

Zeitschrift: FemInfo / Verein Feministische Wissenschaft Schweiz = Association suisse femmes, féminisme, recherche

Herausgeber: Verein Feministische Wissenschaft Schweiz

Band: - (2023)

Heft: 63

Artikel: Sportlerinnen auf OnlyFans.com : Sexualisierung, Selbstvermarktung oder Selbstermächtigung? = Les sportives sur OnlyFans.com : entre sexualisation, autopromotion et autodétermination?

Autor: Schaaf, Daniela Elisabeth

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1098503>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Sportlerinnen auf OnlyFans.com

Sexualisierung, Selbstvermarktung oder Selbstermächtigung?

TEXT: DANIELA ELISABETH SCHAAF

Profisportler*innen versuchen durch sexualisierte Inhalte über ihre Social-Media-Präsenz zusätzliche Einnahmen zu generieren. Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich der folgende Beitrag mit der Frage, welche Auswirkungen die zunehmende Sexualisierung des Frauensports hat und inwiefern sich diese Strategie als Praxis der Selbstermächtigung von weiblichen Sportprofis interpretieren lässt.

«Ich verdiene auf den digitalen Plattformen etwa 50 Mal mehr als mit Volleyball», offenbarte die brasilianische Volleyballspielerin Key Alves der Nachrichtenagentur *O Globo*. Damit sprach sie einen medialen Trend an, der in der Sportwissenschaft kritisch diskutiert wird. Immer mehr Profisportler*innen sind auf

der Paid-Content-Plattform OnlyFans.com aktiv und stellen dort sexualisierte Inhalte zur Verfügung. Es wird offenbar, dass das erotische Kapital im Rahmen der Selbstvermarktung von Athlet*innen eine hohe Relevanz aufweist.

Auf visueller Ebene lässt sich seit Mitte der 1980er-Jahre medienübergreifend die Repräsentationsstrategie der Sexualisierung in der Sportberichterstattung beobachten. Dabei werden Aussehen und attraktive Ausstrahlung gerade von weiblichen Sportprofis zur wichtigsten Bildaussage, während ihre sportlichen Leistungen oder der errungene Sieg in den Hintergrund rücken. Zahlreiche Befunde verweisen darauf, dass einzelne, sexuell konnotierte Körperpartien von Athletinnen im Mittelpunkt von Fotos stehen, etwa Gesäss, Beine oder Busen. Zudem werden auch Einblicke auf intime Körperzonen gewährt (etwa unter

Sportlerinnen auf OnlyFans.com

Daniela Elisabeth Schaaf, Dr. phil. (Sportkommunikation), M.A. (Medienwissenschaften). 2005-2017 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikations- und Medienforschung, Deutsche Sporthochschule Köln. Seitdem freie Autorin, Wissenschaftlerin und Dozentin (Lehraufträge an den Universitäten Wien, Salzburg und Klagenfurt).

den Rock einer Tennisspielerin) oder Sportlerinnen bewusst mit einem «Come on»-Blick inszeniert, so dass sie kaum noch als sportliches Vorbild, sondern vielmehr als erotische Objekte männlichen Begehrens dienen.

Internationale Längsschnittstudien zeigen zudem, dass Athletinnen auch im Zeitverlauf kontinuierlich häufiger in sexualisierten Kontexten inszeniert werden und die Motive teilweise Ähnlichkeiten mit Softpornos aufweisen.¹ Sportlerinnen werden in dieser Sport-Medien-Wirtschafts-Allianz mit hegemonialen Strukturen konfrontiert, denn die Schlüsselpositionen sind hier überwiegend von Männern besetzt, die damit über einen Grossteil der Deutungs- und Definitionsmacht verfügen.

«Sporno» als Instrument der Selbstvermarktung

Tatsächlich verlangt die Aufmerksamkeitsökonomie nach immer höheren Reizen. So überrascht es wenig, dass als eine Verschärfung der Sexualisierung des Sports vereinzelt eine «Pornografisierung des Mediensports» zu konstatieren ist. Der britische Journalist Mark Simpson prägte in diesem Zusammenhang

den Begriff des «Sporno», als der Ort, an dem sich Sport und Porno treffen und einen gigantischen «Money Shot» produzieren. «Sporno» umfasst alle Ästhetisierungsstrategien in den Medien, um Produkte und Marken mit dem athletischen Körper an eine Zielgruppe zu verkaufen.²

Mit dieser Strategie versuchen die Medien, die Werbeindustrie und das Sportsystem, die Aufmerksamkeit potenzieller Konsument*innen und Fans zu erlangen, um Profit zu generieren. Ausgehend davon beschreibt das «Sechs-Stufen-Modell der Spornofizierung» die vielfältigen Entwicklungen im Spannungsfeld von Mediensport, Sexualisierung und Pornografisierung, auch den Einstieg von Athlet*innen ins Pornobusiness.³

OnlyFans als Plattform der Selbstvermarktung

In jüngster Zeit hat sich die sexualisierte Selbstdarstellung weiblicher Sportprofis auch auf die sozialen Medien ausgeweitet. Insbesondere die Plattform OnlyFans bietet die Möglichkeit, durch die kostenpflichtige Bereitstellung von Webinhalten wie Fotos und Videos (einschliesslich Live-Streaming) direkt

Einnahmen zu erzielen. Hier sind explizit pornografische Inhalte erlaubt und die Ersteller*innen werden in Form eines Abo-Modells dafür bezahlt.

Bezahlte private Nachrichten mit Fotos und Videos dienen als weitere Einnahmequelle, ebenso wie die sogenannten «Tips» (Trinkgelder) als Ansporn für besonders gelungene Inhalte. Dies führt dazu, dass gerade Sportlerinnen mehr erotischen als sportlichen Content teilen, da dieser wesentlich mehr Tips erzielt. OnlyFans kann als Katalysator gesellschaftlicher und medialer Veränderungsprozesse wahrgenommen werden – es macht Erotik zu einem leicht zugänglichen Geschäftsmodell.

OnlyFans als Praxis der Selbstermächtigung?

In den vergangenen Jahren lässt sich in den Medien, der Populär- und der Konsumkultur ein Überangebot an postfeministischen Ersatz-Identifikationen beobachten. Unter Verwendung von Begriffen wie «Selbstermächtigung» und «Wahlfreiheit» wird Frauen vermittelt, dass sie die Kontrolle über alle Bereiche ihres Lebens hätten. In Bezug auf OnlyFans lässt sich zumindest festhalten, dass, im Gegensatz zum traditionellen Pornogeschäft, die Sportlerinnen selbst entscheiden können, was und wie viel sie von ihrem Körper zeigen. Ausserdem generieren sie mehr Geld,

weil sie nicht mehr auf Manager*innen und Agenturen angewiesen sind, die für sie Sponsoring und Medienauftritte akquirieren.

Die Spanne der Einnahmen, die ausschliesslich über die erotische Präsenz auf OnlyFans generiert werden können, reicht bis zu 5'000'000 US-Dollar pro Jahr. Solche Summen können weibliche Sportprofis kaum mit Siebprämien, Startgeldern oder Sponsoringverträgen erzielen. In diesem Verständnis können OnlyFans und ähnliche Plattformen durchaus als ein Instrument zur Selbstermächtigung von Sportlerinnen gesehen werden. Kritisch zu hinterfragen ist jedoch, dass sich die Athletinnen auf OnlyFans in erster Linie dem männlichen Blick aussetzen und die westlichen weiblichen Schönheits- und Erotikideale festigen.

Fazit

Stellen sich Sportlerinnen vermehrt als Objekte des Begehrens auf OnlyFans dar, so hat dies auch deutliche Auswirkungen auf die Sportrezipient*innen. Insbesondere Mädchen und junge Frauen könnten das Verhalten von Profisportlerinnen als Role Model für die eigene sportliche Inszenierung und ihren Umgang mit Social Media adaptieren.

In Bezug auf den Profisport ist die erotische Medienpräsenz auf OnlyFans ebenfalls als negatives

Vorbild zu bewerten, da der Sexualisierungsdruck auf junge Nachwuchssportlerinnen steigt, ihren Körper als Mittel der Aufmerksamkeitsgewinnung zu objektivieren. Solche Inszenierungen verstärken die Reduzierung von Frauen als Objekte der männlichen Begierde und verbreiten ein einseitiges Bild von Athletinnen – ihre Erfolge und Titel werden bagatellisiert.

Es entsteht der Eindruck, dass den Leistungen von Frauen im Profisport eine wesentlich geringere Bedeutung zukommt, sodass die Sexualisierung des Körpers nicht nur zu einer Entsportlichung von Frauen, sondern auch zu einer Entwertung des Frauensports beiträgt.⁴

- 1 Schaaf, Daniela; Nieland, Jörg-Uwe: Die Sexualisierung des Sports in den Medien. Köln: Herbert von Halem, 2011; Messner, Michael; Duncan, Margaret; Cooky, Cheryl: Silence, Sports Bras, and Wrestling Porn. In: *Journal of Sport & Social Issues* (27), 2013, S. 38-51; Kane, Mary Jo; LaVoi, Nicole M.; Fink, Janet S.: Exploring Elite Female Athletes' Interpretations of Sport Media Images: A Window into the Construction of Social Identity and «Selling Sex» in Women's Sports. In: *Communication & Sport* (1/3), 2013, S. 269-298.
- 2 Simpson, Mark: The place where sport and porn meet and produce a spectacular money shot. In: *OUT Magazine*, July 2006.
- 3 Schaaf, Daniela; Nieland, Jörg-Uwe: Sporno – when sport meets porn. In: Schuegraf, Martina; Tillmann, Angela (Hg.): *Handbuch Pornografisierung von Gesellschaft*. Konstanz: UVK, 2012, S. 89-102.
- 4 Schaaf, Daniela: Der Körper als Kapital – Sportlerinnen im Spannungsfeld zwischen Selbstvermarktung und Selbstermächtigung. In: Schaaf/Nieland, 2011 (vgl. Endnote 1), S. 116-138.

Les sportives sur OnlyFans.com

Entre sexualisation, autopromotion et autodétermination ?

TEXTE : DANIELA ELISABETH SCHAAF

TRADUCTION : ALEXANDRA CINTER

Les sportif·ve·x·s professionnel·le·x·s tentent de générer des revenus additionnels en diffusant des contenus sexualisés sur les réseaux sociaux. Dans ce contexte, le présent article se penche sur les effets de la sexualisation croissante du sport féminin et sur cette stratégie en tant que pratique d'autodétermination des professionnelles du sport.

« Je gagne environ 50 fois plus sur les plateformes numériques qu'en jouant au volley-ball », a déclaré la joueuse brésilienne Key Alves à l'agence de presse *O Globo*. Elle évoque ainsi une tendance médiatique qui fait l'objet de discussions critiques dans les sciences du sport. De plus en plus d'athlètes sont

présent·e·x·s sur la plateforme de contenus payants OnlyFans.com et y publient des contenus sexualisés. Il s'avère que le capital érotique joue un rôle important dans le cadre de l'autopromotion des sportif·ve·x·s professionnel·le·x·s.

Depuis le milieu des années 1980, on observe dans l'ensemble des médias sportifs une stratégie de représentation visuelle axée sur la sexualisation. L'apparence et le capital de séduction des sportives en particulier deviennent le message central véhiculé par l'image, tandis que leurs performances sportives ou leurs victoires passent au second plan. De nombreuses recherches indiquent que certaines parties du corps des athlètes femmes, sexuellement connotées, sont au centre des photos, par exemple les fesses, les jambes ou la poitrine. Ces images dévoilent en outre des zones corporelles intimes

Les sportives sur OnlyFans.com

Daniela Elisabeth Schaaf, Dr. phil. (communication dans le sport), M.A. (sciences des médias). 2005-2017 : collaboratrice scientifique à l'Institut für Kommunikations- und Medienforschung (Institut de recherche en sciences de la communication et des médias), à la Deutsche Sporthochschule (Haute école du sport) de Cologne. Depuis, auteure indépendante, chercheuse et enseignante (chargée de cours aux universités de Vienne, Salzbourg et Klagenfurt).

(par exemple sous la jupe d'une joueuse de tennis) ou représentent délibérément les sportives avec un regard aguicheur, de sorte que celles-ci ne servent plus guère de modèle sportif, mais d'objets érotiques du désir masculin.

Des études longitudinales internationales ont en outre révélé que les athlètes sont de plus en plus souvent mises en scène dans des contextes sexualisés et que les motifs présentent certaines similitudes avec le porno soft.¹ Dans cette alliance sport-médias-économie, les sportives sont confrontées à des structures hégémoniques, car les fonctions clés y sont majoritairement occupées par des hommes, qui disposent ainsi en grande partie du pouvoir d'interprétation et de définition.

Le « sporno » comme instrument d'autopromotion

En fait, l'économie de l'attention requiert des stimuli toujours plus élevés. Ainsi, il n'est pas surprenant que dans ce contexte de sexualisation toujours plus marquée du sport on assiste par endroits à une « pornographisation du sport médiatique ». Le journaliste britannique Mark Simpson propose ainsi le terme de

« sporno », pour désigner le lieu où sport et porno se rejoignent, produisant un gigantesque « money shot ». Le « sporno » recouvre toutes les stratégies d'esthétisation auxquelles recourent les médias pour vendre des produits et des marques à un groupe cible en mettant en scène un corps athlétique.²

Par ce moyen, les médias, l'industrie publicitaire et le système sportif tentent d'attirer l'attention des consommateur·rice·x·s et des fans potentiel·le·x·s afin de faire du profit. Partant de ce constat, le « modèle en six étapes de la spornification » décrit les multiples évolutions dans le champ de tension liant sport médiatique, sexualisation et pornographisation, y compris l'entrée des athlètes hommes et femmes dans l'industrie du porno.³

OnlyFans comme plateforme d'autopromotion

Depuis peu, les sportives professionnelles se représentent également de manière sexualisée sur les réseaux sociaux. La plateforme OnlyFans notamment permet de générer des revenus directs par la mise à disposition de contenus payants tels que des photos et des vidéos (y compris le streaming en direct). Les

contenus pornographiques explicites y sont autorisés et leurs créateur·rice·x·s sont payé·e·x·s en retour sous la forme d'un abonnement.

Les messages privés payants avec photos et vidéos constituent une autre source de revenus, de même que les « tips » (pourboires), qui récompensent les contenus particulièrement appréciés. En conséquence beaucoup des sportives publient davantage de contenus érotiques que sportifs, les premiers générant substantiellement plus de pourboires. OnlyFans peut ainsi être considéré comme un catalyseur de processus de changement sociaux et médiatiques, faisant de l'érotisme un modèle commercial aisément accessible.

OnlyFans comme outil d'autodétermination ?

Ces dernières années, on observe dans les médias, la culture populaire et la culture de consommation une surabondance de pseudo-identifications postféministes. En employant des termes tels qu'« autodétermination » et « liberté de choix », on fait croire aux femmes qu'elles contrôlent tous les aspects de leur vie. En ce qui concerne OnlyFans, on peut néanmoins constater que, contrairement à l'industrie traditionnelle du porno, les sportives peuvent décider elles-mêmes ce qu'elles veulent montrer de leur corps. En

outre, elles génèrent plus d'argent, car elles ne dépendent plus des managers et des agences pour leur assurer des sponsors et une présence médiatique.

Les revenus générés exclusivement par la publication de contenus érotiques sur OnlyFans peuvent aller jusqu'à 5'000'000 dollars US par an, une somme que les sportives professionnelles peuvent difficilement obtenir avec des primes de victoire, des primes d'engagement ou des contrats de sponsoring. Dans cette optique, OnlyFans et les plateformes apparentées peuvent effectivement être considérées comme un instrument d'autodétermination pour les sportives. Il faut toutefois interroger de manière critique le fait que sur OnlyFans les athlètes s'exposent avant tout au regard masculin et renforcent les standards féminins occidentaux de beauté et d'érotisme.

Conclusion

Si les sportives se présentent de plus en plus comme des objets de désir sur OnlyFans, on observe aussi clairement les effets de ce phénomène sur le public sportif. Les filles et les jeunes femmes en particulier pourraient prendre le comportement des sportives professionnelles pour modèle dans la mise en scène de leur propre pratique sportive et dans leur usage des réseaux sociaux.

Concernant le sport professionnel, le fait de publier du contenu érotique sur OnlyFans constitue également un modèle négatif, car cela augmente la pression de la sexualisation chez la relève sportive, poussant les jeunes à instrumentaliser leur corps pour attirer l'attention. De telles mises en scène de soi contribuent à réduire les femmes à des objets du désir masculin et diffusent une image unilatérale des athlètes femmes, leurs succès et titres étant minimisés.

On a ainsi l'impression que, dans le sport professionnel, les performances des femmes ont nettement moins d'importance, de sorte que la sexualisation du corps contribue non seulement à une désportivisation des femmes, mais aussi à une dévalorisation du sport féminin.⁴

- 1 Schaaf, Daniela; Nieland, Jörg-Uwe: Die Sexualisierung des Sports in den Medien. Köln: Herbert von Halem, 2011; Messner, Michael; Duncan, Margaret; Cooky, Cheryl: Silence, Sports Bras, and Wrestling Porn. In: *Journal of Sport & Social Issues* (27), 2013, p. 38-51; Kane, Mary Jo; LaVoi, Nicole M.; Fink, Janet S.: Exploring Elite Female Athletes' Interpretations of Sport Media Images: A Window into the Construction of Social Identity and «Selling Sex» in Women's Sports. In: *Communication & Sport* (1/3), 2013, p. 269-298.
- 2 Simpson, Mark: The place where sport and porn meet and produce a spectacular money shot. In: *OUT Magazine*, July 2006.
- 3 Schaaf, Daniela; Nieland, Jörg-Uwe: Sporno – when sport meets porn. In: Schuegraf, Martina; Tillmann, Angela (éd.): *Handbuch Pornografisierung von Gesellschaft*. Konstanz: UVK, 2012, p. 89-102.
- 4 Schaaf, Daniela: Der Körper als Kapital – Sportlerinnen im Spannungsfeld zwischen Selbstvermarktung und Selbstermächtigung. In: Schaaf/Nieland, 2011 (cf. note 1), p. 116-138.