

Mermaid Project: Erweiterung des körperlichen Erfahrungsspektrums, der Lust am Bewegen im Lebens(t)raum Wasser und des öffentlichen Interesses am Schwimmen als kultureller Grundfertigkeit

Dr. Maud Hietzge

(Pädagogische Hochschule Freiburg)



Der professionelle sportwissenschaftliche Diskurs wird aktuell auf der einen Seite durch leistungs-, fitness- und gesundheitsorientierte Ansätze bestimmt (z. B. Bös, Fuchs), die mit nutzenorientierten sportpolitischen Interessen allianzfähig sind; die traditionellen geisteswissenschaftlichen Traditionen wie die Sportpädagogik beschäftigen sich – verständlicherweise – mit Fragen der Legitimation, z. B. dem sozialen Lernen im Sportunterricht (Neumann), der Formulierung von Kompetenzstufen (Gogoll) und der Evaluation der Qualität von Sportunterricht (Bähr) etc. Keiner dieser Diskurse ist per se falsch, trifft jedoch den Kern der Problematik immer nur einseitig und damit verkürzt.

Am Beispiel des Freiburger Mermaid-Projekts, das im SS 2013 seinen Start hatte, soll eine interdisziplinäre, interinstitutionelle und mehrperspektivische Herangehensweise porträtiert werden, die einen Ausweg weisen könnte. *Mermaids* ist eine neue, globale Trendsportart, die auf dem Schwimmen mit *Magictails* (Schwimmanzügen mit integrierter Mono-Flosse) beruht, wodurch die Techniken der Undulation und des Apnoetauchens in den Fokus treten. Gute Kondition im Bereich der Kraftausdauer, Orientierung unter Wasser und Koordination in Abstimmung mit anderen ist dabei wesentlich. Für Kinder fasziniert die Unterwasserwelt, die durch mediale Einflüsse unterschiedlichster Art (Kinderliteratur, Fernsehserien, Internetseiten, Comics- und Spielfilme, etc.) bekannt ist. Gleichzeitig steht das Besondere des Bewegens in einer anderen Welt hier am Anfang der Faszination, wie es die Ergebnisse erster Interviews mit 10-jährigen Schülerinnen belegen. In Freiburg wurde 2013 das bisher größte Mermaid-Festival im Westbad abgehalten, wo seitdem jeden zweiten Sonntag im Monat Mermaid-Schwimmtage stattfinden. Städtische Bäder, Pädagogische Hochschule, die Herstellerfirma, Verein, Schule, Tauchschiule, Mermaid-Club und Eventagentur arbeiten hier regional zusammen, wobei die Vernetzung über die Grenzen Europas weit hinausgeht.

Als Forschungsprojekt mit zunächst interner Finanzierung ist das Projekt auf die neue Ausschreibungsrunde des BMBF zur Kulturellen Bildung hin orientiert und fokussiert ästhetische Prozesse von Bildung (Waldenfels, Rittelmeyer, Meyer-Drawe), Aneignung von Körperwissen (Meuser, Hirschauer) und Subjektivierung (Alkemeyer, Reckwitz). Jenseits der Auseinandersetzung um Motivation zum Sport wird damit die biographisch bedeutsame Dimension körperlicher Identitäts- und Interessengenese im sozialen Kontext in den Blick genommen. Im Laufe des Älterwerdens ist dann eine Veränderung in der Inkorporation der Mermaidpraxis zu erwarten, was näher untersucht werden soll. Nächster Schritt ist ein Online-Fragebogen, der über die Homepage von Magictail geschaltet wird.

Als praktisches Kooperationsprojekt mit unterschiedlichen Agenten (Freiburger Turnerschaft, Bäderbetriebe, Firma, Tauschschule, freie Anbieter, Theater etc.) ist das Mermaid-Projekt zunächst als interdisziplinäres Lehr-Forschungs-Projekt gestartet, in dem Grundlagen erarbeitet, Kontakte etabliert und ein Kurs mit Kindern der FT-Grundschule von Studierenden

konzipiert und durchgeführt wurde. Sowohl die Studierenden als auch die Kinder haben eines ihrer Arbeitsergebnisse, eine Dr. Maud Hietzge, PH Freiburg, in Koop. mit Magictail, den RegioBädern und der FT Sportgrundschule

Im Hinblick auf die Zukunft der Bäder in Deutschland ist das große Interesse am Mermaiden interessant, da es auf dem Schwimmen basiert und als selbstorganisierte Trendsportart in statu nascendi auf die Infrastruktur der Bäder angewiesen ist, die sie regelmäßig nutzt. Unsere Interviewdaten ergeben relativ klar, dass schulischer Schwimmunterricht meist als eher langweilig und monoperspektivisch wahrgenommen wird und nicht zum Schwimmen im späteren Leben motiviert. Das anspruchsvollere Mermaiden hingegen wird als Selbstverwirklichung, gemeinschaftliche Aktivität, Selbstlernprozess, Grenzüberschreitung etc. wahrgenommen und mit entsprechenden Emotionen belegt und persönlich als wertvoll betrachtet, was anhand von Interviewausschnitten deutlich wird. Auffällig ist, dass es von übergewichtigen Menschen und Menschen mit Handicaps selbstverständlich mit genutzt wird. Auch erstaunlich viele Jungen sind mittlerweile aktiv, was unter der Genderperspektive Aufmerksamkeit verdient.

Die Aktivierung zuvor nicht im Schwimmen präsenter Menschen und die besseren Auslastungszahlen der beteiligten Bäder wirken verhaltens- und verhältnispräventiv. Aus der Faszinationsgeschichte lässt sich für die Interessengenese an Bewegungskultur exemplarisch lernen. Durch die sehr positive Kooperationsentwicklung in Freiburg wird deutlich, dass eine kleine Abkehr von eingefahrenen Vorstellungen – hier: wie man zu schwimmen hat – eine ganze Welt eröffnen kann. Deutlich wird hier auch, dass das *ästhetische* Interesse an Körper und Bewegung, bisher vor allem thematisiert durch verschiedene Trendsportarten (vgl. Schwier, Breuer, Lamprecht), fundamentaler ist als es bisher von der Sportwissenschaft erkannt wurde. Mit dem Mermaiden kann es gelingen, durch Auslastung und öffentliche Präsenz auch der Schließung von Bädern vorzubeugen. Die damit einhergehende Eventisierung ist wohl unabdingbar und Teil einer öffnenden Marktstrategie, die eine vergleichbare Entwicklung erlaubt wie sie die Vereine in den 80/90er Jahren durchlaufen haben.

Gesamtgesellschaftlich bedeutsam ist dabei, dass mehr Menschen unterschiedlichster Herkunft damit an einem Teil der global-lokalen Sportkultur teilhaben können: Körperkapital wird ein wenig weniger selektiv vermittelt, denn es ist klar, dass es nicht die Kinder der Mittel- und Oberschicht sind, die bei weiteren Schwimmbadschließungen nicht mehr Schwimmen lernen. Dafür muss öffentliches Bewusstsein geschaffen werden, und der Schwimmunterricht entsprechend anders – und tatsächlich – erteilt werden. Eine entsprechende Kampagne könnte sich an der Vorgehensweise der Swiss Olympic – Kampagne „Cool & Clean“ orientieren, worüber im Anschluss an den Vortrag diskutiert werden kann.