

Almut Sülzle

Titten unterwegs Weibliche Fankulturen im Männerfußball¹

*„Fußball mag ein durchaus passendes Spiel für harte Mädchen sein,
als Spiel für feinsinnige Knaben ist es wohl kaum geeignet.“*

Oscar Wilde

Einleitung

In den letzten Jahren hat sich allerhand getan auf dem Gebiet der Gleichberechtigung: unsere Fußballerinnen sind Weltmeister, und die BRD hat ihre erste Kanzlerin. Selbstige Kanzlerin sagt den Männern der Fußballnationalmannschaft vor der WM, dass sie sich an den Frauen ein Beispiel nehmen sollen und zudem ist sie auch noch in der Lage, die Abseitsregel ordentlich zu erklären². Das verstößt gleich gegen mehrere eiserne Regeln:

1. Fußball ist nur für Männer ein Thema,
2. Frauen können nicht Fußball spielen,
3. Frauen können Fußball nicht verstehen, speziell für die Abseitsregel ist ihr Gehirn nicht gebaut.

Und trotzdem interessieren sich viele Frauen für Fußball, sie sitzen vor dem Fernseher und werden sogar im Stadion gesichtet. 50% der Frauen und 50% der Männer in Deutschland interessieren sich für Länderspiele und verfolgen sie im Fernsehen³. Diese paritätischen Zahlen gelten für Welt- und Europa-Meisterschaften und das seit über fünfzehn Jahren. Das bedeutet im Umkehrschluss auch, dass sich 50% der Männer überhaupt nicht für Fußball interessieren! Das kann man meiner Meinung nach in dieser Diskussion nicht oft genug betonen. Im Ligaalltag der Stadien sieht das Zahlenverhältnis anders aus, unter den dort Anwesenden beträgt der Frauenanteil ca. 20-30%. Entgegen anders lautenden Medienberichten sind Frauen auf den Rängen jedoch keine neue Erscheinung, neu ist nur das im Vorfeld der WM gesteigerte Interesse der Medien- und der Marketingabteilungen am unbekanntem Wesen

¹ Dieser Beitrag basiert in weiten Teilen auf einem Aufsatz, den ich gemeinsam mit der Fußballautorin Nicole Selmer verfasst habe (Selmer/Sülzle 2006). Ich danke Nicole Selmer herzlich für die erfrischende und sehr konstruktive gemeinsame Arbeit.

² Vgl. Interview mit Bundeskanzlerin Merkel in der Bild am Sonntag vom 1.1.2006: auf die Frage nach der Abseitsregel fertigte sie eine Skizze an, deren Richtigkeit und fachkundige Erläuterung die beiden Redakteure offensichtlich überraschte.

³ Deutschlandweite repräsentative Telefonumfrage zum Fußballinteresse während der EM 2004, zitiert nach Gebauer: „Stürmt ihr Helden“ in: DIE ZEIT vom 10.06.2004.

„weiblicher Fan“⁴. Vor und während der WM 2006 verlangte die Presse immer wieder von mir als „Frauenforscherin“, dass ich doch bitte zitierfähig aussagen möge, dass die Frauen seit kurzem die letzte Männerdomäne stürmen (nämlich den Fußball) und infolgedessen Emanzipation und Gleichberechtigung der Frau nach der WM als abgeschlossen betrachtet werden können. Ein Ansinnen, das mehr über die Wünsche bzw. Ängste jener JournalistInnen denn über den Fußball aussagt.

Im ersten Teil dieses Beitrags werde ich, kurz und thesenhaft zusammengefasst, darstellen, warum Fußball trotz der offensichtlich zahlreichen Frauen, die sich dafür interessieren, männlich ist, um dann im zweiten Teil danach zu fragen, warum Frauen zum Fußball gehen und was sie dort tun.

Die männliche Grammatik des Fußballs

Fußball ist unbedingt männlich konnotiert, das beobachte ich sowohl in den Medien als auch auf dem Platz⁵. Und wenn man, egal wen, Mann oder Frau, in der Stadt oder auf dem Land danach fragt, was typisch männlich ist, kann man davon ausgehen, dass die Antwort eine Variante der Aufzählung „Fußball, Technik, Militär, Sex und Nicht-zuhören-können“ ist. Der Sportsoziologe Peter Becker formuliert den Zusammenhang zwischen Fußball und Männlichkeit so: „Fußball folgt einer männlichen Grammatik“ (Becker 1990: 149).

Diese männliche Grammatik besteht meiner Auffassung nach im Fanblock im Wesentlichen aus drei Elementen:

- 1) Wettkampf als Grundprinzip in Kombination mit anderen männlichen Werten wie Treue und Kameradschaft,
- 2) Abwertung von Weiblichkeit,
- 3) Aggression als Mittel der Auseinandersetzung und Teil der Stimmung.

Wettkampf: Echte Fans sind treu, kämpferisch und kameradschaftlich

Die Fankultur setzt auf die ritterlichen Ideale Kämpfen, Einsatz und Treue. Ein echter Fan ist immer für den Verein da und als einzige Gegenleistung verlangt er, den Einsatz und Kampfeswillen der Mannschaft zu sehen und zu spüren. Die Spieler müssen ihr Letztes geben, dann ist es zweitrangig, ob sie gewinnen oder verlieren. Das Vorbild

⁴ Genaue Zahlen zum Frauenanteil in den Bundesligastadien sind Mangelware, die seit Jahrzehnten anhaltende Prognose eines steigenden Frauenanteils ist vermutlich eher ein Marketing-Wunsch und nicht empirisch belegbar. Vergleiche hierzu Wetzel 2005 und Selmer 2004.

⁵ Wenn ich hier über Fußball und Fußballfans spreche bzw. schreibe, dann spreche ich aus der Sicht des Fanblocks, die ich als Forscherin eingenommen habe und nicht über VIP-Tribünen-Besucher oder Sofa-TV-Fußball-Konsumenten. Basis dieser Aussagen ist meine dreijährige Forschung und teilnehmende Beobachtung im Fanblock der Offenbacher Kickers im Rahmen meiner Dissertation zu Frauen in Männerdomänen.

der 23-jährigen Orthopädin Karin ist Oliver Kahn:

„Also ich bin kein Bayern-Fan, im Gegenteil, aber den finde ich von seiner sportlichen Einstellung richtig klasse, der auf dem Platz alles gibt und auch die Mannschaft pusht, zum Anstoßpunkt rennt und sagt ‚los jetzt das machen wir jetzt noch‘.“⁶

Und genau wie die Spieler das ihrer Meinung nach tun sollten, lebt auch ein echter Fan für den Verein und für die Fankultur in selbstloser Aufopferung. Kameradschaft untereinander wird groß geschrieben, und die Fanblocks unterschiedlicher Mannschaften konkurrieren um den besten Support und die beste Choreografie auf den Rängen. Die Ideale von Wettbewerb, Kampf, Kameradschaft und Aufopferung gelten in unserer Gesellschaft als männlich und entstammen größtenteils einer militärischen Tradition. Diese Ideale werden im Fußball gleichermaßen von Frauen und Männern geteilt. Oder umgekehrt, wer diese Ideale teilt ist ein echter Fan, egal ob Mann oder Frau.

Abwertung von Weiblichkeit

Alles was rosa und zickig ist, hat auf den Stehplatzrängen im Stadion nichts zu suchen. Traditionelle Weiblichkeit, vor allem ein Sich-schön-machen für den männlichen Blick, ist im Fanblock verpönt, hochhackige Schuhe und weiße Hosen sind nicht nur unpraktisch, sondern auch unerwünscht. Eine Form dieser Abwertung traditioneller Weiblichkeit ist der offene Sexismus im Stadion, wie er z.B. in den Fangesängen zu finden ist. So findet sich beispielsweise auf der Fanseite einer begeisterten OFC-Anhängerin eine Sammlung von mehreren hundert Fangesängen, unter anderem der beliebte Song: „Wir sind die besten, wir komm’n aus Hessen, wir ham die Längsten, die andern kannst vergessen. Ham Lars Mayer und dicke Eier, und können immer wieder feiern“⁷. Die Song-Sammlerin kommentiert ihre Sammlung mit dem Ausspruch „das Stadion ist schließlich keine Kuschelecke“. Der Sexismus im direkten Umgang unter den Fans zeigt sich sicherlich am häufigsten im Zusammenhang mit der immer wieder mantra-artig wiederholten Weisheit, dass Frauen von Natur aus Abseitsregeln nicht verstehen. Sexismus im Fußball enthält nicht selten auch Elemente der Selbstironie und einfach die Freude am Aussprechen von anzüglichen Bemerkungen, die außerhalb des Stadions nicht denkbar wären. Diese Formen von Sexismus sind wichtiger Bestandteil der Fankultur. Wenn ich mir in einem Gedankenexperiment eine sexismusfreie Kurve vorstelle, scheint es mir unmöglich, die jetzige Fankultur als Ganzes zu behalten, aber den Sexismus einfach wegzulassen. Dazu spielt zum Beispiel die Überhöhung der eigenen Potenz und die Abwertung anderer als „Mädchen“ eine

⁶ Sofern nicht anders angegeben stammen alle Zitate aus qualitativen Interviews, die ich im Rahmen meiner Dissertation mit Stehblock-Fans geführt habe. Namen und persönliche Angaben wurden anonymisiert.

⁷ Vergleiche <http://www.ofcjenni.de.vu> [10.02.2007].

viel zu große Rolle als Teil der Männlichkeitsvorstellungen, die die Fankultur tragend prägen.

Dennoch gibt es weibliche Fußballfans, die sich von all dem nicht beeindrucken und schon gar nicht abschrecken lassen. Über dumme Sprüche von Männern sagt Kerstin: „Ich lache halt drüber, ich finde das völlig in Ordnung, sonst würde ich ja nicht hingehen“. Was sie wirklich „hasst“, sind Frauen, die in weißen Hosen in den Fanblock kommen und sich dann darüber beschweren, wenn jemand Bier drüber spritzt, „hier geht es halt manchmal etwas rauer zu und so ein Rumgezicke mag ich nicht“. Sexismus gehört wie Saufen und Ungerechtigkeiten gegenüber dem Schiedsrichter zum Fußball dazu. Und indem die Frauen dies anerkennen, können sie sich selbst auch als Insiderinnen zu erkennen geben.

Aggression

Aggression spielt im Stadion eine wichtige Rolle. Fans haben generell den Ruf gewalttätig zu sein, und nicht wenige im Fanblock kultivieren diese (oft unzutreffende) Zuschreibung noch. Zudem provozieren Hooligans, gewalttätige Ordner und die Polizei eine aggressive Stimmung, die im Stadion als selbstverständlich anzusehen ist. Die Frauen, mit denen ich gesprochen habe, sind in unterschiedlicher Weise von dieser aufgeladenen Atmosphäre fasziniert. Am meisten kann sich Kerstin dafür begeistern:

„Bei irgendeinem Heimspiel da waren so viele Fehlentscheidungen vom Schiedsrichter, das war richtig fies, und da sind sie bei uns da unten alle auf die Zäune hoch und haben dann den Zaun fast umgerissen. Und da hätte es fast noch richtig Stress gegeben, und irgendwie ist es zwar asozial, ich würde es auch selber nie machen, aber – wenn die anderen das machen, das finde ich, das überläuft mich dann immer...“

Das Interessante ist also gerade die Aggression, die Männer gegeneinander oder gegen den Zaun richten, bzw. die Gänsehaut, die beim Zuschauen entsteht. Denn zumeist gibt es ja gar keine realen gewalttätigen Auseinandersetzungen, sondern nur eine „gewaltige Stimmung“, wie das die Offenbacher Fanprojektmitarbeiterin Antje Hagel einmal treffend ausgedrückt hat.

Mit dieser Betonung von Wettbewerb, dem Ausschluss von Weiblichem und der Faszination für Aggression und Gewalt folgt Fußball einer männlichen Grammatik, und die ist so sehr mit dem Wesen des Fußball verwoben, dass es mir nicht möglich scheint, das zu trennen oder grundlegend zu verändern. Wenn diese männlichen Elemente nicht mehr dabei wären, dann wäre es nicht mehr „unser Fußball“, nicht mehr die zentrale Sportart oder „hegemoniale Sportkultur“ (Markovits 2006), um die sich alles rankt und die so oft als Metapher für Gesellschaft, Wirtschaft und Politik erhalten muss.

Ich weiß, dass es eine provokante These ist, wenn ich behaupte, Fußball sei ohne Männlichkeitskult und Ausschluss von Weiblichkeit nicht möglich. Und als

Provokation möchte ich diese Aussage auch verstanden wissen, als Ausgangspunkt für weitere Diskussionen, für weitere Überlegungen und für Widerspruch. Insbesondere Zukunftsprognosen sind Ansichts- und Glaubenssache, und die weiteren Entwicklungen hängen ja nicht zuletzt ein bisschen auch davon ab, wie diejenigen, die sich in der Fanszene, in der Sozialarbeit und in der Wissenschaft zum Thema Fußball und Männlichkeit Gedanken machen, sprechen und handeln werden.

Bunte Vielfalt

Männlichkeit ist bei Weitem nicht das Einzige, was den Fußball ausmacht. Fußballfankultur ist bunt und offen und vielfältig. Das ist einer der ersten Eindrücke, die ich hatte, als ich zum ersten Mal im Stadion war, und das ist auch das Selbstbild der Fanszene und der Reiz für viele Fans am Fußball. Ein Teil des Charmes des Stadionfußballs ist die Vielfalt der Fans. Unterschiedliche Menschen aus unterschiedlichen Schichten, die alle nur das eine wollen: ihre Mannschaft siegen sehen. Der Kuttenträger und der Anzugträger, der Getränkeshändler von nebenan, der Sparkassendirektor auf der VIP-Tribüne, der Müllmann im Ruhestand und der Student. Und dann gibt es da noch die vielen Frauen, und die wollen auch nur das eine: dass ihre Mannschaft gewinnt. Genau wie die vielen Männer um sie herum sind sie unterschiedlich in ihrer Art Fan zu sein. Sie sind unterschiedlich alt und stammen aus unterschiedlichen Schichten. Eine trägt zwanzig Schals und einen Becher Bier, die andere hat den Namen ihres Lieblingsspielers auf die Stirn gemalt, jene hat sich durch intensive Lektüre von Fachblättern auf das Spiel vorbereitet, die nächste war mit den Kumpels zum Warmtrinken und Warmreden verabredet, und wieder eine andere ist direkt von der Arbeit hierher geeilt. Spätestens der erste Torjubel gibt allen das Gefühl, Gleiche unter Gleichen zu sein, die Unterschiede nach Status, Herkunft, Finanzkraft und Geschlecht verschwinden im gemeinsamen Gefühl und im gemeinsamen Ziel.

Warum gehen Frauen und Männer zum Fußball? Die Antwort ist für beide Geschlechter erst einmal dieselbe: Weil sie sich für das Spiel interessieren und weil sie die besondere Stimmung im Stadion schätzen. Das Stadion ist eine eigene Welt, besitzt eine eigene Kultur mit eigenen Regeln. Diese Kultur ist geprägt von einer Vielfalt, Unterschiedlichkeit und Buntheit wie sie zum Beispiel in einer Jugendsubkultur undenkbar wäre. Geballte Männlichkeit und bunte Offenheit sind die Rahmenbedingungen, die im Fußballstadion anzutreffen sind. Darauf gibt es, für weibliche wie männliche Besucher, unterschiedliche Möglichkeiten zu reagieren, sich darin einzuleben oder sich konträr dazu zu verhalten. Ich möchte im zweiten Teil dieses Beitrags zeigen, wie Frauen sich in dieser Fußballfankultur verorten und mit welchen Strategien sie es einrichten, darin zu Hause zu sein.

Fußballfan Komma weiblich

Was auf den ersten Blick widersprüchlich erscheint, lässt sich problemlos verbinden. Die Fankurve ist eine Welt junger Männer, die nach deren Regeln funktioniert, *und* es gibt Möglichkeiten für Frauen, sich dort selbstverständlich und anerkannt zu bewegen. Frauen können sich in dieser Umgebung, so sie wollen, eine Scheibe der männlichen Sozialisation abschneiden. Sie können sich ausprobieren in Eigenschaften, Handlungen und Haltungen, die eigentlich für Männer reserviert sind, manchen Frauen jedoch, zumindest zeitweise, näher liegen als die allgemeinen gesellschaftlichen Anforderungen an ihr Geschlecht. Wer das Spiel – im übertragenen wie im wörtlichen Sinne – kapiert hat, kann sich ein Trikot überwerfen und Fan sein. Oft muss man schon sehr genau hinsehen, wenn man wissen will, ob ein männlicher oder ein weiblicher Körper unter dem XXL-Trikot steckt. Im Stadion stört es niemanden, wenn eine Frau wüst schreit und flucht. Frauen können in der männlich strukturierten Fankultur untertauchen, sie dürfen hier anders sein, nach dem Motto: „Hier bin ich Fußballfan mit allem Drum und Dran“. Und dann können sie das tun, was sonst als männlich gilt: schreien, hart sein und alles, was zickig, rosa, zimperlich und schwach ist, rundweg ablehnen. Was Oscar Wilde im Eingangszitat im Bezug auf Fußball *spielen* sagt, dass nämlich harte Mädchen, im Gegensatz zu feinsinnigen Knaben im Fußball gut aufgehoben sind, das gilt meiner Meinung nach ebenso für das *schauende* Publikum, zumindest für das Stehplatzpublikum in der Kurve. Und zudem sei hier nochmals darauf verwiesen, dass sich die Hälfte aller Männer nicht für Fußball interessiert.

Eine ganz andere Gruppe von Zuschauerinnen sind die sogenannten Groupies. Sie haben im Fußball mit den größten Vorurteilen zu kämpfen: Groupies seien keine echten Fans, nicht am Fußball, sondern nur an den Fußballern interessiert, und damit letztendlich im besten Fall unwissende Opfer, im schlimmsten Fall gefährliche Komplizinnen der Kommerzialisierung, die das Spiel zum Event, den Spieler zum Star macht. Fußballgroupies tragen Verhaltensweisen aus der Rock- und Popkultur, ihrem Ursprungsmilieu, ins Stadion und auf den Trainingsplatz: Sie sammeln Fotos, Geschichten und Autogramme, umlagern Hotel, Zuhause oder Klubheim ihres Idols, schicken ihm Briefe oder Mails, wollen ihn sehen und anfassen.

Dieses Phänomen ist nicht neu, massive Schützenhilfe leistet jedoch spätestens seit Beginn der 90er Jahre eine Berichterstattung, in der Privatleben, Aussehen und Image der Fußballer eine immer größere Rolle spielen. Die Währung, in der Fußball diskursiv gehandelt wird, besteht nicht mehr nur aus Statistiken, Auswärtsfahrten oder Taktikdebatten, sondern auch aus persönlichen Interviews, Frisuren und Familienverhältnissen. Für Frauen und Mädchen jedoch besteht so die Möglichkeit, gewissermaßen über die Hintertür der Schwärmerei den Weg ins Stadion zu finden, sich also mit Hilfe von Regeln und Mustern, die sie an anderen Orten bereits gelernt haben, in ein Feld zu begeben, in dem ansonsten ein anderer Kodex gilt. Dazu passt, dass sie gar nicht vorhaben, es den vermeintlich echten Fans gleich zu tun, sondern in ihrer „Kreischecke“ (Kipp 1998) ganz zufrieden sind.

Ein Nebeneinander dieser beiden Zugangsweisen, der traditionellen, männ-

lichen und der popkulturellen/modernen, weiblichen, lässt sich in den digitalen Gästebüchern oder Foren von Spieler-Websites beobachten. Die dortigen Einträge stammen überwiegend von UserInnen mit weiblichen Namen – übrigens eine große Ausnahmeerscheinung im Online-Fußballuniversum – wobei sich jedoch zeigt, dass diese neben den zu erwartenden Groupie-Äußerungen wie „Ich finde dich sooo süß“ auch noch ganz andere enthalten. Während die wenigen männlichen User eher betont sachlich die letzte Partie, Formkrise oder Verletzung von Kevin, Arne oder Benny kommentieren, posten die Userinnen, einfach gesagt, Texte, in denen die häufigsten Wörter „ich“ und „du“ sind, die also um die Beziehung zwischen Schreiberin und Spieler kreisen. Dazu kann dann aber auch gehören, dass sie „ihn“ regelmäßig im Stadion spielen sieht, „er“ ihr Vorbild im Mädchenfußballteam ihrer Schule ist oder sie gestern im Kicker gelesen hat, „er“ würde den Verein wechseln und wie er nur auf die Idee kommen könne? Ganz „normale“ Merkmale eines Fußballfans also, die die Vermutung erlauben, dass sich die Pop- und Rockkultur der Groupies bei der Übertragung ins Fußballfeld mit den dort vorhandenen Elementen vermischt. Nur weil eine im Stadion kreischt statt zu grölen, bedeutet das nicht, dass sie auch sonst nichts mit dem „echten“ Fußballfan gemein hat.

Fankurvengänger sind in losen Beisammensteh-Gruppen, Cliques und auch oft in Fanklubs organisiert, wobei die Übergänge zwischen diesen Gruppen fließend sind. Ein Fanklub entsteht häufig aus einer Clique heraus oder aus gemeinsamen Sekundäreigenschaften, wie zum Beispiel dem gemeinsamen Wohnort, geteilter politischer Weltanschauung, gemeinschaftlichem Freizeitsport oder identischem Arbeitgeber. Nicht wenige dieser Fanklubs sind rein männlich, und einige wollen es auch gerne bleiben. Eine eher feministisch anmutende Reaktionsweise auf männliche Absonderung ist es, sich in männerfreien Frauengruppen zusammenzuschließen. Als Antwort auf den Ausschluss durch Männerklubs einfach Frauenklubs zu gründen, war eine Strategie der bürgerlichen Frauenbewegung gegen Ende des 19. Jahrhunderts, die auch heute noch in vielen Bereichen Verwendung findet, wie etwa durch Frauennetzwerke in der Wirtschaft. Geschlechtshomogene Fanklubs sind im Fußball keine große Besonderheit, das geballte Auftreten von Frauen hingegen schon. Die Frauen des Frankfurter Fanklubs „EFC Frieda“ haben daher, neben dem Hauptziel des gemeinsamen Fußballerlebens, auch aufklärerische Hintergedanken:

„Ein zentraler Gedanke hinter der Gründung eines Frauen-Fanklubs war es aber auch, ein Zeichen zu setzen gegen das offenbar noch immer weit verbreitete Vorurteil, dass sich Frauen nicht für Fußball interessieren.“

(http://de.geocities.com/efcfrieda/frieda_story.htm)

Es geht den Fanklub-Frauen also auch darum, eine weibliche Gegenöffentlichkeit herzustellen, die weiblichen Fans sicht- und hörbar zu machen und Vorurteile gegenüber Frauen zu bekämpfen. Die Nürnberger „Red-Black Crazy Girls“ (gegründet 1997) kämpfen gegen ein ganz bestimmtes Frauenbild an, das ihnen offensichtlich im Fußball entgegenschlägt:

„Der Grund war damals, einfach mal zu zeigen, dass es durchaus Mädels beim Fußball gibt, die wegen der Sache selbst ins Stadion pilgern und nicht weil sie als Anhängsel von irgendjemandem mitgeschleppt werden oder gar nette Fußballerwaden bestaunen möchten. Uns ist es wichtig, dass wir als ›normale‹ Fußballfans wahrgenommen werden. Jede von uns geht schon seit Jahren aus Liebe zum Verein und aus Interesse am Fußball zum Klub. Mit kreischenden pubertierenden Mädels, die Spieler anhimmeln oder gar sabbernd hinterherdackeln haben wir nichts am Hut.“ (<http://www.red-black-crazy-girls.de>)

Diese Fans haben das Bedürfnis, sich ebenso vom Feminismus wie von Groupies abzugrenzen, sie wollen *normal* sein, so *normal* und verrückt zugleich wie Fußballfans im allgemeinen eben sind.

Fußballinteressierte Frauen können fast ausnahmslos davon berichten, dass ihnen unterstellt wird, sie würden nur ins Stadion gehen, um die kickenden Männerkörper zu begutachten. Impliziert ist in dieser Unterstellung zum einen, dass männliche Fans dies nicht tun, zum anderen, dass *Fans generell* so etwas nicht tun und schließlich auch, dass der weiblich-voyeuristische Blick notwendig von völliger Unkenntnis bezüglich des Spiels selbst getrübt sein müsse. Der Umgang weiblicher Fans mit dieser Haltung variiert: Nicht wenige vertreten die Einstellung, dass Kommentare zum Aussehen der Spieler vor allem peinlich auffallen und dementsprechend auch für ihren eigenen Status als Frau beim Fußball nicht unbedingt hilfreich sind. Andere Frauen oder Mädchen geben sich vielleicht gerade deswegen betont voyeuristisch, um die Jungs zu provozieren oder deren Missbilligung als puren Neid zu entlarven. Eine Taktik, die natürlich in Gruppen besonders viel Spaß macht – so ließ der Kölner Frauen-Fanklub „Always Ultras Cologne“ über einige Spielzeiten hinweg die weiblichen Zuschauerinnen im Stadion den „Mr. FC Köln“ unter den Spielern küren, der dann mit Schärpe und Urkunde ausgestattet wurde.

Best of both worlds

Zwischen der Affirmation einer Fanleitkultur, die den Blick konzentriert auf Aufstellung, Bier und Kurvenchoreografie gerichtet hält, und dem Abschweifen zu vermeintlich fanfremden Schauobjekten liegt jedoch noch ein Drittes, das dem realen Leben vieler weiblicher Fans vielleicht am ehesten entspricht: nämlich die Kombination beider Perspektiven. „Wenn eine Frau mitguckt, die sich nicht so auskennt, macht man da mit – ›He, guck mal die Frisur‹ – und zur anderen Seite sagt man was anderes, macht Kommentare zum Spiel“, so beschreibt eine Interviewpartnerin in Nicole Selmers Buch „Watching the Boys Play“ (2004) das Verhalten der fröhlichen Voyeurin, die zugleich auch sachkundige Expertin sein kann und will. Ganz ähnlich kann vielleicht auch das angesprochene Nebeneinander von *Bravo-Sport* und *Kicker*, von Selbstspielen und Schwärmen verstanden werden: als ein

Versuch, sich nicht auf einseitige Zuschreibungen festlegen zu lassen, sondern selbst zu entscheiden, wie das eigene Fansein aussieht. So beschreiben die „TivoliTussen“, ein Frauen-Fanklub von Alemannia Aachen, ihre Website als

„eine Plattform, auf der Weib-Sein und Alemanniafan-Sein ohne genbedingtes Unverständnis vereinigt werden kann. Auf gut Deutsch, wo wir Mädels auch ohne hämisches Gelächter oder unverständliches Kopfschütteln gleichzeitig über „dat war doch niemals Abseits, die blöde Nuss von Schiri“ als auch „aber nen hübschen Hintern hatte der Kleine“ diskutieren dürfen.“
(<http://www.tivolitussen.de>)

Ironie und Umdeutung

Soziale Bewegungen fangen oft damit an, abwertende Bezeichnungen für sich zu übernehmen und die Begriffe neu zu besetzen und umzudeuten, so geschehen zum Beispiel mit dem ehemaligen Schimpfwort „Schwuler“. Sie treffen damit ins Herz der Abwertung, und wenn die Umpolung des Begriffes klappt, dann ist auch diese gesellschaftliche Abwertung zwingend neu zu verhandeln, da ihr die alten Begrifflichkeiten abhanden gekommen sind und die anfänglich ironisch aufgegriffene Bezeichnung zur selbstverständlichen Selbstbezeichnung wird. Eine solche Strategie findet sich auch in der Erzählung Isabellas über den Namen ihres Fanklubs „Titten auswärts“. Isabella (21, Kauffrau, Mitglied einer gemischtgeschlechtlichen Ultra-Gruppierung) wurde Mitfrau des schon bestehenden Fanklubs, auch wenn der Name sie anfangs noch irritierte:

„[Ich fand] die Grundidee, die dahinter steckt, ganz gut, dass sich Mädchen, die zusammen ins Fußball fahren, zusammentun und organisieren. Inzwischen find ich den Namen eigentlich ganz gut, wenn man dieses *Titten* einfach als „Frauen“, „selbstbewusste Frauen“ vielleicht sieht. Und *auswärts* stimmt ja, wir sind ja immer unterwegs.“

Sie übersetzt Titten für sich einfach mit „selbstbewusste Frauen“ und irritiert damit ihre sexistisch vorgeprägte Umgebung, die Isabella so beschreibt:

„Normalerweise kriegt man halt von Jungs viele blöde Sprüche, wenn man ins Stadion geht als Frau, wenn man jetzt nicht ... sagen wir mal etabliert ist oder mit einer Gruppe mitkommt, wo man so ein bisschen unterschlüpfen kann.“

Die „Titten auswärts“ sind etabliert und haben sich ihren Namenszug auf figurbetonte weiße Blusen drucken lassen – eine „Suff-Idee“ und zugleich eine weitere bewusste Provokation, da Blusen als zu weiblich und weiße Bekleidungsstücke als zu eitel für Fußball gelten. Sie tauchen so ausstaffiert in ihrer gewohnten Umgebung im Fanblock

auf, und schon können die Jungs nur noch mit offenem Mund staunen: „Da kommt kein blöder Spruch mehr nach, weil da fällt ihnen nichts Blöderes ein und dann fangen sie schon fast an zu denken“. Die Frauen erreichen also durch die Vorwegnahme des Sexismus⁸, dass selbigem der Wind aus den Segeln genommen wird. Und vielleicht ist sogar ein Überdenken von Seiten der Jungs auch noch zu erreichen? Voraussetzung für dieses Strategie ist jedoch die vorherige Anerkennung der Akteurinnen im Feld sowie eine bestimmte Gruppengröße.

Die Strategie des vorweggenommenen Sexismus findet sich auch in der Namensgebung anderer Frauen-Fanklubs wie den „Hooligänsen“ (1860 München), den braun-weißen „Milchschnitten“ aus St. Pauli oder den bereits erwähnten „TivoliTussen“ von Alemannia Aachen. Sie schließen nahtlos an die in der Fußballfanszene verbreitete Praktik der provokativen negativen Selbststilisierung als Proleten, Gewalttäter und Underdogs an.

Zusammenfassung

Dieser Streifzug durch die weiblichen Fankulturen im Männerfußball sollte zeigen, dass es sehr viele unterschiedliche Arten gibt, wie Frauen Fußball erleben und für sich gestalten. Weiblicher Fanalltag besteht aus vielen Elementen, ein zwangsläufiger Bestandteil ist dabei immer die Auseinandersetzung mit der Männlichkeit, die den Fußball prägt. Die Strategien dieser Auseinandersetzung reichen vom Ignorieren übers Adaptieren und Ironisieren bis zum Herausfordern und Bekämpfen. Unterschieden werden kann zwischen der Annäherung an die traditionelle Fußballkultur und der Übernahme von Einstellungs- und Verhaltensmustern, die aus einem anderen Feld, wie der Popkultur, stammen. Auf ihre Weise stellen beide Strategien eine Herausforderung für das Fußball-Establishment dar: Die Frau, die ein „ganzer Kerl“ ist ebenso wie kreischende Mädchen, denen nichts ferner liegt als das. Das in diesem Beitrag aufgeführte Kaleidoskop der weiblichen Fankulturen belegt jedoch, dass viele der skizzierten Modelle sich aus beiden – und noch mehr – Bestandteilen zusammensetzen: schwärmende Mädchen, die den *Kicker* lesen; abseitsversierte Expertinnen, die den Spielern auf den Hintern gucken, Frauen aus dem Zentrum der Fankurve, die beschließen, einen weiblichen Fanklub zu gründen, aber auf keinen Fall als Feministinnen gelten wollen, „Hooligänse“ und „TivoliTussen“. Die Geschlechterordnung auf den Rängen gerät vor allem dann ins Wanken, wenn die vermeintlichen Gegensätze zwischen Fan und Frau, Tradition und Kommerz, Bier und Sekt, Kreischen und Brüllen verwischt werden. Und möglicherweise ist ein solches Oszillieren zwischen verschiedenen Polen, das die Vielfältigkeit der weiblichen Fankultur auszeichnet, auch das, was sie als Kick, als Neuerung zur Veränderung des Fußballkosmos zu bieten hat.

⁸ Den Begriff des „vorweggenommenen Sexismus“ haben Nicole Selmer und ich in Anlehnung an die „subversive Affirmation“ der Kommunikationsguerilla entwickelt (Blissett/Brünzels 1997).

Mein persönliches Fazit nach meinem zeitweisen Eintauchen in die Fußball-Fankultur ist ein doppeltes. Und hier spreche ich als Feministin und als Geschlechterforscherin: Einerseits war es für mich erschreckend zu sehen, wie zentral eine männerbündisch organisierte Männlichkeitsvorstellung für den Fußball ist und wie hartnäckig und unausweichlich Männlichkeit im Fußball hergestellt wird - und zwar von den dort anwesenden Frauen genauso wie von den Männern. Und andererseits haben mich die geschlechterpolitischen Strategien der weiblichen Fans überrascht und vor allem überzeugt: Die Leichtigkeit mit der sich die weiblichen Fans in den Abgründen zwischen männlich, weiblich und einfach nur Fan sein hin und her bewegen, könnte auch in anderen Bereichen Vorbild sein. Ihre Strategien machen es möglich, sowohl die Männer zu irritieren als auch für sich selbst ganz neue Handlungsräume zu eröffnen. Mit solchen Strategien und vor allem deren Leichtigkeit und Witz könnten die weiblichen Fans des Männerfußball feministischen Bestrebungen außerhalb des Fußballs einen entscheidenden Kick geben.

Literatur:

- Becker, Peter (1990): Fußballfans: Vormoderne Reservate zum Erwerb und zur Verteidigung männlicher Macht und Ehre. In: Gisela Welck und Karin Völger (Hg.), Männerbände – Männerbünde: Zur Rolle des Mannes im Kulturvergleich, Köln, S. 149-156.
- Blissett, Luther/Brünzels, Sonja (1997): Handbuch der Kommunikationsguerilla, Berlin/Hamburg.
- Hagel, Antje u.a. (Hg.) (2005): gender kicks. Texte zu Fußball und Geschlecht, Frankfurt/M.
- Kipp, Kathrin (1998): „Wer nicht hüpfte, der ist ein Ulmer!“: Zu den kulturellen Praktiken von Fußballfans in der Regionalliga am Beispiel der Fans des SSV Reutlingen 05, unveröffentlichte Magisterarbeit, Tübingen.
- Kreisky, Eva/Spitaler, Georg (Hg.) (2006): Arena der Männlichkeit. Über das Verhältnis von Fußball und Geschlecht, Frankfurt/New York.
- Markovits, Andrei S. (2006): Fußball in den USA als prominenter Ort der Feminisierung: Ein weiterer Aspekt des 'amerikanischen Sonderweg'. In: Kreisky/Spitaler 2006, S. 255-276.
- Selmer, Nicole/Sülzle, Almut (2006): „Tivolitussen“ und Trikotträgerinnen. Weibliche Fankulturen im Männerfußball. In: Kreisky/Spitaler 2006, S. 123-139.
- Selmer, Nicole (2004): Watching the Boys Play. Frauen als Fußballfans, Kassel.
- Wetzel, Steffie (2005): Die im Dunkeln sieht man nicht...? Weibliche Fußballfans im Fokus von Marketing, Medien und Meinungsmachern. In: Hagel u.a. 2005, S. 29-36.