

III. Auspowern und Empowern: Ergebnisse der empirischen Feldforschung

»[...] dass wir ne gute Team-Atmosphäre haben und dass ich mich da wohl fühlle. [...] so wie ich bin, also mit meinem Queersein, ähm [...] mit dem, wie ich aussehe und mit dem, was ich mache. Und das war mir immer sehr sehr wichtig und das finde ich in dem Kurs auch toll, also dass wir da ne sehr sehr (.) schöne Atmosphäre miteinander haben.« (Interview Alex)

»Es ist einfach wahnsinnig herzlich. Man wird so angenommen, wie man einfach ist. [...] Man fühlt sich gut aufgehoben dort.« (Interview Valerie)

»Ich fühl mich da geschützt. In: Ich darf so sein, wie ich bin.« (Interview Alma)

So und ähnlich wird in allen Interviews der vorliegenden Studie das Erleben der queeren Trainings beschrieben, selbst in Interviews, in denen auch Kritik und Unwohlseinsgefühle benannt werden. Immer wieder werden Schlagworte wie ›sich wohl fühlen‹, ›Schutzraum/(Safe(r) Space‹ und ›man selbst sein können‹ benannt. Deutlich wird, dass vor Angaben zur Effizienz des Trainings oder seiner Gestaltung, die *Atmosphäre* als das Entscheidende benannt wird, was das Trainieren in den Szene-Gruppen von Erfahrungen andernorts unterscheidet. Nach Martina Löw sind Atmosphären definiert als »die in der Wahrnehmung realisierte Außenwirkung sozialer Güter und Menschen in ihrer räumlichen (An)Ordnung an Orten« (Löw 2015: 209). Wichtig ist dabei aber, dass genau diese Wahrnehmung nicht bei allen Anwesenden gleich ist. Es gibt nicht *die Atmosphäre*, sondern letztlich resultiert die Atmosphäre als Wahrnehmung je individuell, aus den spezifischen körperlichen und habituellen Wahrnehmungsweisen jeder anwesenden Person. Es ist also zunächst beachtenswert, dass die Atmosphäre der Trainings relativ einhellig beschrieben wird.¹

¹ Das kann sicher zum Teil als Effekt sozialer Erwünschtheit im Kontext der Interviewsituationen gesehen werden. Es zeigen sich aber immer wieder auch Widersprüche und kritische Perspektiven auf das Trainingsgeschehen, wie noch zu sehen sein wird.

Atmosphären ergeben sich nicht einfach so aus dem Arrangement an Menschen und sozialen Gütern, sondern sind Ergebnisse von Praktiken, nicht nur des einmaligen Arrangierens, sondern der *permanenten Interaktion* der anwesenden Menschen untereinander und mit den Gütern beziehungsweise Artefakten. Die Trainingsatmosphären hier ergeben sich auch aus den Arrangements von Trainingspraktiken und aus der spezifischen Interaktion der Anwesenden, deren Zusammenstellung wiederum bereits aus vorhergehenden Praktiken, zum Beispiel der Anwerbung von Teilnehmenden. Auch die diese Praktiken rahmenden Diskurse prägen die Atmosphäre (Villa 2006) in den Hallen und sind daher Element der hier vorgestellten Analyse.

In diesem Kapitel werden nun die Ergebnisse der ethnografischen Untersuchung präsentiert. Dabei nähern wir uns dem Feld zunächst ›von fern‹, durch eine Analyse szenetypischer Selbstdarstellungen nach außen in Form von Werbemedien (III.1). Danach geht es auch räumlich ›rein‹ ins Feld, indem in den Unterkapiteln III.2 und III.3 das praktische Geschehen in den Umkleiden und den Sporthallen beschrieben wird. Im Anschluss folgt ein Unterkapitel, III.4, in welchem noch einmal dezidiert die im Feld relevanten Diskurse zur Arbeit am Körper soziologisch ausgeführt werden.

1 Werbematerial: Community-Building und Abgrenzung

In gewissem Sinne stellen die Werbemedien so etwas wie das Türschild der jeweiligen Räume dar. Sie geben ihnen einen Namen, wecken Assoziationen und beeinflussen damit die Erwartungshaltung und Grundstimmung diesem Raum gegenüber, noch vor dem ersten Betreten. Schon hier werden Aversionen oder Affinitäten gegenüber dem Raum und den mit diesem assoziierten Personen und dort vollzogenen Praktiken produziert. Dabei können Eingangsschilder gründlich studiert, analysiert und abgewogen werden, lange vor dem ersten Schritt über die Türschwelle. Genauso gut können sie aber auch übersehen, nur flüchtig mit dem Blick gestreift oder ignoriert werden. So gibt es Interviewpartner_Innen, die ganz ohne jemals ein Werbematerial ›ihres‹ Angebots gesehen zu haben an diesem partizipieren, beispielsweise, wenn sie über andere Teilnehmende den Gruppen beigetreten sind. In einigen Interviews gibt es aber auch Passagen, welche sich intensiv mit dem Werbetext (interessanterweise selten mit dem begleitenden Bildmaterial) der eigenen Gruppe auseinandersetzen und zeigen, dass dieser für manche Interviewte ein Hemmnis, für andere eine Ermutigung zur Teilnahme darstellte, in beiden Fällen aber sehr bewusst wahrgenommen und evaluiert wurde.

Die Werbemedien sollten explizit nicht als Repräsentation im Sinne einer realitätsgtreuen (oder auch verfälschten) Darstellung gesehen werden. Vielmehr sind die Produktion und Gestaltung von bildlichen und textlichen Selbstaussagen Teil kollektiver Praktiken der Selbst- und Raumbildung im Feld. Die textuelle Formulierung eines ›Wir‹ in den Trainingsbeschreibungen wirkt immer auch performativ. Über das Verfassen und Präsentieren einer Selbstdarstellung nach außen wird auch die Bildung einer Gruppenidentität und der Zugehörigkeitsempfindung der Einzelnen beeinflusst. Einzelne können sich durch die Darstellung nach außen repräsentiert und dadurch ›richtig‹ in der Gruppe fühlen oder auch gerade ›falsch‹. Zudem werden durch die Beschreibungen potenziell neue Teilnehmende und damit immer auch Gruppen- und Raumgestaltende eingeladen beziehungsweise abgeschreckt. So beschreibt Jannis, wie in seiner Gruppe Werbetexte, welche über einen größeren Newsletter des übergeordneten Vereins geschickt werden sollen, per Mailverteiler allen Teilnehmenden vorher zum Gegenlesen geschickt werden:

»Ich hab auch schon zwei oder dreimal ne Email, die in den Newsletter gehen sollte sozusagen zensiert. Oder halt nochma gesagt: Find ich nicht oder find ich an sich gut, aber das bitte rausnehmen, weil sonst denken alle Leute/Das war'n in der Regel immer so'ne Sachen wie: Das Training is' voll hart oder das Training is/Und ich hab dann immer gesagt: Könnt ihr bitte reinschreiben: Das Training KANN voll hart sein und jede Person KANN sich jedes Mal steigern, wenn sie will, aber nicht so: immer Steigerung, immer härter, immer krasser. Und das wurde auch immer umgesetzt von den Leuten, aber das is halt auch sone Form von: Ich gestalte da

mit sozusagen, ich nehm' diesen Raum als meinen, oder Teil von meinem Raum in Anführungszeichen und bring da meine Ideen ein und bring sozusagen den Wunsch ein, dass sich auch perspektivisch mehr Menschen angesprochen fühlen können.« (Interview Jannis)

Hier wird mehreres deutlich:

Es zeigt sich eine sehr flache Hierarchie und ein egalitär kollektives Zuständigkeitskonzept für die Gestaltung des Sportraumes, indem auch Teilnehmende über die Werbetexte (hier in Form vereinsinterner Newsletter-Texte) und damit über die Ansprache und Anwerbung potenzieller neuer Teilnehmenden entscheiden. Damit schließt sich die Gruppe an eine Tradition feministischer Sportorganisation an (siehe Kap. II.1).

Zudem kann an Jannis' Formulierung abgelesen werden, welche Bedeutung diese Mitbestimmungsmöglichkeit für Teilnehmende haben kann: Die Gestaltung der Werbetexte wird direkt damit gleichgesetzt, auch den Raum zu gestalten und sich anzueignen (»nehm' diesen Raum als meinen«), vor allem dadurch, dass so mitbewirkt werden kann, welche Menschen sich potenziell angesprochen fühlen und der Gruppe beitreten könnten. Zentral ist für Jannis dabei die Formulierung über den Schwierigkeitsgrad des Trainings beziehungsweise dessen Varianzpotential (*kann* hart sein). Für Jannis ist dies wichtig, da er aus gesundheitlichen Gründen nicht in gleichem Maße wie andere teilnehmen kann, was mitunter zu Ansichten und Einstellungen in Bezug auf Körper und Leistung führt, die ihn von den meisten anderen der Gruppe unterscheiden (siehe Kap. III.4.3). Die Formulierung der Trainingsbeschreibung – nicht nur die konkrete Gestaltung des Trainings – bekommt hier eine große Relevanz zugewiesen, da sie potenziell ähnlich situierte Menschen wie Jannis anspricht oder abschreckt und somit auch die Verhältnisse in der Gruppe langfristig beeinflussen kann.

Trainingsbeschreibungen können als eine Art Versprechen interpretiert werden, dessen Einlösung auch gefordert werden kann, beispielsweise wenn eine Person mit Bezug auf die Ankündigung körperperformender Trainingsziele ein härteres, körperfokussiertes Training einfordert: »Können wir nicht mehr für Arme und Schultern machen? Steht doch drin, es geht doch um die V-Shape!« (Charlie, zitiert nach Sascha) Damit wird Bezug genommen auf den Werbetext des Trainings, welcher mit »breitere[n] Schultern, eine[m] starken Rücken, kräftige[n] Arme[n], muskulöse[n] Beine[n] und eine[m] festen Bauch« sowie der Chance auf ein »besseres Passing²« wirbt. Sascha zitiert Charlie in einer Interviewpassage über

² Der Begriff des Passing wird hier wie folgt erklärt und auch im restlichen Feld so verwendet: »Passing heißt ‚durchgehen‘ und beschreibt den Moment, in dem ein Mensch während einer Begegnung mit anderen mit der eigenen Geschlechtsidentität durchgeht, ohne dass Irritationen entstehen. Ein gelungenes Passing meint, wenn jemand unauffällig in seiner Umwelt z.B. als Mann oder Frau wahrgenommen wird.« (<https://www.seitenwechsel-berlin.de/sport>

den Gruppenwerbetext, in welcher Sascha ausführt, dass dieser »überhaupt nicht überein« stimme mit »der Realität«. Nach Sascha steht das ästhetische Formen des eigenen Körpers gar nicht so sehr im Fokus des Trainings, wie der Text vermuten ließe. Auf diese Feststellung jedoch folgt eben jene Aussage, dass manche, wie Charlie, durchaus entsprechende Erwartungen hätten. Hieran zeigt sich das vielfältige Verhältnis der Werbematerialien zur konkreten Praxis: Es gibt keine direkte Übereinstimmung, durchaus aber entfalten die Inhalte der Werbung reale Effekte in der Praxis, in Form von Abschreckungen oder Einladungen, Erwartungen und Ansprüchen. Als Programme sind Werbematerialien damit nicht mit der Praxis, von der sie handeln, gleichzusetzen, sie sind aber auch nicht irrelevant für diese, sondern bilden als Elemente von Diskursen Teile des Konstitutionsrahmens der Praktiken, um die sie sich drehen und befinden sich mit diesen in einem wechselseitigen, bewegten Verhältnis (Villa 2006, 2010).

Im Folgenden werden nun die öffentlichen Selbstdarstellungen queerer Fitnessgruppen analysiert. Dabei wurde, wie in Kap. II.4.1.3 beschrieben, nicht nur Material der hier beobachteten und interviewten Gruppen genutzt, sondern weltweit onlinebasiert nach queeren Fitnesstrainings gesucht, um deren Selbstbeschreibungen als Elemente von Diskursen einer tendentiell globalen queeren (Fitness-)Szene zu deuten.

Die untersuchten Online-Selbstdarstellungen sind grundsätzlich sehr verschiedener Qualität. Teilweise handelt es sich ›nur‹ um Unterseiten der übergeordneten Vereine, teilweise um komplett eigene Websites, welche mitunter sehr ausführlich gestaltet sind. Fast immer existiert eine zusätzliche Facebookseite, welche hier allerdings aus Kapazitätsgründen nicht mit einbezogen wurde, da dies die grundsätzlich schon hohe Komplexität der Auswertung von Internet-Material noch weiter potenziert hätte. Auch ist das Ziel der vorliegenden Arbeit keine systematische Analyse von Internetauftritten queerer Fitnesssportangebote, sondern bezieht diese lediglich als Felddokumente und damit als *ein Element* des umfassenderen Untersuchungsgegenstandes mit ein. Entsprechend reduziert ist die Analyse auf vergleichsweise wenige Seiten³ (sieben) und ausgewählte inhaltliche Aspekte, welche an die Genealogie des Feldes aus der feministischen Sport- und Bewegungskultur und an Feldbeobachtungen und Interviewinhalte anschließen.⁴

angebote/powerfitness/, zuletzt eingesehen am 08.09.2021) Zur Geschichte des Begriffs im Kontext rassistischer Körperbilder vgl. Davis 2008.

- 3 Auch wurde sich ausschließlich auf die im Browser sichtbare grafische Darstellung beschränkt und nicht, wie von Moes 2000 vorgeschlagen auch der Quelltext als Informationsquelle miteinbezogen, da dies für die hier behandelte Fragestellung keine relevanten Informationen verspricht.
- 4 Für ein Beispiel einer systematischen und ausschließlichen Analyse von Websites als Forschungsgegenstand dient Messmer 2017, deren methodologische Ausführungen hier zu grunde gelegt wurden.

Für die Analyse wurde Material verwendet von zwei Gyms aus verschiedenen Teilen der USA (Austin/Texas und Oakland/Kalifornien⁵), von einem US-basierten Online-Angebot⁶ und von vier Angeboten aus Deutschland, wobei hier drei Seiten Trainingsgruppen⁷ und eine ein queeres Fitness-Event⁸ bewerben.

Die Analyse von Websites bietet spezifische Herausforderungen und ›Sperrigkeiten‹: Als multimodale Medien bestehen Websites nicht einfach aus Text und/oder Bildern und/oder Videos, sondern bilden aus diesen jeweiligen Elementen eine Komposition, welche auch durch die Nutzung von Stilmitteln der Farbgabeung, Schriftarten und -größen eine eigene Wirkung und Aussage hat, die sich nicht auf eine Addition der einzelnen Elemente reduzieren lässt (vgl. Messmer 2017: 23; Traue/Schünzel 2014). Zudem sind Websites nicht linear aufgebaut, sondern hypertextuell (Moes 2000): es gibt weder eindeutig Anfang noch Ende des Textes beziehungsweise der Darstellung. Eine Hauptseite verweist in der Regel auf mehrere gleichwertige, und zum Teil nochmals untergliederte, Unterseiten, zwischen denen mitunter durch verschiedene Links hin- und her gesprungen werden kann, teilweise auch auf gänzlich andere Internetseiten. Je nachdem, wie auf die Website gelangt wird, also ob zum Beispiel durch spezifische Suchmaschinenanfragen, kann auch eine Unterseite die erste Seite sein, die ›betreten‹ wird (siehe Messmer 2017: 26). Das heißt auch, dass die Rezeption einer Internetseite zwischen verschiedenen Betrachter_Innen sehr stark variieren kann, je nachdem auch mit welchem Endgerät und in welcher Reihenfolge sich durch die Seite bewegt wird (Moes 2000). Ferner zeichnen sich Websites durch eine spezifische Temporalität aus: Sie können grundsätzlich jederzeit ›architektonisch‹ und inhaltlich verändert oder auch ganz aus dem Netz genommen werden. In diesem Sinne gilt hier noch mehr als für die teilnehmenden Beobachtungen und die Interviews zu beachten, dass die Datenerhebung immer in und zu einer bestimmten Zeit stattfand und sich subjektive Ansichten und Deutungen, kollektive Praktiken und Sozialstrukturen und eben nicht zuletzt Internet-Selbstpräsentationen noch während der Auswertung und Ergebnis-Dokumentation bereits verändert haben können, beziehungsweise dies im Fall der vorliegenden Untersuchung mitunter auch taten. So erfuhr die

5 www.transformfitnessaustin.com/(im Folgenden transform) und <https://thequeergym.com/>(im Folgenden thequeergym), beide, so nicht anders angegeben, zuletzt eingesehen am 20.04.2018.

6 buffbutch.com, zuletzt eingesehen am 20.04.2018 (im Folgenden buffbutch).

7 www.seitenwechsel-berlin.de/sportangebote/powerfitness/(im Folgenden Seitenwechsel); <https://www.pfeffersport.de/sport/mariannenarena/fitnesskurse> (im Folgenden Queerfriends); <https://www.vorspiel-berlin.de/sportangebot/abteilung/functional-training.html> (im Folgenden Vorspiel), alle, so nicht anders angegeben, zuletzt eingesehen am 19.04.2018.

8 [http://superherogames.de/](http://superherogames.de)(im Folgenden Superherogames), zuletzt eingesehen am 19.04.2018.

Seite www.thequeergym.com während der Auswertungsphase der Untersuchung mehrfach einen recht umfassenden Relaunch. Zur Corona-Krise im Frühjahr 2020 wurde die Seite komplett auf die Bewerbung eines Online-Angebots umgestellt. Eine andere Seite, <https://www.seitenwechsel-berlin.de/sportangebote/powerfitness/>, änderte im Laufe der Untersuchung ihr Gruppenbild und in Teilen den Text. Andere Seiten blieben hingegen über Jahre unverändert. Diese Feststellung ist aber mit Bezug auf die hypertextuelle Einbindung und Multimodalität relativ, denn selbst wenn eine Gruppenseite als Unterseite einer Vereinshomepage sich selbst drei Jahre nicht veränderte, veränderten sich die umliegenden Teile Seiten mindestens geringfügig beispielsweise durch Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen.

Zu beachten ist dabei die unterschiedliche strukturelle Verortung der Angebote. Während alle deutschen Angebote Teil gemeinnütziger Sportvereine sind, handelt es sich bei den US-amerikanischen Angeboten stets um sich selbst finanziierende und damit kommerzielle Einrichtungen – was nicht im moralisch abwertenden Tonus der reinen Gewinnorientierung gedacht werden sollte, wohl aber als Umstand, welcher durch die Notwendigkeit sich selbst finanziell zu tragen wahrscheinlich andere Logiken und Praktiken hervorbringt, und sei es eben eine sehr umfangreiche Online-Präsenz, da erfolgreiche Werbung wichtiger ist.

Dazu kommt der Aspekt, dass die gemeinnützigen Projekte nicht über einen eigenen Ort (also eine eigene Halle) verfügen, sondern diesen mit anderen Nutzer_Innen teilen. Die kommerziellen Projekte verfügen über einen solchen eigenen Ort, welcher wahrscheinlich angemietet wird und daher auch bezahlt werden muss.⁹ Interessanterweise spiegelt sich die physische Raumverfügbarkeit auch virtuell. Die deutschen Angebote, welche Schulsporthallen oder anderen Sporträume nur temporär und als eine von mehreren Nutzer_Innengruppen zur Verfügung haben, nutzen auch online ›nur‹ eine Unterseite ihres übergeordneten Vereins. Das hat auch Einfluss auf die Gestaltung der Gesamtkomposition der Seiten hat, da diese dann dem übergeordneten Design angepasst ist und gerahmt wird von Reitern, welche sich auf das gesamte Vereinsangebot beziehen. Auch sind diese Seiten damit wenig hypertextuell, da sie keine weiteren Unterseiten haben, sondern sich zum Teil sehr weit nach unten erstrecken, sprich sehr viel Scrollen erfordern, um ihren gesamten Inhalt einzusehen. Einzig die Websites für ein jährlich stattfindendes queeres Fitness-Event ist ›eigenständig‹ und komplexer aufgebaut. Im Kontrast dazu sind die US-amerikanischen, sich selbst finanziierenden, Angebote durch umfassende Homepages mit vielen Unterseiten virtuell vertreten, deren multimodale Komplexität hier, wie gesagt, nicht in Gänze analysiert und dargestellt werden kann.

⁹ Eine Ausnahme ist das Online-Angebot buffbutch, welches online basierte Anleitungen und konkret buchbare Personal-/Gruppen-Trainingseinheiten zur Verfügung stellt.

Im Folgenden werden vor dem Hintergrund einer genealogischen Einordnung in die feministische Sport- und Bewegungskultur die zentralen und wiederkehrenden Motive herausgearbeitet, welche als szene- und zeitübergreifend ausgemacht werden können. Deutlich werden soll hierbei, wie auf der Ebene der, stets auch selbst-bildenden, Selbstdarstellungen eine emotionale Beziehung zum eigenen Körper thematisiert wird und in welches Verhältnis die beschriebenen Räume und Gruppen dazu gesetzt werden. Es zeigt sich eine textliche und bildliche, zum Teil polar emotionalisierte, kollektivierende Abgrenzung zum Mainstream und die Einbindung der Fitnessportpraktiken in eine selbsttherapeutische Empowerment-Erzählung.

1.1 Vergemeinschaftung über polar-emotionalisierte Abgrenzung zum Mainstream

Zentrales Merkmal der Selbstbeschreibungen ist eine fast immer stattfindende explizite Abgrenzung zu einer »genderrigide[n] Sportwelt« (Queerfriends), »normative physical culture« (transform), oder »der normativen Fitnesswelt« (Seitenwechsel). Diese wird beschrieben als »rife with body shaming, racism, enforcement of gender binaries, ableism, and a lack of representation by queer folks« (buffbutch). Schon mit der Wahl der Begriffe wird eine bestimmte Zielgruppe derer adressiert, die diese Begriffe kennen und verstehen (Schuster 2010: 255ff.). Die grundsätzliche Offenheit, welche vielfach betont wird, stößt also hier an eine mindestens latente Eingrenzung auf diejenigen, welche mit bestimmten Termini und der darin transportierten Weltsicht übereinstimmen. Die jeweiligen Gruppen oder Orte beanspruchen eine »kleine Insel¹⁰ außerhalb der normativen Fitnesswelt« (Seitenwechsel) und ein »safe place« (transform) zu sein. Hier findet also eine Art rhetorisch Verträumlichung statt (siehe Kap.I.4): Bestimmte Einstellungen und Qualitäten werden einem Außen, den anderen, normativen Räumen zugeschrieben. Die eigenen Angebote werden als »oppressionfree fitness« (buffbutch) beschrieben, als »a safe place and inclusive environment for EVERYONE« (transform, Herv.i.O.).¹¹ Auch Formulierungen wie »Making Fitness accessibel for all gender identities« (buffbutch) transportieren implizit die Annahme einer Nicht-Zugänglichkeit für alle Geschlechtsidentitäten im gängigen Fitnessbetrieb.

¹⁰ Zur Metapher der Insel finden sich weiterführende Gedanken in einen Essay von Wolf Dieter Otto zu »insularischem Denken« (Otto 2018, weiteres zur Insel als Denkfigur bei Zollitsch 2018 und Kremer 2018).

¹¹ Einige Gruppen sind allerdings eingebunden in übergeordnete FLTI*-Sportvereine und verfolgen daher durchaus eine formal ausschließende Zielgruppenpolitik gegenüber cis Männern (zum Paradox von queerer Offenheit und Safe(r) Space-Konzepten siehe Kap.III.3.3).

Am deutlichsten wird die klassische Selbstdefinition per Abgrenzung in der Beschreibung des The Queer Gym aus Oakland/Kalifornien:

»**Straight gym:** gym bros, gym bunnies, mansplainers and gym creepers.

Queer gym: #nohomophobia, #notransphobia, #nofatphobia, #noislamophobia, #nogymcreepers, #nomansplainers, #straightpeoplecancometoo.

Most of us have had some shady experience at the gym where we felt totally out of place, intimidated and even unsafe. We ain't having none of that shit here. We go out of way to make sure everyone feels safe, included and celebrated.« (thequeergym)

Die Abgrenzung zu Mainstream-, hier »straight«, Gyms wird durch eine direkte vergleichende Gegenüberstellung stark akzentuiert¹² und zudem stark *emotionalisiert*: Auf der einen Seite stehen Gefühle des Sich-fehl-am-Platz-Fühlens, der Einschüchterung und Unsicherheit, auf der anderen Seite Sicherheit, Inklusion und Wertschätzung.

Dabei wird die Gemeinschaft beziehungsweise Community, die angesprochen wird, auch über die negativen Empfindungen in konventionellen Sporteinrichtungen definiert, wenn es heißt: »We get it, we hate going to other gyms, too! That's why we created a gym where queer folks can feel comfortable working out and making homies.« (thequeergym, Herv. C.S.) Dabei handelt es sich um ein Muster, was sich bereits in den Beschreibungen der Selbstreferenzen der feministischen Sport- und Bewegungskultur der 1980er gezeigt hat (siehe II.1.1.4), wenn die »patriarchale[.] Last« der »feministischen Lust« (Bischoff/Schmidt 1988, siehe II.1) gegenübergestellt wurde.

Damit einher geht der *emotionale Charakter der Transformationsbestrebungen*: von der Last zu Lust, oder auch von »intimidated and unsafe« zu »safe, included and celebrated« (thequeergym), vom Sich-fehl-am-Platz-, eingeschüchtert und unsicher-Fühlen in Sporträumen zu einem Gefühl von Sicherheit, Zugehörigkeit und Wertschätzung im Queer Gym.

In einem weiteren deutschsprachigen Beispiel heißt es:

»Du hast keine Lust auf die genderrigide Sportwelt?

Du verbindest mit einer Turnhalle vor allem blöden Schulsport?

Uns geht es ähnlich, deshalb haben wir uns eine Sportgruppe organisiert, in der wir gerne Sport machen und uns auspowern können.« (Queerfriends)

12 Das hier verwendete Zitat ist nur ein Ausschnitt aus einer längeren Liste, die nach dem Muster: Straight gym/Queer gym strukturiert ist.

Erklärtes Ziel ist auch hier eine Empfindung: der Spaß am und die Leidenschaft für sportliche Betätigung. Wie auch in der feministischen Sport- und Bewegungskultur der 1980er Jahre wird eine geteilte negative Erfahrung im Schulsport weitestgehend selbstverständlich angenommen (Flohr 2003a; Gröver 1993: 40,43; Schmidt 1993: 82). Auch die gemachten Erfahrungen der Beschämung und Diskriminierung auf thequeergym.com werden nicht näher beschrieben, sondern als bekannt vorausgesetzt, was zirkulär damit zu erklären ist, dass sich auf eine Community bezogen wird, welche sich über diese Erfahrungen generiert (deshalb muss nicht viel erklärt werden, woraus sich wiederum eine implizite Limitierung auf die Community ergibt). In ›frauenbewegter‹ Tradition wird aus geteilten negativen Sport-Erfahrungen und Empfindungen ein Wir, welches als motiviert und in der Lage gezeichnet wird, unter sich ganz andere – heterotope, gegenkulturelle – Sporträume zu schaffen. Die Einbindung in diese Gemeinschaft und die Partizipation an den entsprechenden Praktiken und Räumen erscheint wiederum als Transformator der vorausgesetzten negativen Erfahrungen und Empfindungen dem eigenen Körper gegenüber.

1.2 Die selbsttherapeutische Empowerment-Erzählung

In Bezug auf die aktuelle queere Fitnesssportkultur steht dafür exemplarisch der Erfahrungsbericht von John auf der Seite von The Queer Gym, welcher daher hier ausführlicher zitiert wird, um daran diese gängige Narration deutlich zu machen.

John berichtet:

»The truth is, I've never really felt good about my body. I was a chubby kid and an overweight, gay teen. I was bullied for both. That bullying made me hate my body and hate the gym. Exercise wasn't fun. It just meant looking weak and out-of-shape in front of other people followed by anxiously changing in a locker room full of straight dudes who could kick my ass.« (<https://thequeergym.com/john/>, zuletzt eingesehen am 14.02.2018)

John beschreibt also sein ehemals hasserfülltes Verhältnis zu seinem pummeligen Körper und zu Sport, welches er darin begründet, dass er als schwul und dick gemobbt wurde. Er verweist auf die Umkleide als Ort der Angst und Scham (siehe auch Kap. III.2). Zufällig und an einem Punkt seines Lebens, an dem es ihm in mehreren Lebensbereichen schlecht geht, entdeckt er The Queer Gym:

»I was depressed, had no physical energy, and despite being single and hypothetically ›ready to mingle‹, felt massively insecure about all the extra weight I had gained during the slow death of my 6-year relationship. Then, as I was riding the bus from my new apartment to my stressful job, I saw a gym with a rainbow flag on the door and rainbow-painted bike racks out front.« (Ebd.)

Die Regenbogenfahne beziehungsweise -farben deuten John, dass es sich hier um einen lesbischwulen oder queeren Ort handelt. Die Erfahrung hierin wird als eine Art Erweckungsgeschichte dargestellt, welche schließlich in folgender Gegenwartsbeschreibung endet:

»This hasn't just helped me meet my fitness goals, it's also lead to positive internal changes I wasn't expecting. I've started to internalize the spirit of encouragement I found at The Queer Gym. If I don't judge the other folks in my class for struggling through new, challenging exercises, why would I judge myself? If they can so enthusiastically cheer on my progress, why can't I cheer myself on?«

I'm very happy with the changes I'm seeing in my body, but I'm happiest in the changes I'm experiencing in my *relationship to my body*.« (Ebd., Herv. C.S.)

Hieran wird die Bedeutung der Verschiebung im emotionalen Verhältnis zum eigenen Körper deutlich, welche als ein Verinnerlichen einer ermutigenden Stimmung oder Grundeinstellung beschrieben werden. Das normativ gesetzte gegenseitige Wertschätzen und Ermutigen »sickert« in die Selbstwahrnehmung ein: Wer andere nicht verurteilt, auch wenn sie an Übungen scheitern oder Schwierigkeiten haben, und wer dazu stets Bestärkung für eigene Leistung erfährt – so das Narrativ – kommt irgendwann dazu, dies auch in die Selbstwahrnehmung zu integrieren. So endet Johns Bericht auch mit der expliziten Einladung, die das Versprechen nach einer gemeinsam erarbeiteten Verbesserung des emotionalen Körper-Selbst-Verhältnisses enthält: »If you want to start a new relationship with your body, I'm at the gym first thing in the morning 5 days a week and on Saturdays; and I'm happy to cheer you on, too!« (Ebd.)

Die Erzählung ist eine klassische Empowermentgeschichte (Böckling 2007: 200) und therapeutische Selbsterzählung nach Eva Illouz (2009) und verweist auf die Eingebundenheit der Szene-Sport-Angebote in eine Kultur der Selbsttherapie (siehe Kap.1.3; Eitler/Elberfeld 2015; Neckel 2005; Häberlen/Smith 2014). Solche Selbsterzählungen haben dabei nie nur rein individuelle Bedeutungen, sonst würden sie nicht wie hier als Werbenarrative dienen. Illouz führt aus:

»Erzählungen des Selbst zehren von umfassenderen, kollektiven Erzählungen, Werten und Blaupausen, die diese persönlichen Geschichten mit gesellschaftlich relevanten Bedeutungen aufladen. Persönliche Erzählungen können auch eine kollektive Dimension in sich bergen, wenn die nämlich mit leitenden oder großen ›kulturellen Schlüsselszenarien‹ verknüpft sind [...].« (Illouz 2009: 90)

So ist auch diese Selbsterzählung hier, zumal sie als Werbetext auf einer öffentlichen Internetseite präsentiert, als Element einer kollektiven Erzählung zu betrachten; ihre Konstruktion und Präsentation als eine Praxis der Gemeinschaftsbildung. Ausgangslage dieser Erzählungen ist ein Zustand des Leidens und der Ohnmacht,

aus welchem sich das Subjekt, hier John, eigenständig – aber zugleich mit Hilfe (hier der Trainer_Innen und anderen Studiogäste) – herausarbeitet. Queere Trainingskontakte funktionieren in dieser Narration als eine Art Selbsthilfegruppen, »Gemeinschaften, welche sich um ein gemeinsames Leiden herum organisieren« (Illouz 2009: 308).

Zentral ist also zunächst einmal gerade die Betonung des Leidens (Illouz 2007; Bröckling 2007: 213), hier an schlechten Erfahrungen im Sport und daher negativen Gefühlen diesem gegenüber sowie einem schlechten Verhältnis zum eigenen Körper. Dieses Leiden ist einerseits, was es zu überwinden gilt, und gleichzeitig essentieller Bestandteil der Selbstkonstitution in dieser Erzählstruktur. Ohne dieses Leiden kann das Selbst nicht als selbst-heilend oder selbst-empowernd existieren, kann kein Eintritt in die ›Schicksalsgemeinschaften‹ der Selbsthilfekontexte passieren: »Ohne *sense of powerlessness* kein Empowerment.« (Bröckling 2007: 213, Herv.i.O.)

Die therapeutische Selbsterzählung basiert damit auf einem Modell »gespalterner Verantwortung« (Illouz 2009: 311) des Subjekts: »Sie macht einen für die eigene Zukunft verantwortlich, nicht aber für die eigene Vergangenheit.« (Ebd.) Das Selbst in dieser Form der Selbstthematisierung ist ein durch andere verwundetes Subjekt, welches – ganz im Sinne des Empowermentkonzeptes nach Bröckling – nicht für seine Verletzungen, aber für seine Heilung selbst verantwortlich ist.

»Die therapeutische Erzählung macht sich das Subjekt zugleich als Patienten und als Konsumenten zunutze, als jemanden, der Führung und Fürsorge braucht, und als jemanden, der auf sich selbst aufpassen kann, wenn man ihm hilft. In dieser Hinsicht kombiniert sie zwei gegensätzliche Konstruktionen des Selbst, die in der zeitgenössischen Kultur wirksam sind: das Selbst als (potenzielles oder tatsächliches) Opfer sozialer Umstände und das Selbst als Akteur und alleiniger Autor des eigenen Lebens.« (Illouz 2009: 308)

Die grundlegende Ambivalenz des Subjektseins (siehe Kap.I) findet hier also auch eine Entsprechung in der Struktur der (kollektiven) Selbsterzählung. Zentral ist hier, dass Trainer_Innen und andere Studionutzer_Innen als Community/Gemeinschaft konstruiert werden, welche am Regenbogen-Code erkannt wird und sich aus der geteilten emotionalen Erfahrung und geschlechtlichen oder sexuellen Selbstverortung speist. Die Einbindung in die Gemeinschaft ist zentrales Motiv zur Erklärung der Möglichkeit positiver Sport-Erfahrungen und der erfolgreichen Selbstveränderung. Ähnliche Aussagen finden sich auch auf der Seite eines Berliner Angebots, wenn es heißt:

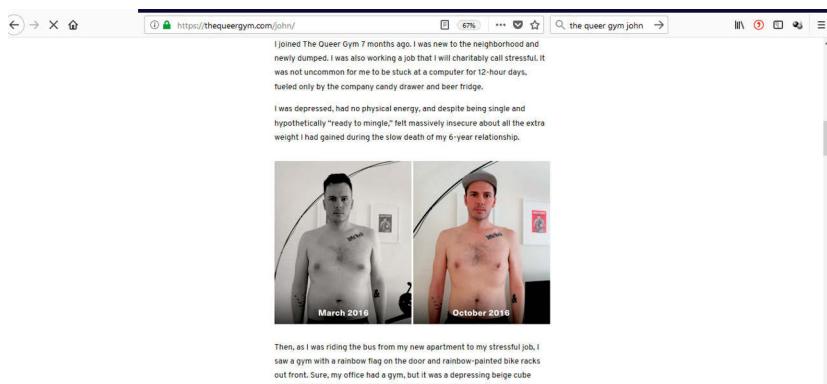
»Es ist für mich als Trans*-Person die erste Möglichkeit, in einer Gruppe Sport zu machen, in der ich mich wohl fühle. Weder mein Körper noch meine Leistung wird kommentiert oder in Relation gestellt, vielmehr unterstützen sich alle gegensei-

tig und motivieren sich dabei, gemeinsam Freude an den Übungen zu haben.« (Seitenwechsel)¹³

Die Gruppe beziehungsweise die Community dient hier der notwendigen Unterstützung des eigenen individuellen Gefühlsmanagements (Neckel 2005). Das erfolgreiche Empowerment der Community und der zugehörigen Individuen bedingen sich dabei wechselseitig (Bröckling 2007: 198).

Eine weitere Ambivalenz zeigt sich in der online-Präsentation von Johns Geschichte: Der Bericht ist mit zwei im Vorher-Nachher-Setting inszenierten Fotos von ihm versehen, mit nacktem Oberkörper und Monats- und Jahresangaben, welche einen erkennbaren Verlust an Körperfett vor allem im Bauchbereich im Laufe eines halben Jahres anzeigen.

Abb.3: »Member Story von John auf <https://thequeergym.com/john/>, zuletzt eingesehen am 14.02.2018



So werden zwar auf textlicher Ebene die »internal changes« als bedeutsamer als die sichtbaren Körperveränderungen bezeichnet, doch lässt sich fragen, wozu dann eine bildliche wie sprachliche (»Since joining, I've lost 40 pounds, 7 % body fat, and 6 inches from my waist.«) Hervorhebung der körperlichen Veränderungen nötig ist und inwieweit beide abhängig voneinander sind, beziehungsweise ob entsprechende »internal changes« auch ohne sichtbare Körperveränderung passiert wären. In diesem Sinne lässt sich durchaus so etwas wie body shaming, oder in der Terminologie von The Queer Gym selbst, »fatphobia« attestieren, wenn der dicke(re) Körper von John mit der Zeit des Selbst- und Sporthassses verknüpft wird, während die

13 Hier deutet sich rhetorisch bereits der Arbeitscharakter an, der darin liegen kann, Spaß am Sport zu haben (siehe Kap. III.4.3).

Selbstliebe, ganz im Sinne des fitten Körpers als happy object (Kap.I.3.2), durch den Verlust von Fett beziehungsweise den schlanke(re)n John verkörpert wird.

Hier zeigt sich eine Ambivalenz im Umgang mit hegemonialen Körpernormen, welche für das gesamte Untersuchungsfeld kennzeichnend ist. Sie besteht darin, einerseits Empowerment durch Ablehnung und gleichzeitig durch Erfüllung hegemonialer Schönheitskonzepte zu verfolgen (siehe Kap. IV.1). Interessanterweise scheint gerade die Einbindung in einen Kontext, in welchem die Erfüllung solcher Schönheitsnormen als nicht notwendig konzipiert wird, die Arbeit an ihrer Erfüllung zu ermöglichen. Der Schutz vor körpernormbezogener Beschämung, ermöglicht es, die Gefühle von Körperscham und Selbsthass zu überwinden und auch die Anlässe der Beschämung zu verringern.

Dass auch ›external‹, also sichtbare, Veränderungen hier durchaus relevant für die Um-Affizierung des eigenen Körpers sind, zeigt sich schließlich auch daran, dass mit Fotos des thematisierten Körpers gearbeitet wird, um ebendiese aufzuzeigen und die Aussagen des Textes damit einerseits zu unterstützen (also die beschriebenen Körperveränderungen zu dokumentieren) und gleichzeitig auch zu konterkarieren. Denn eben diese bildlich pointierte Dokumentation läuft der Aussage über ihre geringe Relevanz zuwider. Grundsätzlich stellt diese in sich auch widersprüchliche Bild-Text-Komposition ein Beispiel für die im Feld grundlegend virulente Ambivalenz im Umgang mit Körpernormen dar, welche sich auch in Beobachtungen und Interviews wiederfindet.

1.3 Kollektivierende Bildpolitiken

Generell aber ist diese Art der körperfixierten Vorher-Nachher-Bebilderung eine Ausnahme. Schon die Fokussierung auf eine einzelne Person ist selten. Die meisten fotografischen Bilder sind Gruppenaufnahmen, entweder in offen posierter Form oder als während des Trainingsverlaufs nebenbei gemacht inszeniert, oft in Verbindung mit einer textlichen Betonung der eigenen Offenheit. So posieren beispielsweise auf der Seite von transform die Teilnehmenden neben einer Tafel mit dem Slogan »Fitness for Everyone« (Abb.4).

Viele Fotografien sind so produziert, dass sie den Eindruck mehr oder weniger spontaner, ›authentischer‹ Aufnahmen aus dem Trainingsalltag erwecken (zum Beispiel Abb.5). Die abgebildeten Körper entsprechen nicht immer ›Modellmaßen‹, sondern sind unterschiedlich groß, breit, dick, dünn, teilweise geschlechtlich nicht binär einordenbar, allerdings alle zumindest auf der Ebene des Sichtbaren körperlich durchschnittlich befähigt, verfügen beispielsweise über zwei Arme und Beine und nutzen keinen Rollstuhl.

Die Teilnehmenden des Angebots von Vorspiel e.v. erscheinen zudem alle männlich. (Abb.7)

Abb.4: Gruppenfoto auf transform

Durch das Medium der Fotografie (im Kontrast zu einer Zeichnung oder einem Piktogramm) wird suggeriert, dass es sich bei den abgebildeten Personen um die dort regulär Trainierenden handelt. Trotz des Wissens um die digitale Bearbeitbarkeit von Fotografien, wird ihnen generell die Eigenschaft des Dokumentarischen zugeschrieben. Die Verbindung solcher Bilder mehr oder weniger diverser Körper mit Texten wie »Fitness for everybody« und anderen Slogans, soll eine große Offenheit zum Ausdruck bringen, welche wiederum ein häufiges Motiv der Abgrenzung von als ausschließlich konstruierten konventionellen Studios darstellt. Es wird auch bildlich weniger die Möglichkeit zur Formung des eigenen Körpers als der Eintritt in einen Freund_Innenkreis, eine Community beworben. Die Darstellung bestimmter, zum Beispiel dicker, Menschen kann als Einladung an in diesem Fall dicke Menschen verstanden werden, als Versprechen keine Außenseiter_Innen oder ›Besonderheiten‹ zu sein. Es kann auch, wie im Fall des ›Queer Functional Training‹ von Vorspiel (Abb. 7), ein Hinweis darauf sein, dass vor allem in diesem Fall männliche Personen dort trainieren, was unabhängig vom Text der Werbematerialien sowohl ein- als auch ausladend auf verschiedene Subjekte wirken kann.

Abb.5: Gruppenfoto auf buffbutch



Abb.6: Gruppenfoto auf Seitenwechsel nach dem Relaunch, zuletzt eingesehen am 21.12.2020



Visuelle Medien, in diesem Fall konkret Fotos auf Websites und Flyern, produzieren stets Gefühle, was meist auch mehr oder weniger explizit das Ziel ihrer Produktion ist (Flam/Doerr 2015; Verheyen 2010). Generell zeigen die hier untersuchten Fotografien vor allem lächelnde Menschen, die damit Spaß am Training oder gar ein glückliches Körper-Selbst-Verhältnis symbolisieren sollen. Mit Nina Verheyen gesprochen ist dabei zu beachten:

Abb.7: Gruppenfoto auf Vorspiel



»Audiovisuelle Quellen bilden Gefühle dabei nicht bloß ab. Vielmehr beeinflussen und verändern sie selbst Deutungen und Praktiken des Fühlens. Wenn eine Hochzeitsgesellschaft auf einem Foto geschlossen in die Kamera lächelt, heißt dies noch keineswegs, dass alle Beteiligten zum Zeitpunkt der Aufnahme guter Laune waren. Stattdessen aber liegt ein Hinweis darauf vor, dass von den Anwesenden Heiterkeit erwartet wurde, dass man dachte, diese am besten durch ein Lächeln ausdrücken zu können, und die Betroffenen bereit waren, für den Fotografen und das Fotoalbum dieses Lächeln auf ihre Lippen zu zaubern. Das Foto der lächelnden Hochzeitsgesellschaft verweist also auf die soziale Normierung, Aufführung und Herstellung von Gefühlen im Zeitalter der Massenmedien.« (Verheyen 2010: Internetdokument)

Die Fotos lächelnder Trainingsgruppen verweisen so betrachtet also vor allem auf die Norm des Spaßes am Training und in den Gruppen, die in Kap. III.4 noch explizit und ausführlich thematisiert wird.

Neben Fotografien sind gezeichnete Bilder im Sinne von Comic-Darstellungen sehr häufig im Material vertreten. Der spezifische Eigenwert dieser Art von Darstellung aus der Perspektive der Bildproduzierenden und Platzierenden liegt in der Offenheit des Darstellbaren und der Loslösung der Darstellung von real existierenden Körpern.¹⁴ So können Fabelwesen und Comicfiguren Inhalte transportieren,

¹⁴ Dass die Möglichkeit keineswegs ausgeschöpft werden muss, zeigt die Werbung für ein Queeres Fitness-Event (Superherogames, Abb. 11 und 12), welches mit SuperheldInnen-

die darüber hinausgehen, was fotografisch darstellbar ist. Im Material zu finden sind ein lächelnder regenbogenfarbener Roboter, der eine Hantel in die Luft hält; ein Einhorn mit regenbogenfarbener Mähne und ein Hase; Comic-Superhelden und -heldinnen (Abb. 8-12), sowie verschiedene Piktogramme, die sich zu einer Art Slapstick-Szene zusammenfügen.

Abb.8-10: Abbildungen auf Vorspiel, Transform und Queerfriends



Abb.11 und 12: Abbildungen auf Superherogames



Comicfiguren wirbt, dabei aber – der Verzicht auf den Unterstrich ist hier beabsichtigt – ausschließlich eindeutig männliche beziehungsweise weibliche HeldInnen darstellt (mit Brüsten und langen Haaren oder mit flachen, aber muskulösen Oberkörpern und kurzen Haaren). Auch die Namensgebung verzichtet auf die Möglichkeit von Herolnes, Queeros oder ähnlichem zu sprechen und bezieht sich sprachlich nur auf männliche Helden. Dennoch heißt es: »Das queere Functional Training Turnier in Berlin. Komm ins Superhelden Team!« (wobei im Laufe dieser Untersuchung, 2019, der Titel des Turniers in Superhero* Games geändert wurde). Auch an der auf diesem Event praktizierten Umkleidenpolitik zeigt sich, dass eine Selbstbezeichnung als queer nicht automatisch mit einer (versuchten) Suspendierung von Zweigeschlechtlichkeit einhergeht – was auf die Unspezifität dieser Selbstbezeichnung (siehe Kap. II.2) verweist.

Die Nutzung der Regenbogen-Farben (Abb. 8 und 9) bedient lesBischwule und queere Codes, da der Regenbogen seit langem als Symbol der Homosexuellen-Bewegung zählt und mittlerweile auch darüber hinaus als queere Symbolik genutzt wird. Auch das Einhorn (Abb. 9) ist ein Fabelwesen, welches in queeren Szene-Medien sehr häufig als Symbol genutzt wird und daher einen starken Zugehörigkeits-Erkennungswert hat. Gleichzeitig verweist es als utopisches Fabelwesen auf den utopisch-heterotopen Eigen-Anspruch des entsprechenden Sportraums. Damit dient diese Symbolik hier auch als Praktik der ›Einlasspolitik‹, da sie für bestimmte Subjekte eine Einladung, ein Anspielen auf geteilte oder zumindest gemeinsam bekannte Symboliken, darstellt, was für andere entweder abschreckend oder unverständlich wirkt (siehe Schuster 2010, speziell Kap.III/4). Die Symbolik des lächelnden Roboters (Abb. 8) kann als Verweis auf post-humane und geschlechtslose Utopien interpretiert werden. Der Hase (Abb. 10), so wurde mir vom Feldkontakt erzählt, wurde als Maskottchen ausgewählt, da er sowohl niedlich und flauschig als auch schnell und agil ist. Das kann auch als Vereinbarkeitssymbol der widersprüchlichen Werte im Feld gesehen werden, zwischen kuschelig-flauschigem Safe(r) Space ohne Leistungsdruck und der Leistungs- und Körperfixierung des Fitnessbegriffs.

Als ähnliche Strategie des Ambivalenzmanagements ist die Grafik auf der Webseite einer anderen Gruppe zu werten.¹⁵ Zu sehen ist hier eine Reihe von fünf Piktogrammen (Abb. 13).

Abb.13: Piktogramm-Reihe auf Seitenwechsel vor dem Relaunch



Die ersten vier (von einer Lesweise von links nach rechts ausgegangen) stellen eine Person, zum Teil mit Hanteln bei Fitness- und Kraftübungen dar. Die letzte Figur hebt ebenso wie die anderen der Reihe die Arme, hat dabei aber die Langhantel verloren, welche ihr auf den Fuß zu fallen scheint. Die Geste der erhobenen Arme erweckt damit einerseits Assoziationen zu Sieges- und Freudenposen, gleichzeitig aber stellt dieses Piktogramm ein Scheitern oder Missgeschick dar, da die Person die Hantel verloren hat und gerade auf die eigenen Füße bekommt.

¹⁵ Diese wurde allerdings im Laufe der Analyse (etwa Mitte 2018) durch ein Gruppenfoto ersetzt.

Hiermit wird ein humoristischer Bruch eingebaut und in gewisser Weise selbstironisch Bezug auf klassische Bilder der Fitnesskultur genommen. Es wird ein bestimmtes Verständnis von Ironie vorausgesetzt, um sich davon angesprochen zu fühlen und die subtile Abgrenzung von allzu ernst gemeinter Eigenkörperarbeit zu verstehen. Interessanterweise lässt der Text zu dieser grafischen Darstellung eher von einer ernsthaften und ambitionierten Eigenkörperarbeit ausgehen (»Hättest Du gern breitere Schultern, einen starken Rücken, kräftige Arme, muskulöse Beine und einen festen Bauch? Wenn Du diese Frage mit ja beantworten kannst, bist du bei uns genau richtig!«). Damit steht diese Komposition ähnlich wie die um Johns Geschichte exemplarisch für die Ambivalenz im Umgang mit körpernormfixierten Trainingszielen, welche gleichzeitig ambitioniert verfolgt, aber auch nicht allzu relevant gesetzt werden sollen (vgl. Kap. III.4).

1.4 Zusammenfassung

Zusammenfassend sind folgende Aspekte festzuhalten: Es findet eine starke Abgrenzung zu anderen Sportangeboten statt, welche oft stark polar emotionalisiert wird. Es werden einerseits Gefühle wie Angst und Beschämung thematisiert und das wiederum in einer anrufenden Art und Weise. Über die Anrufung/Deklarierung geteilter negativ konnotierter Erfahrungen und Gefühle, wird andererseits eine Gemeinschaft/Community/ein Wir konstituiert (Ahmed 2014a, c: Kapitel 5; Nay 2017). Es wird weniger eine individuelle körperliche Veränderung beworben als vielmehr die Einbindung in ebendiese Gemeinschaft. Das wird neben der sprachlichen auch auf bildlicher Ebene vor allem durch die Verwendung bestimmter Codes in Form von Farben und Symbolen sowie durch die Verwendung von Gruppenfotografien erreicht. Neben der Gemeinschaftlichkeit, respektive eng damit verknüpft, wird der Charakter als Safe(r) Space oder Schutzraum in Anschlag gebracht.¹⁶ Eng damit verknüpft ist der Bezug auf (Anti-)Normativität, beziehungsweise die Selbstbeschreibung als nicht-normativ, sowohl im englischen als auch im deutschsprachigen Kontext. Der Safe(r) Space ist safe – sicher vor und frei von – body shaming, Rassismus, Unterdrückung (buffbutch) und ermöglicht es so »ganz man selbst zu sein« (Seitenwechsel). Geläufig sind auch Formulierungen wie »All are welcome!« (transform) oder »for everybody« (ebd.) welche als Abgrenzung zum als normativ ausschließend beschriebenen Mainstream verwendet werden.

Mit der Selbstbezeichnung als nicht normativ und der Bewertung von Normen als grundsätzlich abzulehnen und Anti- oder Nicht-Normativität als anstrebenswert, erfüllen die Werbematerialien ein Grundmuster queerer Kontexte und der

¹⁶ In den englischsprachigen Publikationen ist der Begriff recht zentral, in den deutschsprachigen nicht, wird aber oft in den Interviews genutzt.

darin enthaltenen ›Normativität der Antinorm‹ (Ahmed 2014c: 151f.; Wiegman/Wilson 2015; siehe auch Kap. IV.1).

Dabei scheint in den Werbemitteln bereits ein ambivalentes Verhältnis zu Körper- und Schönheitsnormen durch, welches sich durchaus uneindeutiger darstellt als noch in der feministischen Sport- und Bewegungskultur der 1980er Jahre. Wie exemplarisch an Johns Selbsterzählung gezeigt, geht es nämlich nicht ausschließlich darum, diese zurückzuweisen. Während einerseits die Orientierung populärer Fitnesskultur an vorherrschenden Schönheitsvorstellungen beklagt wird (ganz im Sinne der Abgrenzung zur »Barbiepuppenmanier« bei Bischoff 2003: Internetdokumentdokument), wird gleichzeitig ihre Erfüllung durch Community-Mitglieder zelebriert. Wie sich im weiteren Verlauf dieser Studie zeigen wird, sind diese und andere zum Teil selbstwidersprüchlichen Diskurse um körperbezogene Schönheitsvorstellungen ein zentrales Kennzeichen des Feldes.

Auch hier findet sich also der populäre Topos des fitten Körpers als happy object (Kap. I.3.2), welches ein zufriedenes und glückliches Dasein verspricht. Es ist Element der milieuspezifischen Empowermenterzählung, die die Werbenarrative bedienen und dem darin enthaltenen Konzept eines autonomen Subjekts, welches Adressat_In und Ideal dieser Narrative ist.

Mit dieser Betonung von persönlicher Autonomie bezieht sich der aktuelle Diskurs innerhalb der queeren (Fitness-)Sportkultur auf grundlegend ähnliche Muster wie die feministische Sport- und Bewegungskultur der 1980er Jahre: Zentraler Bezugspunkt ist ein Ideal einer Autonomie von als äußerlich konstruierten Werten und Normen (siehe Kap. II.1 und IV.1). Dabei hilfreich seien eigene Räume mit zum Teil spezifischen Praktiken (beispielsweise der Umkleidenorganisation) und eine Community Gleichgesinnter.

Hier erscheint als zentraler Unterschied eine starke Betonung des Ausschlusses von Männern in den 1980er Jahren gegenüber einer Hervorhebung einer generellen Offenheit für alle (auf der rhetorischen Ebene wahlgemerkt) in den untersuchten heutigen Medien. Tatsächlich steht die Betonung der eigenen Offenheit und Normfreiheit in einem gewissen Kontrast zur Absicherung der Freiheit von oder Sicherheit vor bestimmten Verhaltensweisen, welche auch durch explizite Ausschlüsse gewährleistet werden.¹⁷

Als Ziel der Erschaffung eigener Räume und Strukturen, auch durch mehr oder weniger explizite Ausschlüsse, wird damals wie heute eine Transformation auf Ebene des Körper-Selbst-Verhältnisses proklamiert. Wie dieses Ziel in den konkreten Trainings praktisch angegangen wird, wird in den folgenden Kapiteln dargestellt.

17 So heißt es zum Beispiel: »We ›vet‹ every new member to make sure they are here to increase their fitness and expand their community. If you give off creeper vibes...bye felicia!« (thequeergym).