sodass er seine Informationssuche gegebenenfalls von vorne beginnen kann. Weiterführende Links können den User zudem auf Informationen aufmerksam machen, die in einen ähnlichen Themenkomplex fallen. Unerlässlich sei dabei jedoch, so betonen

51 Vgl. Homepage der Frankfurter Rundschau, FR-ONLINE.DE.

52 Bei einer 2005 durchgeführten Studie des Marktforschungsinstituts eResult gaben übrigens fast die Hälfte der Befragten an, das Wort „Startseite“ zu bevorzugen. Lediglich zehn Prozent mochten das englische Wort „Homepage“ lieber (vgl. GRAFBERGER/HÖRNER, S. 121).

GRAFBERGER und HÖRNER, dass Links so bezeichnet werden sollten, wie auch die Zielseite: „Wenn ein Link 'Produkte' ankündigt, dann sollte die Überschrift auf er Zielseite nicht 'Unser Sortiment' lauten“ (S. 119). Ein letztes praktisches Navigationsmittel eignet sich vor allem für Websites mit sehr umfangreichem Inhalt. *Breadcrumbs*, deren Name von dem Grimm-Märchen „Hänsel und Gretel“ abgeleitet wurde, erlauben es dem User Schritt für Schritt nachzuverfolgen, wie er auf der aktuellen Inhaltsseite einer Website gelandet ist. Sie vermitteln somit nicht nur eine Orientierung, sondern geben dem User zudem die Möglichkeit diese Schritte auch rückwärts zu gehen ohne von der Startseite erneut mit ihrer Informationssuche beginnen zu müssen (vgl. WARD, S. 196).

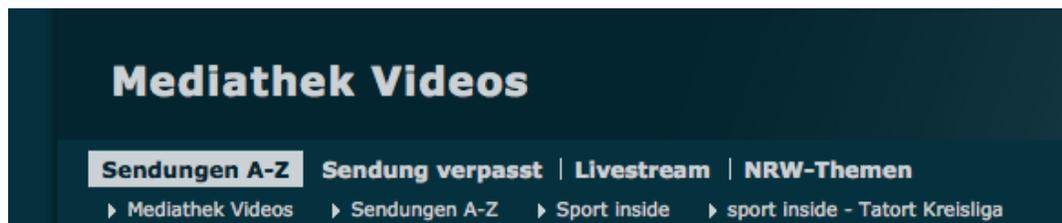


Abb. Beispiel für Breadcrumbs in der WDR-Mediathek⁵³

7.2.2. Grafische Gestaltung

Ebenso wie bei einer Tageszeitung der Satzspiegel wichtig ist, um Artikel problemlos lesen zu können, benötigt auch eine Website ein ansprechendes Grafikdesign. Was dabei „ansprechend“ bedeutet, ist oftmals Geschmackssache. Nicht zuletzt deshalb gibt es unzählige Seiten im Netz, die einen Leser direkt beim ersten Ansehen vergraulen. Grund dafür ist wahrscheinlich, dass insbesondere viele private Websites nicht auf Gestaltungsexperten zurückgreifen. WARD erklärt diesbezüglich: „Becoming a homemade graphic designer on a website can be like being a lion tamer for a day, with the same messy consequences“ (S. 172 f.). Zwar droht dem schlechten Designer nicht, wie WARD suggeriert, ein grausamer Tod, bei seinem Internetauftritt hingegen, kann man sich nicht so sicher sein. Denn eine Website, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht

⁵³ Vgl. WDR-MEDIATHEK.DE

besucht wird, ist meist tatsächlich todgeweiht. Ein satirisch gedachtes Beispiel dafür ist die „World’s Worst Website Ever“ deren Gestaltungssünden mehr als deutlich zeigen, worin die Schwierigkeiten im Web-Design liegen.⁵⁴

Um also dem schnellen Ende einer Website vorzubeugen, sollte man (und darin sind sich die Experten einig) auf eine klare, nicht zu bunte Gestaltung setzen. Dies fängt bereits bei der Aufteilung der einzelnen Seiten an. Weiße Flächen dienen dazu das Auge zu beruhigen und die Website zu strukturieren, wohingegen eine voll gepackte Seite das Lesen der Texte und das Unterscheiden der Inhaltselemente erschwert (vgl. WARD S. 199). Zudem lenken farbige Hintergründe häufig vom Text ab, insbesondere wenn der Text selbst auch noch farbig dargestellt wird (vgl. GRAFBERGER/HÖRNER, S. 91).

Auch die Wahl der Schrift ist bei der Vermittlung journalistischer Inhalte im Netz ein nicht zu unterschätzender Faktor. Insbesondere, weil die Schrift möglichst bei jedem User korrekt angezeigt werden sollte:

„Nicht alle Schriften können auch im Internet verwendet werden. Das liegt daran, dass Schriften nicht vom Internetserver auf den Browser des Nutzers übertragen wird und daher die gewählte Schriftart bei jedem Internetnutzer auf dem eigenen Rechner vorhanden sein muss“ (GRAFBERGER/HÖRNER, S. 90).

Ist dies nicht der Fall, wird die unbekannte Schrift vom *Browser* im Normalfall automatisch in eine andere übliche Schrift umgewandelt, wodurch das Layout der Website schnell durcheinander geraten kann. Es ist also sinnvoll, sich an übliche Schrifttypen wie Arial, Times New Roman, Helvetia oder Verdana zu halten.

Ob dabei eine Schrift mit oder ohne *Serifen* gewählt werden sollte, darüber herrscht Uneinigkeit. Während GRAFBERGER und HÖRNER für eine serifenlose Schrift plädieren, da diese am Bildschirm besser lesbar sei (vgl.

⁵⁴ Vgl. THEWORLDSWORSTWEBSITEEVER.COM

S. 89) tendiert WARD zu Serifenschriften (vgl. S. 203), räumt aber ein, dass diese nur bei einer guten Bildschirmauflösung besser lesbar seien. Auch die großen deutschen Nachrichtenportale gestalten ihre Fließtexte unterschiedlich. Während BILD.DE, SPIEGEL.DE und WELT.DE serifenlose Schriften nutzen, verwenden FAZ.NET und ZEIT.DE Serifenschriften.

Abgesehen von der Schrift- ist auch die Bildgestaltung gerade für die Vermittlung journalistischer Inhalte ein wichtiger Faktor. Bilder lockern Textblöcke nicht nur auf, sondern vermitteln dem User auch in Sekundenschnelle worum es im Folgetext geht. Ähnlich wie die Überschrift stellen sie Bezüge ohne viele Worte her. Nicht ohne Grund sind sogenannte *Teaserbilder*⁵⁵ zu einem elementaren Bestandteil der Webseitengestaltung geworden. Doch auch bei der Auswahl von Bildern ist Vorsicht geboten. MATZEN erklärt: „Besonders für diese Teaserfotos gilt, dass das Motiv nicht zu kleinteilig, jedoch kontrastreich sein sollte“ (S. 96). Auch sollte die Zahl der Bilder nicht Überhand nehmen: [...] die Sprache vermittelt Inhalte und Argumente. Doch leider wird ihr Potential häufig verkannt – zugunsten der Bilder“ (GRAFBERGER/HÖRNER, S. 23). Wenn ein Text von Bildern zerstückelt und damit nicht mehr flüssig lesbar ist, liegt dies nicht im Interesse des Users und des Journalisten, der möchte, dass sein Produkt geschätzt wird. Eine Alternative könnte hier sein, auf eine andere Darstellungsform wie beispielsweise eine Info-Bilderstrecke zurückzugreifen.

7.2.3. Textaufbau und Sprache

Die Sprache im Internet unterscheidet sich gleich in mehreren Faktoren von der Sprache in einem Zeitungsartikel. Zum einen sollte der Journalist bei Onlinetexten immer auf eine für Suchmaschinen optimierte Sprache achten, zum Beispiel durch die Verwendung eindeutiger Schlagwörter in Überschrift und Fließtext.

⁵⁵Teaser selbst werden unter 4.2.3. noch einmal genauer behandelt.

„A story with an ambiguous headline is unlikely to engage the reader because without keywords for search engine optimisation (SEO) it will get buried further down the search engine results page“ (BRADSHAW/ROHUMAA, S. 34).

Ein zweiter wichtiger Faktor ist die schwierigere Lesbarkeit von Schrift auf dem Bildschirm im Vergleich zu Schrift auf Papier. Um dem Auge des Users kurze Verschnaufpausen zu gönnen, hat sich in der Internet-Schriftsprache eine andere Satzstruktur als im Printjournalismus etabliert. „Die geschriebene Sprache weist viele Komponenten auf: einfacher Satzbau, unvollständige Sätze und Wörter, die bisher ausschließlich in der mündlichen Sprache benutzt wurden“ (GRAFBERGER/HÖRNER, S. 26). Bandwurmsätze, sind demnach im Onlinejournalismus noch mehr verpönt als dies im Printbereich ohnehin schon der Fall ist.

Neben einer knappen, verständlichen Sprache ist auch ein klarer Textaufbau unerlässlich. Während der inhaltliche Aufbau sich bei onlinejournalistischen Darstellungsformen kaum von jenem der printjournalistischen Äquivalente unterscheidet, so ist der rein optische Aufbau durchaus unterschiedlich. Auch dieser ist der schlechteren Lesbarkeit von Texten am Bildschirm geschuldet. Um die Übersichtlichkeit von Onlinetexten zu wahren, folgen sie meist demselben klassischen Aufbau (vgl. Abb. Üblicher Aufbau von Onlinetexten). Anhand dieses Aufbaus, lassen sich die Besonderheiten der einzelnen Elemente sehr gut erklären, beginnend mit der Zusatz-Überschrift. Diese „dient der ‚Verortung‘: thematisch, geografisch, formal (Nennung der Darstellungsform). Damit haben die Redakteure in der eigentlichen Schlagzeile mehr Spielraum für ihre Formulierungen“ (MATZEN, S. 54). Konkret heißt das, dass der Autor eine spannende, heitere oder Aufsehen erregende Überschrift formulieren kann, ohne auf die vormals erwähnten Schlagwörter für die Suchmaschinenoptimierung achten zu müssen, wenn diese bereits in der Zusatzüberschrift verwendet werden.



Die eigentliche Überschrift unterscheidet sich nicht in besonderem Maße von ihrem Printäquivalent. Lediglich bei der Länge gibt es online eine kleine Einschränkung. GRAFBERGER/HÖRNER empfehlen, eine Länge von 60 Zeichen inklusive Leerzeichen nicht zu überschreiten. Grund dafür ist erneut die kurze, dem gesprochenen Wort verwandte Sprache, die User im Internet gewöhnt sind (vgl. S. 86).

Doch ebenso wie die Länge der Headline, ist auch die Länge des Teasers Geschmackssache und

Abb. Üblicher Aufbau von Onlinetexten

abhängig vom Inhalt der Website. Die meisten tagesaktuellen Medien orientieren sich an der maximalen Länge von 300 Zeichen (z.B. SPIEGEL.DE). Onlinemedien, deren Artikel für einen längeren Lesezeitraum konzipiert oder inhaltlich anspruchsvoller sind, gestalten ihre Teasertexte zum Teil länger.⁵⁶

Unabhängig von der Länge, sollte ein Teasertext jedoch vor allem erreichen, dass der User neugierig auf den folgenden Artikel gemacht und zum Weiterlesen animiert wird. Auch deshalb enthalten Teaser oft einen so genannten *Cliffhanger*. Bei diesem Stilmittel wird dem User zunächst eine Information angedeutet, aber nicht vollständig erklärt. Dies soll Spannung

⁵⁶ Bei dem Onlineauftritt der WDR-Sendung „Planet Wissen“ gilt üblicherweise eine Teaserlängengrenze von 500 Zeichen. Doch auch diese wird manchmal noch überschritten. Ein Beispiel wäre der Teaser zum Artikel „Fußball-Weltmeisterschaft 1954“ von Johannes Eberhorn vom 10.09.2010. Hier hat der Teasertext sogar 576 Zeichen (vgl. PLANET-WISSEN.DE).

erzeugen und den Nutzer dazu bewegen den kompletten Artikel anzuklicken und zu lesen.

Stilistisch sollten sich Teasertext und Artikel nicht maßgeblich von einander unterscheiden. Wer nach einem heiter geschriebenen Teaser einen sehr ernst getexteten journalistischen Artikel vorfindet, dessen Erwartungen werden enttäuscht (vgl. MATZEN, S. 57 und S. 64 ff.).

Wenn der Teaser erfolgreich war und der User begonnen hat einen Artikel zu lesen, sollte ihm dieser nicht in einem unstrukturierten Textblock serviert werden. GRAFBERGER und HÖRNER empfehlen „verdauliche Happen“ mit strukturierenden Zwischenüberschriften, da diese die Aufnahme des Inhalts deutlich verbessern (vgl. S. 86). MATZEN empfiehlt zudem, diese Happen mit eigenen kleinen Spannungsbögen zu versehen, da das Unterbrechen eines Textes durch Zwischenüberschriften auch dazu führen könne, den Lesefluss des Users zu unterbrechen (vgl. S. 82). Wenn ein Text zudem in mehrere Seiten unterteilt ist, seien eigene kleine Cliffhanger am Ende jeder Inhaltsseite ein probates Mittel um den Leser zu halten (vgl. S. 89).

Der zuletzt genannte Punkt wirft die Frage auf, wie lang ein Onlinetext überhaupt sein sollte, doch ähnlich wie bereits bei der Länge von Überschriften und Teasern gibt es auch hier keine Einigkeit unter Redaktionen und Web-Experten. GRAFBERGER und HÖRNER empfehlen eine Textlänge zwischen 1.000 und 2.000 Zeichen (vgl. S. 84 f.) während MATZEN zu etwas längeren Artikeln tendiert:

„Eine Richtgröße könnte sein: höchstens 3.000 oder 4.000 Zeichen. Aber auch Texte mit 6.000 Zeichen und mehr sind keine Seltenheit im Netz. Jede Redaktion muss diesen Wert für sich festlegen“ (S. 88 f.).

Sicherlich sollte der Umfang von Onlinetexten auch mit Blick auf die Darstellungsform angepasst werden. Ähnlich wie im Printjournalismus wird eine Reportage oder ein Feature mehr Platz in Anspruch nehmen als eine Glosse oder ein Kommentar.

7.2.4. *Multimedia-Elemente*

Der klare Vorteil des Internets als Informationsmedium ist seine Multimedialität. Hier eröffnet sich dem Journalisten ein ganzes Spektrum neuer Darstellungsformen, wie zum Beispiel das Web-Video, die Bilderstrecke, die *Audio-Slideshow* oder das „hoch integrierte *Webspecial*“ (vgl. HEIJNK, S. 263).

Alle diese Mittel sollten jedoch, wie bereits in 7.1. erklärt, sparsam und gezielt eingesetzt werden. Wenn der User vor lauter Bildern die Website nicht mehr sieht, dann wird er kaum lange verweilen. Zudem gibt es natürlich auch bei Multimedia-Elementen Faktoren, die bei der journalistischen Produktion beachtet werden müssen. Dies fängt bereits mit der Bereitstellung an.

„Bei Videos und Audios muss der Linktext den Inhalt eindeutig benennen, immer Länge und Format angeben und gegebenenfalls den Hinweis auf eine andere Sprache geben. Bei Bilderstrecken muss die Anzahl der Bilder genannt werden“ (MATZEN, S. 95).

SCHUMACHER betont zudem, dass simple Steuerungstools wie ein Lautstärkeregler, eine Start- und Stoppfunktion oder ein Stumm-Button absolut notwendig sind, sobald Audios und Videos angeboten werden (vgl. S. 95). Was banal klingt ist jedoch von großer Bedeutung. Audio- oder Videoelemente, die sich nicht stoppen lassen, gehen dem User schnell auf die Nerven und können schlimmstenfalls bewirken, dass er sie Seite im Browser sofort schließt um der Geräuschbelästigung zu entgehen.

Neben diesen formalen Anforderungen gelten natürlich auch journalistisch-handwerkliche Regeln für den Einsatz von Multimediakomponenten. So muss das Thema zur Darstellungsform passen. Eine Bilderstrecke ist beispielsweise nur dann empfehlenswert, wenn es auch tatsächlich etwas zu sehen gibt und Audio-Slideshows sollten eher nicht für simple *Vox-Pops* (also Meinungsumfragen auf der Straße) eingesetzt werden (vgl. BRADSHAW/ROHUMAA, S. 101).

Als Besonderheit des Internets sollte an dieser Stelle vielleicht noch die Toleranz der Rezipienten gegenüber qualitativ schlechten Multimedia-

Elementen erwähnt werden. Internetnutzer sind es von Portalen wie Youtube gewohnt, verwackelte oder verpixelte Videos mit dumpfem Ton anzusehen. Qualitätsmängel, die man im Fernsehen als störend oder unprofessionell empfinden würde, sind im Internet (zumindest bis zu einem gewissen Grad) akzeptabel. Und weiter noch: Viele User wollen im Netz gar keine filmischen Hochglanzprodukte sehen. BRADSHAW und ROHUMAA zitieren dazu den Onlinejournalisten John Domokos von der Zeitung The Guardian: „Online should not ape TV“ (S. 106). Wer also mit Multimedia-Komponenten im Netz arbeitet, sollte demnach authentisches Material zu einem ansprechenden journalistischen Produkt zu verarbeiten, ohne dabei mit allen Mitteln andere Medien zu imitieren.

8. Das Projekt fussballfreundinnen.de

8.1. Fußball: Ein Online-Sport?

Wenn man den Begriff „Fußball“ bei Google Deutschland sucht, erhält man über 93 Millionen Treffer. Das ist aber schon das Einzige, was sich mit Sicherheit über den Fußball im Internet sagen lässt. Auch SCHWIER und FRITSCH (2003) beklagen in ihrer Untersuchung zum Thema „Fußball, Fans und das Internet“ die miserable Datenlage zu diesem Forschungssujet (vgl. S. 28).

Doch wenn man einmal von einer wissenschaftlichen Datenlage absieht, so kann man durchaus andere Mittel bemühen, um etwas über den Fußball und das Internet herauszufinden. So zeigt das Tool *GOOGLE TRENDS*⁵⁷ zum Beispiel die beliebtesten Suchanfragen in Deutschland für bestimmte Zeiträume an. Wenn man hier nach dem Schlagwort „Fußball“ sucht, erhält man folgendes Ergebnis:

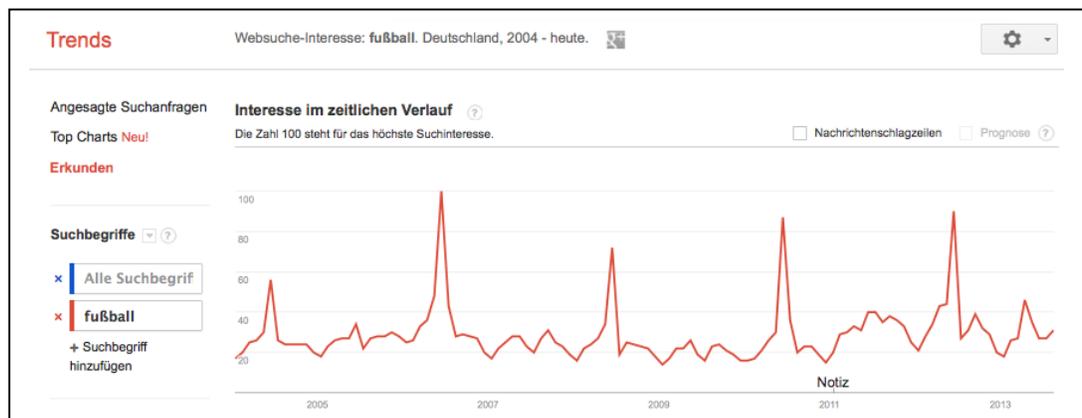


Abb. Zahl der Suchanfragen für „Fußball“ bei *GOOGLE TRENDS* (von Mitte 2004 bis Mitte 2013)

Ganz deutlich stehen hier die großen internationalen Turniere hervor. Einen Spitzenwert erreichte 2006 die Weltmeisterschaft im eigenen Land. Doch auch die einzelnen Phasen einer Bundesligasaison lassen sich an dieser Langzeitübersicht gut ablesen. Während im Januar und Juni (in der

⁵⁷ Vgl. GOOGLE.DE/TRENDS

Winterpause und nach Saisonende) die Anfragen zurückgehen, interessieren sich die Internetuser im April /Mai (Saisonfinale) und September (Hinrundenstart) besonders für Fußball.

Auch wenn man die Top-Suchanfragen in einem durchschnittlichen Monat (ohne besondere Ereignisse, wie beispielsweise verheerende Naturkatastrophen oder Wahlen) mit diesem Tool untersucht, wird deutlich, dass sich diese sich häufig auf das Fußballgeschehen in der Bundesliga, Champions League oder auf Spiele der Fußball-Nationalmannschaft beziehen. Innerhalb von vier Wochen beschäftigten sich von insgesamt 105 Top-Suchanfragen 16 mit dem Thema Fußball.⁵⁸

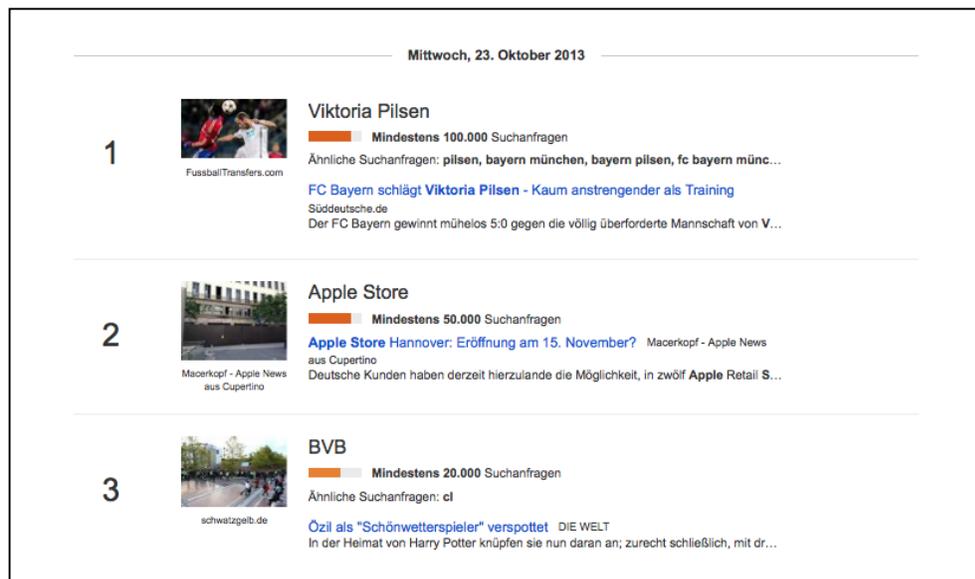


Abb. Top-Suchanfragen bei GOOGLE TRENDS am Mittwoch den 23. Oktober 2013

Zum Vergleich: Im selben Zeitraum bezogen sich nur drei Top-Anfragen auf politische Themen. Einzig die Anfragen zu verschiedenen TV-Unterhaltungssendungen zusammengenommen („Voice of Germany“, „The Walking Dead“ oder „Dschungelcamp“ mit insgesamt 14 Anfragen) konnten annähernd an das Thema Fußball heranreichen.

⁵⁸ Testzeitraum vier Wochen, vom 13. Oktober 2013 bis 03. November 2013. Aufgelistet werden in diesem Dienst ausschließlich Suchanfragen, die mindestens 20.000 Mal von den Usern getätigt wurden.

Selbst durch diese kurze Aufstellung wird deutlich, welche große Rolle der Fußball in der deutschen Gesellschaft und somit auch im Netz spielt. Das Internet scheint inzwischen eine der wichtigsten Informationsquellen für Fußballfans und demnach auch eine geeignete Plattform, für die Aufarbeitung des Themas „Frauen und Fußball“ zu sein.

8.2. Die Zielgruppe von *fussballfreundinnen.de*

Um eine Website aufzubauen, die von den Usern akzeptiert wird, ist es unerlässlich vorab grob eine Zielgruppe zu definieren und „deren Wünsche und Bedürfnisse nachzuvollziehen“ (GRAFBERGER/HÖRNER, S. 31). Dabei sollten folgende Fragen gestellt werden:

- Wer soll meine Seite besuchen?
- Welche Themen interessieren diese User am meisten und
- wie setze ich die Inhalte am besten um, damit sie den Usern gefallen?

Bereits in der Planungsphase habe ich diese Fragen für mich wie folgt beantwortet: *fussballfreundinnen.de* soll vornehmlich zwei Kernzielgruppen bedienen; zum einen weibliche Fußballfans und zum anderen Frauen, die sich für den Sportjournalismus interessieren. Solch eine Zweiteilung ist bei der Gestaltung einer Website stets eine Herausforderung, wie WARD betont:

„It is less of an issue if you have two groups with different information demands, but what if two user groups have fundamentally different expectations of their web experience on your site?“ (S. 179)

Im Fall von *fussballfreundinnen.de* sollte diese Problematik jedoch von geringerer Bedeutung sein, da die Interessenslage bei Frauen, die sich für den Männerfußball interessieren und solchen die im Sportjournalismus arbeiten möchten, ähnlich ausfallen dürfte.

Dennoch habe ich die Themen der Website entsprechend der möglichen Erwartungen beider Zielgruppen gewichtet. Da es zweifellos mehr

weibliche Fußballfans als angehende Sportreporterinnen gibt, sollte sich dies auch auf die Zahl der Artikel in den verschiedenen Themenbereichen auswirken. Trotzdem ist der Bereich „Medien“ auf der Website ein wichtiger Unterpunkt, da Sportjournalistinnen heute einen bedeutenden Teil der Männerfußballwelt darstellen und auch Fußballfans Interesse an den Erfahrungen von weiblichen Reportern und Moderatorinnen haben könnten.

In den Unterkategorien selbst versuchte ich einen Themen-Mix anzubieten, der nicht nur die persönlichen Erfahrungen der Rezipienten widerspiegelt (zum Beispiel Erzählungen von Fans oder Stadionerlebnisse), sondern zusätzlich Informationen vermittelt, derer sich die Rezipienten möglicherweise noch nicht bewusst waren (beispielsweise im Video „Traumjob Sportreporter?“⁵⁹). Durch diese etwas weiter gefächerte Themenauswahl wird der User in seinem Alltag als Fußballfan oder angehende Sportjournalist abgeholt und kann sich, bei Interesse, zu inhaltlich verwandten Themen weitergehend informieren.

Bei der zielgruppengerechten Umsetzung der Inhalte mussten gleich mehrere Aspekte beachtet werden. Diese werden unter Punkt 8.5.2. näher beleuchtet.

8.3. Technische Grundlagen und Struktur

Der erste Schritt zur tatsächlichen Verwirklichung von fussballfreundinnen.de war der *Domainname*. Dieser muss verschiedenen Voraussetzungen entsprechen: Die Domain muss noch verfügbar sein, sie muss deutlich machen, worum es auf der Website geht, sie darf nicht zu lang sein und sie sollte nicht (wie etwa durch zusammengesetzte Wörter) schwer lesbar sein oder sogar eine unglückliche und ungewünschte Bedeutung⁶⁰ erhalten (vgl. GRAFBERGER/HÖRNER, S. 114).

⁵⁹ Vgl. <http://www.fussballfreundinnen.de/in-den-medien/traumjob-sportreporter/>

⁶⁰ Im Internet wird als wohl „unglücklichste“ Domain überhaupt die Homepage des Schreibgeräteherstellers Pen Island gehandelt, deren URL kurz www.penisland.net lautet.

Die Domain fussballfreundinnen.de entsprach für mich all diesen Kriterien. Einzig die Tatsache, dass deutsche Sonderzeichen wie Umlaute oder das „ß“ noch nicht in *URLs* zugelassen sind, ist ein kleiner Wehrmutstropfen. Allerdings war dieses Problem beim Thema Fußball wohl kaum zu umgehen und es ist anzunehmen, dass sich der durchschnittliche User dieses Umstandes auch bewusst ist.

Nach der Registrierung der Domain, bestand der nächste Schritt darin eine Website aufzubauen, die nicht nur technisch voll funktionsfähig ist, sondern auch eine gute *Usability* aufweist.

Da ich persönlich nur über rudimentäre Kenntnisse der Internet-Programmiersprache HTML verfüge, entschloss ich mich bereits frühzeitig dazu einen Dienst zu nutzen, der Homepage-Pakete zur eigenen Gestaltung zur Verfügung stellt. Wichtig war dabei, dass das genutzte Paket genügend Freiraum für persönliche Veränderungen zulässt. Der Anbieter JIMDO⁶¹ erfüllte diese Voraussetzung weitestgehend. Aus verschiedenen Layouts kann man hierbei jenes auswählen, das für die geplanten Inhalte am besten geeignet ist und es entsprechend eigener Vorstellungen grafisch und inhaltlich anpassen.

Da eine gute Website vor allem übersichtlich sein sollte (diese Empfehlung geben beinahe alle Experten zu diesem Thema, vgl. 7.2.1.), wählte ich ein Strukturlayout mit möglichst wenigen Unterkategorien oder Navigationselementen.

Die Navigation selbst unterteilte ich, angelehnt an den Arbeitstitel dieser Diplomarbeit „Frauen in der Männerfußballwelt“, in die Hauptaspekte

- Im Stadion
- In den Medien
- Im Geldbeutel
- Im Hintergrund
- Im Netz und
- Über mich / Kontakt.

⁶¹ Vgl. URL: www.jimdo.com

Diese Kategorien umfassten nicht nur alle geplanten Inhalte; die Benennung gab den Strukturknoten zusätzlich eine ansprechende sprachliche Konsistenz⁶².

Neben dieser Inhaltlichen Struktur, weist fussballfreundinnen.de selbstverständlich alle weiteren gängigen Navigationselemente auf, die ein User von einer Website erwartet. Dazu gehören Links auf jeder Inhaltsseite, die zurück auf die Homepage führen, aber auch Bedienelemente wie „Druckversion“, „Impressum“ und „Sitemap“. Über die obligatorische Kontaktseite kann der User Fragen stellen oder Kritik äußern. Eingebettete *Social-Media*-Buttons (Facebook und Twitter) bieten zudem die Möglichkeit, die Website an Freunde und Bekannte weiter zu empfehlen.

8.4 Das Design

8.4.1. Generelles Website-Design

Wie bereits in 7.2.2. erläutert, sollte eine ansprechende Website nicht zu überfrachtet sein. Dies gilt insbesondere für die grafische Gestaltung. Eine Farbexplosion im Schrift- und Hintergrunddesign hat sich als nachteilig für den User erwiesen. Aus diesem Grund habe ich auf fussballfreundinnen.de ein sehr schlichtes Farb- und Bildschema implementiert.

Die Banner-Grafik zeigt beispielsweise einfach den Mittelkreis eines Fußballfeldes. So wird dem User sofort visuell verständlich vermittelt, mit welchem Thema sich die Webseite beschäftigt. Auch bei Hintergrund und Schriftfarbe vertraute ich auf die klassische weiß-schwarze Gestaltung, die dem User eine bestmögliche Lesbarkeit von Onlinetexten garantiert. Lediglich die Hauptüberschriften sind in einem dunklen Grün gehalten, um ein wenig gestalterische Abwechslung zu bieten, ohne das ruhige Design zu durchbrechen.

⁶² Letzteres gilt natürlich nicht für die „Startseite“ und den Reiter „Über mich / Kontakt“. Diese beiden Navigationspunkte sind vom User als solche gelernt und sollten daher sprachlich nicht angepasst werden.

Ein weiteres allgemeines Designelement sind die „Fußballdamen“. Diese Comicfiguren (von mir erstellte Vektorgrafiken) sollen der Seite eine persönliche Note geben und zusätzlich eine Orientierungshilfe bieten. Jeder Navigationsbereich hat seine eigene, zum Themenkomplex passend gestaltete, Fußballdame erhalten. So zeigt die Figur im Bereich „In den Medien“ eine Reporterin, die gerade einen Spieler interviewt, während die Figur von „Im Geldbeutel“ Tüten voller Fanartikel trägt. Auch in den Multimedia-Elementen tauchen diese Figuren immer wieder auf und sorgen für eine gestalterische Konsistenz.

8.4.2. Seiten-Design

Die Gestaltung der Übersichtsseiten erinnert im Aufbau an jene großer Nachrichtenportale wie zum Beispiel Spiegel Online. Ich habe mich einerseits für dieses Design entschieden, weil es dem User von anderen Websites bekannt ist und er die Navigation durch eine derart gestaltete Seite (große Fotos kombiniert mit zwei Überschriften und einem Teasertext) bereits erlernt hat. Zum anderen bietet dieser Aufbau die Möglichkeit auch eine im Umfang eher begrenzte Website wie fussballfreundinnen.de optisch zu füllen. Ein kleineres Bildformat hätte unter Umständen dazu geführt, dass die Seite „zu leer“ aussieht.

Von diesen strategischen Gründen abgesehen, ist bekannt, dass Bilder dazu dienen schnell Emotionen zu transportieren (vgl. GRAFBERGER/HÖRNER, S. 24). Bei einem emotionalen Thema wie Fußball, erschien mir die Nutzung großformatiger Bilder demnach als durchaus angebracht.

Die Anordnung der Artikel auf den Übersichtsseiten habe ich folgerichtig auch stark von der optischen Wirkung abhängig gemacht. Zwei Bilder mit der Grundfarbe „rot“ sollten demnach nicht direkt untereinander stehen, ebenso wenig wie zwei großformatige Portraits. Die Tatsache, dass es sich bei fussballfreundinnen.de nicht um eine tagesaktuelle Plattform handelt, erlaubt diese gestalterische Freiheit, die bei Nachrichtenportalen aus Gründen der Chronologie nicht möglich wäre. Nichts desto trotz habe ich selbstverständlich auch darauf geachtet, dass die Anordnung der Inhalte

ebenso abwechslungsreich ist, wie jene der Bilder. Zum Teil mussten aus diesem Grund Bilder ausgetauscht werden, um sowohl der optischen als auch der inhaltlichen Struktur der einzelnen Übersichtsseiten gerecht zu werden.

Die einzelnen Inhaltsseiten erinnern ebenfalls (aus oben genannten Gründen) an jenen Aufbau der bereits von anderen Portalen verwendet wird.⁶³

Die klassische Gestaltung einer Inhaltsseite (wie unter 7.2.3. beschrieben) mit mehreren Bildern habe ich aus zweierlei Gründen nicht gewählt.

Der erste Grund knüpft an das gestalterische Gesamtkonzept einer „ruhigen“ Seite an. Zu viele Bilder unterbrechen den Lesefluss und lassen eine Website schnell überfrachtet erscheinen. Der zweite Grund ist ein organisatorischer: Bei vielen Themen war es, ohne erheblichen finanziellen oder zeitlichen Mehraufwand, schlichtweg nicht möglich viele Bilder einzufügen. Alle Bilder auf fussballfreundinnen.de wurden entweder von mir selbst fotografiert oder von den prominenten Gesprächspartnern zur Verfügung gestellt. Auf Agenturbilder musste ich aufgrund der damit verbundenen Kosten verzichten.

Das Schriftbild auf fussballfreundinnen.de ist ebenso wie der Gesamtaufbau der Seiten klassisch gehalten. Texte sind in der serifenlosen Standardfont „Verdana“, Größe 12 Punkt, linksbündig mit anderthalbfachem Zeilenabstand verfasst. Wie bereits unter Punkt 7.2.2. erwähnt, garantiert diese Wahl von Schrift und Formatierung nicht nur eine gute Lesbarkeit der Texte für den User, sondern auch dass die Schrift auf allen Computern mit Standardeinstellungen angezeigt werden kann. Lediglich die Schrift im Logo von fussballfreundinnen.de weicht von diesem Schema ab. Doch da diese Schriftart als Bilddatei in einem *JPEG*-Format eingebunden ist, kann sie auch angezeigt werden, wenn die Schrift selbst nicht auf dem Rechner des Users installiert ist.

⁶³ Hier werden Teasertexte von den Übersichtsseiten noch einmal in Fettschrift wiederholt, um dem User zu versichern, dass er tatsächlich auf der von ihm gewünschten Seite gelandet ist. Auch dies ist ein übliches Verfahren in Onlinejournalistischen Portalen.

Bedingt durch den Umfang mancher Inhaltselemente weisen einige Seiten zusätzliche Navigationselemente unterhalb des Textes auf, die es dem User erlauben alle Seiten eines Artikels bequem zu erreichen. Auf der ersten Seite eines Artikels wird zudem stets ein Kommentarfeld angeboten, das die User dazu ermuntern soll die Inhalte zu diskutieren. In Zeiten des „Web 2.0“ ist diese Option unerlässlich.

8.5. Die Inhalte

Hinweis: Alle Inhalte von fussballfreundinnen.de liegen im Anhang als Screenshots vor.

8.5.1. Recherche und Informationsakquise

Jeder Journalist, der sich schon einmal mit dem Thema Fußball beschäftigt hat und nicht einem der wichtigen Medienpartner dieser Organisationen angehört, kennt die Hürden, die der Deutsche Fußballbund (kurz DFB) und die Bundesligavereine für eine unabhängige Berichterstattung errichten.

Demnach war es für mich keine Überraschung, dass viele Anfragen an eben jene Organisationen auch bei mehrmaliger Nachfrage entweder gar nicht beantwortet oder recht schnell abgelehnt wurden.

So hatte ich beispielsweise ursprünglich geplant, ein Interview mit der bekanntesten Schiedsrichterin Deutschlands, Bibiana Steinhaus⁶⁴, zu führen. Eine Anfrage beim DFB wurde jedoch mit den Worten „Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass Frau Steinhaus zu diesem Thema grundsätzlich nicht zur Verfügung steht“ abgelehnt.

Ähnliche Antworten erhielt ich von verschiedenen Bundesligavereinen auf meine Nachfragen zu unterschiedlichsten Themen (Frauenanteil im Stadion, Merchandisingprodukte für Frauen, weibliches Personal in den Fußballabteilungen, etc.).

⁶⁴ Bibiana Steinhaus ist die erste und einzige Frau bisher, die Herrenfußballspiele in der 2. Bundesliga als Schiedsrichterin leitet. Vgl. BIBIANASTEINHAUS.DE

Nur zwei der „großen“ Vereine erwiesen sich als durchaus kooperativ. Zum einen der FC Bayern München, der meine Fragen zu ihrer Merchandising-Strategie innerhalb von drei Tagen umfassend beantwortete und Bayer 04 Leverkusen, die mir nicht nur bemerkenswert schnell den Kontakt zur Stadionsprecherin Petra Dahl herstellten, sondern im Gegensatz zu vielen anderen Vereinen auch keine Hemmungen zeigten, die ermittelten Zahlen zu weiblichen Stadionbesuchern offen zu legen.

Andere Traditionsvereine, wie zum Beispiel Borussia Dortmund und Schalke 04, antworteten hingegen überhaupt nicht auf meine mehrfachen Anfragen per Telefon und e-Mail.

Auffällig war, insbesondere bei meiner Informationsakquise zum Thema „Anteil weiblicher Stadionbesucherinnen“, dass jene Vereine, die in der ersten Bundesliga als Underdogs gelten und eine relativ kleine Fanbase aufweisen, eher und auch schneller bereit waren, mir Informationen zur Verfügung zu stellen.

Bei meinen Anfragen an die Sportartikelhersteller verhielt es sich ähnlich. Der weniger bekannte Hersteller Jako antwortete prompt und ausführlich auf meine Anfragen, wohingegen Nike und Puma bereits auf ihren Webseiten erwähnen, dass Anfragen zu Diplom- oder anderen wissenschaftlichen Arbeiten grundsätzlich nicht beantwortet werden. Auch Adidas folgt dieser Politik. Die Tatsache, dass ich von dieser Firma eine sehr ausführliche Antwort auf meinen Fragenkatalog erhalten habe, liegt einzig daran, dass es mir möglich war über persönliche Kontakte eine Verbindung zur Merchandisingabteilung herzustellen. Eine Anfrage über die offiziellen Kanäle war zuvor ebenfalls gescheitert.

Auch die Anfragen bei Medienvertreterinnen erwiesen sich mitunter als schwierig. Hier erhielt ich ebenfalls mehrfach keine Antworten auf meine zahlreichen Kontaktversuche. Ob jene Moderatorinnen und Journalistinnen⁶⁵ selbst kein Interesse an einem Interview hatten oder deren Agenturen bzw. Sekretariate die Anfragen einfach nicht weiter leiteten, ist mir allerdings nicht bekannt.

⁶⁵ Namen möchte ich an dieser Stelle nicht nennen um niemanden zu diskreditieren.

Unter den Medienvertretern zeigte sich der Bezahlsender SKY als kooperativ, der mir unter anderem gestattete Spielszenen der Kommentatorin Christina Graf auf meiner Webseite zu verwenden. Auch das ZDF und RTL stellten mir rasch Kontakte zu den Moderatorinnen Katrin Müller-Hohenstein und Ulrike von der Groeben her. Anfragen an verschiedene ARD-Anstalten verliefen hingegen ins Leere, ebenso wie Anfragen an verschiedene Printmedien (SPORT Bild, Kicker, etc.).

Selbst auf Anfragen bei Frauenfanclubs erhielt ich größtenteils keine Antworten. Lediglich die „BVB-Schicksen“ aus Dortmund erklärten sich uneingeschränkt dazu bereit mit mir zusammenzuarbeiten.

Auszunehmen von der Absagenflut sind hingegen die wissenschaftlichen Institutionen. Sowohl bei der Deutschen Sporthochschule Köln (Diana Emberger) als auch an der Universität Marburg (Dr. Almut Sülzle) bekundete man ein großes Interesse an meinem Forschungsgegenstand und stellte rasch Kontakte zu den Expertinnen her.

Ähnlich offen zeigten sich außerdem nur die weiblichen Fußballfans vor den Stadien. Bei meinen Befragungen vor mehreren Arenen und unter Anhängern verschiedener Vereine war nur ein Bruchteil der von mir angesprochenen Damen nicht dazu bereit etwas zum Thema beizusteuern und/oder sich fotografieren zu lassen.

8.5.2. Die Artikel

Die Schwierigkeit bei der Umsetzung der schriftlichen Artikel bestand sicherlich darin, die geeigneten journalistischen Darstellungsformen zu finden. fussballfreundinnen.de ist kein tagesaktuelles Medium und auch kein Online-Ableger eines Wochenmagazins. Demnach wäre ein Aufbau der Artikel im klassischen nachrichtlichen Stil (zuerst das Wichtigste, später die Hintergründe) unpassend.

Stattdessen sollten die Artikel auf begrenztem Raum ein Thema – sofern es der Platz zulässt – umfassend beleuchten und dennoch einen gewissen Unterhaltungswert bieten. Außerdem sollten die Texte zumindest im Ansatz zeitlos sein. Folglich habe ich mich im Aufbau der Texte an

onlinejournalistischen Hintergrundberichten, Features oder Reportagen orientiert. Auch nicht tagesaktuelle Onlineportale wie beispielsweise PLANET-WISSEN.DE boten mir einen Anhaltspunkt dafür, wie komplexe und zum Teil wissenschaftliche Informationen unterhaltsam und verständlich aufbereitet werden können, ohne sich in Details zu verlieren oder den Rahmen eines Online-Artikels zu sprengen.

Sprachlich war eine enge Orientierung an den von mir festgelegten Zielgruppen und am gewählten Thema unerlässlich. Im Sportjournalismus ist beispielsweise eine „Tagesschau-Sprache“ nicht üblich. Auch GRAFBERGER und HÖRNER betonen:

„Wenn also ein Text im Internet den Leser fesseln soll, ist die Verwendung emotionaler Wörter von Vorteil. Allerdings sollte der Einsatz passend zum Thema erfolgen“ (S. 93).

Im Kontext Fußball sind Rezipienten und Produzenten onlinejournalistischer Artikel an eine lockere und emotionale Sprache gewöhnt. Insofern habe auch ich versucht mich dieser zu bedienen, ohne zu stark in eine sprachliche Banalität abzudriften.

Dies erwies sich bei den verschiedenen Texten als unterschiedlich schwierig, insbesondere jedoch bei den eher harten Themen (Geschlechterstereotypen im Stadion, Frau als Wirtschaftsfaktor im Fußball). Historische, ökonomische oder soziologische Aspekte derart aufzubereiten, dass sie im Kontext Fußball von der Zielgruppe als spannend und unterhaltsam aufgefasst werden, war sicherlich eine Herausforderung.

Auch aus diesem Grund hatte ich bereits vor Beginn des Projektes fussballfreundinnen.de festgelegt, dass ich unterschiedliche schriftliche Darstellungsformen bedienen möchte. Glosse, Reportage und Interview sind beispielsweise per Definition emotionalere Darstellungsformen und passen sich folglich auch besser in eine lockere Fußballsprache ein. So war eine Begleitreportage die nahe liegende Darstellungsform, wenn es darum ging einen Frauenfanclub vorzustellen und eine Glosse das

adäquate Mittel um die stereotype Geschlechtertrennung bei den Merchandisingartikeln zu karikieren. Zudem setzte ich auf Gastbeiträge („Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison“ und „Katja kellnert beim HSV“⁶⁶), um dem User stilistisch abwechslungsreiche Artikel zur Verfügung zu stellen. Denn eine Website, die ausschließlich von einem einzigen Autor befüllt wird, läuft Gefahr, den Leser zu langweilen oder gar zu vertreiben, wenn ihm der Schreibstil dieses Autors nicht gefällt.

8.5.3. Multimedia-Elemente

Ebenso wie die schriftlichen Artikel auf fussballfreundinnen.de sollten natürlich auch die multimedialen Elemente zielgruppengerecht zugleich Informationen und Emotionen vermitteln. Und auch hier war es wichtig, die passende Darstellungsform für jedes Thema auszuwählen.

So erschien es naheliegend, Sportjournalistinnen wie Ulrike von der Groeben und Katrin Müller-Hohenstein, die viele User aus dem Fernsehen kennen dürften, in Videos zu zeigen. Von Fußball-Kommentatorin Christina Graf und Stadionsprecherin Petra Dahl sind hingegen hauptsächlich die Stimmen bekannt. Daher waren Audiobeiträge hier das adäquate Mittel der Präsentation.

Die Audio-Slideshow der weiblichen Fans vor den Stadien entstand hingegen eher als Zufallsprodukt. Zunächst war zu diesem Thema eine klassische Bildergalerie mit ergänzenden Texten und Zitaten der Frauen geplant. Wie sich bei der Umsetzung aber recht schnell herausstellte, gingen durch die Verschriftlichung der Kurzinterviews mit den Fans oft der Witz und die Authentizität der Aussagen verloren. Da die Zitate jedoch ohnehin als Audiodateien vorlagen, entschloss ich mich dazu, sie in einer rudimentären Audio-Slideshow zu verarbeiten. Bei dieser Darstellungsform werden statische Bilder mit Musik und Audioelementen kombiniert. Professionelle Medienhäuser (wie z.B. WDR.DE) bieten eine manuelle Navigation zwischen den einzelnen Bildern an. Erst wenn der Nutzer ein

⁶⁶ Vgl. <http://www.fussballfreundinnen.de/im-stadion/bayern-fan-conny-%C3%BCber-ihre-triple-saison/> und <http://www.fussballfreundinnen.de/im-hintergrund/katja-kellnert-beim-hsv/>

neues Foto anklickt, kann auch ein neues Tonelement starten.⁶⁷ Da mir diese Technik/Software nicht zu Verfügung stand, habe ich mich an der „Youtube-Version“ von Audio-Slideshows orientiert. Hier werden Audios und Fotos zueinander passend kombiniert und anschließend als durchgängiger Film ausgespielt.

Stilistisch sollten alle Multimedia-Elemente eine konsistente Gestaltung aufweisen. Dies wurde unter anderem durch die Verwendung einheitlicher Bildkacheln im Verlauf der Beiträge erreicht. Sowohl die Audio- als auch die Video-Stücke enthielten Kacheln, die das von der Website bekannte Bild der „Fußballdame“ zeigten. Auch bei Schrift (Helvetica) und Schrifformatierung gab es keine Abweichungen.

Für eine schlichte musikalische Untermalung der Beiträge wurden verschiedene *Royalty-free* Stücke verwendet, die sich stilistisch ähnelten. Bei Multimedia-Elementen, die sich mit einer Stadionsituation beschäftigen (z.B. die Audio-Slideshow) wurden diese durch Fangesänge ergänzt um dem User ein Stück Stadionatmosphäre zu bieten.

Technisch wurden die Beiträge mit verschiedenen Programmen erstellt und bearbeitet. Die Videos wurden zunächst per *Smartphone* in *HDV*-Qualität. aufgezeichnet, die Audios mit einem üblichen MP3-Aufnahmegerät und externem Mikrofon. Die anschließende Videoverarbeitung erfolgte durch die Programme „Final Cut Pro“ und „iMovie“ (für die Bildkacheln zudem „Photoshop Elements“). Audiostücke und andere Ton-Elemente wurden mit dem Programm „Audacity“ geschnitten.

Nach abgeschlossener Bearbeitung wurden die Beiträge ausnahmslos über eine Youtube-Verlinkung in die Website eingebunden. Grund für diese Wahl war, dass der durchschnittliche Internetnutzer an eingebettete Videos über diese Plattform gewöhnt ist und sich deshalb vermutlich nicht scheut die Beiträge anzuklicken, beziehungsweise abzuspielen. Zudem

⁶⁷ Beispiel für solch eine Audio-Slideshow mit Navigation: „Was spielst du? Spielmesse in Essen eröffnet“ von Katja Goebel auf WDR.DE (ohne Datumsangabe).

bietet Youtube die Möglichkeit auch längere Videos (über fünf Minuten) in hoher Bildauflösung (*High Definition* 1920 x 1080 *Pixel*, Bildformat 16:9) korrekt wiederzugeben. Da alle von mir gefilmten Videos in diesem Format aufgezeichnet wurden, war dies für mich eine Voraussetzung für die Wahl eines Video-Anbieters.

Um fussballfreundinnen.de konsistent zu gestalten, wurden die Audio-Beiträge ebenfalls mit einer Bildkachel versehen und über diesen Anbieter verlinkt. Zwar hätte auch die Möglichkeit bestanden, diese über ein *Audio-Widget* direkt auf der Website einzubinden, doch mir erschien die gewählte Lösung als eleganter und stringenter.

8.5.4. Weitere Elemente und Inhalte

Neben den eigentlichen journalistischen Inhalten, enthält fussballfreundinnen.de weitere Elemente, die für den User einen zusätzlichen Service bieten sollen. Allem voran ist dabei die Startseite zu nennen. Hier erfährt der Besucher, worum es auf der Website geht, wer für die Inhalte verantwortlich ist und warum das Thema behandelt wird. Sprachlich habe ich mich bei dieser Seite ebenso wie bei den journalistischen Stücken, stark an Zielgruppe und Thema orientiert.

Eine lockere und heitere Ansprache erschien mir im Kontext Fußball als unerlässlich. Zusätzlich orientierte ich mich an einem Hinweis von GRAFBERGER und HÖRNER:

„Dennoch fühlen sich die meisten von uns jünger als sie sind und viele lassen sich daher von der lockeren *IKEA*-Tonalität mit konsequentem Duzen eher ansprechen als abschrecken.“ (S. 34)

Da das Duzen auch unter Fußballfans üblich ist, habe ich mich dazu entschlossen auf der gesamten Website auf das formale „Sie“ als Ansprache für den User zu verzichten.

Dieses „freundschaftliche“ Wording setzt sich auch bei den Buch- und Linktipps fort. Hier sollten die User nicht einfach nur eine Liste mit Empfehlungen vorgesetzt bekommen, sondern auch eine kurze

Zusammenfassung und Einschätzung darüber, was die genannten Medien ihnen bieten können.

Im Forum sollen die User weiterhin die Möglichkeit haben, sich über Fragen zum Thema auszutauschen, die womöglich noch nicht in den Artikeln behandelt wurden und somit in deren Kommentarfunktionen keinen Platz gefunden haben.

9. Das Projekt fussballfreundinnen.de: eine Reflexion

9.1. Analyse des Arbeitsprozesses und der Ergebnisse

Während unter Punkt 8. die Zielsetzung des Projektes und die geplante Umsetzung der Website fussballfreundinnen.de behandelt werden, beschäftigt sich diese Analyse in erster Linie mit Stolpersteinen während des Prozesses. Zusätzlich sollen jedoch auch positive Erfahrungen und Ergebnisse aufgeführt werden.

Nach der Ausarbeitung der Inhalte für die Website, kann zunächst festgehalten werden, dass die Wahl des Mediums Internet sich als gute Entscheidung erwiesen hat. Sowohl die vielfältigen multimedialen als auch inhaltlichen Gestaltungsmöglichkeiten werden dem bearbeiteten Thema gerecht und erlauben es dem User sich umfassend mit „Frauen in der Männerfußballwelt“ zu befassen. Zudem kann der User durch die Web 2.0-Elemente in einen Austausch mit Autoren und anderen Besuchern der Website treten, beziehungsweise sie Freunden weiter empfehlen.

Auch die gewählte Optik der Seite trägt dazu bei die Inhalte angenehm zu vermitteln. Durch den sparsamen Einsatz von Farben und eine klare Struktur wurden die geplante Ruhe und eine gute Übersicht erreicht. Problematisch erwiesen sich allerdings die doch etwas eingeschränkten Gestaltungsmöglichkeiten. Das Baukastensystem des Website-Anbieters lieferte zwar zahlreiche Formatvorlagen, diese waren jedoch oft zu verspielt und nicht darauf ausgelegt längere journalistische Texte darzustellen. Auch die Möglichkeiten, persönliche Anpassung in diesen Vorlagen durchzuführen, erscheinen mir im Nachhinein als zu gering. Es war unter anderem nicht möglich das Titelbild (Mittelkreis und Logo) für jeden Themenbereich (beispielsweise „Im Stadion“) anzupassen oder die grundsätzliche Seitenaufteilung zu ändern.

Auch die Bildgestaltung der Übersichtsseiten und der einzelnen Beiträge hätte durch mehr Variabilität sicherlich noch verbessert werden können. Da allerdings die Nutzung von Stock-Fotografien, wie bereits unter 8.4.2. beschrieben, keine Option darstellte, ließ sich diese Problematik in der Kürze der Bearbeitungszeit des Projektes nicht beheben.

Inhaltlich erfüllt fussballfreundinnen.de die vor dem Projektstart formulierten Ansprüche. Die Themenvielfalt hätte allerdings noch gesteigert werden können, wenn Recherche und Informationsakquise sich nicht als derart problematisch entpuppt hätten. Zahlreiche ursprünglich geplante Themen, wie das bereits erwähnte Interview mit Schiedsrichterin Bibiana Steinhaus oder ein Gespräch mit der Physiotherapeutin einer Bundesligamannschaft, konnten nicht umgesetzt werden, weil die Vereine oder Institutionen sich unkooperativ zeigten. Dies mag sicherlich auch daran liegen, dass man als Diplomand weniger wichtig für die Gesprächspartner als beispielsweise der Sportjournalist eines großen Medienhauses ist.

Andere Inhalte, wie ein Filmdreh mit den Cheerleaders des 1. FC Köln, der eigentlich schon feststand, scheiterten letztendlich an der Terminplanung seitens der möglichen Akteure.

Diejenigen Themen, die jedoch schließlich umgesetzt werden konnten, erfüllen im Großen und Ganzen die formulierten Ziele. Lediglich die Platzbeschränkung für einzelne Artikel im Internet erwies sich als Herausforderung. Insbesondere, da ich durch die Erkenntnisse aus dem wissenschaftlichen Teil der Diplomarbeit unzählige weitere spannende Informationen hätte verarbeiten können. In diesem Punkt gestaltete sich die Arbeit an fussballfreundinnen.de beinahe wie ein „Auffrischkurs für journalistische Grundlagen“: Wie erklärt man ein komplexes Thema derart, dass es jeder versteht und es außerdem noch schön zu lesen ist? Obendrein musste dabei stets die Zielgruppe im Auge behalten werden. Während Letzteres selbst nicht allzu schwierig war, ergab sich bei der Ausarbeitung jedoch ein Problem, das ich vorher nicht antizipiert hatte.

So wirkten einige Texte nach der Fertigstellung zunächst sehr einseitig. Ich wollte stets vermeiden, dass fussballfreundinnen.de sich wie ein feministisches Online-Pamphlet liest. Da aber die Rechercheergebnisse in vielen Fällen nahelegten, dass Frauen in der Welt des Männerfußballs tatsächlich noch zweitklassig oder stereotyp behandelt werden, trat dieses Problem gleich mehrfach auf. Oft blieb mir folglich nichts anderes übrig als die Texte ein zweites Mal zu verfassen und auch die männliche Sichtweise in den Diskurs mit einzubeziehen.

Das Erstellen der Multimedia-Elemente auf der Website war im Prozess die wohl größte Herausforderung. Nicht nur, dass die technische Ausstattung in der Produktion weit entfernt von einem TV- oder Hörfunk-Standard war, auch die konkrete Umsetzung barg gleich mehrere Stolperfallen. Das größte Problem war allerdings die Zeit – und dies gleich in zweierlei Hinsicht.

Zunächst hatten die verschiedenen Interviewpartnerinnen nicht unendlich viel Zeit für die Gespräche. Somit war es beispielsweise nicht möglich Schnittbilder zu drehen und anschließend aus dem Material klassische TV-Beiträge zu produzieren. Auch ein Dreh mit mehreren Kameras, die zum Beispiel den Interviewer zeigen, war aus finanziellen Gründen nicht möglich. Die Bildkacheln mit den Fragestellungen sowie die musikalische Untermalung verstecken dieses Problem zwar recht elegant, lassen es aber nicht gänzlich verschwinden.

Zum Zweiten nahm die Postproduktion der Beiträge weitaus mehr Zeit in Anspruch als geplant. Sowohl das Einlesen des Videomaterials ins Schnittprogramm als auch das Exportieren und Hochladen der fertigen Filme dauerte oft mehrere Stunden. Dies ist vermutlich dem geringen Arbeitsspeicher meines Rechners geschuldet. Nachträgliche Fehlerkorrekturen in den Videos waren demnach nur mit viel Geduld möglich. In Anbetracht dieser Hürden und der Tatsache, dass es sich um Online-Videos handelt die (wie bereits in 7.2.4. erwähnt) gar nicht wie

professionelle TV-Beiträge aussehen müssen, kann man diese Schwächen in der Umsetzung der Videos vielleicht etwas relativieren.

Weniger problematisch stellte sich Produktion der Audio-Stücke und der Audio-Slideshow dar. Lediglich die Hintergrundgeräusche im Interview mit Stadionsprecherin Petra Dahl mögen manche Hörer als störend empfinden. Auch aus diesem Grund erwähne ich im Sprechertext, dass das Interview in einem Hotel stattfand.

Die Audio-Slideshow ist sehr schlicht gehalten, vermittelt aber ein abwechslungsreiches Bild der verschiedenen Gruppen weiblicher Fans. Allerdings kann man die Bilder nicht (wie ursprünglich geplant) einzeln anklicken, was für den User sicherlich noch ein wenig komfortabler gewesen wäre. Auch bei diesem Stück kommt zudem noch einmal der Faktor „Zeit“ zum Tragen. Für diese etwa fünfminütige Slideshow habe ich acht verschiedene Bundesligaspiele besucht. Schließlich galt es Fans verschiedener Vereine zu zeigen und zu befragen. Manche Fangruppen lieferten aber schlichtweg keine spannenden Antworten, weswegen sie im fertigen Beitrag nicht zu Wort kommen. Sicherlich kann man festhalten, dass im Fall dieser Slideshow das Verhältnis zwischen Input und Output in einem Missverhältnis steht.

Trotz dieser zum Teil erheblichen Probleme bei der Produktion der Website und ihrer Inhalte, ist das Ergebnis durchaus zufriedenstellend. Sowohl die inhaltlichen als auch die gestalterischen Ziele wurden weitestgehend in der geplanten Form umgesetzt.

9.2. Frauen im Männerfußball: Ein Vergleich von Theorie und Praxis

In der theoretischen Analyse des Fußballs als Männersport, der Frauenrolle im Journalismus und dabei insbesondere im Sportjournalismus, wird deutlich, dass beide gesellschaftlichen Teilsysteme noch stark männlich dominiert sind.

Die Abschließende Frage lautet nun, ob diese wissenschaftlichen Erkenntnisse auch einer praktischen Überprüfung standhalten. Als Vergleich sollen hierbei meine Erfahrungen aus der Arbeit an fussballfreundinnen.de dienen.

Diese haben vor allem deutlich gezeigt, dass die Rolle der Frau im Kontext Fußball keinesfalls so eindeutig definiert ist, wie es die wissenschaftliche Literatur zunächst suggeriert. So schreibt PÖHLAND 1995 „Fußball ist die letzte Männerbastion, die Burg, in der der Mann noch uneingeschränkter Herrscher ist“ (S. 106) und auch TÖPPERWEIN hält 15 Jahre später fest: „Die Männlichkeit des Fußballs wird bis heute aufrecht erhalten und immer wieder neu (bewusst oder unbewusst) konstruiert“ (S. 30).

Zwar sind sich die meisten von mir interviewten Frauen darüber einig, dass der Fußballsport tatsächlich sehr männlich geprägt ist, doch insbesondere im Umfeld der Fans gibt es zahlreiche Kontroversen darüber, ob Frauen noch immer als Fußballfans zweiter Klasse angesehen und behandelt werden. Das Gros der befragten Damen vor den Stadien empfindet es beispielsweise als völlig normal zum Fußball zu gehen, Fankleidung zu tragen oder auch im Stadion zu fluchen. Weibliche Fans selbst schreiben sich somit keine Sonderrolle zu und beklagen sich nicht über Diskriminierung. Auch viele Männer schlossen sich in den Befragungen dieser Meinung an. Ob dies der Tatsache geschuldet ist, dass ich als Interviewerin selbst eine Frau bin und mich die befragten männlichen Fans nicht beleidigen wollten, bleibt Spekulation. Dennoch erschien es auf den ersten Blick so, dass die Diskussion über einen Geschlechterkampf im Stadion unter den Fans selbst kaum stattfindet.

Anders verhält es sich allerdings im Internet. In der Anonymität verschiedener Fußballforen sind chauvinistische und sogar sexistische Aussagen männlicher Fans weit häufiger zu lesen als positive Anmerkungen zu Frauen im Stadion. Petra Dahl bestätigt dieses Phänomen im Interview, als sie über die Bekanntgabe ihrer Position als neue Stadionsprecherin spricht: „Die Reaktionen waren (...) (was man auch so in Foren lesen konnte) sicherlich zu Beginn, gerade von einem

gewissen Teil der Fans, nicht positiv.“⁶⁸ Denkbar ist, dass einige männliche Fans ihre Bastion Fußball tatsächlich lieber gegenüber Frauen abschotten würden, sich mit solchen Forderungen im Ligaalltag aber zurückhalten, da dies als „politisch unkorrekt“ angesehen würde. Oder, und diese These erscheint dann plausibel, wenn man einen Blick auf weibliche Fußballfans außerhalb einer Stadionsituation wirft, sind es gar nicht die Hardcore-Fans unter den Männern, die sich gegen Frauen im Fußball sträuben, sondern die Gelegenheitsfans. Sowohl die Autorin Daniela Schulz⁶⁹ als auch Bayern München-Fan Conny Schneider beklagen, im Alltag nicht ernst genommen zu werden, wenn sie von ihrem Hobby berichten.

Die Vereine und Stadienbetreiber scheinen es hingegen zu begrüßen und zu fördern, dass mehr weibliche Fans Fußballspiele besuchen. Deutlich wurde bei der Recherche aber auch, dass diese Offenheit oftmals mit einem grundsätzlichen Informationsdefizit zur Zielgruppe der weiblichen Fans einhergeht. Kaum einer der Vereine in der ersten Bundesliga konnte oder wollte mir Zahlen über den Frauenanteil in ihrem Stadion nennen. Wenn man bedenkt, dass Fußballklubs heutzutage wie große Unternehmen wirtschaften müssen, ist es überraschend, dass diese ihre Kundschaft anscheinend nicht analysieren. Möglicherweise auch deshalb ist das Stereotypendenken bei Merchandising- und Marketingabteilungen noch immer deutlich ausgeprägt (Stichwort: Fußball schauen bei Kaffee und Kuchen). Und auch „auf der Ebene der leitenden Positionen (außerhalb von Marketing und PR stellen praktisch alle deutschen Bundesligaklubs eine exklusive Männerwelt dar“ (MÜLLER, S. 140). Ist das vermeintliche Interesse der Vereine und Verbände an Frauen im Fußball also scheinheilig?

Diese Frage lässt sich mit einem Blick auf den Sportjournalismus zumindest teilweise beantworten. Auch hier handelt es sich um ein von Männern dominiertes soziales System. Die Zahlen (vgl. 4.2.) beweisen, dass Frauen nicht nur eine Minderheit im Ressort Sport darstellen sondern

⁶⁸ Vgl. Interview mit Petra Dahl (Anhänge S. 90)

⁶⁹ (vgl. Interview mit Daniela Schulz (Anhänge S. 118))

auch, dass sich daran in den vergangenen Jahrzehnten kaum etwas geändert hat. Einzige Ausnahme ist dabei die Zahl der Fußballmoderatorinnen im TV. Die Gespräche mit allen drei von mir befragten Damen in dieser Position (Sedlacek, von der Groeben und Müller-Hohenstein) ergaben vor allem ein interessantes Ergebnis: Fußballspieler, -trainer und Vereinsoffizielle verhalten sich heute gegenüber Frauen am Spielfeldrand nicht mehr so überheblich, wie vielleicht noch vor 20 Jahren (vgl. Aussage von Sabine Töpperwien in 4.2.). Auf dieser Ebene ist demnach ein gleichberechtigtes Miteinander im Fußballalltag angekommen. Bei den Berufskollegen des Printjournalismus verhält es sich jedoch offenbar anders (wie bereits von FECHTING in 4.2. beschrieben). Sowohl TV-Kommentatorin Christina Graf als auch Sportstudio-Moderatorin Katrin Müller-Hohenstein beklagten die oftmals überkritische Berichterstattung über weibliche Sportjournalisten⁷⁰. Zudem waren sich auch beide einig, als Frauen in diesem Beruf unter genauerer Beobachtung zu stehen als ihre männlichen Kollegen. Hier stimmten die wissenschaftlichen Quellen also überein mit den Aussagen von Frauen, die aktuell in diesem Beruf arbeiten.

Doch was hat dies mit den Vereinen und deren Personalstruktur zu tun? Der Vergleich liegt nahe: In einigen Teilbereichen beider sozialen Systeme sind Frauen ausdrücklich erwünscht (zum Beispiel als Fans und Kundinnen, in den PR-Abteilungen der Vereine und als Moderatorinnen von Fußballsendungen). Andere Bereiche sind anscheinend den Männern vorbehalten und sollen es auch bleiben (Vorstandsebenen der Klubs oder Redakteursposten insbesondere im Print-Sportjournalismus).

Zudem kann festgehalten werden, dass auch die Mediendarstellung von Frauen in der Männerfußballwelt sich tatsächlich so gestaltet, wie in den wissenschaftlichen Quellen dargelegt. Unter anderem während der Recherchen zum Artikel „Deutschland-Bikini trifft Waschmaschine“⁷¹ wurde deutlich, dass weibliche Fans in der Presse vornehmlich im

⁷⁰ Vgl. Interviews mit Christina Graf und Katrin Müller-Hohenstein (Anhänge S.106 und S.110)

⁷¹ Vgl. <http://www.fussballfreundinnen.de/in-den-medien/frauendarstellung-in-den-medien/>

Zusammenhang mit großen Turnieren wie Welt- und Europameisterschaften erwähnt oder abgebildet werden – und dort insbesondere als schmückendes Beiwerk in Fotostrecken. Dagegen beschäftigten sich nur wenige Artikel mit weiblichen Liga-Fans. Wenn dies doch einmal der Fall ist, geht es meist um die klassische Rollenverteilung. Regelmäßig wird betont, wie normal Frauen inzwischen doch in der Fankurve seien und dass sie genauso viel Leidenschaft mitbrächten wie männliche Fans. So nehmen weibliche Fußballfans in der Mediendarstellung tatsächlich noch immer eine Sonderrolle ein.

Zusammenfassend lässt sich das in den wissenschaftlichen Quellen vertretene Bild von Frauen in der Welt des Männerfußballs (im Stadion und Journalismus) bestätigen. Einzig das Selbstverständnis weiblicher Fußballfans scheint wesentlich differenzierter zu sein als in den bisherigen Forschungsergebnissen angenommen wird. Ob Frauen jedoch ihre Sonderrolle im Fußballkontext, die sie zweifellos haben, nicht wahrnehmen oder bewusst ignorieren, wäre ein spannender Ansatzpunkt für weitergehende Untersuchungen.

10. Fazit und Aussicht

Wer im Jahr 2013 ein Fußballspiel besucht, der wird auf dem Weg ins Stadion und später auf den Rängen sicherlich vielen Frauen begegnen. Manche von ihnen werden burschikose und schlabberige Herrentrikots tragen, andere werden in knappen Fanshirts und Stöckelschuhen die Tribüne erklimmen. Es wird unter ihnen Frauen geben, die eine umstrittene Schiedsrichterentscheidung stoisch hinnehmen und andere die darüber wie ein Bierkutscher fluchen. Manche Damen werden die Abseitsposition des eigenen Stürmers sofort erkennen, während andere leidenschaftlich argumentieren werden, es sei doch maximal „gleiche Höhe“ gewesen. Viele werden ein Bier trinken und eine Bratwurst essen. Auf jeden Fall aber werden sich alle freuen, wenn der eigene Verein gewinnt. Denn vielleicht einmal abgesehen von den Schuhen, unterscheiden sich weibliche Fans in ihrem Auftreten beim Fußball nur wenig von ihren männlichen Fankollegen – und das wissen auch die meisten Männer, die ins Stadion gehen. Trotzdem wird Frauen im Fußball noch immer eine Sonderrolle zugewiesen. Dasselbe gilt für Sportjournalistinnen. Sie erledigen die gleiche Arbeit und machen dabei genauso häufig Fehler wie Männer in dieser Branche. Doch warum ist ein „Schalke 05“ so viel schlimmer als ein „Schalke 07“?

Der Fußball als letzte Bastion der Männlichkeit ein gesellschaftliches konstruiertes Bild, das vermutlich noch eine Weile Bestand haben wird. Denn ähnlich wie bei anderen Stereotypen in einer Gesellschaft brauchen Veränderung Zeit und Öffentlichkeit.

Die Website fussballfreundinnen.de kann vielleicht, wenn auch nur im ganz kleinen Rahmen, zu dieser Veränderung beitragen. Zum einen finden sich weibliche Fußballfans und Frauen, die sich für den Beruf der Sportjournalistin interessieren dort wieder, zum anderen wagen vielleicht auch einige Männer einen Blick auf die Seite. Eine kontroverse Diskussion über Artikel und Beiträge wäre anschließend nicht nur aufschlussreich, sondern auch wünschenswert. Womöglich werden einige weibliche User

die kritische Behandlung der Thematik als übertrieben empfinden. Anderen wird die Kritik nicht weit genug gehen. Auch deshalb werde ich fussballfreundinnen.de ab dem offiziellen Start, sprich mit Abgabetermin dieser Diplomarbeit, über soziale Netzwerke (Facebook und Twitter) vorstellen und bewerben, denn ein fruchtbarer Diskurs erfordert möglichst viele engagierte Diskutanten.

Zudem hat das Institut für Geschlechterforschung an der Deutschen Sporthochschule Köln bereits Interesse sowohl an den Ergebnissen dieser wissenschaftlichen Ausarbeitung, sowie an dem Online-Projekt bekundet. Möglicherweise ergeben sich hier interessante Ansätze für eine weiterführende Kooperation.

Inwiefern die User fussballfreundinnen.de akzeptieren werden ist an dieser Stelle natürlich noch nicht abzusehen – ebenso wenig übrigens, ob es sich lohnt das Projekt dauerhaft fortzuführen. Sollten die Rückmeldungen jedoch überwiegend positiv ausfallen, ist es durchaus denkbar, dass ich die Seite auch zukünftig mit immer neuen Inhalten bestücken und regelmäßig überarbeiten werde. Es gibt schließlich noch unzählige weitere Aspekte zu diesem Themenkomplex, die bislang noch keinen Platz auf fussballfreundinnen.de gefunden haben.

Und wenn die Arbeit an der Website, die Analyse der wissenschaftlichen Quellen und die zahlreichen Gespräche mit Frauen in der Männerfußballwelt eines deutlich gemacht haben, dann dass sie in der Tat noch immer eine unterschätzte Kraft sind.

11. Bibliografie

11.1. Monografien

BRADSHAW, Paul / ROHUMAA, Liisa: "The Online Journalism Handbook – Skills to survive and thrive in the digital age", Pearson Education Limited, Harlow / Essex, 2011

FECHTING, Beate: "Frauen und Fußball – Interviews, Porträts, Reportagen", Edition Ebersbach im eFeF-Verlag, Dortmund, 1995

FRÜTEL, Sybille: "Toy department for men – Eine empirische Studie zum internationalen Sportjournalismus", MedienSportVerlag, Pulheim, 2005

GRAFBERGER, Ulrike, HÖRNER, Thomas: "Texten für das Internet – Ein Ratgeber für den erfolgreichen Web-Auftritt", Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH, München, 2009

HEIJNK, Stefan: "Texten fürs Web – Planen, schreiben, multimedial erzählen", dpunkt.verlag GmbH, Heidelberg, 2011

KLAUS, Elisabeth: "Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung – Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus", Westdeutscher Verlag, Opladen / Wiesbaden, 1998

LÜNENBORG, Margret: "Journalistinnen in Europa – Eine international vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen System Journalismus", Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen, 1997

MATZEN, Nea: "Onlinejournalismus", UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, 2010

MÜLLER, Marion: "Fußball als Paradoxon der Moderne – Zur Bedeutung ethnischer, nationaler und geschlechtlicher Differenzen im Profifußball", VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009

NERN, Thomas: "Rezeption von Sportveranstaltungen durch Fans – Eine empirische Exploration erlebnis- und verhaltensbezogener Faktoren und ihrer soziologischen Rahmenbedingungen am Beispiel von Spielen der Fußballbundesliga", Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, 2011

PILZ, Gunter A. (et al.): "Wandlungen des Zuschauerverhaltens im Profifußball", Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 114, Bonn, 2006

REHBERG, Frank (et Al.): "Frauen in der Medienwirtschaft – Chancen und Hemmnisse für Frauenerwerbstätigkeit in einer prosperierenden Zukunftsbranche", Verlag Reinhard Fischer, München, 2002

SCHUMACHER, Peter: "Rezeption als Interaktion – Wahrnehmung und Nutzung multimodaler Darstellungsformen im Online-Journalismus", AUS DER REIHE:"Internet Research" der Universität Erfurt, Band 36, Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden, 2009

SCHWENK, Johanna: "Berufsfeld Journalismus – Aktuelle Befunde zur beruflichen Situation und Karriere von Frauen und Männern im Journalismus", Verlag Reinhard Fischer, München, 2006

SELMER, Nicole: "Watching the Boys Play – Frauen als Fußballfans", Agon Sportverlag, Kassel, 2004

WARD, Mike: "Journalism Online", Focal Press, Oxford, 2002

WEISCHENBERG, Siegfried (et. Al.): "Frauen im Journalismus – Gutachten über die Geschlechterverhältnisse bei den Medien in Deutschland", Industriegewerkschaft Medien, Druck und Papier, Publizistik und Kunst, Stuttgart, 1994

WETZEL, Stefanie: Frauen in der Fußball-Fanszene – Weibliche Selbstdarstellung und Selbstwahrnehmung im Kontext eines männlich dominierten Umfelds, Diplomarbeit am Fachbereich Erziehungswissenschaften der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main, 2000

WILLMANN, Frank (Hrsg.): "Stadionpartisanen – Fußballfans und Hooligans in der DDR", Verlag Neues Leben, Berlin, 2007

ZEEH, Julia: "Emotionen kennen kein Geschlecht? Fußball, Fans und Frauen.", Seminararbeit am Institut für Soziologie der Universität Wien, 2010

11.2. Anthologien

LESSEL-WASCHBÜSCH, Barbara: "Männer und Frauen sind gleichberechtigt – Quote, Qualität und Gleichstellung in der ARD", IN: Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): "ARD-Jahrbuch 2008", Verlag Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 2008

MARCHAL, Peter: "Frauen in Fernsehberufen – oder: Statistik als Politik – Analysen aus organisations- und berufssoziologischer Sicht", IN:

WERMKE, Jutta (Hrsg.): "Frauenberufe im Fernsehen – Frauen in Fernsehberufen", Deutscher Studien Verlag, Weinheim 1994

MARTIN, Susanne, RESCH, Christine: "Weibliche Fans – zwischen Amüsement und Enttäuschung", IN: HEINEMANN, Torsten, RESCH Christine (Hrsg.): "(K)ein Sommermärchen: kulturindustrielle Fußballspektakel", Verlag Westfälisches Dampfboot, Münster, 2010

PFISTER, Gertrud, FASTING, Kari: "Geschlechterkonstruktionen auf dem Fußballplatz – Aussagen von Fußballspielerinnen zu Männlichkeits- und Weiblichkeitskonzepten", IN: JÜTTING, Dieter H.: "Die lokal-globale Fußballkultur – wissenschaftlich beobachtet", Waxmann Verlag GmbH, Münster, 2004

PÖHLAND, Claudia: "Fußball – Fans – Frauen", IN: SCHULZEMARMELING, Dietrich (Hrsg.): "Holt Euch das Spiel zurück": Fans und Fußball, Verlag die Werkstatt GmbH, Göttingen, 1995

STEINLEHNER, Martin: "Qualitätsmoderation oder moderative Qualität – Eine empirische Vergleichsstudie zu Moderationen von Sport-Magazinsendungen im Fernsehen", IN: SCHAFFRATH, Michael (Hrsg.) "Sportpublizistik", Band 3, LIT Verlag, Münster, 2005

TÖPPERWEIN, Jennifer: "Weibliche Fans im Fußball – Emanzipationsgeschichte, Erfahrungen, Perspektiven", IN: LEDERER, Bernd (Hrsg.): "Teil-Nehmen und Teil-Haben – Fußball aus Sicht kritischer Fans und Gesellschaftswissenschaftler", Verlag die Werkstatt GmbH, Göttingen, 2010

VON GEHLEN, Dirk: "Praxisperspektiven – Zukunft des Online-journalismus", IN: QUANDT, Thorsten / SCHWEIGER, Wolfgang (Hrsg.): "Journalismus online – Partizipation oder Profession?", VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2008

WISKE, Jana: „Als Quotenfrau (fast) alleine unter Männern“, IN: SCHAFFRATH, Michael (Hrsg.): "Traumberuf Sportjournalismus – Ausbildungswege und Anforderungen in der Sportmedienbranche", LIT Verlag Dr. W. Hopf, Berlin, 2007

11.3. Webseiten

BIBIANASTEINHAUS.DE: Homepage der Schiedsrichterin Bibiana Steinhaus. URL: <http://www.bibianasteinhaus.de/>
(abgerufen am 20.09.2013)

BVB.DE: Informationen zum „REWE Familienblock“. URL: <http://www.bvb.de/?%81%9A%5E%1B%E7%F4%9D>

(abgerufen am 15.08.2013)

DFB-ONLINESHOP.DE: Artikelauswahl für Damen, URL:

<http://dfb-fanshop.de/Kategorie/Damen?p=3>

(abgerufen am 15.08.2013)

DONEWS.DE: Artikel „Die Ruhe vor dem Fan-Ansturm“ von Marco Stapelmann (ohne Datumsangabe), URL:

<http://www.donews.de/28+M5b481a58c6f.0.html>

(abgerufen am 15.08.2013)

FAZ.DE: Artikel „Vorsicht vor WM-Brötchen“ (ohne Autorenangabe), 02.12.2005. URL:

<http://www.faz.net/themenarchiv/2.1084/deutschland-und-die-wm/wm-2006-vorsicht-vor-wm-broetchen-1277992.html>

(abgerufen am 15.08.2013)

FR-ONLINE.DE: Homepage der Frankfurter Rundschau, URL:

<http://www.fr-online.de/home/1472778,1472778.html>

(abgerufen am 19.08.2013)

GOOGLE.DE/TRENDS: Google-Trends zeigt beliebte Suchanfragen in einem bestimmten Zeitraum. URL: <http://www.google.de/trends/>

(abgerufen am 21.08.2013)

IMDB.COM: Informationen zum Film „FC Venus“. URL:

http://www.imdb.com/title/tt0487027/plotsummary?ref=tt_ov_pl

und Informationen zum Film „Die besten Frauen der Welt“ URL:

http://www.imdb.com/title/tt1159622/?ref=fn_al_tt_1

(abgerufen am 18.08.2013)

JIMDO: Homepage. URL: www.jimdo.com

(abgerufen am 20.10.2013)

JOURNALISTINNEN.DE: Homepage des Journalistinnenbundes. URL:

<http://www.journalistinnen.de/>

(abgerufen am 14.08.2013)

PLANET-WISSEN.DE: Artikel „Fußball-Weltmeisterschaft 1954“ von Johannes Eberhorn, 10.09.2010, URL:

http://www.planet-wissen.de/sport_freizeit/ballsport/wm1954/index.jsp

(abgerufen am 21.08.2013)

SAURE-GURKE.INFO: Liste der Gewinner des Wanderpreises für frauenfeindliche Sendungen. URL:

<http://www.saure-gurke.info/Gewinner.htm>

(abgerufen am 14.08.2013)

SPIEGEL.DE: Artikel „Frauen in der Kurve“ von Thomas Andre, 17.07.2013, URL:

<http://www.spiegel.de/kultur/literatur/porombka-ueber-fussballfans-der-zwoelfte-mann-ist-eine-frau-a-908841.html>

und Artikel „Weibliche Fußball-Fans: 'Liebe Frauen, das Grüne ist der Rasen'“, 17.04.2013, URL:

<http://www.spiegel.de/sport/fussball/weibliche-fussball-fans-muessen-viele-klischees-ertragen-a-890475.html>

(abgerufen am 18.08.2013)

STUTTGARTER-ZEITUNG.DE: Artikel „Die Mutter des modernen Fußballs“ von Oskar Beck, 08.06.2011, URL:

<http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.oskar-beck-kolumne-die-mutter-des-modernen-fussballs.3abf19ee-51bc-41b7-a3ad-88b999b0059d.html>

(abgerufen am 14.08.2013)

SUEDDEUTSCHE.DE: Artikel „Rolf Töpperwien, Erfindung der Bundesliga, TV-Putzerfischchen“ von Philipp Selldorf, 10.05.2012, URL:

<http://www.sueddeutsche.de/sport/mitarbeiter-des-tages-rolf-toepperwien-erfindung-der-bundesliga-tv-putzerfischchen-1.309934>

(abgerufen am 14.08.2013)

TAGESSPIEGEL.DE: Artikel „Spielfeld der Geschlechter“ von Eva-Maria Götz, 01.04.2008, URL: <http://www.tagesspiegel.de/wissen/fussballfans-spielfeld-der-geschlechter/1200388.html>

(abgerufen am 14.08.2013)

TEXTILWIRTSCHAFT.DE: Artikel „Der Ball rollt“ (ohne Autorenangabe), 13.06.2012. URL:

<http://www.textilwirtschaft.de/fashion/Der-Ball-rollt- 81503.html?a=4>

(abgerufen am 15.08.2013)

THEWORLDWORSTWEBSITEEVER.COM: Homepage, URL:

<http://www.theworldworstwebsiteever.com/>

(abgerufen am 19.08.2013)

USCHIFRONT.DE: Homepage, URL: <http://uschifront.de/>

(abgerufen am 15.08.2013)

WDR.DE: Beispiel für eine Audio-Slideshow. URL:

<http://www1.wdr.de/themen/panorama/spielmesse102.html#spielmesse102>

(abgerufen am 25.10.2013)

WDR-MEDIATHEK.DE: Darstellung von Breadcrumbs, URL:

http://www1.wdr.de/mediathek/video/sendungen/sport_inside/videosportinsidetortkreisliga100.html

(abgerufen am 21.08.2013)

WELT.DE: Bilderstrecke „Das sind die schönsten Fans der EM“, 17.06.12,
URL:

<http://www.welt.de/sport/article106597848/Das-sind-die-schoensten-Fans-der-EM.html>

(abgerufen am 18.08.2013)

WERDER.DE: Pressemeldung „Kraft Foods bietet erste „Frauenloge“ der
Bundesliga an“, 21.09.2012, URL:

<http://www.werder.de/de/fankurve/news/41172.php>

(abgerufen am 15.08.2013)

YOUTUBE.COM: Video “ZDF Waschmaschinen-Spot – Frauenfussball EM
2013 ZDF”, URL:

<http://www.youtube.com/watch?v=f4Jr8mpusE4>

(abgerufen am 14.08.2013)

ZEIT.DE: Artikel „Nur Tussis tragen rosa Fan-Schals“ von Natascha
Tschernoster und Angelika Mikus, 17.08.2011, URL:

<http://www.zeit.de/sport/2011-08/frauen-stadion-bundesliga-fans>

(abgerufen am 15.08.2013)

11.4. Zeitungsartikel (Druckform)

KÖLNER EXPRESS: “40 Jahre nach Carmen Thomas’ legendärem
Sportstudio-Fauxpas: Schalke 05? Mich hat die Aufregung amüsiert“ von
Hans van Heepen, 20.06.2013.

12. Anlagen

12.1. Glossar

A

Audio-Slideshow: *Onlinejournalistische Darstellungsform, bei der eine Bilderstrecke (engl. „Slideshow“ = Diavorstellung) von einer passenden Tonspur begleitet wird.*

B

Browser: *Programm zur Benutzung des Internets (z.B. Internet Explorer, Firefox, Safari, Opera).*

Breadcrumbs: *Englisch für Brotkrumen. Navigationshilfe auf Internetseiten. Angelehnt an das Märchen „Hänsel und Gretel“, zeigen einem Breadcrumbs schrittweise, wie man auf die aktuelle Seite gelangt ist.*

C

Cliffhanger: *Englisch für „Kliphänger“. Journalistisches / künstlerisches Stilmittel, bei dem eine Information oder ein dramaturgisches Element angedeutet wird um Spannung aufzubauen. Die Auflösung wird dem Rezipienten noch vorenthalten.*

Copy & paste: *Englisch für kopieren und einfügen von Inhalten am Computer.*

D

Domain: *Die Adresse einer Internetseite. Beispiel: „fussballfreundinnen.de“ besteht aus einem eindeutigen und einmaligen Namen (fussballfreundinnen) und der sog. Top-Level-Domain „.de“ die für eine geografische Länderverortung (in diesem Fall Deutschland) steht.*

(E / F)

G

Groupie: *Ein meist weiblicher, extremer Fan einer berühmten Person. Groupies wird ein sexuelles Interesse an der bewunderten Person unterstellt.*

H

High definition / HDV: *Englisch für hohe Auflösung (high definition video). Hier: Ein Videoformat mit besonders scharfem und klarem Bild.*

Homepage: *Englisch für Startseite, die erste Seite eines Internetauftritts, von der aus die Navigation beginnt.*

Hooligans: *Englischer Begriff für Schläger und Raufbolde, die insbesondere im Rahmen von Sportereignissen Gewalt gegenüber gegnerischen Fans ausüben.*

Hypermedia-Patchwork: *Ein Hypertext der zudem von Multimedia-Elementen flankiert wird.*

Hypertext: *Internetttext, der durch Links auf andere Texte verweist und somit eine Netzstruktur aufweist.*

I

Internetprovider: *Auch Internetanbieter, stellt den Kunden die technischen Voraussetzungen für die Internetnutzung (z.B. einen DSL-Anschluss).*

J

JPEG: Abgeleitet von *Joint Photographic Experts Group*. Bezeichnet allgemein eine Form der digitalen Bildkompression. Dateien mit dem angehängten Kürzel „.jpg“ sind demnach meist komprimierte Bilddateien kleinen Datenvolumens.

(K)**L**

Link: Bezeichnung für einen Querverweis im Internet.

M

Metrosexualität: Kunstbegriff, der aus „metropolitan“ und „heterosexual“ zusammengesetzt ist. Damit werden vornehmlich extravagante Männer beschrieben, die eine klassische männliche Geschlechteridentität dadurch sprengen, dass sie – üblicherweise den Frauen vorbehalten – kosmetische Mittel für sich nutzen (z.B. sehr modische Kleidung, Nagellack oder Make-up.)

MP3: Komprimiertes Format für Audio-Dateien mit geringem Speichervolumen.

(N / O)**P**

Peergroup: Begriff aus der Soziologie, der in erster Linie eine Bezugsgruppe von gleichaltrigen Menschen mit den gleichen Interessen beschreibt.

Pixel: Bildpunkt

Public Viewing: Neudeutsch für gemeinsames Anschauen einer TV-Übertragung auf einer Großbildleinwand in einer großen Gruppe (z.B. bei Fußballmeisterschaften oder dem Eurovision Song Contest)

Q

Quellcode: Auch Quelltext genannt. Der in einer Programmiersprache geschriebene Text eines Computerprogramms.

R

Reddit.com: Internationale Diskussionsplattform im Internet. In verschiedenen abgeschlossenen Gruppen (Subreddits) können User verschiedene Themen ernsthaft oder satirisch diskutieren oder z.B. Zeitungsartikel, Bilder und Videos kommentieren.

Royalty-free: Englisch für Lizenzfrei. Urheberrechtlich geschützte Musikstücke oder Fotografien, die verwendet werden können ohne bei jeder einzelnen Verwendung Lizenzgebühren zahlen zu müssen.

S

Serifen: Elemente der Schreibrift und sind allgemein als „Füßchen“ der Buchstaben bekannt. Sie verbinden einzelne Buchstaben mit einander und lassen Serifenschriften dadurch für das Auge als leichter lesbar erscheinen. Dies ist ein Beispiel für eine Serifenschrift (Times New Roman).

Sitemap: Hierarchisch strukturierte Inhaltsübersicht einer Website, vergleichbar mit einem Inhaltsverzeichnis.

Smartphone: Ein Mobiltelefon, das ähnlich wie ein Computer, viele zusätzliche Programme ausführen kann.

Social Media: Englisch für soziale Medien, soziale Netzwerke. Internetdienstleister, die sozialen Kontakt mit Freunden, Bekannten oder Menschen mit gleichen Interessen

ermöglichen und zum Gestalten und Teilen gemeinsamer Inhalte ermutigen (Beispiele: Facebook, Wer kennt wen?, Twitter).

T

Teaser: Von „to tease“, englisch für reizen, necken. Kurztext zu Beginn eines Online-Artikels, der auf den restlichen Text neugierig machen soll.

Tweet: Von to tweet, englisch für zwitschern. Kurznachricht im Internetdienst „Twitter.com“ – ein Tweet ist maximal 140 Zeichen lang.

U

URL: Kurz für „Uniform Resource Locator“, Bezeichnung einer Internetadresse. Zum Beispiel <http://www.fussballdreundinnen.de/startseite.html>

Usability: Englisch für Benutzerfreundlichkeit.

User: Englisch für Internetnutzer.

V

Vox-Pops: Journalistensprache für Straßenumfragen, bei der Bürger zu einem aktuellen Thema kurz und knapp ihre Meinung sagen.

W

Web 2.0: Kunstbegriff angelehnt an die Versionsnummern von Computerprogrammen. Bezeichnet die „neueste Stufe“ des Internets in dem der User nicht nur Informationen rezipiert, sondern selbst Inhalte produziert.

Webspecial: Journalistische Sonderform im Internet. Medien wie z.B. Zeitungsverlage oder TV-Sender erstellen zu einem Sonderthema (z.B. Fußball-Weltmeisterschaft) eine eigene Website, bzw. einen in sich geschlossenen monothematischen Bereich zusätzlich zum standardmäßigen Online-Auftritt.

Widget: Kleine Website-Elemente, die man in den Quellcode einer Website einfügen kann um diese „aufzupeppen“. Übliche Widgets sind z.B. ein Besucherzähler oder eine Wetteranzeige.

(X)

Y

Youtube: Video-Portal im Internet auf dem User, Organisationen und Unternehmen Videos einstellen, verlinken und zur Diskussion freigeben können.

(Z)

12.2. Interviews

Teile der wissenschaftlichen Analysen in dieser Arbeit und natürlich auch der Inhalte von *fussballfreundinnen.de* beruhen auf Expertengesprächen oder auf Gesprächen mit Fans, Journalisten und anderen. Um die inhaltlich korrekte Wiedergabe dieser Aussagen meinerseits belegen zu können, sind sie dieser Diplomarbeit als Transkripte beigelegt. Zu besserer Lesbarkeit (sie wurden aus der mündlichen Rede übertragen), habe ich zum Teil die Grammatik der Schriftsprache angepasst, ohne jedoch den Inhalt zu verändern. Bei Bedarf liegen die entsprechenden Audio-Dateien vor.

Die Tatsache, dass manche Interviewpartnerinnen von mir geduzt werden, ging von den Befragten selber aus. Ich kannte die Interviewten vor den Interviews privat nicht.

Das Interview mit der Ex-Freundin eines Fußballprofis, auf dem der Artikel „Erfahrungen einer ‚Spielerfrau‘“ beruht, ist aus Gründen des Quellenschutzes und der Persönlichkeitsrechte der Interviewten und von zum Teil noch aktiven Profifußballern hier nicht aufgeführt. Bei Bedarf kann der Prüfungskommission auch hier eine Aufzeichnung (Audio) vorgelegt werden.

12.2.1 Interview: Petra Dahl, Stadionsprecherin bei Bayer 04 Leverkusen

fussballfreundinnen.de: *Mich interessiert Ihr Hintergrund: Welche Ausbildung haben Sie gemacht und wie ist es gekommen, dass Sie jetzt in diesem Bereich (Marketing) arbeiten?*

Dahl: Ich arbeite seit 2000 bei Bayer 04. Ich habe im August 2000 angefangen, bin also schon seit 13 Jahren dabei. Herr Sprink⁷² kam irgendwann auf mich zu und hat mich gefragt, ob ich mir nicht vorstellen könnte das mit dem Klaus⁷³ gemeinsam zu machen, weil die Philosophie so ein Bisschen geändert werden sollte. Daraufhin habe ich mein erstes Spiel am 15. August 2009 machen dürfen – TSG Hoffenheim war hier und wir haben gewonnen. Es war der erste Spieltag hier in der neuen BayArena und damit auch mein erster Spieltag – ja es ist gut gelaufen.

⁷² Meinolf Sprink ist Mitglied der Geschäftsleitung und koordiniert die Direktionen Kommunikation und Marketing bei Bayer 04.

⁷³ Der Journalist Klaus Schenkman ist seit 2001 Stadionsprecher bei Bayer 04 Leverkusen.

Die Feuerprobe war davor die Saisonöffnung am Jugendfußballzentrum, beziehungsweise am „Cockpit“. Das ist ein Luftsportclub, da haben wir die Eröffnung gehabt. Ja und seitdem mache ich das.

Eigentlich komme ich aus dem Bereich der Werbung, arbeite also in der Werbung bei Bayer 04. Ich habe meinen Kommunikationswirt an der Westdeutschen Akademie für Kommunikation in Köln gemacht und habe davor auch in Werbeagenturen und PR-Agenturen gearbeitet. Und dann bin ich hier als Leverkusenerin zu meinem Club gekommen. Ich stand also auch schon früher auf der Tribüne im G-Block (da war das noch der Heim-Fanblock) und war schon immer Fan. Das passt natürlich super, dass ich jetzt bei dem Club, der mein Lieblingsclub ist, auch arbeiten darf.

fussballfreundinnen.de: *Werbung, also etwas verkaufen, was einem am Herzen liegt, in diesem Fall einen Fußballverein, das macht doch bestimmt besonders Spaß, oder?*

Dahl: Ja, absolut! Das ist ganz klasse. Schon alleine in der Werbeabteilung: Den Verein, den man selber so gern hat, auch noch Anderen positiv entgegenzubringen, ist klasse. Wir können viele, viele eigene kreative Impulse mit rein geben. Wir arbeiten insgesamt zu dritt im Bereich der Werbung und es macht wahnsinnig Spaß. Diese Zielgruppe ist da ja auch eine ganz interessante, weil sie absolut heterogen ist.

Wir haben ja alle Altersklassen, Männlein, Weiblein, ganz, ganz verschieden große Hardcore-Fans, die wirklich dabei sind. Dann haben wir aber auch die, die sagen: „Och ja, der gefällt mir der Verein, da gehe ich ab und zu mal hin.“ Und alle zu erreichen, mit einer Werbung und mit der Ansprache, das ist unheimlich interessant und macht Spaß. Und die kreativen Akzente, die wir immer wieder setzen dürfen, sind super.

fussballfreundinnen.de: *Weil sie gerade sagen, sie sind drei Leute bei sich in der Abteilung: Sind da auch andere Frauen dabei?*

Dahl: Ja – wir sind zu zweit, also zwei Frauen und ein Mann im Bereich der Werbung.

fussballfreundinnen.de: *Fußball ist ja immer noch so ein Bisschen eine Männerdomäne. Sowohl im Sportjournalismus, als auch im Sportmarketing. Haben Sie hier bei Bayer Leverkusen den Eindruck, dass sich das gerade ändert?*

Dahl: Ich glaube, das ist gar nicht so. Nein, ich glaube, dass das gar nicht so thematisiert wird. Ich glaube, dass es passiert, wenn es die richtigen Menschen sind. Und wenn es dann zufällig eine Frau ist, dann ist es eine Frau. Und wenn es ein Mann ist, ist es ein Mann. Das Thema, dass wirklich speziell eine Frau gesucht wurde, ist eigentlich entstanden, wenn ich da einfach jetzt mal weiter spinnen darf, das war...

2009 habe ich hier im August mein erstes Spiel gemacht und als wird das zweite oder dritte... nein, das zweite Heimspiel hatten, hatten wir ein DFB-Spiel: Die U21 hat hier gespielt und da habe ich gefragt (ich weiß gar nicht mehr ob es ein U21-Spiel war oder ein Frauen-Länderspiel – egal) auf jeden Fall habe ich gefragt, ob ich mir beim DFB einfach mal die beiden Stadionmoderatoren, die mitgekommen sind, der Andi Wenzel und der Christian Stoll, der Stolli, mal bei der Regiebesprechung besuchen darf und denen mal über die Schulter schauen darf, wie das so beim DFB abläuft. Und das durfte ich. Ich durfte also mit zur Regiebesprechung, die hier im Lindner-Hotel war, habe mit den beiden Moderatoren gesprochen und da kam von denen der Einwand: Mensch wir sprechen ja auch über Bayer 04, über euren Mädchensport. Das Ganze war auch im Zuge der Frauen-WM 2011 in Deutschland. Da bin ich also dann auch auf dem Rasen mitinterviewt worden. Danach kam der Regisseur zu mir hat gesagt: „Hör mal Pitti, gib mir mal deine Visitenkarte. Ich suche Moderatorinnen für die WM, für den DFB, die Standorte betreuen. Leverkusen ist ein Standort, die BayArena, für die WM2011. Ich möchte, dass du dabei bist.“

Ja und so hatte ich im Oktober 2009 mein erstes Länderspiel in Augsburg: die deutschen Frauen gegen die USA – ein Spitzenspiel. Die USA sind ja nun mal die Weltmannschaft Nummer eins. Und das war sensationell.

Da war es dann so, dass mein Geschlecht eine große Rolle gespielt hat, weil halt auch die WM der Frauen in Deutschland stattgefunden hat und da auch Frauen gesucht wurden. Wir waren zwei Frauen, die das dann gemacht haben. Wir sind jetzt noch im DFB-Moderatorenpool und werden immer für die Frauenspiele eingesetzt. Ich mache mein nächstes Spiel am 5. April in Offenbach – wieder Deutschland gegen die USA. Und diesmal gewinnt hoffentlich Deutschland. Beim letzten Mal hat nämlich Abby Wambach⁷⁴ das 1:0 für die USA geschossen. Das werde ich natürlich auch nie vergessen, weil es mein erstes Länderspiel war.

fussballfreundinnen.de: *Als Sie damals als Stadionsprecherin für Bayer Leverkusen vorgestellt wurden, wie waren da so die Reaktionen sowohl von der Presse oder auch von den Fans?*

Dahl: Das ist auf jeden Fall ungewöhnlich. In der ersten Bundesliga ist diese Konstellation momentan glaube ich einmalig. Es gab es aber schon mal. Ich weiß, dass in Wolfsburg auch eine Radiomoderatorin in der Meisterschaftssaison da war. Oft ist es ja auch verbunden mit Radiosponsoren, die dort mit drin sind – was bei uns nicht so ist.

Die Reaktionen waren (was ich mitbekommen habe oder was man auch so in Foren lesen konnte) sicherlich zu Beginn, gerade von einem gewissen Teil der Fans, nicht positiv. Nach dem Motto: „Was will die da? Der Klaus macht das wunderbar.“ Es war einfach eine ungewohnte Situation und es wurde gefragt „warum“? Ich glaube, je länger ich das gemacht habe und je mehr es auch so ein Bisschen „meins“ wurde, desto mehr bin ich (glaube ich) akzeptiert worden. Mittlerweile ist es...

Ich weiß nicht, ob es von einigen immer noch als so „gegeben“ hingenommen wird. Ich für meinen Teil fühle mich immer, immer wohler. Es macht unheimlich Spaß. Ich darf ja jetzt auch mal mit Klaus unten auf dem Rasen stehen – was auf jeden Fall noch mal etwas anderes ist. Davor war ich die erste Saison nur oben im Studio.

Ich glaube, dass sich das sicherlich auch im Zuge der Frauen-WM 2011 geändert hat. Das war sicherlich auch der Gedanke, der vom DFB raus getragen wurde nationalweit. Deswegen war sicherlich auch die Zeit da für eine Moderatorin. Allerdings sehe ich es auch so – neben einem Moderator. Ich würde niemals sagen, dass ich das alleine machen wollte, weil ich es schon sehr schön finde, wenn man es im Team macht und wenn es ein gemischtes Doppel ist. Ich finde auch, dass auf jeden Fall ein Mann dahin gehört, wenn es darum geht laut die Spielernamen zu schreien.

So eine Frauenstimme kann schnell schrill und unangenehm wirken, wenn sie zu laut wird und wenn man als Frau versucht, mit der Stimme zu kräftig zu werden. Das kann ein Mann natürlich ganz anders. Und da spricht es auch anders die Menge an.

fussballfreundinnen.de: *Wie muss ich mir so Ihren Tageablauf an einem Spieltag vorstellen? Wie bereitet man sich da vor? Bereitet man sich überhaupt großartig vor?*

Dahl: Ja, also die Vorbereitung findet auf jeden Fall statt. Es ist Einiges an Vorbereitung. Es ist so, dass wir ungefähr zwei Tage vor dem Spieltag (oder einen Tag vorher) den Regieplan bekommen und davor schon mal die Infos, welche Beiträge gezeigt werden.

Und es ist so, dass wir uns dieses Rahmenprogramm, was ungefähr eine Stunde vor Anpfiff beginnt (bestehend aus Musikteilen, aber auch Filmchen, die gezeigt werden, Spiele, die wir mit den Fans machen) vorbereiten. Die Beiträge bekommen wir davor gesagt. Teilweise können wir sie uns schon ansehen und dann Anmoderationen dazu schreiben. Wenn man eine Doppelmoderation hat, muss klar sein, wer welchen Part übernimmt, damit man einander nicht ins Wort redet. Von daher ist es also auf jeden Fall das Vorbereiten auf das Programm – was jetzt nichts mit der aktuellen Spieltagssituation zu tun hat. Und dann müssen wir natürlich auch die anderen Mannschaften verfolgen: Wo stehen die? Wie sieht die Tabelle aus? Wie sieht der Spieltag aus? Wir stehen zum Beispiel auf Platz Zwei – was macht der Dritte? Wo spielt wer? Welche

⁷⁴ Mary Abigail „Abby“ Wambach ist seit 2003 US-Amerikanische Nationalspielerin und gewann 2012 den FIFA Ballon d’Or.

Punktekonstellation könnte wie passieren? Das ist wichtig, weil wir natürlich auch immer eine aktuelle Bundesligaschau machen, also die Situation kurz besprechen und sagen was Stand ist. Es ist also wirklich eine Vorbereitung auf den kompletten Spieltag, auf die komplette Bundesligatabelle. Man muss sich alle Vereine anschauen und natürlich das spezifische Programm, was wir im Stadion haben.

fussballfreundinnen.de: *Sie machen das ja nun schon eine Weile – ist man trotzdem noch ein bisschen aufgeregt, wenn man vor dieser Menge von Menschen steht? Es ist ja etwas anderes als im Fernsehen. Da guckt man ja „nur“ in eine Kamera.*

Dahl: Also aufgeregt bin ich immer. Aber das ist eine ganz tolle Aufregung. Ich habe früher Theater gespielt und da habe ich immer gesagt: „Das schönste Gefühl, was ich kenne, ist das Lampenfieber.“ Das ist eine schöne Aufregung. Das ist etwas sehr, sehr Angenehmes, was auch absolut da sein muss, wie ich finde. Wenn das nicht da wäre, dann hieße das für mich, dass ich diesen Spaß an der Sache, die ich da machen darf, gar nicht mehr so hätte. Und dass man diese direkte Reaktion hat – vielleicht auch einfach mal, dass die Leute auf das reagieren, was gerade neben uns passiert und gar nicht auf uns schauen – das finde ich ganz toll.

Man hat eben nicht nur ein schwarzes Loch, in das man schaut. Das finde ich immer noch schwer: Wirklich nur in die Kamera zu sprechen, ist für mich das Schwerste. Keine Reaktion zu bekommen, nur ein schwarzes Loch zu sehen, das finde ich sehr anstrengend.

fussballfreundinnen.de: *Sie wären also auch eher jemand der, wenn er beispielsweise Moderatorin im TV wäre, lieber Studiopublikum als nur Kulisse hätte?*

Dahl: Absolut! Reaktionen zu haben ist Gold wert, finde ich. Es kann sicherlich auch ein Bisschen verunsichern, wenn man denkt: „Ach du meine Güte! Der popelt sich gerade in der Nase oder hat gehustet... es ist bestimmt langweilig, was ich gerade mache.“ Aber man kann reagieren. Und das finde ich viel, viel schöner. Wenn man direkte Reaktionen hat, darauf eingehen kann, oder auch einfach merkt: Mensch die freuen sich jetzt auf den Beitrag, den wir gerade anmoderieren. Die freuen sich auf die Mannschaft, wenn wir die herzlich Willkommen heißen. Das ist toll. Das macht Spaß so.

fussballfreundinnen.de: *Jetzt habe ich mal jemanden vor mir sitzen, der schon mal in einem gefüllten Stadion auf dem Rasen gestanden hat. Und ich muss einfach fragen: Wie ist das so – hoch zu schauen auf diese Menschenmassen?*

Dahl: Toll! Das ist sensationell! Das alleine gibt schon ein unheimliches Gefühl. Ich bin auch mal auf die Mittellinie gegangen und habe mich umgeguckt. Am schärfsten finde ich ja immer diese Geste, wenn Spieler ein Tor geschossen haben und dann so dieses Stadion umarmend über das Spielfeld rennen. Da denke ich mir auch immer: „Das muss ja ein Gefühl sein, die ganze Welt umarmend...“ Toll. Es ist wirklich ein richtig schönes Gefühl, wenn man die gefüllten Ränge sieht, wissend, dass jetzt gerade jeder nach unten guckt und verdammt noch mal diese elf Jungs da spielen sehen will. Toll! Das ist schön.

fussballfreundinnen.de: *Besonders auch, wenn man ein Fan ist, von dieser Mannschaft ist, wie Sie.*

Dahl: Ja!

fussballfreundinnen.de: *Sie haben es vorhin schon erwähnt: Sie sind immer schon Bayer Leverkusen-Fan gewesen – Definieren sie mal „immer“. Man kommt ja schließlich nicht als Fan auf die Welt. Was war Ihr erstes Fußball-Erlebnis, dass sich so richtig eingepägt hat?*

Dahl: Ich kann gar kein Erlebnis sagen, was sich eingepägt hat. Es kam so ein bisschen schleichend – durch die Schule. Durch die Schule und durch Schulkameraden bin ich da irgendwie hingekommen. Und das erste Mal, dass ich wirklich im Stadion war? Da war ich ungefähr zwölf. Und seitdem bin ich regelmäßig unregelmäßig gegangen. Irgendwann hatte ich dann auch eine Jahreskarte.

fussballfreundinnen.de: *Das ist also doch schon eine ganze Weile.*

Dahl: Ja. Ich bin auch Gründungsmitglied des Fanclubs „Jot Jeföhl“⁷⁵. Da bin ich also auch dabei. Also – ja, schon sehr, sehr lange.

fussballfreundinnen.de: *Das ist aber kein reiner Frauenfanclub, oder?*

Dahl: Nein. Das ist gemischt. Das ist ein Drei-Generationen-Fanclub. Wirklich! Da haben die Eltern von meinen Freunden damals mitgemacht und die wiederum haben jetzt auch Kinder, meine Generation. Das ist toll. Das ist sehr, sehr nett.

fussballfreundinnen.de: *Etwas Ernsteres: Es gibt ja manchmal diesen Vorwurf an weibliche Fans, dass sie „Event-Fans“ sind. Haben Sie im Bekanntenkreis oder auch im Rahmen Ihres Jobs solche Vorwürfe schon einmal gehört und wenn ja, was sagen Sie dazu?*

Dahl: Hab ich noch nicht gehört. Also so einen Vorwurf habe ich noch nie bekommen.

fussballfreundinnen.de: *Und was würden Sie sagen, wenn Sie jemand damit konfrontieren würde?*

Dahl: Ich würde sagen, dass für mich sicherlich ein Fußballspiel – und das muss ich auch ganz offen zugeben – sicherlich etwas anderes ist, als für Mann, der selber schon Fußball gespielt hat. Ich muss für mich auch ganz ehrlich zugeben, dass ich die Taktikwechsel auf dem Rasen sicherlich nicht immer direkt kommentieren könnte. Ganz klar: Männer, die selber gespielt haben oder auch Frauen, die selber gespielt haben (das würde ich jetzt noch nicht mal geschlechtlich wirklich festmachen) sehen das ganz anders. Die können das auch ganz anders kommentieren. Das kann ich in der Form nicht.

Für mich ist ein Fußballspiel auch ein Stück weit Event mit allem Drumherum. Für mich gehört das alles zusammen. Für mich gehört das Ankommen dazu, das gemeinsame anstehen, um einen „Nullfünf“-Becher Bier in der Hand zu haben, die lauwarme Bratwurst – das gehört für mich alles dazu und das finde ich auch super. Das macht für mich auch Fußball aus. Und wenn ich irgendwie bei Auswärtsspielen bin, dann hole ich mir auch grundsätzlich einen Pappbecher und grundsätzlich eine Bratwurst. Oder in Hamburg zum Beispiel (da bin ich sehr gerne bei Auswärtsspielen), da hole ich mir immer ein Fischbrötchen. Die haben die leckersten Fischbrötchen. Also das gehört für mich alles dazu. Dann würde ich sagen: Ja vielleicht ist es so. Aber ich würde es auch nie als Vorwurf verstehen.

fussballfreundinnen.de: *Schöne Erklärung. Aber noch mal zurück zum privaten Teil: Wie schauen Sie denn, wenn Sie mal beruflich nicht im Stadion sind, am liebsten Fußball?*

Dahl: Am allerliebsten schaue ich dann mit Freunden. Wenn ich nicht auswärts fahre, was ich mittlerweile leider wirklich selten mache, schaue ich am allerliebsten mit Freunden gemeinsam vor dem Fernseher.

fussballfreundinnen.de: *Also nicht in der Kneipe?*

⁷⁵ Rheinisch für „Gutes Gefühl“

Dahl: Nein – in der Kneipe selten. Also ich finde es schöner, wenn es ein bisschen vertrauter ist und ich mir nicht jede Meinung anhören muss, die ich vielleicht gerade nicht teile. Nein, also selten in der Kneipe muss ich sagen. Dann lieber wirklich mit Freunden – aber gerne auch einige Freunde, dass man sich wirklich zusammensetzt. Wir wechseln dann auch öfter mal. Mal bei denen mal bei denen. Dann schauen wir uns gemeinsam Fußball an. Oder auch nur mit meinem Freund. Dass wir zu zweit da sitzen... aber meistens sind wir schon ein paar Leute mehr.

fussballfreundinnen.de: *Ist Ihr Freund denn auch Bayer Leverkusen-Fan?*

Dahl: Natürlich! Ich glaub das ginge auch gar nicht anders (lacht).

fussballfreundinnen.de: *Noch einmal zurück zu Ihrem Job als Stadionsprecherin: Die meisten Leute nehmen den Stadionsprecher ja nur wahr, wenn er die Spieler ankündigt, wenn er Wechsel ankündigt, wenn er Tore kommentiert oder eben auch, wenn er Sicherheitsansagen macht. Gerade in diesen schwierigen Situationen: 1. Hatten Sie so was schon mal? Und 2.: Wie reagieren die Fans darauf, von einer Frau ermahnt zu werden?*

Dahl: Also bei uns ist es generell so aufgeteilt, dass ich die Sicherheitsdurchsagen mache. Das heißt, wenn die offizielle Begrüßung durch ist, die von mir gemacht wird, und ich an Klaus zur Mannschaftsaufstellung übergebe, gehe ich hoch ins Studio und sitze zwischen dem Bereich Sicherheit und Polizei. Dann wird zwischen uns und dem Veranstaltungsmanagement abgecheckt, wann eine Durchsage gemacht wird oder nicht. Das heißt: Sicherheitsdurchsagen mache alle ich. Ich weiß, dass ich, als ich die erste gemacht habe, solche „Kränze unter den Armen“ hatte. Ich habe Blut und Wasser geschwitzt.

Ich finde so eine Situation, die ich gerade sehe (und ich sehe die eigentlich sehr gut, weil wir im Studio direkt am Gästeblock sitzen) ganz schlimm. Ich finde es ganz furchtbar, wenn solch ein bengalisches Feuer oder Pyrotechnik da hoch geht, wo Sachen passieren können – auf engstem Raum. Das ist für mich schon eine Situation, in der ich schon so ein bisschen schweißnasse Hände kriege. Und dann muss ich das Ganze auch noch kommentieren. Das war am Anfang sicherlich nicht einfach. Mittlerweile habe ich aber leider schon öfter solche Durchsagen machen müssen. Und ich werde dann auch richtig sauer. Ich werde richtig sauer, dass das gemacht wird, trotzdem dass da wirklich eine große Gefahr besteht – für die Person selber, die es macht, und für andere, die drum herum stehen. Oder auch wenn Sachen aufs Spielfeld geworfen werden. Da werde ich sauer. Ich kann natürlich nicht das sagen, was ich vielleicht eigentlich auf den Lippen hätte – ganz klar. Wir haben Formulierungen, die wir auch abgestimmt haben, die dort stehen, die immer so umschrieben werden. Ich habe kein Dominanzproblem. So dass ich irgendwie denken würde: „Mensch, wenn das jetzt ein Mann sagen würde“ – ganz im Gegenteil. Meine Stimme wird dann auch sofort anders. Sie wird härter. Ich glaube auch (und das ist sicherlich auch der Grundgedanke beim Veranstaltungsbereich gewesen), dass wenn ich als Frau das mache, es vielleicht ein bisschen sanfter oder einfühlsamer rüberkommt und dementsprechend auch anders aufgenommen wird, als wenn es von einem Mann gesprochen wird. Das war sicherlich die Idee.

fussballfreundinnen.de: *Das ist ja spannend – also eine bewusste Entscheidung, dass eine Frau die kritischen Situationen verwaltet?*

Dahl: Das war schon eine ganz bewusst Entscheidung. Als die Aufteilung klar war, wurde mir auch ganz klar gesagt, dass ich die Sicherheitsdurchsagen. Wie gesagt: Am Anfang fand ich das nicht schön. Mittlerweile kann ich sehr gut damit umgehen. Ich kann die Situation auch mittlerweile anders einschätzen. Ich bin auch immer in Absprache mit dem Veranstaltungsmanagement und dem Bereich Sicherheit, also Baysecur. Und das ist gut.

fussballfreundinnen.de: *Es gehen inzwischen ja auch immer mehr Frauen ins Stadion. Hat sich Ihrer Ansicht nach dadurch die Atmosphäre bei Spielen verändert? Ist es vielleicht weniger aggressiv oder ist das ein Irrglaube?*

Dahl: Also ich muss sagen: So lange ich ins Stadion gehe, oder das bewusst aufnehme, hat sich die Atmosphäre in der BayArena, also im Leverkusener Stadion, für mich nicht viel verändert. In Leverkusen gab es schon immer einen großen Familienanteil – was ich auch sehr, sehr schön finde. Für mich hat sich da nichts geändert. Ich könnte auch nicht sagen, dass die Fangesänge jetzt eine Oktave höher sind, weil mehr Frauen da sind (lacht). Nein, mir ist bei uns noch nichts aufgefallen und das finde ich auch gut so. Ich finde das ist ein sehr schönes, gemischtes, tolles Publikum hier in Leverkusen.

fussballfreundinnen.de: *Vielleicht liegt das daran, dass Frauen im Stadion auch gerne mal „laut“ sind. Wie ist das bei Ihnen, wenn sie Fußball schauen? Geht da die „Damenhaftigkeit“ auch mal verloren?*

Dahl: Ja – ganz bestimmt. Als ich noch als Fan auf der Tribüne war auf jeden Fall, natürlich! Um mich rum waren mindestens 90 Prozent, die auf einmal das „zweite Ich“ gezeigt haben. Es ist wirklich so, dass man auf einmal denkt: „Hömma der ist doch normalerweise ein ganz ein Ruhiger“ (lacht), dann geht's da aber los. Bei mir sicherlich auch. Also es kommt ganz klar auf die Situationen an. Wenn man als Mannschaft zurück liegt, ist es sicherlich so, dass es dann alles noch mal ungerechter ist, man gerne noch mal lauter wird und von der Ausdrucksweise nicht mehr so nett bleibt. Ja klar, das kann ich auch sehr gut.

fussballfreundinnen.de: *Was ich ganz vergessen habe zu fragen: Wie sind sie überhaupt von der Werbung zu Bayer Leverkusen gekommen?*

Dahl: Es war eine „Kaltakquise“ – also eine Initiativbewerbung, die ich geschickt habe. Allerdings muss ich dazu sagen, dass eine sehr gute Freundin von mir hier gearbeitet hat. Sie hat aber keinen Einfluss darauf genommen. Ich habe ihr nur gesagt: „Hömma, ich mach das jetzt. Ich möchte da weg, wo ich gerade bin, und ich versuche es einfach.“ Und dann habe ich es versucht und bin dann auch eingeladen worden. Es war nichts im Bereich der Werbung frei, sondern eher in einem anderen Bereich. Also habe ich mir so ein bisschen die Nische gebuddelt, um da hinzukommen, wo ich jetzt bin. Und das hat auch sehr gut geklappt, weil ich Sachen gesucht und gesehen habe, die wir für den werblichen Bereich schlussendlich wirklich verbessern konnten. Also es war eine Initiativbewerbung, und et hätt jot jejang.⁷⁶

fussballfreundinnen.de: *Offensichtlich wollten Sie also wirklich ganz dringend zu Bayer 04...*

Dahl: Ja! Ich wollte hier hin. Ich habe gesagt: „Ich bewerbe mich jetzt hier und es ist jetzt auch erstmal egal, als was ich hier anfange. Ich gucke mir das an und das wird mir schon gefallen.“ Es kann mir nur gefallen bei Bayer 04 – egal, was ich mache (lacht) Und dementsprechend habe ich mich beworben, wohlwissentlich, dass in dem Bereich, in den ich eigentlich wollte, akut nichts frei war – aber in anderen Bereichen. Dann habe ich gedacht: „Dann gehe ich halt da hin. Hauptsache, die nehmen mich.“ (lacht)

⁷⁶ Rheinländerisch für „Es ist gut gegangen“.

12.2.2. Interview mit Diana Emberger, Institut für Geschlechterforschung an der Deutschen Sporthochschule Köln

fussballfreundinnen.de: *Woher kommt eigentlich, soziologisch gesehen, dieses Bild vom „Fußball als Männersport“?*

Diana Emberger: Da beginnen Sie natürlich direkt mit einer ganz spannenden Frage. Hier gibt es mehrere Ansatzpunkte. Wo soll ich anfangen? Vielleicht mir dem Sport als vom Mann geprägtes Funktionssystem. Wenn wir hinblicken auf gesellschaftliche Ordnung oder die Ordnungen im Sport, sehen wir ganz klar Dichotomie. Wir sehen die Zweigeschlechtlichkeit „Männer und Frauen“ und an dieser Stelle müssen wir einfach sagen: Das Sportsystem war über Jahrzehnte, fast schon über Jahrhunderte, ausgerichtet auf den Mann. Wenn wir das noch von den Bildungsschichten her ableiten, sind wir bei den Elite-Schulen, wo wir Anknüpfungspunkt an den Männerfußball haben. Und so sind eigentlich die einzelnen Systeme (zum Beispiel auch Politik oder die Arbeitswelt) sehr männlich dominiert, sehr männlich geprägt. Und hier sind wir auch gesellschaftlich geprägt über das Sportsystem – und das war einfach sehr männlich konnotiert.

fussballfreundinnen.de: *Und das betrifft dann logischerweise auch den Fußball als eine dieser Sportarten, weil Sport generell sehr männlich geprägt ist?*

Emberger: Genau. Der Fußball war hier auch ganz klassischerweise konnotiert, zum Beispiel mit den Begrifflichkeiten, die sie immer wieder finden. Hier haben wir: Kampf, Aggressivität, in den Zweikampf gehen. Wir sind auf einem Spiel-“feld“ und wir haben auch die Kleiderordnung im Fußball: kurze Hosen und T-Shirt.

Hier kann man sich nur mal vorstellen (wenn man an gewisse Zeitepochen denkt): Frauen in langen Röcken, mit mehreren Schichten, in etwas höheren Schuhen. Und wenn man sich die dann auf dem Fußballfeld vorstellt, dann weiß man oftmals auch, warum das Publikum eher etwas belustigt auf dieses Spielfeld geschaut hat. Und ich glaube, das kommt zweitens hinzu, dass natürlich auch die Medien hier mit einem Schmunzeln drauf geschaut haben.

Also es gibt, wenn man hier zurück blickt in die Zeiten vor 1900 oder auch in der Zeit danach, kaum ernsthafte und sportlich gemeinte Berichterstattung zum Frauenfußball. Obwohl ich glaube (wenn man den Untersuchungen oder der dünnen Quellenlage Beachtung schenkt, Gertrud Pfister⁷⁷ hat das mal aufbereitet): Frauen in den unterschiedlichen Ländern haben schon immer Fußball auch gespielt.

fussballfreundinnen.de: *Fußball hat tatsächlich viele Begrifflichkeiten aus dem Militärbereich übernommen. Hat sich das heute so festgesetzt, dieser „Sport als Kampfspiel“ oder Fußball als „Kampfsport“?*

Emberger: Ja, ich glaube in der Tat. Dieses kulturelle Gerüst, was sich im Laufe der Zeit aufgebaut hat, ist relativ starr. Wir finden diese Zuschreibungen heute noch in ganz klassischer Weise. Im Fußball ist das mittlerweile etwas ausdifferenzierter, glaube ich. Da würde ich sagen, dass mittlerweile (vielleicht hat da die Frauenbewegung mit hinzu getragen oder einfach überhaupt diese Differenzierung im Sportsystem) mehr Sportarten von Frauen entdeckt worden sind. Das hat sich sicherlich auch auf dem Fußballfeld insofern widerspiegelt, dass Frauen auch kämpferisch sein dürfen.

Männer dürfen auf dem Fußballfeld auf gar keinen Fall weiblich sein oder mit weiblich konnotierten Eigenschaften besetzt sein. Mittlerweile würde ich die Entwicklung so einschätzen: Frauen im Fußball dürfen sehr wohl mit gewissen männlichen Zuschreibungen und Attributen besetzt sein. Die, die sich auch ein Bisschen im

⁷⁷ Sportwissenschaftlerin Dr. Gertrud Pfister ist derzeit (Sommer 2013) tätig an der Universität Kopenhagen/Dänemark

Frauenfußball auskennen, wissen, dass sie das ja auch müssen. Denn sind wir mal ehrlich: Wir haben eine Spielzeit von 90 Minuten. Wir haben die gleichen Platzmaße. Wir haben die gleiche Anzahl von Spielerinnen auf dem Feld. Wir haben ähnliche Dynamiken und wir haben ähnliche Taktiken. Das heißt also: Das Spiel wäre nicht möglich, wenn man den Frauen das abspricht, was beim Männerfußball normal ist. Dennoch haben wir natürlich immer noch mit Abwertungen zu tun. Wir Frauen dürfen und können nicht ganz so kämpferisch sein. Wir sollen und dürfen auch nicht ganz so aggressiv sein.

Das ist auch so eine Eigenbeobachtung bei der Frauenfußball-WM in Deutschland: Sie sehen weniger harte Fouls im Frauenfußball. Sie werden weniger (das lässt sich auch statistisch nachweisen) gelbe oder rote Karten sehen. Das könnte so ein Überbleibsel davon sein, dass man gewisse Grenzen nicht überschreiten darf. Das ist aber gemutmaßt, inwieweit sich das auch kulturell ableiten lässt.

fussballfreundinnen.de: *Sie sagten gerade, Männer sollten beim Fußball nicht weiblich sein. Jetzt haben wir aber auch so einen David Beckham⁷⁸ gehabt, dieses Rollenbild als „Metrosexueller“ par excellence gesprengt hat.*

Emberger: Mit David Beckham sprechen Sie natürlich einen Spieler an, das muss man ehrlicherweise sagen, einen „Nationalhelden“. Ich glaube dann ist es möglich auch „weibliche Attribute“ zugeschrieben zu bekommen, ohne, dass sie von der Gesellschaft negativ konnotiert oder bewertet werden. Aber dazu müssen sie, so wie David Beckham, Kapitän der Nationalmannschaft des jeweiligen Landes sein und auch wirklich der Spielführer, der die Nationalmannschaft zu Siegen und Triumphen führt. Ich glaube, dann ist es möglich, dass sich die Geschlechtergrenzen ein *wenig* erweitern. Das heißt: Sie dürfen ein Stück weit aus der männlichen Identität, die auf dem Spielfeld, der „Arena der Männlichkeit“, gefordert ist, heraus treten. Aber eben auch nur ein *Bisschen* und auch nur, weil sie David Beckham sind.

fussballfreundinnen.de: *Man liest in den Medien ja immer, dass sich Frauen „neuerdings“ für Fußball interessieren. Aber ist das überhaupt so? Und warum ist dieses Medienthema immer wieder so präsent?*

Emberger: Das könnte natürlich mehrere Gründe haben. Also ich würde erstmal den historischen Blick ansetzen. Wir wissen (und das lässt sich schon über eine Fotoanalyse nachweisen), dass die Frauen, zwar mit großen Hüten und langen Röcken, immer schon im Zuschauerbereich präsent waren. Dass es jetzt in der Neuzeit doch eher noch mal einen Aufschwung erlebt, dass Frauen als Fans auch mit in den Blick geraten (und zwar mit dem Blick über die Medien), könnte verschiedene Gründe haben. Vielleicht ist es auch der Entwicklung des Frauenfußballs geschuldet. Wenn wir mal überlegen: 2003 war die erste Weltmeisterschaft, die die Frauen gewonnen haben. Damit rückt vielleicht auch der Fußballfan mit in den Vordergrund. Wenn man aber auch mal auf den Stadionbau schaut, dann rückt natürlich auch das Themenfeld Familie mehr in den Blick. Und wenn Familien in den Blick rücken, rücken auch die Frauen mit in den Blick – aber auch Menschen mit bestimmten Beeinträchtigungen. Das heißt also: Ich glaube da hat sich vielleicht der Fußball ein Stück weit ausdifferenziert und ist diverser angelegt. Und das spiegeln auch die Medien zum Teil wider.

fussballfreundinnen.de: *Frauen haben sich also schon immer für Fußball interessiert. Was meinen Sie generell warum Frauen sich für diesen „Männersport“ interessieren?*

Emberger: Ich glaube ich kann an der Stelle keine wissenschaftlichen Studien anführen. Mir ist nicht bekannt, dass schon einmal in Studien repräsentativ die Motivlage von Frauen als Fan oder als Zuschauerinnen abgefragt wurde.

Aus meinen Erfahrungswerten würde ich sagen: Die Gründe sind natürlich ganz vielfältig. Ich glaube, dass sich hier die Interessenslagen und die Motive möglicherweise von dem

⁷⁸ David Beckham absolvierte von 1996–2009 115 Spiele für die englische Nationalmannschaft.

Zugang der Männer gar nicht unterscheiden. Das wäre aber jetzt nur eine These. Ich glaube es gibt die sportlichen Hintergründe: Man sieht, wenn hier der 1. FC Köln spielt, wie auch schon drei Stunden vor dem Spiel Frauen in voller Fanmontur und als Dauerkartenbesitzerinnen das Stadion betreten. Also hier stehen absolut die sportlichen Gründe im Vordergrund.

Wir haben aber auch die Frauen, die aufgrund von sozialen Gruppen und Zusammengehörigkeitsgefühlen mitgehen. Es ist ja schön, den kompletten Fußball-Event gemeinsam zu verbringen. Hier ist es vielleicht weniger das Fußballinteresse, als eher das „sich Wohlfühlen in der Gemeinschaft.“

Ich glaube so lassen sich auch weitere Motivlagen anführen, die ganz vielfältig und unterschiedlich sind. Aber wie gesagt, ich bin mir nicht sicher, ob sich die Motivlagen von denen der Männer unterscheiden.

fussballfreundinnen.de: *Woher meinen Sie kommt das männliche Vorurteil, dass Frauen sich eigentlich mehr für die Spieler als für den Sport interessieren?*

Emberger: Ich würde es vielleicht mit den Worten beschreiben wollen: Wir haben hier natürlich im Fußballbereich eine absolute Arena der Männlichkeit. Und das ist auch hier ein Stück weit ein Schutzraum der Männer. Hier will man nicht so richtig, dass die Frauen eindringen. Und es gibt genauso viele Männer, deren Fußballwissen sich auch auf eine gewisse Oberflächlichkeit beläuft. Das finden sie bei den Frauen auch. Ich glaube aber, wenn sie als Frau wirklich fußballinteressiert sind und Wissen haben, dann haben sie eine gute Chance auch in der Männerwelt akzeptiert zu werden. Ich glaube es geht den Männern in Wirklichkeit (ohne, dass sie das vielleicht so artikulieren könnten) um eine Abgrenzung und um dieses „Mensch das war doch schon immer ein Männersport, das ist doch ein Männersport und hier gehören die Männer ins Publikum und die Männer auch auf das Spielfeld.“

Das ist, glaube ich, so ein bisschen dieser Tunnelblick – wobei viele, wenn sie sich selbst hinterfragen, eingestehen müssen, dass es eigentlich Quatsch ist.

fussballfreundinnen.de: *Ändert sich denn mit einem steigenden Frauenanteil im Stadion die Atmosphäre?*

Emberger: Das ist schwierig. Aus wissenschaftlicher Sicht können wir das nicht bestätigen. Es gibt keine Untersuchungen, die darauf hinweisen, dass Frauen, weil sie scheinbar empathischer sind und weniger gewaltbereit, das auch ins Stadion transportieren und wir davon eine friedlichere Atmosphäre ableiten können. Das ist zu pauschal. Das kriegen wir nicht hin. Ich glaube eher, wir müssen vielleicht den anderen Ansatz wählen und diese Zweigeschlechtlichkeit und die Geschlechterordnung auch nicht zu sehr zementieren. Ich glaube wir haben hier – einfach in der Entwicklung auch der Männlichkeitsentwürfe und der Weiblichkeitsentwürfe – eine deutliche Annäherung. Von daher müssen wir, glaube ich, vorsichtig sein, hier so eine harte Linie aufzuziehen.

Ich glaube, dass sich die Stadionatmosphäre... Die Männer empfinden die Entwicklung möglicherweise auch generell als sehr positiv, dass wir dahin kommen, dass wir relativ gewaltfreie, vermeintlich sichere Stadien haben.

Es gab ja auch mal eine Zeit, zu den Zeiten der Hooligans und der absoluten Gewaltbereitschaft vor und nach dem Spiel und im Stadion, wo man zumindest aus der Quellenlage heraus definieren kann, dass damals scheinbar der Anteil der Frauen als Zuschauerinnen im Stadion zurückgegangen ist. Und ich glaube es ist auch dieser Entwicklung geschuldet, dass wir wirklich versuchen die Stadien so sicher wie möglich zu machen. Und vielleicht wird das nun ein Stück weit auch dem Frauenanteil zugeschoben.

fussballfreundinnen.de: *Gerade anonym im Internet lässt sich aber mancher Mann immer noch gerne aus und schimpft über das „Weibsvolk“ im Stadion.*

Emberger: Ich glaube denen ist an dieser Stelle vielleicht auch nicht zu helfen. Aber wir wissen ja nicht, welchen prozentualen Anteil diese Personen von so einer Gesamtsumme

einnehmen. Wenn man sich überlegt (wenn wir jetzt wirklich im Stadion bleiben) gibt es 50.000 Fans, Zuschauer, Zuschauerinnen. Wie viele davon wären denn tatsächlich diejenigen, die sagen „Frauen haben hier nichts verloren?“ Ich glaube, wenn man diese Meinung mal aus dem Teilsystem/Funktionssystem des Sport herauslöst, dann stellt man wahrscheinlich fest, dass diese Männer auch in den Bereichen wie Arbeit, Familie, Haushalt auch noch so einer ganz klassischen Geschlechterordnung folgen. Vielleicht würden sie da auch die Zusprüche hören „Die Frauen sind – natürlich – für die Kinderbetreuung zuständig und gehören eher in den Haushalt, als wir Männer.“ Ich würde so mutmaßen, dass sich das auf die anderen Bereiche mit übertragen lässt. Ich glaube wir sollten uns eher auf diejenigen konzentrieren – und ich glaube das ist die wirklich große Masse – die hier durchaus den Frauen ganz normal Anerkennung auch zusprechen und sie auch recht herzlich Willkommen heißen.

fussballfreundinnen.de: *Aber ist es nicht immer noch so, dass man als Frau „extra viel“ Fußballfachwissen mitbringen muss, um in so einer Männerrunde akzeptiert zu werden?*

Emberger: Ja das ist natürlich eine spannende Frage. Aber auch hier müssen sie, egal ob sie mit der Dimension Geschlecht, der Dimension Alter, mit der Dimension Behinderung arbeiten, folgendes beachten: Wenn sie in ein Feld, das vorher der „Mehrheit“ gehört hat eintreten – und in dem Fall wäre das der Mehrheit der Männer – dann müssen sie, wenn sie sozusagen in der aufgeteilten Zweigeschlechtlichkeit als Frau eintreten möchten, mehr im Rucksack mit rein bringen. Sie müssen als Frau vielleicht unter so einem Schild „Tor der Männlichkeit“, „Tor des Fußballs“, mindestens eineinhalb mal so viel mitbringen, um überhaupt erst mal diese Barriere überwinden zu können. Ich glaube, wenn sie dann einmal dabei und akzeptiert sind, dann reicht ihr 100%-Wissen vollkommen aus. Aber diese Zugangsbarriere muss man beim Übertreten in Felder, die erst mal für sie mit ihrer sozialen Dimension nicht geöffnet sind, immer nehmen. Das kann man vielleicht auch am Beispiel „Alter“ sehr schön ablesen. Auch hier müssen sie (nehmen wir mal die Trendsportarten) als älterer Mensch (und glauben Sie mir, bei den Sportstudenten gelten sie als älterer Mensch ab 35 plus) beweisen, dass sie hier zugehörig sind. Und auch da müssen sie mehr Leistung erbringen. Und das finden wir auch in anderen gesellschaftlichen Teilsystemen.

fussballfreundinnen.de: *Kommen wir zu dem Thema Sportjournalismus. Der ist ja auch traditionell männlich.*

Emberger: Ja – vor allem mit Blick auf den Fußball. Da haben wir einfach das Territorium der Männer. Nicht nur Männer, die auf dem Platz stehen, sondern auch Männer, die als Trainer aktiv sind, die als Funktionäre aktiv sind und die das Drumherum managen. Und da ist es eine „Eins-zu-eins“-Folge, dass – wer medial im Sportjournalismus unterwegs ist und im Feld Fußball aktiv sein möchte – männlich sein muss.

Es ist eher ein Phänomen der neueren Zeit, wo wir auch wirklich sehr gute Frauen haben, dass die hier auch eindringen. Aber, und das knüpft daher an den vorherigen Punkt an, diese Frauen müssen auch etwas mehr Leistung bringen – als Zugangsbarriere.

Vielleicht sei an der Stelle auch schon der Name genannt: Sabine Töpferwien⁷⁹. Wenn man sich das anhört in der Bundesliga-Konferenz: Herrlich, diese Frauenstimme unter den Männerstimmen auch wahrzunehmen. Ich glaube, wenn man sie interviewen würde, würde sie uns an dieser Stelle wahrscheinlich auch zustimmen, dass sie erst mal mehr leisten musste und sich beweisen musste in diesem Feld.

fussballfreundinnen.de: *Sie hat mal in einem Interview erzählt, dass man sie in der Redaktion erst mal zur Rhythmischen Sportgymnastik und zum Eiskunstlaufen schicken wollte, sie sich aber schließlich doch durchgesetzt hat.*

⁷⁹ Sabine Töpferwien kommentierte als erste Frau regelmäßig Spiele in der ARD-Bundesligakonferenz (Hörfunk). Seit 2001 ist sie Sportchefin von WDR2.

Aber im Sportjournalismus gibt es aber inzwischen auch immer mehr Frauen – meistens allerdings vor der Kamera. Mal provokant gefragt: Wollen die Sender damit vielleicht zeigen „Schaut her, wir haben ja auch Frauen bei uns im Sportjournalismus“, obwohl die Redaktionen selbst immer noch hauptsächlich männlich besetzt sind?

Emberger: Ja, das kann möglicherweise auch eine Facette sein. Natürlich möchte man gerne junge, attraktive, gut aussehende (auch nach den gesellschaftlichen Konnotationen, blonde Haare, gute Figur, schöne Ausstrahlung, vielleicht sogar noch blaue Augen) zeigen. Auf der anderen Seite muss man natürlich sagen: Diese Frauen würden nicht vor der Kamera stehen, wenn sie sich nicht irgendwo im System durchgesetzt hätten. Sie stehen nicht vor der Kamera ohne Fachwissen zu der jeweiligen Sportart, über die sie berichten, bewiesen zu haben.

Ich denke es ist schwierig in der Abwägung, welcher Bereich da überwiegt. Die Privaten sind sicherlich auch ein Feld, wo man gerne auf die attraktive Frau mit Wissen zurückgreift.

Aber ich glaube, es gibt sicherlich auch Frauen, die sagen: „Ja genau das wollte ich machen“ und die in der Berufsplanung stecken und sehen: „Hier habe ich eine Zukunft, hier habe ich eine Perspektive.“

Und weil Sie gerade die Sportredaktionen ansprachen: Da sieht man ja auch als Berufseinsteigerin, wohin möglicherweise der Weg gehen könnte. Wenn die Sportredaktionen etwas verkrustet sind und hier vielleicht traditionelle Männlichkeitsbilder vorherrschen, dann werden sie genau wissen: „Ich lande bei der Rhythmischen Sportgymnastik oder beim Synchronschwimmen.“ Und dann fehlen ihnen hier vielleicht auch einfach die Lust und der Spaß, sich dort durchzukämpfen und sie nehmen vielleicht den Weg, der vermeintlich leichter aussieht und ihnen aber auch Spaß bringt.

fussballfreundinnen.de: *Was meinen Sie: Wenn da so eine junge hübsche Frau (von der wir gerade sprachen) nach einem Spiel mit einem möglicherweise ganz schlecht gelaunten Trainer oder Spieler spricht: Ist es dann in dem Fall ein Vor – oder vielleicht ein Nachteil als Frau dort zu stehen?*

Emberger: Spannende Frage – aber ich glaube, das dürfen wir vielleicht nicht zu sehr am Geschlecht ableiten. Es kann für den einen Spieler oder den einen Trainer sehr angenehm sein, nach einem verlorenen Spiel (und nichts hat funktioniert, schlechte Schiedsrichterleistung) zum Interview zu kommen und es strahlt ihnen jemand mit einem Lächeln entgegen und ihre ersten Gedanken sind vielleicht „Ach... Hallo!“.

Möglicherweise mag das dazu beitragen, dass sie das Interview etwas besser gelaunter wahrnehmen. Das ist aber, glaube ich, von so vielen persönlichen Eigenschaften abhängig. Ich glaube, das kann sich auch genau umgekehrt darstellen. Dass sie als Spieler denken: „Och und jetzt auch noch 'ne Frau... ach... wo sind die Männer? Warum muss ich das Interview der Frau geben?“

Also ich glaube da kommen wir in alle Grenzbereiche des Vorstellbaren.

fussballfreundinnen.de: *Das hat sich heute wahrscheinlich auch ein Stück weit geändert. Frau Töpperwien hat auch von einem Erlebnis mit – ich möchte jetzt niemanden falsch anschuldigen – ich meine es war Otto Rebagel erzählt, der ihr mal sagte: „Ja hätten sie lieber mal ihren Bruder geschickt.“ Also solche Sachen passieren ja heutzutage – Gott sei Dank – nicht mehr. Glauben Sie, dass bei den Sportlern, bei den Offiziellen und beim Betreuerstab da auch ein Umdenken eingesetzt hat?*

Emberger: Ja, das glaube ich – zum Thema Geschlechterrollen, Dichotome Hierarchisierung, hegemoniale Männlichkeit mit gewissen Wertungen, zum Beispiel die Aberwertung des Weiblichen und die Aufwertung des Männlichen – ich glaube schon, dass die Geschlechterordnung nicht nur in der Gesellschaft, sondern auch im Sport als Teilsystem, angekommen ist und dass wir hier nicht mehr nur traditionell verankert sind.

Und zu dem Beispiel, dass sie gerade angesprochen haben: So etwas scheint mir im Jahr 2013 nicht mehr möglich zu sein – zumindest nicht, dass man das seinem Gegenüber

sagt. Möglicherweise sind die Gedanken noch im Hinterkopf vorhanden – aber das wissen wir nicht. Durch Theo Zwanziger⁸⁰, der ja nicht nur den Frauenfußball sehr unterstützt hat, sondern auch mit dazu beigetragen hat, dass das Thema „Frauen, Fußball, Qualität und Frauenfußballnationalmannschaft“ massenmedial eine Aufwertung erfahren hat, ist hier mittlerweile schon eine höhere Sensibilität vorhanden.

fussballfreundinnen.de: *Trotzdem ist gerade die massenmediale Darstellung von Frauen rund um den Fußball immer noch manchmal etwas sehr stereotyp. Bei großen Turnieren werden zum Beispiel vorzugsweise weibliche Fans in knappen Bikinis in Landesfarben gezeigt. Warum ist das so?*

Emberger: Das kann ich schwer beurteilen. Also ich würde sagen, sie erfahren sicherlich auch die Sensibilisierung. Jetzt müsste man diskutieren, was schöne, Pausen füllende Bilder sind – und das ist genau das Bild, dass sie gerade beschrieben haben. Hier haben wir doch ästhetische Gründe, die es scheinbar rechtfertigen lassen, genau diese Einblendung vorzunehmen. Klar, wenn man kritisch drauf schaut – vor allem auf die Bilder, die in den Zwischensequenzen vermittelt werden – dann finden wir im Fußballstadion oder auch beim Public Viewing oft Einblendungen von jungen Frauen im Top. Aber ich glaube, da müssen wir vielleicht einfach noch ein Bisschen Geduld haben in der Entwicklung.

Die spannende Frage wäre natürlich, was sich entwickeln würde, wenn hinter der Kamera hauptsächlich Frauen stehen würden? Wären es dann eher Bilder von Männern mit freiem Oberkörper und einem Six-Pack?

fussballfreundinnen.de: *Wahrscheinlich schon.*

Emberger: Genau. Also ich glaube an der Stelle, müssen wir emanzipiert noch ein paar Jährchen abwarten und einfach schauen in welche Richtung sich das weiterentwickelt.

fussballfreundinnen.de: *Noch mal zu den Stereotypen – Stichwort „rosafarbene Fanartikel“ für Frauen. Ist das nicht irgendwie ein Schubladendenken, das ein Bisschen überholt ist?*

Emberger: Nein, darüber sind wir leider noch nicht hinaus. Schlagen sie mal eine Broschüre für Kinderspielzeug auf. Da finden sie genau die Farben Rosa für Mädchen und Blau für die Jungs. Sie finden den Bagger und das Auto für den Jungen und sie finden die Barbie-Puppe und Pferde für die Mädchen.

Da sind wir gesamtgesellschaftlich in vielen Verkaufsprodukten und auch bei vielen Dienstleistungen noch ganz klassisch zweigeschlechtlich konnotiert. Und das spiegelt sich dann in solchen Fan-Produkten – immerhin ja nur noch zum Teil – wider. Es gab ja durchaus auch Produkte, wo man festgelegt hat: Die scheinen für Mann und Frau recht attraktiv zu sein. Überholt ist das längst, allerdings ist das Abbild noch so. Wir haben noch das kulturelle Gerüst und das schlägt sich eben bis Blau und Rosa nieder.

Ich glaube, auch da brauchen wir in der Tat wieder noch ein Bisschen Geduld. Wenn wir hier natürlich eine Veränderung herbeiführen könnten in der öffentlichen Darstellungsweise – Sie sprachen gerade auch die Vereinsebene an, wo wir oftmals ja noch auch ganz klassisch konnotierte Bereiche haben – wer weiß. Zum Teil haben wir ja auch schon Farben, Gelb und Grün, die versuchen das so ein Bisschen zu durchbrechen. Da hoffen wir einfach noch auf etwas Buntes. Und wenn sich das dann auch in den Groß-Events nieder schlägt, eine Farbenvielfalt und eben auch eine Produktvielfalt, die sich Unisex darstellt, das wäre wirklich wünschenswert.

fussballfreundinnen.de: *Es gab 2008 von Eintracht Frankfurt-Fans sogar eine Kampagne, die „Stoppt Rosa!“ hieß. Was meinen Sie, warum weibliche Fans, zum*

⁸⁰ Theo Zwanziger war von 2006 bis 2012 alleiniger DFB-Präsident (vorher, ab 2004, geschäftsführender Präsident neben Gerhard Mayer-Vorfelder).

Beispiel beim schwarz-gelben BVB sagen: „Hey, also damit kann ich überhaupt nichts anfangen“?

Emberger: Also ich kann das vielleicht hier aus dem Seminarkontext an der Deutschen Sporthochschule in Köln ableiten. Wenn wir zum Thema Geschlechterordnung, Hierarchisierung der Geschlechter, Wertungen „männlich / weiblich“ arbeiten, dann sind es oft die jungen Frauen, die sehr schnell sagen: „Aber stopp mal – wir sind gleichberechtigt. Wir haben Chancengleichheit. Eigentlich wollen wir das Thema gar nicht mehr anfassen.“ Es sind dann eher die Männer, die sagen „Nein stopp mal! Seht ihr denn nicht, dass es doch noch Bereiche gibt, wo es gewisse Ungerechtigkeiten gibt? In der Arbeitswelt, in der Bezahlung, mit den Löhnen?“ Wir haben junge Frauen, die sehr emanzipiert sind in ihrer momentanen Entwicklung und die dann mit 20 Jahren an einem Punkt stehen und sagen „Ne – also rosa und lila Fankleidung – zum Beispiel als Fan von Borussia Dortmund – so kann ich mich nicht ins Stadion stellen.“

Und ohne das genau zu wissen glaube ich: Wenn man sich ins Stadion stellt und mal schaut, ob diese Kollektion wirklich im Stadion vertreten ist, bei den vermeintlich guten Absatzzahlen, dann könnte es sein, dass man feststellt, dass es nicht so ist. Ich glaube – sich damit im Stadion sehen zu lassen... Sie sagten gelb-schwarz sind die Vereinsfarben des BVB und das ist ja auch das, was die jungen Frauen verkörpern wollen.

Aber wir sollten das auch nicht werten. Für Frauen, die Rosa und Lila gut finden und das zu Hause vor dem Fernseher tragen möchten oder damit ausgehen abends – warum nicht? Es ist ja auch in Ordnung. Beide Facetten sind ja zulässig.

Aber um darauf zurückzukommen: Ich glaube einfach, wir haben junge, emanzipierte Frauen und die wollen keine Kleidung, die auf Taille geschnitten ist und rosa – sondern die wollen ein ordentliches Trikot in schwarz-gelb zum Beispiel.

***fussballfreundinnen.de:** Sie haben ja gerade Ihre Seminare angesprochen. Gibt's da auch viele weibliche Fußballfans unter den Studentinnen?*

Emberger: Ja – auf jeden Fall. Also die stehen den Männern zahlenmäßig in nichts nach. Wobei man natürlich sagen muss: Generell liegt der Frauenanteil hier an der Hochschule bei circa 35 Prozent. Von dem her ist so ein Überblick im Seminar-Kontext immer auch im Verhältnis zu sehen. Aber es gibt auch mittlerweile – und da würde ich die Entwicklung an der Hochschule hier in den letzten fünf Jahren sehen – ganz viele junge Frauen, die selbst auch im Fußball aktiv sind und dadurch auch eine Anbindung haben als absolute Fußballfans. Es gibt Dauerkartenbesitzerinnen, die Fankulturen wirklich leben und das Können und oftmals das Fachwissen haben. Das nehme ich auch wahr an der Hochschule und das ist manchen jungen Männern dann auch „too much“.

***fussballfreundinnen.de:** Und das persönliche zum Schluss: Sind sie selbst auch Fußballfan?*

Emberger: Ja – vom VfB Stuttgart – man hört das ja auch sprachlich. Aufgewachsen im Ländle und da ist man natürlich absoluter VfB Stuttgart Fan.

12.2.3. Christina Graf, Sportjournalistin und Fußball-TV-

Kommentatorin bei SKY

***fussballfreundinnen.de:** Du hast ja selbst früher Fußball gespielt. Wie bist Du zu dem Sport gekommen?*

Christina Graf: Ich habe mit vier Jahren angefangen. Mein Papa mich mitgenommen. Wir sind draußen in den Garten gegangen und haben Fußball gespielt. Er war ein begeisterter Fußballer und auch ein guter Fußballer. Und dann habe ich irgendwie Spaß daran

gefunden. Ich habe auch, je älter ich wurde, immer mehr gemerkt: Okay, ich kann es schon einigermaßen und dann bin ich dabei geblieben.

fussballfreundinnen.de: *Und das war ja der Start einer durchaus erfolgreichen Karriere.*

Graf: Ja, ich habe erst ganz normal mit den Jungs angefangen und habe mich da dann in der Mannschaft vom VfL Heinsberg durchgesetzt, durfte spielen und das dann auch bis zur C-Jugend – also auch eigentlich da, wo ich normalerweise nicht mehr hätte mit den Jungs spielen dürfen. Da durfte ich dann mit einer Genehmigung noch ein Jahr weiter spielen. Dann bin ich zu den Sportfreunden Siegen gegangen, die damals noch in der ersten Bundesliga gespielt haben. Dort habe ich aber erst mal bei den Mädchen gespielt und mit der 1. Bundesliga-Mannschaft trainiert. Da habe ich dann die ersten Erfahrungen gemacht, gegen Silke Rottenberg zu spielen – das war schon toll. Das war ein Hammer Erlebnis. Und ja, ich bin dann in die erste Frauenmannschaft gekommen, als es in Siegen keine Bundesliga mehr gab. Da war es dann Regionalliga. Dort habe ich erst (glaube ich) drei, vier Jahre gespielt und bin dann nach Rheine in die Bundesliga gegangen. Und da war es einfach der Punkt, dass man vorher Westfalenauswahl gespielt hatte und dann auf den Länderpokalspielen in Duisburg spielen durfte. Und da ist man dann von dem ein- oder anderen Trainer gesehen worden. Und dann ging es in die Bundesliga. Das war schon ein enormer Schritt. Es ist etwas völlig anderes gewesen und ganz anderer Fußball. Viel, viel schneller – obwohl der Frauenfußball vielleicht immer noch langsamer ist als der Männerfußball. Und dann hat es mich gepackt. Das wollte ich weiter machen. Auf jeden Fall.

Dann sind wir leider abgestiegen und ich war so böse, dass ich den Verein verlassen habe. Ich bin also nicht mit runter gegangen, sondern bin dann nach Bad Neuenahr gewechselt und habe dort dann mit mehreren Nationalspielerinnen Fußball gespielt: Celia Okoyino da Mbabi zum Beispiel und – ja – musste dann leider aufhören.

fussballfreundinnen.de: *Wegen einer Verletzung?*

Graf: Genau. Ich habe keinen Knorpel im Sprunggelenk mehr. Ich habe mich einmal beim Aufwärmen... meinte ich, ich müsste ein bisschen brasilianisch sein, das hat nicht so ganz geklappt und ich hab mich leider selber umgetreten, bin umgeknickt und habe mir alles gerissen. Und dann ist etwas vom Knochen und vom Knorpel abgesplittert. Das hat man zu spät gesehen und dann musste alles raus genommen werden. Dann habe ich ein Jahr lang probiert, das mit Reha, mit Training, mit Spritzen, mit allem wieder hinzubekommen – aber es ging nicht mehr.

fussballfreundinnen.de: *War das auch die Zeit in der du dann überlegt hast: Sportjournalismus wäre ja eine schöne Alternative?*

Graf: Also ich habe vorher schon parallel fürs Radio gearbeitet und habe dann aber eigentlich mehr die andere Schiene gesucht. Ich habe auch begonnen Politikwissenschaften zu studieren, weil ich einfach gesagt habe: „Den Sport habe ich in meinem anderen Bereich und in der Arbeit, möchte ich lieber etwas anderes machen.“ Weil ich einfach auch politikinteressiert war und bin und das spannend fand.

Und nachdem das dann vorbei war, wusste ich: Okay, der Sport kann nicht aus deinem Leben sein. Das ist jetzt deine Chance, das auch im Beruf umzusetzen. Die Möglichkeit habe ich dann relativ schnell bekommen – durch Hospitanzen, durch Praktika auch beim SWR, wo ich dann gearbeitet habe oder auch bei Radio Siegen, wo ich auch schon Spiele live kommentieren durfte. Die Chance war da. Weil man mir das dann natürlich auch eher zugetraut hat als vielleicht irgendjemand anderem, der vorher nicht Bundesliga gespielt hat. Dann bin ich zu n-tv gegangen und auch weiter im Sport geblieben. Das ist einfach das im Journalismus, was mir am leichtesten fällt, weil ich einfach aus dem Sport komme, schon immer und ewig. Dann ging es in dieser Richtung weiter.

fussballfreundinnen.de: *Wie ging es Dir, als Du Dein erstes Spiel kommentiert hast?*

Graf: Ich war super nervös. Also ich war echt mega-nervös. Wir hatten uns vorher mit unserem Chefredakteur auch darauf geeinigt, dass man nicht so viele Schalten hat, dass man also erst mal in Ruhe reinkommt. Das war für mich schon mal sehr beruhigend. Also das hat mir ein extrem gutes Gefühl gegeben und ich glaube nur dadurch hat das dann irgendwie funktioniert.

Ich stand draußen – ich weiß ich habe gezittert und gebibbert und überlegt: Was erzählst du denn? Was willst du denn in dieser Minute oder in diesen anderthalb Minuten, die es dann an Schalten waren, irgendwie erzählen? Und es ging dann aber. Also der Fußball lief und natürlich war man noch nicht der Emotionalste und natürlich war man erst mal relativ ruhig. Man hörte an der Stimme vielleicht auch, dass ich nervös war. Heute würde man vielleicht sagen: „Oh Gott, das kann man sich nicht mehr anhören“, aber immer mit dem Hintergedanken, dass es das erste Mal war fürs Radio, war’s dann im Endeffekt doch ganz okay.

Ja das war... es war einfach: Man hatte alles auf Zetteln stehen und man musste aber auch das Spiel beobachten – also das ging irgendwie gleichzeitig dann in dem Moment nicht. Es war auch noch ein Stück weit Überforderung einfach dabei. Aber nach und nach und je mehr man es machten durfte, desto besser wurde es. Und heute brauche ich auch keinen Zettel mehr. Das geht dann einfach.

fussballfreundinnen.de: *Eine Frau als Fußballkommentatorin ist ja immer noch eine Seltenheit. Welche Rückmeldungen gab es denn von den Hörern während Deiner Radio-Zeit?*

Graf: Also ich denke schon, dass mein Chef die bekommen hat. Ich werde nicht alle gehört haben davon, glaube ich. Also man hat hier und da natürlich mal eine Rückmeldung bekommen, aber das war eigentlich alles sehr harmlos. Also ich glaube, dass die Chefs – und das war damals glaube ich so – eher überrascht sind, dass es relativ wenige Rückmeldungen darauf gab. Es war nichts Gravierendes irgendwie dabei. Natürlich: Der Eine will den mal hören, der Andere will den hören. Das ist glaube ich ganz normal, aber es wäre jetzt nichts so Persönliches gewesen, dass ich mich speziell an den Wortlaut hätte erinnern können.

fussballfreundinnen.de: *Zum Fachlichen: Denkst Du es ist für Dich als ehemalige Fußballerin einfacher ein Spiel zu lesen und entsprechend zu kommentieren?*

Graf: Ich habe das am Anfang gar nicht so wahrgenommen, dass das ein Vorteil ist, weil das für mich ja normal ist. Also ich sehe ein Spiel ja nicht anders. Also für mich selber hätte ich immer gedacht: Ne, das ist kein Vorteil. Und jetzt so in der Zeit des Castings und auch danach merke ich immer mehr – okay, das *ist* ein Vorteil. Das hat man mir da auch gesagt, weil man’s von außen auch gemerkt hat. Und ich kann mich, glaube ich, schon in Situationen rein versetzen und weiß vielleicht, wie es einem Spieler geht, wenn es zum Beispiel... wenn ein Verein vor der Pleite steht und der steht da unten und man kann sich da schon rein versetzen, weil es schon Situationen sind, die man leider auch im Frauenfußball relativ häufig erlebt. Das sind Drucksituationen. Klar, man hat die Positionen gespielt unten auf dem Rasen, man weiß, wie der Andere zu laufen hat, damit er den Ball bekommen kann und wie man sich selber zu bewegen hat. Das macht es glaube ich schon einfacher. Ich will nicht sagen, dass man das Ganze aber nicht machen kann, wenn man eben nicht Fußball gespielt hat. Das glaube ich nicht und ich glaube da gibt es auch genügend Beweise dafür, dass es nicht so ist. Aber ich kann mir schon vorstellen, dass es für mich dann in dem Sinne ein Bisschen einfacher ist.

fussballfreundinnen.de: *Ich habe lange Volleyball gespielt – da verstehe ich beim Zusehen die Taktik auch besser als beim Fußball.*

Graf: Das stimmt. Das ist ein super Beispiel. Wenn ich zum Beispiel ein Handballspiel sehe, dann habe ich keine Ahnung, wer da wie läuft. Also das ist nicht mein Sport

gewesen, damit bin ich nicht groß geworden. Ich kenne natürlich die Begriffe und ich kenne das Spiel vom Sehen, aber ich könnte da nichts Taktisches zu sagen. Und das müsste man sich extrem anlernen dann erst. Und das brauche ich natürlich alles nicht mehr.

fussballfreundinnen.de: *Jetzt kommentierst Du für SKY Spiele der 2. Fußballbundesliga im TV. Wie ist es dazu gekommen?*

Graf: Ja also es war ein öffentliches Casting, wo sich eben jeder bewerben konnte, der ein Spiel kommentieren wollte oder eben glaubte, dass er es kann. Es gab eine Internetausschreibung dazu; man musste das 4:4 zwischen Dortmund und Stuttgart aus der vorletzten Saison kommentieren – etwa zwölf bis fünfzehn Minuten lang. Dann durfte man das einreichen mit zwei, drei, vier Notizen zu seiner Person. Und dann wurde wirklich eigentlich nur – so ist es zumindest nachher auch gesagt worden – aus den Stimmen und aus dem Kommentar heraus, von 1.000 Bewerbern (oder 1.200 Bewerbern), sind dann elf rausgesucht worden. Und die sind dann nach München zu einem Workshop eingeladen worden. Und in dem Workshop wurde dann noch mal ausgesiebt. Da sind wir in die Boxen gegangen, die nennt man dann so, wo die Konferenz immer kommentiert wird, und haben dann noch mal Spielausschnitte kommentiert, von Spielen die wir vielleicht zwei Stunden vorher erfahren haben, durften uns darauf vorbereiten. Es gab einen Multiple-Choice-Test im Allgemeinsport – also es ging nicht nur um Fußball. Und dann wurden noch mal drei ausgewählt. Und dann gab es eben für die drei Letzten jeweils ein Live-Spiel – 90 Minuten kommentieren. Ich durfte dann auf Schalke kommentieren, gegen Werder Bremen. Das war schon mega-spannend. Also das war live für uns natürlich – in dem Sinne: Es ist nicht „on-air“ gegangen. Und aus diesen drei Spielen, die dann kommentiert wurden, ist dann quasi der Sieger gekürt worden. Und da hatte ich dann Glück und vielleicht auch Können. (lacht)

fussballfreundinnen.de: *Aber es waren schon alles Frauen?*

Graf: Genau.

fussballfreundinnen.de: *Hat man Euch denn erklärt, warum jetzt bei SKY speziell eine Frau gesucht wurde?*

Graf: Das war ganz witzig, weil wir zu elft alle dasaßen und uns das alle gefragt haben. Also wir haben alle da gesessen und haben gedacht: Okay, warum muss das jetzt unbedingt eine Frau sein? Und das waren dann auch die ersten Fragen, als die Diskussionsrunde dann losging. Dann kam relativ zügig die Antwort: Weil es jetzt einfach mal an der Zeit ist und weil man lange genug darauf gewartet hat und weil SKY ein Unternehmen ist, das es einer Frau auch zutraut. Deswegen wollten sie es unbedingt probieren und versuchen – und waren glaube ich selber erstaunt, wie viele gute Bewerber unter diesen 1.200 Frauen waren.

fussballfreundinnen.de: *Wie hat bei Dir denn die Umstellung geklappt? Beim Radio muss man ja nonstop reden, damit es kein Sendeloch gibt. Ist es jetzt beim Fernsehen auch schwierig, mal die Klappe zu halten?*

Graf: Ich habe gedacht es wäre schwieriger und alle haben mir das auch immer wieder gesagt: Denk dran – mach Pausen. Mach die Pause und lass dir die Zeit. Es ist eher umgekehrt jetzt bei mir sogar. Ich mache dann teilweise zu viele Pausen. Also man sagt mir jetzt schon, nachdem ich elf Spiele kommentiert habe, „Mach weniger Pausen.“ Also – rede mehr. Und ich weiß noch, dass Uwe König, der Fußballchef, zu mir gesagt hat, er hätte nie geglaubt, dass er mal einem Kommentator oder einer Kommentatorin sagen muss: „Rede mehr“ – sondern immer „Rede weniger!“ Aber mir muss er halt sagen „Rede mehr.“ Ich achte dann zu sehr darauf. Ich versuche dann wirklich dem Zuschauer auch ein Bisschen mehr Raum zu geben und das kann hin und wieder zu viel sein. Das ist

bestimmt ein Problem, dieses Radio-Fernseh-Ding. Sich da erst mal umzustellen, das dauert. Das ist mit mir glaube ich auch immer noch nicht zu hundert Prozent gelungen.

fussballfreundinnen.de: *Meine Diplomarbeits-These lautet „Frauen sind im Männerfußball eine unterschätzte Kraft“ – Ist das Deiner Meinung nach wahr oder falsch?*

Graf: Es kommt drauf an, finde ich. Es kommt echt auf die Person an, wie die den Sport sieht oder wer den Sport sieht. Da gibt es einfach Unterschiede, glaub ich, an Personen, logisch, wie bei jeder anderen Sache auch.

Pauschal zu sagen, dass die Frauen unterschätzt sind, finde ich schwierig. Ist glaube ich mittlerweile auch nicht mehr so, weil man auch viele, die wirklich sportinteressiert sind und die einfach auch Fachwissen haben im Sport, merken einfach auch, dass das so nicht stimmt. Demnach gibt es schon viele andere Stimmen dazu. Also ob ich das jetzt auch bei SKY erlebe, also an der eigenen Person, wo einem doch von Leuten etwas entgegen kommt, womit man vorher vielleicht gar nicht gerechnet hätte. Deswegen glaube ich, sehen die Menschen das nicht mehr unbedingt so, als wäre das etwas, was nicht zusammen passt, oder als wäre man da unterschätzt.

Natürlich gibt es auch immer wieder Leute, die sagen: Okay – haben wir jetzt mal eine hübsche Feldreporterin da und die stellt jetzt mal Fragen und die kriegt vielleicht dann auch nicht die fiese Antwort, die vielleicht der Männerkollege bekommen würde – ist aber ja auch nicht unbedingt schlimm. Also – sie kriegt dann eine Antwort. Und das ist manchmal vielleicht auch besser, als wenn jemand vorbei geht.

Ich glaube der Umgang von dem Sportler mit der Frau ist auch anders und das macht es manchmal auch ein Bisschen einfacher. Ich weiß zum Beispiel aus sicherer Quelle (schmunzelt), dass sich viele Vereine freuen, wenn eine Frau da ist. Das ist halt glaube beim Zuschauer vielleicht noch mal etwas anderes. Der Sportler selber freut sich scheinbar. Also die Frauen sind anscheinend sehr gerne in den Stadien gesehen.

fussballfreundinnen.de: *Erst recht, wenn sie nett anzusehen sind?*

Graf: Ja natürlich. Das gehört natürlich auch wieder dazu – klar. Das ist mit Sicherheit auch ein Faktor. Aber ich glaube, dass das und eben auch Fachkompetenz nicht unbedingt auseinander zu nehmen sind – oder dass man das unbedingt auseinander nehmen muss. Also ich glaube das war mit Monica Lierhaus ein sehr gutes Beispiel, dass das zusammen passt. Und ich glaube, dass sie einen sehr großen Anteil daran hat, dass das für viele mittlerweile nicht mehr das größte Problem ist.

fussballfreundinnen.de: *Trotzdem werden gerade hübsche Reporterinnen von männlichen Zuschauern oft nicht für voll genommen. Wie würdest Du solchen Vorurteilen entgegentreten?*

Graf: Also es ist schwierig, aber wenn er es pauschal sagt „Sie hat keine Ahnung“, dann würde ich glaube ich erst mal nachfragen: Okay – was findest du denn? Warum hat sie denn keine Ahnung? Also erklär’ mir das detailliert, was dich gerade stört daran, was sie gesagt hat und warum du glaubst, dass sie keine Ahnung hat?

Weil ich glaube, da sind dann Manche doch unterschätzt, wo es einfach nicht stimmt. Und man kann pauschal mal eben ganz schnell was raus sagen: „Ja, die hat keine Ahnung,“ aber begründen ist dann wieder schwierig.

Also ich glaube, wenn man nach einem Grund fragt, ob das bei SKY jemand ist, ob das Sabine Töpperwien ist, ob das bei den Öffentlich-Rechtlichen jemand ist: Speziell nachfragen was einen stört und warum er keine Ahnung hat, dann gibt’s meistens keine Antwort mehr.

fussballfreundinnen.de: *Und wenn der Sportjournalistin dann doch mal ein dummer Fehler passiert: Man hat den Eindruck, dass wird viel härter geahndet und bleibt auch länger im Gedächtnis. Wie siehst Du das?*

Graf: Das glaube ich ist so – ja. Also das ist glaube ich wirklich so, weil man ja auch oft genug Beispiele sieht, in denen mal einem Mann ein Fehler passiert und da redet keiner drüber. Und bei einer Frau ist man halt sofort eine Schlagzeile.

Ich habe es an meiner eigenen Person gemerkt. Ich habe anstatt Marius Ebbers⁸¹, den ich seit Ewigkeiten kenne, aus der Eile, aus der vielleicht auch einfach noch Nervosität heraus, aus ihm Florian und Mario Ebbers gemacht. Da war man dann sofort die Schlagzeile im Hamburger Abendblatt. Also das geht super schnell. Und ich glaube, passiert das einem meiner Kollegen ist das nicht ganz so wichtig. Dann ist das ein Versprecher, der vielleicht mal passiert ist, aber dann ist das nicht sofort eine Titel-Schlagzeile. Das ist glaube ich wirklich so. Die Fehler werden dann einfach genauer gesehen. Du wirst genauer beobachtet. Es wird auf jedes Wort gehört.

Ich habe, als ich mein erstes Spiel kommentiert habe... ist online mitgeschrieben worden, was ich sage und es ist diskutiert worden auf einer Plattform von „Welt online“ glaube ich. Und da bin ich mir zu tausend Prozent sicher, dass das einem männlichen Kollegen, der sein erstes Spiel macht, nicht passieren wird.

Das ist einfach so. Da hat man vielleicht auch irgendwo ein bisschen drauf gewartet: Okay, sagt sie jetzt irgendwas in Richtung „Hertha BSE“ oder so – also das hört sich jetzt blöd an, aber ich denke da hat man drauf gewartet. Und das ist dann einfach extremer und demnach ist der Druck glaube ich für die Frauen dann manchmal auch noch ein Stückchen höher – obwohl ich das jetzt nicht unterschätzen will, was ein Männerkollege macht – überhaupt nicht. Aber das ist glaube ich doch ein bisschen manchmal etwas anderes.

fussballfreundinnen.de: *Vor kurzem hat einer Deiner SKY-Kollegen zum Beispiel mehrmals hinter einander Robert und Sascha Lewandowski verwechselt. Da hat keiner etwas gesagt.*

Graf: Ja, ich habe es gerade vor einer dreiviertel Stunde erlebt, dass ein Mann Mario Gomez statt Mario Götze gesagt hat. Das passiert einfach. Und da kann sich keiner von freisprechen. Und davon würde ich mich auch nie freisprechen. Das sind Dinge, die einfach passieren können. Aber ich glaube eben, dass bei einer Frau wirklich mehr dann drauf gehauen wird, als das bei einem Mann der Fall ist.

fussballfreundinnen.de: *SKY hat Dich als „erste Fußball-Kommentatorin im TV“ damals ja mit einer großen Kampagne angekündigt. Gab es denn anschließend, nach dem ersten Spiel, Rückmeldungen von den Zuschauern?*

Graf: Ja, da habe ich glaub ich echt Schwein gehabt. Also die waren alle sehr positiv. Ich habe eigentlich kaum etwas Negatives gehabt. Natürlich gibt es mal die Punkte: „Sie muss emotionaler werden“ und so weiter aber ich glaube man war da sehr gnädig mit mir und hat das eher als positiv gesehen. Ja, in der BILD-Zeitung „Gewinner des Tages“ zu sein, das war jetzt nicht so ganz das Schlechteste. Also man wacht dann auf am nächsten Morgen und ich muss echt sagen, mir ging es scheiße auf gut Deutsch gesagt. Mir ging es echt schlecht, weil ich einfach überhaupt nicht wusste, was jetzt auf mich zukommt. Und dann wacht man auf und man liest das – gerade auf BILD online – und denkt: Wow – das ist schon ein gutes Gefühl, ein ziemlich gutes.

Da war der Druck dann einfach echt riesig und da geht man dann irgendwann doch die Zeitungen ein bisschen durch und guckt, was steht da und man hört vielleicht auch mal von den Eltern was „das haben wir gelesen“ und da waren die Rückmeldungen dann echt sehr, sehr positiv und sehr nett.

Gleichzeitig muss ich auch sagen: Ich habe mich bei dem Spiel auch sehr zurückgehalten, mich auf fachlich korrekte Dinge beschränkt und das war einfach wichtig. Also das war wichtig für mich und das war wichtig, glaub ich, auch einen soliden Start hinzubekommen und sich eben nicht angreifbar zu machen.

⁸¹ Marius Ebbers war von 2008 bis Sommer 2013 beim FC St. Pauli unter Vertrag, schloss sich im September 2013 dem Sechstligisten VfL 93 Hamburg an.

Das hätte ich dann vielleicht machen können, wenn ich die ein- oder andere Parole raus gehauen hätte. Das habe ich dann zum Glück eben nicht gemacht.

fussballfreundinnen.de: *Und zum Abschluss mal eine provokante Frage: Glaubst Du, es wird jemals dazu kommen, dass eine Frau das WM-Endspiel im Herrenfußball kommentiert?*

Graf: Also ich würde das schon gerne machen (lacht). Ja ich glaube schon, dass das passieren kann. Aber ich denke da muss einfach auch vieles passen. Ich glaube nicht, dass das eine Sache der Masse ist, also dass jetzt einfach zwanzig, dreißig Frauen nachkommen und zwanzig, dreißig Frauen dann nebenher, neben den Männern, auch noch kommentieren und dann irgendwann die Möglichkeit besteht, sondern... Da muss glaube ich alles passen und die Frau, oder egal wer das dann ist, muss glaube ich den Weg gehen, wie jeder Mann auch. Und wenn dann die Qualität dafür spricht, dann glaube ich, kann man sich dann irgendwann nicht mehr dagegen wehren. Also wenn die Qualität irgendwann so gut ist, wie sie vielleicht bei einem Béla Rethy ist, ich weiß nicht, ob er das WM Finale kommentiert hat, wenn ich ehrlich bin, weiß ich's gerade nicht, wer es war – aber wenn die Qualität so gut ist, dass man es wie bei den Öffentlich-Rechtlichen (die ja nun mal die WM-Rechte noch haben) dann könnte das schon sein. Trotzdem glaube ich das dauert noch sehr lange. Und vielleicht auch noch sehr, sehr lange. Es ist auch nicht so einfach. Es ist nicht so einfach mit der Männerkonkurrenz auf einer Augenhöhe zu sein. Die können schon alle ziemlich gut kommentieren. Also ich weiß nicht, ob ich mir das raus nehmen kann so was zu behaupten, aber man sieht ja, wie die Kollegen arbeiten und man sieht, in welcher Situation man da ist. Und wenn ich dann sehe, wie mancher Kollege da arbeitet in einem Champions League-Finale oder in einem Halbfinale, wo die Situationen zum Teil einfach sehr krass sind, dann ist das ganz, ganz viel Arbeit, wenn man da hinkommen will.

fussballfreundinnen.de: *Zum Beispiel wie in der Situation im Champions League-Halbfinale Dortmund gegen Malaga...*

Graf: Zum Beispiel, ja. Das war ja so – ich nenn ihn immer so, mein Mentor Kai Dittmann, der dann da war und der das einfach mit einer Mega-Coolness dann auch macht und trotzdem immer noch quasi... Alle rasten aus und er will ja eigentlich auch mit ausrasten, denn egal ob man jetzt Dortmund-Fan ist oder nicht: Das ist ein deutsches Team in der Champions League und er bleibt völlig ruhig in dem Sinne, rastet emotional etwas aus und denkt gleichzeitig wieder daran: „Ja das war's noch nicht“ – also bei dem 2:2. Das ist Wahnsinn. Das dann alles noch gleichzeitig irgendwie auf dem Schirm zu haben, ruhig zu bleiben, trotzdem emotional zu sein, das sind extrem viele Komponenten, von denen man eigentlich denkt, das es ein Mann nicht kann, aber das ist für eine Frau auf jeden Fall nicht einfacher. Also gar nicht. Und da kann man multitasking-fähig sein wie man will. Das hat damit dann nichts mehr zu tun – mit dem Unterschied „Mann / Frau“:

fussballfreundinnen.de: *Zum Abschluss noch die obligatorische Frage: Welcher ist Dein Lieblingsverein?*

Graf: Lieblingsverein ist vielleicht ein bisschen zu viel gesagt, aber ich sympathisiere mit dem 1. FC Köln. Das liegt einfach auch ein bisschen am Zuhause.

12.2.4. Interview mit Katrin Müller-Hohenstein, Moderatorin ZDF Sportstudio

fußballfreundinnen.de: Magst Du Dich vielleicht erst einmal kurz vorstellen?

Katrin Müller-Hohenstein: Also: Mein Name ist Katrin Müller-Hohenstein, ich arbeite seit 2006 für das ZDF, moderiere dort das Aktuelle Sportstudio und gemeinsam mit Oliver Kahn die Länderspiele im Zweiten.

fußballfreundinnen.de: Welcher ist der beste Weg um Sportjournalist/in zu werden?

Müller-Hohenstein: Also ich glaube, dass es den Königsweg da überhaupt nicht gibt. Man kann nicht sagen: „Das muss ich machen und dann lande ich irgendwann dort“. Ich glaube, dass man generell vielleicht zwei Wege beschreiten kann. Der eine ist der klassische über ein Studium – den bin ich nicht gegangen. Ich habe alles „learning by doing“ in irgendeiner Art und Weise geschafft. Also bei mir war es so: Ich bin von der Schule gegangen und war erst mal zwei Jahre in Amerika. Das war mein Studium. Einfach um sich selbst zu finden, um sich selbst einmal auszuprobieren, um sich im Ausland zurecht zu finden und das erste Mal von Mama weg zu sein. Ich habe dort wahnsinnig viel gelernt und habe dann durch Zufall bei einem kleinen Radiosender in Nürnberg angefangen zu arbeiten. Und von da war es eigentlich ein Selbstläufer. Ich habe immer geschaut, wo eine neue Tür aufgegangen ist und habe dann überlegt: „Gehe ich da rein oder gehe ich da nicht rein?“ Ich hatte nicht dieses klassische Ziel vor Augen, auch gar nicht mal das klassische Ziel Sportmoderatorin zu werden – auch wenn ich das früher, mit zwölf Jahren, meinem Vater mal gesagt habe. Da habe ich gesagt: „Ich werde das Aktuelle Sportstudio moderieren!“ (lacht) *Klar!* Dann habe ich eigentlich alles unternommen, um nicht da zu landen. Es war dann später, als ich viele Jahre beim Radio war, der pure Zufall, dass das ZDF eine Frau gesucht hat und ich offensichtlich zum rechten Zeitpunkt am rechten Ort war. Also bei mir war es sehr viel Praxis und sehr, sehr wenig Theorie.

fußballfreundinnen.de: Muss ich selbst viele Sportarten gemacht haben, um darüber kompetent berichten zu können?

Müller-Hohenstein: Also das sind ja eigentlich zwei Fragen: Muss ich Sport machen? Ich bin der Meinung: ja. Ich glaube, dass man eine gewisse Glaubwürdigkeit natürlich auch dadurch bekommt, dass man zumindest mal ein bisschen sportlich wirkt. Also Mädels: 70 Prozent vermitteln sich über die Optik im Fernsehen. Das ist einfach so. Also wenn ich einigermaßen aussehe, dann kann ich den letzten Bullshit erzählen auf gut Deutsch (lacht) und die Message kommt an. Nein, also ich glaube... ich sehe es auch irgendwie als Bestandteil meines Jobs. Ich mache sehr gerne Sport; ich mache sehr viel Sport – das fällt aber für mich auch teilweise ein Bisschen unter Arbeitszeit.

Ob ich die Sportarten über die ich berichte selber ausgeübt haben muss? Also ich glaube das ist eine Frage an der sich die Geister scheiden. Die wenigsten Männer in meinem Business haben übrigens jemals auf hohem Niveau Fußball gespielt. Ich glaube, man sollte sich lange mit einer Sportart befassen haben. Man sollte die Regeln kennen und man sollte dafür brennen. Es muss mir also Spaß machen. Wenn mir Fußball keinen Spaß machen würde, hätte ich damit niemals anfangen können, weil ich mir viel zu viel hätte anlesen müssen. Also es muss etwas sein, was mich tatsächlich auch packt. Wenn ich die Begeisterung dafür habe, dann bin ich der Meinung, muss ich den Sport nicht selber ausgeübt haben.

fußballfreundinnen.de: Wie wird man eigentlich Sportmoderatorin?

Müller-Hohenstein: Ja, wie wird man Sportmoderatorin? Bei mir war es Zufall. Ich habe auch nicht... also ganz ehrlich: Ich glaube nicht, dass man Karrieren so planen kann. Ich glaube, dass die wenigsten Frauen, die heute in dem Business arbeiten, das als Ziel vor Augen hatten, als sie angefangen haben. Da ist viel Zufall dabei, weil man meiner Ansicht nach auch nicht auf Nummer Sicher gehen kann. Ich kann nicht heute sagen: „Ich werde Sportmoderatorin und kann sicher sein, dass ich das in 20 Jahren geschafft habe“ – weil da so viel Glück und so viele Unwägbarkeiten dabei sind, dass es nahezu ausgeschlossen ist, dass man eine Karriere tatsächlich so richtig plant. Ich bin es geworden, weil ich zum rechten Zeitpunkt am rechten Ort war. Anders kann ich das nicht sagen. Und weil ich mich in dem Moment getraut habe, einfach mal zu fragen und weil es mir interessanterweise nichts ausmacht, mich vor eine Kamera zu stellen und zu wissen, dass mir da 20 Millionen zugucken. Ich bin normalerweise gar nicht so der Mensch, der die große Bühne sucht, aber in dem Moment wo das Rotlicht angeht, macht mir das nichts aus.

fußballfreundinnen.de: *Inwieweit spielt in Deinem Job Talent eine Rolle und wie viel ist reines Handwerk?*

Müller-Hohenstein: Also wenn ich Talent und Handwerk jetzt mal prozentual gewichten sollte, dann komme ich bei 90 / 10 raus. Ich glaube es ist tatsächlich so viel. Ich kann den Menschen, die dieses Berufsziel haben – Moderator zu sein oder Moderator zu werden – immer nur raten: Probiert euch erst mal aus. Es ist ganz anders, als ihr glaubt. Nehmt euch mal einen Schuhkarton und setzt euch vor diesen Schuhkarton. Und dann guckt den mal an und erzählt mal 30 Sekunden – nehmt euch irgendeine Fußballpartie – und versucht die mal anzumoderieren. Also, sagen wir mal, schreibt euch zehn Sätze auf. Dann setzt ihr euch vor diesen Schuhkarton und dann sagt ihr diese zehn Sätze. Ihr werdet merken, dass ihr euch erst mal total komisch vorkommt. Das ist nicht so wie es draußen ankommt. Das wirkt immer alles so spielerisch und so leicht und das soll es ja auch. Aber gerade wenn es spielerisch und leicht wirkt, dann steckt meistens enorm viel Arbeit dahinter und es ist ein echter Knochenjob. Also ich glaube, man muss auch für diesen Beruf geboren sein. Man muss ein ganz großes Talent mitbringen. Und das, was an Handwerkszeug nebenbei noch dazu gehört, das lernt man dann sowieso irgendwie. Talent kann man nicht lernen, Handwerk schon.

fußballfreundinnen.de: *Darf man als Sportreporter eigentlich Fan sein?*

Müller-Hohenstein: Selbstverständlich darf man als Sportreporter auch Fan sein. Ich glaube, ich wäre niemals in diesem Job gelandet, wenn ich nicht ursprünglich mal Fan gewesen wäre. Sprich, also wenn ich mich nicht schon mit sechs, sieben, acht Jahren für Fußball interessiert hätte, dann hätte ich mich ja diesem ganzen Themenfeld niemals in irgendeiner Form nähern wollen. Das heißt: Ich glaube, dass es sogar eine Voraussetzung ist, dass man sich dafür begeistert. Es gibt in Deutschland 80 Millionen Bundestrainer. Und gerade zum Thema Fußball muss man so viel wissen. Wenn man sich das alles anlesen müsste, aber eigentlich gar keinen Bock drauf hätte, dann wäre es ausgeschlossen, dass man irgendwann mal auf einem Niveau ankommt, von dem man sagt: Okay ich bin jetzt einigermaßen *safe* hier. Also ich glaube, dass niemand alles weiß... Es heißt ja immer: „Wer hat Ahnung von Fußball?“ Was ist „Ahnung von Fußball“? Also ich habe so ein Inselwissen. Es gibt Vereine, über die weiß ich wahnsinnig viel und andere, über die ich weniger weiß. Aber ich glaube, dass ich eine gewisse Basis habe, auf die ich immer aufbauen kann und auf die ich auch jederzeit zurückgreifen kann. Das heißt: Fan sein ist zunächst einmal Grundvoraussetzung. Etwas völlig anderes ist natürlich, dieses Fan-Sein in irgendeiner Form zu transportieren. Also, dass mein Herz jetzt für einen bestimmten Club schlägt, das wird man natürlich in meinen Moderationen nicht heraushören. Ich bin zwar Mitglied in einem Verein und bin bei einem anderen Verein sogar auch richtiger Fan, aber ich bin durchaus in der Lage, diesen Fanschal am Eingang der Studiotür abzugeben. Ich bilde mir sogar ein, dass ich mit meinen Vereinen noch ein bisschen härter ins Gericht gehe, damit man mir niemals den Vorwurf machen

kann, dass ich mit denen ganz besonders freundlich umgehe. Also das lieber nicht. Ist zwar so: Ich habe ja auch noch ein privates Leben, da freue ich mich dann für die, aber sobald es beruflich wird, ist das weg.

fußballfreundinnen.de: *Haben Frauen heutzutage genauso gute Chancen Sportjournalist zu werden wie Männer?*

Müller-Hohenstein: Das ist eine wahnsinnig schwere Frage, weil ich natürlich nur meine Geschichte kenne. Ich kenne vielleicht nicht die Geschichten von vielen Frauen, die seit Jahren verzweifelt versuchen in dem Metier in irgendeiner Form Fuß zu fassen. Und meine Geschichte ist auch sicher nicht die klassische. Also ich habe hier beim ZDF angerufen und hatte vier Wochen später diesen Job – mit null Fernseherfahrung. Deswegen bin ich wahrscheinlich kein gutes Beispiel. Ich kann vielleicht etwas dazu sagen, wenn wir das ein Stückchen weiter drehen, ob es für die Frau heute noch schwieriger ist, als für den Mann.

Also da sage ich dann gerne: Der Mann darf keine Fehler machen und die Frau darf *gar* keine Fehler machen. Ich glaube, das ist tatsächlich so. Wir sind bei weitem noch nicht an dem Punkt angelangt, an dem Frauen im Sportjournalismus die totale Normalität sind. Wobei man fairer Weise sagen muss, dass ich – auch für mich gesprochen – noch niemals, noch nie, nie, niemals nie nicht – von irgendeinem Trainer, von irgendeinem Fußballer oder auch nur von irgendwelchen Fans das Gefühl vermittelt bekommen hätte, dass es irgendwie komisch ist, dass da jetzt eine Frau steht. Es ist ein Thema, dass interessanterweise vor allem unsere Freunde von der schreibenden Presse immer wieder aufgreifen, weil – ich weiß nicht – vielleicht Sommerloch ist. Vielleicht ist denen langweilig, kleine Ahnung. Aber das ist dann halt ein Klischee, das alle paar Jahre oder alle paar Monate auch gerne mal wieder aus dem Keller geholt wird. Und dann wird halt irgendetwas dazu geschrieben, weil's gerade so schön ist. Und ja, gut – ist so.

fußballfreundinnen.de: *Wie ist es eigentlich mit Sportstars wie Oliver Kahn zu arbeiten?*

Müller-Hohenstein: Da habe ich jetzt mal eine große Überraschung für euch: Oliver Kahn... (Pause) Oliver Kahn ist tatsächlich... (Pause) ein Mensch (lacht).

Nein, also ich kenne jetzt Olli relativ gut und wir sind auch relativ nah miteinander unterwegs und deswegen kenne ich natürlich die Reaktionen von den Menschen draußen auf diesen ehemaligen Weltklassetorhüter, über den „Titan“. Und auch das rate ich euch: Es macht keinen großen Spaß sich vorzustellen, auch nur für zehn Minuten irgendwann mal Oliver Kahn zu sein und sich in der Öffentlichkeit zu befinden. Ich habe mit ihm mal ein paar Minuten in Frankfurt auf ein Shuttle gewartet. Wow! Es ist schon enorm, was sich in den paar Minuten abspielt. Als ich das erste Mal gehört habe, ich arbeite jetzt also mit Oliver Kahn, dachte ich: Okay – du arbeitest mit Oliver Kahn. Dann habe ich mir den ganz in Ruhe angeguckt und gehe seit unserem vielleicht zweiten oder dritten Treffen aber auch mit ihm um, wie mit jedem anderen Kollegen beim ZDF auch. Er hat natürlich ein anderes Standing im Team. Das ist ja gar keine Frage. Das wird ihm aber auch zugewiesen; das nimmt er für sich selber gar nicht in Anspruch. Er ist gerne Teil des Teams. Er wird von außen natürlich als die Lichtgestalt in der Fußballübertragung gesehen, aber zwischen uns ist das eine Begegnung auf absoluter Augenhöhe.

fußballfreundinnen.de: *Was sollte man einen Fußballspieler oder Trainer nach einer richtigen Klatsche niemals fragen?*

Müller-Hohenstein: Schönes Wetter heute – findste nicht auch? Ich glaube man darf alles fragen, oder? Die Frage ist, ob man dann auch eine Antwort kriegt. Also man sollte natürlich tunlichst vermeiden da irgendwie blöd da zu stehen und dieses „wie fühlen sie sich?“, dieses ewig kolportierte... Das hat mittlerweile auch schon einen ziemlichen Bart und kommt vielleicht auch nicht so gut.

Also wenn ein Gesprächspartner, ein Interviewpartner, ein Spiel verloren hat und gerade schwer enttäuscht ist, dann sollte ich vielleicht versuchen mit ihm auf einer absolut

sachlichen Ebene zu bleiben und vielleicht ein Bisschen Ursachenforschung betreiben oder Gründe suchen, wie es zu dieser Niederlage kommen konnte.

Was man vielleicht auch nicht direkt tun sollte, ist den großen Tröster spielen. Aber auf keinen Fall... Manche sind ja der Meinung, so ein Interview ist erst dann richtig gut gelungen, wenn man sein Gegenüber komplett an die Wand genagelt hat. Das gibt es bei mir nicht. Das mache ich einfach nicht.

fußballfreundinnen.de: *Wie reagiert man bei Fernseh-Liveübertragungen am besten auf „Pleiten, Pech und Pannen“?*

Müller-Hohenstein: Ach da gibt es ja alle Situationen: Der Interviewpartner spielt nicht mit, man selber erzählt irgendeinen Käse, eine MAZ kommt nicht – ich glaube, dass das etwas ist, was man im Laufe der Jahre zu handeln weiß. Da gibt es nicht die klassische Lösung. Ich glaube, wenn man die Erfahrung hat, dann geht man mit solchen Situationen irgendwann auch mal gelassen um und wird nicht hektisch. Und ich glaube, das ist schon mal das Allerwichtigste – einfach nicht hektisch werden, sondern cool und gelassen bleiben. Das sagt sich jetzt so leicht, aber das ist tatsächlich etwas, was man auch im Laufe der Zeit lernt.

fußballfreundinnen.de: *Was macht Deiner Meinung nach einen richtig guten Sportjournalisten aus?*

Müller-Hohenstein: Ach... was macht einen guten Sportjournalisten aus? Einem, dem ich anmerke, dass es in ihm brennt. Einem der authentisch ist. Einem der mir in irgendeiner Form vermittelt, dass ihn jetzt nicht nur ausschließlich die Profilneurose treibt da zu stehen, sondern das ehrliche Interesse an der Sache. Eine gute Vorbereitung. Ein nettes, menschliches Wesen und etwas, was man auch nicht lernen kann, und zwar ist das eine Aura, die man im Fernsehen haben kann oder nicht. Das hat witzigerweise mit dem Aussehen überhaupt nichts zu tun. Es ist einfach eine Ausstrahlung auf dem Schirm. Ich weiß nicht, wie man die jemals definieren könnte, aber es gibt Menschen, die erscheinen auf dem Schirm – die sehen toll aus – aber haben null Ausstrahlung. Und dann gibt es diejenigen, wo du dir denkst: Na ja, so doll sind die jetzt gar nicht und dann haben dann aber eine Präsenz, dass es Dir die Schuhe auszieht.

Also ich glaube das braucht man auch, auch wenn man das leider nicht lernen kann.

12.2.5. Interview mit Daniela Schulz, Sportjournalistin und Autorin des Fußball-Romans „Kurvengänge“

fussballfreundinnen.de: *Wie bist Du auf die Idee gekommen einen Fußball-Roman für Frauen zu schreiben?*

Daniela Schulz: Ach Gott, wie bin ich darauf gekommen? Na ja, ich habe immer viel geschrieben, genauso wie mein Ex-Freund. Wir haben dieses Projekt⁸² zusammen gemacht und danach war ganz viel Material übrig. Daraufhin habe ich mich hingeworfen und angefangen diese Geschichten, die ich mit den Mädels erlebt habe, in einer fiktiven Geschichte aufzuarbeiten.

fussballfreundinnen.de: *Also es sind auch viele Geschichten in diesem Buch, die Dir tatsächlich passiert sind?*

Schulz: Ja klar, natürlich.

⁸² Gemeint ist das Buch „FC- Fans. Rückkehr aus Cottbus. Leben und Leiden mit dem 1. FC Köln“, Edition Steffan, 2000.

fussballfreundinnen.de: Zum Beispiel?

Schulz: Na diese ganze Cheerleader-Geschichte zum Beispiel. Darüber haben wir uns furchtbar aufgeregt. Es war ja irgendwie klar, dass wir immer mit denen aneinander gerasselt sind. Wir haben auch Aktionen gegen sie gestartet. Das passt natürlich für so ein Buch ganz gut. Da kannst du... (checkt das Mikrofon)

Wir haben damals ganz viele Aktionen gegen sie gestartet. Das war halt so: Wenn du zwanzig bist und dann kommen die an und machen das ganze Image kaputt... Du stehst bei den Jungs und hast dir dein Terrain erkämpft und dann kommt der Verein mit diesen „amerikanischen Strategien“ an... also haben wir damals Sachen gemacht, wie zum Beispiel Plakate gemalt. Wie war das? „Die Miezen raus – die Show ist aus!“ oder so. Wir wussten halt, dass die Jungs es total doof finden, dass generell die ganze Szene so kommerzialisiert wird und dann war das für uns halt so ein Punkt zu sagen: Da greifen wir irgendwie auch an, weil es uns auch stört.

Wir wollen auch lieber, dass der Fußball so bleibt wie er ist und nicht irgendwie kommerzialisiert wird. Und da hast du natürlich, wenn du so eine Cheerleader-Figur hast, schon mal eine Protagonistin für so ein Buch.

Dann hatte ich diese Mädchenfreundschaft – und natürlich ging es da auch immer um die Spieler, klar. Natürlich findet man den und den gut. Und man muss dazu echt sagen, dass wir ja damals sehr viel beim Training waren. Ich weiß nicht, ob andere dir das auch erzählt haben, aber so was gehört ja dazu. Also ich war eigentlich, als ich studiert habe, jede Woche mehrfach beim Training. Ich bin immer zum Geißbockheim raus, dieses Nachmittagstraining war immer eingeplant. Ich hatte Freundinnen aus Gummersbach und die kamen auch immer da hin. Wir haben Kaffee getrunken, haben das Training angeschaut und hinterher sind wir dann noch ins Geißbockheim. Wir wussten halt: Die Jungs kommen eh hoch und dann quatschen wir noch mit denen. Das war eigentlich immer nett.

fussballfreundinnen.de: Mit Jungs meinst Du die Spieler?

Schulz: Ja genau. Die kamen immer noch an und es war eigentlich immer... klar das war immer irgendwie nett und schön und man fühlt sich dann schon besonders. Es gab aber auch kleine kriegerische Auseinandersetzungen mit anderen, die da so aufschlugen. Es gibt ja auch andere Fanggruppierungen, weibliche Fanggruppierungen. Und dieses ganze Rumgezicke... na ja, wo soll ich da anfangen und aufhören?

Es war halt dann so: Wir hatten ja diesen Fanclub gegründet. Das hat eine Freundin aus Köln-Nippes gemacht, mit mir zusammen. Und wir hatten dann relativ schnell – damals hat man noch sehr viele Briefe geschrieben – über Brieffreundschaften eine Gruppe von etwa 20 Mädels zusammen. Da waren zwei aus Oberhausen mit dabei, da war Gummersbach dabei, da war Porz dabei – also alles Mögliche hat sich da vereint. Und dadurch, dass wir dann unsere Aktivitäten intensiviert haben, war es halt so, dass eine der Mädels relativ schnell mit Thomas Cichon⁸³ zusammen war. Das passierte dann irgendwie, wie es halt passierte. Aber dann ging das Rumgezicke los: Sie musste im Stadion immer vorne stehen, weil sie gesehen werden wollte. Sie musste auch immer mit ihm nach Hause fahren. Dann wollte sie mir nichts mehr erzählen, weil mein Freund damals bei der BILD-Zeitung war – und ich durfte nix wissen. Das heißt, ich war außen vor. Die Dani darf bloß nichts wissen.

Es gab dann auch sehr schräge Situationen, zum Beispiel dass wir bei ihr auf dem Geburtstag waren und lustig mit 20 Mädels rum saßen „kicher, kicher“ und dann kommt Thomas Cichon rein, der als Poster an der Wand hängt. Das ist schon ein bisschen schräg. Na ja, so war das.

Um auf das Buch zurück zu kommen: Aus diesen ganzen Erfahrungen raus, hatte ich dann relativ schnell einen Plot im Kopf, von dem ich dachte, dass man etwas daraus machen kann. Die konnte ich in dem Sachbuch, das ich damals mit meinem Freund

⁸³ Thomas Cichon spielte von 1995 bis 2004 für den 1. FC Köln.

geschrieben habe, nicht verarbeiten und dachte mir, dass ich jetzt eine Geschichte daraus stricken kann. Du hast alle möglichen Figuren, die du wunderbar verarbeiten kannst. Du hast diese Mädchenfreundschaft, die ganz fragil und ganz schwierig ist, weil sie beide denselben Spieler gut finden. Die Eine ist halt schneller als die Andere. Sie müssen sich in ihrer Szene behaupten; sie müssen sich als weibliche Fans behaupten. Und so kam das alles zusammen.

fussballfreundinnen.de: *Für Frauen ist das ja immer ein ganz schmaler Grat zwischen „Ich finde einen Spieler richtig gut“ und „ich bin ein Groupie“ – sowohl in Deinem Buch und auch offenbar im echten Leben. Was denkst Du über dieses Problem?*

Schulz: Ich habe eine ganz eigene Meinung dazu. Ich glaube, dass es zum einen durch das Alter zu Stande kommt, denn wenn die Jungs auf dem Platz ähnlich alt sind wie du selber, dann hast du einen ganz anderen Bezug zu ihnen. Denn dann sind sie real irgendwo greifbar. Du weißt wo du sie findest und du kannst dort hingehen. Es ist nicht unmöglich an sie ranzukommen. Du bist in dem Moment aus einer „Schwärmerei“ für jemanden raus, weil es ja tatsächlich funktionieren kann. Wenn du aber, sagen wir mal heute, ich bin jetzt deutlich älter... Natürlich kann ich mich heute nicht mehr so dort hinstellen und sagen: Ich finde diesen Zwanzigjährigen gut oder kann mich für ihn erwärmen. Obwohl ich auch weiterhin sagen würde: „Ich finde der sieht gut aus.“ Klar, das darf man ja auch sagen.

Meine Meinung ist: Ich habe es nie runtergespielt. Ich habe nie gesagt, dass es mich nicht interessiert, oder dass die Spieler für mich asexuelle Wesen sind – überhaupt nicht. Ich finde Fußball einen sehr eleganten Sport und von den Bewegungsabläufen auch sehr schön anzuschauen. Und warum soll das etwas Schlechtes sein, wenn sich schöne Körper schön bewegen? Aus dieser Perspektive habe ich es immer gesehen. Ich war immer ganz froh, dass meine Freundinnen eigentlich auch keinen Hehl daraus gemacht haben. Die haben gesagt: Na klar finden wir die Spieler gut.

Wir haben dann auch wirklich in diese Kerbe gehauen und haben bei der *Blutgrätsche*⁸⁴ den „Mister FC“ gewählt, weil wir dachten: Wenn es jemand machen kann, dann wir!

Das ist genau dasselbe Ding, wie mit „Fußball und pink – passt das zusammen?“: Klar, natürlich passt das zusammen, aber nur wenn Frauen es machen. Wenn es von außen drauf... also es muss von innen kommen. Wenn zum Beispiel die „Uschifront“⁸⁵ pinkfarbene T-Shirts anzieht – die hatten zum Beispiel auch eine pinkfarbene Fahne – dann ist es total okay, weil sie sich damit selber karikieren.

Wenn ein Verein aber rosafarbene Schals produziert, dann ist es von außen drauf gestülpt und funktioniert nicht mehr. Es muss von Innen kommen. Wenn ich also als weiblicher Fan sage, dass ich einen Spieler gut finde, dann darf ich das. Ich bin eine Frau, ich darf da hin gucken.

Wir hatten diesen Streit in unserem Fanclub allerdings auch öfter. Wir hatten immer Mädels, die primär wegen der Spieler da waren und wir hatten immer welche, die primär sagten, dass es ihnen mehr um den Verein geht und um das, was wir hier machen. Da gab es immer ein paar kleine Streitereien.

Auf der anderen Seite hat sich trotzdem jeder so ausgelebt, wie er konnte. Und ich habe nie einen Hehl daraus gemacht. Ich finde das okay. Das gehört dazu. Man muss es ja nicht übertreiben und man muss sich da auch nicht reinsteigern, aber ich finde es legitim als Frau zu sagen: Ich finde den und den Spieler gut, weil er mir optisch gefällt, weil mir gefällt, wie er sich bewegt und mir gefällt wie er sich darstellt. Das ist total in Ordnung. Warum nicht?

fussballfreundinnen.de: *Noch mal eine Nachfrage zu den Cheerleaders: Ging es bei dem Konflikt wirklich nur um die Kommerzialisierung oder auch um das Frauenbild, was da vielleicht vermittelt wird?*

⁸⁴ Fan-Magazin des FC-Köln-Frauen-Fanclubs „Always Ultras“

⁸⁵ Frauen-Fanclub des 1. FC Köln (vgl. <http://uschifront.de/>)

Schulz: Beides tatsächlich. Sagen wir mal so: Es war damals so eine Geschichte, dass die Vereine meinten, sie müssten so etwas haben. Du nimmst ein Konzept aus Amerika und stülpst es auf unsere Fankultur, die nichts gemeinsam hat mit der amerikanischen. Fußball ist ein Spiel, das nicht zulässt, dass man zwischendrin eine Bespaßung hat. Ich habe nichts gegen Cheerleader. Ich finde sie sogar toll, wenn es gut gemacht ist, wie zum Beispiel in den USA bei der NBA. Wenn sie gut aussehen und gut tanzen, dann denke ich auch wieder: schöne Körper, die sich schön bewegen. Das finde ich super. Aber ich finde das bei unserem Sport total deplatziert, weil wir eine ganz andere Fankultur haben und einen ganz anderen Zugang zum Spiel. Wenn man sich in Amerika ein NBA-Spiel anschaut – ich hatte jetzt zum Glück endlich die Chance dazu – nehmen die Leute dort das gar nicht so wahr. Die sind eigentlich die ganze Zeit mit Essen beschäftigt und mit dem Organisieren der Getränke. Was unten auf dem Platz passiert ist eigentlich eine Dauerbespaßung.

Bei uns ist es etwas Gewachseneres. Der Verein und die Liebe zu diesem Verein, sich mit Freunden zu treffen und das ganze Drumherum stehen bei uns mehr im Vordergrund. Ganz ehrlich: Damals habe ich die Cheerleader als Provokation empfunden und ich habe mich geärgert, dass es so schlecht gemacht war. Das war wieder so ein Ding, das von Außen aufgestülpt wurde.

Und dann kam noch diese persönliche Situation hinzu, die mich furchtbar geärgert hat. Die Trainerin war nämlich auch noch eine Frau, die bei einem anderen Verein rausgeflogen war und einfach eine neue Spielfläche gesucht hat.

Und ich dachte mir: Warum muss sie sich meinen Verein als Spielfläche aussuchen, um irgendwelche komischen Mädels zu positionieren, die mit Fußball nichts zu tun haben und die dann aber immer als „Frauen im Fußball“ im Fokus stehen? Ich dachte immer: Das sind nicht wir.

Damit identifizieren wir uns nicht und natürlich auch nicht die Männer in unserer Kurve, weil die auch sagten „Das sind doch Kinder – was soll das? Die können ja nicht mal was. Die haben nicht mal Brüste.“ Das war damals so eine Geschichte Ende der 90er, da kochte das hoch.

Heute denke ich: Mein Gott, ja – nette Aufregung damals. Aber in dem Moment nimmst du das anders wahr. Es hat mich geärgert, weil ich dachte: Wir kämpfen hier so dafür, dass wir dazugehören und dass wir auch ein Teil dessen sind. Warum also muss mein Verein auch noch dagegen steuern und das kaputt machen? Zum Glück hat sich das alles von selber geregelt. Die Cheerleader sind ja dann irgendwann auf die Karnevals-Bühne abgerutscht. Und die Reaktionen aus der Kurve? Es hat irgendwann niemanden mehr interessiert, ob die da jetzt für zwei Minuten rumhüpfen oder nicht.

Aber für mein Buch war es natürlich gut, weil das in einer Mädchengeschichte ein ganz realer Konflikt ist. Im Prinzip dringt jemand in dein Nest ein und stört es. Klar, es gab bei uns im Fanclub auch Mädels, die mit den Spielern enger waren als andere. Aber dann gab es auf einmal immer auch Hupfdohlen, die da noch mit rum mengten. Klar, weil die natürlich auch im Innenraum waren. Und dann kamen natürlich auch Eifersüchteleien. In der Realität hat sich die Sache dann aber relativ schnell gelegt und hatte nicht mehr viel Bedeutung. Und so konnten wir uns wieder relativ schnell auf uns konzentrieren. Das war auch eigentlich ganz gut.

fussballfreundinnen.de: *Wie ist das denn mit den Protagonisten in deinem Buch - sie sind weibliche Fans und machen keinen Hehl daraus, auf Spieler zu stehen. Passen sie sich dennoch an die klassische männliche Fankultur an?*

Schulz: Klar, natürlich passen sie sich an. Es ist ja klar: Du fährst halt mit, du bist immer auch letztlich „Freundin von“ oder „befreundet mit“ und du wirst mitgenommen. Aber inwiefern sie sich anpassen? Ich glaube die Frage müssen wir vertagen – da müsste ich selber noch mal nachlesen.

fussballfreundinnen.de: *Es gibt ja einige Bücher zum Thema Frauen und Fußball – inwiefern fällt Dein Buch aber aus der Masse dieser Bücher raus?*

Schulz: Ich habe dieses Buch geschrieben, weil ich selber gerne so etwas lesen wollte. Ich habe mich auch nicht wieder gefunden in diesen ganzen anderen Büchern. Und als ich das Buch geschrieben habe, gab es im Prinzip auch gar nichts in dieser Richtung. Das fing erst später so ein bisschen an. Das kam nach 2004 ein bisschen stärker auf, als plötzlich Gaby Papenburg anfang etwas dazu zu schreiben – wobei ihr Roman gar nicht so schlecht ist. „Die Spielmacherin“⁸⁶ heißt er glaube ich. Gar nicht so schlecht – hat sie ganz gut gemacht.

Es gab aber auch ganz furchtbare andere Bücher: „Sophies Weltmeister“⁸⁷ oder so was, die ganz furchtbar waren. Die kann man nur in die Ecke schmeißen, denn sie spielten einfach nur mit Klischees. Da merkte man schon, dass die Schreiberin von dieser Sache eigentlich überhaupt keine Ahnung hatte. Es geht ihr auch nicht darum, die Rolle der Frau in so einer Fankultur zu reflektieren, sondern den Fußball einfach nur als Spielfläche zu nutzen. Nach dem Motto: Sexy Mann und Frau kommen irgendwie zusammen und... ach ich weiß es nicht. Und genau deshalb habe ich das Buch auch für mich selber geschrieben – um vieles aufzuarbeiten was wir erlebt haben und von dem ich dachte, dass es eigentlich ganz spannend ist und man es mal erzählen muss. Aber ich habe seitdem auch nichts Vergleichbares mehr gefunden.

Ich hätte mich immer gefreut, wenn ich irgendwann mal eine Geschichte gefunden hätte, einen Roman, der in diese Richtung gegangen wäre. Ich weiß aber auch, dass die Zahl der Frauen, die so etwas schreiben könnten, weil sie die Erfahrung aus vielen Jahren „zum Fußball gehen“ haben, auch relativ gering ist. Es gibt ein paar weibliche Schreiberinnen, die für Fanzines geschrieben haben, aber es dann nicht geschafft haben, den Schritt zu machen und etwas Größeres abzuliefern.

Nicole Selmer hat ja dann dieses wissenschaftliche Buch geschrieben – was super wichtig war. Aber aus der Roman-Ecke kam eigentlich gar nichts – bis heute nicht. Also mir wäre nichts aufgefallen. Und ich habe immer sehr genau darauf geachtet.

Insofern glaube ich schon, dass mein Buch eine Nische bediente. Das haben letztendlich auch die Reaktionen gezeigt. Relativ schnell haben sich Filmfirmen gemeldet, die sagten „es interessiert uns – es ist ein gutes Thema“. Die Umsetzung hat natürlich nicht funktioniert, obwohl wir daraufhin noch mal relativ lange an „Kurvengänge“ gearbeitet haben. Wir haben ein Treatment mit neuen Einflüssen entwickelt, denn die Geschichte hatte sich in der Zwischenzeit auch für mich ein bisschen verwischt. Ich hatte neue Ansätze, wie man in einen Film reinkommt und was man da heraus heben kann. Ich fände es zum Beispiel ganz spannend, mal in einem Film zu zeigen, wie auch Rauchpulver geschmuggelt wird. Man könnte zeigen, dass die Mädels dabei unter Umständen auch involviert sind, weil sie es in ihre Wäsche tun können. Das sind alles solche „Behind the Scenes“-Informationen, die man nur wissen kann, wenn man viel Auswärts gefahren ist. Insofern: Ich glaube immer noch daran, dass die Geschichte funktioniert, dass sie zeitlos ist und auch noch in zehn Jahren funktionieren wird, weil sich diese ganze Szene nicht so schnell verändern wird. Schade, dass es nie geklappt hat mit dem Film.

Es lag damals allerdings wohl auch ein bisschen daran, dass relativ schnell *FC Venus*⁸⁸ raus kam. Der hat dann leider in diese Kerbe gehauen und wir hatten anschließend relativ schlechte Karten. Wobei ich es auch toll gefunden hätte, wenn sich ein sehr junger Regisseur mit „Kurvengänge“ beschäftigt hätte und das als Erstlingswerk für seine Filmhochschule gemacht hätte. Da hatten wir auch einen Kontakt, aber das hat sich leider zerschlagen.

Auf der anderen Seite glaube ich, dass der Stoff an sich trägt und dass er auch für weitere Geschichten trägt. Es ist noch nicht alles mit *Kurvengänge* erzählt. Man könnte noch viel damit machen und vieles daraus weiter spinnen. Inwiefern das dann irgendwann mal stattfinden wird – keine Ahnung. Aber ich glaube trotzdem, dass es sich weiter lohnt über Frauen im Fußball zu schreiben.

⁸⁶ „Die Spielmacherin“ von Gaby Papenburg erschien 2006 im Aufbau Taschenbuch-Verlag.

⁸⁷ „Sophies Weltmeister“ von Simone Posch erschien 2006 im Fischer Taschenbuch-Verlag.

⁸⁸ Der Film „FC Venus – Angriff ist die beste Verteidigung“ von Regisseurin Ute Wieland erschien 2006 als Sat.1-Co-Produktion.

Ich hatte tatsächlich eine ganz nette Reaktion von einer Frau aus Spanien, die ein großer Fan des FC Sevilla ist. Sie schrieb mir, dass sie es richtig schade fände, dass es das Buch nur auf Deutsch gäbe. Ich habe ihr gesagt, dass es natürlich nur ein kleines Projekt ist und wir keinen Verlag in Spanien haben. Und darauf sagte sie „In Spanien würden es Tausende lesen“ – weil sich die weiblichen Fans darin stark wieder finden. Frauen in Spanien sind ja auch sehr stark im Fußball involviert.

fussballfreundinnen.de: *Denkst Du denn, dass wir – was das Involvement von Frauen im Fußball anbelangt – hier in Deutschland noch etwas Rückständig sind im Vergleich zu Spanien?*

Schulz: Mein Eindruck – ohne mich damit wirklich richtig gut auszukennen – ist, dass Fußball in Spanien noch viel mehr zum Alltag dazu gehört, dass der Verein der Stadt noch viel mehr in dein Alltagsleben reinspielt und ganze Familien absorbiert. Und da ist es völlig klar, dass die Frau natürlich auch ins Stadion geht und auch ihren eigenen Schal hat. In England ist die Situation noch mal ein Bisschen anders. Ich glaube, dass England insgesamt etwas konservativer in seiner Fankultur ist und die Mädels es dort schwieriger haben. Und das, obwohl es in England unendlich viele Frauen gibt, die Fußball gut finden. Das wirst du bei deinen Recherchen sicher auch schon gemerkt haben.

Ich habe das früher bei meinen Brieffreundschaften gemerkt. Es war immer relativ leicht in England Brieffreundinnen zu finden, die Fan von zum Beispiel Manchester oder anderen Vereinen waren. Und die waren auch alle immer relativ extrem: Sie waren immer dabei, immer total am Anschlag und haben immer total für ihren Verein gelebt. Darin habe ich mich gut wieder gefunden.

Was mir zu dieser ganzen Geschichte noch einfällt: Ich habe mich selber viel damit beschäftigt und es wurde auch in Gesprächen auf Podiumsdiskussionen oft analysiert, warum Fußball bei Frauen als „besonderes Hobby“ gilt.

Man ist sich darüber bewusst, dass man ein besonderes Hobby hat. Das war selbst in der Schule schon so. Ich war ein eher ruhiges Mädchen, hatte aber ein ausgefallenes Hobby:

Ich bin nach Köln gefahren – manchmal auch unter der Woche. Das waren immerhin über 200 Kilometer. Mein Papa hat mich und manchmal auch eine Freundin dann gefahren.

Ich wusste immer, dass ich mehr Spiele gesehen habe, als die Jungs in der letzten Reihe, die so cool daher redeten und vielleicht *mal* nach Kaiserslautern gefahren sind. Dann dachte ich mir immer: Es interessiert mich gar nicht, was ihr erzählt, denn ich habe sowieso mehr Spiele gesehen und bin mehr unterwegs als ihr. Ich glaube, die Jungs fanden das immer sehr unheimlich. Aber das gibt dir natürlich auch immer die Chance dich abzugrenzen. Ich hatte mein eigenes Ding und das war meins. Ich habe oft morgens mit winzigen Augen in der Schule gesessen und dann fragte der Lehrer „Na? Biste wieder in Köln gewesen?“

Ich freue mich immer, wenn sich viele Frauen für Fußball interessieren und ich finde das total toll. Je mehr, desto besser. Aber sie müssen es von Herzen machen. Es soll bitte nicht so aufgesetzt sein. Ich mag zum Beispiel diese Mädels mit den Hawaii-Ketten nicht. Das nervt mich – Mädels, die sich dazu stellen und denken, sie haben voll den Plan. Früher hat man dann immer etwas arrogant gesagt: „Fahr erst mal auswärts und dann sprechen wir wieder.“ Klar, man versucht auch sein Terrain zu verteidigen und ein bisschen klar zu machen, dass es kein Hobby ist, mit dem man so „lalala“ umgehen soll. Natürlich kann sich jeder für Fußball interessieren, wie er will, aber letztlich beschäftigt man sich untereinander dann doch am liebsten mit den Frauen, von denen man weiß, dass sie das auch ernst nehmen. Für die ist das genauso wichtig, wie für mich.

fussballfreundinnen.de: *Wenn wir noch mal zur Literatur zurückkommen: Zum Thema Frauenfußball gibt es ja richtig viele Bücher und auch schöne Romane. Aber Frauen und Männerfußball ist ein total exotisches Thema. Woran liegt das Deiner Meinung nach?*

Schulz: Ich stelle mir diese Frage auch ziemlich oft. Ich kann es Dir nicht sagen. Ich habe manchmal den Eindruck, dass es total schick ist, Frauenfußball gut zu finden. Das ist inzwischen „Common Sense“: Man hat das gut zu finden. Es ist per se etwas Gutes und man kann auch sehr schön den Gutmenschen spielen, wenn man Frauenfußball gut findet. Denn dann zeigt man, dass man politisch korrekt ist und das alles respektiert.

Ich glaube das andere Thema „Frauen in der Männerfankultur“ ist eher sperrig und man kann sich damit sehr schnell die Finger verbrennen. Deshalb trauen sich vielleicht nicht so wahnsinnig viele Autoren daran. Das könnte eine Möglichkeit sein.

Ich weiß nur aus eigener Erfahrung, dass es als Frau nichts bringt, etwas Negatives über Frauenfußball zu sagen. Da handelt man sich nur Kritik ein. Ich habe einmal auf einer Podiumsdiskussion gesagt, dass ich eine WM oder EM der Frauen nicht verfolgt hätte, da sind mir die Damen in der ersten Reihe fast ins Gesicht gesprungen. Ich habe mir dann gedacht: Okay, ich sage nie mehr etwas Negatives über Frauenfußball. Er interessiert mich halt nicht. Das darf ich doch sagen. Es ist ja auch okay – die sollen auch alle spielen und alles ist gut. Das eine hat aber mit dem anderen nichts zu tun. Der Frauenfußball ist etwas völlig anderes.

Aber ich finde es auch ganz interessant beobachten, welche Frauen sich in die Männerfußball-Fanszene begeben. Das sind auf der einen Seite die etwas einfacher Gestrickten, die mitgehen und sich sehr schnell und doll dafür interessieren oder eine Affinität dazu haben, weil sie vom Papa mitgenommen wurden. Es ist aber auch eine ganze Reihe von Mädels – wo ich mich immer wieder finde – die eigentlich eher ruhig sind und von denen man denken würde, dass so eine Pöbelgeschichte gar nicht zu ihnen passt. Du hast aber im Stadion ein Ventil für dich gefunden. Und es sind Mädels, die auch sonst eher ruhige Hobbys haben. Eine meiner Freundinnen war dafür ein Paradebeispiel: Sie war eine super Einserschülerin, hat Klavier gespielt, getanzt und sie ist zum Fußball gegangen. Diese Konstellation findest du immer wieder. Die ist mir bei meinen ganzen Brieffreundinnen immer wieder begegnet.

Und ich habe mich auch immer wieder gefragt, warum ist das eigentlich so ist. Warum zieht Fußball gerade so einen bestimmten Mädlestyp an?

Es gab mal Untersuchungen dazu, dass Frauen die sich für Fußball interessieren, sich auch überdurchschnittlich stark für Mode und andere solche Sachen interessieren. Da muss irgendwas dran sein. Ich weiß nicht, was es ist, aber vielleicht... Mir kam der Gedanke (und das ist nur meine eigene Interpretation warum die Dinge so sind), dass man einfach ein Interesse an schönen Dingen hat. Fußball ist ein schöner Sport mit schönen Bewegungen. Und das verknüpft sich dann mit anderen popkulturellen Dingen, an denen man ebenfalls interessiert ist. Ich glaube da schließt sich der Kreis. Das ist aber nur meine Erklärung – die ist überhaupt nicht wissenschaftlich. Aber das ist der Grund von dem ich immer denke, weswegen ich bestimmte Freundinnen habe, die ticken wie ich. Mit denen kannst du über Klamotten reden aber du weißt auch, dass sie genauso mit ihrem Verein irgendwo hin fährt.

Aber noch mal dazu, warum sich Autoren nicht an das Thema ran trauen – ich weiß es nicht. Vielleicht weil es immer noch so ein Mysterium für viele ist und weil viele nicht so wirklich wissen, was sie damit anfangen sollen.

fussballfreundinnen.de: *Jetzt noch ein, zwei persönliche Fragen: Weißt Du noch, wann, wie und mit wem Du das erste Mal ins Stadion gegangen bist?*

Schulz: Das war im September 1990 nach der berühmten Weltmeister-WM. Und wer mit dabei war? Mein Papa, mein Opa und eine Freundin. Wir waren zu viert. Wie das kam, kann ich auch noch kurz erzählen. Diese WM war damals diese Initialzündung für mich – wie so oft Weltmeisterschaften oder Europameisterschaften ein Auslöser sind. Diese WM hat mich total beschäftigt. Ich hatte natürlich ein Panini-Album und wir sind sogar über Müllcontainer geklettert um die *Neue Revue* auszugraben, weil da noch irgendetwas über Lothar Matthäus drin stand. Wir haben Ordner gehabt, so richtig dicke Dinger, in denen wir Artikel gesammelt haben – ich persönlich über Bodo Ilgner. Ich habe meinen Bodo-Ordner zu Hause, der ist picke-packe voll. Ich habe jeden Schnipsel gesammelt. Und

dann das Drama, als die WM vorüber war und die große Leere drohte - das war natürlich ganz fatal. Im Endeffekt war dann meine Mutter Schuld: Die brachte mir nämlich einmal das *Kicker*-Sonderheft mit und sagte: „Ich hab dir da mal was mitgebracht – nicht, dass es dir langweilig wird.“

Für mich war dann, durch Bodo Ilgner, schon relativ schnell klar, dass ich zum 1.FC Köln drifte. Und es war auch relativ schnell klar, dass ich ins Stadion muss. Und so kam es zum ersten Besuch.

fussballfreundinnen.de: *Und wie steht es heute um Deinen Fußball-Konsum?*

Schulz: Sagen wir mal so: Ich habe meine Dauerkarte und die gebe ich auch nie her. Die bleibt in der Familie. Die ist meine Aussteuer (lacht). Das ist ja auch nicht so schlecht, weil ich genau weiß, dass sie weg wäre, wenn ich sie abgeben würde. Und die kriegst du ja auch nicht mehr wieder.

Es ist differenzierter heute. Dadurch, dass sich der Fokus im Leben verschiebt und man viele andere Sachen zu tun hat, kann man sich nicht mehr jedes Wochenende frei räumen um hunderte Kilometer irgendwohin zu fahren. Das ist ja nicht realistisch. Das ändert aber nichts daran, dass mir dieser Verein sehr wichtig ist und dass ich so oft wie möglich versuche zu Spielen zu gehen. Mit meiner Sicht von früher wäre ich heute ein ziemlicher Raben-Fan, weil ich nur noch punktuell ins Stadion gehe.

Ich gehe inzwischen auch früher, wenn mich etwas ärgert. Früher habe ich immer über die Leute geschimpft, die vor dem Abpfiff nach Hause gegangen sind. Ich mache es heute aber auch, wenn mich etwas ärgert – und ich habe mich oft über den FC geärgert – dann gehe ich zehn Minuten früher. Ich tue mir das nicht mehr an. Es hat sich so eine differenzierte Sicht entwickelt. Wenn du ein sehr intensives Verhältnis zu einem Verein hattest, bist du zugleich der größte Kritiker. Das heißt, du denkst dir auch „ich kann es mir rausnehmen Kritiker zu sein.“ Ich fahre diesem Verein so lange hinterher und da darf ich mich auch ärgern, wenn die Mannschaft mich enttäuscht.

Ich glaube, dass das bei mir in Wellen verläuft. Ich hatte eine große FC-Krise, in der ich mich distanzieren wollte und in der ich nicht einmal wusste, wo sie gerade spielen. Das ebbt gerade wieder ein bisschen ab. Das kann auch persönliche Gründe haben, zum Beispiel, dass man sich vielleicht etwas rauswinden wollte, weil man nicht möchte dass der Verein oder der Fußball einen so stark einnimmt.

Aber trotzdem: Du kommst ja nicht davon los und ich merke das immer wieder. Wenn man dann mal wieder ein positives Erlebnis im Stadion hat, nimmt dir das ja keiner weg.

Und wenn du nach meiner Fußballleidenschaft generell fragst: Ja, ich schaue gerne Spiele. Auch wenn ein anderer Verein spielt, schaue ich das gerne und finde es spannend. Ich denke das hat halt so etwas Geselliges. Ich gucke gerne mit Leuten, die Ahnung haben, mit denen ich mich wohl fühle und von denen ich weiß, dass ich dieses Erlebnis mit ihnen teilen kann, ohne dass sich einer produzieren oder blöde Kommentare bringen muss. Ich weiß, die Leute nehmen mich ernst und ich kann sie ernst nehmen. Dann ist es ein gemeinsames Fußballerlebnis – egal ob du es auf der Leinwand in der Kneipe schaust oder im Stadion – total toll.

Und ich finde es auch schön, dass man als Frau in so einem Kreis akzeptiert wird. Es wird gar nicht in Frage gestellt, ob Du Ahnung hast oder nicht. Da diskutiert keiner drüber. Das ist auch eine Erfahrung, die ich in der Fanszene gemacht habe. Da kam aus den eigenen Reihen, von den Leuten die sehr stark involviert, sind nie ein blöder Spruch.

Die blöden Sprüche kommen immer nur von den Leuten, die auf Partys rum stehen und verkünden; „Ich bin Bayern-Fan“. Und wenn Du dann einmal nachfragst oder sagst „Ach in dem und dem Stadion war ich auch schon mal, blöde Stehränge“, dann knicken die total ein, weil sie merken, dass diese ganze Fassade und das ganze Fantum, das sie nach außen propagieren eigentlich gar nicht existiert. Und das macht manchen natürlich Angst, wenn du (als Frau) sie entlarvst. Aber das passiert eben nur mit den Männern, die so oberflächlich dabei sind, aber in ihrem Kreis vielleicht auch total damit angeben können. Wenn dann jemand sagt „Ich bin Bayern-Fan“ frage ich dann auch schon mal „Ja wann warst du denn zuletzt bei den Bayern?“... „Ja eigentlich noch nie“. Dann habe ich dann auch keinen Respekt mehr – tut mir Leid. Dann kann ich denjenigen nicht ernst

nehmen. Aber vielleicht ist Dir das auch schon so gegangen, als du auf Partys warst. Ich war früher, wenn ich auf eine Party kam, immer die, die Fußball mag oder die, die das Buch geschrieben hat. „Ach du bist der FC-Fan?“ Das hat mich aber auch nie gestört.

fussballfreundinnen.de: *Wie war es eigentlich mit den Reaktionen der Leser auf „Kurvengänge“. Gab es eine, über die Du Dich besonders gefreut hast und vielleicht auch eine, die Dich besonders geärgert hat?*

Schulz: Ich hatte eine Zuschrift, die mir sehr imponiert und mich sehr überrascht hat. Da haben mir junge Männer geschrieben, so um die zwanzig, die das Buch gelesen hatten und die es auch gut fanden. Das Buch wurde auch in Blogs erwähnt von Männern, die das Buch gelesen haben und die das honoriert haben. Aber das waren auch wirklich Leute, die sehr in ihrer Fanszene drin waren und sagten: „Es ist gut, dass du das geschrieben hast“. Da hatte ich einige Zuschriften... ich glaube, es waren Schalke-Fans – tatsächlich! Das hat mich sehr gefreut damals.

Was mich nicht gefreut hat? Ich kann mit Kritik leben. Ich hatte einen ganz blöden Verriss im *Spiegel*: „Laue Lust an knackigen Hintern“ oder so. Wenn man so etwas im *Spiegel* liest, denkst du, dass dein Leben zu Ende ist. (lacht). War aber natürlich nicht so. Viele haben mir gesagt: „Sei doch froh, dass sie überhaupt darüber schreiben. Sie haben es zumindest wahrgenommen und würden nicht darüber schreiben, wenn es nichtig wäre.“ Man merkte aber auch, dass die Frau die den Artikel geschrieben hat, das Buch wahrscheinlich lieber selber geschrieben hätte. Ja, es war auch eine Frau, die das Buch kritisiert hat. Der Artikel hat mich schon geärgert, aber ich war relativ schnell darüber hinweg.

Und geärgert hat mich eigentlich auch immer, wenn ich Interviews oder Reaktionen hatte, bei denen man merkte, dass sie das Buch gar nicht gelesen und sich auch nicht damit beschäftigt haben. Dann kamen gerne mal so Fragen wie: „Ja wie ist es denn – kannst du denn eigentlich Abseits erklären?“ Das waren meistens lustige Morning-Show-Radiomoderatoren von Lokalradios. Das hat mich immer wahnsinnig geärgert.

Ich fand es in diesem Zusammenhang auch sehr interessant einmal die journalistische Perspektive zu wechseln. Auf einmal war ich diejenige, die befragt wurde. Und mir ist dabei aufgefallen, wie wichtig es ist, dass du deinen Gesprächspartner ernst nimmst und auch weißt, womit du dich beschäftigst. Und dabei gab es eben gute und schlechte Erfahrungen. Wie gesagt: Die schlechten waren beim Lokalradio und die beste war glaube ich beim Deutschlandfunk. Da merkte man echt, dass der Interviewer wirklich tief im Thema drin ist und sich damit beschäftigt hat.

12.2.6. Interview mit Esther Sedlaczek, Sportmoderatorin bei

SKY

fußballfreundinnen.de: *Frau Sedlaczek, wann haben Sie Ihre Leidenschaft für den Fußball entdeckt?*

Esther Sedlaczek: Gute Frage. Ich war schon mit zwölf Jahren das erste Mal im Stadion – einfach, weil es mich interessiert hat. Da mein Vater nicht fußballbegeistert Vater war, habe ich meine Mutter irgendwann genötigt, mit mir zu einem Spiel zu gehen. Das hat mich damals schon begeistert. Aber als 12-Jährige bist du natürlich noch nicht in der Position, von sich aus irgendwie eine Dauerkarte organisieren und jede Woche zum Spiel gehen zu können. Aber ab und zu bin ich mal hingegangen.

Fußball war, oder besser ist, für mich einfach ein Sport, der dich automatisch mitreißt. Das hat mich damals schon begeistert. Diese ganzen Emotionen - und mit wie viel Leidenschaft die Zuschauer dabei sind und wie spannend das Ganze einfach ist – das hat mich damals mitgerissen. Und wenn man so will, hat es mich dann im Alter von zwölf Jahren einfach gepackt. So habe ich meine Leidenschaft für den Fußball entdeckt.

fußballfreundinnen.de: *Heute müssen Sie ja sehr oft an den Spieltagen arbeiten. Hat man denn, wenn man einmal nicht arbeiten muss, trotzdem noch Lust ins Stadion zu gehen?*

Sedlaczek: Also ich bin richtig glücklich darüber, wenn ich mal frei habe. Dann kann ich ins Stadion gehen und das Spiel wirklich als Zuschauer miterleben. Wenn du dir das Ganze wegen deines Jobs anguckst, macht es zwar auch Spaß, aber dann schaust du das Spiel ganz anders an – viel genauer. Auf den Presseplätzen, wo wir sitzen, haben wir auch gleich drei Bildschirme, auf denen wir Szenen immer wieder aufarbeiten können. Da bist du ganz anders dabei - viel professioneller. Als einfacher Zuschauer im Stadion zu sitzen und das alles einfach mal auf sich wirken zu lassen – das ist einfach etwas ganz anderes.

Ich hab mich letztens auch mit meinem Kollegen Torben Hoffmann⁸⁹ unterhalten. Der ist ehemaliger Fußballprofi und er sagte auch, als er das erste Mal einfach nur mit einem Bier und einer Brezel im Publikum saß und sich ein Spiel angeschaut hat, das war unglaublich. Zugegeben, bei einem Fußballer ist das noch mal was anderes, aber mir geht es ähnlich. Wenn ich mal dazu komme - und das ist nicht oft der Fall - mir ein Spiel im Stadion anzuschauen, dann genieße ich das total.

fußballfreundinnen.de: *Und bei welchem Verein sitzen Sie am liebsten mit Bier und Brezel im Stadion?*

Sedlaczek: Hertha BSC. Ich bin im Westen von Berlin groß geworden und da liegt das Olympiastadion ja quasi vor der Haustür. Ich bin damals auch ins Stadion gegangen als sie noch zweite Liga gespielt haben – das waren jetzt nicht die großen Zeiten, aber die hat man mit Union Berlin auch nie erlebt. Mit Hertha klappte das wenigstens ansatzweise. Außerdem zieht es dich natürlich auch als kleines Kind, das alles alleine für sich entdecken möchte, eher in ein großes Stadion als in ein kleineres, familiäreres, wie das an der alten Försterei. Und, wie gesagt – dann war da auch noch die Nähe und da war klar, dass es Hertha wird.

fußballfreundinnen.de: *Als weiblicher Fußballfan ist man im Block ja häufig von vielen Männern umgeben – schon mal Vorurteile wie „Ach ihr Frauen interessiert euch ja nur für die süßen Spieler“ gehört?*

Sedlaczek: Ich bin selten mit solchen dämlichen Aussagen konfrontiert worden. Aber natürlich habe so etwas auch schon mal gehört. Nach dem Motto: „Ach Frauen verstehen da einfach nichts von“ und so. Ganz ehrlich: Das geht bei mir zum einen Ohr rein und zum anderen raus. Fans, die so etwas sagen, sollten einfach mal die Augen aufmachen, wenn sie ins Stadion gehen. Ich bin oft genug selber im Stadion und ich sehe dort verdammt viele Frauen. Und ob die nun nur einen Fußballer schön finden oder nicht: Die Mädels stehen ja nicht alle nur schmachmend da, sondern sind ja auch richtig mit dabei – teilweise sogar mehr als die Männer. Solche Aussagen sind einfach nicht mehr zeitgemäß.

Natürlich ist immer noch ein Großteil der Fußballinteressierten männlich, aber auch wenn ich mich in meinem Freundeskreis umschaue, dann sind bei den großen Spielen auch viele Frauen dabei. Und damit meine ich nicht nur die EM oder WM, sondern zum Beispiel auch ein Pokalviertelfinale. Da sitzen dann alle gemeinsam vorm Fernseher, sind einfach dabei und finden das alles spannend. Also – ich finde solche Sprüche sind einfach nur Macho-Gehabe. Was soll man dazu noch sagen.

fußballfreundinnen.de: *Der Sportjournalismus ist nach wie vor eine Männerdomäne. Hatten Sie als junge Sportreporterin schon Momente, in denen sie als Frau angeekelt sind?*

⁸⁹ Torben Hoffmann spielte zuletzt (2010-2011) für die SpVgg Unterhaching.

Sedlaczek: Eigentlich noch nicht. Ich muss aber auch ehrlich sagen, dass ich in meinem Team von Anfang an eine unglaublich gute Unterstützung erfahren habe. Das lag natürlich auch daran, dass ich mit SKY meine erste Station im Fernsehen habe.

Ich muss ganz ehrlich sagen, ich kriege solche Kritik nicht mit, ich will so was auch gar nicht mitbekommen. Ich gehe meinen Weg und auf diesem Weg sind Fehler erlaubt - auch wenn man eine Frau ist.

Ich sage immer: Jeder Mann, der noch so fußballbegeistert ist und in diesem Job anfängt, macht auch seine Fehler. Damit anzuecken, beziehungsweise Kritik zu ernten, das kommt automatisch am Anfang. Da gucken die Zuschauer immer sehr kritisch drauf, denn da ist es noch am wahrscheinlichsten, dass du dich hier und da auch mal versprichst. Das ist mir auch schon passiert. Aber da musst du einfach versuchen wegzuhören und das ist mir bisher ganz gut gelungen.

Ich wurde natürlich auch schon kritisiert, aber ich höre nur dann hin, wenn es wirklich konstruktive Kritik ist. Wenn die Leute aber einfach nur sagen „Die ist schlecht“, oder die Kritik unsachlich ist, dann interessiert mich das nicht, denn wie gesagt: Damit kann ich nichts anfangen.

Also jeder, der mir irgendwie meine Fehler aufzählt, dem kann ich nur entgegenen: Ich möchte Dich sehen, wie du als gemachter Profi in deine erste Station gehst. Ich glaube, das funktioniert nicht. Jeder der am Anfang eines Berufs steht macht eben seine Fehler. So kann ich dem Ganzen nur entgegenen. Da muss man wirklich drüber stehen. Das ist schwierig, aber das schafft man auch.

fußballfreundinnen.de: *Ist es denn Ihrer Meinung nach schwieriger, sich als Frau gegen die männliche Konkurrenz im Sportjournalismus durchzusetzen?*

Sedlaczek: Ich kann natürlich nur von mir sprechen, aber für mich war es nicht schwierig. Ich denke, wenn dir ein Interviewpartner gegenüber steht und merkt, dass du gut vorbereitet bist, dich mit der Sache auskennst, und – ganz wichtig – dich für den Sport begeisterst, dann wirst du automatisch akzeptiert.

Und ich kann von mir behaupten, dass ich mich begeistere für das was ich mache, dass ich mich immer sehr gut vorbereite und dass ich mich eben auch mit der Materie auskenne.

Ich hatte noch nie eine Situation, in der ich das Gefühl hatte, dass mich ein Trainer oder ein Spieler nicht ernst nimmt. Und wie gesagt: Ich denke, dass jeder der diesen Beruf angeht ihn machen sollte, weil ihn der Sport interessiert. Und wenn es dich interessiert, dann – wie gesagt noch mal betont – merkt das dein Gegenüber. Ich denke das ist einfach das Wichtigste.

fußballfreundinnen.de: *Das klingt ja sehr nach Gleichstellung. Trotzdem: Glauben Sie das Frauen bei provokanten Fragen an Trainer oder Spieler manchmal „milder“ behandelt werden?*

Sedlaczek: Das kann man natürlich nicht sagen, weil du ja nicht weißt, wie derjenige in diesem Moment auf einen männlichen Reporter reagiert hätte. Aber ich kann sagen, dass ich durchaus schon angefahren wurde. Das ist halt so. Es ist ein emotionales Spiel. Da bist du als Trainer oder Spieler nicht die ganze Zeit sachlich oder so professionell, dass es dir gelingt das alles objektiv zu betrachten und deinem Gegenüber zu erklären, was falsch gelaufen ist. Dich ärgern Fehler oder beispielsweise falsche Schiedsrichterentscheidungen, vielleicht auch einfach die Leistung deiner Mannschaft – und dann ist da dein Gegenüber, der dir in dem Moment vielleicht einfach die (deiner Meinung nach) falsche Frage stellt – vielleicht ein bisschen zu provokativ. Und dann kriegst du als Reporter halt einen mit. Das ging mir auch schon so. Aber das gehört zum Job dazu und ist auch ganz normal. Ich finde das auch okay.

Du musst in dem Moment auch für dich abwägen können, inwiefern er der das jetzt persönlich meint und inwiefern nicht – und eigentlich meinen die das nie persönlich. Du brauchst schon ein dickes Fell in dem Geschäft. Auf jeden Fall.

fußballfreundinnen.de: *Die Frage fand ich deshalb spannend, weil ich mal von einem Spieler oder Trainer gelesen habe, ich weiß leider nicht mehr wer es gesagt hat, dass Manche zu Frauen netter und höflicher sind und sich nicht trauen richtig harsch zu sein...*

Sedlaczek: Also meiner Meinung nach wurde das doch im Bezug auf Tuchel und Klopp gesagt, als Bibiana Steinhaus als vierte Offizielle zwischen den beiden stand und sich beide ganz ruhig verhalten haben. Das ist ja wiederum ja noch mal etwas anderes, ich meine, jemanden während eines Spiels zu erleben. Aber auch da muss ich ganz ehrlich sagen: Klar, ich denke in so einem Moment haben Männer schon Respekt davor, wenn da eine Frau steht. Das denke ich automatisch. Bei einem Interview danach konfrontierst Du sie ja mit Fragen und ich glaube da ist es dann fast ein Stück weit egal wer vor Dir steht. Aber es kommt natürlich auch immer auf die Menschen an. Ich kann nur von mir behaupten, auch schon ordentlich was mitbekommen zu haben.

fußballfreundinnen.de: *Das geht wohl jedem Sportreporter so – gerade nach strittigen Situationen im Spiel – Sie sagen es ja auch: Schiedsrichterfehllentscheidungen sind ja auch gerne immer das worüber man sich aufregt.*

Aber jetzt machen wir noch einmal eine Rolle rückwärts. Wir hatten es vorhin schon ganz kurz angesprochen, dass neuerdings immer mehr Frauen in der Sportberichterstattung zu Wort kommen – woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Sedlaczek: Das ist eine gute Frage. Also in erster Linie hat es natürlich damit zu tun, dass es natürlich viele Frauen gibt, die sich dafür interessieren. Wobei ich glaube, dass wir jetzt nicht da stehen, um mehr Frauen an den Fernseher zu ziehen – also da müsste man mal den Sportchef fragen. Ganz ehrlich: Ich nehme das gerne mit und ich freue mich darüber, dass es diese Entwicklung gibt. Woran es liegt? Keine Ahnung. Mich würde mal eine Umfrage im Bereich der Männer interessieren, ob sie Frauen einfach mittlerweile ein Stück weit lieber sehen. Ich kann es nicht sagen, keine Ahnung. Da müsste man mal jemanden Fragen, der diese Entscheidungen getroffen hat.

fußballfreundinnen.de: *Sie sprechen die Zuschauer gerade an. Wie läuft das bei Ihnen in der Redaktion: Gibt es da auch Feedback auf Ihre Arbeit, z.B. wenn Sie „Mein Stadion“ moderieren oder auch wenn sie als Field-Reporterin arbeiten? Wie ist da so die generelle Kritik, die da so von den Zuschauern kommt?*

Sedlaczek: Sehr positiv. Sehr, sehr positiv. Also es gibt zwischendrin auch immer ein paar negative Mails, aber das findet bei mir dann meistens über diese sozialen Plattformen wie Facebook statt. Ich bekomme auch ab und zu mal Fanpost (schmunzelt), worüber ich mich dann natürlich immer sehr freue. Da heißt es dann meistens: „Gute Fragen, guter Job.“ Ich muss sagen, dass ich da bisher wirklich gute Erfahrungen gemacht habe und keine „Hass-Mails“ oder so kamen – überhaupt nicht.

fußballfreundinnen.de: *Aber so viel positives Feedback bekommt man wohl auch nur, wenn man es gut macht. Insofern, können Sie sich da wohl auf die Schulter klopfen.*

Sedlaczek: (lacht) Ja. Mir ist das auch immer wichtig, denn man wird natürlich gerne nur auf sein Optisches beschränkt. Das ist so eine Sache, da musste ich mich auch schon mal bei Markus Lanz mit Michael Schulz⁹⁰ beschäftigen, der die These in den Raum gestellt hat, dass wir ja alle nur da stehen würden, weil wir gut aussehen. Und das Gefühl habe ich bei den Feedbacks eben nicht. Da geht es nicht nur darum: „Boah – sahst du heute super aus.“ Es ist halt auch schade, wenn man so etwas hört – so blöd es klingt – aber wenn du so einen Job machst, deine Sache gerne machst und sie professionell machst, dann möchtest du natürlich vor allem dafür anerkannt werden. Und ich kann dann mit Aussagen von Leuten nichts anfangen, die sagen: „Ja ihr steht doch da alle nur, weil

⁹⁰ Michael Schulz ist ehemaliger Profifußballer und Nationalspieler. Er spielte zuletzt (bis 1997) bei Werder Bremen.

ihr gut ausseht.“ Ich denke dann immer: Ja ähh – ganz kurz mal – wir stehen da nicht und lächeln in die Kamera und das ist dann auch schon unser Job gewesen. Und deswegen... (seufzt) das ist immer so ein Bisschen schwierig.

fußballfreundinnen.de: *Ja man hört solche Kritik ja oft: Die stehen da ja nur weil sie hübsch aussehen und haben ja eigentlich keine Ahnung: Carmen Thomas, Schalke 05 und so weiter... Das ist vor ewiger Zeit passiert und wird bei Frauen immer wieder aus der Mottenkiste geholt. Dabei gibt es ja auch bei männlichen Reportern Momente, in denen sie dumme Fragen stellen.*

Sedlaczek: Ja und die hat auch jeder. Jeder hat das schon mal mitgemacht, dass er einen Tag oder auch eine Situationen erwischt hat, wo man einfach so bekloppte Fragen gestellt hat und man sich im Nachhinein denkt: „Sag mal, warum hast du denn die Frage nicht gestellt? Die wäre doch viel wichtiger gewesen.“ Es sind halt immer Momentaufnahmen und da klappt nicht immer alles perfekt. Wir sind ja auch keine Maschinen. Und ja, diese Momente haben sowohl Männer als auch Frauen. Aber das ist eben immer sofort bei Männern der Moment in dem man sagt: Ach die weiß ja gar nichts. Und das ist halt zu einfach.

12.2.7. Interview mit Dr. Almut Sülzle, Ethnologin am Institut für Kulturwissenschaften an der Universität Marburg

fußballfreundinnen.de: *Wie kam es historisch dazu, dass sich Fußball als „Männersport“ etablierte?*

Dr. Almut Sülzle: Das ist die Frage, bei der ich sie am ehesten auf die Literatur verweisen würde, weil das auch gar nicht mein Fachgebiet ist – also dieser historische Rückblick.

fußballfreundinnen.de: *Kein Problem, dann machen wir direkt weiter mit der zweiten Frage: Im Stadion finden ja viele Geschlechterstereotypen statt. Welches sind die häufigsten und wie äußern sie sich?*

Sülzle: Es ist total interessant, dass es im Stadion so ist, dass Stereotypen von Männlichkeit total breit und vielfältig sind. Da gibt es alles Mögliche. Und Stereotypen von Weiblichkeit sind wirklich sehr, sehr eng gefasst und sehr klischeehaft. Das bezieht sich auf „zickig“ und „rosa“ und „irgendwie glitzern“ und nur dem heterosexuellen Klischee entsprechend. Frauen sind auf Männer ausgerichtet oder irgendwie auf Männerfang. Das ist in Punkto Weiblichkeit eigentlich schon alles... na ja vielleicht noch kreischen. Aber sehr viel mehr gibt es da nicht. Und im Gegensatz dazu ist es – wenn man sich anschaut, was da im Stadion alles als „männlich“ gilt – ein sehr, sehr breit gefächertes Angebot, was da zur Verfügung steht. Das geht von aggressiv sein, gewalttätig sein, bis hin zu Sachen wie Fürsorge, fürsorglich sein. Der Zusammenhalt unter den jungen Männern schließt auf jeden Fall auch so eine Fürsorge mit ein. Zum Beispiel: Einer hat seinen Job verloren, alle kümmern sich drum oder einer ist besoffen und alle kümmern sich drum, wie er nach Hause kommt. Das gehört zu so einem Kameradschaftsbild, glaube ich, auch dazu. Und dann ist interessanterweise auch Emotion, also wirklich wahre echte Emotionen zu haben, etwas Männliches auf dem Fußballplatz. Also selbst Emotionen werden da nicht den Frauen zugestanden, sondern den Männern.

fußballfreundinnen.de: *Das ist interessant, denn im alltäglichen Leben heißt es ja oft noch „Ein echter Mann weint nicht“, aber wenn sein Verein absteigt, dann darf er es auf einmal.*

Sülzle: Genau. Und eine Frau die weint, ist was?

fussballfreundinnen.de: Ja... hmmm... eine Frau halt...

Sülzle: Ja, eben! Aber die weint nicht wirklich wegen des Fußballs, sondern ihr wird irgendwie etwas Anbiederndes unterstellt.

fussballfreundinnen.de: *Kann man denn heute noch behaupten, das Stadion sei eine „männliche Bastion“ oder bröckelt dieses Bild langsam?*

Sülzle: Also es ist eine und ich glaube es bleibt auch eine. Ich sehe nicht, dass das wirklich bröckeln würde, denn diese männliche Konnotation oder diese männliche Bastion, die das Fußballstadion ausmacht, hat relativ wenig mit Statistik zu tun. Der Anteil der Frauen die dort sind, hat keinen allzu großen Einfluss. Es ist eher eine kulturelle Grammatik, die dort wirkt und funktioniert und die von allen auch getragen wird – sowohl von den Männern als auch von den Frauen, die dort hingehen. Und eben dieses „zum Fußball gehe ich lieber mit meinen Jungs“, das ist etwas, was alle die im Fußball sind akzeptieren. Und die Frauen, die im Fußball sind sagen: Na ja Fußball ist eigentlich ein Ort, an dem Männer irgendwie männlicher sind, als sonst irgendwo.

fussballfreundinnen.de: *Trotzdem nimmt der Frauenanteil im Stadion ja stetig zu. Woran meinen sie könnte das liegen?*

Sülzle: Also erst mal würde ich sagen: Es ist nicht so, dass immer mehr Frauen sich für Fußball interessieren. Es wird immer so eine Geschichte aufgebaut von „Früher waren überhaupt keine Frauen im Fußball und jetzt sind es 30 Prozent und bald sind es 50 Prozent.“ Ich glaube das muss man auf jeden Fall differenzierter sehen. Diese Linearität, die dort unterlegt wird... ich würde sagen, die stimmt nicht. Schon alleine weil der Ausgangspunkt „Früher, und zwar vor kurzem früher, war der Fußball noch rein männlich“ überhaupt nicht stimmt.

Wenn man sich Fotos anschaut, ab dem Zeitpunkt als Fußball wirklich Massenspektakel wurde, es überhaupt Zuschauertribünen gibt, Fußball für Zuschauer und vor Zuschauern gespielt wird, man Eintritt nimmt und so weiter – ab diesem Moment gibt es auch Fotos. Und diese Fotografien zeigen relativ viele Frauen – nur hat die niemand wahrgenommen oder gesehen. Aber wenn man sich die Fotos einmal anguckt (das sieht man an den Hüten) kann man das auszählen und kann feststellen: Es ist nicht so, dass da keine Frauen waren. Und wir vermuten – wer sich da noch ein bisschen näher mit beschäftigt ist Nicole Selmer, die hat sich noch ein Bisschen mehr mit diesen historischen Sachen beschäftigt – dass es eigentlich schon damals einen Frauenanteil von ungefähr 20 Prozent gab. Erst in den Zeiten, in denen Hooligans (als das ein ganz wichtiges, dominantes Thema in den Stadien war) sind es weniger geworden, aber auch nicht „gar keine mehr“. Da ging es zurück auf vielleicht ungefähr 15 Prozent.

Also ich behaupte, um das mal kurz zusammen zu fassen, dass diese These „Es sind immer mehr Frauen im Stadion“ eigentlich dazu dient zu belegen, dass früher keine da waren. Das ist so eine nachträgliche Vermännlichung, die in dieser These drin steckt.

fussballfreundinnen.de: *Interessanter Gedanke, den habe ich so auch noch nicht gehört oder gelesen...*

Sülzle: Ja und es ist so, dass es die Rede davon, dass das Stadion jetzt weiblich wird und dass jetzt immer mehr Frauen ins Stadion kommen, seit mindestens zehn wenn nicht seit 20 Jahren gibt. Die kommt zu jedem Fußballgroßereignis. Also jede Weltmeisterschaft, jede Europameisterschaft bedeutet, dass darüber geschrieben wird: „Jetzt kommen die Frauen ins Stadion.“ Und sobald das Großereignis vorbei ist, ist das nicht mehr Thema und nach zwei Jahren haben es alle vergessen und dann kann man es wieder schreiben.

fussballfreundinnen.de: *Passend dazu wird ja dann auch gerne mal kritisiert Frauen seien Event-Fans, die sich eigentlich nicht für den Sport interessieren. Die gibt es bestimmt – aber sicherlich auch unter den Männern. Das habe ich allerdings noch nie in der Presse gelesen...*

Sülzle: Genau. Diese Menschen, die jetzt zu diesen Großevents hingehen, sind ja bei Männern auch genauso eigentlich nicht die Liga-Alltags-Fans. Die Männer oder die Fans, mit denen ich gesprochen habe (ob männlich oder weiblich) die jedes Wochenende im Stadion sind, für die spielt eine Weltmeisterschaft keine große Rolle, weil sie sagen: „Ich unterstütze meinen Verein und wie Deutschland spielt, ist mir ziemlich egal.“ Und das ganze Brimborium drum herum, also was da an Merchandising passiert und was über Fernsehgelder passiert, das ist eher nicht Fußball.

fussballfreundinnen.de: *Das ist ja ein überraschendes Ergebnis.*

Sülzle: Ja, es hat mich auch total gefreut, ihre Frage zu lesen, weil es ganz selten gesehen wird, dass bei diesen Großereignissen die Männer, die da dabei sind, manchmal genauso nicht Fans sind. Aber denen wird immer unterstellt, dass sie echte Fans wären – aus welchem Grund auch immer.

fussballfreundinnen.de: *Weil es eben immer noch ein männlich dominierter Sport ist wahrscheinlich. Aber genau deshalb habe ich das gefragt.*

Sülzle: Man könnte da ehrlich gesagt Verschwörungsphantasien bekommen, weil quasi alles, was die Presse macht und behauptet und immer wieder in den Raum stellt, letztendlich nur dazu dient zu beweisen, dass Fußball schon immer männlich war oder dass Männer echte Fußballfans sind oder was auch immer. Diese Verknüpfung von Fußball und Männlichkeit ist in jeder dieser Erzählungen, die da immer wieder in der Presselandschaft auftauchen, eigentlich schon angelegt und wird immer wieder neu bestätigt.

fussballfreundinnen.de: *Na dann müssen wir Journalisten mal versuchen, das demnächst besser zu recherchieren. Aber zurück ins Stadion: Glauben Sie, dass ein höherer Frauenanteil die Atmosphäre dort verändert?*

Sülzle: Also ich glaube, wenn der Frauenanteil über 50 Prozent gehen würde, dann wäre es eine andere Atmosphäre – das glaube ich schon. Aber ich sehe überhaupt nicht, dass irgendwas in diese Richtung funktioniert. Sie hatten ja auch eine andere Frage dazu, dass die Vereine versuchen Frauen zu werben... Das funktioniert so nicht, wie die Vereine es machen, weil sie versuchen Frauen dadurch zu werben, dass man ihnen Prosecco bietet oder dass man rosa Schals oder rosa Trikots oder sonst irgendwas macht. Und meiner Meinung nach ist das auch so ein Versuch der Vereine, einerseits ihrer Pflicht wirtschaftlich zu sein nachzukommen und zu sagen: „Ja dann müssen wir halt so viel wie möglich Publikum werben, selbst wenn es Frauen sind“ und auf der anderen Seite wollen sie Frauen als Fans einfach nicht akzeptieren. Also zum Beispiel, dass eine Frau ein Trikot in den Vereinsfarben trägt – und etwas anderes kann ein Fan nicht. Man kann nicht einfach sagen: Frauen sind rosa und deswegen tragen sie keine Vereinsfarben. Dann ist das ja kein Fan-Sein mehr. Aber der Verein versucht quasi für die Frauen eine Sonderecke zu schaffen, sodass sie einerseits schon sagen können „Ja wir kümmern uns um Frauen“ und andererseits sagen können „aber unsere Fans sind echte Männer“.

fussballfreundinnen.de: *Der Marketingchef eines Bundesligavereins hat mir mal erzählt das diese Damen-Kollektionen erstaunlich gut verkauft werden...*

Sülzle: Aber was heißt auch „erstaunlich gut“? Also wie viel davon verkaufen sie denn? Ich habe das eine Weile beobachtet und habe alle Fanartikel-Kataloge bestellt von allen

Bundesliga-Vereinen. Und es sind nur noch zwei, drei, die das überhaupt noch im Angebot haben. Alle anderen haben es wieder raus genommen.

fussballfreundinnen.de: *Nun noch einmal zum Verhalten im Stadion: Frauen passen sich ja dem männlichen Habitus (grölen, laut sein, fluchen) gerne mal an. Warum meinen Sie ist das so?*

Sülzle: Also ich würde erst gerne mal hören, was Sie dazu denken...

fussballfreundinnen.de: *Also wenn ich mich im Stadion mal richtig über eine Schiedsrichterentscheidung aufrege, dann schreie ich auch schon mal rum. Ich werfe zwar nicht mit Bierbechern – aber ich bin doch viel lauter, als ich es mir im „normalen Leben“ erlauben würde.*

Sülzle: Genau so ist meine Erfahrung auch. Alle Frauen mit denen ich gesprochen habe, sagen etwas Ähnliches. Es nicht also nicht eine Anpassung an das Männliche, sondern eine Freude daran laut zu sein. Es ist eine Freude daran Fan zu sein. Es ist eine Freude daran all das mitzumachen, was Fankultur ist. Und diese Fankultur ist männlich und es sind Dinge, die in der Gesamtgesellschaft männlich konnotiert sind – zum Beispiel das Aggressive und Laute – aber es sind zum Teil auch Dinge, die in der Gesamtgesellschaft gar nicht so sehr männlich sind, aber die in der Fankultur einfach als männlich angesehen werden. Es wird oft unterstellt, dass es eine Anpassung an Männer ist und das würde ich nicht so sehen oder ich würde sagen, dass die weiblichen Fans das nicht so sehen. Sondern: Sie haben eine Freude an dem, was Fankultur ist und die machen sie mit. Und dass die männlich ist, ist ihnen bewusst aber vielleicht ist das auch gar nicht schlimm. Und vielleicht ist es auch gar nicht schlimm, mal wie ein Mann zu brüllen. Es gibt ja auch interessante Erfahrungen, die man da machen kann.

fussballfreundinnen.de: *Und ich bin als Nicht-Soziologe auch direkt davon ausgegangen, dass sich Frauen hier an das männliche anpassen...*

Sülzle: Ich habe, wenn ich mit Fans unterwegs war, auch solche Erfahrungen gemacht und zum Beispiel gemerkt: Okay, wenn wir in einer Gruppe unterwegs sind und die Gruppe ist laut und es sind Fußballfans, dann bewegt man sich ganz anders im öffentlichen Raum – weil nämlich alle plötzlich aus dem Weg gehen. Das ist eine Erfahrung, die ich als Frau sonst eigentlich nie mache, dass wenn ich irgendwo komme und laufe, dass alle zur Seite gehen.

fussballfreundinnen.de: *Letzte Frage: Frauen wird ja gerne auch die Fußballfachkompetenz abgesprochen. Wenn eine Frau beim Tipp-Spiel zum Beispiel die Männer abhängt, dann hat sie nur „gut geraten“. Warum denken sie ist das so?*

Sülzle: (schmunzelt) bei uns im Archiv hat auch eine Frau im Tipp-Spiel gewonnen und hier im benachbarten Büro hat ebenfalls eine Frau im Tipp-Spiel gewonnen. Und jedes Mal kann das nur Zufall gewesen sein. Es gibt ja auch so ein ganzes Expertenwissen an Zufallsstatistiken, das dann ausgegraben wird. Ich weiß nicht wo die Leute das her haben. Auch wenn sie nicht Statistik studiert haben, sagen sie dann „Ja... es ist ja ohnehin so, dass man wenn man blind tippt, eigentlich mehr Treffer hat als wenn man irgendwie überlegt tippt.“ Das heißt, wer gewinnt, hat blind getippt... wenn es eine Frau war natürlich.

12.2.8. Interview mit Ulrike von der Groeben, Sportjournalistin und Moderatorin bei RTL aktuell

fussballfreundinnen.de: Die allererste Frage, wenn es um Frauen im Männerfußball geht ist natürlich, wie Du Deine Leidenschaft für Fußball entdeckt hast.

Ulrike von der Groeben: Also die Leidenschaft für den Fußball, die wurde mir sozusagen in die Wiege gelegt. Denn man muss sagen: Ich bin ganz in der Nähe des Bökelberg in Mönchengladbach geboren und wer in den 60er/70er Jahren in Mönchengladbach lebte, der wurde Fußballfan. Der konnte gar nicht anders als den Fohlen zuzujubeln. Hinzu kam: Ich wohnte wirklich einen Steinwurf weit vom Bökelberg entfernt und wir kriegten die ganze Atmosphäre immer mit. Die ganze Familie war infiziert. Wir waren zu sechst und alle Sechs waren Fans. So ging alles los.

fussballfreundinnen.de: Ich gehe mal davon aus, dass mit Deinem Lieblingsverein auch das intensivste und/ oder spannendste Fußballerlebnis für dich zusammenhängt, oder?

von der Groeben: Das kann ich übrigens jetzt gar nicht unterschreiben. Mein intensivstes Fußballerlebnis, was ich vor Ort miterlebt habe, war glaube ich die „Last-Second/Minute-Niederlage des FC Bayern München damals im Champions League-Finale gegen Manchester United in Barcelona – da war ich vor Ort. Davon bin ich heute noch traumatisiert. Also ich muss ganz ehrlich sagen: Das läuft mir nach. Das werde ich auch nie vergessen, das weiß ich. Also viel dramatischere Momente im Fußball gibt es ja auch nicht. Schön, dass Dortmund jetzt vor kurzem in der umgekehrten Reihenfolge daran partizipieren konnte.

Bei Borussia Mönchengladbach erinnere ich mich sehr genau – weil ich da nämlich auch zumindest zur zweiten Halbzeit im Stadion war – das war damals im Europapokal, als sie im Hinspiel 7:1 gegen Inter Mailand gewonnen haben. Blöderweise hatte aber irgendein Depp ein Feuerzeug geworfen, was – ich glaube Boninsegna⁹¹ an den Kopp kriegte – und der ließ sich wie tot umfallen in dem Augenblick und ich meine die Geschichte ist bekannt: Das Spiel wurde nachher mit 0:2 oder 0:3 gewertet – ich weiß nicht mehr, wir sind dann ausgeschieden. Das konnten wir im Rückspiel nicht mehr aufhalten. Das war hochdramatisch.

fussballfreundinnen.de: Über das Bayern-München Finale hast Du ja auch mal bei Markus Lanz etwas erzählt. War das nicht die Situation, bei der Du schon in den Katakomben auf dem Weg zum Interview warst?

von der Groeben: Für mich war es eigentlich im doppelten Sinn dramatisch, dieses Finale damals vom FC Bayern gegen Manchester United, weil: Es stand ja 1:0 bis zur 89./90. Minute und mein Auftrag war es, nach dem Spiel die VIP-Interviews zu machen. Und die VIPs – ich weiß das waren ein paar Formel1-Fahrer unter anderem Heinz-Harald Frentzen – die waren ungeduldig, die wollten weg und die haben gesagt: Okay, wir möchten das jetzt machen. Also wurde ich aufgefordert (über mein Ohr da), mich jetzt bitte ganz schnell zu diesem VIP-Interviewpunkt zu bewegen. Das tat ich dann auch wohl gestimmt und guter Laune. Ich hörte noch auf diesem Ohr, wo der ganze Funkverkehr ja stattfindet, wie Günther Jauch im Studio gefragt wurde: „Sach ma Günther was sollen wir denn jetzt aufmachen? Weizenbier oder Champagner?“ Und er sagte: „Alles!“ Und in der Sekunde brach Jubel aus – verhalten natürlich weil es ja für Manchester war. Wobei es war in Barcelona – ich weiß gar nicht... Es war laut genug und es war ganz klar: Es war der Ausgleich. Ich dachte natürlich: Ach du Heiliger, jetzt gibt's noch Verlängerung. Und während ich noch überlegte: Geh ich jetzt eigentlich weiter oder gehe ich wieder zurück,

⁹¹ Roberto Boninsegna spielte von 1969-1976 für Inter Mailand und beendete seine Karriere 1980 bei Hellas Verona.

fiel das nächste Tor. Und damit war Bayern ausgeschieden. Und dann kam ich an diesem Interviewpunkt an und wusste nicht, was ich fragen sollte. Und die wussten nicht, was sie antworten sollten. Also ich glaube Betroffenheit konnte man kaum besser zum Ausdruck bringen, als in diesem Augenblick.

fussballfreundinnen.de: *Das ist doch bestimmt schwierig für einen Reporter – man hat sich ja schon alles im Kopf zurecht gelegt...*

von der Groeben: (unterbricht) Ja aber die ja auch! Die waren gut gelaunt losmarschiert und dann hatten sie auf einmal ein ganz anderes Bild. Also das betraf uns ja gleichermaßen. So „ööhhh – was jetzt?“ Es war schlimm... war ganz schlimm.

fussballfreundinnen.de: *Ganz anderes Thema: Was hältst Du von der Kategorisierung „Fußball = Männersport“?*

von der Groeben: Ja, ich muss sagen: Es trifft ja schon in nicht unerheblichem Maße zu. Fußball spielen Männer, machen wir uns nichts vor. Und, wenn wir über Fußball sprechen, dann meinen wir nicht Frauenfußball, dann meinen wir Männerfußball. Wir müssen das auch nicht dazu sagen. Also wenn man klar machen möchte, dass man über Frauen im Fußball spricht, sagt man Frauenfußball. Fußball an sich ist, ohne dass wir Männer dazu sagen, immer der Fußball der von Männern gespielt wird. Und es ist eine total männerdominierte Geschichte, denn natürlich sind die Trainer auch Männer, die Funktionäre sind Männer und der überwiegende Teil des Publikums sind immer noch Männer. Das ändert sich allerdings mehr und mehr und das zeigt, dass es akzeptiert wird von Frauen, von Kindern von Familien, dass da 22 Männer hinter einem Ball herlaufen. Und das ist ein Sport, der die Massen (Handy klingelt) fasziniert. Mist.

(telefoniert und setzt danach an, die Frage noch einmal zu beantworten)

von der Groeben: Ja es stimmt ja nun, ne? Man muss ja einfach sagen, die Kategorie stimmt. Fußball: Darunter versteht jeder „Männerfußball“. Sonst würden wir Frauenfußball sagen. Das Wort Fußball alleine impliziert, dass er von Männern gespielt wird. Und ich bin auch nach wie vor der Überzeugung, dass das eine ziemlich männliche Gesellschaft ist. Das sind die Spieler, das sind die Trainer, das sind die Funktionäre drum herum – Männer, Männer, Männer, Männer – inklusive Pressesprecher. Sogar die Formel1-Fahrer haben inzwischen Frauen. Nein, das ist im Fußball anders. Die haben auch da natürlich nur Männer – auch in der Nationalmannschaft. Das ist überall so.

Was allerdings auffällig ist: Früher waren es ja überwiegend Männer, die auf den Rängen anzutreffen waren – und das ändert sich. Also wenn man sich jetzt das Stadionbild anguckt, das ist doch... immer mehr Frauen, Kinder, Familien, die zum Fußball gehen. Natürlich die Stehplätze – das sind dann schon die Hardcore-Fans und da sieht man wenige Frauen. Also wenn es um Hooligans geht oder so, dann... ich weiß nicht, ob sich dazwischen auch Frauen verstecken. Ich glaube eher nicht. Frauen haben ja auch eben nicht diese Nähe zur Gewalt, wie Männer das dann eben leider doch haben.

Es wird weiblicher auf den Rängen, aber – nein – aber grundsätzlich ist Fußball ein Männersport – ja ist nun mal so.

fussballfreundinnen.de: *Trotzdem haben die Fußballvereine Frauen inzwischen auch als Kunden entdeckt - Stichwort „rosa“ Trikots...*

von der Groeben: Geschmacksverirrungen gibt es überall. Also ich muss ganz ehrlich sagen, ich brauche beim Mann eigentlich nicht unbedingt ein rosa Trikot, wobei Tim Wiese hat glaube ich als aller erster in der Bundesliga immer mit diesem knatschrosa Trikot im Tor gestanden – tja wem's gefällt...

fussballfreundinnen.de: *Ich dachte dabei eher an die Merchandisingprodukte für Frauen.*

von der Groeben: Ach, die Mädels-Klamotten im Merchandising?

fussballfreundinnen.de: *Viele weibliche Fans haben mir erzählt, sie fühlen sich durch solche Produktlinien als Fan nicht ernst genommen. Wie siehst Du das als Fan?*

von der Groeben: Also ich glaube, dass es im Kinderbereich ankommt. Das kleine Mädchen, dass es vielleicht sogar schön findet, weil die pink immer irgendwie schön finden. Und in den jungen Jahren sind sie ja auch noch nicht so richtig mit dem Verein verwurzelt, dass sie schon die Raute im Herzen tragen, so wie ich zum Beispiel. Aber jeder halbwegs Erwachsene (und auch die Jugendlichen) will ja nicht irgendein nachgemachtes Trikot in einer anderen Farbe. Der will das Original und der hat auch genau seinen Spieler vor Augen, den er da gerne haben möchte – mit der richtigen Nummer hinten drauf. Und das bringt glaube ich, ehrlich gesagt, überhaupt nichts. Ich meine, die werden wissen, was sie tun. Ich bin im Merchandisingbereich ehrlicherweise ganz schlecht, aber ich kann mir nicht vorstellen, dass das die Lösung ist und dass man damit an die Frauen rankommt... und dass es überhaupt nötig ist.

fussballfreundinnen.de: *Interessanter Gedanke. Meinst Du denn, dass vielleicht auch die Verantwortlichen überfordert sind mit der Tatsache, dass sie nun auch Frauen als Fangruppe wahrnehmen „müssen“?*

von der Groeben: Es sind so viele. Es sind halt auf einmal sehr viel mehr Frauen als früher. Es gab immer schon Frauen: Wenn man die alten Schwarzweiß-Aufnahmen sieht – natürlich waren da Frauen im Fußball. Es geht ja jetzt eigentlich nur um die Zahl, um die Menge, die inzwischen eine ganz andere geworden ist. Aber Fußballfan ist Fußballfan und da muss ich ganz ehrlich sagen: Ob Männlein oder Weiblein – ich glaube, wer sich das Trikot seines Idols kaufen möchte, der will es in echt haben und nicht irgendwie so'n nachgemachtes speziell für Frauen.

Ich glaube ganz ehrlich, die kennen sich da noch nicht so gut aus da und versuchen, den weiblichen Fan vom männlichen Fan zu trennen. Das halte ich für einen Fehler, weil ich glaube, dass das Herz eines Fans gleich schlägt in der männlichen und in der weiblichen Brust.

fussballfreundinnen.de: *In der wissenschaftlichen Literatur zu diesem Thema wird gerne die Frage diskutiert, ob Fußballfan sein und Weiblichkeit sich überhaupt vertragen. Was würdest Du zu diesem Thema sagen?*

von der Groeben: Ach das ist alles so schwierig, weil ich ja nur *eine* Frau bin und weil ich ja nur *ein* weiblicher Fan bin und natürlich auch ganz viele andere kenne... Ich glaube, dass Weiblichkeit und Männerfußball sich überhaupt nicht ausschließen. Schauen wir uns doch mal an, wie die Spielerfrauen heutzutage aussehen. Wenn du diese Reihe von Models hast, die sind ja die Definition von Weiblichkeit, diese Frauen. Und ich kenne auch viele Frauen die sich hübsch machen, wenn sie zum Fußball gehen auf die Tribüne. Die ziehen möglicherweise dann doch ein etwas viereckiges Trikot über am Ende, aber die sind geschminkt, die machen sich schick, die wollen auch gefallen und es ist auch immer so ein kleiner Flirt: Viele junge Frauen gehen auch zum Fußball oder sitzen zu Hause vorm Fernseher, nicht nur weil die Männer gut Fußball spielen, sondern weil das fesche Kerle sind. Und mal ganz ehrlich, ich weiß nicht, wie die das hinbekommen haben, aber in den letzten zehn Jahren sind die Herren sowohl in den Vereinen in Deutschland, als auch von der Nationalmannschaft ja auch deutlich attraktiver geworden. Und wie sehen die aus, wenn die über den Platz laufen? Also das ist glaub ich schon ein Spielchen inzwischen, dass sich deutlich geändert hat. Ich finde Weiblichkeit gehört ins Stadion, darf da sein und soll da sein. Und ich meine, wir Moderatoren merken das doch auch. Wir machen uns doch auch immer hübscher. Früher war eine Fernseh-Fußballmoderatorin in erster Linie ein bisschen sportlich gekleidet. Heute... also... Holla! Guck sie dir doch mal

an – mit dem kurzen Röckchen und mit dem tiefen Dekolletee. Das hat sich auch schon geändert.

fussballfreundinnen.de: *Es kann aber doch auch schnell passieren, dass man als weiblicher Fan nicht mehr ernst genommen wird, wenn man sagt: „Ach der Spieler ist aber auch ganz süß“, oder?*

von der Groeben: Ha! Da gibt's ein super Beispiel: Da saß ich beim Champions League-Finale Bayer Leverkusen... warte, da muss ich mal eben nachdenken... gegen wen haben die denn da gespielt... in Glasgow im Finale gegen... wo hat denn der Figo⁹² damals gespielt... Na komm lassen wir das weg – du wolltest ja was anderes fragen.

fussballfreundinnen.de: *Ja. Jemand hat zu dem Thema mal geschrieben: Wenn ein kleiner Junge zum Trainingsgelände geht und ein Autogramm oder ein Foto mit seinem Lieblingsspieler haben möchte, dann ist das eben ein Fan, der sein Idol trifft. Macht ein Mädchen dasselbe, ist sie ein Groupie. Ist das nicht unfair?*

von der Groeben: Ich finde es eigentlich gar nicht so schlecht, dass manche Frauen auch wirklich nur zum Fußballspiel gehen oder es sich im Fernsehen anschauen, weil sie den ein- oder anderen Spieler ganz toll finden. Die Hauptsache: Sie kommen auf irgendeine Art und Weise dazu sich Fußballspiele anzugucken. Vielleicht werden sie auch am Ende infiziert. Aber ich muss ganz ehrlich sagen: Ich selber, als nüchterne Sportmoderatorin, sage durchaus auch oft „Mann, der sieht aber gut aus“ wenn er eben gut aussieht. Ich weiß, damals Luís Figo, den fand ich phantastisch! Und dann sagte mal irgendwann ein Kollegen neben mir auf der Tribüne: „Mein Gott – was spielt sich Figo da wieder für einen Müll zusammen?“ Und ich: „Egal – dafür sieht er gut aus.“

Wenn du vorher schon Fußballkompetenz bewiesen hast, dann kannst du dir solche Sätze natürlich leisten, ohne dass die dann gleich verloren gehen.

fussballfreundinnen.de: *Wie ist das denn im Sportjournalismus mit der Weiblichkeit? Kommt die bei den Kollegen gut an oder ist da eher der kumpelhafte Typ Frau in der Redaktion gefragt?*

von der Groeben: Ich glaube grundsätzlich ist das ehrlich gesagt von Land zu Land verschieden. Wir wissen ja aus Italien zum Beispiel, dass sie dort ja schon seit langer Zeit wunderschöne Frauen haben – zumindest was den Männergeschmack betrifft – die die Fußballmoderation dominieren. Da geht es glaube ich bis heute in erster Linie darum, dass die Frauen entsprechend sexy sind und sich auch so herrichten.

Bei uns in Deutschland war es am Anfang so, dass man in erster Linie erst mal ein bisschen sportlich aussehen sollte. Und nach und nach durfte man hier auch die Weiblichkeit durchaus optisch in Erscheinung bringen. Und ich finde das auch gut. Es sind ja auch nun mal Frauen. Wir sind Frauen. Warum sollen wir uns nicht weiblich kleiden? Aber auch eine Weiblichkeit und Kumpelhaftigkeit müssen sich ja nicht ausschließen. Du kannst deine weiblichen Reize betonen aber trotzdem noch der bodenständige Kumpeltyp bleiben, der du bist. Und ich kenne eine ganze Reihe von Frauen, die das alles unter einen Hut kriegen.

fussballfreundinnen.de: *Trotzdem gibt es im Sportjournalismus noch immer sehr wenige Frauen – und wenn stehen sie meistens vor der Kamera. Warum gibt es so wenige Frauen in den Redaktionen?*

von der Groeben: Ich glaube nach wie vor, dass sich gar nicht so viele Frauen für den Beruf Sportjournalistin interessieren. Es gibt viele Frauen, die sich grundsätzlich für den Beruf der Moderatorin interessieren und wer da ein bisschen schlau ist und ein bisschen

⁹² Luís Figo spielte im Champions League-Finale 2002 für Bayer Leverkusens Gegner Real Madrid.

Ahnung vom Sport hat, der sagt sich: „Och, dann versuche ich es doch da mal. Die Chance ist sicherlich recht hoch.“ Weil – das weiß ich immer noch von den Sportchefs der verschiedenen Sender – es kein Überangebot an Frauen gibt, die unbedingt in den Sportjournalismus wollen. Moderatorinnen: Ja – da gibt es immer mehr. Die Frontfrauen sind ja eigentlich in allen Sendern vertreten. Und in den Redaktionen ist es genau wie bei uns. Ich präsentiere halt den Sport bei RTL aktuell und die Redaktion ist männlich besetzt.

fussballfreundinnen.de: *Und wenn dann doch mal eine Frau eine Redakteursstelle im Sport machen möchte – hat sie es schwerer oder sogar leichter, weil sie was für die „Quote“ tut?*

von der Groeben: Ich bin ja grundsätzlich der Meinung, dass es bis heute noch so ist, dass Frauen es leichter haben im Sportjournalismus an einen Job zu kommen. Weil, man ja eigentlich immer sowohl Frauen auf dem Bildschirm, aber auch in der Redaktion haben will. Warum sollte irgendein Sportchef nicht daran interessiert sein, dass bei ihm ein paar Frauen in der Redaktion sind? Es ist auch oft sehr charmant, weil die Domäne Fußball ja doch eine ganz, ganz große Rolle in allen Medien spielt: Und das sind ja nun mal die Männer. Wenn du da auch mal eine Reporterin oder Redakteurin raus schickst... Die kriegt unter Umständen eher ein Interview, als der männliche Kollege, der da immer steht und nervt mit seinen ewigen Fragen. Wenn da so ein hübsches junges Ding vorbei geflogen kommt, schauen die Jungs hin. So ist es einfach mal. Mensch, Fußballspieler sind auch nur Männer.

fussballfreundinnen.de: *Meinst Du, dass es wirklich einfacher für eine Frau ist ein Interview zu bekommen?*

von der Groeben: Hundertprozentig! Also ich habe selber die Erfahrung gemacht als ich anfang und mit der Kamera unterwegs war – gerade wenn so ein Interview-Marathon nach Großereignissen war. Wenn Du dann hinten anstehst (wir Privatsender standen damals aber gaaanz hinten an, zu den Anfängen meiner Sportlerkarriere), dann rissen die sich noch mal zusammen. Ob das jetzt die Spieler waren oder aber auch die Trainer: Jeder hat in dem Augenblick doch noch mal versucht seine charmante Seite rauszukehren. Also ich habe, wenn ich unterwegs war, immer die Erfahrung gemacht, dass – wenn ich im direkten Kontakt zu den Fußballern, zu den Trainern stand – dass sie sehr entgegenkommend waren und höflicher als dem ein oder anderen männlichen Kollegen gegenüber.

fussballfreundinnen.de: *Was würdest Du zu meiner Diplomarbeits-These: „Frauen sind im Männerfußball noch immer eine unterschätzte Kraft“ sagen?*

von der Groeben: Die These kann ich eigentlich nur voll unterstützen. Ich denke, dass es noch immer so ist, dass Frauen unterschätzt werden. Aber mit der Entwicklung des Internets geht es auf einmal rasend schnell. Ich glaube so schnell können wir gar nicht gucken, wie sich das ändert. Es war in den vergangenen Jahren schleichend und es braucht seine Zeit, aber ich glaube, dass die vielen Frauen, die wir inzwischen gerade im Moderationsbereich als Frontfrauen haben, dass alleine das schon die Wirkung eines Katalysators hat – weil auch immer mehr Frauen beweisen, dass sie wirklich richtig Ahnung haben und dass sie, auch wenn sie hübsch, adrett, weiblich und sexy sind, durchaus in der Lage sind, auch über Fußball zu sprechen und ihn sogar zu kommentieren. Wir haben ja immerhin jetzt auch unsere erste weibliche Fußballkommentatorin – unsere sehr geschätzte Kollegin Christina Graf hat es ja geschafft zu SKY zu gehen. Das ist der nächste Meilenstein und das haben wir Christina zu verdanken.

fussballfreundinnen.de: *Abschließende Frage, die an Dich als Medienvertreterin und weiblicher Fußballfan gerichtet ist: Wenn Bildregisseure bei großen Turnieren – die ja im*

Sommer stattfinden – bevorzugt möglichst leicht bekleidete Damen im Deutschland-Bikini als Schnittbilder wählen: Ist das diskriminierend oder nicht?

von der Groeben: Da müsste die Frage eher lauten: Was sagst du als Frau dazu? Aber ich muss ganz ehrlich sagen – ich habe es so ein bisschen aufgegeben. Also wir werden die männliche Gesellschaft nicht mehr ändern und die Männer schon überhaupt nicht. Und wenn die dann nun davor sitzen und Spaß daran haben sich die Frauen mit dem etwas üppig bestückten Oberkörper näher zu betrachten, die ins Bild zu heben und sie dann auch in den Beitrag rein zu schneiden, dann sage ich „So what?“ So sind sie. Wir können ja die Tatsachen nicht verdrehen. Es ist nun mal ein Fakt, wo die Männer hingucken und es ist ja logisch, dass da hin geschnitten wird. Also das ist in der heutigen Zeit wirklich gar nicht mehr so erwähnenswert finde ich. Das werden wir nicht ändern.

fussballfreundinnen.de: *Außer mit mehr weiblichen Cuttern, die dann auch mal einen Waschbrettbauch rein schneiden...*

von der Groeben: Das werden die sicherlich auch versuchen (lacht). Kommt ja inzwischen auch oft genug vor.

Was mir noch einfällt zu dem Thema, warum Frauen auch möglicherweise nach wie vor nicht so hundertprozentig von allen ernst genommen werden im Fußball: Es ist natürlich ein Problem, dass viel zu wenige Frauen selber im Verein Fußball spielen. Es sind wirklich Ausnahmen, wenn frühere Fußballerinnen oder Frauen die sehr gut im Verein Fußball gespielt haben, im Journalismus landen – als Moderatorin als Kommentatorin oder als Redakteurin. Die meisten (ich kenne die Prozentzahlen nicht) haben selber nie oder nur ganz am Rande Fußball gespielt und sonst nur geguckt. Und ich glaube, um Fußball wirklich gut kommentieren zu können, um da drin zu sein, ist es hilfreich, wenn du gespielt hast. Und die Männer, die männlichen Kollegen, die haben alle gespielt. Die spielen auch alle heute noch, die hören ja gar nicht auf zu spielen. Das ist schon ein kleiner Unterschied, der dazu führt, dass die Frauen tatsächlich möglicherweise diesen ganzen letzten Tick nicht haben. Es sei denn, da komme ich wieder auf Christina Graf... Die hat sehr gut gespielt und deswegen kann die auch sehr gut kommentieren.

12.3. Weitere Fragen und Rückmeldungen

12.3.1. Adidas AG

Als Ausstatter der Herren-Nationalelf bieten Sie zu den großen Turnieren (EM/WM) auch Damen-Trikots an: Wie haben sich die Verkaufs- / Absatzzahlen in den letzten Jahren entwickelt?

Als offizieller Ausrüster des DFB rüsten wir neben der Herren Nationalmannschaft auch das Damen Nationalteam mit einer exklusiven Kollektion, d.h. mit einzig für die DFB-Damen kreierten Trikots und Trainingsbekleidung, aus. Man kann diese Frage daher etwas differenziert betrachten, da auf Basis beider Kollektionen, die der Herren und die der Damen, Damentrikots zum Verkauf angeboten werden.

Die Nachfrage nach Trikots für Frauen, die das „Design“ des Herrentrikots tragen, ist mit dem Erfolg des DFB Teams seit der WM 2006 stetig gestiegen. Unerwartete und „nichttraditionelle“ Designs (bspw. das grüne Trikot in 2012) sowie die Verbesserung des Damenschnittes zur weiteren Differenzierung zum Kindertrikot und Tendenz zu „typischen“ Damentops zur EM2012 trugen ebenfalls zu einer enormen Steigerung der Nachfrage bei. Im Vergleich: 2012 wurden vom Damentrikot der DFB Herren mehr als doppelt so viele Trikots verkauft als noch zur WM 2010.

Ähnlich verhält es sich mit der Kollektion der Damennationalmannschaft. Mit der Vergabe

der Frauenweltmeisterschaft 2011 an Deutschland ist auch hier speziell bei weiblichen Fußballfans das Interesse an den Produkten der DFB-Frauen gestiegen. Durch die Zusammenarbeit mit Stella McCartney und dem nationalen Hype rund um den Frauenfußball wurden Rekordverkäufe des Frauentrikots erzielt.

Dieses Niveau konnte für die diesjährige EM in Schweden leider nicht erzielt werden. Im Vergleich zur Frauen-EM in 2009 sind die Verkaufszahlen dennoch signifikant höher.

Für die Turniere gibt es auch oft komplette „Fan-Pakete“ für Männer und Frauen – nach welchen Kriterien wählen sie den Inhalt dieser Pakete aus?

Produkte und auch „Produktpakete“ werden in erster Linie nach Ihrer kommerziellen Relevanz für das jeweilige Land bewertet – unabhängig von Geschlecht. Durch die höhere Anzahl männlicher Fans kann es sein, dass das Angebot für die männlichen Fans und somit männerspezifischer Produkte größer ausfallen kann.

Caps, Schals oder andere Accessoires sind in diesem Fall allerdings nicht spezifisch für ein Geschlecht ausgerichtet. Im Gegenteil sie stellen eine günstigere Alternative für alle Fußballfans dar, die eventuell kein Trikot kaufen möchten aber dennoch die Farben ihrer Mannschaft tragen wollen.

Adidas ist auch Ausstatter von Bundesliga-Teams: Wie verhält es sich dort mit den Merchandising-Produkten speziell für Frauen? Werden diese heute öfter angefragt als früher? (Seit wann gibt es spezielle Linien für Damen?)

Durch die positive Entwicklung und das Wachstum der weiblichen Fußballfans und Vereinsanhänger ist die Nachfrage speziell nach Frauen-Merchandising grundsätzlich gewachsen. Die Vereine, die eine große Anzahl an weiblichen Fans besitzt, werden auch speziell Replikaversionen der Trikots angefertigt, die – wie bei Frage1 beschrieben – einen femininen Schnitt ausweisen. Die Orientierung an mehr femininen Schnitten hat natürlich auch hier einen positiven Effekt auf die Nachfrage dieser Trikots. So ist es auch zu beobachten, dass das Sortiment an „Girly-Tees“ im Rahmen des Klubangebots (auch „unbranded Klubmerchandise“) steigt.

Für den VfL Wolfsburg, deren Frauenmannschaft momentan eine der erfolgreichsten im europäischen Frauen-Fußball ist und die das Trikotdesign der Herren spielen, bietet adidas kein spezielles Frauen-Replika-Trikot des Vereins an. Hier wird die Nachfrage über die Kinder bzw. „normalen“ Erwachsenentrikots bedient. Zwar ist auch hier ein Zuwachs der Nachfrage durch Frauen zu verzeichnen, doch ist sie beispielsweise um ein Vielfaches geringer als beim FC Bayern München.

Thema Design: Worauf achten Sie bei Ihren Produkten für weibliche Fußballfans? Was sind die wichtigsten gestalterischen Elemente? Was unterscheidet sie von Produkten für Männer?

Unsere spezifisch für weibliche Fußballfans ausgerichteten Produkte folgen lediglich einem feminineren Schnitt – tailliert, kürzere Ärmellängen, größerer Kragen – der sich mit den Schnitten von „Casual Girly-Tees“ vergleichen lässt. Zusätzlich sind adidas-Logo, Vereinseblem und 3 Streifen kleiner bzw. kürzer umgesetzt. (Für die weiblichen Fußballspielerinnen haben wir ebenfalls einen anderen Fit als für die Herren. Dieser ist allerdings weniger „Casual“, stattdessen auf Performance ausgerichtet.)

Gibt es Anfragen von weiblichen Fußballfans zu Ihren Produkten? Falls ja: Was wünschen sich die Damen? Oder womit sind sie nicht ganz so zufrieden?

Das Feedback zu unseren Fußballprodukten speziell für Fans ist von Frauenseite eher begrenzt. Anfragen bzw. Verbesserungsvorschläge kommen vermehrt aus dem Kreis der Fußball spielenden Frauen. Natürlich wünschen diese sich Produkte, die Ihren Anforderungen auf dem Feld bestens entsprechen und sie in jeder Form (sei es hinsichtlich der Bewegungen oder anderer spezieller Anforderungen) unterstützen. Mit der

Änderung des Replika Jerseys auf einen feminineren Schnitt haben wir in 2012 bereits auf Kundenfeedback geantwortet. Die verbesserten Absatzzahlen bestätigen, dass speziell für weibliche Fußballfans der etwas weiblichere und „casual“ Look eine große Rolle spielen.

12.3.2. Jako AG

In der ersten Fußball-Bundesliga (Saison 12/13) arbeiten Sie mit den Vereinen Eintracht Frankfurt, Hannover 96, FC Augsburg und SpVgg Greuther Fürth zusammen. Keiner dieser Vereine bietet in seinem Online-Shop explizite Damen-Trikots an. Woran liegt das? (Keine Nachfrage?)

Als Ausrüster der genannten Vereine bieten wir unseren Partnern vor jeder Saison eine Vielzahl verschiedener Merchandising-Artikel an- darunter mittlerweile auch eine Fülle an Fanartikeln speziell für weibliche Fans. In Kooperation- und kontroverserem Austausch mit den Verantwortlichen des Vereins werden vor jeder Spielzeit Produkte ausgewählt, die nach Meinung aller Beteiligten das größte Potential innerhalb der Fanszene besitzen. Weshalb ein spezieller Damenschnitt bei keinem der Vereine innerhalb der Saison 2012 / 2013 umgesetzt wurde kann mitunter verschiedene Gründe haben. Aktuell ist jedoch festzustellen, dass sehr wenige Vereine Replikas im speziellen Damenschnitt anbieten- eine Tatsache die sich sicherlich binnen der kommenden Jahre ändern wird.

Sind reine Damen-Trikots für weibliche Fans der Männermannschaften geplant oder werden diese bereits anderweitig (z.B. bei Einzelhändlern) verkauft?

Replikas speziell für weibliche Fans werden regelmäßig thematisiert und in die Überlegungen miteinbezogen. Verstärkt haben wir allerdings die Erfahrung gemacht, dass sich weibliche Fans auch im Bereich der Unisex-Größen bzw. der Kindergrößen zurechtfinden und sich dieser bedienen.

Gibt es in Ihrem Unternehmen Anfragen für eine Ausweitung des Angebots von Fußball-Merchandisingprodukten für Frauen? (z.B. Fan-Bekleidung in kleineren Größen, „weibliche Designs“ oder Ähnliches?)

Wie bereits erwähnt, haben sich spezielle Fanartikel für Damen bereits innerhalb des Merchandisings etabliert. Sieht man sich die Fanartikel-Angebote der Vereine an ist darüber hinaus eine anhaltende Tendenz der Steigerung zu erkennen. Sollte sich das gesteigerte Interesse der weiblichen Fußballfans – bedingt unter anderem durch die Fußball-Weltmeisterschaften 2006 und 2011 im eigenen Land weiterhin positiv entwickeln, dann sind entsprechende Reaktionen innerhalb des Merchandisings zu erwarten.

Falls ja: Kommen diese Anfragen eher von Ihren Partnervereinen (den Merchandising-Abteilungen) oder direkt von den weiblichen Fußballfans?

Da wir sehr eng mit unseren Partnervereinen zusammenarbeiten und auch im direkten Austausch mit der Fanszene stehen, bekommen wir Trends und Tendenzen, sowie die Wünsche der Fans meist unmittelbar und auf direktem Wege mitgeteilt.

Viele Fußball-Ausstatter setzen bei Ihren Fan-Produkten für Frauen u.a. auf „typisch weibliche“ Farben wie Rosa oder Lila. Wie denken Sie in Ihrem Unternehmen über diesen Trend?

Grundsätzlich stehen wir neuen Trends sehr offen gegenüber und können uns ein Angebot von Fanartikeln in typischen Damenfarben sehr gut vorstellen. Inwiefern diese

Styles mit den Vorstellungen der Vereine und deren CI-Richtlinien zu vereinbaren sind kann wiederum nur in Absprache mit den Vereinen entschieden- bzw. realisiert werden.

Zu guter Letzt ein Blick in die Zukunft: Wie schätzen Sie das Entwicklungspotential des Marktes für Fußball-Fanprodukte für Frauen (sprich: Trikots, Fan-Bekleidung) ein?

Allgemein sehen wir das Entwicklungspotential von Fußball-Fanprodukten speziell für weibliche Fans als sehr positiv. Da sich der Fußballsport in Deutschland – und speziell die Bundesliga- binnen der vergangenen Jahre weiter entwickelt hat und auch weibliche Fußballfans stärker in den Bann zieht, werden sicherlich auch im Bereich der Fanartikel Anpassungen folgen. Rein wirtschaftlich gesehen birgt diese Entwicklung für alle Marktbeteiligten auch in Zukunft die Möglichkeit zu wachsen.

Hollenbach,
gez. Christoph Rohmer

12.3.3. Merchandisingabteilung FC Bayern München

fussballfreundinnen.de: Der FC Bayern bietet weiblichen Fans eine eigene „Lady Collection“. Seit wann ungefähr? Wie kam es zu der Idee?

Die Frage kann ich nur bedingt richtig beantworten, denn die gab es schon, als ich vor 8 Jahren zum FC Bayern gekommen bin. Ich denke aber, dass wir die ca. 9-10 Jahre schon haben. Allerdings waren es damals nur so 5-6 Produkte innerhalb der Lady Collection. Die Idee ist durch die Nachfrage in Form von e-Mails, Briefen und durch das Feedback in den Shops geboren.

Außerdem hatten wir schon immer einen Blick dafür, welche Zielgruppen im Stadion sind, da wir ja bei den Spielen vor Ort sind und uns immer persönlich ein Bild machen können. Ich selber stehe ab und an im Shop und beobachte die Fans/Käufer um daraus Rückschlüsse ziehen zu können.

Welche Artikel sind bei den Damen besonders beliebt (Trikots, Schmuck, Taschen, Deko)?

Natürlich ist das Trikot immer das Aushängeschild. Leider kann man keinen genauen Rückschluss schließen, da es auch nach wie vor sehr viele Damen gibt, die „Männer“ Trikots kaufen.

Aber die Tatsache, dass es inzwischen eigene Lady-Trikots zeigt, wie interessant und wichtig der Markt geworden ist, auch wenn der Anteil dieser Trikots am Gesamtumsatz der Trikots „verschwindend“ gering ist.

Ansonsten ist Bekleidung ein sehr großes Thema (T-Shirts, etc.) aber auch hier kann es durchaus zu „Vermischung“ mit schlichten, einfachen Herren-Teilen kommen.

Ein absolutes Highlight bilden aber z.B. die Damentasche. Die haben wir erst im 3. Jahr im Sortiment, der Abverkauf ist aber super (ca. 6.000 im Jahr).

Schmuck ist da eher ein Randprodukt, das der Sortimentsabrundung dient (ist allerdings bei den Herren ebenfalls so).

Welchen Anteil am Merchandising-Geschäft machen die Damen-Artikel (ungefähr) aus?

Nehme ich die aktuellen Zahlen, so haben wir ca. 60 reine Damenprodukte im Sortiment. Allerdings auch etliche Produkte, die ich gerne als „unisex“ bezeichne. Insgesamt haben wir ca. 1.000 Produkte.

Man sagt, Frauen hätten in den vergangenen zehn Jahren den Fußball neu für sich entdeckt. Merken Sie das beim FC Bayern auch in den Verkaufszahlen der Lady Collection?

Absolut! Man kann im Prinzip sagen, dass die Damen nach der WM im eigenen Land immer mehr die Liebe zum Fußball entdecken.

Der Fußball wird an sich immer gesellschaftsfähiger und lockt somit auch Damen an.

Der „Hooligan“ und „Proll“ ist noch ganz vereinzelt da, aber im Großen und Ganzen von der Bildfläche verschwunden.

Dennoch haben wir da einiges an Potential, gerade wenn man den Vergleich mit den USA heranzieht, wo es völlig normal ist, im täglichen Leben die Leidenschaft zu seinem Verein zu zeigen und zu leben.

Den Anstieg im Potential kann man auch an der breite des Sortiments sehen, welche in den letzten Jahren step by step erweitert wurde

Manche Vereine gestalten Ihre Damenkollektionen gerne „in Rosa und mit viel Glitzer“. Beim FCB gibt es nur wenige solche Produkte. Wie kommt's?

Rosa ist eine Farbe, die generell ein Stück für die Damen steht.

Wir hatten unsere erste Kollektion (die auch sehr erfolgreich war) in dieser Farbwelt.

Es gibt nur wenige „reine“ Damen-Farben und da ist rosa in der Gesellschaft irgendwie verankert. Allerdings versuchen wir auch immer mal wieder modische Farben auf zu greifen.

Problem ist nur, dass wir in der FC Bayern Farbwelt bleiben müssen und uns einige Farben „nicht gestattet“ sind, da sie auf andere Vereine linken. So ist gelb eher schwierig.

Aber auch die so genannten „Hilfiger-Farben“ (rot, navy, weiß) sind starke Farben, die man vor allem aber auch mit Dingen aus dem Kleiderschrank kombinieren kann.

Man muss sich also wenig Gedanken machen, ob das FCB T-Shirt zu Hose im Schrank passt, denn jede Frau hat mind. eine Jeans, zu eben der diese Farben passen.

Außerdem bleiben wir mit diesen Farben in der Farbwelt des Logos...

ABER, auch Glitzer und Rosa hat nach wie vor seine Berechtigung und Zielgruppe, weswegen wir es nach wie vor einsetzen.

Wichtig sind aber auch Damenschnitte und nicht ein „0815-Schnitt“ wie teilweise bei den Männern.

12.3.4. Umfrage auf Reddit.com (Internationale Diskussionsplattform)

Frage: European football (soccer) fans: what do you think about female football fans in general?

User Kalce: Increasing number of female football fans and increasing coverage of women's football in general can only be a good thing.

I love when a girl can be as passionate about football as I am because it means I don't have to go through the „why are you getting so worked up about 22 men kicking a ball around a field“ :p

That said, real football fans are great. The ones who don't really follow it but try to talk about it, while clearly having no interest, is rather annoying. By all means, if you're starting to find an interest in it then ask questions. But if you're only talking about it to make conversation, let's move onto something else we can both enjoy talking about.

Also, a girl who supports my team is automatically attractive!

User AKA_Sotof: Not my type, but hey. :D

User FG_SF: I look at soccer as kind of a women's thing anyway so whatever. The game bores the shit out of me personally. (*Auf Nachfrage: User stammt aus den USA*)

User linwelinax: I treat them exactly like male fans. It's great they enjoy football but if they support a rival team I don't like them!

User pax_ler: I sat next to a girl (stranger) when I had my season ticket, she cheered when she was supposed to cheer, stood up when she was supposed to stand up, sang along when she was supposed to sing along. She didn't mind people swearing etc. Perfect type of fan regardless of sex.

I'm not a fan of the „guuuuuurll“ football fans. Type A, who are insecure about their „hardcoreness“ and so have to shout louder, rattle more facts, and most of all make sure everyone knows she is a educated football fan. And type B, those who think it's cute to be a football fan, „I'm such a hardcore gooner fan, I even have an Arsenal shirt with my name on“ and then proceeds to spend the entire game tapping away at her phone. It's probably a culture thing but I think most guys know, at least subconsciously, the etiquette when watching the game.

Interestingly I have only met the latter at bars and BBQs, never while actually at the game.

User Fabulous_Hooligan: I go to games regularly in England. More and more are taking their wives / girlfriends / daughters to the games, and even though the majority of the stadium will be men, it's not nearly as much as a sausage fest it used to be.

Frankly, nobody seems to mind, everyone's there to watch the game.

User maygyver9: I'm glad they enjoy the sport and welcome them whole-heartedly. Unless they support the rival team, in which case they are scum.

User Gingor: No problem, as long as they don't try to change the atmosphere or acceptable behaviour. They'll probably start doing that in the next decade or so though, because that's what happens when a sufficient percent of women get into male spaces. You can look at gaming or Pen and Paper RPGs as examples.

12.4. fussballfreundinnen.de: Die Inhalte

Hier folgen die Inhalte der Website fussballfreundinnen.de. Diese können aufgrund der Anpassung an ein Druckformat in der Seiteneinteilung von der Online-Darstellung abweichen. Die Texte selbst werden unverändert wiedergegeben. Videos und Audios können nur online abgerufen werden.

Startseite


fussball
freundinnen

Startseite

- Im Stadion
- In den Medien
- Im Geldbeutel
- Im Hintergrund
- Im Netz
- Über mich / Kontakt

Willkommen auf fussballfreundinnen.de!

Frauen und der Männerfußball



Der zwölfte Mann kann auch eine Frau sein

Frauen interessieren sich nicht für Fußball. Mit dieser weit verbreiteten Fehlinformation möchte ich auf dieser Webseite aufräumen. Natürlich gibt es unzählige Frauen, die sich lieber mit Onkel Horst und Tante Edeltraud eine vierstündige Dia-Show "Urlaub im Harz" antun als die Sportschau anzusehen - doch es gibt eben auch andere.

Mein Name ist Jennifer und ich bin ein weiblicher Fußball-Fan.

Wenn man so etwas schreibt, klingt es selbst im Jahr 2013 noch irgendwie, als wolle man sich bei einer Selbsthilfegruppe vorstellen. Dabei sind Frauen, die sich für den Bundesliga-Fußball der Männer interessieren, heute absolut keine Seltenheit mehr.

Auf dieser Webseite, die zugleich Bestandteil meiner Diplomarbeit für den Studiengang "Journalistik" an der Technischen Universität Dortmund ist, kommen diese Frauen zu Wort.

Also: Herzlich Willkommen und viel Spaß beim Stöbern!

Die Themen

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)
[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Übersichtsseite „Im Stadion“



Startseite

Im Stadion

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen

Wir sind die Mädels auf den Rängen

Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd

Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison

Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

Im Stadion

Auch wenn sie noch immer in der Minderheit sind: Frauen gehen ins Stadion. Sie essen Bratwurst, sie trinken Bier und sie feuern ihr Team an, ebenso wie ihre männlichen Fan-Kollegen. Und ihre Zahl auf den Tribünen steigt kontinuierlich.

Weibliche Fans im Männerfußball

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen



„Erklär doch mal Abselts“ - In kaum einem anderen Sport sind Rollenbilder und Geschlechter-Stereotypen so fest verankert wie im Fußball. Für Frauen gleicht der Besuch im Stadion daher oft einem Drahtseilakt... [weiter](#)

Audio-Slideshow: Frauen im Stadion

Wir sind die Mädels auf den Rängen



Noch immer sind etwa 70 Prozent der Stadionbesucher in Deutschland Männer. Trotzdem muss man vor den Arenen nicht lange nach weiblichen Fans Ausschau halten... [Audio-Slideshow](#)

139

Unterwegs mit einem Frauen-Fanclub

Die Schicksen von der Süd



Im Herzen sind sie alle schwarzgelb. Die Mitglieder des Frauenfanclubs BVB-Schicksen wissen was "echte Liebe" bedeutet. Und sie wissen auch, wie wichtig im Stadion das richtige Timing beim Toilettenbesuch ist... [weiter](#)

Bayern-Fan Conny Schneider über ihre Triple-Saison

Ausgerechnet Robben!



Als Bayernfan muss man sich immer erklären: Warum die Bayern? Bist du auch einer dieser Erfolgsfans? Als Frau sind's wohl eher die Waden von Pizarro, die dir gefallen, was? Spätestens dann bin ich raus aus der Unterhaltung... [weiter](#)

Das denken Männer über Frauen im Stadion

Die 11 Top und Flop Meinungen



Insbesondere in den vergangenen 20 Jahren ist der Frauenanteil in den Stadien deutlich gestiegen. Haben die Männer jetzt Angst um ihre "Bastion der Männlichkeit"? Im Internet sind die Fans geteilter Meinung... [weiter](#)



[> zurück zur Startseite](#)

Artikel: Von Rollenbildern und falschen Stereotypen


fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen

Wir sind die Mädels auf den Rängen

Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd

Bayern-Fan Conny über Ihre Triple-Saison

Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

25. September 2013

25. September 2013

Weibliche Fans im Männerfußball

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen



Fußball als "Arena der Männlichkeit"?

"Erklär doch mal Abseits" - In kaum einem anderen Sport sind Rollenbilder und Geschlechter-Stereotypen so fest verankert wie im Fußball. Für Frauen gleicht der Besuch im Stadion daher oft einem Drahtseilakt.

Das allgemeine Vorurteil "Frauen und Fußball passen einfach nicht zusammen" beginnt langsam zu bröckeln. Ganz aufgelöst hat es sich aber noch lange nicht. Nicole Selmer, Journalistin und Mitglied der Deutschen Akademie für Fußballkultur, beschreibt in Ihrem Buch "Watching the Boys Play" das eng geschnürte Geschlechterrollen-Korsett, dem sich Frauen im Fußball stellen müssen.

So gibt es noch immer zahlreiche Vorurteile gegenüber weiblichen Fußballfans, die sich wohl nie abnutzen werden. Da ist zum Beispiel die Annahme, Frauen hätten per se kein Interesse am Fußball – und folgerichtig auch keine Ahnung. Wer als Frau behauptet Fußballfan zu sein, wird entweder belächelt oder darf zu einer spontanen Prüfung antreten. "Erklär doch mal Abseits" ist dabei wohl die beliebteste Frage im Fußball-Wissenquiz für Damen.

Doch selbst wer den Test besteht, ist deshalb noch lange kein "echter Fan". Dann heißt es, Frauen interessierten sich nur wegen "der süßen Spieler" für den Fußball.

Weiblichkeit als Tabu

Kaum ein Mann würde je zugeben, dass er so denkt und bei den meisten ist es wahrscheinlich auch nicht so. Trotzdem hängen diese Stereotypen noch in vielen Hinterköpfen fest – und das birgt ein Konfliktpotential. Weiblichkeit ist im Fußball-Kontext nicht nur exotisch, sondern auch nicht immer gerne gesehen. Frauen, die geschminkt oder womöglich auch noch mit hohen Schuhen ins Stadion gehen, werden nicht nur von Männern, sondern auch von anderen weiblichen Fans skeptisch betrachtet.

Auf der anderen Seite ist maskulines Auftreten bei weiblichen Fußballfans auch nicht erwünscht. Frauen, die im Stadion den Schiedsrichter anpöbeln oder lauthals ihre Meinung herausschreien, ernten genauso oft pikante Blicke – ebenfalls von beiderlei Geschlechtern.

Wie man es dreht und wendet: Fußball ist ein Männersport und Frauen, die in diese "Arena der Männlichkeit" eindringen sind ein Fremdkörper. Aber warum ist das so?

Die männliche Geschichte des Fußballs

Die Ursachen liegen in der Geschichte des Sports an sich. Dieser war über Jahrhunderte hinweg auf den Mann ausgerichtet. Im Militär oder später auch an Eliteschulen, sollten sich junge Männer körperlich fit halten. Als sich der moderne Fußball entwickelte, passte er sich schnell in dieses System ein. Die Begrifflichkeiten des Sports, die wir noch heute verwenden, spiegeln diese Tradition wider: "Zweikampf", "Blutgrätsche" und selbst das simple Wort "Abwehr". Der Fußball als kampfbetontes Spiel war und ist in seiner Anlage maskulin.

 Dir gefällt das.

Weiblich belegte Attribute, wie zum Beispiel Sanftmut, passen einfach nicht in diese Welt. Das gilt sowohl für die Fans, als auch für die Akteure auf dem Platz. "Der schießt wie ein Mädchen" gilt als Kritik oder Beleidigung unter Fans als völlig akzeptabel. Bei "der läuft wie eine Schwuchtel" sähe das vermutlich schon anders aus.

Sexismus oder nicht?

Es wäre zu einfach nun allen Männern in diesem Sport pauschal die Sexismus-Keule überzuziehen, denn Geschlechteridentität im Fußball ist auch für viele Frauen ein Problem.

Darf ich als Frau auf den Rängen brüllen oder fluchen? Darf ich die hohen Schuhe im Stadion tragen? Wirkt das irgendwie komisch?

So lange Frauen nicht selbstbewusst mit ihrer Rolle umgehen, kann man dies kaum von der männlichen Mehrheit erwarten.

Und so lange es Frauen gibt, die ihren Mann bei der WM vor dem Fernseher fragen "Wer sind denn die Blauen?" oder bei Shampoo-Werbespots von Mats Hummels ins Schwärmen geraten, werden Vorurteile über Frauen und Fußball auch weiterhin bestehen – genauso übrigens, wie das Vorurteil vieler Frauen, männliche Fußballfans seien grundsätzlich gewaltbereite, besoffene Asoziale.

Ein bisschen mehr Verständnis täte daher vermutlich beiden Seiten gut.

Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

Buchtipp: ["Watching the Boys Play" von Nicole Selmer](#)

Glosse: [In Rosa und mit Glitzer](#)

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Audio-Slideshow: Wir sind die Mädels auf den Rängen



fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen

Wir sind die Mädels auf den Rängen

Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd

Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison

Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

25. August 2013

Audio-Slideshow: Frauen im Stadion

Facebook Twitter
 Gefällt mir Facebook Dir gefällt das.

Wir sind die Mädels auf den Rängen



0:00 / 3:07

Noch immer sind etwa 70 Prozent der Stadionbesucher in Deutschland Männer. Trotzdem muss man vor den Arenen nicht lange nach weiblichen Fans Ausschau halten.

Slideshow: Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

[Die 11 Top und Flop Meinungen: Das denken Männer über Frauen im Stadion](#)

[Die Schicksen von der Süd: Unterwegs mit einem Frauenfanclub](#)

[> zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Artikel: Die Schicksen von der Süd



fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen

Wir sind die Mädels auf den Rängen

Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd

Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison

Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

19. Juli 2013

Unterwegs mit einem Frauen-Fanclub




Gefällt mir

Dir gefällt das.

Die Schicksen von der Süd



Ein Teil der "Gelben Wand": Die BVB-Schicksen

Im Herzen sind sie alle schwarzgelb. Die Mitglieder des Frauenfanclubs BVB Schicksen wissen was "echte Liebe" bedeutet. Und sie wissen auch, wie wichtig im Stadion das richtige Timing beim Toilettenbesuch ist.

Heike liest die Geschichte vom kleinen Schutzengel und die Kinder in der Dortmunder Stadtbibliothek kleben an ihren Lippen. Jeden ersten Samstag im Monat macht sie das, lesen für die Kleinen. Auch wenn der BVB spielt. "Dann geht es eben etwas später ins Stadion Rote Erde", sagt sie, als sie einem kleinen Mädchen einen BVB-Pin ans Revers steckt.

Dort, wo die lange Erfolgsgeschichte von Borussia Dortmund Fahrt aufnahm, trifft sich die Präsidentin des Frauenfanclubs "BVB Schicksen" vor jedem Heimspiel mit ihren Mädels. Manche haben ihre Männer mitgebracht. Es wird Bier getrunken und Schickse Uschi genehmigt sich einen Jägermeister. "Der schmeckt zwar überhaupt nicht, aber das ist ein Ritual – soll Glück bringen", lacht sie und schüttelt sich.

Schicksen, so nennen sich die Frauen auch untereinander. "Es ist eigentlich ein jüdisches Wort für eine nichtjüdische Frau, die nicht zum Heiraten taugt" erklärt mir Heike und schmunzelt "einige Mitglieder unseres Fanclubs fanden den Namen zunächst nicht so toll, aber er steht auch ein Stück weit für den Ruhrpott mit seinen ganzen unterschiedlichen Kulturen und deshalb passt er."

Die Kraft der Rituale

Es ist kalt im Stadion Rote Erde. Ein leichter Nieselregen geht nieder und Heike stülpt sich die Kapuze ihrer Windjacke mit Schicksen-Logo über den Kopf. Noch 30 Minuten bis zum Anpfiff. Alle leeren hastig ihre Bierbecher. Schließlich gilt es, den angestammten Platz auf der Südtribüne zu besetzen "Da ist es auch wärmer" sagt die Schicksen-Chefin.

Die meisten Schicksen sind Teil der berühmten "Gelben Wand". Block 13, mitten im Getümmel unter 20.000 Borussia-Fans. "Stehplatz muss sein" erklärt Heike, während sie mir die Dauerkarte eines Kumpels in die Hand drückt, die sie mir organisiert hat "Ich könnte während eines Spiels ohnehin nicht still sitzen."

Doch bevor es auf die Ränge geht, müssen zunächst Rituale gepflegt werden. Erst wird Uschi verabschiedet, die nicht im Block steht. Ein paar Meter weiter werden die anderen geherzt, die noch weiter zu Block 15 müssen. "Rituale sind nicht nur was für Männer" betont Heike, "wir machen das immer so. Da gibt es einen genau festgelegten Ablauf." Und der sieht nun vor, dass die Toiletten aufgesucht werden.

Schlampig gespielt

Als das Spiel angepfiffen wird, stehen wir dicht an dicht gedrängt. Man kennt sich auf der Süd. Heike greift in ihre Tasche, holt ein BVB-Klebe-Tattoo hervor und pappt es sich auf die Wange. "Schick, was?" grinst sie und richtet ihren Blick wieder auf den Platz, auf dem die ersten Spielzüge laufen.

Neben ihr steht Schickse Katja und fiebert sichtlich mit – wenn auch eher dezent. Laut sind die Frauen alle nicht. Zumindest nicht, verglichen mit den männlichen Fans sie herum. Hinter uns brüllt ein stämmiger Herr in Kutte immer wieder Anweisungen an Mannschaft und Schiedsrichter aufs Spielfeld.

In der 28. Minute trifft die Gastmannschaft. Lange Gesichter bei den Schicksen. Heike ist enttäuscht: "Die spielen schlampig, unkonzentriert. Das wissen wir und das weiß auch Klopp. Ich hoffe der wird denen in der Kabine was dazu sagen."

[...weiter in Teil 2 "Das richtige Timing beim Toilettenbesuch"](#)

Dieser Artikel

[Seite 1 "Die Schicksen von der Süd"](#)

[Seite 2 "Das richtige Timing beim Toilettenbesuch"](#)

[Seite 3 Unterwegs mit den BVB-Schicksen \(Video\)](#)

Mehr zum Thema

[Ausgerechnet Robben: Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison](#)

[>zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jmds-Logout](#) | [Bearbeiten](#)



[Startseite](#)

[Im Stadion](#)

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen

Wir sind die Mädels auf den Rängen

Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd

Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison

Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion

[In den Medien](#)

[Im Geldbeutel](#)

[Im Hintergrund](#)

[Im Netz](#)

[Über mich / Kontakt](#)

19. Juli 2013

[Unterwegs mit einem Frauen-Fanclub](#)

Die Schicksen von der Süd



Ein Teil der "Gelben Wand": Die BVB-Schicksen

Seite 2/3: "Das richtige Timing beim Toilettenbesuch"

Minute 41: Robert Lewandowski zieht ab. Tor für den BVB. Die schlechte Laune auf der Tribüne ist wie weggeblasen. Die Schicksen jubeln und Heike stimmt in den Chor der singenden Fans ein. Gleich darauf dreht sie sich um: "Toilette?" fragt sie in die Runde.

Die Frauen schlängeln sich an den Ordnern vorbei Richtung Ausgang. "Das machen wir immer so" sagt Heike, während wir die stollen Treppen hinunter steigen "Bei Minute 40:09 gehen wir aufs Klo. Ist noch so'n Ritual."

Die goldene Kloschüssel

Im Dortmunder Stadion wird der TV-Kommentar per Lautsprecher in die Toiletten übertragen – damit man nichts verpasst. Gut so, denn kaum ist Heike in der Kabine verschwunden, bebt das Stadion: "44. Spielminute" ertönt die Stimme von Stadionsprecher Norbert Dickel "Tor für unseren BVB durch den Spieler mit der Nummer 18 – Nuri..."

"Sahini!" brüllt es von den Rängen.



[Gefällt mir](#)

[Dir gefällt das.](#)

Von den Toiletten hört man gleich mehrere weibliche Fans aufjubeln. Kaum 60 Sekunden danach donnert erneut das ohrenbetäubende Aufheulen von der Süd herüber. Lewandowski hat in der 45. Minute das 3:1 für Borussia Dortmund geschossen.

Augenblicke später tänzelt Heike mit den Armen wedelnd aus der Kabine. "Ich sag's ja – das haben wir schon ein paar Mal gehabt, dass die ein Tor machen, wenn wir aufs Klo gehen. Aber gleich zwei! Der Hammer!"

Auch als wir uns zur zweiten Hälfte wieder in den Block drängeln, ist das Grinsen noch nicht aus Helkes Gesicht verschwunden: "Man sollte uns echt die goldene Kloschüssel verleihen."

Der Spieltag endet nicht mit dem Abpfiff

Nach Spielende treffen sich die Schicksen und ihre Männer wieder gemeinsam hinter Block 13. In Hälfte zwei haben Sahin und Bittencourt zum 5:1 Endstand getroffen. Die Stimmung ist ausgelassen. Heike drückt mir ein weiteres Bier in die Hand: "Oft sind wir hier die letzten, die vom Sicherheitspersonal raus gekehrt werden. Auch das gehört dazu."

Doch so weit kommt es heute nicht. Die Gruppe macht sich auf zurück ins Stadion Rote Erde - "einen Absacker trinken". Wie immer. Anschließend geht es weiter in die BVB-Fankneipe "Anno 1909". Wie immer.

Während die übrigen Schicksen gemeinsam mit anderen Fans feiern, findet Heike die Ruhe mir mehr über ihren Fanclub zu erzählen.

"Es gibt sogar eine Schalkerin bei uns" sagt sie und muss lachen "sie ist auch Fan der Dortmunder Amateure und uns stört nicht, dass sie eigentlich eine Königsblau ist." Hass kennt man bei den Schicksen nicht - auch nicht gegen die vermeintlichen Todfeinde aus "Herne-West". Mit Aggression oder Gewalt könne man bei den Schicksen nichts anfangen, erklärt Heike. Solche Leuten würde man auch nicht in den Fanclub aufnehmen.

"Wir wollten ohnehin nie ein Riesenheim sein, mit über 200 Mitgliedern" betont sie, "auch wenn es genug Anfragen gibt – sogar von Männern."

[...weiter in Teil 3 "Unterwegs mit den BVB-Schicksen" \(Video\)](#)

Dieser Artikel

[Seite 1 "Die Schicksen von der Süd"](#)

[Seite 2 "Das richtige Timing beim Toilettenbesuch"](#)

[Seite 3 "Unterwegs mit den BVB-Schicksen \(Video\)"](#)

Mehr zum Thema

[Ausgerechnet Robben: Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Startseite 19. Juli 2013

Im Stadion Unterwegs mit einem Frauen-Fanclub

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen f Facebook

Wir sind die Mädels auf den Rängen Gefällt mir f Dir gefällt das.

Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd

Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison

Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

Die Schicksen von der Süd

Die Schicksen von der Süd - Unterwegs mit einem

Seite 3/3: "Unterwegs mit den BVB Schicksen"

Reportage und Video: Jennifer Dacqué

Dieser Artikel

[Seite 1 "Die Schicksen von der Süd"](#)

[Seite 2 "Das richtige Timing beim Toilettenbesuch"](#)

Seite 3 Unterwegs mit den BVB-Schicksen (Video)

Mehr zum Thema

[Ausgerechnet Robben: Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison](#)

[>zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#) [Jmds-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Artikel: Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison



Startseite

Im Stadion

Von Rollenbildern
und falschen
Stereotypen

Wir sind die Mädels
auf den Rängen

Frauenfanclub: Die
Schicksen von der
Süd

**Bayern-Fan Conny
über ihre Triple-
Saison**

Top/Flop
Männermeinungen
zu Frauen im
Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

05. September 2013

Bayern-Fan Conny Schneider über ihre Triple-Saison



Gefällt mir

Dir gefällt das.

Ausgerechnet Robben!



Conny Schneider und ihre Bayern-Trikot-Sammlung

Als Bayernfan muss man sich immer erklären: Warum die Bayern? Bist du auch einer dieser Erfolgsfans? Als Frau sind's wohl eher die Waden von Pizarro, die dir gefallen, was? Spätestens dann bin ich raus aus der Unterhaltung.

19. Mai 2012

Stille. Eine Stille, die so entsetzlich laut in meinen Ohren klingt. Überall um mich herum herrscht Fassungslosigkeit, Entsetzen, Trauer. Neben mir ist ein Mann auf den Rasen gefallen. Seine Schultern bebten. Vorhin ist der Fremde mir noch um den Hals gefallen. Bei Müllers erlösendem 1:0 in der 83. Minute.

Ich will nur noch weg, raus aus dem Olympiastadion, raus aus München. Es sollte die Nacht der Nächte werden: die Entschädigung für zwei titellose Jahre und der große Triumph, der alles andere vergessen macht. Ich wollte es so sehr und jetzt ist da nichts, nur noch diese Leere. "Es ist doch nur Fußball", werden mich Kollegen in den nächsten Tagen versuchen aufzubauen. Der Satz, den ich am allerwenigsten hören mag. Denn es ist nicht nur Fußball. Es ist so viel mehr als das.

11. Mai 2013

Bayern! Bayern! Bayern! Das Echo hallt über den Marlenplatz. Dabei ist das Eintreffen des Meisters auf dem Rathausbalkon noch viele Stunden entfernt. "Wir sind schließlich nicht die Größen und ich will ja auch was sehen", hatte meine Mutter gesagt. Deshalb stehen wir bereits um 14.30 Uhr in erster Reihe vorm Rathaus - wie die Groupies einer Boyband. Ich (28) und meine Mutter (64) - verrückt.

Verrückt wie die gesamte Saison. Nach den ersten hohen Siegen gegen Stuttgart und Düsseldorf war ich erfreut aber zurückhaltend. Selbst als die Bayern mit einer neuen ungeahnten Selbstsicherheit einen Rekord nach dem nächsten aufstellten, fehlte in mir drin doch eins: die Zuversicht. Wenn einen das unsägliche "Finale dahoam" eins gelehrt hat, dann dass man sich niemals zu sicher sein sollte.

Doch nicht nur auf, sondern auch neben dem Platz sorgten die Bayern für Aufsehen. Nicht nur durch Personalien wie Martínez, Guardiola und Götze, sondern auch durch den Steuerbetrug von Uli Hoeneß, der mich bitter enttäuschte.

Neben meiner Mutter steht ebenfalls in der ersten Reihe eine Frau mit schlohweißen Haaren, die ihr entschieden den Rang als ältester Fan in der ersten Reihe abgelaufen hat. "Ich bin jedes Jahr hier", sagt sie und fügt augenzwinkernd hinzu: "Also – bis auf die letzten beiden Jahre."

Die zwei Jahre haben Spuren hinterlassen. In der Selbstverständlichkeit und dem Stolz eines jeden Bayernfans. Auf einmal war sie weg, die Vormachtstellung. Voller Neid schielte ich damals auf das Tun der Dortmunder. Ich tat meinen Unmut trotz kund, indem ich die Leine im Waschekeller (den wir unter anderem mit BVB-Anhängern teilen) mit unzähligen Bayernshirts und -trikots behing und damit mein "Revier" absteckte.

[...weiter in Teil 2 "Das Triple ist greifbar"](#)

Dieser Artikel

Seite 1 ["Ausgerechnet Robben!"](#)
Seite 2 ["Das Triple ist greifbar"](#)

Mehr zum Thema

Die Schicksen von der Süd: [Unterwegs mit einem Frauen-Fanclub](#)
[Von Rollenbildern und falschen Stereotypen: Weibliche Fans im Männerfußball](#)

Kommentare: 0

Es sind noch keine Einträge vorhanden.

[>zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Ansicht](#)



[Startseite](#)

[Im Stadion](#)

[Von Rollenbildern und falschen Stereotypen](#)

[Wir sind die Mädels auf den Rängen](#)

[Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd](#)

[Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison](#)

[Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion](#)

[In den Medien](#)

[Im Geldbeutel](#)

[Im Hintergrund](#)

[Im Netz](#)

[Über mich / Kontakt](#)

05. September 2013

Bayern-Fan Conny Schneider über ihre Triple-Saison

Ausgerechnet Robben!



Conny Schneider und ihre Bayern-Trikot-Sammlung

Seite 2/2: "Das Triple ist greifbar"

Meine Trikots ziert seit Langem die Nummer 10: Arjen Robben. Ich kann mich noch zu gut an die Priffe der eigenen Fans beim Freundschaftsspiel zwischen Bayern und den Niederlanden erinnern – es war das Spiel nach dem verlorenen Finale. Wo war damals die Solidarität, die ich bei den Bayernanhängern stets geschätzt habe? Wo war da das viel gepriesene "Mia san mia"? Für mich war es unbegreiflich zu erleben, dass ein Spieler, der so viel für diesen Verein geleistet hatte, zum Sündenbock für alles gemacht wurde. Wie sehr wünschte ich gerade ihm, der in diesem Jahr so viel Zeit auf der Bank hatte absitzen müssen, das goldene Tor, das alle Zweifler und Kritiker Lügen strafen würde.



[Gefällt mir](#) [Dir gefällt das.](#)

Als wir schließlich endlich um 21 Uhr unsere Helden auf dem Balkon feiern, fühle ich eine Welle des Glücks und der Genugtuung durch mich hindurch rauschen. Aber da ist noch etwas: der Wunsch nach mehr. Und ich sehe es in den Blicken einiger Spieler. Schweinsteiger, Robben - sie sind glücklich, aber sie sind hungrig. Das hier ist noch nicht alles. Noch steht das Champions League-Finale bevor, noch das DFB-Pokal-Finale. Das Triple ist greifbar. Und die Zeit ist reif.

11. Mai 2013

Ich liege auf dem Rücken. Mein ganzer Körper zittert, obwohl die ganze Anspannung doch jetzt abfallen müsste. Mein Gesicht ist so rot, dass es mit Heynckes und Hoeneß mithalten kann. Und es ist nass. Tränen oder Schweiß? Beides. Mein Hals ist rau. Es ist vollbracht: Champions League-Sieger. Und ausgerechnet Robben - ich wusste es. Nein, Ich wusste gar nichts, ich habe einfach nur inständig gehofft. Obwohl ich mir nach 2012 verboten habe zu träumen.

Mein Kopf weigert sich noch, das alles zu begreifen. Das braucht noch Zeit. Mehr Zeit als diese lange Nacht, die nun vor mir liegt. Mehr als die Woche, die das DFB-Pokal-Finale noch entfernt ist. Das Triple? Wäre ein Bonus. Jetzt zählt nur das Hier und Jetzt. Der große Pott mit den Ohren. Ich sehe wie ihn die Mannschaft in die Höhe stemmt und weiß, dass das hier ein Moment ist, den ich festhalten muss, weil ich ihn so vielleicht nie mehr erleben werde. Dies ist eine Mannschaft, die Geschichte geschrieben hat. Die aufgestanden ist anstatt zu resignieren. Die nicht nur sich selbst aus dem tiefen Tal der Tränen befreit hat, sondern auch uns - die Fans.

Cornelia Schneider

Dieser Artikel

[Seite 1 "Ausgerechnet Robben!"](#)
[Seite 2 "Das Triple ist greifbar"](#)

Mehr zum Thema

Die Schicksen von der Süd: [Unterwegs mit einem Frauen-Fanclub](#)
Von Rollenbildern und falschen Stereotypen: [Weibliche Fans im Männerfußball](#)

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Artikel: Die 11 Top / Flop Männermeinungen



fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen

Wir sind die Mädels auf den Rängen

Frauenfanclub: Die Schicksen von der Süd

Bayern-Fan Conny über ihre Triple-Saison

Top/Flop Männermeinungen zu Frauen im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

27. September 2013

Das denken Männer über Frauen im Stadion

Die 11 Top und Flop Meinungen



Bangten Männer um ihre "Bastion der Männlichkeit"?

Insbesondere in den vergangenen 20 Jahren ist der Frauenanteil in den Stadien deutlich gestiegen. Haben die Männer jetzt Angst um ihre "Bastion der Männlichkeit"? Im Internet sind die Fans geteilter Meinung.*

Top

1. Also bei uns sind ein paar Frauen aktiv sehr sogar, aber leider werden sie nicht von jedem anerkannt was eigentlich schade ist denn sie besitzen mehr potenzial als manch ein Mann.
(User "HopperNRW" auf [ultras.ws](#) auf die Frage, ob es denn auch Frauen in der Ultra-Fanszene gäbe)
2. Die Zeiten, in denen fast nur Männer da waren, sind schon lange vorbei und das ist auch gut so. Es würde doch echt was fehlen. Fußball gucken, Kölsch in der Hand und 'nen Mädels im Arm. Was braucht Mann denn mehr um glücklich zu sein?
(User "formosa" auf [community.fortuna-koeln.de](#))
3. Kann man nur begrüßen. Frauen an die Macht! Wir Männer haben bewiesen, dass wir nichts draufhaben.
(User "Koça Engin" auf [balkanforum.info](#) über eine Entscheidung des türkischen Verbands, beim Heimspiel von Fenerbahce gegen Manisaspor in der Süper Lig weibliche Fans und Kinder kostenlos ins Stadion zu lassen und Männer aufgrund von wiederholten Ausschreitungen auszuschließen.)
4. Den "Frauen-Boom" sehe ich eher positiv. Fußball ist kein reiner Männersport mehr. Gerade durch die Erfolge der Frauen-Nationalmannschaft ist der Fussl auch für das weibliche Geschlecht interessanter geworden. Viele Vereine erweitern ihr Angebot und bieten mehr und mehr Mädchenmannschaften an. Dass diese dann natürlich auch Arminia-Fans werden, liegt schon aufgrund der Lokaltät auf der Hand.
(User "Jaysus" im Forum von [transfermarkt.de](#))
5. Die steigende Zahl weiblicher Fußballfans und mehr Übertragungen von Frauenfußballspielen können generell nur eine gute Sache sein. Ich liebe es, wenn ein Mädchen genauso eine Leidenschaft für Fußball hat wie ich. Das heißt nämlich, dass ich keine Fragen wie "Warum regst du dich so über 22 Typen auf, die einen Ball herum kicken?" beantworten muss. Außerdem ist ein Mädchen, das mein Team unterstützt, für mich automatisch attraktiv!
(User "Kalce" auf [reddit.com](#), übersetzt aus dem Englischen)

Facebook
Twitter

✓ Gefällt mir

↳ Dir gefällt das.

151

Flop

1. Also ich finde Frauen im Stadion so weit sinnvoll, wenn sie Bier holen gehen, damit Männer keine Tore mehr verpassen, oder auch um Sachen (Drogen, Wurfgegenstände etc.) hinein zu schmuggeln, da sie weniger hart kontrolliert werden und mehr Versteckungsmöglichkeiten haben.
(User "Wolff S." im forumromanum.com)

2. Ja und wer kocht dann und macht die Wäsche?
(User "tzuheita" auf mzee.com über Frauen, die samstags zum Fußball gehen)

3. Der Frauenanteil in den Fussball-Arenen ist bei diversen Klubs schon bei 30 Prozent angekommen. Tja und man(n) beachte mal die Scheiss-Stimmung in diesen Arenen... Weil Frauen einfach immer noch zu wenig bis gar nichts zur Stimmung beitragen.
(User "Holländer" im fcbforum.ch)

4. Frauen gehören nachhause zu den Kochtöpfen.
(User "Snake Plissken 2021" im fc-forum.net)

5. Ja aber 90% der frau die ins stadion geh schaun nicht wirklich bezaubernd aus. außer man steht halt auf sau proleten.
(User "seppi" im forum.hool-ultras.de)

6. Was mich nervt, sind die Weiber beim Fußball. Seit wann haben die als Fans dort was zu suchen? Man sieht viele hysterische Weiber.
(User "Klopperhorst" auf politikforen.net, gefolgt von der zweifelhaften Antwort des Users "Krabat": Bist Du schwul? Was hast Du gegen weibliche Fans?)

** Zu dieser Aufstellung sei gesagt: Ich habe auch männliche Fans vor verschiedenen Fußballstadien befragt und habe durchweg "Top"-Antworten bekommen. Die Tatsache, dass ich als Interviewerin eine Frau bin, hat unter Umständen dazu beigetragen. Denn soviel sei gesagt: Im Netz überwogen die negativen Aussagen zu Frauenfans deutlich die positiven. Jeder mag (und soll!) sich seine eigene Meinung zu diesem Thema bilden.*

zusammengestellt von Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen: Weibliche Fans im Männerfußball

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

Senden

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Übersichtsseite „In den Medien“


fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben

Die erste Frauenstimme im TV-Fußball

Fraueendarstellung in Medien

Traumjob Sportreporter?

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

In den Medien




✓ Gefällt mir  Dir gefällt das.

Frauen sind in der Fußballberichterstattung schon lange keine Seltenheit mehr, dennoch bleiben sie eine Minderheit. Woran liegt das? Interessieren sich Frauen weniger für diesen Beruf? Hier berichten renommierte Sportjournalistinnen über ihre Erfahrungen. Außerdem: Ein Blick auf die Darstellung weiblicher Fußballfans in den Medien.

Ulrike von der Groeben über Frauen und Fußball

Und jetzt zum Sport...



...mit Ulrike von der Groeben. Bereits seit über 20 Jahren vermeldet sie an der Seite von Peter Kloeppel bei RTL *aktuell* die neuesten Meldungen rund um Fußball, Boxen und Formel1. Im Interview spricht sie über Frauen, Fußball und den Sportjournalismus... [zum Video](#)

Die erste Frauenstimme im TV-Fußball

"WM-Finale? Würde ich gerne machen!"



Christina Graf ist die erste Frau, die im deutschen Fernsehen Fußballspiele kommentiert. Gegen 1.200 Bewerber hat sich die ehemalige Bundesliga-Spielerin bei einem Casting durchgesetzt... [zum Audio](#)

Fraueendarstellung in den Medien

Deutschland-Bikini trifft Waschmaschine



Während Frauen im Kontext Fußball bis vor einigen Jahren in den Medien überhaupt nicht stattfanden, hat sich das Bild inzwischen geändert. Doch nicht immer ist das Ergebnis so, wie es sich weibliche Fans wünschen würden... [weiter](#)

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek

Unser Job ist nicht nur "hübsch auszusehen"



Sie steht nicht nur regelmäßig als Reporterin am Spielfeldrand, sondern auch an der Seite von Ulli Potofski bei "Mein Stadion": Esther Sedlaczek spricht über ihre Fußballleidenschaft und Vorurteile gegen weibliche Sportjournalisten... [weiter](#)

Antworten von Katrin Müller-Hohenstein

Traumjob Sportreporter?



"In einem guten Sportjournalisten muss es brennen" sagt die Moderatorin des Aktuellen Sportstudios. Doch ohne Talent geht es in diesem Job auch nicht. Katrin Müller-Hohenstein beantwortet Fragen zum "Traumjob Sportreporter"... [zum Video](#)



[>zurück zur Startseite](#)

Video: Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben



Startseite

Im Stadion

In den Medien

Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben

Die erste Frauenstimme im TV-Fußball

Frauendarstellung in Medien

Traumjob Sportreporter?

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

10. August 2013

Ulrike von der Groeben über Frauen und Fußball

[Gefällt mir](#) [Dir gefällt das.](#)

Und jetzt zum Sport...



...mit Ulrike von der Groeben. Bereits seit über 20 Jahren vermeldet sie an der Seite von Peter Kloeppel bei *RTL aktuell* die neuesten Meldungen rund um Fußball, Boxen und Formel1. Im Interview spricht sie über Frauen, Fußball und den Sportjournalismus.

Video: Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

[Traumjob Sportreporter? Antworten von Katrin Müller-Hohenstein \(Video\)](#)

Kommentare: 0 [Kommentar schreiben](#)

 **fussballfreundinnen** #1

Eintrag:

[>zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Audio: Die erste Frauenstimme im TV-Fußball – Christina Graf



Startseite
Im Stadion
In den Medien
Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben
Die erste Frauenstimme im TV-Fußball
Frauendarstellung in Medien
Traumjob Sportreporter?
Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek
Im Geldbeutel
Im Hintergrund
Im Netz
Über mich / Kontakt

16. September 2013
Die erste Frauenstimme im TV-Fußball
"WM-Finale? Würde ich gerne machen!"
"WM-Finale? Würd ich gerne machen!" - Die erste
„WM-Finale? Würde ich gerne machen!“
0:00 / 3:39
YouTube

Facebook Twitter
Gefällt mir Dir gefällt das.

Christina Graf ist die erste Frau, die im deutschen Fernsehen Fußballspiele kommentiert. Gegen 1.200 Bewerber hat sich die ehemalige Bundesliga-Spielerin bei einem Casting durchgesetzt.

Audio: Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema
[Traumjob Sportreporter? Antworten von Katrin Müller-Hohenstein \(Video\)](#)
["Unser Job ist nicht nur hübsch auszusehen" Esther Sedlaczek über Vorurteile gegen Sportjournalistinnen](#)

Kommentare: 0 [Kommentar schreiben](#)

fussballfreundinnen #1
Eintrag:
[Empty text box]
[Senden] [ausloggen]

[>zurück zur Startseite](#)

Impressum | Datenschutz | Druckversion | Sitemap [Jindo-Layout](#) | [Bearbeiten](#)

Artikel: Frauendarstellung in den Medien


fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben

Die erste Frauenstimme im TV-Fußball

Frauendarstellung in den Medien

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek

Traumjob Sportreporter?

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

17. Oktober 2013

Frauendarstellung in den Medien







Deutschland-Bikini trifft Waschmaschine



ab 10. Juli 

Originalien oder daneben? Ein Webspot sorgte für Aufregung (Foto: Screenshot ZDF)

Während Frauen im Kontext Fußball bis vor einigen Jahren in den Medien überhaupt nicht stattfanden, hat sich das Bild inzwischen geändert. Doch nicht immer ist das Ergebnis so, wie es sich weibliche Fans wünschen würden.

Er war das Aufregertema der Frauenfußball-Europameisterschaft 2013: Ein Werbespot des ZDF für die Übertragungen der Spiele sorgte vor allem unter Feministen für große Empörung. Stein des Anstoßes: Eine Spielerin schoss im Spot zielsicher einen Ball in eine Waschmaschine. Sexistisch sei das, argumentierten viele, Frauen selbst im Kontext Fußball zum Hausmütterchen zu degradieren, das sich eigentlich besser um Kinder, Küche und – in diesem Fall – die Wäsche kümmern solle. Andere fanden die Aufregung völlig übertrieben. Unbestritten ist jedoch, dass sich deutsche Medien mit dem Thema "Frauen im Fußball" noch immer schwer tun. Man möchte zeigen, dass Frauen Teil dieses Sports sind, verzettelt sich aber regelmäßig mit der Form der journalistischen oder werblichen Darstellung.

Die schönsten Fans der WM

So können sich Leser oder Internetnutzer sicher sein, pünktlich zu jedem großen Fußballturnier eine Aufstellung der "schönsten Fans der Welt" von ihrer regionalen Zeitung serviert zu bekommen. In diesen Fotostrecken sieht man allerdings niemals Männer mit Waschbrettbauch und gewinnendem Lächeln. Stattdessen sind es schwedische, brasilianische oder deutsche Damen mit langen Mähnen und im knappen Landesfarben-Bikini. Hier hält sich die Empörung von Frauenrechtlern allerdings in Grenzen. Vielleicht, weil man sich an solche Aufstellungen bereits gewöhnt hat? Oder liegt es daran, dass Frauen, die sich so kleiden und fotografieren lassen um ihre erotische Wirkung wissen und dazu stehen? Vielleicht ist es aber auch die Struktur in den Redaktionen, die solche Fotostrecken in Auftrag geben: Das Journalistische Ressort "Sport" ist nach wie vor jenes mit dem niedrigsten Frauenanteil überhaupt. Während sich in den Politik- und Wirtschaftsredaktionen immer mehr Frauen etablieren, bleibt der Sport weiterhin männlich dominiert. Zwar sieht man in Sportübertragungen immer öfter Frauen vor der Kamera, ihr Anteil unter den Redakteuren lag bei der letzten Untersuchung 2005 jedoch bei gerade einmal 29 Prozent.

Fußball ist keine Ausnahme

Kritik an der medialen Darstellung von Frauen im Kontext Fußball ist zwar manchmal durchaus angebracht, sollte aber auch im Verhältnis betrachtet werden.

In Zeiten, in denen selbst Margarine-Hersteller mit nackten Frauen werben, nimmt sich die zeitweise unpassende Darstellung weiblicher Fußballfans als geradezu harmlos aus. Die Frage sollte also nicht lauten: "Warum schießt die Spielerin im ZDF-Spot ausgerechnet in eine Waschmaschine?" sondern "Warum halten Medien generell so stur an Geschlechterstereotypen fest?"

Die Antwort ist einfach: Weil die Gesellschaft es tut.

Auch Frauen neigen in ihren eigenen Mediendomänen zur Diskriminierung der Männer. Man braucht nur einmal eine Frauenzeitschrift aufzuschlagen. Denn dort werden Männer häufig als plumpe Dummköpfe dargestellt, die nicht in der Lage sind besagte Waschmaschine zu bedienen.

Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen: Weibliche Fans im Männerfußball

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Video: Traumjob Sportreporter? Antworten von Katrin Müller-Hohenstein



fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben

Die erste Frauenstimme im TV-Fußball

Frauendarstellung in Medien

Traumjob Sportreporter?

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

25. August 2013

Antworten von Katrin Müller-Hohenstein

Traumjob Sportreporter?



0:00 / 9:15

"In einem guten Sportjournalisten muss es brennen" sagt die Moderatorin des Aktuellen Sportstudios. Doch ohne Talent geht es in diesem Job auch nicht. Katrin Müller-Hohenstein beantwortet Fragen zum "Traumjob Sportreporter".

Video: Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

[Und jetzt zum Sport... Ulrike von der Groeben über Frauen und Fußball \(Video\)](#)

Kommentare: 0 [Kommentar schreiben](#)

fussballfreundinnen #1

Eintrag:

[Senden] [ausloggen]

[>zurück zur Startseite](#)

[f](#) [t](#)

Gefällt mir [f](#) Dir gefällt das.

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Interview: SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek


fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben

Die erste Frauenstimme im TV-Fußball

Frauendarstellung in Medien

Traumjob Sportreporter?

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

23. September 2013

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlaczek




Unser Job ist nicht nur "hübsch auszusehen"



Esther Sedlaczek gehört zur neuen Frauen-Offensive bei SKY

Sie steht nicht nur regelmäßig als Reporterin am Spielfeldrand, sondern auch an der Seite von Ulli Potofski bei "Mein Stadion": Esther Sedlaczek spricht über Ihre Fußballleidenschaft und Vorurteile gegen weibliche Sportjournalisten.

fußballfreundinnen.de: Frau Sedlaczek, wann haben Sie Ihre Leidenschaft für den Fußball entdeckt?

Esther Sedlaczek: Ich war schon mit zwölf das erste Mal im Stadion. Da mein Vater kein großer Fußballfan ist, habe ich irgendwann meine Mutter genötigt mit mir zu einem Spiel zu gehen. Fußball ist ein Sport, der dich automatisch mitreißt. Die ganzen Emotionen, mit wie viel Leidenschaft die Zuschauer dabei sind und wie spannend das Ganze ist – das hat mich sofort gepackt.

Ihr Beruf, der Sportjournalismus, ist auch heute noch eine Männerdomäne. Glauben Sie, dass Frauen in diesem Job kritischer beäugt werden?

Also ich habe von meinem Team bei SKY von Anfang an eine tolle Unterstützung erfahren. Ich gehe meinen Weg und auf diesem Weg sind Fehler erlaubt – auch wenn man eine Frau ist. Ich sage immer: Jeder Mann, der noch so fußballbegeistert ist und diesen Job anfängt, macht auch seine Fehler. Dafür Kritik zu ernten ist ganz normal. Ich höre allerdings nur hin, wenn es sich um konstruktive Kritik handelt. Jedem, der mir einfach nur meine Fehler aufzählt, kann ich nur entgegnen: Ich möchte dich sehen, wie Du als gemachter Profi deinen ersten Job erledigst.

Ist es Ihrer Meinung nach schwierig, sich als Frau gegen die männliche Konkurrenz im Sportjournalismus durchzusetzen?

Für mich persönlich war es nicht schwierig. Ich denke, wenn dir ein Interviewpartner oder Kollege gegenüber steht und merkt, dass du gut vorbereitet bist, dich mit der Sache auskennst und – ganz wichtig – dich für den Sport begeisterst, dann wirst du automatisch akzeptiert. Ich hatte noch nie eine Situation in der ich das Gefühl hatte, dass mich ein Trainer oder Spieler nicht ernst nimmt.

Glauben Sie, dass Frauen bei provokanten Fragen an Trainer oder Spieler manchmal "milder" behandelt werden?

Das kann man schwer sagen. Schließlich weiß man nicht, wie der Gesprächspartner bei einem männlichen Kollegen reagiert hätte. Aber ich wurde durchaus schon bei Interviews angefahren. Fußball ist eben ein sehr emotionales Spiel. Da gelingt es Trainern oder Spielern nicht immer, ihrem Gegenüber sachlich und professionell zu erklären, was falsch gelaufen ist. Wenn man sich über die eigene oder die Schiedsrichterleistung ärgert und der Reporter dann auch noch eine provokante Frage stellt, dann bekommt er eben einen mit. Das ging mir auch schon so.

Man muss in solchen Situationen abwägen können, inwiefern dieser Angriff persönlich gemeint ist – und meistens ist er das nicht. Trotzdem braucht man durchaus ein dickes Fell in diesem Geschäft.

Woran liegt es Ihrer Meinung nach, dass sich heute immer mehr Frauen im Sportjournalismus durchsetzen?

Ich bin mir nicht sicher. Da müsste man mal diejenigen fragen, die solche Personalentscheidungen treffen.

In erster Linie liegt es wohl daran, dass sich sehr viele Frauen für das Thema interessieren. Ich glaube allerdings nicht, dass wir eingesetzt werden, um mehr Frauen vor die Fernsehgeräte zu locken.

Viel mehr würde mich interessieren, wie wir bei den männlichen Zuschauern ankommen und ob sie uns inzwischen vielleicht sogar lieber sehen als die männlichen Kollegen. Da müsste man mal eine Umfrage machen.

[...weiter in Teil 2 "Das Feedback ist sehr positiv"](#)

Dieser Artikel

Seite 1 ["Unser Job ist nicht nur hübsch auszusehen"](#)

Seite 2 ["Das Feedback ist sehr positiv"](#)

Mehr zum Thema

Traumjob Sportreporter? Antworten von Katrin Müller-Hohenstein [\(Video\)](#)

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)



[Startseite](#)

[Im Stadion](#)

[In den Medien](#)

Und jetzt zum Sport... mit Ulrike von der Groeben

Die erste Frauenstimme im TV-Fußball

Frauendarstellung in Medien

Traumjob Sportreporter?

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlacek

23. September 2013

Gespräch mit SKY-Moderatorin Esther Sedlacek



Gefällt mir

Dir gefällt das.

Unser Job ist nicht nur "hübsch auszusehen"



Esther Sedlacek gehört zur neuen Frauen-Offensive bei SKY

Seite 2/2: ["Das Feedback ist sehr positiv"](#)

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

Apropos Zuschauer: Gibt es denn viel Feedback auf Ihre Arbeit am Spielfeldrand oder bei "Mein Stadion"? Und wie sieht das aus?

Sehr, sehr positiv. Ich bekomme sogar manchmal Fanpost (*schmunzelt*), worüber ich mich sehr freue. Darin heißt es dann meistens: "Gute Fragen, guter Job". Es gibt zwar zwischendrin auch ein paar negative Aussagen, aber das findet hauptsächlich in sozialen Netzwerken wie Facebook statt. Hassmails habe ich auch noch keine bekommen.

So viel positives Feedback bekommt man sicherlich auch nur, wenn man seinen Job gut macht. Insofern können Sie sich wohl selbst auf die Schulter klopfen.

(lacht) Stimmt. Mir sind solche Reaktionen sehr wichtig, denn als Sportjournalistin wird man schon häufig auf seine Optik beschränkt.

Ich saß mal in der Talkshow von Markus Lanz und musste mich mit Michael Schulz (ehemaliger Fußballnationalspieler, d. Red.) auseinandersetzen, der behauptete, wir Frauen würden diesen Job alle nur haben, weil wir gut aussehen. Dieses Gefühl habe ich bei den Feedbacks eben nicht.

Es ist schon schade so etwas zu hören. Wenn man seinen Job gerne und professionell macht, dann möchte man auch dafür anerkannt werden. Ich kann mit Leuten nichts anfangen, die behaupten, wir stünden nur am Spielfeldrand weil wir hübsch sind. Immerhin ist unser Job ja nicht damit getan, nett in die Kamera zu lächeln.

Heute müssen Sie an Spieltagen meistens arbeiten. Haben Sie denn an einem freien Wochenende trotzdem noch Lust ins Stadion zu gehen?

Ich bin sogar richtig glücklich darüber, wenn ich mal ein Wochenende frei habe. Dann kann ich ins Stadion gehen und ein Spiel wirklich als Zuschauer miterleben. Wenn man sich ein Match im Rahmen des Jobs anschaut, dann erlebt man es ganz anders. Man schaut viel genauer hin und auch viel professioneller. Auf den Presseplätzen haben wir gleich drei Bildschirme, auf denen wir Spielszenen noch einmal analysieren und aufarbeiten können.

Als einfacher Zuschauer hingegen, kannst du im Stadion zu sitzen, mit einem Bier und einer Brezel in der Hand und alles auf dich wirken lassen. Das ist etwas ganz anderes und das genieße ich total.

Und bei welchem Verein sitzen Sie gerne mit Bier und Brezel im Stadion?

Bei Hertha BSC. Ich bin im Westen von Berlin groß geworden und da liegt das Olympiastadion ja quasi vor der Haustür.

Interview: Jennifer Dacqué

Dieser Artikel

Seite 1 ["Unser Job ist nicht nur hübsch auszusehen"](#)

Seite 2 ["Das Feedback ist sehr positiv"](#)

Mehr zum Thema

[Traumjob Sportreporter? Antworten von Katrin Müller-Hohenstein \(Video\)](#)

[> zurück zur Startseite](#)

Übersichtsseite „Im Geldbeutel“



Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Die Fußball-Kundin

Glosse: In Rosa und mit Glitzer

Fußballroman "Kurvengänge"

Buchtipps

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

Im Geldbeutel

Fußball ist ein Geschäft und wir Fans sind die Kunden. Auch Frauen wurden von den Vereinen und Firmen inzwischen als Zielgruppe entdeckt - Im Stadion, in den Fanshops und in den Buchhandlungen.

f t

Gefällt mir Dir gefällt das.

Von Damentrikot bis Ladies Lounge

Die Fußball-Kundin



Ob als Stadionbesucherinnen oder Kundinnen in den Fanshops: Die Bundesligavereine und die großen Sportartikelhersteller versuchen eine Menge um die "neue Zielgruppe Frau" zu ködern. Mal mit mehr, mal mit weniger Erfolg... [weiter](#)

Glosse

In Rosa und mit Glitzer



Männertrikot oder gar Flicker-Kutte? Pfl! Teufel! Welcher weibliche Fußballfan würde sich schon so gekleidet ins Stadion wagen? Nein. Das echte Fußball-Stöckelwild will mehr... [weiter](#)

Gespräch mit der Fußballroman-Autorin Daniela Schulz

"Kurvengänge" oder ein Leben für den FC



"Ich habe das Buch geschrieben, weil ich so was selbst gerne lesen wollte", sagt Autorin Daniela Schulz über ihren Roman *Kurvengänge*. Als Fan des 1. FC Köln stand sie selbst jahrelang auf der Tribüne – auch auswärts... [weiter](#)

Lesenswertes zum Thema

Buchtipps



Es gibt den "Ersatzbank-Knigge für Damen" oder Ratgeber mit dem Inhalt "Wie angele ich mir einen Fußballer?". Auf solche Literatur will ich lieber verzichten. Stattdessen findet Ihr hier wirklich Lesenswertes zum Thema... [weiter](#)



[> zurück zur Startseite](#)

Artikel: Die Fußball-Kundin


fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Die Fußball-Kundin

Glosse: In Rosa und mit Glitzer

Fußballroman "Kurvengänge"

Buchtipps

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

15. August 2013

Von Damentrikot bis Ladies Lounge

Die Fußball-Kundin



Auch Frauen kaufen Trikots

Ob als Stadionbesucherinnen oder KundInnen in den Fanshops: Die Bundesligavereine und die großen Sportartikelhersteller versuchen eine ganze Menge um die "neue Zielgruppe Frau" zu ködern. Mal mit mehr, mal mit weniger Erfolg.

"Kommerzialisierung" gilt unter vielen Fußballfans als regelrechtes Schimpfwort. Manch einer wünscht sich die guten alten Zeiten zurück, als Fans ihre Schals noch von Oma stricken lassen mussten und es keine zwanzig verschiedenen Designs im Fan-Shop zu kaufen gab.

Doch so sehr das "K-Wort" auch von vielen Fußballanhängern verschmäht wird: Für Frauen ist der Zwang der Vereine wirtschaftlich zu arbeiten, meist von Vorteil. Denn waren sowohl die Stadien als auch die Angebote im Merchandising vormals hauptsächlich auf Männer ausgerichtet, so hat sich das Bild heute deutlich verändert. Die Frau als Kundin ist wichtig geworden.

Es begann mit der WM daheim

Initialzündung für die Erkenntnis, dass auch Frauen etwas mit Fußball am Hut haben, war die Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Frauen standen während des "Sommermärchens" auf einmal ebenso als Fans in der Öffentlichkeit wie Männer. Und sie kauften ebenso ein.

Der Nationalmannschaftsausstatter adidas erklärt, dass die "Nachfrage nach Trikots für Frauen, die das Design des Herrentrikots tragen, seit dem Erfolg des DFB-Teams bei der WM 2006" stetig gestiegen sei. Und auch die Merchandisingabteilung des FC Bayern München bestätigt: "Nach der WM im eigenen Land haben immer mehr Frauen die Liebe zum Fußball entdeckt." Eine neue Zielgruppe für den Verkauf von Fußballprodukten war geboren – und die Nachfrage aus dieser Zielgruppe steigt bis heute kontinuierlich. Vereine und Hersteller wissen dies wirtschaftlich zu nutzen – zumindest teilweise.

Schmuck ja, Trikot nein

Die Auswahl an Fanprodukten für Damen ist inzwischen geradezu gigantisch. Vom Bikini über Logo-Ohrstecker, bis hin zu schmucken Nail-Tattoos im Vereinsbranding wird nahezu alles angeboten, was weibliche Fußballfans auch nur im Entferntesten zum Kauf animieren könnte.

Lediglich bei Trikots im Damenschnitt ist die Auswahl gering: Nur drei Vereine der ersten Fußballbundesliga bieten derzeit Trikots im Damenschnitt an (FC Bayern München, Borussia Dortmund und Schalke 04). Dies erscheint, angesichts des gestiegenen Interesses von Frauen am Fußball, recht wenig.

Dahinter steckt allerdings keineswegs Ignoranz der Hersteller und Vereine, sondern erneut das Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage. Der Sportartikelhersteller Jako, der unter anderem Eintracht Frankfurt und Hannover 96 ausstattet, erklärt, dass "sich weibliche Fans auch im Bereich der Unisex- bzw. Kindergrößen zurechtfinden und sich dieser bedienen". Das klingt einleuchtend, denn welche Frau würde schon 69 Euro für ein Damentrikot ausgeben, wenn ihr das größte Kindermodell für 15 Euro weniger auch passt.

[...weiter in Teil 2 "Frauenoptimierte Stadien"](#)

Dieser Artikel

Seite 1 ["Die Fußball-Kundin"](#)

Seite 2 ["Frauenoptimierte Stadien"](#)

Mehr zum Thema

[Glosse: In Rosa und mit Glitzer](#)

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)



[Startseite](#)

[Im Stadion](#)

[In den Medien](#)

[Im Geldbeutel](#)

[Die Fußball-Kundin](#)

[Glosse: In Rosa und mit Glitzer](#)

[Fußballroman "Kurvengänge"](#)

[Buchtipps](#)

[Im Hintergrund](#)

[Im Netz](#)

[Über mich / Kontakt](#)

15. August 2013

Von Damentrikot bis Ladies Lounge

Die Fußball-Kundin



Auch Frauen kaufen Trikots

Selbst 2/2: Frauenoptimierte Stadien

Doch nicht nur der Einzelhandel und die Fan-Shops haben durch die Weltmeisterschaft 2006 ihr Angebot für Frauen optimiert. Zahlreiche Modernisierungsmaßnahmen in den Stadien der Spielorte hatten positive Auswirkungen für Frauen.



Gefällt mir

Dir gefällt das.

Insbesondere die großen Arenen sind heute sicherer, sauberer und verfügen über mehr Damentoiletten als noch vor den Umbauten. Zwar bemängeln einige Fans, deren Zahl sei immer noch zu gering, doch dies mag vom eigenen Anspruch und vom jeweiligen Stadion abhängig sein.

Fakt ist jedoch auch, dass immer noch viele Vereine nicht genau wissen, wie groß der Frauenanteil in ihren Stadien tatsächlich ist* – ein überraschender Umstand, wenn man bedenkt, dass dies nicht nur eine wirtschaftlich interessante Information wäre, sondern auch die Abläufe am Spieltag beschleunigen könnte. Als ein Beispiel sei nur die Sicherheitskontrolle durch ausreichend viele Ordnerinnen genannt.

Kenne die Zielgruppe

Unabhängig von der Zahl der Stadionbesucherinnen, wird jedoch ebenso in anderen Bereichen offensichtlich, dass die "Zielgruppe Frau" für viele Vereine ein Buch mit sieben Siegeln ist.

Auch heute noch werden häufig Geschlechterstereotypen bemüht um weibliche Fans anzusprechen – begonnen bei rosafarbenen Merchandisingartikeln, bis hin zu speziellen "Ladies Lounges" (Werder Bremen), wo Damen "bei Kaffee, Kuchen die Heimspiele des SV Werder in einem ganz besonderen Ambiente" verfolgen können (aus einer Pressemitteilung).

Doch so ungeschickt mancher Versuch, die Zielgruppe der weiblichen Fans zu bedienen, zuweilen wirkt: Der gute Wille zählt. Und der ist, wenn auch aus kommerziellen Gründen, durchaus vorhanden.

**Fanforscher gehen von einem Anteil zwischen 25 und 30 Prozent aus*

Jennifer Dacqué

Dieser Artikel

[Seite 1 "Die Fußball-Kundin"](#)

[Seite 2 "Frauenoptimierte Stadlen"](#)

Mehr zum Thema

[Glosse: In Rosa und mit Glitzer](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Glosse: In Rosa und mit Glitzer


fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Die Fußball-Kundin

Glosse: In Rosa und mit Glitzer

Fußballroman "Kurvengänge"

Buchtipp

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

03. Oktober 2013

Glosse

In Rosa und mit Glitzer



Todschild: Rosafarbene Fanartikel für weibliche Fans

Männertrikot oder gar Flieken-Kutte? Pflü Teufel! Welcher weibliche Fußballfan würde sich schon so gekleidet ins Stadion wagen? Nein. Das echte Fußball-Stöckelwild will mehr.

Dem Fußballgott sei Dank. Die Bundesligavereine haben es endlich begriffen: Auch Frauen gehen ins Stadion und wollen dabei natürlich ihren Verein modisch repräsentieren. Während man als weiblicher Fan früher nur die Wahl zwischen insektenhaftem "Schwarz-Gelb", den Pommesfarben "Rot-Weiß", "Fauler-Fisch-Grün" oder, Gott bewahre, "Königsblau" hatte, gibt es heute eine echte Alternative: Rosa.

Das ist nicht nur stylish, sondern gefällt vereinsübergreifend allen Frauen auf den Rängen.

Das glaubt Ihr nicht? Nun, die Merchandisingabteilungen der Bundesligisten werden es schließlich besser wissen. Rosafarbene Kappen, Schals in Lila und Babyblau: Die würden wohl kaum in den Fanshops feil geboten, wenn sie niemand kaufen würde, oder? Vom FC Bayern München heißt es dazu: *"Rosa ist eine Farbe, die generell ein Stück für die Damen steht. Wir hatten unsere erste Ladies-Kollektion, die auch sehr erfolgreich war, in dieser Farbwelt."* Da haben Sie's. Der Rekordmeister wird ja wohl kaum irren.

Ein Traum aus Strasssteinen und Blümchen

Trotzdem mag es ja durchaus auch einige wenige weibliche Fans geben, die doch lieber in den Vereinsfarben gekleidet ins Stadion gehen. Für solche seltenen Einhörner haben die Bundesligavereine aber auch etwas parat: Taschen, Schmuck und andere modische Accessoires – vorzugsweise mit floralem Muster und ganz, ganz viel Glitzer. Welches Frauenherz fängt da nicht an zu jauchzen?

Nicht umsonst gibt es das geflügelte Wort: "Es ist pink, es glitzert, es ist unnütz – ICH MUSS ES HABEN!" Das gilt natürlich auch für Fußball-Fanprodukte, denn schließlich sind wir Frauen nun einmal sehr einfach gestrickt. Bereits als Kinder haben wir alle am liebsten mit der Malibu-Barbie und dem Kinder-Herd gespielt. Es kommt einer Schande gleich, dass man solche High-End-Produkte niemals auf den monatlichen "Must buy"-Listen der InStyle oder der Cosmopolitan findet. Und noch schlimmer erscheint es, dass die Vereine inzwischen kaum noch rosafarbenen Fanartikel anbieten. Es ist ein regelrechter Rückschritt ins Fußball-Mittelalter.

 Dir gefällt das.

So viele ungenutzte Möglichkeiten

Rund 470 Fanprodukte bieten alle Bundesligavereine zusammen für weibliche Fans in ihren Online-Fanshops an. Und trotzdem: Die Auswahl ist doch sehr beschränkt. Shirts, Schals, Kappen, Schmuck und Accessoires sind eben nicht alles.

Wo bleiben die Vereins-Pumps mit Zehn-Zentimeter-High-Heel und Stollen-Plateau? Warum ist noch niemand auf königsblauen Lidschatten gekommen oder eine tränenfeste Mascara-Kollektion aus AUGS-burg? Wieswegen gibt es keinen Marco-Reus-"Du-hast-die-Haare-schön"-Styllingschaum für extra starken Halt oder einen VfL-Wolfsburg-Polo für Damen mit Einparkhilfe vorne und hinten?

Hier, liebe Bundesligavereine, herrscht wirklich noch großer Nachholbedarf.

Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

Von Rollenbildern und falschen Stereotypen: Weibliche Fans im Männerfußball

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Interview: Daniela Schulz, Autorin des Fußballromans „Kurvengänge“



Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Die Fußball-Kundin

Glosse: In Rosa und mit Glitzer

Fußballroman "Kurvengänge"

Buchtipps

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

02. August 2013

Gespräch mit der Fußballroman-Autorin Daniela Schulz

"Kurvengänge" oder ein Leben für den FC



Autorin und Sportjournalistin Daniela Schulz

"Ich habe das Buch geschrieben, weil ich so was selbst gerne lesen wollte", sagt Autorin Daniela Schulz über Ihren Roman Kurvengänge. Als Fan des 1. FC Köln stand sie selbst jahrelang auf der Tribüne – auch auswärts.

fußballfreundinnen.de: Daniela, wie bist Du eigentlich auf die Idee gekommen einen Fußballroman für Frauen zu schreiben?

Daniela Schulz: Ich hätte mich immer gefreut, wenn ich irgendwann mal eine Geschichte gefunden hätte, die in diese Richtung gegangen wäre. Ich weiß aber auch, dass die Zahl der Frauen, die so einen Roman schreiben könnten, relativ gering ist – einfach weil es ihnen an Erfahrung aus "vielen Jahren zum Fußball gehen" fehlt.

Ich habe das Buch also geschrieben, weil ich so etwas selbst gerne lesen wollte. Als Kurvengänge 2004 veröffentlicht wurde, gab es im Prinzip auch gar nichts in der Richtung.

Du warst ja selbst lange in der Fußball-Fanszene unterwegs. Inwiefern ist das Buch autobiografisch?

Die Personen sind rein fiktional, aber natürlich sind mir einige Geschichten selbst passiert. Zum Beispiel diese Mädchenfreundschaft: Wir waren damals oft beim Training des 1. FC Köln am Geißbockheim, haben Kaffee getrunken und mit den Spielern gequatscht. Ein Mädchen aus dem Fanclub hat dann mit einem Spieler angebandelt und schon ging das Rumgezicke los.

Oder nehmen wir den Ärger über die Cheerleaders. Gegen die haben wir damals sogar Aktionen gestartet. Wie war das? "Miezen raus – die Show ist aus!" oder so. Du hast alle möglichen Figuren in so einer Fanszene, die du wunderbar verarbeiten kannst. Aus diesen ganzen Erfahrungen heraus hatte ich sehr schnell einen Plot im Kopf, von dem ich dachte, dass ich daraus etwas machen kann.

Wie waren denn die Reaktionen, als das Buch damals erschienen ist?

Es haben sich relativ schnell Filmfirmen gemeldet, die an dem Stoff interessiert waren. Die Umsetzung hat zwar leider nicht geklappt, aber ich glaube nach wie vor, dass die Geschichte funktioniert und auch noch in zehn Jahren funktionieren wird, weil sich die Fußball-Fanszene nicht so schnell verändert. Überrascht haben mich Rückmeldungen von jungen Männern, die das Buch gelesen haben und es gut fanden. Ich glaube darunter waren auch Schalke-Fans – tatsächlich (*lacht*). Das hat mich damals sehr gefreut.

tatsächlich (*lacht*). Das hat mich damals sehr gerreut. Es gab aber auch einen Verriss im Spiegel: "Laue Lust am knackigen Hintern", hieß er glaube ich. Da dachte ich mein Leben sei zu Ende. Aber immerhin haben sie überhaupt darüber geschrieben.

Inwiefern ist Dein Buch anders als andere Romane, die sich mit Frauen und Fußball beschäftigen?

Es gab andere Bücher zu dem Thema, die ganz furchtbar waren. Die kann man nur in die Ecke schmeißen, denn sie spielten einfach nur mit Klischees. Da merkte man schon, dass die Autoren von dieser Sache eigentlich überhaupt keine Ahnung hatten. Es ging ihnen nicht darum, die Rolle der Frau in so einer Fankultur zu reflektieren, sondern den Fußball einfach nur als Spielfläche zu nutzen. Nach dem Motto: Sexy Mann und Frau kommen irgendwie zusammen. Und genau deshalb habe ich das Buch auch für mich selber geschrieben – um vieles aufzuarbeiten was wir erlebt haben und von dem ich dachte, dass es spannend ist und man es mal erzählen muss.

Interview: Jennifer Dacqué

Leseprobe

"Du bist aber so ein richtiger Fan, oder?" fragt sie.

"Kommt darauf an, was du darunter verstehst."

"Na, so mit Schal und Trikot. Und mit Singen in der Kurve."

"Ja, ich stehe immer in der Kurve", erzähle ich, "ich supporte auch immer aktiv mit. Und ein Trikot habe ich auch." Dann erzähle ich ihr noch, dass mir weder Hitze noch Kälte etwas anhaben können, und dass ich sogar bei Regenwetter ins Stadion gehe. Dass ich kein Auswärtsspiel verpasse, und dass ich in meiner Freizeit häufig Spruchbänder male.

Louisa staunt Bauklötze. Vermutlich hatte sie sich "echte Fans" ganz anders vorgestellt. Mit versiffter Kutte und Bierflasche in der Hand. Vermutlich hat sie nicht gedacht, dass es auch Mädchen geben könnte, die sich in einer Fan-Szene engagieren.

Mehr zum Thema

Buchtipps: [Lesenswertes zu Frauen im Männerfußball](#)

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Buchtipps


fussball
freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Die Fußball-Kundin

Glosse: In Rosa und mit Glitzer

Fußballroman "Kurvengänge"

Buchtipps

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

Lesenswertes zum Thema

Buchtipps

[f](#) [t](#)



Fußballbücher gibt es viele - doch nur wenige für oder über Frauen

Es gibt den "Ersatzbank-Knigge für Damen" oder Ratgeber mit dem Inhalt "Wie angele ich mir einen Fußballer?". Auf solche Literatur will ich lieber verzichten. Stattdessen findet Ihr hier wirklich Lesenswertes zum Thema.

Belletristik

Der Zwölfte Mann ist eine Frau - Mein unerhörtes Leben als Fußball-Fan
 von Wiebke Porombka (ISBN: 3-82701-136-1)
 "Wenn du ins Stadion gehst, kommst du nach Hause."
 Experten vergleichen dieses Buch von Literaturkritikerin Wiebke Porombka bereits mit Nick Hornby's "Fever Pitch" - nur, dass es eben eine weibliche Ausgabe davon ist. Lustig, authentisch und ungeschönt beschreibt Porombka das Leben weiblicher Fußballfans.

Die Spielmacherin
 von Gaby Papenburg (ISBN: 3-74662-237-9)
 "Marie gelingt der Sprung ins Fernsehen - als Sportreporterin. Doch sie verliebt sich ausgerechnet in den allseits gefürchteten Manager eines Topteams der Bundesliga." Klar, es ist ein Frauenroman und es geht um die Liebe. Trotzdem gelingt es Gaby Papenburg sehr gut, die wunderbare Welt des Sportjournalismus in die Geschichte einzuflechten.

Kurvengänge
 von Daniela Schulz (ISBN: 3-923838-42-5)
 "Fabi (22) ist eine echte Frau zum Heiraten: Sie steht total auf Fußball. Für ein Spiel Ihres Clubs lässt sie jede Party sausen". Autorin und Sportjournalistin Daniela Schulz kombiniert in diesem Buch eine klassische "Coming of age"-Geschichte mit der Welt des Fußballs. Lustig, traurig und vor allem authentisch... zum [Interview mit der Autorin](#)





Sachbücher

Arena der Männlichkeit -

Über das Verhältnis von Fußball und Geschlecht

von *Eva Kreisky und Georg Spitaler (ISBN: 3-59338-021-8)*

"Wenn die Sportschau läuft, sitzen überwiegend Männer vor dem Fernseher, in den Vereinen haben die Herren das Sagen und der Frauenfußball fristet sein Dasein im Schatten männlicher Superstars." Die Autoren untersuchen, warum das Fußballstadion eine der letzten Enklaven der Männlichkeit ist. Soziologisch spannend.



Fußball, Frauen, Männlichkeiten -

Eine ethnographische Studie im Fanblock

von *Dr. Almut Sülzle (ISBN: 3-59339-508-8)*

"Längst ist Fußball keine reine Männersache mehr – aber die Fankultur ist immer noch männlich dominiert." Hier wird's wissenschaftlich: Dr. Almut Sülzle untersucht in diesem Buch die Männerdominanz im Fanblock und porträtiert weibliche Fans. Schwerer aber auch schwer interessanter Stoff für wirklich Interessierte.



Watching the boys play - Frauen als Fußballfans

von *Nicole Selmer (ISBN: 3-89784-237-8)*

"Kein Bundesliga-Benimmführer für Frauen, kein Verzeichnis der erotischsten Spieler der Champions League und ganz sicher keine Belehrungen über die Abseitsregel." Dieses Buch ist ohne Zweifel die Bibel zum Thema Frauen und Männerfußball. Informationen am laufenden Band - und das ganz verständlich und unterhaltsam geschrieben.



[>zurück zur Startseite](#)

Übersichtsseite „Im Hintergrund“



Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Katja kellnert beim HSV

Die Stadionsprecherin von Bayer 04

Erfahrungen einer Spielerfrau

Im Netz

Über mich / Kontakt

Im Hintergrund

Facebook Twitter
Gefällt mir Dir gefällt das.

Ob in den Vorständen der Fußballvereine, den Fanorganisationen oder den medizinischen Abteilungen: Im Fußballgeschäft trifft man hauptsächlich auf Männer. Doch gerade im Hintergrund sorgen auch viele Frauen dafür, dass alles läuft.

Katja Klimmek arbeitet in der VIP-Lounge im HSV-Stadion

Die Raute im Herzen, das Tablett in der Hand



„Fußball fand ich in etwa so spannend wie Synchronschwimmen“ sagt HSV-Fan Katja Klimmek, „bis ich meinen Job als Servicekraft in der Imtech-Arena begonnen habe“... [weiter](#)

Petra Dahl ist Stadionsprecherin bei Bayer 04 Leverkusen

"Aufgeregt bin ich immer"



Unter der Woche arbeitet sie in der Marketingabteilung von Bayer 04 Leverkusen. Doch am Spieltag tauscht sie Schreibtisch gegen Stadion: Petra Dahl ist die einzige Stadionsprecherin in der ersten Fußball-Bundesliga... [weiter](#)

Erfahrungen einer Spielerfrau

"Am schlimmsten war die Eifersucht"



Sie sind sportlich, berühmt und haben Geld: Viele Frauen träumen davon, einen Profifußballer zum Freund zu haben. Doch ganz so rosig ist die Welt der Spielerfrauen anscheinend nicht... [weiter](#)



[> zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jmda-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Gastbeitrag: Katja kellnert beim HSV



Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

**Katja kellnert
beim HSV**

Die
Stadionsprecherin
von Bayer 04

Erfahrungen einer
Spielerfrau

Im Netz

Über mich / Kontakt

26. September 2013

Katja Klimmek arbeitet in der VIP-Lounge des HSV-Stadions



✓ Gefällt mir

Dir gefällt das.

Die Raute im Herzen, das Tablett in der Hand



Der HSV ist Katjas Verein

"Fußball fand ich in etwa so spannend wie Synchronschwimmen" sagt HSV-Fan Katja Klimmek, "bis ich meinen Job als Servicekraft in der Imtech-Arena begonnen habe."

Vor etwa fünfeinhalb Jahren bin über das Internet auf die Möglichkeit gestoßen, beim HSV zu arbeiten. Bis zu diesem Zeitpunkt hatte ich ein Fußballstadion nur im Fernsehen gesehen und außerdem fand ich Fußball etwa genauso spannend wie Synchronschwimmen. Beim Vorstellungsgespräch war ich entsprechend nervös. Doch schon zwei Wochen später hatte ich meinen ersten Einsatz als Servicekraft im VIP-Bereich.

Anfangs war der Job für mich ziemlich gewöhnungsbedürftig: Ich betreue die Gäste von zwei Stunden vor Anpfiff bis etwa zweieinhalb Stunden nach Abpfiff. Ich richte das Buffet her und schenke Getränke in der Loge sowie auf der Tribüne aus. In den kalten Monaten bin ich außerdem die gute Seele mit den warmen Decken.

Die Arbeit selbst gefiel mir immer gut, doch die Tatsache, dass mir auf einmal Menschen über den Weg liefen, die ich sonst nur aus dem Fernsehen kannte, war schon schräg. Es war wirklich schwer die Leute nicht mit offenem Mund anzustarren: Schauspieler, Sänger, Sportler oder den Vorstand des HSV.

Aus einem Job wird Leidenschaft

Die Spiele liefen für mich zunächst nur nebenher, da ich mich überhaupt nicht für den Sport begeistern konnte. Meine Highlights waren zu diesem Zeitpunkt die Momente, in denen die Spieler vor dem Anpfiff zum warm machen durch ein Spalier von Fahmenträgern der Fancubs einliefen.

Mit der Zeit habe ich dann aber auch Gefallen am Fußball gefunden. Es war wie ein Automatismus. Ich habe mich auf einmal dabei erwisch, wie ich mitfieberte. Richtig bewusst wurde mir mein "Fußball-Lokalpatriotismus", als der HSV in meinem zweiten Jahr im Stadion gegen Bremen spielte, den Erzrivalen von der Weser. Über die Geschichte, die von einer speziellen Papierkugel handelt, schwelge ich mich lieber aus.

Von diesem Tag an war ich ein echter Fußball-Fan: Die Stimmung im ausverkauften Stadion zu erleben, sein eigenes Wort fast nicht mehr zu verstehen, wenn die Fans der Nordkurve ihre "Hamburger Jungs" anfeuern, das ist einfach toll. Und wenn Lotto King Karl und Carsten Pape vor dem Spiel "Hamburg meine Perle" singen, ist das bis heute ein richtiger Gänsehautmoment für mich - erst Recht wenn nahezu das komplette Stadion mitsingt.

Gäste ohne Star-Allüren

Ein Erlebnis, das ich nie vergessen werde, war der Boxkampf von Wladimir Klitschko gegen David Haye in "meiner" Arena. Auf den Event selbst hatte ich mich schon riesig gefreut, aber ich hätte nie damit gerechnet, was mir an diesem Tag noch passieren würde.

Nach fast zwei Stunden warten in einer leeren Loge, glaubte ich kaum daran, dass meine Gäste noch auftauchen würden. Als ich meinen Chef schließlich fragte, ob ich noch länger warten sollte, sagte er mir mit einem Grinsen im Gesicht: "Warten sie nur ab."

Also schmiss ich mich wieder in Position und wenig später tauchten meine Gäste tatsächlich auf: Es war der komplette HSV-Kader! Ich staunte Bauklötze. Natürlich war ich unfassbar nervös. Mein erster Gedanke war: "Tritt bloß keinem von den Jungs in die Hacken, so dass einer stürzt. Das könntest du deiner Versicherung niemals erklären!"

[...weiter in Teil 2 "Hamburg meine Perle"](#)

Dieser Artikel

Seite 1 ["Aus einem Job wird Leidenschaft"](#)

Seite 2 ["Hamburg meine Perle"](#)

Mehr zum Thema

[Die Fußball-Kundin: Von Damentrikot bis Ladies Lounge](#)

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Katja kellnert beim HSV

Die Stadionsprecherin von Bayer 04

Erfahrungen einer Spielerfrau

Im Netz

Über mich / Kontakt

26. September 2013

Katja Klimmek arbeitet in der VIP-Lounge des HSV-Stadions

Die Raute im Herzen, das Tablett in der Hand

Der HSV ist Katjas Verein

Seite 2/2: Hamburg meine Perle

Doch meine Sorgen waren unbegründet: Es wurde ein unvergesslicher Abend. Die Spieler waren durchweg sehr nett und freundlich. Keiner hatte Starallüren oder ausgefallene Extrawünsche. Bei einigen musste ich meine etwas eingerosteten Englischkenntnisse wieder auspacken, aber auch das funktionierte einwandfrei. Als schließlich der Hauptkampf anging, bekam einer der Spieler mit, dass ich ein eingefleischter Boxfan bin. Er sagte, dass ich mich dazu setzen sollte, um mir den Kampf mit dem Team gemeinsam anzuschauen. Ich ließ mich natürlich kein zweites Mal bitten!

Was mir der HSV bedeutet

So stressig wie manche Tage für mich als Servicekraft damals waren und heute als Oberkellnerin noch immer sind: Ich habe die Entscheidung, in der HSV-Arena zu arbeiten, noch nie bereut. Das Volksparkstadion, die Nordkurve, unsere "Erste-Liga Uhr", Hamburg meine Perle...
Ich kann gar nicht genau sagen, was der HSV mir heute bedeutet, aber so viel ist sicher: Der HSV ist ein "Wir" und auch ich trage die Raute im Herzen.

Katja Klimmek

Dieser Artikel

Seite 1 ["Aus einem Job wird Leidenschaft"](#)
Seite 2 ["Hamburg meine Perle"](#)

Mehr zum Thema

[Die Fußball-Kundin: Von Damentrikot bis Ladies Lounge](#)

[> zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Audio: Die Stadionsprecherin von Bayer Leverkusen – Petra Dahl



Startseite 25.07.2013 f t

Im Stadion **Petra Dahl ist Stadionsprecherin bei Bayer 04 Leverkusen** Gefällt mir Dir gefällt das.

In den Medien **"Aufgeregt bin ich immer"**

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Katja keilnert beim HSV

Die Stadionsprecherin von Bayer 04

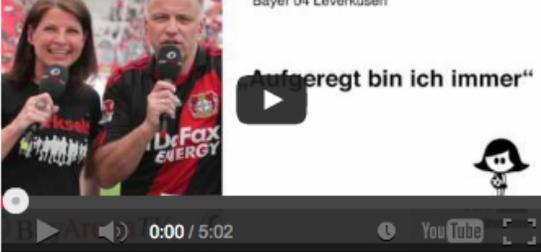
Erfahrungen einer Spielerfrau

Im Netz

Über mich / Kontakt

"Aufgeregt bin ich immer" - Petra Dahl ist Stad... ←

Bayer 04 Leverkusen



Aufgeregt bin ich immer"

0:00 / 5:02 YouTube

Unter der Woche arbeitet sie in der Marketingabteilung von Bayer 04 Leverkusen. Doch am Spieltag tauscht sie Schreibtisch gegen Stadion: Petra Dahl ist die einzige Stadionsprecherin in der ersten Fußball-Bundesliga.

Beitrag: Jennifer Dacqué

Mehr zum Thema

[Wir sind die Mädels auf den Rängen: Frauen im Stadion \(Audio-Slideshow\)](#)
["WM-Finale? Würde Ich gerne machen!": Die erste Frauenstimme im TV-Fußball \(Audio\)](#)

Kommentare: 0

fussballfreundinnen #1

Eintrag:

Senden [ausloggen]

[>zurück zur Startseite](#)

Impressum | Datenschutz | Druckversion | Sitemap
[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Artikel: Erfahrungen einer Spielerfrau



Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Katja kellnert beim HSV

Die Stadionsprecherin von Bayer 04

Erfahrungen einer Spielerfrau

Im Netz

Über mich / Kontakt

04. November 2013

Erfahrungen einer Spielerfrau

"Am schlimmsten war die Eifersucht"



Zwischen Glamour und Drama: Das Leben der Seite eines Fußballers

Sie sind sportlich, berühmt und haben Geld: Viele Frauen träumen davon, einen Profifußballer zum Freund zu haben. Doch ganz so rosig ist die Welt der Spielerfrauen anscheinend nicht...

"Ich habe mich lange vor dieser Beziehung gestraubt" sagt Jana*, "denn ich hatte gesehen wie viele Fußballprofis mit Frauen umgehen. Aber wenn man sich nun mal verliebt, dann passiert es halt doch."

Etwa drei Jahre lang war Jana mit einem Profifußballer liiert. Doch mit dem glamourösen Leben, wie es Klatschzeitschriften gerne darstellen, hatte diese Zeit wenig zu tun. Vielmehr, so sagt sie, sei es eine Zeit der ständigen Sorge gewesen. Das Thema Eifersucht war allgegenwärtig - und das, wie sie betont, aus sehr gutem Grund.

Die Spieler sind total abgebrüht

Kennen gelernt hatte Jana ihren Freund auf der Party eines anderen Profis. Auf solchen Events war sie öfter zu Gast - einfach zum feiern. Doch was man dort beobachten konnte, gefiel ihr gar nicht: "Es gibt viele Mädels, deren größter Wunsch es wäre, die Frau an der Seite eines Spielers zu sein und da sind auch unglaublich viele Schlampe dabei."

Jana klingt nicht verbittert als sie das sagt, sondern völlig sachlich. Sie erklärt: "Auf diese Partys wurden ausschließlich Frauen eingeladen und jeder Abend endete damit, dass die Spieler und deren Kumpels insgesamt zehn bis zwanzig Frauen mit nach Hause genommen haben."

Viele der Fußballer, so erklärt sie weiter, hätten Frau und Kinder, doch das sei für die meisten kein Hinderungsgrund gewesen. "Und genau darauf hatte ich eigentlich keinen Bock."

Eifersucht ist ein Riesenthema

Jana und ihr Freund wohnten nicht in der gleichen Stadt. Dies, so sagt sie, habe es noch schwieriger gemacht: "Es war für mich am schlimmsten, wenn ich ihn mal ein Wochenende nicht besuchen konnte, denn man weiß ja, was die anderen Spieler so treiben und fragt sich natürlich: Macht er das auch?"

Dabei war es auch nicht besser, wenn sie die Abende gemeinsam mit ihrem Freund verbrachte. "Wenn man in München im P1 ist, dann muss man nur mal auf die Toilette gehen und wenn man zurückkommt, ist der Freund von anderen Frauen umzingelt - weil er Fußballer ist und weil er Geld hat."

Jana erzählt, dass sie sich immer gefragt habe, ob es vielleicht an ihr selbst läge, sie einfach zu empfindlich sei. Doch die Gespräche mit anderen Frauen und Freundinnen von Spielern bestätigten ihre Gefühle: "Eifersucht war immer ein sehr großes Thema unter uns - es wurde sehr viel darüber gesprochen." Es gäbe aber auch einige Spielerfrauen, so erklärt sie, die genau wüssten, dass ihr Mann fremdgeht und es akzeptierten - vielleicht, weil das Geld eben doch eine nette Entschädigung sei.

 Gefällt mir

 Registriere dich, um sehen zu

Die normalen Frauen werden nicht beachtet

Doch längst nicht alle Freundinnen und Frauen von Fußballprofis seien so, betont Jana, und auch längst nicht alle Spieler. Viele Fußballer seien bei der Wahl der Partnerin auch sehr naiv: "Meiner Einschätzung nach sind 50 Prozent der Frauen wirklich an dem Spieler interessiert und verliebt, die anderen 50 Prozent haben es auf Glamour und Status abgesehen" sagt Jana und zuckt die Schultern "mich würde mal interessieren, wie viele dieser Mädels noch mit ihrem Partner zusammen wären, wenn er nicht mehr berühmt oder plötzlich arm wäre." Für Jana war das niemals wichtig. Sie hatte ihr Studium abgeschlossen und arbeitete Vollzeit, auch wenn ihr Freund ihr sagte, dass sie das doch nicht müsse. "Er hat nie konkret gesagt 'Ich habe doch genug Geld, du kannst doch kündigen', aber das war es was er meinte. Er wollte einfach, dass ich bei ihm bin." Die Beziehung hielt dennoch nicht. Die ständigen Sorgen und die Eifersucht waren zu groß. Heute sagt Jana, es sei einfach nicht ihre Welt gewesen, dieser sportliche Jahrmarkt der Eitelkeiten.

* Name geändert

Aufgezeichnet von Jennifer Dacqué

Kommentare: 0

[Kommentar schreiben](#)



fussballfreundinnen

#1

Eintrag:

[\[ausloggen\]](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Übersichtsseite „Im Netz“



fussball freundinnen

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Linktipps

Gästebuch

Über mich / Kontakt

Im Netz

Im Internet wimmelt es geradezu von Seiten, die sich mit Fußball beschäftigen. Doch wenn man Seiten zum Thema "Frauen und Männerfußball" sucht, wird es schnell schwierig. Deshalb habe ich Euch hier ein paar interessante Links zusammengestellt.

Außerdem könnt Ihr mir im Gästebuch gerne Eure Meinung hinterlassen und nach Herzenslust über "den schönsten Sport der Welt" diskutieren.

Frauen und Fußball im Internet

Linktipps



Hier findet Ihr interessante Websites und Online-Artikel, die sich mit dem Thema "Frauen und Männerfußball" beschäftigen... [weiter](#)

Schreibt mir Eure Meinung

Gästebuch



Eure Meinung ist mir wichtig. Wer von Euch etwas zum Thema "Frauen und Männerfußball" oder zu diesem Projekt zu sagen hat, der kann dies sehr gerne tun. Und zwar... [hier](#)



[>zurück zur Startseite](#)

Facebook

Twitter

Gefällt mir

Dir gefällt das.

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Bearbeiten](#)

Linktipps



Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Linktipps

Gästebuch

Über mich / Kontakt

Frauen und Fußball im Internet

Linktipps



Hier findet Ihr Interessante Websites und Online-Artikel, die sich mit dem Thema "Frauen und Männerfußball" beschäftigen.

Websites

F_in Netzwerk Frauen im Fußball
Dieser 2004 gegründete Zusammenschluss von weiblichen Fans, Fanprojekt-Mitarbeiterinnen, Wissenschaftlerinnen und Journalistinnen will Frauen im Fußballkontext sichtbarer machen. Zudem engagiert sich das F_in Netzwerk gegen Sexismus im Fußball... [zur Homepage](#)

Kickette (Englisch)
Hier darf der weibliche Fußballfan mal so richtig dem Geschlechterstereotyp entsprechen: Oberkörper-frei-Bilder von internationalen Fußballstars sowie Klatsch und Tratsch über Spieler und Spielerfrauen... [zur Homepage](#)

Online-Artikel

"Das Kribbeln ist immer noch da"
WDR2-Sportchefin und Reporter-Ikone Sabine Töpferwien spricht auf [WDR.de](#) über ihre Karriere als Sportjournalistin und das allwöchentliche Abenteuer Bundesliga-Konferenz... [zum Artikel](#)

Nur Tussis tragen rosa Fan-Schals
Natascha Tschernoster und Angelika Mikus erklären auf [Zeit.de](#) was den echten weiblichen Fußballfan ausmacht und warum Klischees so schwierig zu überwinden sind... [zum Artikel](#)

Die neuen Wortführerinnen
[FAZ.de](#)-Autor Maximilian Koch schreibt über die Frauenoffensive im TV-Sportjournalismus und insbesondere beim Bezahlsender SKY... [zum Artikel](#)

Wissenschaftliches

Frauen im Abselts?

Eine Untersuchung zu weiblichen Ultras in der Fußballfanszene

Diplomarbeit von Sophia Gerschel

(Institut für Soziologie, Universität Leipzig, 2009)

[zum PDF](#)

Frauen in der Fußball-Fanszene

Weibliche Selbstdarstellung und Selbstwahrnehmung im Kontext eines männlich dominierten Umfelds

Diplomarbeit von Stefanie Wetzel

(Institut für Erziehungswissenschaften, Universität Frankfurt a.M., 2000)

[Download](#)

fussballfreundInnen.de

Ein Online-Projekt zu Frauen in der Männerfußballwelt

Diplomarbeit von Jennifer Dacqué

Hier findet Ihr den wissenschaftlichen Teil der Diplomarbeit, deren Teil diese Website ist.

(Institut für Journalistik, Technische Universität Dortmund, 2013)

[Download](#)

[>zurück zur Startseite](#)

Gästebuch



Medien-Seite

- Startseite
- Im Stadion
- In den Medien
- Im Geldbeutel
- Im Hintergrund
- Im Netz
- Linktips
- Gästebuch**
- Über mich / Kontakt

Schreibt mir Eure Meinung

Gästebuch



Eure Meinung ist mir wichtig. Wer von Euch sich zum Thema "Frauen und Männerfußball" oder zu diesem Projekt äußern möchte, kann dies hier sehr gerne tun. Bitte seid nett zu einander und kommentiert sachlich :-)

Kommentare: 0

Es sind noch keine Einträge vorhanden.

[>zurück zur Startseite](#)

[Gefällt mir](#) [Dir gefällt das.](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Ansicht](#)

Über mich / Kontakt



Medien-Seite

Startseite

Im Stadion

In den Medien

Im Geldbeutel

Im Hintergrund

Im Netz

Über mich / Kontakt

Wer steckt hinter fussballfreundinnen.de?

Über mich

Wie schon auf der Startseite erwähnt: Mein Name ist Jennifer und ich bin Fußballfan. Ich verrate jetzt mal besser nicht für welchen Verein mein Herz schlägt - schließlich will ich niemanden vergrätzen. Wenn ich gerade nicht im Stadion bin oder vor der Glotze hänge und "Alle Spiele, alle Tore" schaue, arbeite ich als freie Journalistin und Sprecherin.

Mit dieser Seite habe ich gleich zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: endlich meine Diplomarbeit abgehakt und mich außerdem mit einem tollen Thema beschäftigt, das mir am Herzen liegt. Den wissenschaftlichen Teil meiner Arbeit könnt ihr übrigens [hier](#) herunterladen. Kostet auch nix!

Ich hoffe, ihr habt Spaß beim Lesen!
Eure Jennifer

 Dir gefällt das.



Das schönste Hobby der Welt ist Fußball

Kontakt

Bei Fragen oder Anregungen: Schreibt mir eine Nachricht. Ich werde mich sobald wie möglich bei Euch melden!

Name

E-Mail-Adresse *

Nachricht *



Bitte den Code eingeben:

Hinweis: Bitte die mit * gekennzeichneten Felder ausfüllen.

[>zurück zur Startseite](#)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Druckversion](#) | [Sitemap](#)

[Jimdo-Logout](#) | [Ansicht](#)

Erstgutachter: Prof. Dr. Michael Steinbrecher

Zweitgutachter: Prof. Dr. Frank Lobigs

Nebenfach: Anglistik / Amerikanistik

Termin der mündlichen Prüfung:

Ich versichere hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Diplomarbeit

„fussballfreundinnen.de – Ein Online-Projekt zu Frauen in der Männerfußballwelt mit besonderem Blick auf den Sportjournalismus“

selbstständig und ohne unzulässige fremde Hilfe verfasst habe. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie wörtliche und sinngemäße Zitate kenntlich gemacht. Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.

Ort, Datum Unterschrift

Wer vorsätzlich gegen eine die Täuschung über Prüfungsleistungen betreffende Regelung einer Hochschulprüfungsordnung verstößt, handelt ordnungswidrig. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 50.000,00 € geahndet werden. Zuständige Verwaltungsbehörde für die Verfolgung und Ahndung von Ordnungswidrigkeiten ist der Kanzler der Technischen Universität Dortmund. Im Falle eines mehrfachen oder sonstigen schwerwiegenden Täuschungsversuches kann der Prüfling zudem exmatrikuliert werden (§ 63 Abs. 5 Hochschulgesetz – HG -). Die Abgabe einer falschen Versicherung an Eides statt wird mit Freiheitsstrafe bis zu 3 Jahren oder mit Geldstrafe bestraft. Die Technische Universität Dortmund wird ggf. elektronische Vergleichswerkzeuge (wie z. B. die Software „turnitin“) zur Überprüfung von Ordnungswidrigkeiten in Prüfungsverfahren nutzen.

Die oben stehende Belehrung habe ich zur Kenntnis genommen:

Ort, Datum Unterschrift