

# Rosa Trikots auf grünem Rasen

Autor(en): **Messerli, Simon**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rosa : die Zeitschrift für Geschlechterforschung**

Band (Jahr): - **(2013)**

Heft 46

PDF erstellt am: **11.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-631228>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Rosa Trikots auf grünem Rasen

von Simon Messerli

**Im europäischen Profifussball bieten rosa Trikots Reportern und heissen, traditionalistischen Fussballfans Stoff, um in polemischer Art gegen die Träger zu schiessen und ihrer scheinbar überlegenen Männlichkeit Ausdruck zu verleihen. Wie und was wird wahrgenommen und vorgestellt, wenn auf dem grünen Rasen rosa Trikots einem Ball hinterher rennen?**

Als am 30. November 1872 das erste offiziell anerkannte internationale Fussballspiel zwischen Schottland und England ausgetragen wurde, traten die Teams nicht in einheitlichen Trikots gegeneinander an, sondern in den jeweiligen Schuluniformen, in denen sie früher für ihre Schulen gespielt hatten. Zur Erkennung der Mannschaftszuordnung trugen die englischen Fussballer Mützen, die schottischen Kapuzen. «Jetzt kommt GC in Schweinchen-Rosa»<sup>1</sup> titelte der Blick 140 Jahre später, als letzten Sommer die 1. Fussballmannschaft des Grasshopperclubs Zürichs mit rosa Auswärtstrikots gegen den FC Wil aufrief. Durchforstet man das Fanforum des GC, in dem die neue rosa Trikotfarbe heissblütig kommentiert und diskutiert wird, finden sich polemische Beschreibungen, die sich gegen die rosa Trikots richten. BloggerInnen und Massenmedien wie der Blick berufen sich auf die traditionellen Vereinsfarben und messen diesen eine herausragende Bedeutung bei. Diese Phänomene müssen mit dem eingefärbten Fussballgewebe, das weltweit einen gewichtigen Beitrag zur Sinnstiftung und Ritualisierung des Alltages bildet, kontextualisiert werden. Geflügelte Worte wie heiliger Rasen, Hand Gottes oder Wunder von lassen das ungeheure Potential eines (sakralisierten) Spiels erkennen, das nicht nur die Sinnbedürfnisse einzelner Fans befriedigt, sondern sich in kollektiven

Identitäten oder im kulturellen Gedächtnis ganzer Nationen verankert. Liegt die «wahre Geburtsstunde der Bundesrepublik Deutschland im Wankdorf Stadion zu Bern am 4. Juli 1954»<sup>2</sup>?

## Signifikantenkopplungen und andere Spiele

Eine geneigte Leserin mag sich beim Titel «Schalke will Blau-Weiße in Königspink schlagen» fragen, ob sich dieser farbige Erguss einer journalistischen Sucht nach Synonymen zuschreiben lässt oder ob sich hinter dem «Angriff in Farbe»<sup>3</sup> eine bedeutungsaufgeladene Dimension fussballerischer Kultur verbirgt. Tatsächlich sind Fussballmythen oftmals tief mit Vereinsfarben durchtränkt und verknüpft. Man denke beispielsweise an die Roten Teufel (Manchester United), an das Weisse Ballett (Real Madrid) und an die Gelbe Wand, die Stehplatztribüne bei Borussia Dortmund, mit der sich Generationen fanatischer Fussballfans identifizieren. Starken positiven Gefühlen haftet einem eingefleischten Fan von Real Madrid Weiss, einer energischen Anhängerin von Manchester United Rot, einem Verehrer des Grasshopper Clubs Blau-Weiss oder einem Getreuen von Borussia Dortmund Gelb-Schwarz an. Dieser farbigen Evidenz liegt eine Signifikantenkopplung der jeweiligen Farben zu Grunde, die durch die häufig jahrhundertealte Tradition von Vereinsfarben und manchmal durch meist jahrzehntealte Spitznamen von Vereinen, die sich teilweise aus Vereinsfarben ergeben, geprägt ist. Nun finden sich im deutschsprachigen Raum keine derartigen semantischen Verknüpfungen mit der Farbe Rosa. In England und in Italien hingegen besitzen rosa Trikots eine stärkere Verankerung. Der US Palermo etwa trägt den Spitznamen Rosanero, hat Rosa in seinem Vereinswappen und spielt traditionell bei Heimspielen in Rosa, erwähnenswert auch, dass eine der meistgelesenen Zeitungen Italiens - die Sportzeitung «Gazzetta dello Sport» ebenfalls auf rosa Papier gedruckt wird.

## Im Pathos der Distanzlosigkeit

«Seit Saisonbeginn spielen die Zürcher Grasshoppers auswärts in softem Rosa, was bei ihren Anhängern gut ankommt.»<sup>4</sup> Dieser im Tagesanzeiger abgedruckte Satz hat eine homogene und eine anscheinend rein maskuline, mit den Trikots zufriedene Fangemeinde im Auge. Sucht man im Fanforum vom GC nach Aussagen über die rosa Trikots, ergaben sich am 28. Januar 2013 321 Treffer. Einige User- und Userinnen[?]-Stimmen fallen dabei sehr negativ, teilweise polemisch aus. Der User GC Supporter schreibt: «Man bleibt nicht beim alten?! Da kommt mir das kotzen!!!!!! Rosa und Pink geht gar



nicht»; Lion King meint: «[...] hauptsache wir spielen [...] nicht als rosa Schweine»; Und auch bei Ricky scheint die Gürtellinie bei den Fussknöcheln zu liegen: «[...] der ROSA (!!!) Dress (Kleidchen?) ist nun genau das, was wir noch gebraucht haben - ein Schwuggele-Leibchen».<sup>5</sup> Aber auch positive Stimmen und Gegenreaktionen auf genannte Aussagen sind im Fanforum zu vernehmen. Die Kontroversen unter den GC-AnhängerInnen um die Farbe Rosa weisen auf eine Vielfalt an Fankulturen auch innerhalb eines Fussballvereins hin. Gemäss dem Soziologen Richard Giulianotti muss zwischen vier Typen von Fussballfans unterschieden werden: 1. «Der heisse Traditionalist», 2. «Der kalte Traditionalist», 3. «Die heissen Konsumenten», 4. «Die kalten Konsumenten». Ein «heisser Traditionalist» zeichnet sich durch ein inniges Verhältnis zu seinem Verein aus, gruppiert sich in Fanclubs und ist aktiv beim Austausch in Fanforen und bei Fanseiten beteiligt. Dabei werden Feindbilder konstruiert und der Abgrenzung durch Fangesänge, Vereinssymbole und Vereinsfarben wird viel Sinn beigemessen. Bei solchen Fanbindungen an einen Verein bilden sich ideologische Motive, starke Bezüge auf die traditionellen Vereinsfarben und eine häufig möglichst rudimentäre Kommunikation aus, die durch einfache Stereotypen und Provokationen gegenüber anderen Vereinen bestimmt werden. Christian Bromberger meint, dass im Arsenal der Abwertungen heisser Traditionalisten Sexualität, die vorwiegend auf die «Erniedrigung der Männlichkeit des Gegners» abziele, den ersten Platz einnehme. Dabei muss berücksichtigt werden, dass in vielen Fussballkulturen und speziell im Fussballstadion die Geschlechtergrenzen nach wie vor eng gezogen werden.<sup>6</sup> Diese These wird u.a. dadurch unterstützt, dass es keinen aktiven Spieler im europäischen Profifussball gibt, der sich explizit bezüglich seiner Homosexualität geoutet hat. Ausrufen gegen Schwuggele-Leibchen liegen starre, unter der Oberfläche verborgene Eisberge zu Grunde, bei denen sich stereotype Kopplungen der Farbe Rosa u.a. mit Weiblichkeit, Homosexualität und Softies historisch verankerten. Heisse Traditionalisten erheben dabei einen normativen Anspruch gegenüber ihrem Verein und ihrem Fussballverständnis, der durch veraltete, vereinfachte, idealisierende und stark abgrenzende Vorstellungen geprägt ist.

#### Das Unbehagen der Sportjournalisten

Nicht nur Fans müssen als Akteure und Akteurinnen bei der Konstruktion von Farbbedeutungen im Profifussball berücksichtigt werden, sondern auch die Medien beziehungsweise die SportjournalistInnen

– grösstenteils Sportjournalisten. Dabei nimmt sich vorwiegend der Boulevardjournalismus der Thematik von Farben und rosa Trikots im Fussball an. Dirk van Versendaal verbindet in einem Stern Online-Artikel die Farbe Rosa mit «Barbie, Babypopo und Erdbeershake», «lieblich Süße[m] und zarte[r] Zuneigung» und meint, dass rosa Bekleidung nur etwas für Mädchen sei. Mit seinem grundsätzlichen Unbehagen gegenüber rosa Männerhemden und seinen stereotypen Geschlechtervorstellungen schießt er gegen den im rosa Trikot spielenden Torwart Tim Wiese: «[...] [Tim Wiese] sah aus wie eine halbgare Presswurst und die Spottgesänge der gegnerischen Fans trafen ihn mit Wucht: Wiese ist ne Frau, Wiese ist ne Frau, sangen sie, und: Da steht'n Homo im Tor. Gemein, oder? Nicht wirklich. Es gibt eben Dinge, die das ästhetische Empfinden schwer verletzen.»<sup>7</sup> Versendaal begründet seine Abneigung nicht (weiter) und stimmt mit seinem Plädoyer «Nie wieder ... rosa Herrenhemden!» in den Kanon heisser Traditionalisten ein. Ähnlich distanz- und kritiklos berichtet der Blick über die rosa Trikots beim GC. Bereits bei den Titeln zweier Beiträge «Jetzt kommt GC in Schweinchen-Rosa. Über Geschmack lässt sich bekanntlich streiten – aber das ...»<sup>8</sup> und «Ihm [dem GC Trainer] gefällt das Schweinchen-Dress»<sup>9</sup> zeigt sich



Neuer Style  
So spielen die  
Zürcher auswärts.

**GC spielt neu in Schweinchen-Rosa**

**TRIKOT** → Über Geschmack lässt sich natürlich streiten - aber der neue Hoppers-Dress toppt alles.

Der Blick ist nicht zufrieden mit der neuen Trikotfarbe.

die negative Konnotation der Farbe Rosa. Die Sprache, die dabei verwendet wird, reflektiert weder die gesellschaftlich-historische Dimension von Farbbedeutungen noch deren Kontingenz.

### Homophobes Tränental

Der Reproduktion einer dominierenden Homophobie und traditionalistischen Äusserungen wohnen ausgrenzende und feindliche Haltungen inne. Einer von heissen Traditionalisten gelebten Alltagskultur, die von Dramen, Metaphern, Fussballliedern und Mythen durchtränkt ist, liegen sehr verknäppte semantische Relationen der Farbe Rosa zu Grunde, die abwertende Konnotationen und typisch weibliche, zärtliche und verwundbare Entitäten beinhalten. Dabei haben sich durch die Wiederholung gewisser Signifikanten hartnäckige Begriffsverknüpfungen von Rosa mit Misserfolg, Verfall der guten Sitten, schwul, tuntig und Spott herausgebildet, was sich in sehr eingeschränkten Diskursen manifestiert. Daran scheinen die (Boulevard-) Medien einen grossen Anteil zu haben, da sie kaum kommentierend, erweiternd, relativierend oder reflektierend Rosa im Fussball in ein anderes Licht rücken. Die Bildzeitung oder der Blick erweisen sich als Instanzen der Abgrenzung, die die diskursive, gesellschaftliche Einfärbung von rosa Trikots kaum thematisieren und deshalb bei der engen Grenzziehung mitwirken, was von AkteurInnen zu einem bestimmten Zeitpunkt über rosa Trikots ausgesagt werden kann und was nicht. Dass zurzeit kaum verschiedene Kämpfe um die Wahrnehmung von rosa Trikots im europäischen Profifussball stattfinden, liegt zumindest unter anderem daran, dass es hauptsächlich die Boulevardmedien und einzelne heisse, traditionalistische Fans sind, die sich der Bedeutung von rosa Trikots im Fussball widmen. Diese blenden aus, dass die Farbe Rosa tiefgreifend durch sich verändernde diskursive Formationen geprägt ist. Die im Fussballgewebe bildenden kulturellen Manifestationen gilt es nicht als unwiderlich und felsenfest hinzunehmen, sondern das zurzeit scheinbare semantische Festland, die starren Felsen im Diskurs um rosa Trikots im heutigen europäischen Profifussball mit dem Meissel zu bearbeiten.

Interessant bei der sich zurzeit herausbildenden Homophobie und Inszenierung der eigenen Maskulinität der heissen Traditionalisten im Kontext der gesellschaftlichen Veränderungen, der sportlichen Kommerzialisierung und Verwässerung unterschiedlichster Fantypen ist nicht nur, dass eine ihrer schwindenden Bastionen in den stabilen Vereinsfarben und Vereinssymbolen zu lie-

gen scheint, sondern dass sich ihr Habitus immer in einem Spannungsfeld befindet: Auf der einen Seite eine dominante Homophobie, die Leugnung der Männlichkeit der Gegner, die harten Stereotypenbildungen, auf der anderen Seite die gegenseitigen Umarmungen, wenn ihre Mannschaft ein Tor schießt, die innige Nähe zu anderen Fans und die Geborgenheit inmitten der Anhängergruppe, die Gefühlsausbrüche im Stadion und die Tränen, wenn *ihr* Verein absteigt.

### Anmerkungen

1 Kern 2012: <http://www.blick.ch/sport/fussball/superleague/jetzt-kommt-gc-in-schweinchen-rosa-id1927761.html>.

2 Herzog 2002, 18.

3 Ulrich 2011: <http://www.tagesspiegel.de/sport/angriff-in-farbe-schalke-will-blau-weisse-in-koenigspink-schlagen/4201526.html>.

4 Wertheimer 2012: <http://www.tagesanzeiger.ch/zuerich/region/La-vie-en-rose-fuer-Fussballfans/story/31958532>.

5 Vgl. für alle zitierten Foreneinträge im GC Forum: <http://www.gczforum.com/forum>.

6 Bromberger 2006: 41-44.

7 Van Versendaal 2009: <http://mobil.stern.de/lifestyle/mode/plaedoyer-nie-wieder-rosa-herrenhemden-601066.html>.

8 Kern 2012: <http://www.blick.ch/sport/fussball/superleague/jetzt-kommt-gc-in-schweinchen-rosa-id1927761.html>.

9 zbi 2012: <http://www.blick.ch/sport/fussball/euro2012/em-studio/ihm-gefaellt-das-schweinchen-dress-id1930608.html>.

### Literatur

Bromberger, Christian. Ein ethnologischer Blick auf Sport, Fussball und männliche Identität. In: Kreisky, Eva; Spitaler, Georg (Hg.): Arena der Männlichkeit. Über das Verhältnis von Fussball und Geschlecht. Frankfurt: Campus Verlag, 2006, 41-52.

Herzog, Markwart. Von der «Fusslümmelei» zur Kunst am Ball. Über die kulturgeschichtliche Karriere des Fussballsports. In: Ders. (Hg.): Fussball als Kulturphänomen. Kunst – Kultur – Kommerz. Stuttgart, 2002, 11-43.

### Autor:

Simon Messerlis Fussballkarriere endete bei den F-Junioren. Nun studiert er Kulturanalyse, Geschichte und Philosophie. [simon.messerli@uzh.ch](mailto:simon.messerli@uzh.ch)