

**Robert Schacht**

## Die mediale Feminisierung und Heterosexualisierung des Frauenfußballs im Zuge der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2011

### Summary

Due to its unexpected media attention, the Women's World Cup 2011 represents a milestone in the media coverage of women's football. However, this is a result of a new and aggressive marketing of the heterosexual female attractiveness and the distinct aesthetics of women's football and female footballers. The present article analyses, how the mass media have contributed to a feminization and heterosexualization of women's football in the public awareness by (re-)constructing traditional gender differences. The investigation takes the form of a content analysis of four supraregional weekly German newspapers.

### Zusammenfassung

Die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2011 stellt aufgrund ihrer ungeahnten medialen Präsenz einen Meilenstein in der Sportberichterstattung über den Frauenfußball dar. Zurückzuführen ist dies jedoch auf die neue offensive Vermarktung einer heterosexuellen weiblichen Attraktivität und besonderen Ästhetik des Frauenfußballs und der Fußballerinnen. Inwiefern die Massenmedien entlang der (Re-) Konstruktion traditioneller Geschlechterdifferenzen hier letztlich gezielt zu einer Feminisierung und Heterosexualisierung des Frauenfußballs in der öffentlichen Wahrnehmung beigetragen haben, gilt es, im Rahmen der vorliegenden Arbeit zu erörtern. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht dabei die inhaltsanalytische Auswertung der Medienangebote von vier überregionalen deutschen Wochenzeitungen.

**Schlagnworte:** Frauenfußball, Fußball-Weltmeisterschaft 2011, Massenmedien, qualitative Inhaltsanalyse, sportwissenschaftliche Geschlechterforschung