

+++ ANTISEXISMUS + AN

+++ TIVOLITUSSEN (AACHEN) + RED-BLACK CRAZY GIRLS (NÜRNBERG) + USP FEMINILE (ST. PAULI) + F.IN FRAUEN IM FUSSBALL +++
+++ USCHIFRONT (KÖLN) + KLEEBLATT MÄDELS (FÜRTH) + MILCHSCHNITTEN (ST. PAULI) + DORTMUNDER MÄDELS + SENORITHAS
(JENA) + FORTUNAS ALTE MÄDCHEN (DÜSSELDORF) + MUJERES LIBRES (DARMSTADT)+ FEMALES ON TOUR (BOCHUM) +++++++

LOVE FOOTBALL, HATE SEXISM

In den letzten Jahren wird auch Sexismus in den Fankurven immer mehr zum Thema. Der Protest ist dabei ebenso vielfältig wie das Problem selbst. Initiativen von Fans richten sich – witzig oder zornig – gegen frauenfeindliche Beschimpfungen, setzen sich mit der Ungleichbehandlung weiblicher Fans oder der Männlichkeitskultur des Fußballs auseinander. Aber auch Marketingaktionen, die dämliche Geschlechterklischees bedienen, werden aus der Fanszene kritisiert.



EINE FRAGE DES ENGAGEMENTS, NICHT DES GESCHLECHTS

Frauen gründen Fanklubs, sind in der Ultraszene aktiv, machen Fanzines, engagieren sich gegen Repression und Kommerzialisierung oder sind auch einfach „nur“ Fan. Ganz genauso wie die Männer, auch wenn es nicht immer genauso selbstverständlich akzeptiert wird. Umso wichtiger ist es, wenn Fangruppen ihre Haltung deutlich machen. „Die Frage, ob jemand ein ‚guter‘ Ultrà ist,“ so heißt es zum Beispiel im Infoheft der Schickeria München, „ist für uns keine Frage des Geschlechtes, sondern des Engagements.“ Die Ultras Düsseldorf erklären auf ihrer Website: „Fortuna ist für alle da! Aber genau deshalb wollen wir es nicht mehr weiter hinnehmen, dass Fußball rein als männliche Veranstaltung begriffen wird und Frauen innerhalb der Fanszene immer noch nur als Anhängsel ihrer Freunde oder Männer gesehen werden.“

BLUMEN UND PREISNACHLASS – NEIN, DANKE

Im Fokus der Kritik stehen auch Aktionen, die extra für Frauen durchgeführt werden. Wie die herthafreundin-Website von Hertha BSC, die mit Kochrezepten und Schminktippis fürs Stadion aufwartet. Die Münchener „Chicas“ liefern eine bissige Parodie darauf und verwehren sich gegen „positive Diskriminierung, die vielleicht gut gemeint (oder doch nur verkaufsfördernd geplant) Klischees betont.“ Zu kurz gedacht sind der Gazetta d’Ultrà die günstigen Tickets und Blumen, die der FC St. Pauli weiblichen Fans spendiert. Statt sich aktiv gegen Sexismus einzusetzen, degradiere der Verein „die weiblichen Fans zu Blumenmädchen.“ Die Aktion „Stoppt rosa!“ in Frankfurt protestiert gegen die rosa Fanartikel der Eintracht, und zwar auch deswegen: „Frauen wollen in der Männerdomäne Fußball ernst genommen und gleich behandelt werden. Warum brauchen wir dann Fanartikel extra in ‚Girlie‘-Farben?“ Klare Worte finden die SeniorithAs aus Jena: „Wir wollen verdammt noch mal keinen Preisnachlass oder irgendwelche Sonderaktionen. ... Wir wollen akzeptiert werden, denn wir leben diesen Sport, wie viele andere Mädels auch.“

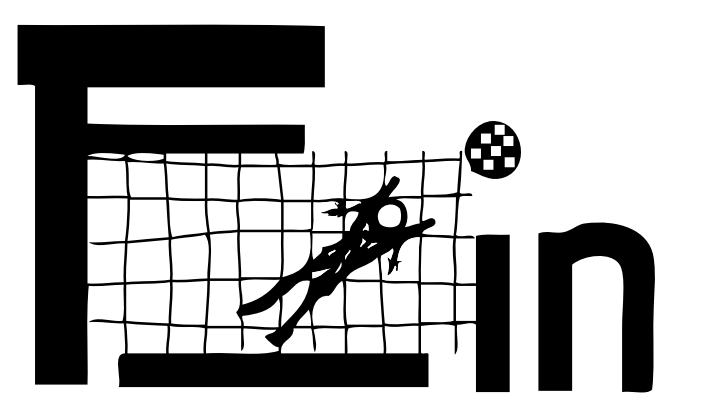
BILDER & BUs

ABBILDUNG STICKER „VEREINT GEGEN SEXISMUS“
Sexismus ist kein Frauenproblem: Aufruf zu gemeinsamen Aktionen aus Düsseldorf

ABBILDUNGEN CHOREOS IM STADION
Sichtbare Botschaften in der Kurve von Ultras Darmstadt und Brigade Nord, Hannover

ABBILDUNG STICKER F_IN
Gegen dumme Sprüche und Anmachen

„LAUFBAND“ OBEN:
Weibliche Sektionen bei Ultragruppen sind keine Seltenheit und Frauen-Fanklubs gibt es bei vielen Vereinen, mit und ohne feministischen Anspruch. Sie nehmen Klischees auf die Schippe, provozieren mit rosa Zaunfahnen oder gehen einfach nur gern als Mädelsrunde im Stadion.



+++ ANTISEXISMUS + AN

+++ TIVOLITUSSEN (AACHEN) + RED-BLACK CRAZY GIRLS (NÜRNBERG) + USP FEMINILE (ST. PAULI) + F_IN FRAUEN IM FUSSBALL +++
+++ USCHIFRONT (KÖLN) + KLEEBLATT MÄDELS (FÜRTH) + MILCHSCHNITTEN (ST. PAULI) + DORTMUNDER MÄDELS + SENORITHAS
(JENA) + FORTUNAS ALTE MÄDCHEN (DÜSSELDORF) + MUJERES LIBRES (DARMSTADT) + FEMALES ON TOUR (BOCHUM) ++++++

LOVE FOOTBALL, HATE SEXISM

In den letzten Jahren wird auch Sexismus in den Fankurven immer mehr zum Thema. Der Protest ist dabei ebenso vielfältig wie das Problem selbst. Initiativen von Fans richten sich – witzig oder zornig – gegen frauenfeindliche Beschimpfungen, setzen sich mit der Ungleichbehandlung weiblicher Fans oder der Männlichkeitskultur des Fußballs auseinander. Aber auch Marketingaktionen, die dämliche Geschlechterklischees bedienen, werden aus der Fanszene kritisiert.



EINE FRAGE DES ENGAGEMENTS, NICHT DES GESCHLECHTS

Frauen gründen Fanklubs, sind in der Ultraszene aktiv, machen Fanzines, engagieren sich gegen Repression und Kommerzialisierung oder sind auch einfach „nur“ Fan. Ganz genauso wie die Männer, auch wenn es nicht immer genauso selbstverständlich akzeptiert wird. Umso wichtiger ist es, wenn Fangruppen ihre Haltung deutlich machen. „Die Frage, ob jemand ein ‚guter‘ Ultrà ist,“ so heißt es zum Beispiel im Infoheft der Schickeria München, „ist für uns keine Frage des Geschlechtes, sondern des Engagements.“ Die Ultras Düsseldorf erklären auf ihrer Website: „Fortuna ist für alle da! Aber genau deshalb wollen wir es nicht mehr weiter hinnehmen, dass Fußball rein als männliche Veranstaltung begriffen wird und Frauen innerhalb der Fanszene immer noch nur als Anhängsel ihrer Freunde oder Männer gesehen werden.“



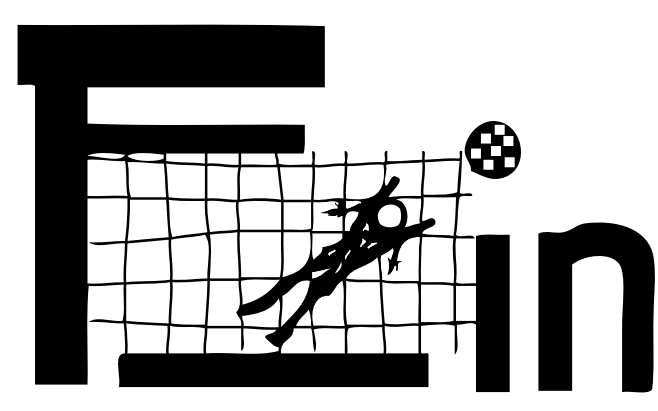
BLUMEN UND PREISNACHLASS – NEIN, DANKE

Im Fokus der Kritik stehen auch Aktionen, die extra für Frauen durchgeführt werden. Wie die herthafreundin-Website von Hertha BSC, die mit Kochrezepten und Schminktippis fürs Stadion aufwartet. Die Münchener „Chicas“ liefern eine bissige Parodie darauf und verwehren sich gegen „positive Diskriminierung, die vielleicht gut gemeint (oder doch nur verkaufsfördernd geplant) Klischees betont.“ Zu kurz gedacht sind der Gazetta d’Ultrà die günstigen Tickets und Blumen, die der FC St. Pauli weiblichen Fans spendiert. Statt sich aktiv gegen Sexismus einzusetzen, degradiere der Verein „die weiblichen Fans zu Blumenmädchen.“ Die Aktion „Stoppt rosa!“ in Frankfurt protestiert gegen die rosa Fanartikel der Eintracht, und zwar auch deswegen: „Frauen wollen in der Männerdomäne Fußball ernst genommen und gleich behandelt werden. Warum brauchen wir dann Fanartikel extra in ‚Girlie‘-Farben?“ Klare Worte finden die SeniorithAs aus Jena: „Wir wollen verdammt noch mal keinen Preisnachlass oder irgendwelche Sonderaktionen. ... Wir wollen akzeptiert werden, denn wir leben diesen Sport, wie viele andere Mädels auch.“

BILDER & BÜS

ABBILDUNG STICKER „VEREINT GEGEN SEXISMUS“
Sexismus ist kein Frauenproblem: Aufruf zu gemeinsamen Aktionen aus Düsseldorf
ABBILDUNGEN CHOREOS IM STADION
Sichtbare Botschaften in der Kurve von Ultras Darmstadt und Brigade Nord, Hannover
ABBILDUNG STICKER F_IN
Gegen dumme Sprüche und Anmachen

„LAUFBAND“ OBEN:
Weibliche Sektionen bei Ultragruppen sind keine Seltenheit und Frauen-Fanklubs gibt es bei vielen Vereinen, mit und ohne feministischen Anspruch. Sie nehmen Klischees auf die Schippe, provozieren mit rosa Zaunfahnen oder gehen einfach nur gern als Mädelsrunde im Stadion.



+++ ANTISEXISMUS + AN

+++ TIVOLITUSSEN (AACHEN) + RED-BLACK CRAZY GIRLS (NÜRNBERG) + USP FEMINILE (ST. PAULI) + F_IN FRAUEN IM FUSSBALL +++
+++ USCHIFRONT (KÖLN) + KLEEBLATT MÄDELS (FÜRTH) + MILCHSCHNITTEN (ST. PAULI) + DORTMUNDER MÄDELS + SENORITHAS
(JENA) + FORTUNAS ALTE MÄDCHEN (DÜSSELDORF) + MUJERES LIBRES (DARMSTADT) + FEMALES ON TOUR (BOCHUM) ++++++

LOVE FOOTBALL, HATE SEXISM

In den letzten Jahren wird auch Sexismus in den Fankurven immer mehr zum Thema. Der Protest ist dabei ebenso vielfältig wie das Problem selbst. Initiativen von Fans richten sich – witzig oder zornig – gegen frauenfeindliche Beschimpfungen, setzen sich mit der Ungleichbehandlung weiblicher Fans oder der Männlichkeitskultur des Fußballs auseinander. Aber auch Marketingaktionen, die dämliche Geschlechterklischees bedienen, werden aus der Fanszene kritisiert.



EINE FRAGE DES ENGAGEMENTS, NICHT DES GESCHLECHTS

Frauen gründen Fanklubs, sind in der Ultraszene aktiv, machen Fanzines, engagieren sich gegen Repression und Kommerzialisierung oder sind auch einfach „nur“ Fan. Ganz genauso wie die Männer, auch wenn es nicht immer genauso selbstverständlich akzeptiert wird. Umso wichtiger ist es, wenn Fangruppen ihre Haltung deutlich machen. „Die Frage, ob jemand ein ‚guter‘ Ultrà ist,“ so heißt es zum Beispiel im Infoheft der Schickeria München, „ist für uns keine Frage des Geschlechtes, sondern des Engagements.“ Die Ultras Düsseldorf erklären auf ihrer Website: „Fortuna ist für alle da! Aber genau deshalb wollen wir es nicht mehr weiter hinnehmen, dass Fußball rein als männliche Veranstaltung begriffen wird und Frauen innerhalb der Fanszene immer noch nur als Anhängsel ihrer Freunde oder Männer gesehen werden.“



BLUMEN UND PREISNACHLASS – NEIN, DANKE

Im Fokus der Kritik stehen auch Aktionen, die extra für Frauen durchgeführt werden. Wie die herthafreundin-Website von Hertha BSC, die mit Kochrezepten und Schminktippis fürs Stadion aufwartet. Die Münchener „Chicas“ liefern eine bissige Parodie darauf und verwehren sich gegen „positive Diskriminierung, die vielleicht gut gemeint (oder doch nur verkaufsfördernd geplant) Klischees betont.“ Zu kurz gedacht sind der Gazetta d’Ultrà die günstigen Tickets und Blumen, die der FC St. Pauli weiblichen Fans spendiert. Statt sich aktiv gegen Sexismus einzusetzen, degradiere der Verein „die weiblichen Fans zu Blumenmädchen.“ Die Aktion „Stoppt rosa!“ in Frankfurt protestiert gegen die rosa Fanartikel der Eintracht, und zwar auch deswegen: „Frauen wollen in der Männerdomäne Fußball ernst genommen und gleich behandelt werden. Warum brauchen wir dann Fanartikel extra in ‚Girlie‘-Farben?“ Klare Worte finden die SeniorithAs aus Jena: „Wir wollen verdammt noch mal keinen Preisnachlass oder irgendwelche Sonderaktionen. ... Wir wollen akzeptiert werden, denn wir leben diesen Sport, wie viele andere Mädels auch.“

BILDER & BÜS

ABBILDUNG STICKER „VEREINT GEGEN SEXISMUS“

Sexismus ist kein Frauenproblem: Aufruf zu gemeinsamen Aktionen aus Düsseldorf

ABBILDUNGEN CHOREOS IM STADION

Sichtbare Botschaften in der Kurve von Ultras Darmstadt und Brigade Nord, Hannover

ABBILDUNG STICKER F_IN

Gegen dumme Sprüche und Anmachen

„LAUFBAND“ OBEN:

Weibliche Sektionen bei Ultragruppen sind keine Seltenheit und Frauen-Fanklubs gibt es bei vielen Vereinen, mit und ohne feministischen Anspruch. Sie nehmen Klischees auf die Schippe, provozieren mit rosa Zaunfahnen oder gehen einfach nur gern als Mädelsrunde im Stadion.

