



Christine Henry-Huthmacher

Rückblickend auf die 90er Jahre sticht ein kultureller Trend besonders ins Auge: die Wiederentdeckung des Körpers. Es geht in diesem Körperkult nicht mehr darum, auf die eine oder andere Weise einen sportlichen Körper zu haben, sondern Körper zu sein ist die Devise unserer Zeit. Dieser Körper erstrahlt in jugendlicher Frische und strebt dynamisch in eine wenig hoffnungsvolle Zukunft.

Grundlage für diese Körperlichkeit ist weniger der Sport mit seinen klassischen Sportarten als vielmehr die Welle von Fitness, Wellness, Bodybuilding und Bodystyling. Bedeutete Sport noch vor 30 Jahren Leibesübung in Form von Schwitzen, Wettkampf, Muskeltraining, vielleicht noch Kameradschaft mit Gleichgesinnten, so hat sich dies mit der Fitnesswelle zum Erlebnis bzw. Event geändert. Schönheit, Wohlergehen, Gesundheit, Fun und Selbsterfahrung stehen im Vordergrund. Der fitte und sportive Körper ist zu einem Teil eines Lifestyles der 90er Jahre geworden und mutiert zu einer neuen sinn- und identitätsstiftenden Instanz. Zwar gab es die Fitnesswelle bereits schon in den 70er Jahren, doch ging es damals um einen schlanken Körper, um Kondition und um eine größere Belastbarkeit des Körpers. Aber seit der zweiten Hälfte der 80er Jahre genügt es nicht mehr, nur einen fitten Körper zu haben. Jetzt

Fit in der Fun-Ges

muß man auch fit aussehen.¹ Die Fitness-Studios der 90er Jahre bieten nicht nur die Möglichkeit, individuell und ohne Gruppenzwang die eigene Leistungsfähigkeit zu steigern, sondern auch durch Krafttraining den Körper zu gestalten. Mit Hilfe von Fitness-training und Diäten einen schönen schlanken Körper sich zu erarbeiten, ist das Credo der Frauenzeitschriften, der Mode und der Models, die nicht müde werden, ihre Rezepte an die Frau zu bringen, wie sie „müheless“ und ganz ohne Streß das zusätzliche Fett an ihrem Körper wieder wegtrainieren kann. Selbst die AOK, die Vereine oder Volkshochschulen haben den Mainstream der 90er Jahre erkannt und die herrschende Sport- und Bewegungslandschaft ins Laufen gebracht. Fun ist angesagt. Alles schön, alles leicht, alles easy.

Fun soll er bringen, der Besuch im Fitness-Studio. Die Qualen, die Frau auf sich nimmt für einen schönen Körper, sollen meßbare Erfolge bringen. Doch dahinter steckt noch mehr. Der Besuch im Fitness-Studio ist der temporäre Ausstieg aus dem Alltag und eine weibliche Flucht vor einer männlich geprägten Sportkultur. Die Kraft- und Fitnesswelle verspricht Raum und Zeit für Frauen, betont ihre Individualität, vermeidet Gruppenzwänge, verspricht eine wohlthuende Atmosphäre, in der sich die Frau um sich selbst kümmern kann. Es ist ein Angebot für sich selbst, aus sich selbst etwas herauszuholen.

Ich-Kult in der Fun-Gesellschaft

Daß unser Verhältnis zum Körper und seine Bedeutung, die wir ihm beimessen, immer auch im Zusammenhang mit den gesellschaftlichen, kulturellen und technischen Entwicklungen steht, ist nicht neu. Neu ist jedoch die aktuelle Ausprägung dieser Beziehung. Das Bedürfnis, etwas für sich selbst zu tun, wird durch den in den 90er Jahren allgemeinen „Ich-Kult“: „Man gönnt sich ja sonst nichts“ aufgefangen und durch die Angebote der Industrie gesteigert. Die Ursachen für die intensive Beschäftigung mit sich selbst, die in der Spannweite von Meditation, Tai-Chi bis hin zum Krafttraining reicht, bringt ein Fitness-Sportler für sich auf den Punkt: „Du kannst heute nicht mehr viel verändern, also veränderst du dich selbst“.² Die Sensibilisierung des Körpers und das Erleben seiner Selbstmächtigkeit im Sport erscheint einerseits als eine mögliche Antwort auf den Bedeutungsverlust des Körpers in einer von Technik dominierten Gesellschaft. Andererseits spiegelt diese Individualisierung im Sport auch die fehlende Mannschafts- und Teamerfahrung von Frauen wider. Das Erlebnis von Gemeinschaft im Mannschaftssport, die Erfahrung von gemeinsam errungenen Niederlagen und Erfolgen sind wichtige Grundlagen für effektive Netzwerke, um auch gemeinsame Interessen voranzubringen. Sport

also als eine Chance für Frauen, mit Spaß und Lust an der Bewegung ihren Körper zurückzugewinnen, ihr Leben aus eigener Kraft zu gestalten und neue Erfahrungsräume zu erobern. Demgegenüber ist an den gesunden, schlanken und kraftvoll modellierten Körper das Werbeversprechen der Industrie geknüpft, sich sozialen und beruflichen Erfolg, Glück und Zufriedenheit „antrainieren“ zu können. So ist aus dem asketischen und nahezu kostenlosen Freizeitsport in den vergangenen zwei Jahrzehnten eine gigantische Wirtschaftskraft entstanden, mit solchen Steigerungsraten, die allenfalls noch in der Tourismusbranche zu verzeichnen sind. Allein 25 Millionen Paar Laufschuhe, 4,8 Millionen Golfbälle, 900.000 Tennisschläger und 650.000 Paar Ski künden von der Bereitschaft der deutschen Bundesbürgerinnen und -bürger, jährlich in sich und ihr körperliches Wohlbefinden zu investieren. Der Markt der Möglichkeiten scheint noch lange nicht erschöpft.³

Christine Henry-Huthmacher ist Abteilungsleiterin für Frauen und Politik in der Konrad-Adenauer-Stiftung und verantwortlich in der Redaktion für die Zeitschrift.

1 Vgl. dazu Drolshagen, Ebba: Des Körpers neue Kleider, Frankfurt a. M. 1997

2 Ulmer, Regine: „Auf die Dauer hilft nur...?!“ Krafttraining für Frauen, in: Palzkill, Birgit/Scheffel, Heidi/Sobiech, Gabriele (Hg.): Bewegungs(t)räume. München 1991, S. 154-163

3 Ludwig, Udo: Sportives Absahnen. Wirtschaftsfaktor Fitness: Die Branche wächst im Rekordtempo, in: Spiegel Spezial: Lust am Leib, Nr. 4, 1997, S. 54-55

ellschaft