



Während der EURO fielen sie auf: Frauen im Nationaltrikot auf der Fanmeile oder mit wesentlich weniger Fanbekleidung in diversen Werbungen für fußballferne Produkte. Wenn oft auch für sexistische Kampagnen benutzt, das vermehrte Interesse der Frauen für Fußball war nicht zu übersehen. Unklar ist aber, ob diese Begeisterung bis zur nächsten WM anhält und in regelmäßige Stadionbesuche der österreichischen Vereine mündet.

Die Bundesligavereine tragen wenig zur Beantwortung dieser Frage bei: Dem baldesten im wurden meist »so um die 30 Prozent Frauenanteil« als Standardantwort auf die Frage nach dem weiblichen Anteil unter den Dauerkartenbesitzern genannt. Um die eigenen Bemühungen gegen geschlechterspezifische Diskriminierung ins rechte Licht zu rücken, wird zusätzlich darauf verwiesen, dass der Prozentsatz jedenfalls seit Jahren steigt. Konkrete Zahlen konnten aber weder die Vereine noch die Bundesliga liefern. Denn laut Christian Kircher, Pressesprecher der Bundesliga, sind solche Untersuchungen ebenso wenig vorhanden wie eine dafür zuständige Person. Lediglich Rapid und Altach gaben auf Nachfrage den Anteil ihrer weiblichen Abobesitzerinnen preis: Während die Frauen bei Rapid 32 Prozent der Abonnenten ausmachen, sind es bei Altach nur 17 Prozent. Bei Rapid hat sich der Frauenanteil vor allem in den letzten zehn Jahren stark entwickelt, so lag er 1999 nur bei 16%. Wegen der erst kurzen Bundesligapräsenz von Altach bleibt abzuwarten, ob dort eine ähnliche Entwicklung vonstattengehen wird.

Die zwölfte Frau

ROLLENSPIEL Die Mehrzahl der österreichischen Bundesligavereine weiß wenig bis gar nichts über den weiblichen Teil der Stadionbesucher. Dabei wird diese Gruppe zusehends größer. Ihre Anhängerschaft gründet sich aber nicht auf fragwürdigen Fanartikeln und attraktiven Spielern, sondern auf der Begeisterung für den Fußball.

Text: Julia Zeeb

Foto: Zolles

NUR IN BEGLEITUNG

Besonders seltsam mutet die Unkenntnis der anderen Vereine über ihr weibliches Publikum an, wenn man bedenkt, dass diese durchaus daran interessiert sind, den Anteil zu erhöhen. Einerseits soll durch die vermehrte Anwesenheit von Frauen im Stadion die Atmosphäre auf den Rängen verändert werden. Andererseits wurde in den letzten Jahren mit den weiblichen Fußballfans ein zahlungskräftiges Publikum für oft fragwürdige Fanartikel gefunden. Eigene »Frauenkollektionen« mit rosa Schals und T-Shirts mit vielversprechenden Slogans wie »Manndeckung statt Raumdeckung« werden dem gestiegenen weiblichen Interesse aber nicht gerecht werden. Einen fahlen Nachgeschmack hatte auch die Aktion, die der SK Austria Kärnten letztes Jahr für seine weiblichen Fans durchführte: Freier Eintritt, aber nur in Begleitung eines Mannes.

PAUSCHALURTEILE

In Deutschland hat man sich zu den Frauen um Stadion bereits mehr Gedanken gemacht. Der »DFL-Fanreport« meinte über die Auswirkungen der WM 2006: „Überwiegend berichten die weiblichen Befragten, dass ihnen der historische deutsche Fußballmoment nicht nur als gemeinschaftliches Gesellschaftsereignis die Augen geöffnet habe, sondern auch die Faszination einzelner Spiele selbst nahegebracht habe.« Solche Schlüsse betrachtet die Verfasserin des Buches »Watching the boys play – Frauen als Fußballfans«, Nicole Selmer, kritisch. Die Vereine wären bisher nicht daran interessiert gewesen, dass auch Frauen und Mädchen die Stadien besuchen. Selmer hält es aber für

wahrscheinlich, dass der Frauenanteil seit den 1990er Jahren aufgrund des neuen, »sicheren« Image des Fußballs kontinuierlich steigt. Großveranstaltungen wie die WM würden sich kaum auf den Ligaalltag auswirken, da sich das Publikum zu sehr unterscheidet.

Wie sieht sie aber nun aus, die weibliche Seite des Fußballs? Der DFL-Report hat auf diese Frage eine interessante Antwort parat: »Das Interesse [der Frauen] richtet sich fast immer auf die auffallenden (...) Höhepunkte wie Top-Spiele mit viel Begleit-Publicity in den Medien oder eben Stories rund um einzelne Spieler.« Für Nicole Selmer ein unzulässiges Pauschalurteil: »Solche Aussagen sollen vor allem rechtfertigen, dass man den Fußball jetzt immer mehr so vermarktet. Das soll dann auch noch den Frauen in die Schuhe geschoben werden.«

»GENAUSO WIE DIE MÄNNER«

Wer sich hingegen mit Frauen unterhält, die regelmäßig das Stadion besuchen, bemerkt, dass auch bei ihnen das Spiel im Vordergrund steht. Weitere Beweggründe sind oft auch die einzigartige Atmosphäre und soziale Faktoren – wie das Gefühl, Teil von einem großen Ganzen zu sein und die Diskussionen über das Match mit Freunden. Nicht anders als bei männlichen Fans, möchte man meinen. Doch es gibt auch Ausnahmen. Viktoria, Rapid-Fan: »Natürlich kann man das nicht verallgemeinern, aber ich hab schon beobachtet können, dass Frauen während des Spiels viel gelassener sind. Sie fiebern zwar auch total mit, regen sich aber bei Kleinigkeiten viel weniger auf. Manchmal hab ich sogar das Gefühl, gewisse Fans warten nur auf

bestimmte Situationen, um ihren Frust loszuwerden. Da kann ich eigentlich nur drüber lachen.« Verfolgen also Frauen das Spielgeschehen gelassener? Katharina, die nur wenige Plätze von Viktoria entfernt im Hanappistadion sitzt, beurteilt das ganz anders: »Am Platz habe ich Frauen nur als Fans erlebt, die sich über ungerechtfertigte rote Karten echauffern und lautstark mitsingen und -klatschen. Genauso wie die Männer, genauso kompetent oder inkompetent.«

AUF DIE WAAGSCHALE

Der entscheidende Unterschied ist aber nicht im Verhalten während des Matches zu suchen. Noch immer kommt es vor, dass Frauen Fußballwissen oder -interesse abgesprochen wird. Wenn solche Vorurteile auch nicht immer so direkt formuliert werden wie im DFL-Report, so kommen sie viel öfter unterschwellig durch. Diese Erfahrung hat auch Vienna-Fan Annelies gemacht: »Ich hab oft das Gefühl, wenn ich als Frau meine Meinung zu einem fußballerischen Thema sag, dann wird alles auf die Waagschale gelegt und abgetan – als müsst das weiß Gott wie fundiert sein, während Männer oft einfach irgendwas daherreden.«

Die Initiative fairplay hat sich dem Kampf um Gleichberechtigung von weiblichen Fans und Fußballerinnen mit ihren männlichen Pendanten angenommen. Laut Elisabeth Kotvojs, Beauftragte für Fanarbeit bei Fairplay, sind für die nächste Zeit Kampagnen geplant, die Frauen und Mädchen auf den Rängen stärken und unterstützen sollen. Diese gehen dann hoffentlich über ermäßigte Eintrittspreise hinaus. ☺