

Die Frauenfußball-WM in Deutschland sorgt für große Hoffnungen auf eine Zukunft mit größerer Bedeutung

Etwas Vorfreude und die Sorge ums Danach

Von Simon Rosner aus Berlin

- Die Begeisterung für das Großereignis läuft erst langsam an.
- Akteurinnen zwischen Sport und Rollenbildern.



Die deutschen Fußballerinnen um Fatmire Bajramaj (M.) stehen ab Sonntag im Mittelpunkt des Interesses.

©
EPA

Berlin. Wenn eine große Kugel und ein Tor zu den Wahrzeichen einer Stadt zählen, bedarf es des kreativen Geistes eines Fahrradschlauchs, sich markante und weithin sichtbare Symbole zu überlegen, um eine herannahende Fußball-WM zu bewerben. Vor fünf Jahren beispielsweise stellten die Organisatoren der Weltmeisterschaft einen begehbaren Fußball einschussbereit vor das Brandenburger Tor, nun hängen dort lediglich ein paar Flaggen, auf denen "Berlin" steht. Warum, wieso, weshalb, bleibt den Betrachtern überlassen.

Aufschluss gibt nur ein kleines Logo auf den Fahnen, doch das muss man schon als das Signet der am Sonntag beginnenden Frauenfußball-WM erkennen, um die Fahnen als Hinweis darauf zu identifizieren. Und die große Kugel des Fernsehturms auf dem Alexanderplatz sieht aus wie sonst auch, wie eine riesige Diskokugel.

Es ist eben doch anders als 2006, als der Welt beste Fußballer "zu Gast bei Freunden" waren. Das Epizentrum der Frauen-WM ist nicht Berlin, sondern Frankfurt, und im Olympiastadion findet lediglich das Eröffnungsspiel statt. Es gibt keine Fanzone in Berlin, nur da und dort bieten Lokale Public Viewing an, und außer den offiziellen Sponsoren wirbt niemand mit dem bevorstehenden Ereignis. Das war vor fünf Jahren noch anders, als fast jedes Unternehmen auf den WM-Zug aufspringen wollte und die Fifa eine eigens gegründete Marketing-Polizei durch die Straßen schickte.

waren. Das Epizentrum der Frauen-WM ist nicht Berlin, sondern Frankfurt, und im Olympiastadion findet lediglich das Eröffnungsspiel statt. Es gibt keine Fanzone in Berlin, nur da und dort bieten Lokale Public Viewing an, und außer den offiziellen Sponsoren wirbt niemand mit dem bevorstehenden Ereignis. Das war vor fünf Jahren noch anders, als fast jedes Unternehmen auf den WM-Zug aufspringen wollte und die Fifa eine eigens gegründete Marketing-Polizei durch die Straßen schickte.



Deutschlands Nachwuchsfußballerinnen durften in Berlin zu Werbezwecken auf dem Kurfürstendamm aufspielen. Viel Aufsehen erregten sie nicht. Foto:Rosner

Doch die Hoffnungen sind heute ähnliche wie damals. Deutschland soll Weltmeister werden, die WM soll die Liga attraktiver und professioneller machen, soll einen Boom auslösen, hierzulande, aber auch sonst überall, in Europa, in Afrika, in Nordamerika. Es sind hehre Ziele, an denen man sich aber auch überheben kann. Das befürchtet beispielsweise Hans Macholdt, ein Betreuer des Klubs FC Hertha 03 aus Berlin-Zehlendorf. "Ich hab' eher die Angst, dass das Ganze abflacht nach der WM und die Unterstützung weniger wird." Seit sechs Jahren ist Macholdt, "oder eigentlich nur Hans", wie er sagt, ehrenamtlich beim FC Hertha 03 tätig. "Weil mein Enkel

damals meinte, unbedingt gegen einen Ball treten zu wollen." Am Anfang schaute Hans nur zu, dann war er irgendwann selbst dabei. Nun wendet er wöchentlich bis zu zehn Stunden für den FC Hertha 03 auf, und zu Motivationszwecken setzt er schon mal seine wallende Mähne ein. Nach einem wichtigen Sieg seiner Mädchen hatte er sie blau färben müssen, das hatte er den Spielerinnen versprochen, derzeit läuft die Wette mit der Komplettasur.

Ein paar Tage vor der WM war sein Klub gemeinsam mit ein paar anderen Vereinen eingeladen, um auf dem Kurfürstendamm bei einem Mädchenturnier aufzuspielen. Doch gerade an diesem Tag regnet es immer wieder, und so verlieren sich nur ein paar Passanten ans Neue Kranzler Eck auf der einstigen Prachtstraße Berlins. Sie bleiben nicht lange stehen, ein kurzer Blick reicht den meisten. Dabei gibt die Moderatorin alles. "Jaaaaa. Kick-it Berlin. DAS Mädchen-Turnier am Neuen Kranzler Eck gesponsert von Karstadt." Sie redet bemüht gegen das schlechte Wetter an und spielt ihre Begeisterung so überzeugend, dass man nur in den Pausen an ihrem Gesichtsausdruck merkt, dass Moderation ein harter Job ist.

Positionskämpfe auf dem Bolzplatz

Als zwischendurch auch die Mädchen kurz pausieren, entern sofort ein paar Burschen das Feld. Sie schießen, so fest sie können, schreien, einer spielt nach einem Zweikampf den Verletzten und windet sich auf dem Kunstrasen. Die Finalistinnen stehen schon längst auf dem Feld, da sind die Burschen immer noch da, sind laut und beanspruchen zu viert mehr Platz als die beiden Finalteams zusammen. Erst auf Geheiß des Schiedsrichters gehen sie, aber man kann sich ausmalen, wie es im Park oder im Käfig ist, wenn ein paar Mädchen spielen wollen und kein Schiedsrichter weit und breit ist.

Der FC Hertha 03 verliert das Finale gegen den SV Blau-Gelb. Hans registriert es emotionslos, seine Mähne bleibt. Dabei hatten die Mädchen von Türkiyemspor aus Kreuzberg ihre Kolleginnen und Bezwingerinnen im Halbfinale stimmkräftig angefeuert. Umsonst. "Es ist eben eine kleine Szene. Wir kennen uns alle untereinander", sagt Hans. Diese gegenseitige Unterstützung ist für den Fußball selbst bei einem solchen Showturnier ebenso ungewöhnlich, wie es die Reaktionen der Mädchen auf die Niederlage sind. Es gibt keine gegenseitigen Vorwürfe, man tröstet einander kurz, dann plaudert und scherzt man wieder mit den Mitspielerinnen und Gegnerinnen. "Es ist eher Kuschelkurs", sagt Macholdt, "es ist zwar schon Ehrgeiz dabei, aber in erster Linie zählt der Spaß."

Diese authentische Freude am Fußball und Kollegialität sind bei den Frauen auch auf höchstem Niveau viel deutlicher zu spüren als im überkommerzialiserten Männerfußball. Und das könnte die Kehrseite jener Entwicklung sein, die auch den Frauenfußball seit ein paar Jahren erfasst hat. Vor allem in Deutschland kommt immer mehr Geld ins Spiel, einzelne Spielerinnen wie Fatmire Bajramaj vermarkten sich gewinnbringend und wechseln dorthin, wo ein besseres Gehalt auf sie wartet. Das ist ja auch verständlich. Bajramaj hat es vom kosovarischen Flüchtlingskind zur Profifußballerin und damit zu einem bemerkenswerten sozialen Aufstieg geschafft. Diese Chance bietet der Frauenfußball in Deutschland.