

#ihrkönntaufunszählen – die Norm bestimmt den Diskurs. Eine theoretische und empirische Diskussion der 11-Freunde-Aktion.

Eva Spittka, Anne Beier

Zusammenfassung: Immer noch gibt es in der deutschen Fußballbundesliga der Herren keinen einzigen aktiven als homosexuell geouteten Fußballspieler. Kampf, Männlichkeit und Leistung – Attribute, die scheinbar nicht zu einem schwulen Athleten passen, aber mit dem Fußball seit jeher assoziiert sind. Im Sport herrscht die Norm der Zweigeschlechtlichkeit vor, im Fußball dominiert einzig die Norm der Heterosexualität. Mit der Initiative #ihrkönntaufunszählen macht die Zeitschrift *11 Freunde* darauf aufmerksam – und stellt diese Norm scheinbar infrage. In diesem Beitrag wird die darauf bezogene mediale Diskussion anhand einer qualitativen Fallstudie ausgewählter Printmedien untersucht. Denn Sport und Medien sind eng miteinander verknüpft. Es zeigt sich eine begrenzte Berichterstattung: Die heterosexuelle Perspektive bestimmt auch diese Debatte, die gesellschaftswirkliche Verhandlung von Homosexualität im Fußball wird auf die Zukunft verlagert.

Schlüsselwörter: Homosexualität, Sport, Medien, qualitative Fallstudie, Printberichterstattung

#ihrkönntaufunszählen – the norm determines the discourse. A theoretical and empirical discussion of the 11 Freunde initiative.

Summary: Until today, no active male football player in Germany's Bundesliga has outed himself as homosexual. The spirit of the fight, masculinity, and high performance – attributes that seemingly do not fit a gay athlete but have always been associated with football. In sports, the two-gender hegemony prevails; in male football it is reinforced with the expectations of heterosexual normativity. With the initiative #ihrkönntaufunszählen, the magazine *11 Freunde* draws attention to this – and seemingly challenges this norm. This paper examines the media discourse in this regard using a qualitative case study of selected print media. After all, sports and the media are closely intertwined. A limited coverage emerges. The heterosexual perspective determines the debate, the societal negotiation of homosexuality in football is postponed to the future.

Keywords: homosexuality, sports, media, qualitative case study, print coverage

1 Problemaufriss und Kontextualisierung

„Ist es wirklich nötig, dass Ihr über Eure sexuellen Neigungen sprecht? Heteros tun das doch auch nicht.“ 2017 wandte sich der ehemalige niederländische Fußballspieler Clarence Seedorf

auf einem FIFA-Kongress mit dieser Frage an Thomas Hitzlsperger, dem einzigen deutschen Fußballprofi, der sich bisher zu seiner Homosexualität bekannt hat – allerdings erst nach dem Karriereende und verbunden mit enormer medialer Aufmerksamkeit. Seine Antwort war eindeutig: Es sei „sehr wichtig“, denn Fußballspieler seien auch Vorbilder (Dorfer 2017). Bis heute hat sich kein aktiver männlicher Fußballer in der obersten deutschen Spielklasse, der Bundesliga, als homosexuell geoutet. „Gibt es nicht. Kenne ich nicht. Es gibt keine schwulen Fußballer.“ Ein Zitat aus dem Jahr 2008, so geäußert von Mario Basler – es ist bis heute aktuell.¹

Schätzungen zum Prozentsatz Homosexueller an der Gesamtgesellschaft sind schwierig. Sie sind abhängig vom Definitionsbegriff der Homosexualität und von der Eigeneinschätzung der befragten Personen. Dass aber in der gesamten Fußballbundesliga, bei über 450 Sportlern, kein einziger homo- oder bisexuell sein soll? Äußerst unwahrscheinlich. Heterosexualität ist folglich die Norm, von der es keine Abweichung gibt, vielleicht auch keine Abweichung geben darf. So „scheint Schwulsein und Fußball auf keinen Fall zusammen zu passen“ (Degele/Janz 2012: 195). Konträr stellt sich die Situation im ökonomisch weit weniger erfolgreichen Frauenfußball dar, lesbische oder bisexuelle Fußballerinnen sind in der öffentlichen Wahrnehmung kaum brisant, Steffi Jones oder Nadine Angerer sind nur zwei Beispiele, die sich bereits während ihrer aktiven Zeit zu ihrer Homo- bzw. Bisexualität bekannt haben. In anderen Bereichen des Hochleistungssports kam es ebenfalls zu Outings, vor allem ausländischer Athlet:innen. Bekannte Namen sind unter anderem Brian Boitano (Eiskunstlauf), Orlando Cruz (Boxen), Martina Navrátilová (Tennis), Nadine Müller (Diskuswerfen), Gareth Thomas (Rugby) oder John Amaechi (Basketball).

In einer Gesellschaft, in der Sex allgegenwärtig ist, in der unterschiedliche sexuelle Identitäten sowie Konzepte von Männlichkeit jenseits der Hypermaskulinität zunehmend akzeptiert sind (Kaelberer 2020: 796), ist es ein Unikum, dass Homo- oder Bisexualität in einigen Teilbereichen des Hochleistungssports schlicht nicht existiert. Es erfolgt eine „bewusste Nicht-Thematisierung“ (Schaaf/Nieland 2011: 14). Noch vor zehn Jahren bescheinigte man dem deutschen Männerfußball einen „Zwang zur Heterosexualität“ (Schaaf/Nieland 2011: 13). Auch wenn sich hier im Sinne von Fan- und Clubaktionen einiges getan hat, die Kapitänsbände mitunter sogar bei Spielen der deutschen Nationalmannschaft in Regenbogenfarben getragen wird, gibt es noch immer mindestens zwei sicht- und hörbare Dimensionen der Homophobie im deutschen Männerfußball: homophobe Spitznamen und Fangesänge sowie die Unsichtbarkeit von offen homosexuellen Topspielern (Kaelberer 2020: 796). Dabei könnte die Sichtbarkeit sexueller Vielfalt im Sport zu einer weiter steigenden Akzeptanz in der Gesellschaft beitragen. Denn Sport verbindet unterschiedlichste Menschen aus den unterschiedlichsten sozialen Schichten. Nur wenige mediale Ereignisse wie der Sport stellen eine so diverse Öffentlichkeit her (Ludwig/Nieland 2013: 220). Mit seiner „hohen Integrationskraft und der Möglichkeit, gerade auch über den Weg der Vorbildfunktion Denk- und Handlungsmuster zu prägen“ (Schweer 2018: 7), könnte beispielsweise über ein Gruppenouting ein enormes Signal gesendet werden.

Wieso outen sich schwule Fußballer also nicht, lesbische Fußballerinnen oder schwule Boxer aber schon? Dieser Frage begegnete das Fußballmagazin *11 Freunde* im Februar 2021 mit einer Solidaritätsaktion: „Ihr könnt auf uns zählen“ – das haben 800 Sportler:innen schwulen Fußballern versichert. Mit dem Titel und den Reaktionen darauf sieht die *11*

1 Ausgestrahlt in DSF-Reportage „Das große Tabu – Homosexualität & Fußball“, DSF, 28. Mai 2008.

Freunde „auch Anlass zur Debatte: Wie wird im deutschen Profifußball über Sexualität gesprochen?“ (Ahrens 2021). Zeitgleich veröffentlichte der ehemalige Fußballnationalspieler Philipp Lahm sein Buch „Das Spiel: Die Welt des Fußballs“, in dem er homosexuellen Fußballspielern von einem Coming-out abrät. Denn nach wie vor seien „die Chancen gering, so einen Versuch in der Bundesliga zu wagen und halbwegs unbeschadet davonzukommen“ (Hofmann 2021). Der mögliche Schaden wird zwar nicht definiert, jedoch scheint die Abweichung von der heterosexuellen Norm eine Gefahr für Karriere und Finanzen in einem Feld, das von je her mehr als andere auf Leistung angelegt ist.

Es stellt sich die Frage, wie der öffentliche Diskurs geführt wird, wenn diese Norm scheinbar infrage gestellt wird, wie es bei der Aktion der *11 Freunde* der Fall war. Solidaritätsbekundungen erzeugen Aufmerksamkeit und stehen für eine offene Gesellschaft, bergen im Vergleich zu einem Outing allerdings kein Risiko. Frei nach dem Motto: Es ist normal, homosexuell zu sein, aber wir sind es nicht.

Die Frage nach der Normalitätskonstruktion von Homosexualität im Spitzenfußball der Herren im Zusammenhang mit der Aktion #ihrkönntaufunszählen steht im Mittelpunkt dieses Beitrags. Das liegt einerseits im Verhältnis von Sport und Medien und andererseits im Verhältnis von Sport und Geschlecht begründet. Denn Sport, Medien und Geschlecht sind Teilbereiche der Gesellschaft, die miteinander verzahnt sind. So hängen einerseits Geschlecht und Medien miteinander zusammen (Lünenborg/Maier 2013: 7). Andererseits sind Sport und Medien eng miteinander verbunden (Bertling/Schierl 2020: 15; Dimitriou 2015: 60; Schneider/Köhler/Schumann 2016: 12; Schwier 2002: 5) und bis zu einem gewissen Grad voneinander abhängig. Bereits vor zwanzig Jahren stellte Schwier (Schwier 2002:5) richtigerweise fest: „Man kann jedenfalls heute kaum noch über den Sport sprechen ohne sich auf von Medien hergestellte Repräsentationen zu beziehen“ Dieser Befund gilt bis heute.

2 Zum Verhältnis von Sport und Massenmedien

Sport nimmt in modernen, ausdifferenzierten und mediatisierten Gesellschaften eine wichtige Rolle, einen „prominente[n] Platz [...] in der öffentlichen Wahrnehmung“ (Meyen/Nieland 2017: 274) ein. Er kann den Zusammenhalt stärken, aber auch trennen (Schweer 2018: 5–6). Die bereits angesprochene enge Verbindung zwischen Sport und Medien lässt sich bereits früh beobachten (Bertling/Schierl 2020: 14; Leder/Nieland/Schaaf 2020: 44), ist bislang nicht abgerissen und ein Ende der Bedeutungszunahme des Sports für die Massenmedien – und vice versa – ist nicht abzusehen. Neue Anstoßzeiten der Fußballbundesliga der Herren oder die Diskussion darüber, die Fußballweltmeisterschaft der Herren alle zwei statt vier Jahre stattfinden zu lassen, zeugen davon. Mit den sozialen Medien gibt es eine Vielzahl weiterer Kommunikationskanäle, auf denen klassische Medienanbieter, Vereine und Sportler:innen selbst sowie das Publikum aktiv sind, bis hin „zum professionellen Sportmarketing“ (Utz 2019: 14).

Eine Tageszeitung ohne Sportteil ist ebenso undenkbar wie das Fernsehprogramm ohne Sportberichterstattung, auch online lassen sich mit Leistungssport hohe Reichweiten generieren. Nicht nur bei sportlichen Großereignissen sitzen Millionen vor den Fernsehgeräten. Sport ist nach wie vor in der Lage, den Großteil oder zumindest einen großen Teil der Gesellschaft zu erreichen –

und das in Zeiten sich immer weiter ausdifferenzierender Medienangebote und Konsument:innen. Die wenigsten Spiele oder Turniere sind durch persönliches Erleben erfahrbar, eine vermittelnde Instanz in Form medialer Berichterstattung ist nötig. Kurzum: „Der moderne Sport war und ist immer schon Mediensport gewesen“ (Leder/Nieland/Schaaf 2020: 460). Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht handelt es sich bei der Sportberichterstattung dennoch um ein nicht umfassend untersuchtes Gebiet (Loosen 2008: 10).

Hier wird klar: Die Verbindung zwischen Sport und Medien ist von einem dritten Faktor geprägt, der Wirtschaft. Bertling und Schier (2020: 16) bezeichnen die Konstellation als „magisches Dreieck“. Denn Sport und Medien sind bis zu einem gewissen Grad – auch aus ökonomischen Gesichtspunkten – voneinander abhängig (Dimitriou 2015: 59; Bertling/Schierl 2020: 16; Schaffrath 2016: 703). Ökonomisch gesehen, nimmt vor allem der Fernseh-sport, insbesondere der Fußball, eine herausgehobene und dominierende Stellung ein (Heinecke 2016: 43; Meier/Hagenah 2016: 12; Vögele 2018: 3).

Sport und Medien profitieren gegenseitig voneinander. Sportberichterstattung generiert für die Medienanbieter nicht nur hohe Reichweiten, sondern auch die Möglichkeit, sich mit einem entsprechenden Formatprofil eine exponierte Marktstellung zu sichern (Bertling/Schierl 2020: 17–21). Immer wieder neue Wettkämpfe, Siege und Niederlagen, strahlende Gewinner:innen und gedemütigte Verlier:innen, Spannung und Rekorde – Sportereignisse bieten ein besonders interessantes tagesaktuelles Berichterstattungsobjekt (Bözl 2018: 45; Schaffrath 2016: 702) Zudem ist die journalistische Bearbeitung nicht auf die jeweilige Live-Übertragung beschränkt, sondern bietet Potenzial für Vor- und Nachbesprechung sowie Anschlusskommunikation auf verschiedenen Kanälen (Bertling/Schierl 2020: 21–22). Gleichzeitig gewinnen auch Sportveranstalter:innen und Sportler:innen. Denn mit dem Verkauf der Übertragungsrechte lassen sich ebenso hohe Erträge erwirtschaften wie mit dem Abschluss von Werbedeals prominenter und beliebter Leistungssportler:innen. Zudem lässt sich die Popularität verschiedener Sportarten durch die mediale Verbreitung steigern, was wiederum zu einem Zuwachs an ökonomischen Gewinnen führen kann (Bertling/Schierl 2020: 22–26).

Dabei handelt es sich längst nicht nur um einen reinen Zeitvertreib, um die Rezeption unterhaltender Medieninhalte ohne größere Bedeutung. Sport ist zu einem „Kulturobjekt“ (Bözl 2018: 48), zu einer „dominanten globalen Kulturform“ (Leder/Nieland/Schaaf 2020: 9) avanciert: „Die Inszenierung und Kommerzialisierung des Sports in den Medien sorgt für eine perfekte kommunikative Durchdringung der Gesellschaft“ (Bözl 2018: 45). Mit dieser Durchdringung besteht die Chance, Einfluss zu nehmen auf den Alltag, auf Sichtweisen und Einstellungen, auf das, was akzeptiert wird. So kann der „Mediensport einen hervorragenden Beitrag zur Wahrnehmung der gesellschaftlichen, kulturellen und ethischen Vielfalt leisten“ (Dimitriou 2015: 71) – die Betonung liegt hier auf „kann“. Denn der Mediensport kann ebenfalls dazu beitragen, Normabweichungen und das Trennende zu betonen.

Gerade im Wettkampfcharakter liegt das Potenzial des Sports auch und besonders als regionales Identifikationsobjekt begründet; Identifikation bzw. Identitätssicherung ist dabei ein relevantes Nutzungsmotiv bzw. spielt Sport bei Identitätsprozessen eine Rolle (Dimitriou 2015: 60; Horky 2009: 304; Schauerte 2005: 258). Sport gilt „als fixe Größe regionaler aber auch nationaler Identifikation“ (Ihle 2012: 135), die sich aus gemeinschaftlich erlebten Siegen und Niederlagen und der Konstruktion des „Wir“ gegen „die Anderen“ ergibt. Vor allem Sportler:innen sind „Identifikationsgrößen für das Publikum“ (Bette 2007: 246). Ein geouteter homosexueller Fußballspieler hätte folglich hohes Identifikationspotenzial. Gleichzeitig könnte er Prozesse der Abgrenzung und Ausstoßung anstoßen – aufgrund der Abweichung

von der Norm. Es ist anzunehmen, dass die Frage der medialen Bearbeitung des Outings eine zentrale Rolle spielt. Durch die Thematisierung in der Berichterstattung, durch gesetzte Schwerpunkte und durch die konkrete Darstellung tragen die Massenmedien zur gesellschaftlichen Wahrnehmung und zur Sozialisation bei. Eine qualitative Inhaltsanalyse der Zeitungsberichterstattung nach Hitzlspergers Outing lässt den Schluss zu, dass dieses positiv aufgenommen wurde. Gleichzeitig wurde angeprangert, dass in der Gesellschaft ein stärkeres Engagement gegen Homophobie nötig wäre (Schallhorn/Hempel 2017: 1198–99).

Derzeit gibt es nur „äußerst wenige belastbare und methodisch sehr differente Ergebnisse zu den Erlebens- und Bewertungsmustern relevanter Akteur*innen im Sport und den daraus resultierenden Konsequenzen auf individueller und systemischer Ebene“ (Schweer 2018: 5). Insbesondere in der kommunikationswissenschaftlichen Bearbeitung ist eine Forschungslücke auszumachen. Zwar existieren vereinzelte Studien (z. B. Küppers 2018; Schallhorn/Hempel 2017; Sabisch 2014), es „fehlen jedoch systematische empirische Analysen mit entsprechender theoretischer Fundierung zur Darstellung von Homosexualität in der Sportberichterstattung [...]“ (Schweer 2011: 263). Und dieser Umstand gilt, obwohl sich die „Sexualisierung des Sports in den Medien deutlich ausdifferenziert hat“ (Schaaf/Nieland 2011: 10), was eine empirische Bearbeitung dieser Fragestellung besonders relevant macht.

3 Zum Verhältnis von Sport, Männlichkeit und Sexualität

Sport ist in hohem Maße körperbetont. Deswegen ist die Frage des Geschlechts eng mit dem gesellschaftlichen Subsystem Sport verbunden. Das Geschlecht dient „im Sport (...) als soziales Ordnungsmuster“ (Werkmann 2017: 66), denn es ist eine zentrale Differenzkategorie für Wettkämpfe oder Leistungsklassen (Hartmann-Tews 2003: 24; Heckemeyer 2017: 29; Werkmann 2017: 68). Im Sport, vor allem im Hochleistungssport, kommt der Differenzierung in männliche oder weibliche Körper eine besondere Rolle zu – die gesellschaftliche Zweigeschlechtlichkeit wird hier verstärkt wie in einem Brennglas (Kleindienst-Cachay/Kunzendorf 2003: 116). Die Teilung in männlich und weiblich wird nicht hinterfragt, sondern im Gegenteil „durch naturgegebene Voraussetzungen begründet, wodurch „die Geschlechter als ‚natürlich ungleich‘ differenziert werden“ (Werkmann 2017: 66).

Dem Leistungssport inhärent sind Aspekte, die in besonderem Maße die Frage des Geschlechts in den Vordergrund rücken. Das Messen in Wettkämpfen, die Konzentration auf Leistung, Stärke und Robustheit, die Unterscheidung in Sieger und Verlierer werden gesellschaftlich, wenn auch aufgrund einer stereotypen Lesart, als typisch männlich interpretiert (Hartmann-Tews und Rulofs 2003: 42). Sport ist ein gesellschaftlicher Teilbereich, in dem Männlichkeit in besonderem Maß demonstriert und definiert wird (Connell 1999: 74). Was als angemessene Männlichkeit gilt, wird auch im Sport festgelegt (Kreisky 2006: 21).

Die historisch gewachsene und oft auch medial vorgenommene Einordnung in Sportarten als „Frauensport“ (v. a. Einzelsportarten wie Turnen, Reiten oder Gymnastik) oder „Männersport“ – Fußball, Boxen, Motorsport oder Eishockey – unterstützt diese Zweigeschlechtlichkeit als Norm (Hartmann-Tews 2003: 25; Werkmann 2017: 67). Sportarten, die sich durch eine hohe Wettkampfbetonung auszeichnen, hierzu zählt der Fußball, sind mit der Vorstellung dessen, was gesellschaftlich als weiblich akzeptiert ist, nicht vereinbar (Schweer/Vaske/

Gerwinat 2010: 282). Nach und nach sind diese Trennlinien in vielen Sportarten weniger manifest geworden (Werkmann 2017: 67). Insbesondere im Fußball aber „werden Geschlechtergrenzen nach wie vor enger gezogen als in der umgebenden Gesellschaft“ (Kreisky/Spitaler 2006: 9). Fußball ist ein „genuin männliches Dispositiv“ (Sabisch 2014: 54).

Herrenfußball ist sowohl international als auch in Deutschland auch heute noch der Inbegriff von Männlichkeit (Kaelberer 2020: 798; Velez/Piedra 2020: 30; Küppers 2018: 87). Dabei werden nicht nur die Spieler, sondern auch die gesellschaftlichen Praktiken um Fußball überwiegend männlich codiert (Küppers 2018: 87; Botsch 2009: 100). Es handelt sich um einen zirkulären Prozess: Die männliche Codierung des Sports führt zu einer männlichen Codierung der Sportler und damit auch zu einer männlichen Codierung des Publikums (Kaelberer 2020: 800; Küppers 2018: 100). Diese männliche Dominanz und damit auch Deutungsdominanz kann auch auf den Sportjournalismus erweitert werden: Obwohl der Anteil weiblicher Journalist:innen mit durchschnittlich bis zu 40 Prozent bemessen wird, liegt der der Frauen in Sportredaktionen lediglich zwischen 10 und 11 Prozent (Schaffrath 2020: 49). In der Folge wird auch in der Sportberichterstattung die heteronormative Männlichkeit berichtet (Kaelberer 2020: 799). Fußball wird so zur „Arena der Männlichkeit“ (Kreisky/Spitaler 2006) mit Anschluss an „Narrative des Hypermännlichen“ (Küppers 2019: 91).

In diesem Umfeld bleibt der Aspekt der Homosexualität als etwas, das jenseits der Norm liegt, bestehen (Schallhorn/Hempel 2017: 1199; Schweer 2018: 13) und wird bewusst nicht thematisiert (Schaaf/Nieland 2011: 14) bzw. vom Diskurs ausgeschlossen (Kaelberer 2020: 799). Gerade im Fußball werden schwule Männer als abweichend von der Norm, als das Andere, konstruiert, wie Degele/Janz (2012: 200) anhand von qualitativen Gruppendiskussionen zeigen konnten. Die Gründe für die Aufrechterhaltung der heterosexuellen und hypermännlichen Norm werden dabei als vielschichtig benannt. Kaelberer bezeichnet Homophobie und Sexismus als strukturelle Probleme des deutschen Profifußballs, denen der DFB nur unzureichend begegnet (Kaelberer 2020: 806). Sabisch beschreibt Fußball als männerbündisches Dispositiv (Sabisch 2014: 54). Dabei sind Sexismus und Homophobie Exklusions-Werkzeuge nach außen und dienen dem Zusammenhalt nach innen (Sabisch 2014: 54). In der Funktion der Abgrenzung gegen Frauen und homosexuelle Männer werden sexuelles Begehren und Sexualität dethematisiert (Sabisch 2014: 56). Daraus begründe sich eine „Zwangsheterosexualität“ (Sabisch 2014: 56), die ohne Hinterfragung angenommen und akzeptiert wird (Kaelberer 2020: 799; Sabisch 2014: 57). Dadurch werden Grundfeste von Männerbünden wie homosoziale Verhaltensweisen (Torjubel, Umarmungen, Küsse) und Vergemeinschaftung (Kameradschaft) auf dem Spielfeld ermöglicht (Sabisch 2014: 57), ohne dass sich die Beteiligten dem Verdacht der Homosexualität aussetzen müssen (Kaelberer 2020: 799). „Even with the factual presence of women and homosexual men, soccer is constructed as an exclusively masculine and, by definition, heterosexual realm“ (Kaelberer 2020: 799). Die Thematisierung eines Outings geht daher auch immer mit einem Tabubruch und der Erwartung, sich als „anders“ zu identifizieren, einher: „Ein Coming Out ist vor diesem Hintergrund nicht länger als ein emanzipatorischer Akt zu verstehen, der befreiend und bestärkend ist; Coming Out bedeutet hier vielmehr die Annahme des Stigmata ‚fremd‘ mit all seinen Konsequenzen“ (Sabisch 2014: 68). Mit der vorliegenden Studie wird das Ziel verfolgt, diese Mechanismen der Konstruktion von Norm und Abweichung in der Berichterstattung zur Aktion der *11 Freunde* vor diesem Hintergrund zu analysieren.

4 Forschungsinteresse und empirische Konzeption

Aus einer empirisch-analytischen Perspektive interessieren die Berichterstattungsmuster in der medialen Debatte der *11-Freunde*-Aktion: Struktur, Charakteristika, Rahmung und konkrete Darstellung der medialen Bearbeitung. Welche Themendimensionen der Homosexualität sind auszumachen? Welche Akteure kommen aktiv zu Wort oder werden zitiert? Welche Normalitätskonstruktionen bezüglich Sexualität können herausgearbeitet werden? Wie wird die Berichterstattung visualisiert? Kurzum: Wie gestaltet sich die mediale Debatte?

Diesem Beitrag liegen, abgeleitet aus den theoretischen Erläuterungen, zwei forschungsleitende Fragestellungen zugrunde:

1. Wird Homosexualität im Herrenfußball als Teil der gesellschaftlichen Normalität in der medialen Debatte um #ihrkönntaufunzählen in Meinungsführermedien Print und Online dargestellt?
2. Inwiefern greift diese Debatte die Diskrepanz zwischen Normalität und Abweichung (d. h. fehlende Sichtbarkeit homosexueller Spieler) auf?

Diese Fragen werden mittels einer qualitativen inhaltsanalytischen Fallstudie der Printberichterstattung untersucht. Der Vorteil dieser Herangehensweise liegt in einer „eher offenen, eher deskriptiven, eher interpretativen Methodik“ (Mayring 2015: 23), die sich besonders gut für den vertiefenden Blick auf einen spezifischen medialen Ausschnitt eignet. Anhand eines explorativen Ansatzes ist es möglich, das Material jenseits von standardisierten Häufigkeitszählungen intensiv zu durchdringen und zu kontextualisieren und das Instrument gegebenenfalls auch während des Codiervorgangs zu ergänzen (Fürst, Jecker, und Schönhagen 2016: 210).

Es wurden die im ersten Quartal 2021 fünf auflagenstärksten (IVW 2021) überregionalen Tageszeitungen und deren Webportale ausgewählt, um den Diskurs in denjenigen Medien zu erfassen, die als Meinungsführermedien gelten. Damit bilden die Print- und Onlineberichterstattung von *BILD*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt* sowie *taz* die Grundlage der Untersuchung. Ergänzt wurde das Sample um die wöchentlich erscheinenden Zeitschriften *Spiegel*, *Stern* und *Focus* (ebenfalls Print und Online) sowie *SportBild* (Online) und *kicker* (Print und Online). Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich auf vier Wochen nach der Veröffentlichung des *11-Freunde*-Artikels, um auch zeitlich nachgelagerte, ggf. einordnende und/oder vertiefende Berichterstattung oder Meta-Berichterstattung über den Diskurs erfassen zu können. Der Untersuchungszeitraum wurde demnach vom 17. Februar 2021 bis zum 17. März 2021 festgelegt. In die Analyse sind N=20 Artikel eingegangen, es handelt sich um eine Vollerhebung.

Tabelle 1: Anzahl der untersuchten Artikel nach Medium

Überregionale Tagespresse					Politische Zeitschriften			Sportpresse	
BILD	Süddeutsche Zeitung	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Die Welt	taz	Spiegel	Stern	Focus	SportBild	kicker
2	5	2	4	2	2	1	1	-	1

Jeder einzelne Artikel wurde anhand eines Protokolls technisch beschrieben. Hier wurden unter anderem das Medium, das Veröffentlichungsdatum, das Genre sowie die gewählte Darstellungsform erfasst. Inhaltlich wurden neben dem Themenschwerpunkt, den beteiligten Akteuren und einer möglichen Bebilderung sieben deduktiv aus den theoretischen Überlegungen abgeleitete Hauptkategorien gebildet, um die mediale Normalitätskonstruktion erfassen zu können. Es handelt sich um: Homosexualität als Teil der deutschen Gesellschaft, Homosexualität als Teil der deutschen Bundesliga der Herren, gezeigte/besprochene Normalitätsdimensionen, diskutierte Konsequenzen bei Normverletzungen durch Homosexualität, vermutete Reaktionen von innen (Mitspieler, Vereinsführung, Verband), vermutete Reaktionen von außen (Fans des eigenen Vereins, Fans anderer Vereine, Presse), eigene Betroffenheit. Generell wurde ein deskriptives Verständnis angelegt, um zu erfassen, ob Homosexualität in der Bundesliga und/oder in der deutschen Gesellschaft als Teil der Norm oder als Teil der Abweichung beschrieben wird. In Anlehnung an Degele/Janz (2012: 196) „interessieren dabei Strategien eines nicht thematisierenden, umschiffenden, angstbesetzten, aber auch unaufgeregten, entdramatisierenden und gelassenen Umgangs mit Homosexualität“. Der Codiervorgang sah die Möglichkeit induktiver Ergänzungen der Variablen vor (Fürst, Jecker, und Schönhagen 2016: 220). Die so gewonnenen Daten wurden in mehreren Codierdurchgängen verdichtet, strukturiert und in Bezug auf die beiden genannten Forschungsfragen zusammengefasst.

5 Diskussion der Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse beschrieben. Dabei werden die Befunde nicht nach Medium strukturiert, sondern nach der jeweiligen Dimensionierung zusammengefasst. Zunächst einige Bemerkungen zur Struktur und zum Umfang der medialen Debatte: 20 Artikel wurden identifiziert, die die *11-Freunde*-Aktion zum Gegenstand hatten, sei es als Haupt- oder als Nebenthema. Mit einer Ausnahme (*BILD* vom 27. Februar 2021, DAS sagen Promis zur Änderung des Grundgesetzes) sind alle Artikel binnen einer Woche nach der Veröffentlichung von *#IhrKönntaufunszählen* erschienen. Der Analysezeitraum wurde bewusst auf vier Wochen ausgeweitet, um auch Berichterstattung erfassen zu können, in der das Thema zeitlich nachgelagert vertiefend analysiert und/oder in einen größeren Kontext eingeordnet wird. Dies war nicht der Fall. Zur gewählten journalistischen Darstellungsform lässt sich festhalten, dass in der überwiegenden Mehrzahl die Form der Meldung oder des längeren Berichts gewählt wurde. Zudem waren einige einordnende/kommentierende Formen und ein Interview veröffentlicht worden. In der Fachpresse hat die *SportBild* gar nicht und der *kicker* einmal berichtet.

Prototypische Berichterstattung

In der vertiefenden inhaltlichen Analyse konnte eine Art Prototyp der Printberichterstattung herausgearbeitet werden. Es handelt sich dabei um einen Bericht, der die *11-Freunde*-Aktion zum Gegenstand hat, die als „aufsehenerregender“ (*FAZ*, 18.02.2021, „Wir sind auf eurer Seite“) oder „emotionaler Appell“ (*Focus Online*, 17.02.2021, „Angst ist immer noch groß“: Riesige Mut-Aktion für homosexuelle Fußball-Profis) bezeichnet wird und einige Teilneh-

mende benennt und teilweise zitiert. Ganze vorn mit dabei ist der aktive Profispieler Max Kruse mit seinem plakativen Statement „Wenn sich einer meiner Kollegen outen würde, würde ich ihn vor den Idioten draußen schützen“ – „starke Worte“ (*FAZ.net*, 17.02.2021, „Wer würde das aushalten?“; *Focus Online*, 17.02.2021). Kruse ist mit einigen Eskapaden generell ein beliebtes Berichterstattungsobjekt. Gleichzeitig wird auch auf die Aussagen von Philipp Lahm eingegangen, der von einem Outing abraten würde, teilweise auch als Aufhänger des Beitrags. Der offensichtliche Gegensatz als Konfliktlinie eignet sich besonders gut für die journalistische Bearbeitung. Ein kurzer Hinweis zu Thomas Hitzlsperger als geoutetem homosexuellen Spieler komplettiert den typischen, recht sachlichen und nüchternen Bericht. Eine kritische Auseinandersetzung mit der fehlenden Homosexualität im Profifußball, potenziellen Folgen eines Outings oder möglichen Strategien zur Überwindung der Situation findet hingegen nur vereinzelt statt. Dabei unterscheidet sich der Artikel in der Fußballzeitschrift *kicker* in den wesentlichen Merkmalen nicht von Machart und Tenor der allgemeinen Mainstreamberichterstattung.

FF1: Homosexualität im Herrenfußball als Teil der gesellschaftlichen Normalität

Zuerst soll diskutiert werden, inwiefern Homosexualität im Profifußball der Herren in Deutschland als realer, aber (bisher) unsichtbarer Teil der gesellschaftlichen Normalität dargestellt wird. Dies kann auf individueller Ebene (Einzelspieler) und kollektiver Ebene (Verein, Fußball als Ganzes) verhandelt werden.

Generell wird die *11-Freunde*-Initiative positiv aufgenommen und goutiert. Eine Meta-Perspektive wird nur vereinzelt eingenommen, wenn beispielsweise kommentiert wird, dass der „Fokus zu Recht auf die Heterosexuellen“ (*Welt*, 18.02.2021, Fußball ist auch schwul) gelegt werde, denn diese seien die Gruppe, die eine Veränderung herbeiführen müsse. Gleichzeitig wurden der Aktion aber auch „Schönheitsfehler“ (*taz*, 20.02.2021, Ein paar kleine Schönheitsfehler) attestiert: Das Lob für die Aktion sei an die Journalist:innen der *11 Freunde* gegangen und nicht an die Teilnehmenden der Initiative.

Homosexualität als gegenwärtiger Teil der deutschen Bundesliga der Herren wird höchstens marginal thematisiert. Zwar finden sich vereinzelt Hinweise auf homo- und bisexuelle Spieler, die sich aktuell verstecken müssten (*Welt*, 18.02.2021, Fußball ist auch schwul), diese explizite Darstellung aktuell Betroffener als normal, aber unsichtbar bleibt jedoch die Ausnahme. In Bezug auf die individuelle Dimension der eigenen Betroffenheit ist zum einen ein ausführlicher Bericht der *BILD* (*Bild Online*, 17.2021, 800 Profis unterstützen schwule Fußballer) zu nennen. Hier kommt Marcus Urban zu Wort, ein homosexueller ehemaliger Fußballspieler, der keine Profikarriere eingeschlagen hat und sich heute gegen Homophobie einsetzt. Er äußert sich positiv über die Aktion, die ihm selbst geholfen hätte und nennt als nächsten Schritt das Outing einer Gruppe von Fußballer:innen, ähnlich der Initiative *#actout*. Die Einschätzung Lahms dagegen wird von ihm als überholte Erzählung bezeichnet. Zum anderen fällt in diese Kategorie das einzige Interview, das mit Benjamin Näbber, „Mister Gay Germany“ (*Spiegel*, 19.02.2021, „Wenn sich keiner traut, dann kommen wir nie voran“) geführt wurde. Näbber kritisiert nicht nur die Aussagen Lahms, sondern berichtet persönlich, dass er nicht das Gefühl hatte, sich in seinem Fußballverein outen zu können. Mit dem Begriff schwul sei Negatives assoziiert. In einem Interview drückt Lahm den Wunsch für die Zukunft aus, dass ein Outing für den Einzelspieler gefahrlos möglich und „normal“ wäre (*Süddeutsche Zeitung*, 24.02.2021, „Gerne bei mir melden“). Er weist jedoch auch auf von ihm erwartete

negative Folgen eines Outings hin. Damit negiert er die Normalität eines Spieleroutings zum aktuellen Zeitpunkt. Neben der Perspektive des Einzelspielers als Betroffener wird auch die Perspektive des Einzelspielers, des Vereinsmitarbeiters oder des Fans als Verursacher für Homophobie angesprochen. Auf der einen Seite steht die Zusage von Unterstützung auf individueller persönlicher Ebene. Durch die Einzelaussagen der beteiligten Sportler:innen ist sie der Aktion inhärent. Sie wird jedoch auch außerhalb in Form von individuellen Unterstützungszusagen im Fall eines Outings diskutiert. Auf der anderen Seite werden individuelle Personen wie Mitspieler (u. a. aus Konkurrenz- und Leistungsdruck) als Ursachen für homophobes Verhalten genannt. In einem Kommentar wird die aktuelle Haltung (erneut am Beispiel Lahm) als Akzeptanz von homophoben Spielern und Fans als „Naturgesetz“ moniert (*Welt*, 18.02.2021, Fußball ist auch schwul).

Auf kollektiver Ebene erfolgt die Verhandlung anhand von Forderungen für die Zukunft. Dies lässt eine strukturelle Dimension erkennen, die mit möglichen Maßnahmen einhergeht, die Situation für schwule Fußballer (als allgemeine hypothetische Gruppe) zu verbessern. Einige Fußball-Funktionäre melden sich zu Wort. Der damalige DFB-Präsident Fritz Keller spricht von der Förderung von Vielfalt und dem Abbau bestehender Hürden – auch durch die Einrichtung der Anlaufstelle für geschlechtliche und sexuelle Vielfalt beim DFB (*Süddeutsche Zeitung Online*, 18.02.2021, DFB-Präsident Keller: „Fußball ist für alle“). Hier werden – wenn auch passiv – aktive schwule Spieler auf kollektiver Ebene thematisiert. Das Angebot der Hilfestellen zeigt ebenfalls auf, dass die persönliche Situation als problematisch gelesen wird, nicht das Meinungsklima in den Vereinen bzw. im DFB. Herbert Hainer, Präsident des FC Bayern München, nimmt genau dies auf und bringt die Vereine in die Pflicht, indem er das Thema in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext setzt und ebenfalls eine strukturelle Perspektive einnimmt. Aufklärung und Sensibilisierung seien für ein offenes gesellschaftliches Klima wichtig (*Süddeutsche Zeitung Online*, 18.02.2021, Bayern-Chef: Bei Homosexualität in Fußball Vereine gefordert). Oke Göttlich, der Präsident des FC St. Pauli, fordert den DFB auf, sich auch international für Sanktionen bei homophobem Verhalten einzusetzen (*Welt*, 20.02.2021, „Gegen Homophobie einsetzen“) und verlagert den Blickpunkt und die Verantwortlichkeit damit auch nach außen.

FF2: Homosexualität als Diskrepanz zwischen Normalität und Abweichung

Im zweiten Schritt soll eruiert werden, ob die fehlende Sichtbarkeit homosexueller Spieler als Diskrepanz zur gesellschaftlichen Norm problematisiert wird.

Homosexualität wird mehrfach und deutlich in der allgemeinen sowie in der Sportpresse als explizites Tabuthema innerhalb der Fußballbundesliga der Herren bezeichnet. Ein Tabu, und hier schwingt der mögliche Tabubruch implizit mit, ist immer als abweichendes Verhalten von der Norm konnotiert. Auf diese Diskrepanz wird also in der Berichterstattung hingewiesen. Zugleich wird Homophobie auch in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext eingeordnet. Entweder werden homophobe Tendenzen als generelles gesellschaftliches Phänomen gewertet (*Welt*, 18.02.2021, Fußball ist auch schwul) – oder die Gesellschaft als „viel weiter“ (*Stern*, 18.02.2021) bezeichnet. Die Kommentator:innen sind sich folglich uneinig, ob Homophobie im Fußball als Teil einer grundsätzlichen und die gesamte Gesellschaft angehenden Problematik oder als abgeschlossenes Problemfeld, das nur einen Teilbereich des Sports betrifft, verstanden werden muss.

Unter die Dimension der Normverletzung fällt die Markierung der Homosexualität als Tabuthema des Profifußballs (*Spiegel Online*, 19.02.2021, „Wenn sich keiner traut, dann kommen wir nie voran“; *Stern*, 18.02.2021, Zeit, dass sich was dreht), das Benennen von „homophoben Männlichkeitsvorstellungen“ (*taz*, 20.02.2021, Ein paar kleine Schönheitsfehler) bzw. Markieren von „Fußball als Hetero-Only-Club“ (*Welt*, 18.02.2021, Fußball ist auch schwul). Mögliche Folgen dieser Normverletzung werden ebenfalls genannt: die Jagd durch den Boulevard, das Zerstören von Karriere und Leben danach (*Stern*, 18.02.2021), Anfeindung und Ausgrenzung (*Süddeutsche Zeitung*, 18.02.2021, Ermutigen ist besser als warnen) oder die von Lahm befürchteten Beleidigungen, Beschimpfungen und Diffamierungen (*Süddeutsche Zeitung*, 17.02.2021, Lahm rät aktiven Fußballern von Coming-out ab). Eine Einordnung möglicher positiver Folgen eines Outings findet hingegen nicht statt. Ein etwaiges Versteckspiel wird durch die aufgebaute Drohkulisse kaum hinterfragt.

Zusammenfassend wird deutlich, dass die Debatte auf einem überwiegend oberflächlichen Niveau stattfindet – auch, weil es an Stimmen von Betroffenen fehlt. Die Einordnungen kommen zwar von innen, aber eben überwiegend nicht von aktiven Spielern. Homosexualität wird zwar als Teil der deutschen Gesellschaft diskutiert (problematisiert und nicht problematisiert), als normaler, aber eben versteckter Teil der Lebensrealität von männlichen Profispielern wird sie nur in Ausnahmefällen dargestellt. Die Konsequenzen eines Outings werden durchweg als negativ, sogar als karrierebeendend bzw. unaushaltbar gezeichnet: Diese sollen durch die angebotene Solidarität abgemildert bzw. aufgefangen werden. Ein Outing als positives Ereignis bzw. als positiver Vorgang passiert nur auf gesamtgesellschaftlicher Ebene: Der Gesellschaft täte ein diverser Fußball gut, dem einzelnen Spieler scheinbar kaum. Hier werden vor allem Reaktionen von außen (Fans, Presse) befürchtet, aber auch interne Diskriminierungen durch Mitspieler werden thematisiert. Eigene Betroffenheit wird nur retrospektiv verhandelt. Damit bleiben Homo- und Bisexualität im deutschen Fußball eine abstrakte hypothetische Vorstellung, für die man vorbereitet sein sollte, wenn sich jemand outen wolle. Dabei werden sie kaum als reelle gesellschaftliche Normalität verhandelt.

Die Analyse hat gezeigt, dass nur wenige der theoretisch besprochenen Dimensionen in der Berichterstattung aufgegriffen werden. In den meisten Fällen wird Homosexualität als hypothetisches Konstrukt behandelt. Damit wird der heteronormative Raum des Fußballs bestätigt. So taucht beispielsweise nicht die Frage auf, warum sich innerhalb der Aktion niemand geoutet hat. Es werden drei Arten von Spielern thematisiert: die homophoben als anonyme Erfahrungsberichte aus der Kabine, die aktiven Unterstützer und die hypothetischen homosexuellen Kollegen. Damit erfolgt eine indirekte Abgrenzung nach innen und nach außen. Nach innen, weil die homophoben Kollegen als deutlichere Realität verhandelt werden als homo- und bisexuelle Spieler. Nach außen, weil die Differenz zwischen gesellschaftlicher Wirklichkeit und Männlichkeit und der homogenen Darstellung im Fußball nicht aufgegriffen wird. Daneben stehen Forderungen für strukturelle Veränderungen innerhalb der Vereine. Der Zusammenhang mit der Unsichtbarkeit von homo- und bisexuellen Spielern sowie die Entsexualisierung des Spiels, um männliche Räume auf Seiten der Fans und Vereine zu schützen, wird nur sehr marginal thematisiert. Wirtschafts- und Berichtserstattungsaspekte werden nicht medial aufgearbeitet. In dem überwiegenden Teil der Debatte greift der von Sabisch (2014) beschriebene Mechanismus: Eine Aufforderung zum Outing wird als Bekenntnis zur Andersartigkeit verhandelt, das durch die Solidarität der auf dem Spielfeld entsexualisierten heterosexuellen Männer abgemildert werden kann.

6 Fazit

Was bleibt von der medialen Debatte mit Blick auf das Forschungsinteresse festzuhalten: vor allem ein Vakuum an einordnender, erläuternder, vertiefender Bearbeitung. Zwei Forschungsfragen standen im Vordergrund dieser Untersuchung. Es wurde danach gefragt, ob Homosexualität als Teil der gesellschaftlichen Normalität dargestellt wird. In der Berichterstattung wird Homosexualität überwiegend als Tabuthema des Fußballs bezeichnet – aber nicht erläutert, welche Faktoren und Mechanismen zu dieser Tabuisierung führen. Welche gesamtgesellschaftlichen Vorstellungen von Männlichkeit möglicherweise eine Rolle spielen, wird beispielsweise völlig außer Acht gelassen. Auch die Frage, welche persönlichen und gesellschaftlichen Folgen das Tabu und ein möglicher Tabubruch hätten, wird, wenn überhaupt, nur am Rande bearbeitet.

Die Diskrepanz zwischen Normalität und Abweichung, auf die mit der Forschungsfrage zwei abgezielt wurde, wird thematisiert. Thomas Hitzlsperger wird immer wieder genannt, da er der einzige offen schwule Fußballer ist, den Deutschland zu bieten hat. In der Regel wird der Fußballbereich als eine Art losgelöster Kosmos eingeordnet, der Bezug zur Gesamtgesellschaft wird nur einzeln hergestellt. Und auch dann gibt es eine divergierende Einschätzung, ob ein Outing außerhalb des Fußballs völlig normal ist oder weiterhin eine Herausforderung.

In die Thematik scheint Bewegung zu kommen, mit Sicherheit auch angestoßen durch die *11-Freunde*-Initiative. Kürzlich haben sich unter dem Hashtag #kickout (Aktion des Magazins *kicker*) 106 queere Menschen, die im Fußball zu Hause sind, geoutet. Nach wie vor ist aber niemand aus der obersten Spielklasse der Herren dabei. Darüber hinaus hätte die Aktion sicherlich Potenzial gehabt, um in der allgemeinen Presse den Blick auf Männlichkeit und Homosexualität im System Fußball von außen eingehender zu bearbeiten. Einige tieferegehende Artikel haben gezeigt, dass hier Anknüpfungspunkte für eine vertiefte journalistische Auseinandersetzung gegeben waren. Für weitere Forschung wäre es außerdem gewinnbringend, die Rezeption der Berichterstattung, beispielsweise in sozialen Medien, zu untersuchen. Hier könnte vor allem eine junge Zielgruppe, die sich aktiv mit Geschlechternarrativen auseinandersetzt, zu einer vertiefenden Diskussion beigetragen haben. Ebenfalls bereichernd für die wissenschaftliche Debatte um die Tiefe der journalistischen Bearbeitung wäre ein Vergleich mit ähnlich angelegten Aktionen, beispielsweise der Initiative #actout.

Literatur

- Ahrens, Tobias (2021): You'll never walk alone. <<https://11freunde.de/artikel/youll-never-walk-alone/3335502>> (Zugriff am 21.4.2021).
- Bertling, Christoph/Schierl, Thomas (2020): Sport und Medien. Wiesbaden: Springer VS.
- Bette, Karl-Heinrich (2007): Sporthelden. Zur Soziologie sozialer Prominenz / Sports Heroes. Studies in the Sociology of Social Prominence. In: Sport und Gesellschaft 4, 3, S. 243–264.
- Bölz, Marcus (2018): Sportjournalistik. Wiesbaden [Heidelberg]: Springer VS.
- Botsch, Kerstin (2009): „Kein Sommermärchen: Sexismus im Fußball“. In: Geschlechter – Bewegungen – Sport 23, S. 99–115.

- Connell, Robert W./Connell, Raewyn (1999): *Der gemachte Mann: Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*. Wiesbaden: Springer VS.
- Degele, Nina/Janz, Caroline (2012): Homosexualität im Fußball – Zur Konstruktion von Normalität und Abweichung. In: Sobiech, Gabriele (Hrsg.): *Spielen Frauen ein anderes Spiel? Geschichte, Organisation, Repräsentation und kulturelle Praxen im Frauenfußball*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 195–214.
- Dimitriou, Minas (2015): Zur gesellschaftlichen Relevanz von Sportevents. In: Dimitriou, Minas/Schweiger, Schweiger, Gottfried (Hrsg.): *Fairness und Fairplay*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 59–80.
- Dorfer, Tobias (2017): Thomas Hitzlsperger erklärt, warum wir über Homosexualität sprechen müssen. <<https://blog.zeit.de/teilchen/2017/03/08/thomas-hitzlsperger-homosexualitaet-fussball-coming-out>> (Zugriff am 17. März 2019).
- Fürst, Silke/Jecker, Constanze/Schönhagen, Philomen (2016): Die qualitative Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft. In: Averbeck-Lietz, Stefanie/Meyen, Michael (Hrsg.): *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 209–226.
- Hartmann-Tews, Ilse (2003): Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport: Neue Perspektiven der Geschlechterforschung in der Sportwissenschaft. In: Hartmann-Tews, Ilse/Gieß-Stüber, Petra/Klein, Marie-Luise/Kleindienst-Cachay, Christa/Petry, Karen (Hrsg.): *Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 13–28.
- Hartmann-Tews, Ilse/Rulofs, Bettina (2003): Sport in den Medien — ein Feld semiotischer Markierung von Geschlecht? In: Hartmann-Tews, Ilse/Gieß-Stüber, Petra/Klein, Marie-Luise/Kleindienst-Cachay, Christa/Petry, Karen (Hrsg.): *Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 29–68.
- Heckemeyer, Karolin (2017): Geschlechterdifferenzen im Sport: Leistungsklassen, selektive Geschlechtertests und die Reproduktion weiblicher Unterlegenheit. In: Müller, Marion/Steuerwald, Christian (Hrsg.): *„Gender“, „Race“ und „Disability“ im Sport*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 25–50.
- Heinecke, Stephanie (2016). Medialisierung im Spitzensport: eine Erfolgsgeschichte? In: *Journal für Sportkommunikation und Mediensport* 1, 1–2, S. 42–52.
- Hofmann, Inga (2021): Es wird Zeit für ein kollektives Coming-Out! Homosexualität im Fußball. <<https://www.tagesspiegel.de/sport/homosexualitaet-im-fussball-es-wird-zeit-fuer-ein-kollektives-coming-out/26923820.html>> (Zugriff am 26. 4. 2021).
- Horky, Thomas (2009): Was macht den Sport zum Mediensport? ein Modell zur Definition und Analyse von Mediensportarten. In: *Sportwissenschaft* 39, S. 298–308.
- Ihle, Holger (2012): Nationale und regionale Identität von Fernsehprogrammen. Eine Analyse der Programminhalte von ZDF, ORF 2, BR und MDR. Georg-August-Universität, Göttingen. <<https://d-nb.info/1043515739/34>> (Zugriff am 26. 4. 2021).
- IVW (2021): Ranking der auflagenstärksten überregionalen Tageszeitungen in Deutschland im 1. Quartal 2021. Statista. <<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/73448/umfrage/aufgabe-der-ueberregionalen-tageszeitungen>> (Zugriff am 9. Mai 2021)
- Kaelberer, Matthias (2020): Inclusive Masculinities, Homosexuality and Homophobia in German Professional Soccer. In: *Sexuality & Culture* 24, 3, S. 796–808.
- Kleindienst-Cachay, Christa/Kunzendorf, Annette (2003): ‚Männlicher‘ Sport – ‚weibliche‘ Identität? Hochleistungssportlerinnen in männlich dominierten Sportarten. In: Hartmann-Tews, Ilse/Gieß-Stüber, Petra/Klein, Marie-Luise/Kleindienst-Cachay, Christa/Petry, Karen (Hrsg.): *Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 109–150.
- Kreisky, Eva (2006): Fußball als männliche Weltsicht – Thesen aus Sicht der Geschlechterforschung. In: Kreisky, Eva/Spitaler, Georg (Hrsg.): *Arena der Männlichkeit. Über das Verhältnis von Fußball und Geschlecht*, Reihe „Politik der Geschlechterverhältnisse. Frankfurt, New York: Campus, S. 21–40.

- Kreisky, Eva/Spitaler, Georg (2006): Einführung: Geschlecht als fußballanalytische Kategorie. In: Kreisky, Eva/Spitaler, Georg (Hrsg.): *Arena der Männlichkeit. Über das Verhältnis von Fußball und Geschlecht*, Reihe „Politik der Geschlechterverhältnisse. Frankfurt, New York: Campus, S. 8–20.
- Küppers, Carolin (2018): Die mediale Konstruktion von Männlichkeit und Heteronormativität zur Fußballweltmeisterschaft in Südafrika. In: Schweer, Martin K. W. (Hrsg.): *Sexismus und Homophobie im Sport*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 85–104.
- Leder, Dietrich/Nieland, Jörg-Uwe/Schaaf, Daniela (2020): Die Entstehung des Mediensports. Zur Geschichte des Sportdokumentarfilms. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Loosen, Wibke (2008): Sport als Berichterstattungsgegenstand der Medien. In: Schramm, Holger (Hrsg.): *Die Rezeption des Sports in den Medien*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 10–28.
- Ludwig, Mark/ Nieland, Jörg-Uwe (2013): Mediensport als Integrationsmotor? Mediennutzung und Anschlusskommunikation türkischer Migranten in Zeiten medialer Segmentierung. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeiten*. Wiesbaden: Springer VS, S. 219–232.
- Lünenborg, Margreth/Tanja, Maier (2013): *Gender Media Studies: eine Einführung*. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft [u. a.].
- Mayring, Philipp (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse*. Grundlagen und Techniken. 12., überarbeitete Auflage. Weinheim Basel: Beltz Verlag.
- Meier, Henk Erik/Hagenah, Jörg (2016): ‚Fußballisierung‘ im deutschen Fernsehen? Eine Untersuchung zum Wandel von Angebot und Nachfrage bei den wichtigsten Free TV-Sendern. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 64, 1, S. 12–35.
- Meyen, Michael/Nieland, Jörg-Uwe (2017): Die Weltmeisterschaft 2014 in der medien- und politikwissenschaftlichen Retrospektive. In: Ihle, Holger/Meyen, Michael/Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Globales Mega-Event und nationaler Konfliktherd. Die Fußball-WM 2014 in Medien und Politik*. Wiesbaden: Springer VS, S. 273–77.
- Sabisch, Katja (2014): Tabuisierte Männlichkeiten: der öffentliche Diskurs über Homosexualität in der deutschen Fußballbundesliga. In: *Soziale Probleme* 25, 1, S. 52–74.
- Schaaf, Daniela/Nieland, Jörg-Uwe (2011): Anmerkungen zur Sexualisierung des Sports in den Medien. In: Schaaf, Daniela/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Die Sexualisierung des Sports in den Medien*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 9–33.
- Schaffrath, Michael (2016): Journalismus und Sport. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 699–712.
- Schaffrath, Michael (2020): Berufszufriedenheit und Rollenselbstverständnis von Sportjournalistinnen. In: *Journal für Sportkommunikation und Mediensport* 5, 1–2, S. 48–68.
- Schallhorn, Christiana/Hempel, Anne (2017): Media Coverage of Thomas Hitzlsperger’s Coming-out in German Newspapers. In: *Journalism Studies* 18, 9, S. 1187–1205.
- Schauerte, Thorsten (2005): Öfter, komplexer, intensiver? – Der Einfluss von Motiven auf die Nutzung von medialen Sportangeboten. In: *Sport und Gesellschaft* 2, 3, S. 255–74.
- Schweer, Martin (2011). Is anybody out there? Homosexualität in der Sportberichterstattung: Sozialpsychologische Spezifika des (Medien-)Sports mit Blick auf ein Tabuthema. In: Schaaf, Daniela/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Die Sexualisierung des Sports in den Medien*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 263–279.
- Schweer, Martin (2018): Sexismus und Homonegativität im Sport – Anmerkungen zum Status Quo interdisziplinärer Forschung. In: Schweer, Martin (Hrsg.): *Sexismus und Homophobie im Sport. Interdisziplinäre Perspektiven auf ein vernachlässigtes Forschungsfeld*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 3–20.
- Schweer, Martin/ Vaske, Ann-Kathrin/Gerwinat, Alexandre (2010): Homophobe Tendenzen in der Wahrnehmung des (Hoch-)Leistungssports als Herausforderung für die Sportberichterstattung. In: *Zeitschrift für Sexualforschung* 23, 2, S. 114–29.

- Schwier, Jürgen (2002): Sport, Medien und Repräsentation – ein Wort vorweg. In: Schwier, Jürgen (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren, S. 1–7.
- Utz, Sonja (2019): Die Rolle sozialer Medien im Sport – eine Einführung. In: Grimmer, Christoph G. (Hrsg.): *Sportkommunikation in digitalen Medien*. Wiesbaden: Springer VS, S. 3–18.
- Velez, Luisa/Piedra, Joaquin (2020): Does Sexuality Play in the Stadium? Climate of Tolerance/Rejection towards Sexual Diversity among Soccer Players in Spain. In: *Soccer & Society* 21, 1, S. 29–38.
- Vögele, Catharina (2018): *Wechselspiele*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Werkmann, Michaela (2017): Geschlecht als Differenzierungskategorie (in Führungspositionen) des Sports. In: Knaut, Annette/Heidler, Julia (Hrsg.): *Spitzenfrauen. Zur Relevanz von Geschlecht in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Sport*. Wiesbaden: Springer Verlag für Sozialwissenschaften, S. 65–86.

Zur Person:

Eva Spittka, Universität Berlin, Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Telefonnummer: 0176 38545075
E-Mail dienstlich: eva.spittka@fu-berlin.de

Anne Beier, M.A., Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften, FU Berlin
Telefonnummer: 030 838 65428
E-Mail dienstlich: anne.beier@fu-berlin.de