



universität
wien

DISSERTATION

Titel der Dissertation

„Die Beziehung von Medien und Sport“
Eine empirische Studie über
dramaturgische Elemente in der Sportberichterstattung
und deren
Auswirkungen auf das Magische Viereck
(Sport - Medien - Wirtschaft - Publikum)

Verfasserin

Mag. phil. Pia Lorenz Bakk. phil. B.Ed.

angestrebter akademischer Grad

Doktorin der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 092 301

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt:

Publizistik - und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Univ. - Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch

Danksagung

An erster Stelle möchte ich mich bei meinen Eltern Eveline und Erich bedanken, die mich immer unterstützt und an mich geglaubt haben. Meiner Mutter, die mich immer wieder ermutigt hat und meinem Vater, der an meiner Zielstrebigkeit nie gezweifelt hat.

Ebenso danke ich meiner Schwester Petra und Oma Herta, die begeistert den Fortschritt meiner Arbeit verfolgt und immer ein offenes Ohr für mich hatten.

Weiterer Dank gilt meinen Freunden, die mich stets zum Weitermachen getrieben haben. Meiner Studienkollegin und Freundin Elisabeth Spitz danke ich, da sie mich zum Doktorat ermuntert hat.

Vielen Dank allen Beteiligten, die sich als Experten für meine empirische Studie zur Verfügung gestellt haben.

Schließlich bedanke ich mich bei Herrn Univ. - Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch für die Betreuung meiner Arbeit – und natürlich auch bei meinem Zweitbegutachter Herrn Univ. - Prof. Dr. Peter Vitouch. Mit ihrem Interesse an dem Dissertationsthema haben sie mich bestärkt.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	6
1. FORSCHUNGSSTAND	10
2. FORSCHUNGSTHEORIEN	12
2.1 SYSTEMTHEORIE NACH LUHMANN.....	12
2.2 HANDLUNGSTHEORIE	22
2.2.1 <i>Symbolischer Interaktionismus</i>	26
2.2.2 <i>Parasoziale Beziehungen im Sport</i>	29
3. FORSCHUNGSMETHODIK.....	31
4. DAS PHÄNOMEN SPORT.....	33
4.1 FUNKTIONEN DES SPORTS	35
4.2 DOPING ALS BEGLEITERSCHENUNG	37
4.3 DAS REGELWERK.....	40
4.3.1 <i>Schiedsrichter</i>	42
5. MEDIEN UND SPORT	45
5.1 SPORTFERNSEHEN	47
5.1.1 <i>Inszenierungsmerkmale</i>	48
5.1.2 <i>Sport - (Co -)Kommentatoren</i>	51
5.1.3 <i>Telegene Sportarten</i>	52
5.1.4 <i>Verwertungsrechte</i>	53
5.1.5 <i>Sportzuschauer</i>	54
5.1.6 <i>Sportler als Testimonials</i>	56
5.2 INSZENIERUNGSFUNKTIONEN IM SPORT	59
5.2.1 <i>Golden Goal / Silver Goal</i>	59
5.2.2 <i>Penalty - Schießen</i>	59
5.2.3 <i>Elfmeter - Schießen</i>	60
5.2.4 <i>Hawk - Eye</i>	60
5.2.5 <i>Fair Play</i>	62
5.2.6 <i>Der Gate - Faktor</i>	64
5.3 DRAMATURGISCHE FUNKTIONEN IM FERNSEHEN	66
5.3.1 <i>Die Reise des Helden</i>	67
5.4 DRAMATURGISCHE ELEMENTE IM SPORT	70
5.4.1 <i>Der Sportler als Held</i>	73

5.4.2 Sportheldinnen.....	77
5.4.3 SportlerInnen des Jahres.....	77
5.4.4 Die Reise des Sporthelden.....	81
5.4.5 Dramaturgie in der Formel 1	84
5.4.6 Dramaturgie im Fußball.....	86
5.4.7 Dramaturgie bei Ski Alpin	87
6. DAS MAGISCHE VIERECK.....	89
6.1 SPORT	90
6.1.1 Sport in der Gesellschaft.....	91
6.1.2 Spitzensport	92
6.2 MEDIEN	93
6.2.1 Sport im Österreichischen Fernsehen.....	96
6.2.2 Sportprogramm im ORF.....	97
6.3 WIRTSCHAFT.....	99
6.3.1 Sportwerbung	101
6.3.2 Sportsponsoring.....	102
6.3.3 Der Sportler als Marionette	106
6.4 PUBLIKUM	107
6.4.1 Nutzungsmotive des Sportfernsehens.....	111
7. EMPIRISCHE STUDIE	114
7.1 UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND.....	115
7.2 FORSCHUNGSFRAGEN.....	117
7.3 OPERATIONALISIERUNG	118
7.4 UNTERSUCHUNGSMETHODEN	120
7.4.1 Quantitative Text - und Bildanalyse.....	121
7.4.1.1 Ausgangsmaterial.....	121
7.4.1.2 Untersuchungskategorien der Text - und Bildanalyse.....	123
7.4.1.3 Auswertung.....	125
7.4.2 Qualitative Befragung.....	126
7.4.2.1 Festlegung des Materials.....	126
7.4.2.2 Erhebungssituation	126
7.4.2.3 Analyseeinheiten.....	127
7.4.2.4 Auswertung.....	127
7.4.2.5 Fragenkatalog der Interviews.....	129
7.4.3 Untersuchungszeitraum.....	133
7.6 ERGEBNISSE UND AUSWERTUNG.....	134
7.6.1 Text - und Bildanalyse von Sportübertragungen.....	135
7.6.1.1 Fußball	135

7.6.1.2 Formel 1	142
7.6.1.3 Ski Alpin	150
7.6.1.4 Vergleich der Sportarten.....	158
7.6.2 Interpretation der Interviews.....	164
7.6.2.1 Sport	166
7.6.2.2 Fernsehen	176
7.6.2.3 Wirtschaft.....	184
7.6.2.4 Publikum	191
7.6.3 Vergleich des Magischen Vierecks	208
7.6.4 Dramaturgische Elemente im ORF Sport.....	218
7.6.5 Generieren der Hypothesen	220
8. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	222
9. LITERATURVERZEICHNIS.....	228
9.1 INTERNETQUELLEN	233
9.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS	237
9.3 GRAFIKVERZEICHNIS.....	238
10. ANHANG	239
10.1 EXPERTENINTERVIEWS MIT VERTRETERN DES MAGISCHEN VIERECKS.....	239
<i>Kodierleitfaden</i>	239
10.1.1 Befragung des Sportsystems.....	245
10.1.2 Befragung des Fernsehsystems.....	258
10.1.3 Befragung des Wirtschaftssystems.....	265
10.1.4 Befragung des Rezipientensystems.....	273
10.2 TEXT - UND BILDANALYSE VON SPORTÜBERTRAGUNGEN.....	317
10.2.1 TEXT - und BILDANALYSE – FUSSBALL	318
10.2.2 TEXT - und BILDANALYSE – FORMEL 1	332
10.2.3 TEXT - und BILDANALYSE – SKI ALPIN	339
LEBENS LAUF	352
ABSTRACT (DEUTSCH).....	354
ABSTRACT (ENGLISCH)	355

Einleitung

Mittels dieser Dissertation werden dramaturgische Elemente bei Live - Sportevents im Fernsehen anhand des ORF erforscht. Dabei stehen Handlungen und Strukturen im Sport - beziehungsweise Mediensystem im Mittelpunkt der Untersuchung. Darüber hinaus sollen entscheidende Inszenierungsstile für die Sportberichterstattung aufgezeigt werden.

„Sport ist die zusammenfassende Bezeichnung für die spielerischen menschlichen Betätigungen, die auf eine höhere (meist körperliche, aber auch geistige) Leistungsfähigkeit zielen. Grundlegende Merkmale des Sports sind die Einheitlichkeit der Regeln (für jede Sportart), seine weltweite Verbreitung und das daraus resultierende Streben nach internationalen Vergleichswettkämpfen. Das Wort Sport kommt vom lateinischen „disportare“ (sich zerstreuen), entwickelte sich über das französische „desport“ (Erholung, Zerstreung) zum englischen „sport“ (Spaß, Vergnügen, Erholung) und bürgerte sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts auch im Deutschen ein, zunächst noch in seiner ursprünglichen Bedeutung.“¹

Das mediale Sportsystem kann auf drei verschiedenen Ebenen beschrieben werden:

- Auf der Makroebene befinden sich die Untersysteme Sport, Wirtschaft, Medien und Publikum, die das „Magische Viereck“ bilden.
- Zur Mesoebene gehören kleinere Gruppen wie Verbände, Institutionen, Journalisten oder auch Fanclubs.
- Die Mikroebene besteht hingegen aus Akteuren, die im Sportsystem Handlungen vollziehen. Dazu zählen Funktionäre, Trainer, Sportler und Konsumenten.²

Der Fokus ist dabei auf das Magische Viereck gerichtet, das durch jeweilige Funktionen im Sport zu einer erfolgreichen Sportberichterstattung beiträgt.

¹ Bertelsmann Lexikon, 1974, S. 205

² Vgl. Hagenah, 2004, S. 15 ff.

Der Zuseher möchte beim Fernsehen unterhalten werden. Der „Adrenalinkick“ ist dabei von immenser Bedeutung. Je spannender ein Ereignis ist, desto mehr steigt der Wunsch nach noch spektakuläreren Bildern und Situationen. Medien, in diesem Fall das Fernsehen und Sport treiben sich dabei gegenseitig immer mehr zu Höchstformen an. Die Fernsehanbieter versuchen dem Rezipienten all das zu bieten, wonach er sich sehnt. Das sind in diesem Fall Shows, Spektakel, dramatische Situationen oder auch scheinbar unmögliche Szenen. Auf diese Weise wird die Neugierde immer neu geweckt und dies stellt die Medienbetreiber vor schwer erfüllbare Tatsachen.³ Aber nicht nur die Medien inszenieren ein sportives Ereignis, sondern auch das Sportereignis inszeniert sich selbst mit Hilfe der massenmedialen Theatralisierung. Wie bei der Reise des Helden im Film spielen auch Sporthelden eine übergeordnete Rolle für den Erfolg einer Sportart oder Sportveranstaltung. Es stellt sich die Frage, ob die Übertragung von Sportveranstaltungen all jene Etappen der Heldenreise aufweist oder ob Sport keinen immer gleich auftretenden Strukturen (Ablauf, Dramaturgie,...) unterliegt.

Im Film sowie in den Medien lässt sich eine Dramaturgie wie bei der Reise des Helden erkennen und analysieren.⁴ Der Held im Sport ist weniger gesteuert im Unterschied zum Film oder Theater. Jeder Sportrezipient kann seinen persönlichen Sporthelden frei wählen, im Theater wird die Aufmerksamkeit je nach Szenenverlauf auf eine bestimmte Person gelenkt. Im Sport ist dies nicht möglich, da der Sportler erst durch die Erbringung seiner Leistung als Held fungieren kann. Prinzipiell kann jeder Sportler eine Heldenrolle einnehmen, dennoch existieren auch im Sport gewisse Inszenierungen, die den einen oder anderen mehr hervorheben als andere.⁵ Gerade dieses Phänomen soll mit Hilfe dieser Arbeit geklärt werden.

Das Publikum möchte unterhalten werden. Aus diesem Grund spielt Entertainment eine große Rolle. Um Langeweile vorzubeugen müssen sich die Medien immer neuere Dramatisierungseffekte suchen, die das Sportpublikum befriedigen. Dies wiederum erhöht den Druck auf die Fernsehanstalten. Das jeweilige Regelwerk einer Sportart ist ein Faktor, ob jener einen Erfolg beim Publikum erzielt. Diverse Gestaltungsmittel tragen im Fernsehen

³ Vgl. Florschütz, 2005, S. 288

⁴ Vgl. Primetzhofer, 2007, S. 80

⁵ Vgl. Florschütz, 2005, S. 13

dazu bei, dass das Sportsystem und sportliche Handlungen eine große Aufmerksamkeit beim Publikum erzielen. Der Sport benötigt in den Medien eine Präsenz, die den Zuseher fasziniert. In den unterschiedlichen Sportarten kommen diverse Stilmittel zum Ausdruck, wie Rituale, Zeremonien, Feste, Spiele, Wettkämpfe oder Hymnen, die dem ganzen Ereignis eine gewisse Spannung und Vorhersehbarkeit verleihen.⁶

Sieger im Sport (Stereotype) dienen als Leitbilder und Helden. Es entwickelt sich eine eigene Selektion im System Sport. Das Motto im Sport „Der Beste soll gewinnen“ ist charakteristisch für die Selektion der Sportberichterstattung. Auf diese Weise konzentriert sich die Sportberichterstattung auf die Gewinner. Gerade im Spitzensport werden dramaturgische Elemente benötigt, um Spannung zu erzeugen. Manche Sportarten transportieren automatisch Spannungseffekte, andere müssen mittels Änderung des Regelwerks eingreifen. Doping ist in der heutigen Zeit ein ständiger Begleiter. Zurzeit dominieren eher Begriffe wie Betrug oder Täuschung. Der spannungsgeladene Sport samt Regelwerk und Nachvollziehbarkeit der geleisteten Handlungen steht vor einem schweren Imagewandel. Aus diesem Grund hat sich auch alles rund um das System verändert, Sponsoren sind misstrauisch und auch die Politik und Wirtschaft reagiert verärgert. Eltern sind um ihre Kinder besorgt und wollen sie nicht in Vereinen Risiken aussetzen und auch der Breitensport ist nicht vor Doping geschützt. Aktuelle Beispiele wie Bernhard Kohl aus dem Radsport oder Lisa Hütthaler (Triathletin), die Doping betrieben haben, brechen ihr Schweigen und unterstützen damit den Kampf gegen strukturiertes Doping. Nur auf diese Weise wird es möglich, Dopingnetzwerke im Spitzensport zu vermindern, aufzudecken, anzuklagen und zu verhindern.

Die einzelnen Subsysteme tragen Verantwortung gegenüber anderen Systemen, können aber auch immens von ihnen profitieren (siehe Rezipienten und Sponsoring). Alle Systeme haben einen Einfluss auf den Mediensport. Jedes System verfolgt andere Ziele und Vorstellungen bei sportlichen Ereignissen, die in dieser Arbeit dargestellt werden.⁷

⁶ Vgl. Florschütz, 2005, S. 12 ff.

Die forschungsleitende Frage lautet dabei: Welche dramaturgischen Stilmittel werden in der Sportberichterstattung eingesetzt, inwiefern werden sie von den Medien inszeniert und inwieweit ist der Sportler selbst daran beteiligt? Wie wirkt sich wiederum die Beziehung zwischen Medien und Sport auf das Magische Viereck aus?

In dieser Arbeit wird die neue Rechtschreibung, bei Zitaten, die jeweils vom Autor gewählte Schreibweise verwendet. Um einen leichteren Lesefluss zu erzielen, wurde die Arbeit in der männlichen Form verfasst, wobei diese Formulierung als Synonym für die weibliche als auch männliche Bezeichnung zu verstehen ist.

⁷ Vgl. Hagenah, 2004, S. 15 ff.

1. Forschungsstand

Das Problem in der Beziehung zwischen Medien und Sport ist, dass Medien Sportveranstaltungen selektieren und bestimmen, welche sportlichen Inhalte dem Zuseher vermittelt werden. Damit greifen sie aktiv in die Wahl des Zusehers ein. Dem Zuseher steht so gut wie keine aktive Rolle bei der Sportrezeption zur Verfügung und erhält daher nicht die individuelle Befriedigung. Kommunikationswissenschaftlich stellt sich dabei die Frage, welche Auswirkungen die Beziehung zwischen Sport und Medien auf die Übertragung von Sportveranstaltungen beinhaltet. Darüber hinaus existieren diverse Institutionen wie Verbände, Olympisches Komitee, FIFA, FIA etc., die ebenfalls auf die Medien und Sportevents einwirken. Die dramaturgischen Elemente spielen aber nicht nur für die Medien eine wichtige Rolle, sondern auch für die Vermarktung der Sportart und des Sportlers. Deshalb ist ein vorgegebener Ablaufplan bei Sportevents von großer Bedeutung. Die Sportler müssen ebenso handeln, damit ihre Sponsoren zufrieden sind. Nach einer Entscheidung im Sport werden sofort Interviews gegeben, in denen sie ihre von Marken bedeckte Kleidung und ihre Kopfbedeckung präsentieren, das Logo der Skifirma wird in die Kamera gehalten und mit dem Handy des Sponsors telefoniert. All diese Faktoren greifen in das Sportsystem ein.

Es existieren verschiedene Veranstaltungen, die von unterschiedlicher Bedeutung sind. Bezüglich dessen kann die Wertigkeit eines Wettkampfs bestimmt werden. So gesehen sind Weltmeisterschaften, Olympische Spiele oder Europameisterschaften von wichtigerer Präsenz als Regionalspiele, Länderspiele oder Turniere. All jene bilden ein geschlossenes System. Jedes System bedarf einer bestimmten Codierung. Der binäre Code wäre für den Spitzensport zum Beispiel Sieg/Niederlage oder im Freizeitsport Erfolg/Misserfolg.⁸

Im Fernsehen gibt es sogenannte telegene und weniger telegene Sportarten. Telegen bezeichnet Sportarten, die fernsehtauglich sind. Hingegen bedeuten weniger telegene Sportarten, dass sie nicht für das Fernsehen geschaffen beziehungsweise nachvollziehbar sind. Um im Fernsehen als taugliche Sportart bezeichnet zu werden, gibt es bestimmte Kriterien,

⁸ Vgl. Bette, 1992, S. 124

die erfüllt werden müssen. Für den Fernhesport beinhaltet Spannung und Dynamik sehr wichtige Merkmale.⁹

Folgende Elemente können zu einer erfolgreichen Dramatisierung im Sport beitragen:

- 1) Der sportliche Wettkampf, der zur Spannung beiträgt. Der hohe Anregungsgehalt bei Live - Übertragungen ist ein weiteres Merkmal. Die Sportjournalisten benötigen eine intensive Vorbereitung, um den Sport eindrucksvoll und facettenreich präsentieren zu können. Die Visualisierung im Sport durch Großaufnahmen, Emotionen und Nahaufnahmen betont dies. Die Perfektion aus guten Bildern und bewusst eingesetzten Nahaufnahmen führt zu einer Dramatisierung und Inszenierung.
- 2) Theatralisierung: Der Mediensport verwendet immer häufiger ähnliche Inszenierungsstile wie der Film. Berichterstattungen, Gewinnspiele, Comedy, Interviews, Homestories, Prominente, Sportler als Co - Kommentatoren und Sponsoring erweitern jene. Sportliche Großveranstaltungen dienen als Verstärkung. Ein Rahmenprogramm mit aufwendigen Shows soll noch mehr Spannung erzeugen und den Zuschauer anregen.
- 3) Manipulation der Sportberichterstattung: Sportjournalisten wollen Entertainment vermitteln, Doping oder Gewalt werden weniger behandelt. Das Positive soll überwiegen, kritische Themen werden nur zum Teil ausführlich thematisiert.¹⁰

Es ist durchaus bekannt, dass Sport und Medien eine Symbiose bilden, aber zurückblickend ist nur wenig Untersuchungsmaterial zu dieser Materie bekannt. Der Sportjournalismus ist in Österreich seit Jahren Teil des Sports, jedoch in der Forschungsarbeit lange Zeit vergessen worden.

⁹ Vgl. Wendl, 2005, S. 20 ff.

¹⁰ Vgl. Florschütz, 2005, S. 290 f.

2. Forschungstheorien

Dem Thema entsprechend wurde die Systemtheorie sowie die Handlungstheorie gewählt und diskutiert.

2.1 Systemtheorie nach Luhmann

Diese Dissertation wird mittels Systemtheorie nach Luhmann aufgebaut, da Sport ein eigenes System bildet. In dieser Arbeit wird die Übertragung von Sportevents hinsichtlich dramaturgischer Elemente untersucht, welche in der Systemtheorie die zentralen Bereiche des Sportsystems und die Beeinflussung des Mediensystems darstellen. Anhand der Systemtheorie wird es möglich, dramaturgische Elemente im Sport zu erforschen. Sport wird als soziales System bezeichnet. Dabei kommen sportliche Inszenierungen in den Medien zum Einsatz. Jedes Sportevent beinhaltet genaue Vorgaben und Strukturen. Einen reibungslosen Ablauf schafft man, indem ein bestimmtes Regelwerk einer spezifischen Sportart zugeschrieben wird. Aufgrund dessen können Spielbeginn und –ende bereits vorausgesagt werden. Dies ist wiederum für die Massenmedien von immenser Bedeutung, da diese einen fixen Rahmen benötigen.

Niklas Luhmann gilt als Vertreter der Soziologischen Systemtheorie. Die Systemtheorie bezeichnet nach Luhmann die Welt als komplex und kontingent. Damit die Gesellschaft beschrieben werden kann, müssen Systeme gebildet werden. Das Ziel der Systemtheorie ist die Reduktion von Komplexität. Es sind sozusagen in den Medien immer mehr Ereignisse vorhanden als dokumentiert werden können. Auf diese Weise bedarf es weniger Interaktionsmöglichkeiten. Der Mensch wird mit der Komplexität der Welt konfrontiert und muss sich mit anderen Verhaltenserwartungen auseinandersetzen. Voraussetzung dafür ist eine doppelte Kontingenz (mind. zwei Partner). Anhand der Systemtheorie können komplexe Bereiche erklärt werden. In der Wissenschaft existieren mehrere Arten der Systemtheorie. Der Begriff entstand aus dem Bereich der Biologie, indem Organismen und deren Verhalten beobachtet wurden. Ein System fungiert als autopoetisch und wird mit der Umwelt konfrontiert, auf die es den eigenen Vorstellungen entsprechend reagiert und sich so von

der Umwelt abgrenzt. Das System bestimmt, welche Regeln innerhalb eines Systems zugrunde liegen.¹¹

Für Luhmann bedeuten Erkenntnisse Beobachtungen der Realität und er bezeichnet sie als Konstrukte. Die Realität wird nicht von einer Person bestimmt, sondern jeder Beobachter konstruiert seine eigene Realität, die mit anderen Beobachtern verglichen werden kann. Man kann dabei nur die unterschiedlichen Aussagen der verschiedenen Beobachter vergleichen, nicht aber mit der Realität, die beruht auf Erfahrungen und muss belegbar sein.¹² Dies kann mittels Sprache erfolgen, aber auch durch nonverbales Verhalten und schriftliche Kommunikation.

Luhmann ist der Ansicht, dass erst durch das Erfahren von Sprache Differenzierungen möglich werden, die als Voraussetzung für das Kommunizieren mit anderen gelten. Nonverbale Kommunikation kann erst nach der Erkenntnis von Sprache als Kommunikation bezeichnet werden, obwohl es schon davor vorhanden war.¹³ Für Luhmann bedeutet Beobachtung Unterscheidungen zu treffen. Er geht der Frage nach, welches Bild die Massenmedien von der Realität haben und wie sie diese dem Publikum präsentieren. Die Erkenntnisse, über die die Medien berichten, sind nach Luhmann Konstrukte. Aus diesem Grund sieht sich Luhmann nicht nur als Systemtheoretiker, sondern auch als Konstruktivist. Die Beobachtungen oder Unterschiede, die man feststellt, konstruiert der Beobachter selbst.¹⁴

Ein System wird als geschlossen und selbstreferenziell bezeichnet. Es besteht nicht aus Dingen oder Menschen, sondern aus Operationen, die auf das System wirken. Dies ist die Hauptaufgabe eines Systems, das Operieren. Kommunikation ist eine Operation sozialer Systeme und nicht menschlicher Handlungen. Somit zählt der Mensch auch zur Umwelt. Operationen schaffen einen Unterschied zwischen System und Umwelt. Das System grenzt sich durch eine binäre Codierung von der Umwelt ab. Die eigene Identität eines Systems wird als Voraussetzung dafür bezeichnet. Für die Wissenschaft bedeutet dies eine Unterscheidung von wahr oder falsch. Durch diese Codierung wird klar, welche Dinge das Sys-

¹¹ Vgl. Meyen/Löblich, 2006, S. 287 ff.

¹² Vgl. Berghaus, 2003, S. 27

¹³ Vgl. Berghaus, 2003, S. 129

tem repräsentiert. Jedes System verfügt über eine Systemgrenze, mit der es sich von anderen Systemen abgrenzt. Für einen Menschen zählt jede Wahrnehmung zur Umwelt, für eine Redaktionskonferenz gehört alles außerhalb dieser Besprechung zur Umwelt und für die Massenmedien als System gilt die Gesellschaft, Politik oder Sport als Umwelt. Diese Umwelt existiert nur dann, wenn es das System gibt. Im Gegensatz dazu bezeichnet die Wirtschaft andere Bereiche als ihre Umwelt (Massenmedien, Autos, Familien) – also alles rund ums Geld. Die Umwelt kann aber auch aus Systemen bestehen, die sich für viele als komplex herauskristallisiert. Die Basis aller Systeme besteht aber aus Operationen oder Beobachtungen.¹⁵

Es gibt jedoch drei verschiedene Ebenen der Beobachtung, die Luhmann mit folgendem Beispiel beschreibt.

- Massenmedien beobachten die Gesellschaft (Erste Ordnung)
- Luhmann beobachtet die Massenmedien, wie sie die Gesellschaft beobachten (Zweite Ordnung)
- Leser von Luhmann beobachtet ihn wie er die Massenmedien beobachtet, die die Gesellschaft beobachten¹⁶

Jedes System arbeitet nach einer bestimmten Form und lässt keine äußere Kontrolle oder jegliches Eingreifen zu. In der Luhmann'schen Systemtheorie wird keine Ursachenforschung betrieben. Man muss davon ausgehen, dass diese Theorie nicht falsifizierbar ist und keine Vorhersagen erlaubt. Nach Luhmann existieren drei Arten von Systemen, nämlich biologische, psychische und soziale Systeme. Die Systeme sind durch die Umwelt und andere Systeme abgegrenzt, beeinflussen sich aber gegenseitig.¹⁷ Des Weiteren vertritt Luhmann die Meinung, dass der Mensch in der Systemtheorie keine Entsprechung findet und kein System bildet. Luhmann bestimmt den menschlichen Körper als biologisches System, das Bewusstsein als psychisches System und menschliche Handlungen zählt er zum sozialen System. Womit der Mensch wiederum eine bestimmte Rolle spielt.¹⁸ Der

¹⁴ Vgl. Berghaus, 2003, S. 30

¹⁵ Vgl. Berghaus, 2003, S. 39 ff.

¹⁶ Vgl. Berghaus, 2003, S. 49

¹⁷ Vgl. Meyen/Löblich, 2006, S. 288 ff.

¹⁸ Vgl. Berghaus, 2003, S. 32 f.

menschliche Embryo könnte als biologisches System bezeichnet werden. Für dieses System wäre alles außerhalb des Lebensraums Umwelt.¹⁹

Es besteht ein wichtiges Faktum, das man beachten sollte. Bewusstseinssysteme sind für soziale Systeme unverzichtbar. Sie werden jedoch nicht als Bestandteil von sozialen Systemen angesehen.²⁰

Luhmann ist auch der Ansicht, dass Beobachtung bedeutet, Unterscheidungen zu treffen. Für ihn steht die Beobachtung der Beobachter an erster Stelle, danach folgt die Beobachtung der Realität.²¹ Luhmann legt in der Systemtheorie sein Hauptaugenmerk auf soziale Systeme. Demnach besteht die Aufgabe für soziale Systeme im Operieren anhand von Kommunikationen und können somit als Kommunikationssysteme bezeichnet werden.²²

Luhmann kritisiert Aussagen wie „Ein Mensch kommuniziert mit einem anderen“ oder „Ich kommuniziere mit mir selbst“, weil der Mensch und „Ich“ nicht als soziales System bezeichnet werden kann. Im Vergleich dazu kann die Nachricht „Massenmedien kommunizieren“ oder „Massenmedien und Publikum kommunizieren“ verifiziert werden. Diese Beispiele können als soziales System erkannt werden.²³

Dies bedeutet, dass jedes soziale System mittels Kommunikation eine Bedeutung erhält. Jürgen Habermas hat eine ganz andere Erklärung für Systeme. Für Jürgen Habermas hingegen bedeutet System ein Synonym für eine Untergruppe der Gesellschaft.²⁴

Das Sportsystem kann auch als Sozialsystem bezeichnet werden. Sozialsysteme beobachten selbst ihr eigenes System und können so Erfahrungen sammeln, mit denen sie sich von der Umwelt abgrenzen. Ein System sollte nicht nur eine Fähigkeit zur Selbstbeobachtung besitzen, sondern auch eine Fremdbeobachtung, mit der sich das System aus einer anderen Perspektive betrachten lässt. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Identität kann zu einer Verbesserung des Systems beitragen. Im Sportsystem findet Reflexion nur in gerin-

¹⁹ Vgl. Berghaus, 2003, S. 43

²⁰ Vgl. Berghaus, 2003, S. 71

²¹ Vgl. Berghaus, 2003, S. 30

²² Vgl. Berghaus, 2003, S. 61

²³ Vgl. Berghaus, 2003, S. 56 f.

²⁴ Vgl. Berghaus, 2003, S. 63

gem Ausmaß statt, da andere Werte wie Sieg und Niederlage von größerer Wichtigkeit sind als die Konzentration auf eigene Strukturen und Funktionen. Der blinde Fleck erschwert auch im Sportsystem das Defizit an der Informationsverarbeitung. Nur mit der Unterstützung außerhalb des Systems wird es möglich, die Schwächen des Systems zu erkennen und etwas dagegen zu unternehmen. Ein Sozialsystem wie der Sport ist alleine nicht in der Lage seine Außenwirkungen wahrzunehmen, außer seine Umwelt oder andere Sozialsysteme beobachten das System und geben eine Rückmeldung. Im Sport denkt man dabei an die Familie, die die Grundlage des Spitzensports unterstützt, nämlich die des Nachwuchses. Die Resonanz dafür ist jedoch gering oder erreicht die Verantwortlichen im Sportsystem nicht. Wenn dies nicht möglich ist, ist die Politik gleichermaßen gefragt. Das Politiksystem ist in der Lage, betroffene Situationen anzusprechen, kann aber nicht aktiv zu einer Veränderung beitragen.²⁵

Aus diesem Grund gibt es wiederum das Wissenschaftssystem, das auf lange Sicht aussagekräftige Analysen des Sportsystems und deren Auswirkungen erstellen kann. Erst dadurch besteht die Möglichkeit etwaige Problemfelder oder Veränderungen in sportlichen Institutionen in den Strukturen zu vollziehen. Nicht nur die Wissenschaft trägt positiv dazu bei, sondern auch die Wirtschaft oder andere Umwelten. Darüber hinaus kann sich Spitzensport aber nicht neben einem hohen Leistungsdruck auch noch auf die Reflexion des Systems konzentrieren. Ferner existieren weitere Bedingungen, die die Möglichkeit zur Selbstbeobachtung erschweren wie Konkurrenzverhalten gegenüber seinem Umfeld oder das Handeln mittels körperlicher Leistung. Das Pensionsalter liegt im Sport nicht sehr hoch, wodurch erfahrene Sportler ihre Reflexion meist nicht an das System weitergeben. Dadurch ist das System nicht im Stande über eine langfristige Analyse von Handlungsträgern zu verfügen. Dies stellt sich als entscheidendes Problem für soziale Systeme heraus. Das Sportsystem lässt in den bisherigen Strukturen nicht zu, dass der Hauptakteur nämlich der Athlet selbst in das System mit einbezogen wird und so die nachfolgende Gesellschaft von den Erfahrungen profitieren kann. Das Nichteinbeziehen der Sportler führt zu einer Systemblindheit, da jene auch nicht mit den eigenen Strukturen konfrontiert sind.²⁶

²⁵ Vgl. Bette, 1992, S. 97 ff.

²⁶ Vgl. Bette, 1992, S. 97 ff.

Der verheerende Skiunfall des Profirennläufers Matthias Lanzinger hatte auch positive Auswirkungen auf das Sportsystem. Es wurde wieder einmal die Diskussion rund um den Sportler als wichtiger Bestandteil für die Reflexion eröffnet. Ehemalige Sportler setzten sich dafür ein, zu einer Verbesserung beitragen zu können. In der Formel 1 wurde dieser Wunsch bereits in die Tat umgesetzt. Es wurde eine Fahrergewerkschaft gegründet, die bei der Umsetzung von Strukturen und neuen Maßnahmen beteiligt ist.

Der Mediensport dient dem Fernsehen als theatraalisierte Inszenierung. Luhmann beschreibt Fernsehen, indem es eine zweite Realität schafft. Diverse Rituale, Zeremonien, Feste, Spiele, Wettkämpfe, Hymnen und ähnliches spielen eine große Rolle bei der Sportdramaturgie.
27

Sport - Testimonials²⁸ findet man gerade in der Zeit von Großveranstaltungen in der Werbung, wenn deren athletischer Körper zur Schau gestellt wird.²⁹ Das Sportsystem kann als Regisseur selbst im Mediensport angesehen werden, während Sportveranstaltungen von außen inszeniert werden. Im Sport kommen reale Handlungen zum Tragen und das Ergebnis eines Wettkampfes ist stets für jeden ungewiss.

Sport kann auch zur Reflexionsentlastung beitragen. Laut Bette muss Wahrnehmung und nicht Kommunikation als Kern sportlichen Handelns bezeichnet werden.³⁰

Mit diesem Code grenzt sich Sport deutlich von seiner Umwelt ab und man kann sich damit identifizieren. Jeder weiß somit, welche Faktoren für den Spitzensport von Bedeutung sind. Im Sport ist nicht festgelegt, dass Wahrheit produziert oder Kunst hergestellt werden soll. Dies ist wieder ein anderer Code für ein weiteres System. Diese Codierung führt zu einem Konkurrenzdenken der handelnden Akteure im Sport, da nur Siege zählen. Man könnte natürlich auch Zweite und Dritte Plätze hernehmen, was jedoch nicht der Fall ist.

²⁷ Vgl. Florschütz, 2005, S. 12 f.

²⁸ Unter Testimonial versteht man (prominente) Personen, die in der Werbung für ein bestimmtes Produkt oder eine Marke auftreten.

²⁹ Vgl. Florschütz, 2005, S. 14

³⁰ Vgl. Bette, 1999, S. 201

Innerhalb dieses Systems kann offen operiert werden, man spricht auch von einer operativen Geschlossenheit.³¹

Für den binären Code im Spitzensport sind auch weitere Differenzen von entscheidender Bedeutung. Der Code Mann/Frau, erwachsen/jugendlich, fair/unfair, regelkonform/nicht regelkonform ist für eine sportliche Differenzierung bei Wettkämpfen unumgänglich und ist auch für das Regelwerk einer Sportart sehr wichtig.³²

Das Sportsystem kann nur mittels Differenzen wahrgenommen werden. Wissenschaftliche Theorien zum Thema Sport können immer nur außerhalb des Systems fungieren. Die Selbstbeobachtung des Systems steht in jedem Fall an erster Stelle, da niemand anderer das System besser deuten könnte. Eine externe Beobachtung kann zu einer Veränderung im Sport und deren Strukturen beitragen. Das System möchte seine eigenen Handlungen und Bereiche reflektieren und dies kann dazu führen, dass externe Beobachter die Veränderungen viel deutlicher wahrnehmen als das System selbst. Daher kann man nur von einem immensen Vorteil sprechen, indem man eine Fremdbeobachtung in den Entwicklungsverlauf und Weiterentwicklungen mit einbezieht. Die erste Beobachtung, die von außen vernommen wird, ist der „blinde Fleck“. Dieser beinhaltet den Bereich, den der Beobachter nicht sieht, jedoch ein anderes beobachtendes System schon.³³ Dieser Fleck entsteht bei der Beobachtung, da der Beobachter seine Unterscheidung nicht überprüfen kann.³⁴

Das Sportsystem erkennt seine Stellung in der Gesellschaft und seine Wirkung auf die Umwelt selbst nicht, es muss sich auf wissenschaftliche Publikationen verlassen.³⁵

Nur durch die Beobachtung des Beobachters kann dieser blinde Fleck gesehen werden.³⁶

Dies bedeutet wiederum: Die Sportwissenschaft steht in einer Verantwortung den Athleten gegenüber und muss eine zumutbare Trainings - und Wettkampfsituation berücksichtigen. Es war bereits am Anfang klar, dass bestimmte Regeln auch zum Schutz des Sportlers angedacht werden müssen. Wissenschaftliches Wissen ist entscheidend für die Weiterent-

³¹ Vgl. Bette, 1999, S. 38 f.

³² Vgl. Bette, 1992, S. 126

³³ Vgl. Bette, 1992, S. 139 f.

³⁴ Vgl. Berghaus, 2003, S. 275

³⁵ Vgl. Bette, 1992, S. 141

³⁶ Vgl. Bette, 1992, S. 189

wicklung im Sport, obgleich die Wissenschaft nicht missbraucht werden sollte. Als Beispiel dient Doping. Man weiß, wie es von statten geht, trotzdem sollte es nicht gemacht werden.³⁷

Der Sport besitzt nicht nur eine Umwelt, sondern muss sich gleichzeitig mit mehreren Umwelten auseinandersetzen. Jede Umwelt verfolgt verschiedene Leistungsansprüche und stellt Grenzen offen dar. Eine bestimmte Umweltkonstellation bestimmt die Perspektive auf den Sport und dessen Auswirkungen. Spezifische Erwartungshaltungen führen dazu, dass bestimmte Bereiche berücksichtigt werden müssen (Geld, Wissen, Macht).³⁸

Darüber hinaus kann das System Sport nicht ohne den Einfluss von Wirtschaft und Medien existieren. Daher wird es notwendig, deren Anliegen zu erfüllen, indem sich der Sport nach den Einschaltquoten und den damit verbundenen Sendezeiten richten muss. Das bedeutet zwar ein erfolgreiches Spektakel für das System Sport, jedoch für den einzelnen Sportler kann dies negative Konsequenzen bereiten (z. B. bestimmte Wettkampfzeiten). So muss dieser mit erschwerten Bedingungen, kurzen Erholungsphasen oder auch Überforderungen seitens des eigenen Körpers zurecht kommen, denn er muss sich an das Mediensystem anpassen. Demnach finden die Sportereignisse dann statt, wenn am meisten Zuseher vor den Bildschirmen sitzen, ohne Rücksichtnahme auf den Biorhythmus des Sportlers. Es muss sich nicht immer negativ auf den Sport auswirken, aber leider passiert es manchmal. Es wird davon ausgegangen, dass wenn man nicht in den Sport eingreift (z. B. Änderung des Reglements), bestimmte Sportarten auf der Strecke bleiben und von den Medien ignoriert werden. Der Grund dafür wäre eine schlechte finanzielle Ausschöpfung oder das Fehlen von Spannungselementen.

Die Sportwissenschaften müssen sich diesen Bedingungen entweder fügen und deren Kommunikationen dienen der sportspezifischen Information in anderen Bereichen, ansonsten werden sie als Umweltereignisse bezeichnet.³⁹

Der Sport kann sich alleine nicht beobachten. Erst mit einer Fremdbeobachtung ergibt sich die Chance, Strukturen zu verbessern. Dieser Undurchsichtigkeit kann durch externe Bera-

³⁷ Vgl. Bette, 1992, S. 143

³⁸ Vgl. Bette, 1999, S. 34 f.

³⁹ Vgl. Bette, 1992, S. 128

tung mittels Orientierungshilfe entgegengewirkt werden, beinhaltet jedoch auch die Gefahr, Probleme in anderen Bereichen zu verursachen, da der Fremdbeobachter zwar den blinden Fleck erkennt, aber nicht die Selbstbeobachtung des Systems.⁴⁰

Die Voraussetzung für all jene Prozesse ist Kommunikation:

Unter Kommunikation wird allgemein verstanden, dass Lebewesen Kontakt miteinander aufbauen, indem sie sich mittels Symbolen in akustischer und sichtbarer Form verständigen. Dieser einfache Vorgang wird von Grund auf als Kommunikation bezeichnet. Als wichtige Bestandteile der Kommunikation werden der Kommunikator als Aussageträger, der Rezipient als Aussageempfänger und dazwischen die Aussage selbst als Bindeglied beschrieben. Dies soll als auf die wichtigsten Elemente der Kommunikation reduzierte Art verstanden werden.⁴¹

Luhmann, ein Systemtheoretiker, beschreibt Kommunikation folgendermaßen. Kommunikation besteht aus drei Vorgängen, nämlich der Selektion der Information, der Selektion der Mitteilung und der Selektion der Annahme und des Verstehens. Die ersten zwei Prozesse finden beim Sender statt, der letzte muss vom Empfänger wahrgenommen werden. Kommunikation dient dabei als kleinste Einheit eines sozialen Systems.⁴² Luhmann betont jedoch, dass Kommunikation erst zustande kommt, sobald der Empfänger nicht nur die Mitteilung wahrnimmt, sondern auch versteht. Erst dann kann man von Kommunikation sprechen. Der Unterschied von Mitteilung und Information führt zu dieser Verständigung. Dies stellt einen großen Unterschied zu bisherigen Definitionen von Kommunikation dar, die von der Mitteilung als erfolgreicher Kommunikation ausgingen.⁴³

Jürgen Habermas ist im Gegenteil zu Luhmann der Ansicht, dass Kommunikation auf Verständigung beziehungsweise Konsens abzielt. Bei Luhmann steht die Differenz von Mitteilung und Verstehen im Mittelpunkt, nicht eine inhaltliche Verständigung. Kommunikation ist dann erfolgreich, wenn sie eine weiterführende Kommunikation (= Anschlusskommunikation) ermöglicht.⁴⁴

⁴⁰ Vgl. Bette, 1992, S. 139 f.

⁴¹ Vgl. Gottschlich, 1987, S. 9 f.

⁴² Vgl. Berghaus, 2003, S. 77

⁴³ Vgl. Berghaus, 2003, S. 82 ff.

⁴⁴ Vgl. Berghaus, 2003, S. 89 f.

Der Sport stellt in den unterschiedlichen Kommunikationskanälen ein geschlossenes und sich selbst produzierendes System dar. Sozialsysteme müssen sich ständig einer Selbstbeobachtung unterziehen. Das System entwickelt dadurch bestimmte Verhaltensweisen, die es auf das eigene System bezieht. Dadurch kann es auf die Umwelt reagieren und bestimmte Erfahrungen gewinnen. Jedes System sammelt jene aufgrund der Erfahrungen, die es macht. Im Mittelpunkt steht dabei die Selbst - und Fremdbeobachtung. Eine Reflexion gilt als Voraussetzung, damit ein System eine Identität entwickeln kann. Erst auf diese Weise wird es selbst zu einer angemessenen Umwelt für andere Systeme.⁴⁵

Der Mensch wird als Umwelt des Massenmedien - Systems bezeichnet und spielt somit untergeordnet eine Rolle. Als Leser, Hörer, Zuschauer und Mediennutzer findet er als psychisches System eine Bedeutung. Die Bindung der Massenmedien und der Menschen funktioniert, wenn sich beide gegenseitig respektieren und anpassen.⁴⁶ Es soll jedoch darauf hingewiesen werden, dass in der soziologischen Systemtheorie nicht auf den Menschen vergessen wird, sondern ihm nur eine andere Entsprechung zugedacht wurde. Dementsprechend ist der Mensch bei kommunikativen Prozessen nicht wegzudenken, denn Kommunikation kann nur durch den Menschen in einer Gesellschaft zustande kommen. Das Vorhandensein menschlicher Kommunikation gilt als Voraussetzung für die Kommunikation zwischen verschiedenen Bereichen, wie zum Beispiel in der Politik, in der Wirtschaft oder eben auch im Sport. An diesen Prozessen sind Individuen maßgeblich beteiligt.⁴⁷

Man unterscheidet zwischen Subjekt und Sozialsystem, dass das Bewusstsein eines Menschen nicht bei sozialen Systemen vorhanden ist. Die Beobachtung findet anhand des Bewusstseins statt, im Gegensatz dazu steht die Kommunikation im Vordergrund des Systems. Soziale Systeme unterscheiden zwischen System und Umwelt und identifizieren so das eigene System.⁴⁸

Der Sportler ist jedoch meist kein Teil von Kommunikationsprozessen innerhalb eines Systems. Da der Sportler nicht mit eingebunden wird, führt dies zu einer Verzerrung seiner

⁴⁵ Vgl. Bette, 1992, S. 4 f.

⁴⁶ Vgl. Berghaus, 2003, S. 236 ff.

⁴⁷ Vgl. Bette, 1999, S. 111

⁴⁸ Vgl. Bette, 1992, S. 98

Möglichkeiten hinsichtlich der Strukturen und Prozesse. Voraussetzung dafür wäre natürlich der sportliche Erfolg, ohne diesen würde man ihn aus Prinzip nicht zu Rate ziehen.⁴⁹

Die Systemtheorie muss sich mit einer Menge an Kritik auseinandersetzen. Der Theorie wird vorgeworfen empiriefern und autologisch zu sein. Darüber hinaus wird kritisiert, dass der Mensch völlig außer Acht gelassen wird. Hinterfragt wird auch inwiefern man in Zukunft neben der Systemebene auf eine Akteurs - Ebene Wert legen muss.⁵⁰

2.2 Handlungstheorie

Die Handlungstheorie steht im Gegensatz zur Systemtheorie und wird verwendet, um die Sicht der Medien und das Eingreifen des Sportlers selbst zu verfolgen und deren Ziele herauszuarbeiten. Diese Arbeit konzentriert sich auf die dem Thema entsprechenden Bereiche des Symbolischen Interaktionismus und parasozialer Beziehungen.

Das Verhalten eines Menschen kann nicht mit dem Begriff des Handelns gleichgesetzt werden. Es gibt verschiedene Formen der Handlungstheorie (Empirische, Normative, Rationale und Analytische Handlungstheorien). Unter den Begriff „Handlungstheorie“ fallen demnach unter anderem soziologische, psychologische und wissenschaftstheoretische Bereiche. Bei der soziologischen Handlungstheorie steht das soziale Handeln im Vordergrund. Als Voraussetzung für soziales Handeln gilt die Auseinandersetzung mit der eigenen Person und mit seiner Umwelt. Die Rollenübernahme ist ein wesentlicher Ansatz und damit sind auch Rollenerwartungen von immenser Bedeutung.⁵¹

Laut Handlungstheorie handeln Menschen kommunikativ, indem sie eigene Interessen verfolgen, die sie miteinander teilen möchten. Das wichtigste Kriterium dabei ist die Verständigung. Nur wenn diese erzielt wird, spricht man von Kommunikation.⁵²

⁴⁹ Vgl. Bette, 1992, S. 104 f.

⁵⁰ Vgl. Weber, 2003, S. 216 ff.

⁵¹ Vgl. Hackfort/Munzart/Seiler, 2000, S. 33 ff.

⁵² Vgl. Weiß, 1999, S. 173

Handlungen entstehen, wenn aus dem gesamten Verhaltenskomplex bestimmte Teile herausgefiltert werden, die einem menschlichen Charakter eine bestimmte Bedeutung beimesen. Auf diese Art verfolgt der Mensch eine bestimmte Vorstellung, die er mit seinem Handeln ausdrückt.⁵³ So auch im Sport.

Unter einer Sporthandlung versteht man die Ausführung und psychische Regulation einer Person im Sport. Jede Sporthandlung besteht aus einer Zielsetzung, einem Resultat und dem Prozess selbst. Eine Sporttätigkeit kann zwischenmenschlicher Natur sein (Judo, Fußball), zwischen Mensch und Natur (Schwimmen, Klettern) / Geräten (Formel 1) stattfinden oder auch eine Bewegungsgestaltung (Turnen) darstellen. Je nach Sportart kommen andere Zielsetzungen zum Einsatz. Die Sporttätigkeit kann entweder ausführungsakzentuiert oder resultatakzentuiert ausgeführt werden, damit sie als Sporthandlung bezeichnet werden kann.⁵⁴

Sporthandlungen werden von Peter Weinberg auf diese Weise definiert:⁵⁵

- als Komponente zur Gestaltung sozialer Beziehungen und Verwirklichung gesellschaftlicher Kooperationsbedingungen (Handlungen im Sportspiel);
- als Komponente zur Nutzung und Beherrschung von Geräten (Handlungen an/mit Sportgeräten);
- als Komponente zur Beherrschung und Nutzung von Naturbedingungen

Die Massenmedien, Wirtschaft und Politik müssen gut zusammenarbeiten, um eine erfolgreiche Sportinszenierung zu ermöglichen.

Sport wird als System von Tätigkeiten bezeichnet, das eine Sporttätigkeit als Prozess, als Resultat und als Ziel verfolgt. Die einzelnen Sportarten können in verschiedene Gruppen unterteilt werden. Zum einen wird Sport in der Natur ausgeübt, weiters werden Gegenstände oder Geräte zur Sportausübung genutzt oder der eigene Körper wird als Sportinstrument genutzt. Der Mannschafts- und Individualsport ergänzt diese Differenzierung. Die jeweilige Zielsetzung einzelner Personen und Sportarten (z. B. Körperbeherrschung, soziale

⁵³ Vgl. Burkart, 2002, S. 23

⁵⁴ Vgl. Weinberg, 1978, S. 147 f.

⁵⁵ Weinberg, 1978, S. 143

Beziehungen,...) ist entscheidend für den Erfolg. Beim Menschen spielen zusätzlich Emotionen und persönliche Motive eine Rolle.⁵⁶

Sport kann auch im sozialen Bereich eine große Rolle spielen, so ist z. B. eine Gruppe in speziellen Sportdisziplinen geprägt von gemeinsamen Motiven, Zielen und Kompetenzen und damit wird der Zusammenhalt und Sozialkompetenz gestärkt. Gleichzeitig kann Sport zu einem verbesserten Selbstbewusstsein beitragen, was im Breitensport (Schul - und Vereinssportwesen) gefördert werden sollte.⁵⁷

Man spricht von einer sozialen Handlung, wenn eine Person in seinem Handeln mindestens eine Person berücksichtigt.⁵⁸ Gerade im Sport muss der einzelne Sportler z. B. im Motorsport darauf achten, dass er keinen anderen Fahrer absichtlich behindert, weil auch er das von anderen erwartet. Und die Handlung des Sportlers wirkt sich wiederum auf die Wirtschaft und Sponsoren aus.

Der Mediensport kann alleine nicht dafür sorgen, Einschaltquoten zu erhöhen und mehr Werbeblöcke zu verkaufen. Das Sportgeschehen wird durch Sportjournalisten und spektakuläre Kamerafahrten verstärkt, sodass ein Spektakel entsteht. Der Fernsehsport wird von Sportproduzenten so dramatisiert, dass er den Zuschauererwartungen entspricht.⁵⁹

Hinsichtlich der Medien können Sportjournalisten zu einer Beeinflussung des Publikums führen oder auch umgekehrt. Die Themenselektion der Medienbetreiber ist demnach von großem Interesse.⁶⁰

Im Sport werden Aktion und Präsentation des Sportlers vereint und dabei werden Symbole vermittelt, die im Sport besonders sichtbar werden. Der Sportzuschauer erlebt einen nachvollziehbaren leistungsbetonten Wettkampf. Ein Reglement ist für einen glaubwürdigen und fairen Ablauf verantwortlich. Die soziale Bedeutung von einem Sieg oder einer Niederlage einer Mannschaft ist für die Rezipienten ungemein wichtig. In zunehmendem Ma-

⁵⁶ Vgl. Weinberg, 1978, S. 138 f.

⁵⁷ Vgl. Weiß, 1999, S. 53

⁵⁸ Vgl. Burkart, 2002, S. 24

⁵⁹ Vgl. Florschütz, 2005, S. 158 f.

⁶⁰ Vgl. Hagenah, 2004, S. 29

ße werden Emotionen frei gesetzt, die sich durch Weinen, Schimpfen oder Enttäuschung ausdrücken. Darüber hinaus fühlen sie sich mit Gleichgesinnten, die dieselben Empfindungen durchleben, verbunden und diese Atmosphäre führt zu einer Zugehörigkeit in der Masse. Die dabei vermittelten Grundwerte einer Gesellschaft treten in den Vordergrund und werden speziell im Sport ausgelebt, die man im Alltag seltener erkennt. Der Sport vereint Menschen und jene fühlen sich aufgrund eines gemeinsamen Kriteriums miteinander verbunden, das wiederum Symbole schafft, aufgrund dessen die Zuseher kommunizieren können.⁶¹

Das Magische Dreieck (Sport - Medien - Wirtschaft) muss gemeinsam handeln, um sportliche Ereignisse erfolgreich präsentieren zu können. Nur wenn die angesprochenen Systeme so handeln, dass jedes erfolgreich ist, seine Umwelt aber nicht verdrängt, kann der Sport als Verbindungselement aller bestehen. Die Subsysteme des Sports (Medien, Publikum, Wirtschaft und Sport) beeinflussen sich gegenseitig in ihrer Handlung. Die Sportarten werden vom Publikum unterschiedlich intensiv betrieben, weshalb Vereine darum bemüht sind, mehr Mitglieder für sich zu gewinnen. Das Publikum wiederum möchte sich aktiv betätigen und zur Prävention selbst beitragen. Mögliche Zugangsbeschränkungen sind für diese Beziehung nicht optimal. Die Wirtschaft versucht, alle Rezipienten zu erreichen und ihr Image zu stärken, das Publikum hat als potenzieller Konsument gesteigertes Interesse am Produkt Sport. Für die Medien ist das Publikum wichtigster Kunde und sie müssen so handeln, um die Bedürfnisse der Rezipienten zu erfüllen. Die Verfolgung von Sportevents spielt für das Publikum eine wichtige Rolle, um sich unterhalten zu können oder auch aus der Realität zu entfliehen. Die Medien brauchen den Sport so wie die Wirtschaft vom Sport profitiert und das Publikum von den Medien.⁶²

Das Regelwerk ist das wichtigste Instrument der Sportdramaturgie. Wer die Regeln einer Sportart nicht versteht, wird auch nicht die Bedeutung der sportlichen Handlungen wahrnehmen können. Aus diesem Grund scheint es auch nicht verwunderlich, dass oftmals das Eingreifen in ein Regelwerk notwendig ist, um eine Sportart populär zu machen und alle Beteiligten zu befriedigen. Sponsoren benötigen Spielpausen, um Werbungen zu präsentieren. Die Formel 1 erfindet neue Regeln, um den Sport für die Zuseher und die Medien

⁶¹ Vgl. Weiß, 1999, S. 182

spektakulärer zu gestalten, da die Quoten sinken. Oder um bei taktischen Pausen Lange-
weile vorzubeugen wird mit Musik die Stimmung angeregt. Durch den Einfluss der Wirt-
schaft sind die Medien gezwungen, verschiedene Sportveranstaltungen zeitlich so zu ver-
schieben, dass sie eine gewinnbringende Plattform für Sponsoren und Werbemittel darstel-
len.

2.2.1 Symbolischer Interaktionismus

Der Symbolische Interaktionismus ist ein weiteres Phänomen der Handlungstheorie. Ein
Vertreter dieser Theorie heißt George Herbert Mead. Diese Theorie geht davon aus, dass
der Mensch auch aufgrund von Symbolen handelt. Der Umwelt werden daher unterschied-
liche Bedeutungen zugeschrieben.

Nach Herbert Blumer handeln Menschen aufgrund der Bedeutungen, die durch soziale
Interaktionen entstehen und diese werden dann immer wieder interpretiert. Erst durch das
Hineinversetzen in einen Kommunikationspartner wird eine Verständigung ermöglicht,
wenn man die gleichen Bedeutungen auch aus der Sicht des anderen wahrnimmt. Symbole
und Signale besitzen gerade im Sport eine wichtige Bedeutung. Jede taktische Einheit
muss von allen Spielern gleich interpretiert werden. Ein einfaches Beispiel ist eine rote
Karte im Fußball. Wenn ein Schiedsrichter die rote Karte zeigt, müssen alle Spieler wissen,
dass das Spiel unterbrochen ist und ein Spieler aufgrund eines gefährlichen Fouls den Platz
verlassen muss. Dies wirkt sich natürlich wiederum auf die Dramatik und Spannung im
Spiel aus. Man muss jetzt entweder den Schiedsrichter oder den Spieler für diese Verände-
rung verantwortlich machen. Die Symbole dienen als Zweck dieser Verständigung und
rufen im Gedächtnis etwas Gleichbedeutendes hervor. Rollenübernahme ist somit ein
wichtiger Bestandteil des symbolischen Interaktionismus. Man muss sich selbst aus der
Fremdperspektive wahrnehmen, damit man eine Identität entwickeln kann. Dies gilt auch
für die Massenkommunikation. Da jede Person unterschiedliche Bedeutungen besitzt, ist es
notwendig, dass signifikante Symbole bei beiden Kommunikationspartnern dieselbe Be-
deutung hervorrufen und gleich interpretiert werden. Dabei handelt es sich meist um all-
gemeine Begriffe. Zum Beispiel: Auf ein plötzlich auftretendes Feuer reagieren alle Men-
schen gleich, sie entfernen sich. Mead beschreibt die persönliche Entwicklung, die für

⁶² Vgl. Hagenah, 2004, S. 22 ff.

kommunikatives Handeln notwendig ist, als Sozialisationstheorie. Aufgrund dieser entwickelt sich das Kind zu einem Erwachsenen und wächst in die Gesellschaft hinein. Diese Entwicklung, gemeinsam mit einer gegenseitigen Rollenübernahme ermöglicht die Identitätsbildung des Individuums. Die drei Stufen dieser Entwicklung sind das nachahmende Rollenspiel, regelrechte Kooperation und universelle Kooperation und Verständigung.⁶³

Laut Blumer beruht der Symbolische Interaktionismus auf drei Ebenen:

1. dass Menschen „Dingen“ gegenüber auf der Grundlage der Bedeutungen handeln, die diese Dinge für sie besitzen (Gegenstände, Personen, Kategorien, Institutionen, Leitideale und andere Handlungen);
2. dass die Bedeutung solcher Dinge aus der sozialen Interaktion, die man mit seinen Mitmenschen eingeht, abgeleitet ist oder aus ihr entsteht;
3. dass diese Bedeutungen in einem interpretativen Prozess, den die Person in ihrer Auseinandersetzung mit den ihr begegnenden Dingen benutzt, gehandhabt und abgeändert werden.⁶⁴

Herbert Blumer hat sich mit diesen drei Prämissen noch intensiver beschäftigt. Die Bedeutung eines Gegenstandes oder eines Lebewesens ist von Natur aus gegeben, man muss jene nur durch Beobachtung herauslösen. Dies unterliegt keiner Entwicklung, sondern einzig dem Erkennen von psychologischen Elementen. Ferner wird es möglich, ein „Ding“ zu analysieren und wahrzunehmen. Der Gebrauch einer Bedeutung findet durch einen Interpretationsprozess statt.⁶⁵

Der Mensch wiederum verfolgt eine zwischenmenschliche Beziehung, in der er auf der nicht - symbolischen Ebene Dinge von anderen Individuen wahrnimmt und selbst etwas ausstrahlt. Dies ist laut Mead nur möglich, da jeder Mensch ein Selbst besitzt.⁶⁶

Der Mensch kann aufgrund der Wahrnehmung und Interpretation handeln. Dies bedarf einer Berücksichtigung von Bedürfnissen, Wünschen, Zielen oder dem Selbstbild. Der

⁶³ Vgl. Burkart, 2002, S. 432 ff.

⁶⁴ Vgl. Burkart/Hömborg, 2004, S. 25

⁶⁵ Vgl. Burkart/Hömborg, 2004, S. 26 f.

Mensch vollzieht diesen Vorgang anhand eines Prozesses, in dem die sogenannte Handlungslinie festgelegt wird. Im Alltag wird die Person andauernd mit Situationen konfrontiert, in denen sie handeln muss. Der Prozess der Wahrnehmung dient als Grundlage jedes Handelns. Dies gilt auch für gemeinsames oder kollektives Handeln. Gerade im Mannschaftssport muss das Individuum auf kollektives Handeln ausgerichtet sein, d.h. die verschiedenen Handlungslinien müssen aufeinander abgestimmt werden. Nur durch eine Interpretation dessen, was z. B. auf einem Spielfeld geschieht, kann man kollektives Handeln aufbauen. Die Spieler handeln, indem sie deren Spielzüge interpretieren und darauf reagieren. Erst durch diesen Prozess wird es möglich, gemeinsam gerade im Sport zu handeln, aber auch in anderen Lebenssituationen.⁶⁷ Dieser Vorgang gilt für alle Bereiche und Gruppen, die sich zusammenschließen oder denen man angehört. Differenzen führen zu verschiedenen Vereinigungen und wenden sich zueinander. Die Gruppe wird durch eine Benennung und Interpretation gebildet, zu der sich wiederum Personen bekennen und miteinander handeln können.⁶⁸

„So ist z. B. ein Tennisball nicht von sich aus ein Tennisball. Man lernt seine Bedeutung erst dann kennen, wenn andere Personen im Hinblick auf ihn handeln, indem sie eben mit ihm Tennis spielen. Dadurch definieren und interpretieren die handelnden Personen erst die Bedeutung des Tennisballs.“⁶⁹

Sportliche Spitzenleistungen können nur dann entstehen, wenn neben der physischen Stärke auch eine psychische und mentale Stärke vorhanden ist. Die Akteure müssen gegenseitig Rollen übernehmen, da sonst keine Verständigung zustande kommt. Auf diese Weise ist sportliches Handeln möglich. Für einen sportlichen Erfolg müssen viele Dinge an einem bestimmten Tag zusammen passen. Die Umwelt und äußere Bedingungen können sich auf den Sportler positiv und auch negativ auswirken. Der Sportler setzt sich mit seiner Umwelt auseinander und erwirbt dadurch seine eigene Identität. Der Bewegungsablauf kann als Umsetzung sportlicher Ziele angesehen werden. Der Sportler kann selbst dazu beitragen als Held zu fungieren, indem er gute Leistungen erbringt. Die Medien müssen dabei so

⁶⁶ Vgl. Burkart/Hömberg, 2004, S. 33

⁶⁷ Vgl. Burkart/Hömberg, 2004, S. 36 f.

⁶⁸ Vgl. Burkart/Hömberg, 2004, S. 41

⁶⁹ Weiss, 1999, S. 172

handeln, dass der Sport hohe Zuschauerquoten beim eigenen Fernsehsender erzielt und die Sponsoren einen finanziellen Nutzen davon tragen.⁷⁰

Die Handlungstheorie steht im Gegensatz zur Systemtheorie.

Für Luhmann und die Systemtheorie bedeutet Kommunikation Differenz und nicht Verständigung, was für die Handlungstheorie und Habermas von immenser Bedeutung ist. Habermas verfolgt den Konsens, sollte Verständigung nicht möglich sein.⁷¹

2.2.2 Parasoziale Beziehungen im Sport

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Frage, warum so viele Menschen Sport im Fernsehen verfolgen und warum bestimmte Personen favorisiert werden.

Für den Rezipienten ergeben sich dadurch bestimmte Handlungslinien. Parasoziale Beziehungen können entstehen, wenn ein Rezipient sowohl die Rolle des Zusehers, als auch die des aktiven Beteiligten einnimmt. Diese Situation ist möglich, wenn die Grenzen zwischen Realität und Fiktion verschwimmen. Bei der Sportrezeption ist ein großes Identifikationspotential vorhanden, da Sport sehr viele Facetten (Ehrgeiz, Durchhaltevermögen, Kampfgeist, Wille,...) beinhaltet, die man an sich selbst erkennen kann. Da sich der Zuseher bei der Rezeption von Sportereignissen selbst in eine Art Stresssituation versetzt und mit seinem Idol mitfiebert, setzt er sich auch mit seinen eigenen Gefühlen und Bedürfnissen auseinander und dazu kann eine parasoziale Interaktion führen. Gerade im Sport braucht man Vorbilder, denen man nacheifern kann. Ohne Vorbilder im Sport gäbe es nur wenige, die eine Sportart verfolgen würden. Charaktereigenschaften oder Erfolge spielen demnach eine wichtige Rolle für den Beliebtheitsgrad bei Jugendlichen und dieser hat wiederum Einfluss auf die Nutzung von Sportinhalten im Fernsehen und Internet. So fühlen Zuseher mit ihren Lieblingssportlern und versetzen sich in die jeweiligen Situationen hinein. Daraus ergibt sich eine Bedürfnisbefriedigung, indem man die erlebte Spannung, Freude oder Enttäuschung des Idols mitempfindet. Bei einer parasozialen Interaktion fehlt jedoch die gegenseitige Beziehung. Die Rezipienten können sich nur an den Sportlern orientieren und keine

⁷⁰ Vgl. Burkart/Hömborg, 2004, S. 41 ff.

⁷¹ Vgl. Berghaus, 2003, S. 90

neuen Beziehungen herstellen oder die bestehenden Beziehungen beeinflussen. Trotzdem können sich die Zuseher auch wieder distanzieren und das Ereignis aus einem anderen Blickwinkel betrachten, falls sie dies wünschen. Wenn zum Beispiel der Lieblingssportler nicht gewinnt, kommt ein enttäuschendes Gefühl auf, das man aber nicht empfinden möchte. Parasoziale Beziehungen können jedoch auch negative Aspekte beinhalten, indem der Zuseher den Medienakteur als hinterhältig oder unsympathisch findet. Auch die Sportstars wissen nichts über die Reaktionen ihrer Zuseher und können nur erraten, wie diese auf bestimmte Geschehnisse reagieren.⁷²

Da man die Person über eine längere Zeit beobachten kann und diverse Emotionen teilt, bildet man sich nach einer Weile ein, man kenne diese Person. Auf diese Weise entsteht eine gewisse Nähe zu diesem Menschen und entwickelt dadurch freundschaftliche Gefühle oder auch mehr.

⁷² Vgl. Schenk, 2007, S. 744 ff.

3. Forschungsmethodik

Der methodische Teil der Arbeit besteht aus einer quantitativen Text - und Bildanalyse und einer Befragung von ORF Sportjournalisten, Sponsoren, Sportwissenschaftlern/Sportlern und Rezipienten. Durch Interviews mit entsprechenden Experten ergeben sich verschiedene Sichtweisen der unterschiedlichen Subsysteme, die an einer erfolgreichen Sportberichterstattung beteiligt sind. Diese Untersuchung ermöglicht Kenntnisse, warum bestimmte Sportarten vom Publikum selektiert werden, auf welche Weise Medien durch dramaturgische Stilmittel beitragen, wie ein Sportevent für die Vermarktung aufgebaut werden muss und inwieweit der Sport/Sportler sein Ziel realisiert sieht.

Des Weiteren wird mit Hilfe einer quantitativen Text - und Bildanalyse von Sportübertragungen die Beziehung von Sport und Medien genauer erforscht, um die jeweiligen Ziele und Motive hinsichtlich der Sportberichterstattung herauszufinden. Auswirkungen des Sports auf das Magische Viereck (Sport - Medien - Wirtschaft - Publikum) bilden den Schwerpunkt dieser Untersuchung. Dabei sollen dramaturgische Elemente und deren Bedeutung für das Magische Viereck aufgezeigt werden.

Mit dieser Mix - Methode wird ein Einblick in das Medien - und Sportsystem und deren Auswirkungen auf Wirtschaft und Publikum ermöglicht. Dabei ergibt sich die Möglichkeit, das konkrete Einsetzen dramaturgischer Elemente seitens der Medien zu untersuchen und deren Wirkung auf Sportvereine, Sponsoren oder Rezipienten festzustellen. Auf diese Weise wird die Beziehung von Medien und Sport ersichtlich.

Interessant zu beobachten ist die Vormachtstellung des ORF in Bezug auf die Sportberichterstattung im Fernsehen, auf den der Druck sowohl durch diverse private Fernsehanbieter als auch das Internet steigen wird. Die Vermittlung von Sport via Medien hat sich hinsichtlich der technischen Möglichkeiten weiter entwickelt und dadurch ergeben sich neue Innovationen. Es stellt sich dabei nur die Frage, ob die Sportberichterstattung in ihrer ursprünglichen Funktion (Berichten und Informieren über Sportereignisse) nicht darunter leiden wird. Die besonders hohen Kosten für Sportübertragungen und Übertragungsrechte werden wohl aufgrund des Konkurrenzdrucks und technischen Aufwands immer weiter

ansteigen, sodass in Zeiten der Wirtschaftskrise auch im Sport Einsparungen hingenommen werden müssen. Als Beispiel dient die Königsklasse des Motorsports, die Formel 1, in der es zurzeit nur um Kostenreduktion geht. Für den Rezipienten ändert sich derzeit nichts, solange die Folgen keinen Einfluss auf dessen Fernsehverhalten ausüben. In Bezug auf Sponsoring sind die Grenzen bereits ausgereizt. Es müssen neue Wege in der Vermarktung der Sportler gefunden werden, die wieder Aufmerksamkeit erzeugen. Der Sportler sieht sich auch heute noch benachteiligt, da er als Marionette im Sport fungiert. Das Einbeziehen der Sportler in die Strukturen und Funktionen des Sports wäre ein wichtiger Schritt für eine attraktive Berichterstattung.

4. Das Phänomen Sport

„Über das System gemeinsam verstandener und akzeptierter Werte ermöglicht Sport den Aufbau und die Bestätigung von Identitäten und somit die ersehnte soziale Integration, d.h. Anerkennung von Leistungen, die für die bestehende Kultur von Bedeutung sind.“⁷³

Mit diesem Satz zeigt Otmar Weiss, dass Sport weit mehr als körperliche Bewegung bedeutet. Die soziale Komponente wird durch den Sport weitgehend verstärkt. Im oder durch Sport wird soziale Anerkennung ermöglicht, wonach jeder Mensch in der Regel strebt.

Für einen Erfolg im Sport stehen so viele Bedingungen im Vordergrund, ohne die eine solche Leistung nicht erzielt werden kann. Die körperlichen und motorischen Fähigkeiten des Sportlers sind genauso wichtig wie viele andere. Neben biomechanischen Grundlagen, subjektiven Zielsetzungen, Klimabedingungen, Sportstätten, Regelwerk, Siegesprämien wirken viele Faktoren auf das Verhalten des Sportlers ein. Die Grafik von Klaus Heinemann zeigt dieses Phänomen auf.⁷⁴

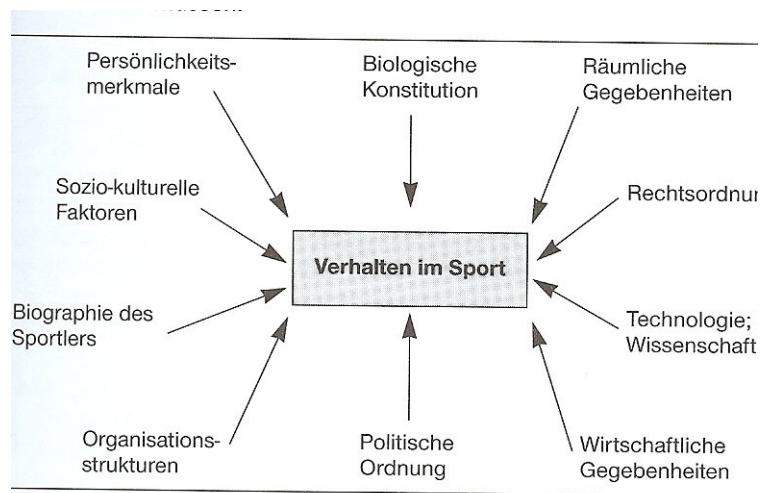


Abbildung 1: Faktoren des Verhaltens im Sport

Quelle: Heinemann, 1980, S.11

⁷³ Weiss, 1999, S. 169

Sport findet durch den Wettkampf zweier oder mehrerer Personen in einer Spielstätte oder mittels Gegenstand statt. Auf diese Weise kommen bestimmte Funktionen zum Einsatz, die sich nicht nur durch ein Regelwerk konstituieren, sondern auch habitualisieren. Im Fußball wird der Ball von einem Spieler ins Seitenout geschossen, sobald ein Spieler verletzt am Boden liegt. Dadurch wird das Eingreifen von Sanitätern ermöglicht und Fairness im Sport gewährleistet. Die Verinnerlichung des Regelwerks und die Akzeptanz dessen ist ein wichtiges Element im sportlichen Wettkampf. Die sportlichen Leistungen sind jedoch generell nicht von äußeren Umweltfaktoren (Publikum, Sponsoren,...) geprägt.⁷⁵

⁷⁴ Vgl. Heinemann, 1998, S. 11

⁷⁵ Vgl. Becker, 1982, S. 95 ff.

4.1 Funktionen des Sports

In der Gesellschaft existieren sehr vielfältige Funktionen des Sports. Diese sollen anhand dieser Abbildung verdeutlicht werden.

Biologisch	Zivilisationsschäden wie Bewegungsmangelkrankheiten sollen durch Sport ausgeglichen werden (Gesundheit)
Politisch	Der Sport wirkt völkerverbindend, überwindet politische Grenzen und hilft Vorurteile abzubauen.
Sozial	Sozialisierende Funktion des Sports: im Sport lernt der Mensch wichtige Werte und Normen kennen. Durch den Sport kann die Freizeit sinnvoll gestaltet werden.
Pädagogisch	Sportliches Handeln ist ein Entwicklungsfeld für Persönlichkeit, Identitätsfindung und Selbstwertgefühl
Ökonomisch	Sport ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, in dem große Geldsummen umgesetzt werden.
Ästhetisch	Sport ist Körper - und Bewegungskultur, in der sich der Mensch ästhetisch entfalten und entwickeln kann.

Abbildung 2: Gesellschaftliche Funktionen des Sports

Quelle: <http://www.sportunterricht.de/lksport/gesell1.html> (Stand: 02.02.2011)

All jene Faktoren sind in der Gesellschaft in unterschiedlichem Maße vorhanden. Jeder Mensch ist selbst verantwortlich, welche dieser Bereiche auf ihn zutreffen oder welche er verfolgen möchte.

Viel größer ist jedoch das Interesse an den Systemen im Sport, die für eine erfolgreiche Sportberichterstattung unerlässlich sind. Es bezieht sich ferner auch auf gesellschaftliche Funktionen.

1. Das Sportsystem bemüht sich um den Vereinssport, kommerzielle Betriebe wie Fitnesscenter und den aktiven Einzelsportler im Freizeitsport. Das Ziel der jeweiligen Bereiche ist ersichtlich, die Steigerung der Zahl an aktiven Personen. Nicht nur der Breitensport soll gefördert werden, sondern auch der Spitzensport. Hochleistungssportler dienen der Gesellschaft und dem Nachwuchs als Vorbilder. Die Wertevermittlung wird im Sport groß geschrieben.
2. Das Subsystem Wirtschaft verfolgt das Ziel, das Wirtschaftswachstum durch Sponsoring oder Werbung zu steigern. Auf diese Weise wird der Bekanntheitsgrad des Unternehmens gestärkt und das Kaufverhalten potenzieller Kunden verstärkt. Die Medien profitieren ebenfalls davon.
3. Das Mediensystem vertritt in Bezug auf den Mediensport einen öffentlichen Programmauftrag, den es erfüllen muss. Darüber hinaus muss das jeweilige Medienunternehmen dafür sorgen, dass durch das Programm die finanziellen Mittel gedeckt werden und auch davon profitieren. Sportliche Inhalte, die von gesellschaftlicher Bedeutung und für Sponsoring besonders erwünscht sind, müssen von den Medienbetreibern selektiert werden.
4. Das Publikum, das auch als System in diesem Kontext bezeichnet wird, soll durch den Mediensport befriedigt werden. Großereignisse oder Sportveranstaltungen, die das eigene Land betreffen sind von höherer Wichtigkeit. Die Einschaltquoten und Werbezeiten können als Feedback zum Programm betrachtet werden.⁷⁶

Der Sportler steht im Mittelpunkt des Magischen Vierecks, das alle wichtigen Systeme bedient.

⁷⁶ Vgl. Hagenah, 2004, S. 17 ff.

4.2 Doping als Begleiterscheinung

Der Leistungs - und finanzielle Druck wächst zunehmend auf den Sportler. Es existieren sehr viele gute Sportler auf gleichem Niveau und der Kampf um die Gunst der Sponsoren, Zuseher und Werbeeinnahmen erscheint oft unerreichbar. Immer mehr Sportler greifen deshalb zu verbotenen Dopingsubstanzen. Auch wenn sie sich der Gefahren und des Verbotes bewusst sind, ist der Reiz in vielen Fällen zu groß. Die Zahl der aufgedeckten Dopingfälle steigt laufend, auch in Österreich. Der Radfahrer Bernhard Kohl hat schlussendlich ein Geständnis gemacht. Dabei wurde bekannt, dass Dopingmissbrauch nicht nur Sportler betrifft, sondern mittlerweile weitere Kreise zieht. So sind darüber hinaus Agenten, Manager und Ärzte an einem unsauberen Sport beteiligt.

Anhand der auf der nächsten Seite folgenden Abbildung wird gezeigt, wie eng verbunden ein Doping - Netzwerk im Sport ist. Hinter einem Sportler steht sehr oft ein weitreichendes Netzwerk. So führt jenes vom Ex - Radsportler und des Dopingmissbrauchs überführten Bernhard Kohl über Ärzte, Manager, Trainer, bis hin zu vielen anderen Sportlern. Alleine ist Doping im Sport heutzutage nur schwer oder kaum möglich.

Nach dem Dopingskandal bei den Olympischen Spielen 2006 wurden neue Aktionen und Kommissionen gegen Doping eingeführt.

Das Doping - Netzwerk von Bernhard Kohl:

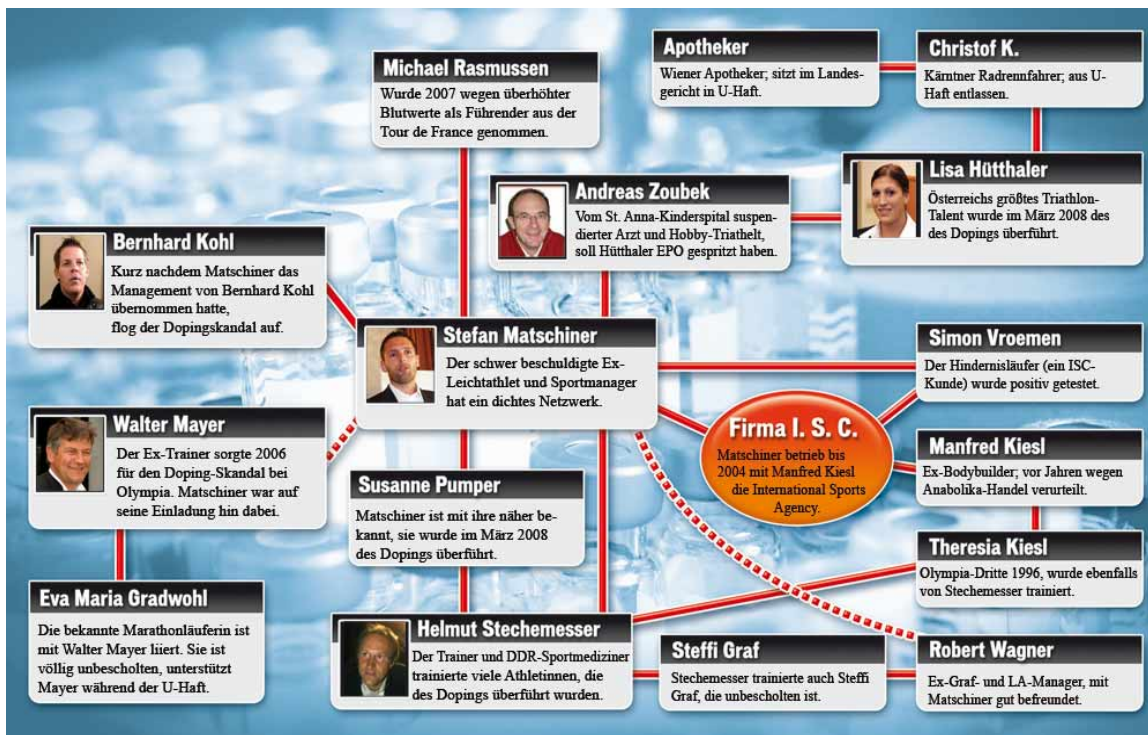


Abbildung 3: Doping - Netzwerk von Bernhard Kohl

Quelle: http://www.oe24.at/multimedia/archive/00239/doping_netzwerk_239622a.jpg

(Stand: 20.10.2009)

Gerade im Radsport sind Dopingfälle keine Seltenheit. Es scheint heutzutage beinahe unmöglich, eine Radetappe ohne jegliche Hilfsmittel gesund zu überstehen. Der Sportler wird dabei derartigen Belastungen ausgesetzt, sodass das Vertrauen in einen sauberen Sport durch die Vergangenheit erschwert wurde. Vordergründig bedeutet es gerade im Radsport die Vollbringung einer fast unmenschlichen körperlichen Leistung, sodass ein Sieg ohne entsprechende Mittel schwer möglich ist.

Doping ist heute bereits ein beunruhigender Bestandteil des Leistungssports. Dieser skandalträchtige Zustand kann auch zu gesteigertem Interesse des Publikums beitragen, indem besondere Leistungen erzielt werden. Doping wird moralisch verurteilt. Der gedopte Sportler handelt gegenüber anderen Mitstreitern nicht kollektiv und führt das Publikum hinter das Licht. Ein Dopingvergehen eines Idols im Sport führt zu Unverständnis und Verachtung in der Gesellschaft. Das Bild des vorbildhaften Sportlers wird innerhalb weniger Momente

zerschlagen. Das Vertrauen in den Sport wird auf diese Weise missbraucht, was wiederum ein negatives Image prägt. Ein fairer Sport kann nur dann garantiert werden, wenn auch das Sportsystem diese Bedingungen gewährleistet.⁷⁷

Doping wird in den Medien oft als moralisches Versagen einzelner Sportler betrachtet und nicht als organisiertes und strukturiertes Doping aufgrund unmöglicher Rekordzwänge oder Begleiterscheinungen des Hochleistungssports.⁷⁸ Doping wird in der Öffentlichkeit als spezifische Handlung dargestellt, die durch das Nichtbeachten sozialer Werte ein soziales Ziel verfolgen, nämlich einen Triumph im Sport. In der Gesellschaft ist ein Sieg das beste Mittel sich zu beweisen.⁷⁹

Doping wird in der heutigen Zeit immer häufiger angewendet und das nicht nur im Hochleistungssport. Aber die einzelnen Berichte über Dopingmissbrauch sind nicht mehr nur Einzelfälle. Vielmehr steigt die Zahl der Doping - Skandale. Man muss mittlerweile leider den sauberen Sport anzweifeln und darf nicht nur positive Sportler erwarten. Zurzeit dominieren eher Begriffe wie Betrug oder Täuschung. Der spannungsgeladene Sport samt Regelwerk und Nachvollziehbarkeit der geleisteten Handlungen steht vor einem schweren Imagewandel. Aus diesem Grund hat sich auch alles rund um das System verändert, Sponsoren sind misstrauisch und auch die Politik und Wirtschaft reagiert verärgert. Eltern sind um ihre Kinder besorgt und wollen sie nicht in Vereinen Risiken aussetzen und auch der Breitensport ist nicht mehr vor Doping geschützt. Der gedopte Sportler strahlt nach außen hin eine Normalität aus und leugnet jedes Vergehen. Nur durch diese Scheinwelt können sie auch Höchstleistungen erzielen.⁸⁰

„Auffallend ist die Tatsache, dass Doping im Medienkurs kaum einmal als strukturelles Problem eines Hochleistungssports und seiner Rekordzwänge thematisiert wird, sondern als moralisches Versagen einzelner Sportler dargestellt wird.“⁸¹

⁷⁷ Vgl. Schauerte/Schwier, 2007, S. 31

⁷⁸ Vgl. Florschütz, 2005, S. 307

⁷⁹ Vgl. Bette, 1999, S. 221

⁸⁰ Vgl. Bette, 1999, S. 221 ff.

⁸¹ Florschütz, 2005, S. 307

Doping gilt jedoch nicht als Problem des Einzelsportlers, sondern wird in großen Institutionen vollzogen. Wenn sich jeder Sportler unfaire Mittel besorgen und selbst verabreichen könnte, wäre Doping wohl sehr unauffällig. Es ist jedoch der Arzt, der Lieferant oder der Manager, der ein System um sich herum aufbaut. Der Druck, der auf leistungsschwächeren Athleten in dieser Situation lastet, ist immens groß und der Reiz an Erfolg hoch.⁸² Viele Sportler wollen es vielleicht nur einmal ausprobieren und kommen aus dieser Lügenspirale nicht mehr heraus. Bis sie des Dopings überführt werden, d.h. die Dopingprobe A und auch B als positiv gilt, erst dann wachen sie aus ihrem Albtraum auf. Klarerweise stellt sich dann die Frage, ob man jene Personen in der Öffentlichkeit nennt, die als Netzwerk bezeichnet werden. Lisa Hütthaler hat ihr Schweigen gebrochen und möchte den Kampf gegen Doping damit unterstützen. Was dies jedoch für sie persönlich und ihre Sportlerkarriere bedeutet, mag heute noch nicht abzusehen sein.

4.3 Das Regelwerk

Das Regelwerk ist ein essentieller Bestandteil einer Sportart, wodurch Sport nach bestimmten Kriterien abläuft. Jede Sportart hat ihr eigenes Regelwerk, mit dem ein fairer Wettkampf ermöglicht wird. Auf diese Weise wird ein Sieg für die Öffentlichkeit repräsentativ und nachvollziehbar.

Klaus Heinemann hat eine entsprechende Definition für das Regelwerk im Sport erstellt:

„Sport wird durch ein Bündel von sozialen Normen beziehungsweise Regeln konstituiert. Regeln sind zum einen Voraussetzung für die Bestimmung dessen, was ‚Identität‘ und Besonderheit einer Sportart ausmacht; zum anderen werden erst durch solche Regeln sportliche Leistungen miteinander vergleichbar.“⁸³

Der Rezipient weiß von Beginn an, welche Bedingungen nötig sind, damit ein Sportler in einer Sportart gewinnen kann.

⁸² Vgl. Bette, 1999, S. 225 ff.

⁸³ Heinemann, 1998, S. 54

Klaus Heinemann hat weiters wichtige Punkte eines Regelwerks zusammengefasst:⁸⁴

1. Die Wertlosigkeit des Ziels:

Das sportliche Handeln erfolgt nach den Kriterien des Regelwerks einer Sportart, innerhalb derer ein Sieg oder eine Niederlage hervorgeht. Das Ziel ist in jeder Sportart jedoch ein anderes und das Resultat wertlos.

2. Regeln als Rituale:

Dabei sind diejenigen Regeln gemeint, auf welche Art der Sportler sein Ziel erreicht und was er dabei beachten muss. Zum Beispiel, mit welchen Körperteilen ein Ball gespielt werden darf. Das sportliche Handeln verläuft nach bestimmten Vorgaben, auch wenn diese nicht erklärbar sind. Wie der Sportler in einer Sportart fungieren darf, bestimmt das Regelwerk, auch wenn es alternative Handlungsmuster gibt. Der Anreiz ist daher, mit den zur Verfügung stehenden Mitteln das bestmögliche herauszuholen.

3. Neutralität gegenüber den Gegnern (Soziale Gleichheit und Unsicherheit):

Durch diese beiden Begriffe wird Fairness im Sport geschaffen. Jeder Mensch, egal welchen Alters oder Herkunft, kann dasselbe Ziel erreichen. Auch wenn im Alltag diverse Unterschiede zwischen den Sportlern bestehen, so spielen diese im Sport keine Rolle. Ein weiteres Merkmal ist die Vorhersehbarkeit im Sport, durch die gleiche Bedingungen geschaffen werden. Die Vollziehung einer Trennung verschiedener Alters - und Leistungsklassen erhöht eine gleichmäßige Chancenauswertung und damit die Spannungserzeugung.

4. Eigenweltcharakter:

Eine Sportart besteht aus klar formulierten Regeln und den Leistungen, die ein Sportler erbringt. Der Sport ist durch eine Vielfalt an Leistungen geprägt, die objektiv bewertet und vom Publikum geschätzt werden.

5. Zwang zur Legitimation:

Der Sinn und Zweck eines sportlichen Handelns muss hinterfragt werden, denn von Grund auf ist Sport rationell gesehen nicht von besonderem Nutzen. Die Rechtfertigung sportli-

⁸⁴ Vgl. Heinemann, 1998, S. 56 ff.

cher Ausübung kann auf vielerlei Art beantwortet werden, jedoch eröffnet sie auch viele Nutzungsperspektiven. Unter anderem fördert Sport Sozialisation, Aggressionsabbau, Gesundheit, Chancengleichheit und Flucht aus dem Alltag.

4.3.1 Schiedsrichter

Der sogenannte ‚schwarze Mann‘ ist ein undankbarer, aber wichtiger Teil des Sportsystems. Diese Person richtet, wie der Name schon besagt, über das Handeln im Sport. Er muss mit den Regeln einer Sportart vertraut sein und diese bei möglichem Fehlverhalten oder Vergehen sanktionieren. Da sich bei einem Wettkampf mindestens zwei oder mehrere Fanparteien befinden, ist der Schiedsrichter in den Augen einer Gruppierung oft der ‚Buh-Mann‘. Als Zuseher ist man oft der Meinung, es besser zu wissen. Doch ist diese Person für den sportlichen Wettkampf immens wichtig.

„Der Wunsch nach strenger Beachtung der Regeln auf beiden Seiten und nach kalkulierbaren Sanktionen bei Regelverletzungen, also der Wille, den Wettkampf auf Basis eines akzeptierten Regelwerks auszutragen, wird im Schiedsrichter Person...Die (Tatsachen -) Entscheidung des Schiedsrichters ist endgültig und unumstößlich.“⁸⁵

Ein Schiedsrichter muss unparteiisch und objektiv sein. Für ihn steht ein fairer Wettkampf im Mittelpunkt. Die Entscheidung einer Situation beschränkt sich nicht nur auf den Hauptschiedsrichter. In den verschiedenen Sportarten fungieren unterschiedlich viele Schiedsrichter. Beim Fußball wird er von zwei weiteren Linienrichtern und einem Offiziellen bei der Spielerbank unterstützt. Im Eishockey werden drei Schiedsrichter eingesetzt.

Für den Zuseher sind die Entscheidungen des Schiedsrichters nicht immer nachvollziehbar, da es sehr viele verschiedene Handzeichen für einen Regelverstoß gibt und auch der Blick durch Kameraperspektiven eingeschränkt sein kann. Der Kommentator oder der Platzsprecher soll deshalb derartige Situationen dem Publikum verständlich näher bringen.



Abbildung 4: Schiedsrichterzeichen im Fußball
 Quelle: <http://www.code-knacker.de/schiedsrichter.htm> (Stand: 14.05.2010)

⁸⁵ Heinemann, 1998, S. 256

Die Schiedsrichterentscheidungen werden gerade bei Fußballspielen sehr oft kritisiert. Der Wunsch nach einem Videobeweis wird immer stärker. Schiedsrichter greifen mit ihrem Handeln in das Sportgeschehen ein, das damit weiterführende Konsequenzen mit sich zieht. Da es auch im Fußball um viel Geld geht, sind Spielentscheidungen immens wichtig.

Es werden jedoch immer öfters spielentscheidende Fehlentscheidungen festgestellt, die von vielen Seiten kritisiert werden und sogar Weltmeisterschaften im Sinne des Fair Play in Frage stellen.

Mittlerweile gibt es auch Sportarten, die ohne jeglichen Schiedsrichter auskommen (z. B. Ultimate Frisbee).

5. Medien und Sport

Medien stellen den Verbindungskanal zwischen Publikum und Sport her. Nur via Medien ist es für den sportbegeisterten Zuseher möglich, am Sportgeschehen teilzuhaben. Die Medienbetreiber stehen somit in einer großen Verantwortung nicht nur dem Sportzuseher gegenüber, sondern auch dem Sport und allen anderen beteiligten Systemen.

Unter dem Begriff ‚Mediensport‘ versteht man die Erweiterung sportlicher Ereignisse durch die Medien, da Sport und Medien miteinander verbunden sind. Diverse Übertragungstechniken unterstützen das Bild des Sports in positiver Weise, indem immer neuere Entwicklungen zum Tragen kommen. Live - Übertragungen, Vor - und Nachberichterstattungen, Analysen, Interviews, Wiederholungen, Zusammenfassungen, Reportagen, Hintergrundberichte, Talk - und Showformate – das alles trägt zu einer erfolgreichen Berichterstattung einer Sportart bei.⁸⁶

Das Besondere an der Beziehung von Sport und Medien ist die Unvorhersehbarkeit und Sportsprache. Im Gegensatz zu Politik oder Kultur, ist die Sportsprache in den Medien emotional und spontan. Ein Live - Kommentator kann seine Moderation nicht genau vorbereiten oder planen, sondern kommentiert in diesem Moment das Gesehene. Emotionen sind bei der Kommentierung ein wichtiger Teil. Gerade das führt zu einer Identifikation und Authentizität. Und das ist es auch, was den Sport in den Medien so einzigartig und interessant macht.

Sport ist für die Gesellschaft prinzipiell leicht nachvollziehbar. Das Regelwerk einer Sportart ist entscheidend. Ferner existieren Sportarten, die ein spezifisches Verständnis voraussetzen. Auch wenn jede Sportart auf einen Sieg ausgerichtet ist, kann die Rezeption Verständnisfragen aufwerfen. Dafür ist das mehrmalige Zusehen oder das Lesen eines Regelwerkes notwendig.⁸⁷

⁸⁶ Vgl. Bieber/Hebecker, 2002, S. 211

⁸⁷ Vgl. Lorenz, 2008, S. 61

*„Durch die wachsende Abhängigkeit des Sports von den Medien nehmen diese zunehmend Einfluss auf den Sport. Was im Sport wichtig ist, und wie es dargeboten wird, bestimmen schon längst Rechte - Vermarkter, Programmchefs und Regisseure.“*⁸⁸

Die Medienbetreiber bestimmen, welche Sportart und auf welche Weise ein Ereignis gesendet wird. Ferner besteht die Möglichkeit ein Sportevent live vor Ort und sehr nahe am Geschehen zu verfolgen. Hierbei kommt der Zuseher in den Genuss, selbst zu entscheiden, was er sehen und hören möchte. Auf möglicherweise bedeutende Zusatzinformationen muss der Zuseher demnach verzichten.

Eine Sportveranstaltung kann nur so erfolgreich sein, wie der Sport selbst konstruiert ist und wie er von den Medien dargestellt wird. Die beiden Bereiche sind voneinander abhängig. Ein entscheidender Faktor dabei sind die Sponsoren. Nicht nur Sportler können von bekannten Markenfirmen profitieren, sondern auch der Sport selbst. Sponsoren finanzieren Sportevents, Fernsehgelder und Sportler.

Die Symbiose von Medien und Sport stellt auch den Verbindungskanal für viele andere Systeme dar.

*„Mediatisierung des Sports ist der Prozess seiner Anpassung an die Eigengesetzlichkeiten der Medien.“*⁸⁹

Der Mediensport besteht aus mehreren Komponenten, die für das Magische Viereck von Bedeutung sind. Dazu zählt als wichtigster Punkt die Dramatik und Spannung eines sportlichen Events. Die Unvorhersehbarkeit ist das entscheidende Element, das den Sport so interessant macht. Das Regelwerk führt einen offenen und fairen Wettkampf herbei. Ein weiteres Ziel ist das Aufstellen und Brechen von Rekorden. Besondere Großereignisse finden nur zu gewissen Zeiten statt (Olympische Spiele alle vier Jahre, Weltmeisterschaften alle vier Jahre, Europameisterschaften alle zwei Jahre), um die Einzigartigkeit und Wichtigkeit des Ereignisses zu verstärken. Immer öfters versuchen Medienbetreiber die

⁸⁸ Gandlgruber, 2005, S. 141

Präsentation eines Wettkampfes auszudehnen, indem die Aufmerksamkeit der Zuseher mit Vor - und Nachberichten gewonnen wird. Das Hauptaugenmerk des Mediensports liegt nicht mehr nur an der Sportart selbst, der Sportler selbst rückt weiter in den Mittelpunkt des Interesses. Darüber hinaus ist Human Interest ein wichtiger Bestandteil.⁹⁰

5.1 Sportfernsehen

„Fernsehen setzt in erster Linie auf die visuelle Darstellung sportiver Events, während auf der anderen Seite der Sport interessante Bilder liefert, dabei in weiten Teilen sprachlos funktioniert und vor allem die visuelle Wahrnehmungsenergie des Zuschauers beansprucht.“⁹¹

Das Fernsehen unterstützt den Sport anhand der Art der Kameraführung, Zeitlupen, Wiederholungen, Bildausschnitte, Spezialeffekte, Perspektivenwahl, Bildgeschwindigkeit, Einsetzen von Live - und Archivmaterial, Schnitt, Geschichten über den Sport, Trailer, Interviews und Live - Kommentaren.⁹²

Becker hat bereits sogenannte Sportfaktoren aufgestellt, durch die der Sport in den Medien konstruiert wird. Nähe – Rekorde, Siege und Elite – Konflikte, Gewalt, Aktion – Personalisierung – Human Interest. All jene Bereiche tragen zu einer Sportberichterstattung bei und werden in Kapitel 6.2 näher dargestellt.⁹³

Das Sportfernsehen muss sich in einem regelmäßigen Kreislauf befinden. Die Einschaltquoten sind das wichtigste Ziel des Fernsehanbieters. Nur wenn diese relativ hoch sind, werden auch Sponsoren ihren Zweck erfüllen. Ein Sportereignis muss also dramatisch und ansprechend aufgebaut werden, dass das Publikum nicht mehr wegschalten möchte.

Anhand der Medien beziehungsweise Kommentatoren werden Denkmuster an das Publikum weitergegeben, wodurch der Rezipient in seiner Meinung beeinflusst wird.

⁸⁹ Weiss, 1999, S. 229

⁹⁰ Vgl. Gimpl, 2005, S. 65

⁹¹ Florschütz, 2005, S. 18

⁹² Vgl. Florschütz, 2005, S. 18

⁹³ Vgl. Becker, 1983, S. 34

Medien bestimmen anhand der Selektion, was das Publikum sehen wird. Anschließend werden sportliche Ereignisse dem Zuseher präsentiert. Eine Sportveranstaltung wird mittels Gestaltung und Sprache rezipiert. Der Kommentator oder Moderator vermittelt dem Zuseher auf sachlicher und inhaltlicher Ebene die wichtigsten Ereignisse. Herausragende Situationen werden dem Publikum anhand von Zeitlupen und Wiederholungen näher gebracht. Bei einer Zusammenfassung oder Analyse entscheidet der Journalist über die wichtigsten Szenen, indem er ein zweistündiges Formel 1 Rennen auf zwei bis drei Minuten kürzt. Ferner erwirkt die Sprache ein klärendes Mittel zur Verständigung. Auf diese Weise wird ein Sportereignis inszeniert.

5.1.1 Inszenierungsmerkmale

Es ist ganz klar zu erkennen, dass Sport im Fernsehen nicht ohne Inszenierungsmerkmale auskommt. Sport wäre nicht für den Großteil der Menschen spannend, wenn er nicht medial aufbereitet wird und bestimmten Vorgaben unterliegt. Das Grundprinzip im Sport ist der Wettkampf zwischen mehreren Personen, bei dem es nur einen Sieger geben kann.

Kategorien, die zu einer Inszenierung im Sport beitragen und den Zuseher beeinflussen können:

- Emotionen
- Helmkameras
- Skandale (Doping)
- Regeländerungen
- Kommentatoren
- Zeitlupen und Großaufnahmen
- Fokussierung auf einzelne Sportler

Darüber hinaus tragen fliegende Teile (Bälle, Räder,...), angestrengte Körper, Gesichtsausdrücke, Anzeigetafeln, zeitliche Countdowns und Scheinwerferlicht zu einem inszenierten Medienspektakel bei.⁹⁴

Spannung ist das wichtigste Element. Der Zuseher sehnt sich nach Dramatik und Adrenalin. Diverse Rituale können die Spannungserzeugung unterstützen. Sieht man sich ein Beachvolleyball - Match an, so beginnt jenes mit dem Ertönen einer dynamischen Musik. Der Schiedsrichter wirft eine Münze, um die Platz - und Servicewahl zu entscheiden. Zuerst werden die Spieler vorgestellt und vom Publikum mit Applaus empfangen. Erst dann beginnt das Spiel. Zwischen den Punkten wird energiegeladene Musik gespielt, um das Publikum und die Spieler zu motivieren.

Das Regelwerk einer Sportart ist ein weiteres Merkmal, warum Sport so interessant ist. Jede Sportart bedient sich anderer Regeln und ist somit einzigartig. Bleiben wir bei dem Beispiel Beachvolleyball. Ein Team besteht aus zwei Spielern, das gegen ein anderes Team kämpft. Gespielt wird auf zwei gewonnene Sätze. Ein Satz wird bis 21 Punkte gespielt und sollte es zu einem entscheidenden dritten Satz kommen, so endet dieser bei 15 Punkten. Alle sieben Punkte wird das Feld gewechselt, um faire Bedingungen zu schaffen (Windrichtung, Sonneneinstrahlung, etc.). Jedes Team darf den Ball nur dreimal berühren, sonst geht der Punkt an die Gegner. Auf diese Weise wird Spannung erzeugt.

Im Laufe der Zeit wird es immer wieder nötig, manche Sportarten weiterzuentwickeln, da sie beim Publikum nicht mehr sehr gut ankommen. Dadurch werden Regeln verändert oder erweitert, neue Wettkämpfe erfunden oder auch zeitlich verlängert.

Jedes Sportereignis ist einzigartig und gilt als Premiere. Der sportliche Ausgang ist nicht vorhersehbar. Die Medien inszenieren das sportliche Spektakel, aber auch das Sportereignis inszeniert sich selbst mit Hilfe der massenmedialen Theatralisierung.⁹⁵

Der Mediensport erfüllt durch die Nachrichtenauswahl des Journalisten bestimmte Kriterien, die dazu beitragen, warum bestimmte Sportarten oder sogar Sportler einen immensen Erfolg beim Publikum erzielen. Der Sportler als Persönlichkeit ist dafür verantwortlich, dass Emotionen frei gesetzt werden. Der Rezipient kann sowohl an Freude als auch an Trauer teilhaben. Dies führt wiederum zu einer erhöhten Bindung des Publikums. Für eine erfolgreiche Inszenierung im Sport ist das Vermitteln von Emotionen entscheidend. Das Publikum fühlt sich jedoch von der großen Zahl an Informationen in den Medien überladen, sodass die Medien zu prägnanten und knappen Aussagen gezwungen werden. Der prominente Sportler kann zu einer erhöhten Aufmerksamkeit beitragen. Die Fokussierung

⁹⁴ Vgl. Axster/Jäger/Sicks/Stauff, 2009, S. 77

auf bestimmte Sportstars bedingt gleichzeitig eine Differenzierung von anderen Medienbetreibern. Das gleiche gilt für den Sportler, der auch versucht, sich von der Masse abzuheben und gut zu präsentieren. So werden besondere Erlebnisse oder intime Erzählungen in Szene gesetzt, die zu einer größeren Präsenz oder zumindest zu einem besseren Bekanntheitsgrad führen können. Idole im Sport sind von großer Bedeutung und können das Interesse für eine Sportart wecken, auch wenn diese bisher noch nicht verfolgt wurden.⁹⁶

Zu einer Inszenierung einer Sportart können viele Faktoren von Bedeutung sein. Sicher ist jedoch, dass die Sportveranstaltung selbst ein entscheidendes Merkmal ist. Großveranstaltungen wie Olympische Spiele, Welt - und Europameisterschaften, aber auch andere Turnierarten (Champions League, Uefa Cup, Fed - Cup, etc.) sind ein Teil der Sportinszenierung.

Aber jedes Sportevent besteht aus verschieden vielen Inszenierungen. Ein Fußballnationalspiel ist geprägt von Bundeshymne und Spiel. Bei Ski Alpin stehen ein bis zwei Läufe und eine Siegerehrung am Programm. Und bei der Formel 1 wird die Dramatisierung auf die Höhe getrieben. Ein Formel 1 - Event, das drei Tage dauert, startet mit einem Training, gefolgt von Qualifying und Rennen. Nebenbei finden Interviews, Fahrerbriefing, Fahrerparade und Pressekonferenzen statt. Dies ermöglicht eine breite Palette an Möglichkeiten der Inszenierung.

Die Übertragung einzelner Sportveranstaltungen soll mehrere Ziele anstreben. Zum einen soll das Publikum auf spannende Weise unterhalten werden. Des Weiteren müssen bestimmte Verträge (mit Werbetreibenden oder Sportinstitutionen) eingehalten werden.

⁹⁵ Vgl. Florschütz, 2005, S. 19

5.1.2 Sport - (Co -)Kommentatoren

Sportkommentatoren sind dafür verantwortlich, Sportereignisse dem Zuseher kompetent, verständlich und ansprechend zu vermitteln.

In den letzten Jahren führte der Einsatz von Co - Kommentatoren vermehrt zu einer Zustimmung des Publikums. Der ORF setzte anfangs Ex - Skifahrer wie Armin Assinger und Hansi Hinterseer bei der Übertragung ein. Mittlerweile gibt es eine große Anzahl an Ex - Sportlern, die den Kommentator unterstützen.

Dabei stellt sich die Frage, aus welchem Grund und ob jene die Sportübertragung verbessern. Liegt es an der fachlichen Kompetenz, die den Kommentatoren fehlt oder kann man sich mit einem ehemaligen Profisportler, der zwar den Sport selbst ausgeübt hat, besser identifizieren?

Sport - Co - Kommentatoren im ORF:

- Armin Assinger (Ski Alpin)
- Andi Goldberger (Skispringen)
- Alexander Antonitsch (Tennis)
- Thomas Sykora (Ski Alpin)
- Felix Gottwald (Ski Nordisch)
- Alexander Wurz (Formel 1)
- Armin Kogler (Skispringen)
- Mario Reiter (Ski Alpin)
- Alexandra Meissnitzer (Ski Alpin)

„All jene unterstützen den Kommentator durch ihre persönlichen Erfahrungen als Spitzensportler und durch Insiderwissen, das sie noch immer besitzen... Des Weiteren darf der Co - Kommentator im Unterschied zum Journalisten Partei ergreifen und seine Meinung offen kundtun.“⁹⁷

⁹⁶ Vgl. Schierl, 2007, S. 160 ff.

Interessanterweise fehlt bei Fußball - Übertragungen im ORF bis August 2011 jeglicher Co - Kommentator. Am 21.08.2011 wurde erstmals ein Co - Kommentator bei einem Fußballspiel (Rapid Wien vs. Austria Wien) im ORF eingesetzt. Ein zweiter Einsatz wurde am 28.08.2011 durchgeführt. Der ORF sieht dies als Versuch und beobachtet demnach die Reaktionen des Publikums und sammelt Erfahrungen. Co - Kommentatoren waren bislang Roman Mählich und Frenkie Schinkels.

Immer häufiger versucht der Kommentator ein ‚Wir - Gefühl‘ zu vermitteln.

Beim Spiel der Fußball - Nationalmannschaft gegen Rumänien hatte Österreich sehr viel Glück, dass die gegnerische Mannschaft kein Tor erzielt hatte und im Endeffekt mit einem Unentschieden vom Platz gehen musste.

Zitat von Oliver Polzer (Fußball: ROU vs. AUT): „*Wir dürfen jetzt nicht jammern!*“⁹⁸

Der Kommentator agiert als Augenzeuge eines sportlichen Ereignisses, das er eins zu eins dem Zuseher vor dem Fernseher vermitteln soll. Diese Eindrücke soll er wertfrei, aber emotional überliefern. Klarerweise ist jede Kommentierung subjektiv. Der Kommentator bedient sich sprachlicher Mittel, die dem Sprecher Authentizität verleihen sollen. Die Verwendung eben dieser sprachlichen Mittel (Geschwindigkeit und Lautstärke) zählt zu den Vorzügen eines Sportkommentators.⁹⁹

5.1.3 Telegene Sportarten

Telegenität beschreibt Sportarten, die im Fernsehen ‚tauglich‘ sind. Der Sport kann nur telegen sein, wenn er über Spannung, Dramaturgie und Übersichtlichkeit verfügt. Nachvollziehbar sind vor allem Sportarten, die man selbst leicht ausüben kann, außer Formel 1. American Football gilt als unansehnlicher Sport, da man über ein großes Repertoire an Regeln verfügen muss. Eishockey oder Squash sind ähnliche Beispiele, da der Ball meist

⁹⁷ Lorenz, 2008, S. 92

⁹⁸ Oliver Polzer, gehört in ORF 1 am 09.09.2009 um 21.10

⁹⁹ Vgl. Schwier/Schauerte, 2008, S. 123 ff.

mit bloßem Auge nicht oder nur schwer verfolgt werden kann. Darüber hinaus bedeutet dies eine immense Herausforderung für Kameralleute.¹⁰⁰

Katharina Wendl hat in ihrer Arbeit folgende Faktoren für Telegenität verantwortlich gemacht:¹⁰¹

- Spannung und Entspannung
- Übersichtlichkeit
- Dramaturgie
- Interaktion und Anteilnahme
- Aktive Ausübung einer Sportart
- Nationale Helden

Sollten jene Faktoren in einer Sportart nicht gegeben sein, sind sie für das Publikum oft nicht ansprechend. Zuschauerquoten bedeuten in der TV - Sportberichterstattung das wichtigste Ziel. Viele Sportarten, die dieser Klassifizierung nicht gerecht werden, erscheinen als Randsportarten auf dem Sender ORF Sport Plus. Im Fokus der Berichterstattung stehen Tennis, Volleyball, Handball, Pferdesport, Schwimmen oder Behindertensport. Auf diesem Sender werden aber nicht nur Randsportarten ausgestrahlt, sondern auch Wiederholungen vergangener oder nicht so präsenter Ereignisse. Ferner werden auch Live - Übertragungen von 20:15 bis 22:00 Uhr täglich gesendet.¹⁰²

5.1.4 Verwertungsrechte

In diesem Abschnitt wird speziell das Fernsehsenderecht beleuchtet, das für das Sportfernsehen von Bedeutung ist. Ferner besteht ebenfalls der wirtschaftliche Anreiz einer Trikot - und Bandenwerbung. Der Verkauf von Senderechten erfolgt vom Veranstalter eines Sportevents an einen Medienbetreiber oder über eine Agentur, die wiederum bestimmte Rechte

¹⁰⁰ Vgl. Penz, Otto: Über die Konstruktion des Mediensports (1/2010): <http://www.medienimpulse.at/articles/view/179> , zuletzt aufgerufen am 20.03.2012

¹⁰¹ Vgl. Wendl, 2005, S. 20 - 24

¹⁰² Vgl. ORF Digital: http://digital.orf.at/show_content2.php?s2id=440, zuletzt aufgerufen am 27.09.2009, 17:32

vergibt.¹⁰³ Erst vor ein paar Jahren musste der ORF einen erheblichen Misserfolg verkraften. Die Fußball - Bundesliga - Senderechte wurden dem ORF entzogen, was immense finanzielle Einbußen zur Folge hatte.

*„Unter einem Senderecht versteht man die Erlaubnis, ein Ereignis über einen bestimmten Distributionskanal ausstrahlen zu dürfen und hierfür ein Entgelt vom Zuschauer zu verlangen (Pay - TV) oder im Umfeld der Ausstrahlung Erlöse durch Werbung zu erzielen.“*¹⁰⁴

Der ORF besitzt die Senderechte für Formel 1, Ski Alpin und Fußball (Stand 2010). Das Senderecht für die Europa League im Fußball wurde nicht erwünscht, was sich für den ORF als entscheidenden Verlust herausstellte. Gleich vier Bundesligavereine schafften die Qualifikation für die Europa League.

5.1.5 Sportzuschauer

Das Sportpublikum ist ein elementarer Teil des Sportsports. Ohne Zuschauer wäre Sport im Fernsehen bedeutungslos.

Der Zuseher nimmt bei der Sportrezeption selbst eine Rolle ein, die wiederum bei anderen Verhaltenserwartungen hervorruft. Symbole dienen als Kommunikationsträger. Daher erfolgt eine wechselseitige Identifikation mit anderen Sportzuschauern, indem man sich als Fan einer bestimmten Mannschaft oder eines Sportlers bekennt. Sportliche Handlungen des Idols führen auch zu einer Rollenübernahme der Anhänger. In solcher Weise erlaubt Sport eine Anteilnahme am Geschehen. Die Identifikation mit einem Sportler bedeutet für den Zuseher eine Identifikation mit anderen Zuschauergruppierungen. Parolen dienen dazu, sich mit einer Gruppe zu identifizieren.¹⁰⁵

Beispiel einer Parole des Eishockeyvereins der Vienna Capitals: „Wir sind die Caps und wer seid ihr?“

¹⁰³ Vgl. Schierl, 2007, S. 230 f.

¹⁰⁴ Schierl, 2007, S. 230

¹⁰⁵ Vgl. Weiss, 1990, S. 114 ff.

Anhand jener Aussagen grenzt man sich offenkundig von der gegnerischen Mannschaft ab und fiebert mit ‚seiner‘ Mannschaft mit. In einer Gruppe fühlt sich der einzelne stark und erhält Anerkennung.

Ein weltweit bekanntes Problem stellt dabei Aggression und Gewalt dar. Gerade nach sportlichen Veranstaltungen kommt es häufig zu Zuschauerausschreitungen zwischen den Anhängern. So führt Eishockey zu Aggressionsabbau, wenn während des Spiels dynamische Musik eingespielt wird. Hingegen kämpft Fußball manchmal mit den Vorwürfen, ein Spiel für Hooligans und gewaltbereite Personen zu sein.

Aggressionstheorien im Sport: ¹⁰⁶

1. Der Trieb - und Instinkttheoretische Ansatz

Dieser Ansatz führt auf Sigmund Freud zurück, der davon ausgeht, dass jeder Mensch über eine bestimmte Triebmenge an Aggressivität verfügt. Sportliche Austragungen spiegeln eine Art des Kampfes wieder. Der Abbau von Aggressionen im Sport soll demnach zu einer Katharsis beitragen.

2. Die Frustrations - Aggressions - Hypothese

Diese These geht teilweise auch auf Freud zurück. Sie besagt, dass auf das Erleben von Frustration mittelfristig Aggression folgt. Jene Aggression gilt es abzubauen, ansonsten stellt sich Depression ein. Man unterscheidet bei diesem Ansatz zwei Modelle. Das Kurzzeitmodell beschreibt die Frustration zum Beispiel nach einer Niederlage der bevorzugten Mannschaft. Das Langzeitmodell bedient sich wiederum anderer Mittel. So wird dabei alltäglicher Stress im Job als Auslöser für Aggression angesehen.

3. Der Lerntheoretische Ansatz

Beim lerntheoretischen Ansatz steht die klassische Konditionierung im Vordergrund. Aggression erfolgt aufgrund des Modell - und Beobachtungslernens. Der Einzelne empfindet das Auspfeifen/Beschimpfungen der eigenen Mannschaft von den Gegnern als provokativ. Deshalb kommt es zur Nachahmung, sobald auf verbale Aggression Erfolg folgt.

¹⁰⁶ Vgl. Weiss, 1990, S. 118 ff.

5.1.6 Sportler als Testimonials



Abbildung 5: Gillette - Werbung mit Federer, Woods und Henry

Quelle: http://www.gillettechampions.de/index.aspx?locale=de_de (Stand: 23.04.2011)

Als Testimonials werden berühmte Personen bezeichnet, die in der Werbung für eine bestimmte Marke werben/auftreten (im Sport sind das zum Beispiel Armin Assinger für Hervis oder Hans Knauss für Gösler oder Hermann Maier für Raiffeisen). Durch den Einsatz der Sportler sollen Produkte angepriesen werden, die nicht nur für das Produkt, sondern auch für einen trend - orientierten Lebensstil stehen. Darüber hinaus soll eine Identifikation mit den Darstellern erleichtert werden. Die Anerkennung und Glaubwürdigkeit soll damit hergestellt werden. Die jeweiligen Marken profitieren, da die Person als Werbeträger bereits bekannt ist und meist auch als sympathisch gilt. Indem der respektierte Sportler sein „Ok“ für ein bestimmtes Produkt ausdrückt, fühlt sich der Zuseher stärker angesprochen dieses Produkt auch zu kaufen.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Vgl. Florschütz, 2005, S. 268 ff.

Testimonial - Werbung beziehungsweise der Sportstar soll beim Publikum eine gesteigerte Aufmerksamkeit oder Aktivierung, Unterhaltung, Sympathie, Vertrauen und Glaubwürdigkeit erzeugen.¹⁰⁸

Prominente Sportler als Testimonials können positive als auch negative Aspekte hervorgerufen. Gottlieb Florschütz hat folgende Punkte zusammengefasst. Für ihn bedeutet der Auftritt der Sportstars eine erhöhte Aufmerksamkeit des Publikums. Diese Beachtung führt dazu, dass der Rezipient auch das Produkt stärker wahrnimmt. Angesprochen wird besonders das jüngere Publikum durch Sport - Testimonials, das sich am meisten mit den Stars identifiziert. Als negativ bezeichnet er die Überzeugungskraft der Sportler, die oft nicht reicht, den potenziellen Käufer vom Kauf des Produktes zu überzeugen. Trotz für den Großteil des Publikums bekannter Personen kommt es nicht immer zu einer Identifikation mit der Marke und in weiterer Sicht zum Produktkauf. Es spielt eine sehr große Rolle, wie bekannt der Sportstar ist und welche Stellung er beim Publikum einnimmt. Sympathie und Ausstrahlung sind genauso von Bedeutung wie positive Assoziationen dem Sportler gegenüber. Tatsache ist jedoch, dass der Wiedererkennungswert einer Marke beim Zuseher länger im Gedächtnis bleibt.¹⁰⁹

„Viele Spitzensportler verdienen mittlerweile mehr Geld durch Werbeverträge als durch ihre sportlichen Gagen.“¹¹⁰

Sportstars, die vermehrt in der Werbung präsentiert werden, werden unbewusst von sehr vielen Menschen wahrgenommen. Werbung, die aus markanten Werbejingles oder bestimmten Sprüchen besteht, ist für das Publikum leichter zu merken. Auf diese Art wird die Identifikation mit einer Marke, die durch das Auftreten eines Sportlers verstärkt wird, erhöht. Eine mehrmalige Wiederholung der Werbung kann auch zu größerer Beachtung der Marke führen. So gesehen vertraut man Produkten eher wie zum Beispiel von Hervis, da der erfolgreiche und berühmte Skifahrer Armin Assinger von den Produkten überzeugt scheint.

¹⁰⁸ Vgl. Schierl, 2007, S. 296 ff.

¹⁰⁹ Vgl. Florschütz, 2005, S. 270 f.

¹¹⁰ Gimpl, 2005, S. 174



Abbildung 6: Armin Assinger wirbt für Hervis

Quelle: <http://www.city-super-center.at/uploads/pics/armin.jpg> (Stand: 03.08.2010)

Als Testimonials werden vermehrt folgende Personen eingesetzt: prominente Personen, Experten im Sport, Firmenangehörige, fiktive Figuren und der Otto - Normal - Verbraucher.¹¹¹ Letzterer dient als wichtige Person, mit der sich der Zuseher am meisten identifizieren kann.

Für das wirtschaftliche Unternehmen, also die Marke ist der Bekanntheitsgrad des Sportlers entscheidend. Je erfolgreicher und beliebter er beim Publikum ankommt, desto höher erscheinen die Einschaltquoten und damit auch der finanzielle Gewinn. Aus diesem Grund werden telegene Sportarten wie Fußball oder Ski Alpin bevorzugt. Ferner können durch die Sendezeiten mehrere Werbeflächen in Anspruch genommen werden. Begehrte sind klarerweise auch Sportübertragungen, die in der sogenannten Prime - Time¹¹² verfolgt werden. Randsportarten bieten wenig finanziellen Anreiz, da das Interesse des Publikums ausbleibt. Damit schließt sich der Kreis des Magischen Vierecks wieder. Werden weniger beliebte Sportarten von den Medien nicht gesendet und somit vom Publikum nicht verfolgt, so bleibt die wirtschaftliche Nachfrage aus und der Sport verfällt in eine finanzielle Krise.¹¹³

¹¹¹ Vgl. Schierl, 2007, S. 295

¹¹² Prime - Time bedeutet die Hauptabendzeit, die meist um 20.15 beginnt.

¹¹³ Vgl. Florschütz, 2005, S. 274 ff.

5.2 Inszenierungsfunktionen im Sport

Im Sport existieren sehr vielfältige Inszenierungen, die den Wettkampf noch interessanter gestalten beziehungsweise zu einem schnellen Ergebnis führen sollen. Sie sollen ein sportliches Ereignis spannend gestalten und für hohe Zuschauerquoten sorgen. Neben den weit- aus bekannten Elementen einer Sportübertragung (Entertainment, Vor - und Nachbericht- erstattung, Interviews, Gewinnspiele, Homestories, ...) sollen folgende Inszenierungsme- chanismen dazu führen, einem Sportevent Dramatik zu verleihen.

5.2.1 *Golden Goal / Silver Goal*

Unter Golden Goal versteht man, dass diejenige Mannschaft, die als erste ein Tor schießt, gewinnt. Sobald ein Tor gefallen ist, ist das Spiel vorbei.

Ein weiteres Inszenierungselement beschreibt die ‚Silver Goal‘ - Regel. Endet ein Fußball - Spiel nach 90 Minuten mit einem Unentschieden, wird das Spiel in zwei 15 - minütigen Verlängerungen fortgeführt. Sollte auch in dieser Phase kein Gewinner ermittelt werden, findet ein Penalty - Schießen statt.

5.2.2 *Penalty - Schießen*

Beim Penalty - Schießen (z. B. Eishockey) versucht jeweils ein Sportler alleine gegen den Tormann ein Tor zu erzielen. Diese Form der Spannungserzeugung kommt vorrangig beim Eishockey zum Einsatz. Jede Mannschaft darf drei Spieler nominieren, die zum Penalty - Schießen antreten. Sollte nach jeweils drei Torschüssen keine Mannschaft in Führung lie- gen, so wird das abwechselnde Antreten fortgesetzt, bis nur mehr ein Spieler der beiden Mannschaften ein Tor trifft.

5.2.3 Elfmeter - Schießen

Im Fußball wird eine ähnliche Art wie im Eishockey vollzogen, jedoch wird sie im Fußball ‚Elfmeter - Schießen‘ genannt. Wird ein gegnerischer Spieler im eigenen Strafraum gefoult, so entscheidet der Schiedsrichter auf ‚Elfmeter‘. Diese Regel besagt, dass ein Spieler von der Elfmeter - Linie auf das Tor schießen darf. Nach dem Schuss dürfen die anderen Spieler wieder in das Geschehen eingreifen. Elfmeter - Entscheidungen können ein gesamtes Spiel umdrehen oder entscheiden.

5.2.4 Hawk - Eye

Das Hawk - Eye¹¹⁴ ist eine relativ neue Technologie, um die Entscheidung des Schiedsrichters elektronisch zu überprüfen. Es wird zurzeit am meisten bei Tennis Grand Slams eingesetzt.

Mit einem sogenannten elektronischen Hawk - Eye kann man die Flugbahn, sowie den Abdruck eines Balles mit der Kamera ganz genau wiederherstellen und verfolgen.

Im Tennis hat jeder Spieler (in einem Grand Slam Turnier) pro Satz drei Möglichkeiten, die Entscheidung des Schiedsrichters zu überprüfen. In der Umgangssprache wird dies folgendermaßen vom Hauptschiedsrichter angekündigt: „... is challenging the last ball. The ball was called out.“

Liegt der Spieler mit dieser Meinung richtig, so wird der Punkt wiederholt. Liegt er falsch, wird das Spiel normal fortgesetzt.

¹¹⁴ Hawk - Eye bedeutet übersetzt „das Adlerauge“ und wird beim Tennis zur Überprüfung des Aufkommens eines Balles eingesetzt.

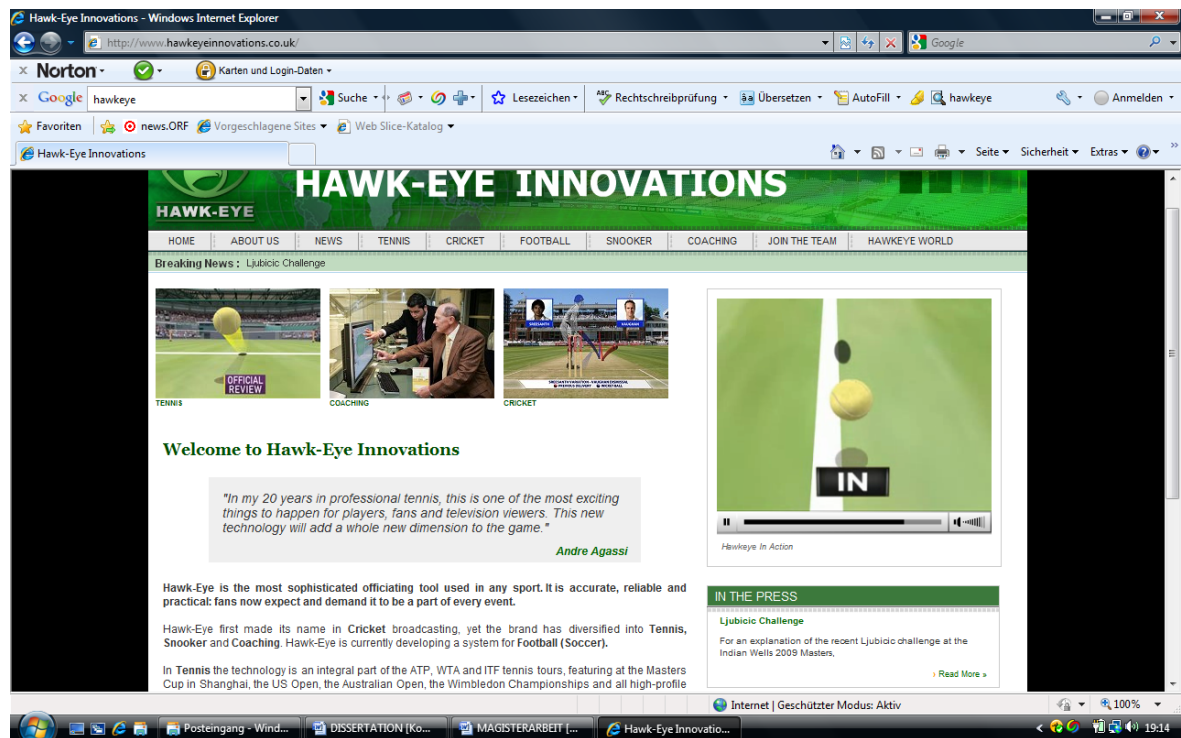


Abbildung 7: Hawk - Eye Technologie

Quelle: <http://www.hawkeyeinnovations.co.uk/> (Stand: 06.07.2010)

Diese Technologie wird auch bei Snooker, Cricket und zur Analyse eingesetzt. Mittlerweile wird das Hawk - Eye auch für andere Sportarten gewünscht. Im Gespräch steht derzeit Fußball. Für den Einsatz des Hawk - Eyes ist bisher eine Unterbrechung des Spielflusses notwendig, was im Tennis zwar kein Problem (kurze Pausen nach gespielterm Punkt), im Fußball jedoch ein größeres Problem darstellt, da das Spiel punktuell unterbrochen werden müsste.

Im Fußball wird jedoch der Versuch gestartet, den Sport beziehungsweise umstrittene Entscheidungen auch ohne Hawk - Eye belegbar zu machen. In der Euro League (ab 17.09.2009) kamen demnach zwei Torrichter zum Einsatz, die den Schiedsrichter bei fraglichen Situationen unterstützten. Wie in der Grafik ersichtlich, befinden sich die beiden hinter dem Torraum, können aber auch den Strafraum betreten, um das Geschehen besser verfolgen zu können.¹¹⁵

¹¹⁵ Vgl. Kleine Zeitung (Torrichter): <http://www.kleinezeitung.at/sport/Fußball/2131356/nagelprobe-fuer-neue-torrichter-europa-league-story>, zuletzt aufgerufen am 15.09.2009, 10:52

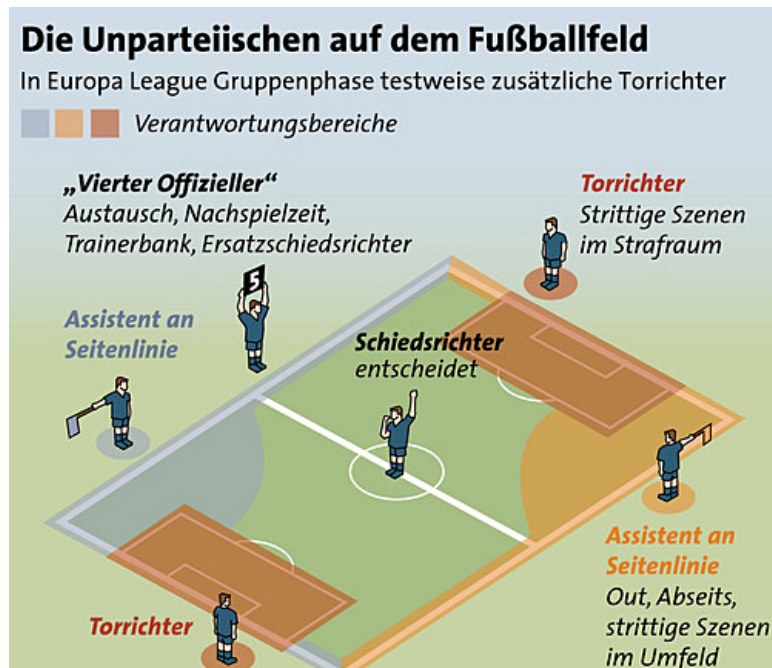


Abbildung 8: Torrichter beim Fußball

Quelle: APA (Austria Presse Agentur)

Auf diese Weise wird versucht, einen Ersatz für den Videobeweis zu bieten und strittige Entscheidungen im Fußball zu klären.

Diese wurden auch bei der Fußball - Europameisterschaft im Juni 2012 eingesetzt.

5.2.5 Fair Play

Im Sport zählt „Fair Play“ zu einem der wichtigsten Merkmale. Ein sauberer und fairer Sport wird in Österreich hochgehalten. Die Österreichische Sporthilfe unterstützt junge Sportler und den Kampf gegen Doping, sowie Diskriminierung jeglicher Art.

Der Fair Play Codex lautet:

„Mir ist bewusst, dass ich als Sportler soziale Verantwortung trage, Vorbildfunktion für die Jugend einnehme und sich mein Verhalten auf die Gemeinschaft auswirkt. Ich trete meinen Mitbewerbern und der Gesellschaft gegenüber fair und re-

spektvoll auf und setze weder betrügerische oder diskriminierende Handlungen noch unerlaubte Mittel zur Steigerung meines Leistungsvermögens ein. Auf dieser Grundlage erkläre ich, dass ich mich mit den Werten des Sports „Leistung. Fair-play. Miteinander.“ identifiziere und mein Handeln und Auftreten als Sportler und Mensch an diesen Grundsätzen ausrichte.“¹¹⁶

Doch nicht alle Sportler halten sich auch daran. Doping ist seit den letzten Jahren ein ständiger Begleiter im Sport. Aber nicht nur leistungssteigernde Mittel werden eingenommen, es kommt auch immer öfters zu Betrügereien.

„Abweichendes Verhalten von Personen oder Gruppen verletzt die in einer Gesellschaft oder ihren Teilbereichen gültigen Normen, Regeln und Vorschriften, weicht also von diesen ab.“¹¹⁷

Im Sport ist vieles möglich, was in der Gesellschaft verboten ist. Motorsportler dürfen zum Beispiel schneller fahren als ‚normale‘ Autofahrer. Im alltäglichen Leben würden sie dafür bestraft.

Abweichendes Verhalten im Sport:¹¹⁸

- **Täuschung:** Sportler, die sich in Folge eines Fouls im Fußball absichtlich fallen lassen, um einen Vorteil zu erhalten oder vorgetäuschte Verletzungen werden sanktioniert
- **Bestechung und Manipulation:** Schiedsrichter oder Sportler werden bestochen, Sportgeräte werden mit unfairen Mitteln verstärkt
- **Gewalt:** im Eishockey kommt es in den meisten Spielen zu körperlichen Auseinandersetzungen, die in dieser Sportart akzeptiert werden

¹¹⁶ Österreichische Sporthilfe (Fairplay): <http://www.sporthilfe.at/fairplay/>, zuletzt aufgerufen am 16.09.2009, 21:07

¹¹⁷ Heinemann, 1998, S. 182

¹¹⁸ Vgl. Heinemann, 1998, S. 182 ff.

- **Doping:** die Verwendung leistungssteigernder Mittel ist verboten

Vor einiger Zeit ist in der Formel 1 der Verdacht entstanden, dass ein Fahrer von seinem Team zu einem absichtlichen Unfall getrieben wurde. Dadurch profitierte der zweite Fahrer und gewann schlussendlich den Grand Prix. Der Unfall wurde vom Team inszeniert, um sich einen Vorteil zu schaffen. Mittlerweile gestand das Team den Fehler ein. Teamchef und Chefdesigner mussten das Team verlassen.¹¹⁹

Und des Öfteren spielen auch inszenierte Sportwetten eine negative Rolle. In der Vergangenheit kamen immer wieder manipulierte Sportwetten ans Tageslicht, wodurch Spieler für eine große Summe Geld ein Spiel absichtlich verloren.

5.2.6 Der Gate - Faktor

Im Sommer 2009 wurde für die Sportart ‚Skispringen‘ eine neue Regel vorgestellt, die bereits getestet wurde und in der Saison 2010/11 eingesetzt wird. Skispringen ist ein Freiluftsport und hatte in der Vergangenheit oft mit unfairen wetterbedingten Verhältnissen zu kämpfen. Um diesen Gegebenheiten entgegen zu wirken, wurden auf vielen Sprungschanzen mittlerweile Windnetze erbaut. Mit Hilfe dieser Netze konnten Veränderungen bezüglich der Windeinflüsse gemindert werden. Doch dies scheint nur eine Übergangslösung zu sein.

Bisher gab es eine Windmessung (Auf -, Rücken - und Seitenwind), die auf jeder Schanze in einem bestimmten Korridor liegen muss. Wenn dieser Wert zu hoch oder niedrig ist, darf der Sportler nicht starten. Aus diesem Grund kommt es des Öfteren zu Verschiebungen. Aufgrund besser oder schlechter werdender Windverhältnisse müssen Durchgänge abgebrochen werden. Danach wird der Anlauf verlängert oder verkürzt, alle Teilnehmer müssen erneut springen. Der vorangegangene Durchgang wird annulliert. Dies führt sehr oft zu Unstimmigkeiten bei Trainern, Medienbetreibern und den Sportlern selbst. Um dem

¹¹⁹ Vgl. Formel 1 Skandal bei Renault:

http://www.salzburg24.at/news/tp:vol:special_formell_aktuell/artikel/bewachungsstrafe-fuer-renault-briatore-lebenslang-gesperrt/cn/apa-1151300065, zuletzt aufgerufen am 23.09.2009, 18:22

entgegen zu wirken, wurde in das Regelwerk eingegriffen. Auf diese Weise kann ein Abbruch vermieden werden. Die Jury ist jederzeit in der Lage, die Anlaufänge zu verändern, ohne dass ein Durchgang wiederholt werden muss. Die Übertragungszeit wird dadurch für die Medien kalkulierbar. Der Druck auf die Veranstalter wird minimiert. Diese Regel erwies sich für den Rezipienten als undurchschaubar und führte zu Spannungsabbau. Im Ziel weiß keiner genau, wie sich der Sprung in der Platzierung auswirkt, nicht einmal der Sportler selbst. Das Publikum sowie die Athleten sind auf die Veröffentlichung der Ergebnisse angewiesen, da der Rechenvorgang äußerst kompliziert ist. Im Gegensatz dazu wird durch diese Regel mehr Transparenz und Fairness ermöglicht. Glück spielt nur mehr eine untergeordnete Rolle. Die Sportler müssen sich an die neuen Gegebenheiten gewöhnen. In der Testphase hat man festgestellt, dass der Sport durch die Regeländerung an Fairness gewinnt. Das Regelwerk wurde auch in der Nordischen Kombination eingeführt.¹²⁰

Die Regelerklärung:

„Für jede Schanze gibt es einen eigenen Windfaktor sowie einen Anlaufängenfaktor: Je mehr Aufwind, desto mehr Abzugspunkte, je mehr Rückenwind, desto mehr Pluspunkte in der Notenwertung.“¹²¹

Fakt ist jedoch, der ORF muss sich Gedanken machen, wie man durch diese Regeländerung den Spannungsgehalt hoch hält und die Nachvollziehbarkeit erreicht.

¹²⁰ Vgl. FAZ: <http://www.faz.net/aktuell/sport/wintersport/skispringen-laborbedingungen-in-freier-natur-1908065.html>, zuletzt aufgerufen am 14.12.2011, 13:00

5.3 Dramaturgische Funktionen im Fernsehen

Lothar Mikos hat eine Definition für ‚Dramaturgie‘ genannt:

*„...die Dramaturgie ist die Art und Weise, wie diese Geschichte dem Medium entsprechend aufgebaut ist, um sie im Kopf und im Bauch der Zuschauer entstehen zu lassen.“*¹²²

Ein Held spielt in der Dramaturgie einen wichtigen Part.

*„In dramaturgischer Hinsicht ist der Held zunächst einmal das ‚Fenster‘ zur Geschichte, er bietet dem Publikum einen Zugang zum Geschehen an.“*¹²³

Das wichtigste Element im Fernsehen sind Identifikationsfiguren. Der Zuseher muss zum einen seine Bedürfnisse durch das Fernsehen befriedigen können. Auf der anderen Seite möchte er sich mit dem Gesehenen und den vorkommenden Personen identifizieren.

Dramaturgie im Sport ist daher ein wesentlicher Faktor, der über den Erfolg einer Sportart entscheiden kann.

Zur Dramaturgie zählen folgende Merkmale:

- Spannung
- Konflikte
- Unvorhersehbarkeit
- Zeitfaktoren
- Regelverstöße

¹²¹ Standard (Gatefaktor): [http://derstandard.at/1263706359879/Teambewerb - Siegreicher - OeSV - kritisiert - neuen - Modus? seite=2&sap=2](http://derstandard.at/1263706359879/Teambewerb-Siegreicher-OeSV-kritisiert-neuen-Modus?seite=2&sap=2), zuletzt aufgerufen am 24.6.2010, 20:00

¹²² Mikos, 2003, S. 43

¹²³ Vogler, 1998, S. 89

5.3.1 Die Reise des Helden

Die sogenannte ‚Reise des Helden‘ spielt für die Dramaturgie im Film eine entscheidende Rolle. In jedem Filmgenre existiert die Rolle des Helden. Der Held durchläuft dabei zwölf Phasen der Reise, die Christopher Vogler folgendermaßen beschreibt: ¹²⁴

1. Gewohnte Welt

In der ersten Phase der Reise sieht man den Helden in seiner alltäglichen Umgebung und wie er sein Leben meistert. Auf diese Weise erhält der Zuschauer einen ersten Eindruck der Person und meist wird das Filmgenre ersichtlich.

2. Ruf des Abenteuers

Zu diesem Zeitpunkt beginnt die Geschichte, indem der Held des Öfteren vor einen Konflikt oder ein Problem gestellt wird. Er wird somit zum Abenteuer gerufen und muss sich entscheiden, ob er jenes auch antritt. Verstärkt wird diese Situation, da der Held in den meisten Fällen seine Heimat für eine längere Zeit verlassen muss. In jedem Genre sieht diese Phase der Reise anders aus. In Kriminalfilmen muss der Detektiv einen neuen Fall übernehmen, in der Komödie trifft der Held eine bedeutende Person oder es geschieht ein Unfall. Typischerweise wird das Ziel des Helden bereits hier erkennbar.

3. Weigerung

Die erste Reaktion eines Helden muss die Ablehnung eines Abenteuers darstellen, da diese Herausforderung auch mit Konflikten und Gefahren verbunden ist. Damit der Held seine Furcht vor dem Ungewissen besiegen kann, ist ein zusätzliches Motiv notwendig. Oft besteht dies aus einer tragischen Erfahrung oder Schuldgefühlen.

¹²⁴ Vgl. Vogler, 1998, S. 55 ff.

4. Begegnung mit dem Mentor

Die wichtigste Person für einen Helden ist die des Mentors. Der Mentor stellt eine wichtige Bezugsperson dar, die den Helden auf sein Abenteuer vorbereitet oder den Weg weist. Er unterstützt ihn aber nur anfangs, das Abenteuer muss er jedoch alleine bestreiten.

5. Überschreiten der ersten Schwelle

Wenn der Held die erste Schwelle überschreitet, dann ist er zum Abenteuer bereit. Hier beginnt die Geschichte erst richtig. Der erste Akt eines Filmes ist somit abgeschlossen und der zweite kann beginnen. Symbolischer Satz dafür, der oft in Filmen vorkommt: ‚Es gibt kein Zurück mehr‘.

Der Held ist bereit. Er ist sich der Konsequenzen bewusst und wagt sich nun an das Geschehen. Als Beispiel dient der Start eines Flugzeuges.

6. Bewährungsproben, Verbündete, Feinde

In dieser Zeit wird der Held mit Problemen konfrontiert, lernt neue Freunde kennen, aber auch seine Feinde. Er erhält einen tieferen Einblick in die neue Welt. In einem Westernfilm trifft der Held zum ersten Mal auf einen Saloon, in dem er auf andere Personen trifft. Unter Druck lernt man den Helden auf interessante Weise besser kennen, erste Charakterzüge werden sichtbar.

7. Vordringen zur tiefsten Höhle/zum empfindlichsten Kern

Der Held trifft auf einen gefährlichen Ort. Der Ort, nach dem er lange Zeit gesucht hatte. Dies stellt die zweite wichtige Hürde dar, die er noch überwinden muss, um an sein Ziel zu gelangen. Er ist kurz davor. In vielen Fällen findet noch eine kurze Pause statt und stellt gleichzeitig die Ruhe vor dem Sturm dar. Diese Phase beinhaltet auch den Gedanken beziehungsweise die Konfrontation mit dem Tod oder einer sehr viel größeren Macht.

8. Entscheidende Prüfung

Jetzt kommt es zum Höhepunkt. Die Spannung steigt ins Unermessliche. Der Held muss sich nun beweisen, die letzte Hürde steht bevor. Zu diesem Zeitpunkt eröffnet sich im Abenteuerfilm die Frage, ob das Gute oder das Böse siegen wird und wird der Held leben oder sterben. In dieser Situation ist die Empathie mit dem Helden am größten. Eine Wiederauferstehung ist nicht immer unmöglich. Auf jenes Adrenalinempfinden folgt die Erlösung.

In der Liebeskomödie kommt es in dieser Phase zu einer Trennung oder eben nicht zur Traumhochzeit.

9. Belohnung

Nun ist es Zeit für die Belohnung. Der Held hat den Feind besiegt und erntet damit seinen Erfolg. Die Belohnung kann aus unterschiedlichen Dingen bestehen, wie einen heiligen Gegenstand, Frieden oder eine Frau. Ein Konflikt wird beigelegt oder Versöhnung gefeiert. Für das Publikum bedeutet dieser Moment Aufatmen und Freude.

Im Liebesfilm bekommt der Held nun endlich seine Frau.

Aufgrund der Tatsache, dass dieser Kampf unüberwindbar scheint, wird die Person in Folge dessen zum Helden erkoren.

10. Rückweg

Auch wenn das Böse besiegt ist, so muss der Held mit Rache und Eifersucht rechnen. Jetzt kommt der dritte Akt zum Einsatz. Im Actionfilm äußert sich diese Phase in spektakulären Verfolgungsjagden. Im Liebesfilm fährt das Paar weg, der enttäuschte Verehrer sagt dem Helden den Kampf an.

Der Held tritt trotz allem wieder die Rückkehr in sein gewohntes Leben an, auch wenn er nicht jede Gefahr fernhalten kann.

11. Auferstehung

Der Sieg des Helden bleibt für ihn nicht folgenlos. Es findet noch eine letzte Bewährungsprobe statt, in der der Held ein letztes Mal seine Ängste überwinden muss. Die Rache des Bösen tritt noch einmal in Erscheinung. Der Held hat sich äußerlich nicht sonderlich verändert, aber innerlich wird es nie mehr so sein wie es einmal war. Mit diesen Konsequenzen muss sich der Held zurechtfinden, bevor er wieder in sein altes Leben zurückkehren kann. Es hat eine Veränderung stattgefunden, die sich auch auf seine Zukunft auswirkt.

12. Rückkehr mit dem Elixier

In der letzten Phase befindet sich der Held wieder in seinem gewohnten Umfeld. Er muss jedoch feststellen, dass sich etwas verändert hat. Im Abenteuerfilm kann das ein Schatz sein, der noch eine weitere Bedeutung trägt. Oder aber auch die Erkenntnisse, die der Held durch das Bestehen des Abenteuers gewonnen hat.

5.4 Dramaturgische Elemente im Sport

Man könnte annehmen, dass Sport von Grund auf wegen seiner Wettkampfsituation (jeder gegen jeden) Spannung und Dramatik beinhaltet, doch dies scheint nur auf den ersten Blick so. Im Grunde ist eine Sportart nur dann im Fernsehen erfolgreich, wenn der Zuseher das Bedürfnis nach eben jener Dramaturgie befriedigen kann. Das heißt konkret, dass der Sport anhand von diversen Gestaltungsmitteln und dem Regelwerk so unterstützt werden muss, damit der Mediensport sich als ansprechend für das Publikum herausstellt.¹²⁵ Das Sportereignis soll stets Spannungselemente beinhalten und sich zum Schluss noch steigern. Dann wäre die Dramaturgie perfekt.¹²⁶ Dabei ist es nicht verwunderlich, dass Stürze oder Unfälle zur Dramaturgie beitragen. Aus Sicht der Medien soll nicht vergessen werden, dass diese alles dokumentieren, aber nicht zu einer Verursachung beitragen.¹²⁷ Die Medienbeichterstatter setzen sich selbst Grenzen. So werden zwar Unfälle gezeigt, jedoch nicht de-

¹²⁵ Vgl. Gutmann, 2004, S. 43 f.

¹²⁶ Vgl. Schauerte, 2007, S. 18 f.

¹²⁷ Vgl. Schierl, 2004, S. 58

ren Verletzungen. Vergleichsweise erinnert man sich an einstürzende Türme vom 11. September, aber nicht an Tote.¹²⁸

Dramaturgische Elemente:¹²⁹

- sportlicher Wettkampf selbst
- hoher Anregungsgehalt bei Live - Übertragungen
- Präsentation von Emotionen, Körperlichkeit, Leistung
- Nahaufnahmen, intime Bilder
- Vor - und Nachberichte, Gewinnspiele, Comedy, Interviews, Homestories, diverse Features, Promis, Sponsoring
- Musik, Licht, Bühnennebel, Feuerwerk, Pokale

Dramaturgie kann im Sport nur teilweise durch zuvor erwähnte Punkte inszeniert werden, für gewöhnlich entsteht sie durch die Handlungen oder Geschichte eines Sportlers.

In Bezug auf die Heldenreise im Film werden jene Inszenierungen auch für sportliche Veranstaltungen genutzt, um das Zuschauerinteresse von allen Beteiligten zu wecken.¹³⁰ Erst durch eine spektakuläre Show können auch Publikum, Wirtschaft, Sponsoren und die Politik vom Sport profitieren.

„Die dem Sport eigene Dramaturgie mitsamt seiner Identitäts - und Rollenmodelle macht ihn so zu einem überaus attraktiven Inhalt für all jene Massenmedien, die wie das Fernsehen unaufhörlich nach dem ewig Neuen, nach unerwarteten, sensationellen und spektakulären Bildern sowie Geschichten suchen.“¹³¹

Besonders bei Sportfilmen, aber auch im Sportfernsehen, wird die Dramaturgie in zwei Teile gegliedert. Der erste Teil besteht aus sportspezifischen Elementen, der zweite Teil vollzieht sich mittels außersportlicher Sequenzen. Das bedeutet, dass ein wichtiger Faktor hinsichtlich dramaturgischer Elemente Sport selbst darstellt. Ferner spielen private oder

¹²⁸ Vgl. Schierl, 2004, S. 84

¹²⁹ Vgl. Florschütz, 2005, S. 290 ff.

¹³⁰ Vgl. Florschütz, 2005, S. 290

¹³¹ Schauerte/Schwier, 2007, S. 139

intime Situationen eine tragende Rolle für die Dramaturgie.¹³² Telegene Sportarten werden bevorzugt vom Publikum rezipiert und müssen spannend sein.

All diese Faktoren spielen auch für die Sportdramaturgie eine Rolle. Das Regelwerk ist das wichtigste Instrument der Sportdramaturgie. Wer die Regeln einer Sportart nicht versteht, wird auch nicht die Bedeutung der sportlichen Handlungen wahrnehmen können.¹³³ Aus diesem Grund scheint es auch nicht verwunderlich, dass oftmals das Eingreifen in ein Regelwerk notwendig ist, um eine Sportart populär zu machen und alle Beteiligten zu befriedigen. Sponsoren benötigen Spielpausen, um Werbung zu präsentieren. Die Formel 1 erfindet neue Regeln, um den Sport für die Zuseher und die Medien spektakulärer zu gestalten, da die Quoten sinken. Oder um bei taktischen Pausen gegen Langeweile vorzubeugen, wird mit Musik die Stimmung angeregt. Durch den Einfluss der Wirtschaft sind die Medien gezwungen, verschiedene Sportveranstaltungen zeitlich so zu verschieben, dass sie eine gewinnbringende Plattform für Sponsoren und Werbemittel darstellen.

Im Hinblick auf die Gesundheit der Sportler wird dabei völlig ignoriert, dass die Athleten womöglich zu Zeiten antreten müssen, die mit ihrem Biorhythmus nur schwer vereinbar sind und ihr sportliches Handeln beeinträchtigen können. Dadurch steigt der Leistungsdruck und Erholungsphasen nehmen ab.¹³⁴

Dramatik entsteht im Sport durch spezifische Rahmenbedingungen. Da jede Sportart einem anderen Regelwerk unterliegt, führt dies zu unterschiedlichen Ergebnissen. Das Zeitbudget eines Sportevents ist dafür verantwortlich, wie sich dieses für das Publikum gestaltet. Aufgrund dieser zeitlichen Limitierung beinhaltet Spannung eine wichtige Eigenschaft für Dramatik. Mittels Analysen, Interviews, Kommentar und Zeitlupeneinstellungen können Medien in die Dramaturgie einer Sportveranstaltung eingreifen.¹³⁵

¹³² Vgl. Axster/Jäger/Sicks/Stauff, 2009, S. 78 f.

¹³³ Vgl. Schauerte, 2007, S. 19 f.

¹³⁴ Vgl. Bette, 1992, S. 106 f.

¹³⁵ Vgl. Penz, 2006, S. 77 f.

5.4.1 Der Sportler als Held

Wenn man im Sport von Helden spricht, dann werden oft Sportler mit außergewöhnlichen Leistungen gemeint. Bloße Siege reichen nicht, um als Held fungieren zu können. Dazu bedarf es mehrerer Merkmale. Es zählen nicht nur Leistungen, sondern auch die Persönlichkeit des Sportlers rückt in den Vordergrund. Fairness, Emotionen und Charaktere – das wird von Publikum gewünscht. Der Sport lebt von Vorbildern und Idolen, zu denen man aufsieht.

„Das griechische Wort für Held – ‚Heros‘ – bedeutet seiner Wurzel nach ‚schützen und dienen‘. Ein Heros ist also ein Mensch, der bereit ist, seine eigenen Bedürfnisse dem Nutzen der Gemeinschaft zu opfern – ganz wie ein Hirte seine Bedürfnisse hintanstellt, um seine Herde zu schützen und zu versorgen.“¹³⁶

Diese Definition trifft jedoch auf die heutige Zeit nicht mehr sehr gut zu. Man spricht demnach eher von Idolen und Vorbildern. Gerade jene spielen im Sport für das junge Publikum eine bedeutsame Rolle.

„Ruhm ist kurzlebig“ – sagte Sigi Bergmann bei der Trauerfeier des erfolgreichen österreichischen Skifahrers, Toni Sailer, in ORF 2 am 29.08.2009. Er spielte dabei auf das erste Rennen nach der gewonnen Meisterschaft an, in dem Sailer „nur“ Zweiter wurde. Die ganze Nation war entsetzt. Doch als er dann in dem darauf folgenden Rennen wieder siegte, waren Sicherheitskräfte nötig, damit Sailer das Stadion verlassen konnte.

So schnell wie der Erfolg eines Hochleistungssportlers zustande kommt, so schnell kann man auch als Held wieder die Karriereleiter hinunter fallen.

Nicht nur durch sportliche Leistungen entstehen Helden, sondern auch durch die Präsentation des Sportlers selbst. Darstellung, Eigenschaften und Präsenz tragen auch zu einer heldenhaften Rolle bei.

¹³⁶ Vogler, 1998, S. 87

Der sportliche Wettkampf ist aber nicht alleine dafür verantwortlich, die Medien tragen auch zu einer Inszenierung von Sportlern zu Stars bei. Die Medienlandschaft geht von einer Homogenität der Präferenzen einzelner Zuseher aus, sodass es einfach erscheint, das Publikum zu befriedigen. Jedoch wird der Wunsch nach vielfältigen Sportlern laut. Es können nur wenige zu Helden werden, der Rest dient als Nebendarsteller. Ausschlaggebend dafür ist die Codierung im Sport - Siegen oder Verlieren. Nur wer öfters gewinnt, wird auch von den Zuschern vermehrt wahrgenommen. Danach ist es wichtig, sich in der Öffentlichkeit gut und ehrlich zu präsentieren.¹³⁷

Das Leben eines Spitzensportlers beziehungsweise Helden nimmt das Publikum durch die Medien wahr. Erfolge und Niederlagen können verfolgt und sogar mitgeföhlt werden, sie haben jedoch keinen Einfluss auf das eigene alltägliche Leben. Im Gegensatz dazu bedeuten Handlungen in der Wirtschaft oder Politik große Auswirkungen für die Gesellschaft.¹³⁸

Auffallend ist aber, dass das Aussehen eines Sportlers keinen Einfluss auf seinen Heldenstatus besitzt. Vorbilder oder Helden im Sport sind oft nicht nur von Schönheit und Perfektion geprägt. Viel wichtiger ist die Art und Weise, wie sie sich selbst und von den Medien präsentiert werden. Dadurch wird die Aufmerksamkeit in der Gesellschaft erreicht und dies ist der erste Schritt. Sportliche Leistungen sind dennoch die Grundlage für die Bezeichnung als „Sportheld“.

„Eine gut abgerundete Heldenfigur kann zugleich entschlossen, unsicher, charmant, vergesslich, ungeduldig, körperlich stark und im Herzen schwach sein. Es ist eben die besondere Kombination von Eigenschaften, die beim Zuschauer den Eindruck entstehen lässt, dass er es hier nicht mit einem Stereotypen zu tun hat, sondern mit einem wirklichen Menschen.“¹³⁹

In der Formel 1 wird sehr oft der Wunsch nach ‚Charakterköpfen‘ geäußert. Der Sport lebt auch von Skandalen oder widersprüchlichen Äußerungen. Ein Rennfahrer, der sich immer

¹³⁷ Vgl. Florschütz, 2005, S. 208 ff.

¹³⁸ Vgl. Gebauer, 2006, S. 45

¹³⁹ Vogler, 1998, S. 90 f.

nur fröhlich oder anständig präsentiert ist nicht so interessant wie jemand, der der Norm widerspricht.

Es stellt sich dabei die Frage, auf welche Weise ein Sportler zum Helden wird. In einem Beispiel stellt der Leichtathlet Usain Bolt den Helden der Sportwelt dar. Dieser Sportler ist so einzigartig, weil er sich von der Masse abhebt. Er ist schneller als alle anderen und bricht einen Rekord nach dem anderen. Auffallend war das Rennen bei den Olympischen Sommerspielen 2008, wie er mit einer scheinbaren Leichtigkeit seine Gegner bezwingen konnte. Berühmt wurde er jedoch nicht nur aufgrund seiner Leistung, sondern auch der Art und Weise, wie er gewonnen hatte. Bei den Olympischen Sommerspielen 2008 lief er mit offenem Schuhband und mit Blick zum Publikum gerichtet, obwohl er das Ziel noch nicht überquert hatte. Als Zuseher hatte man das Gefühl, dass er noch schneller hätte laufen können, was er 2009 und 2010 bewies.



Abbildung 9: Usain Bolt bei den Olympischen Spielen 2008

Quelle: http://p3.focus.de/img/gen/v/m/HBvmjCaO_Pxgen_r_467xA.JPG

(Stand: 17.11.2008)

Weiters existieren noch andere Beispiele für Sporthelden.

Hermann Maier wurde durch seinen spektakulären Sturz bei den Olympischen Winterspielen 1998 in Nagano berühmt (siehe Abbildung). Die Tatsache, dass er nach seinem Sturz und seinem schweren Motorradunfall noch Rennen gewinnen konnte, machte ihn zum Helden. Auch wenn er heute nicht mehr an Rennen teilnimmt, gilt er trotzdem noch als Idol. Hermann Maier gab am 13.10.2009 seinen Rücktritt vom Profi - Skisport bekannt.

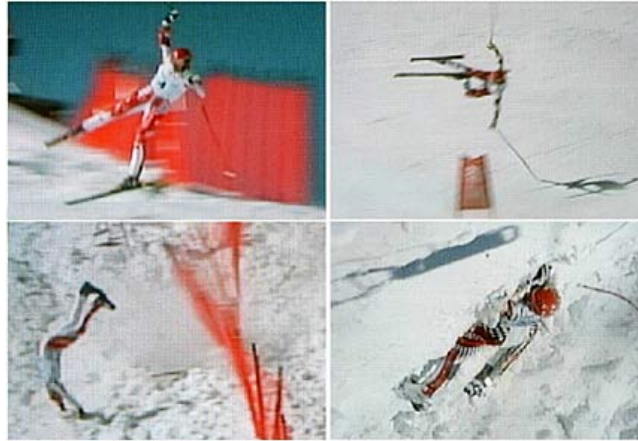


Abbildung 10: Hermann Maier bei den Olympischen Spielen 1998

Quelle: <http://www.nevasport.com/fotos/031207/165585.jpg> (Stand: 27.10.2010)

Je öfter ein Sportler in der Öffentlichkeit positiv auffällt, desto mehr Menschen begeistern sich für ihn. Unter anderem erhalten Sportler von Journalisten, Fans oder Betreuern Spitznamen wie „Herminator“, „Morgi“ oder Schlieri“. All jene Namen werden durch die Massenmedien verbreitet.

Ein derartiger Heldenstatus ist demnach nur aufgrund von Wettkampfsituationen möglich, durch die Sportler ein Image in der Gesellschaft erwerben. Sport ist für das Phänomen der Chancengleichheit bekannt, das es für das Publikum so einzigartig macht.¹⁴⁰

Ein Held oder ein Idol sollte folgende Eigenschaften besitzen:

- siegreich
- erfolgreich
- sympathisch
- bescheiden

Sporthelden sind meist männlich. Der Bekanntheitsgrad weiblicher Idole wird in den Medien oft vermisst.

¹⁴⁰ Vgl. Gebauer, 2006, S. 41 f.

5.4.2 *Sportheldinnen*

Sportlerinnen werden im Sportfernsehen nicht so häufig dargestellt wie Sportler. Wenn man das Wort ‚Sportheldin‘ in die Suchmaschine ‚Google‘ eingibt, erscheint nur eine kleine Menge an Datenmaterial.

Frauensportarten sind im Österreichischen Rundfunk ganz selten zu sehen beziehungsweise wenig vertreten. Vielmehr existiert vermehrt das Bild der Spielerfrau. Darüber hinaus wird das Regelwerk einer Sportart für Frauen angepasst. Einige Beispiele sind Golf (näherer Abschlag), Tennis (weniger Sätze) oder Lacrosse (kein Körperkontakt).

In den letzten Jahren wurde diskutiert, Skispringerinnen in die Bewerbe der Olympischen Spiele aufzunehmen. Die Kandidatur für die Olympischen Winterspiele 2010 wurde abgelehnt. Der ÖSV¹⁴¹ besteht derzeit aus 53 Skispringerinnen (Stand: 2009).¹⁴²

In vielen Sportarten sind Frauen erfolgreich, manchmal sogar erfolgreicher als Männer vertreten. Verhältnismäßig oft werden Damen - Skirennen als eine der wenigen Sportarten übertragen. Heldinnen im Sport sind unter anderem die sogenannten ‚Golden Girls‘ im Skisport (Renate Götschl, Alexandra Meissnitzer und Michaela Dorfmeister), die sich bereits aus dem aktiven Profisport zurückgezogen haben. Gerade Renate Götschl erhielt viele Ehrennamen, wie ‚Speed - Queen‘ oder ‚Miss Super G‘.

5.4.3 *SportlerInnen des Jahres*

In Österreich werden seit 1949 der Sportler und die Sportlerin des Jahres von den österreichischen Journalisten gewählt und im Fernsehen geehrt. Heutzutage werden auch weitere Kategorien (z. B. Behindertensportler, Nachwuchssportler,...) berücksichtigt.

¹⁴¹ ÖSV = Österreichischer Ski Verband

Sportler des Jahres (1993 - 2010): ¹⁴³

1993 Sportlerin	Anita Wachter (Ski Alpin)
Sportler	Andreas Goldberger (Ski nordisch)
Mannschaft	Rudern - Doppelvierer
1994 Sportlerin	Emese Hunyadi (Eisschnelllauf)
Sportler	Thomas Stangassinger (Ski Alpin)
Mannschaft	Salzburg (Fußball)
1995 Sportlerin	Ursula Profanter (Kanu)
Sportler	Thomas Muster (Tennis)
Mannschaft	Rudern - Doppelvierer
1996 Sportlerin	Theresia Kiesl (Leichtathletik)
Sportler	Andreas Goldberger (Ski nordisch)
Mannschaft	Rapid (Fußball)
1997 Sportlerin	Renate Götschl ((Ski Alpin)
Sportler	Toni Polster (Fußball)
Mannschaft	Nationalmannschaft (Fußball)
1998 Sportlerin	Alexandra Meissnitzer (Ski Alpin)
Sportler	Hermann Maier (Ski Alpin)
Mannschaft	Nationalmannschaft (Fußball)
1999 Sportlerin	Alexandra Meissnitzer (Ski Alpin)
Sportler	Hermann Maier (Ski Alpin)
Mannschaft	Staffel Herren (Langlauf)
2000 Sportlerin	Stephanie Graf (Leichtathletik)
Sportler	Hermann Maier (Ski Alpin)
Mannschaft	Hagara/Steinacher (Segeln)
2001 Sportlerin	Stephanie Graf (Leichtathletik)
Sportler	Hermann Maier (Ski Alpin)
Mannschaft	Skispringen - Normalschanze (Goldberger, Höllwarth, Horn-gacher, Loitzl)
Behindertensportlerin	Gabriele Berghofer (Ski Alpin, 5 - Kampf, Rad)
Behindertensportler	Oliver Anthofer (Ski nordisch)
Special Olympics	Sylvia Raup (Ski Alpin)
Special Olympics	Alexander dick (Ski Alpin)
2002 Sportlerin	Mirna Jukic (Schwimmen)
Sportler	Stephan Eberharter (Ski Alpin)

¹⁴² Vgl. Die Presse Online (Skispringerinnen):

<http://diepresse.com/home/sport/wintersport/liberec/454139/index.do>, zuletzt aufgerufen am 18.09.2009, 17:14

¹⁴³ vgl. Österreichische Sporthilfe (Sportler des Jahres):

<http://www.sporthilfe.at/sh/powerslave.id.364.nodeid.html>, zuletzt aufgerufen am 05.03.2011, 20:46

	Mannschaft	Nord. Kombination (Gottwald, Bieler, Denifl, Gruber)
	Behindertensportlerin	Danja Haslacher (Ski Alpin)
	Behindertensportler	Thomas Geierspichler (Rennrollstuhl)
	Special Olympics	Christoph Mathies (Tennis)
2003	Sportlerin	Michaela Dorfmeister (Ski Alpin)
	Sportler	Werner Schlager (Tischtennis)
	Mannschaft	Nord. Kombination (Gottwald, Bieler, Denifl, Gruber)
	Special Award	Comeback des Jahres Hermann Maier
	Behindertensportlerin	Andrea Scherney (Leichtathletik)
	Behindertensportler	Oliver Anthofer (Nordisch)
	Special Olympics	Manuela Mitterwallner (Schwimmen)
2004	Sportlerin	Kate Allen (Triathlon)
	Sportler	Markus Rogan (Schwimmen)
	Mannschaft	Hagara/Steinacher (Segeln)
	Special Award	Stephan Eberharter (Ski Alpin)
	Behindertensportlerin	Andrea Scherney (Leichtathletik)
	Behindertensportler	Thomas Geierspichler (Rennrollstuhl)
	Special Olympics	Patrick Wurzhainer (Reiten)
2005	Sportlerin	Renate Götschl (Ski Alpin)
	Sportler	Georg Totschnig (Rad)
	Mannschaft	Skisprung (Höllwarth, Loitzl, Morgenstern, Widhölzl)
	Special Award	Einzigartige Karriere - Andreas Goldberger
	Behindertensportlerin	Andrea Scherney (Leichtathletik)
	Behindertensportler	Wolfgang Eibeck (Radfahren)
	Special Olympics	Gertrude Slama (Schneesuhlauf)
2006	Sportlerin	Michaela Dorfmeister (Ski Alpin)
	Sportler	Benjamin Raich (Ski Alpin)
	Mannschaft	Nordische Kombinierer
	Behindertensportlerin	Sabine Gasteiger (Ski Alpin)
	Behindertensportler	Alexander Hohlrieder (Radfahren)
2007	Sportlerin	Nicole Hosp (Ski Alpin)
	Sportler	Thomas Vanek (Eishockey)
	Mannschaft	U20 Nationalmannschaft (Fußball)
	Behindertensportlerin	Andrea Scherney (Leichtathletik)
	Behindertensportler	Bil Marinkovic (Leichtathletik)
	Aufsteiger	Gregor Schlierenzauer (Skispringen)
2008	Sportlerin	Mirna Jukic (Schwimmen)
	Sportler	Thomas Morgenstern (Skispringen)
	Mannschaft	Nationalmannschaft (Skispringen)

	Behindertensportlerin	Andrea Scherney (Leichtathletik)
	Behindertensportler	Thomas Geierspichler (Rollstuhlfahren)
	Aufsteiger	Ümit Korkmaz (Fußball)
2009	Sportlerin	Mirna Jukic (Schwimmen)
	Sportler	Wolfgang Loitzl (Skispringen)
	Mannschaft	Nationalmannschaft (Skispringen)
	Behindertensportlerin	Sabine Gasteiger (Ski Alpin)
	Behindertensportler	Robert Meusburger (Ski Alpin)
	Aufsteiger	Johanna Ernst (Sportklettern)
2010	Sportlerin	Andrea Fischbacher (Ski Alpin)
	Sportler	Jürgen Melzer (Tennis)
	Mannschaft	Nationalmannschaft (Nordische Kombination)
	Behindertensportlerin	Claudia Lösch (Ski Alpin)
	Behindertensportler	Georg Tischler (Leichtathletik)
	Aufsteiger	Matthias Schwab (Golf)
2011	Sportlerin	Elisabeth Görgl (Ski Alpin)
	Sportler	Thomas Morgenstern (Skispringen)
	Mannschaft	Nationalmannschaft (Skispringen)
	Behindertensportlerin	Claudia Lösch (Ski Alpin)
	Behindertensportler	Martin Falch (Triathlon)
	Aufsteiger	Anna Fenninger (Ski Alpin) ¹⁴⁴

¹⁴⁴ Vgl. OE3 (Sportler des Jahres 2011): <http://oe3.orf.at/aktuell/stories/540034/>, zuletzt aufgerufen am 08.12.2011, 18:04

5.4.4 Die Reise des Sporthelden

Christopher Vogler hat durch die Beschreibung der Reise des Helden (siehe Kapitel 5.2.3) deutlich gemacht, wie Dramaturgie grundsätzlich in jedem Film zustande kommt und wie man sie analysieren kann.

*„Die Reise des Helden ist eine unglaublich flexible Vorlage, sie erlaubt endlose Variationen, ohne dabei ihre ursprüngliche Magie zu verlieren.“*¹⁴⁵

In diesem Kapitel soll dargestellt werden, wie sich diese Kategorisierung auf den Mediensport beziehen könnte. Im empirischen Teil der Arbeit soll dies dann überprüft werden.

Die Stationen einer sportlichen Reise (in Anlehnung an Christopher Vogler):¹⁴⁶

1. Gewohnte Welt:

Der Sportler wird in den Medien dargestellt, da er den Sprung in die Leistungsgruppe oder oberste Liga geschafft hat. (Er steht in Konkurrenz mit den Besten der Besten.)

2. Ruf des Abenteuers:

Jedes sportliche Event, das von der sportlichen Institution (FIA, FIFA, FIS etc.) vorgesehen wird, muss der Sportler mit allen Konsequenzen annehmen oder ablehnen.

3. Verweigerung des Rufes:

Die Entscheidung fällt nach persönlicher Zielsetzung und körperlicher Verfassung. (Wenn ein Skifahrer sich nicht zu 100 % wohl fühlt, wird er einen Bewerb auslassen und sich auf den nächsten konzentrieren. In der Formel 1 ist das aufgrund finanzieller Wichtigkeit keine Option.)

¹⁴⁵ Vogler, 1998, S. 77

¹⁴⁶ Vgl. Vogler, 1998, S. 74 f.

4. Mentor:

Trainer, Manager und Funktionäre sind dafür da, um den Sportler in seiner Entscheidung zu beraten und unterstützen.

5. Erste Schwelle:

Die Entscheidung ist gefallen. Jetzt wird alles getan, um das Beste aus dem Sportler herauszuholen. Es wird ein Trainingsplan ausgearbeitet, sowie ein Ernährungsplan. Die Vorbereitung findet auch mental statt. Fehler und Niederlagen müssen verarbeitet werden.

6. Bewährungsproben, Verbündete, Feinde:

Die Medien sind ein wichtiger Teil des Sports. Der Sportler muss sich in dieser Welt erst einmal zurecht finden. Dabei wird auch schnell ersichtlich, wer nur an dem Geschäft ‚Sportler‘ interessiert ist und wer auch den Menschen dahinter kennenlernen möchte.

7. Die tiefste Höhle:

Ruhm ist nicht unendlich. Wer einmal im Sport siegt, muss erst beweisen, dass er nicht nur Glück hatte, sondern auch ein weiteres Mal siegen kann. Niederlagen gehören zum Sport dazu. Bleibt der Erfolg aus, wird der Sportler von den Medien schnell abgeschrieben.

8. Die entscheidende Prüfung:

Die Sportveranstaltung – der Tag, an dem alles zusammenpassen muss. Nur wenige haben die Chance, Erfolge feiern zu dürfen, da die Konkurrenz stark ist. Medien, Wirtschaft, Publikum und Sport sind abhängig von dieser sportlichen Leistung. Der Druck auf den Sportler ist demnach sehr groß.

9. Die Belohnung:

Ein Sieg bedeutet Geld, Ruhm, Neid und Fans. Sowohl für den Sportler als auch die Medienbetreiber.

10. Der Rückweg:

Ein Sportheld soll jedoch nicht nur in seiner Sportwelt beobachtet werden, viel wichtiger ist die gewohnte Welt, in der der Sportler lebt. Homestories und Portraits sind mindestens

genauso wenn nicht noch beliebter wie der sportliche Erfolg. Sollte der Erfolg für längere Zeit ausbleiben, so kann sich der Sportler in seine private Welt zurückziehen.

11. Die Auferstehung:

Ein Held muss viele Abenteuer bestehen – der Sportler viele Wettkämpfe erfolgreich beenden. Wenn herausragende Leistungen nicht mehr erbracht werden, wird das von den Medien meist nicht behutsam dargestellt. Dieses Phänomen gehört auch zum Dasein eines Sportlers. Ein aktuelles Beispiel ist der Schwimmer Markus Rogan, der seit seiner Silbermedaille bei den Olympischen Spielen in Athen zum Helden erkoren wurde, weil er aus Rücksicht auf seinen Freund und Gegner, Airon Piersol, dessen Disqualifikation nicht akzeptieren wollte. Heute wird Markus Rogan aufgrund fehlender Leistungen und unangehmer Auftritte in den Medien kaum respektiert. Trotz heftiger Kritik lässt er sich sportlich nicht beeinflussen.

12. Das Elixier:

Hat ein Sportler so gut wie alle Ziele erreicht oder befindet er sich in einem für Sport höheren Alter (um die 35 Jahre) oder bleiben Erfolge aus, beendet der Sportler in den meisten Fällen seine sportliche Karriere. Erinnerungen oder Rekorde bleiben in den Archiven und in der Gesellschaft präsent oder auch unerreicht. Auch heute gibt es Sporthelden, die über Jahrzehnte in den Medien thematisiert werden. (Hans Krankl – die lebende Legende von Cordoba; Toni Sailor – der Blitz von Kitz; Diego Maradona – der beste Fußballer aller Zeiten; Pete Sampras – bis heute mehrfacher Rekordhalter, ...)

5.4.5 Dramaturgie in der Formel 1

Die Formel 1 ist eine Sportart, die polarisiert. Einige lieben sie, andere finden ‚im Kreis fahrende Autos‘ einfach nur langweilig. Ein Formel 1 – Event besteht nicht nur aus dem Rennen alleine, es lässt sich dramaturgisch gut verkaufen. Ein Formel 1 – Wochenende ist von besonderer Bedeutung, denn Spannung baut sich von Tag zu Tag erst langsam auf, bis sie dann am Sonntag im Rennen ihren Höhepunkt erreicht.

Der Beginn besteht aus einem freien Training bereits am Freitag. Dabei können die Fahrer und Teams noch einiges testen oder sich einfach an die Rennstrecke gewöhnen, am Samstag müssen sie unter Druck ihre Leistung erbringen und am Sonntag müssen sie dann ihr ganzes Talent beziehungsweise Können präsentieren.

Am Samstag findet das Qualifying statt. An diesem Tag beginnt der Kampf um die Pole Position, die man mit der schnellsten Runde erreicht. Es ist zugleich auch der erste spannende Tag für die Zuseher, der von vielen verfolgt wird. Der Modus wurde in den letzten Jahren häufig diskutiert, da er immer mehr an Spannung verlor. Zurzeit besteht das Qualifying aus drei Phasen, in denen zuerst die letzten Plätze ausgemacht werden, danach die Plätze zwölf bis 16 und zu guter Letzt die ersten elf Plätze. Auf diese Weise wird ein spannungsaufbauender Ablauf garantiert. Der Fahrer, der in allen drei Zeitabschnitten konstant mit den Schnellsten mitfahren kann und in der letzten Phase die schnellste Runde erzielt, steht in der Startaufstellung ganz vorne. Jedoch hängt diese gefahrene Zeit auch von der Taktik beziehungsweise eben der Benzinmenge ab. Das Qualifying hat nur einen Einfluss auf die Startposition des Fahrers, für die Weltmeisterschaft spielt es allerdings keine Rolle. Natürlich werden die Teamkollegen aneinander gemessen und so entstehen interne Duelle.

Das Rennen. Am Sonntag wird meist um 14:00 Uhr Ortszeit das entscheidende Event gestartet. Der Grand Prix ist der wichtigste Teil eines Rennwochenendes. Der Start eines Grand Prix ist der spannendste Moment des Rennens, bei dem alle versuchen ihre Position zu verbessern und die wichtige erste Kurve ohne Kollision zu überstehen. Ein Rennen darf das Limit von zwei Stunden oder 300 km nicht überschreiten, sonst wird es abgebrochen.

In einem Rennen darf jeder Fahrer Reifen wechseln, ansonsten sind jegliche Veränderungen am Auto untersagt. Die ersten drei Platzierten des Rennens erwartet eine Siegerehrung, bei der Nationalhymnen für den Sieger und das Konstrukteursteam nacheinander erklingen. Dann kommt es zur Champagnerdusche, in der sie ihren Triumph feiern. Zum Schluss müssen alle drei zur Pressekonferenz, wo sie die wichtigsten Fragen den Medien beantworten müssen.

Dramaturgisch bietet die Formel 1 viele Spannungselemente. Speziell der Ablauf eines Rennens ermöglicht bereits einen Spannungsaufbau. Darüber hinaus beeinflusst ein vielfältiges Reglement die Präsenz des Sports. Gefährliche Unfälle, Safety – Car Einsätze, gelbe Flaggen oder Abbrüche steigern den Spannungsgehalt.

In der Formel 1 finden immer wieder Regeländerungen statt, an die sich alle beteiligten Personen anpassen müssen. Während Motoren vor 2009 zwei Rennwochenenden halten mussten, soll jetzt das Getriebe ganzen vier Grand Prix Veranstaltungen standhalten.

KERS ist eine neue Innovation in der Formel 1. KERS bedeutet Kinetic Energy Recovery System, das für eine Rückgewinnung verbrauchter Energie verantwortlich ist. Dieses System ermöglicht dem Fahrer, einen kurzfristigen Energieüberschub auszunutzen. In der Praxis wird dies für einen Überholvorgang genutzt. Für den Zuseher bedeutet diese Technologie wieder spannende Überholmanöver, die in letzter Zeit vermisst wurden.¹⁴⁷ Es wurde aber 2010 verboten, da nicht alle Teams über eine derartige Funktion verfügen konnten. 2011 wurde es wieder eingeführt. 2011 wird ferner das Verstellen des Heckflügels dem Fahrer ermöglicht, um Überholmanöver zu erleichtern.

Ab 2010 entfällt ein weiteres dramaturgisches Element für das Publikum. Das Nachtanken wird verboten und somit spielt die Benzinmenge, die das Feld durcheinander mischte, keine Rolle mehr.

¹⁴⁷ Vgl. Motorsport Total (Kers): http://www.motorsport-total.com/f1/news/2009/03/KERS_Slicks_und_Machdrescher_Die_neue_Formel_1_09032631.html, zuletzt aufgerufen am 12.03.2011, 14:32

5.4.6 Dramaturgie im Fußball

Fußball ist neben Skifahren der Nationalsport der Österreicher. Die Fangemeinden unterstützen sowohl Mannschaften in unteren Ligen als auch das Nationalteam.

Dem Fußballsport wird großer Stellenwert beigemessen. Viele Jugendliche nehmen bereits von klein auf bei Wettkämpfen in Vereinen teil, spielen in der Schülerliga oder in ihrer Freizeit Fußball.

Ein kommerzielles Fußball - Spiel dauert 90 Minuten lang, wobei die Übertragung meist länger dauert. Offiziell beginnt das Spiel mit dem Einziehen der Mannschaften in das Stadion. Danach werden bei Länderspielen die jeweiligen Teams mit den Nationalhymnen vorgestellt. Anschließend wird die beginnende Mannschaft und Spielseite ausgelost.

Mit dem sogenannten ‚Ankick‘ startet das Spiel. 45 Minuten lang versuchen die Teams Tor um Tor zu erzielen. Zwischenfälle wie Verletzungen, Fouls, Freistöße, Eckbälle etc. verstärken den Spannungsgehalt. Tore motivieren beziehungsweise frustrieren nicht nur Spieler, sondern auch die Fangemeinden.

Nach der ersten Spielhälfte verlassen die Spieler für 15 Minuten den Platz und beraten sich mit ihrem Trainer. Das Publikum wird mit Werbeunterbrechungen und Analysen versorgt.

Im Sinne des Fair Play eröffnet nun die andere Mannschaft den Wettkampf und auch die Seiten werden getauscht. Die zweite Hälfte beginnt und für weitere 45 Minuten liefern sich die Spieler Duelle um den Matchgewinn.

Nach Ablauf der Zeit beziehungsweise einer etwaigen Nachspielzeit beendet der Schiedsrichter mit einem Pfiff das Spiel.

Die Spieldauer von 90 Minuten ist ein entscheidendes Element im Fußball. Es werden darüber hinaus viele Emotionen geweckt (wie Torjubel, Frust, Ärger, Aggression, Freude, Enttäuschung, Zusammengehörigkeit).

5.4.7 Dramaturgie bei Ski Alpin

Skifahren beschreibt Österreich's Nationalsport Nummer eins. Die geografischen Bedingungen in unserem Land unterstützen den Sport. Viele Skirennen finden aufgrund der wetterbedingten bevorzugten Lage in Österreich statt. Es kommt nur selten zu Absagen aufgrund fehlender/zu geringer Schneemengen.

Die Identifikation ist beim Skisport groß, da viele Österreicher diesen Sport selbst aktiv ausüben können.

Der Skisport besteht aus mehreren Teildisziplinen wie Slalom und Riesenslalom (mit je zwei Renndurchgängen), sowie Abfahrt und Super G (mit nur einem Durchgang). Darüber hinaus werden Teamwettbewerbe ausgetragen. Jede Disziplin besteht aus differenzierten Vorgaben. Da Skifahren ein Freiluftsport ist, kann die Übertragung nicht gesichert werden.

Die Herausforderung eines jeden Sportlers ist es, sich an die Gegebenheiten so gut wie möglich anzupassen und auf dem schnellsten Weg das Ziel zu erreichen.

Dabei spielen mehrere Faktoren eine Rolle:

- Wetterverhältnisse (Schneefall, Sonneneinstrahlung, Regen)
- Pistenverhältnisse (Eis, Tiefschnee, wenig Schnee)
- Rennkurssetzung (Torabstände, Winkel)
- Skimaterial (Ski, Skischuhe, Skimarken, Rennanzüge)
- die jeweilige Verfassung eines Sportlers

Einen Tag vor einem Rennen findet eine Startnummernauslosung statt, die über die Platzierung des Sportlers mitentscheiden kann. Vor dem Rennen kann sich der Rennläufer bei der Besichtigung mit der Strecke vertraut machen. Diese Funktion übernimmt ein ehemaliger Skiläufer mittels Kamerafahrt für das Publikum.

Am Ende jedes Rennens findet eine Siegerehrung statt. Die besten sechs Fahrer werden vorgestellt. Die Sportler repräsentieren dabei ihre Sponsoren, die auf diese Weise im Fern-

sehen in Szene gesetzt werden. Das Einspielen der Nationalhymne verstärkt dieses Prozedere.

6. Das Magische Viereck

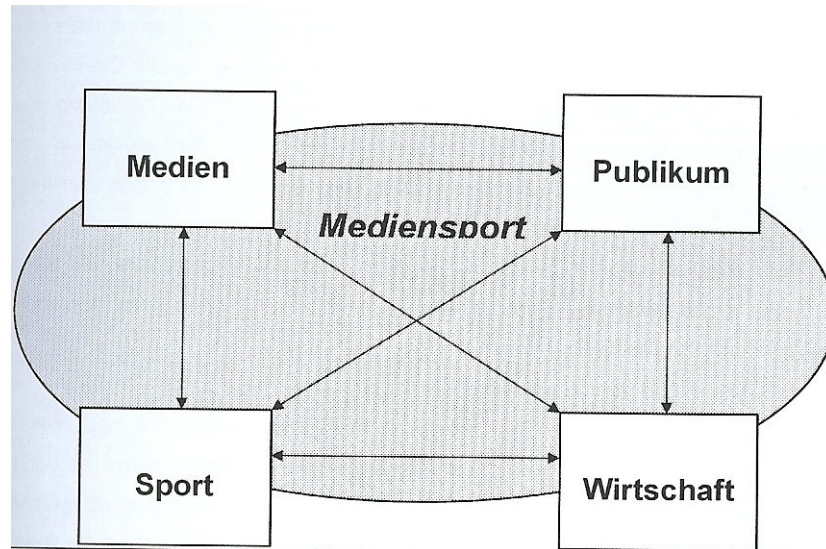


Abbildung 11: Das Magische Viereck

Quelle: Hagenah, 2004, S.17

Sport, Medien, Wirtschaft und das Publikum bilden gemeinsam das Magische Viereck. All jene sind essentielle Faktoren für eine erfolgreiche Sportveranstaltung. Jedes System verfolgt unterschiedliche Ziele im Sport.

„Nicht nur das Mediensystem kann einen zusätzlichen Mehrwert aus dem Faktor Sportprominenz ziehen, sondern vielmehr werden über Personalisierungsstrategien von Sportlern jeweils Win - Win - Situationen für die einzelnen Akteure des Medien - , Sport - und Wirtschaftssystems geschaffen.“¹⁴⁸

Ziele der einzelnen Systeme:

- Der Sportler strebt nach Erfolg und Geld.
- Medien und speziell das Fernsehen möchte hohe Zuschauerquoten erzielen, um sich finanzieren zu können und Aufmerksamkeit zu erlangen.

¹⁴⁸ Vgl. Schierl, 2007, S. 164

- Für die Wirtschaft besteht ein großer Anreiz mittels Werbung verschiedene Produkte bekannter zu machen und somit ein großes Publikum zu erreichen. Auf diese Weise steigt auch die Nachfrage.
- Das Publikum möchte seine Bedürfnisse befriedigen und unterhalten werden. Emotionen sollen geweckt und außergewöhnliche Leistungen erreicht werden.¹⁴⁹

6.1 Sport

„Sport ist eine soziale Institution, in der Kommunikation körperlicher Leistungen stattfindet.“¹⁵⁰

Zum Sportsystem zählen nicht nur Sportler oder Vereine. Das System besteht aus mehreren Komponenten. Dazu gehören Trainer, Ärzte, Platzwarte, Therapeuten, Psychologen, Manager, Schiedsrichter und Ballkinder. Andere Systeme oder Teilbereiche können den Sport beeinflussen und verändern.¹⁵¹ Nicht vergessen darf man die Sportwissenschaftler. Dabei verfolgt jeder sein eigenes Ziel.

Persönlichkeiten oder Helden spielen im Sport genauso eine große Rolle wie im Kinofilm. Sie entstehen, wenn Sportler über sich hinauswachsen und zu Idolen werden. Einzigartige Leistungen machen sie zum Helden und der wiederum transportiert Emotionen. Österreichische Idole dieser Art sind in der heutigen Zeit namens „Morgi“ (Thomas Morgenstern), „Herminator“ (Hermann Maier) oder auch „Schlieri“ (Gregor Schlierenzauer). Anfangs zählen nur herausragende Leistungen, um als Idol zu fungieren, später spielt das Privatleben ebenfalls eine bedeutende Rolle für die Medien, ebenso wie für das Publikum. Die Beziehung von Benni Raich und Marlies Schild ist nur ein Beispiel vieler Beziehungen, die für die Medien interessant sind. Es ist nicht mehr nur wichtig, gute Leistungen zu erbringen, sondern das private Umfeld rückt in den Vordergrund. Es existiert ein großes Interesse an den intimen Geschichten der Sportler.¹⁵²

¹⁴⁹ Vgl. Gimpl, 2005, S. 65

¹⁵⁰ Weiss, 1999, S. 179

¹⁵¹ Vgl. Hagenah, 2004, S. 26 f.

¹⁵² Vgl. Gutmann, 2004, S. 18 f.

6.1.1 Sport in der Gesellschaft

Sport kann verschiedene Gratifikationen bieten. Die Gesellschaft strebt nach Anerkennung und ist ständig auf Identitätssuche. Jede Sportart bedient andere Bedürfnisse. Im Skisport kann die Natur Auslöser, als Rennfahrer soziale Anerkennung sein. Werte und Normen sind dafür verantwortlich. Jeder Mensch sucht in der Gesellschaft seinen eigenen Platz. Gerade im Sport besteht eine gute Möglichkeit, um Identitätsbestätigung zu erfahren.¹⁵³

Es stehen sehr viele Bereiche des Sports für die Gesellschaft bereit.

Die grundlegenden Arten des Sports sollen hier aufgezeigt werden. Die aktive Ausübung kann in mehreren Bereichen stattfinden. Das Kind lernt von klein auf sportliche Bewegungen im Schulsport kennen. Dieser reicht dann bis zum Hobbysport, der von einem großen Teil der Gesellschaft ausgeübt wird. Trainings in einer größeren Stundenanzahl findet man im Vereinssport. Schließlich existieren noch Leistungs - und Spitzensport.

Darüber hinaus werden neue Begriffe gebildet. Ein Beispiel dafür ist E - Sport.

E - Sport bezeichnet das Spielen mittels Konsole oder Computer. Entstanden ist dieser Sport, da die Möglichkeit bestand, Menschen als Gegner zu wählen und nicht mehr nur elektronische. In besonderer Kritik stehen Ego - Shooter, die sich in den 1990ern etabliert hatten. Im Gegensatz dazu werden Simulationen (Formela One Driving) und realistische Spiele (FIFA, NeedforSpeed) immer beliebter. Der Spieler möchte in das Geschehen selbst eingreifen.¹⁵⁴ Die Computertechnologie entwickelt sich ständig weiter und produziert verbesserte Spiele. Der Begriff ‚E - Sport‘ trifft erst wirklich auf aktuelle Spiele der Konsole Wii zu. Mittels dieser neuen Technologie wird es möglich, selbst aktiv am Spiel teilzunehmen. Bei Wii Sports, dem ersten Spiel der Konsole, kann man verschiedene Sportarten anhand einer kabellosen Bedienung (Remote) ausüben. Die Remote überträgt die Bewegungen des Spielers so gut wie eins zu eins auf das Gerät. Auf diese Weise kann der Tennisschläger geschwungen, der Volleyball geschmettert und die Bowling - Kugel geworfen werden. Dieser Sport erfordert nicht nur Konzentration und Geschick, sondern auch körperlichen Einsatz. Mittlerweile kommt auch eine neue Technologie auf den Markt, die Wii

¹⁵³ Vgl. Weiss, 1990, S. 69 f.

¹⁵⁴ Vgl. Axster/Jäger/Sicks/Stauff, 2009, S. 230 ff.

Motion Plus, mit der noch präzisere Bewegungen ausgeführt werden können. Aber nicht nur Ballspiele werden geboten, sondern auch Fitness - Programme oder GoKart.

Zusammenfassend betrachtet können noch weitere Entwicklungen auf dieser Ebene erwartet werden.

6.1.2 Spitzensport

Leistungs - oder Spitzensport ist Sport auf höchster Ebene.

Sportliches Handeln vollzieht sich mittels Symbolen. Im Spitzensport steht soziale Anerkennung ebenso im Vordergrund. Erfolg ist jedoch das erwünschte Ziel.

Der Profisport unterliegt strengen Rahmenbedingungen, die der jeweilige Sportler einzuhalten hat. Das Handeln des Sportlers bezieht sich nicht nur auf sich selbst, vielmehr sind auch andere Personen/Unternehmen an dem Berufsfeld ‚Profisportler‘ beteiligt. Um überhaupt Erfolge erzielen zu können, benötigt der Sportler ein entsprechendes Umfeld. Die Ausübung eines Profisports wäre nicht ohne Management, medizinische Unterstützung, Sponsoren und Medien möglich. Jeder Sportler muss anfangs seine Rolle im Team oder in der Mannschaft finden. Sportliches Handeln ist nur dann möglich, wenn Verständigung stattfindet. Das heißt, die Spieler müssen zu einer gegenseitigen Rollenübernahme bereit sein, um miteinander agieren zu können. Verschiedene Rollen dienen dazu, intentional zu handeln. Eine Rolle im Sport beziehungsweise eine Position vermittelt bestimmte Handlungsmuster. Klar zu erkennen ist demnach, dass ein ‚Stürmer‘ sich im vorderen Teil des Spielfeldes aufhält und den Schuss auf das Tor anstrebt. Ein ‚Verteidiger‘ versucht hingegen vor dem eigenen Tor den Gegner am Torschuss zu hindern. Nur wenn dieses System von allen Spielern gleichermaßen erfüllt wird, ist kollektives Handeln zielführend.¹⁵⁵

„Sportliche Leistungen signalisieren eine Bestätigung der Identität des sportlich Handelnden genau dann, wenn die soziale Umgebung diese ‚Signale‘ als sportliche Leistungen anerkennt und damit identitätsbildende Kriterien konstruiert.“¹⁵⁶

¹⁵⁵ Vgl. Weiss, 1990, S. 107 ff.

¹⁵⁶ Weiss, 1990, S. 93

Spitzensport ist meist nur von kurzer Dauer, da Sport auf hohem Niveau nicht ein Leben lang ausgeführt werden kann.

Für den Spitzensportler stehen folgende Ziele im Vordergrund:

- Erfolg
- Finanzieller Nutzen
- Ruhm
- Spaß an der Bewegung

6.2 Medien

Die Medien sind ein wichtiger Partner des Sports. Eine passive Teilnahme an Sportevents wäre sonst nicht möglich.

*„Die Programm - und Themenauswahl werden von zwei grundlegenden Bedingungen bestimmt, einerseits von rechtlichen Bestimmungen, die einen öffentlichen Auftrag der Massenmedien gesetzlich formulieren und andererseits von den ökonomischen Rahmenbedingungen, welche die Finanzierung medialer Institutionen oder Unternehmen beeinflussen.“*¹⁵⁷

Das Mediensystem ist dafür verantwortlich, dass eine Interaktion zwischen dem Sportsystem und anderen Systemen ermöglicht wird. Nicht nur der Sportzuschauer profitiert davon, sondern auch wirtschaftliche Unternehmen.¹⁵⁸

Redakteure, Kommentatoren und Regisseure dienen als Sprachrohr im Mediensystem. Sie sind dafür verantwortlich, dass der Sport gut präsentiert wird und das Publikum befriedigt wird.

¹⁵⁷ Hagenah, 2004, S. 19

¹⁵⁸ Vgl. Weiss, 1999, S. 197

*„Massenmedien produzieren eine eigene Sport - Wirklichkeit, eine Medienkultur des Sports, die mit dem Wesen der Medien stark zusammenhängt. Damit definieren sie den Sport, mit dem die Rezipienten konfrontiert werden, entscheidend mit.“*¹⁵⁹

Die Massenmedien konstruieren aufgrund ihrer Selektion den Sport erheblich mit. Sie stehen damit in einer großen Verantwortung dem Publikum gegenüber. Als Vertreter der Medien ist der Journalist beziehungsweise Kommentator dafür verantwortlich, die Wirklichkeit des Sportgeschehens zu vermitteln.

Konstruktionsregeln des Mediensports:¹⁶⁰

1. Nähe:

Je vertrauter in kultureller, politischer, zeitlicher Hinsicht sportliche Ereignisse sind, desto höher ist die Medienaufmerksamkeit, die sie erhalten. Diese Regel kann durch besonders ‚exotische‘ Begebenheiten wie Brandungssurfen oder Steilwandskilauf aufgehoben werden.

2. Rekorde, Siege und Elite:

Außergewöhnliche Leistungen und Erfolge und diejenigen, die sie vollbringen und haben, finden eher Erwähnung als mittelmäßige Normalität. Großereignisse auf Weltniveau erhalten eher Beachtung als regionale Wettkämpfe.

3. Konflikte, Gewalt und Aktion:

Bedrohliches, die Ordnung sportlicher Dinge gefährdende Handlungen, Krisen andeutende Ereignisse, haben höhere Chancen, berichtet zu werden, als ‚normaler Tagesablauf‘. Dies gilt z. B. für Krisen in Vereinen, Wertkonflikte, Trainerwechsel, Disharmonien in Mannschaften, Unfälle.

¹⁵⁹ Gimpl, 2005, S. 68

4. Personalisierung:

Personalistische Tendenzen sportlicher Ereignisse werden eher bevorzugt als deren strukturelle Merkmale und Bedingungen. Dies hängt sicher unter anderem auch damit zusammen, dass Ereignisse über Personen leichter darstellbar sind (Fotos, Interviews) als über Strukturen. Konsequenterweise berichten Medien daher mehr über Sportler und Funktionäre.

5. Human Interest:

Alltägliche und private Lebensumstände prominenter Sportler besitzen hohen Nachrichtenwert.

Im Gegensatz dazu können Medien den Sport auch negativ beeinflussen. Der Wunsch nach immer spannenderen, schnelleren und dramatischeren Bildern ist nicht erst seit heute bekannt. Das bedeutet für den Sportler ein höheres Risiko. Schnellere Geschwindigkeiten werden angepeilt, gefährliche Kurven eingebaut oder die Helmpflicht im Eishockey wird abgeschafft, um den Sport noch ansehnlicher zu machen. Auf diese Weise besteht eine größere Verletzungsgefahr für die Athleten. In weiterer Folge werden die sportlichen Wettkämpfe dann angesetzt, wann es für die Medien und die Werbevertreter am günstigsten erscheint und nicht, wann es für den Sportler gesundheitlich am besten wäre. Demnach finden die Sportereignisse dann statt, wenn am meisten Zuseher vor den Bildschirmen sitzen, egal ob früh morgens, in der Mittagssonne oder in der späten Nacht, ohne Rücksichtnahme. Es muss sich nicht immer negativ auf den Sport auswirken, aber leider passiert es manchmal. Es wird davon ausgegangen, dass wenn man nicht in den Sport eingreift (z. B. Änderung des Reglements), bestimmte Sportarten auf der Strecke bleiben und von den Medien ignoriert werden. Der Grund dafür wäre eine schlechte finanzielle Ausschöpfung oder das Fehlen von Spannungselementen. Diese problematische Entwicklung ist auch bei öffentlich - rechtlichen Anbietern zu erkennen, indem Einschaltquoten eine höhere Wichtigkeit beigemessen wird als wie es der Programmauftrag vorsieht. Dies bestreiten die Medienvertreter vehement und verweisen auf ihre Informationspflicht.¹⁶¹

¹⁶⁰ Becker, 1983, S. 34

6.2.1 Sport im Österreichischen Fernsehen

Das Österreichische Fernsehen besteht zurzeit aus den öffentlich - rechtlichen Sendern des ORF und den Privatsendern ATV, Puls 4 und Servus TV. Sport wird überdurchschnittlich oft auf ORF 1 und ORF Sport Plus gesendet.

Im Jahr 2000 wurde vom ORF eine Studie zu Medien und Sport erstellt. Diese besagt, dass das Fernsehen mit 46 % das Leitmedium bei der Sportrezeption ist. Gefolgt von Tageszeitungen und Radio. Bei dieser Studie wurde das Internet allerdings nicht bedacht. 32 % der 2000 befragten Österreicher sind mit dem Sportprogramm im ORF sehr zufrieden, 49 % eher zufrieden. Generell ist festzuhalten, das Sportprogramm steht im Vergleich zur Konkurrenz sehr gut da. 75 % der Befragten stufen es als gleich gut oder sogar besser ein.¹⁶²

„Diverse Großereignisse, wie Weltmeisterschaften, Europameisterschaften oder Olympische Spiele zählen zu den fixen Programmpunkten im ORF. Weiters gehören Formel 1 Grand Prix, Fußball - Spiele (Bundesliga, Champions League,...) und Ski Alpin - Rennen zu den wichtigsten Übertragungen.“¹⁶³



Abbildung 12: ORF Live - Berichterstattung (Ski Alpin) mit Assinger+Seeger

Quelle:

http://www.sportschau.de/spe/turin/news200602/20/img/orf_kommentatoren_gross.jpg

(Stand: 10.06.2009)

¹⁶¹ Vgl. Schwier, 2002, S. 257 ff.

¹⁶² Vgl. ORF Medienresearch (Sport und Medien):

http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_sport.htm, zuletzt aufgerufen am 29.08.2009, 16:38

¹⁶³ Lorenz, 2008, S. 79

Bei den meist gesehenen Sendungen im ORF steht im Jahr 2008 die Fußball Europameisterschaft (in Österreich/Schweiz) an erster Stelle. Von 2,189 Mio. Zuschauer/innen ab zwölf Jahren wurde das Spiel Österreich gegen Deutschland in der 2.Halbzeit verfolgt. Auf dem zweiten Platz der Hitliste landete ebenfalls ein EM - Spiel, nämlich das Finale Spanien gegen Deutschland. Erst an dritter Stelle findet sich eine Sendung ohne Sport.¹⁶⁴ Anhand dessen erkennt man das große Interesse der Bevölkerung an Sport und einer guten Sportberichterstattung des ORF.

„Einschaltquoten und Reichweitendaten – und damit das Interesse des Publikums - bestimmen heute, was aus einer Sportart wird.“¹⁶⁵

ORF SPORT PLUS sendet auf der Frequenz von TW1 und ergänzt somit das Programm mit Sportübertragungen. Der Sender richtet sich vermehrt an das Publikum von Randsportarten wie Tennis, Handball, Reiten, etc.¹⁶⁶

Generell interessieren sich die meisten Österreicher für Fußball und Ski Alpin.

6.2.2 Sportprogramm im ORF

Die ORF - Sportredaktion ist sich der Verantwortung bewusst, ein sportliches Programm für ein gemischtes Publikum zu bieten.

Der ORF überträgt die Hauptsportarten wie Fußball, Formel 1, Ski Alpin und Ski Nordisch. Sportgroßereignisse wie Weltmeisterschaften, Europameisterschaften, Olympische Spiele und regionale Bewerbe (z. B. Tennistrophy in Wien) sind im Programm ebenfalls fest verankert.

¹⁶⁴ Vgl. ORF Mediaresearch (Meistgesehene Sendungen 2008):
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_hitliste.htm, zuletzt aufgerufen am 29.08.2009, 17:03

¹⁶⁵ Gimpl, 2005, S. 38

¹⁶⁶ Vgl. Infosat: <http://www.infosat.de/Meldungen/?msgID=54116>, zuletzt aufgerufen am 09.09.2009, 14:54

Um möglichst viele Menschen anzusprechen, werden Formate gegründet, die vielschichtige Interessensbereiche abdecken. Entertainment ist ein wesentlicher Bereich in der Medienberichterstattung.

ORF Sportunterhaltungsformate:

- **Das Rennen**

Dieses ORF – Ski – Event soll Sport und Unterhaltung verbinden. Im November 2009 treten prominente Kandidaten mit Hilfe ehemaliger Skilegenden gegeneinander bei einem Skirennen an. Zuvor müssen sie sich einem Trainingscamp mit Armin Assinger stellen. Die Sendung erreichte beim Finale einen Marktanteil von 32 Prozent.¹⁶⁷

- **Das Match** (Teil 2)

Bei dieser Sportdokumentation nehmen diverse Prominente an einem Fußball - Trainingscamp teil. Im Gegensatz zur ersten Sendung 2008 tritt zuerst ein Team von Hans Krankl gegen ein Team von Herbert Prohaska, beides ehemalige Konkurrenten auf dem Rasen, an. Höhepunkt des Events ist das Spiel gegen eine deutsche Mannschaft. Die Sendung wird fünfmal als Dokumentation und zweimal als Live - Spiel ausgestrahlt.¹⁶⁸

¹⁶⁷ Vgl. ORF Programm (Das Rennen) <http://derneue.orf.at/programm/fernsehen/orf1/rennen.html>, zuletzt aufgerufen am 20.05.2010, 19:13

¹⁶⁸ Vgl. ORF Kundendienst (Das Match): http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf1/das_match.html, zuletzt aufgerufen am 01.06.2010, 14:27

6.3 Wirtschaft

Der Mediensport unterliegt mittlerweile auch dem wirtschaftlichen Interesse. Die Summe an Sponsoren und Werbeagenturen steigt stetig, die sich immer mehr an den Sportveranstaltungen beteiligen wollen und sich für Sport interessieren. Ferner wächst damit der Druck auf die Medienunternehmen, Eingriffe in das Regelwerk oder Programmveränderungen zu akzeptieren. Aufgrund der Übertragungsrechte kommt es in Bezug auf Sportarten zu Verschiebungen oder andere Sender übernehmen jene. Nicht telegene Sportarten haben so gut wie keine Chance sich in den Medien zu präsentieren, da sie keine spannungsdramaturgischen Ereignisse beinhalten.¹⁶⁹

Für die Wirtschaft bedeutet Sport in erster Linie Werbe- und Sponsoringmaßnahmen. Auf diese Weise wird der Sportler oder Vereine finanziell unterstützt und der eigene Bekanntheitsgrad verstärkt.

Personen, die in der Werbebranche, PR oder in Sportrechte - Agenturen tätig sind, werden zum Wirtschaftssystem im Sport gezählt.¹⁷⁰

Aber auch sportliche Großereignisse spielen für die Wirtschaft eine bedeutende Rolle. Die Austragung von Olympischen Spielen bedeutet für das Gastgeberland einen erheblichen finanziellen Nutzen, jedoch auch eine hohe Investition. Die Vorbereitung aus finanzieller Sicht und die Organisation eines derartigen Events bedarf einer Vielzahl von Mitarbeitern. Der Tourismus erlebt wiederum einen immensen Auftrieb, sowie der Einblick in viele unbekannte Sportarten erhöht das Interesse am Vereinssport. Egal wie dieses Sportevent ausgeht, das Risiko tragen Veranstalter und Sponsoren. Die Fernsehgelder können ein derart großes Ereignis nicht finanzieren.¹⁷¹

Sport ist eindeutig ein wirtschaftlicher Faktor. Ohne Sponsoren wären Großveranstaltungen und kleinere Wettkämpfe nicht finanzierbar. Die Werbung bedeutet für Sportler, Sponsoren und Medien eine große Einnahmequelle.

¹⁶⁹ Vgl. Florschütz, 2005, S. 155

¹⁷⁰ Vgl. Hagenah, 2004, S. 27

¹⁷¹ Vgl. Weiss, 1999, S. 216 f.

Telegene Sportarten sind dabei im Vorteil, da sie leichter Sponsoren gewinnen und für die Medien viel interessanter erscheinen. Randsportarten oder nicht telegene Sportarten haben es im Gegensatz dazu ziemlich schwer. Beachvolleyball zählt zu den Randsportarten, konnte sich aber in den vergangenen Jahren besser für die Medien präsentieren. Der Grand Slam von Klagenfurt (das wichtigste Turnier im Beachvolleyball) wird derzeit sogar vom ORF live übertragen. Durchtrainierte Frauen - und Männerkörper in knappen Outfits locken Zuseher an. Das Turnier wurde von 39 offiziellen Sponsoren unterstützt.¹⁷²

Ein weiteres Problem stellen Fernsehübertragungsrechte im Sport dar.

Der Regelkreis sieht folgendermaßen aus: der jeweilige Sportverein bezahlt dessen Sportler, das Geld der Übertragungsrechte erhalten die Vereine und die Fernsehanbieter werden über die Werbung finanziert. Sollte dieser Kreislauf unterbrochen werden, bekommen das alle anderen zu spüren.¹⁷³

Zu den wichtigsten wirtschaftlichen Faktoren im Sport zählen Sportwerbung, Sportsponsoring und Sportökonomie.

Ferner produziert die Wirtschaft noch weitere Interessensgebiete. Immense Gewinne werden durch die Sportartikelindustrie erzielt. Der Trend bei Fitnessstudios nimmt weiter zu und richtet sich an gesundheitsbewusste Personen sowie Kraftsportler. Sporttourismus ist ein ständiger Begleiter, so das Wetter auch mitspielt. Der Leistungsdruck des Sportlers wird durch den finanziellen Einfluss immens erhöht.¹⁷⁴

Das Ziel im Sport ist zwar erfolgreich zu sein, aber nebenbei möchte man natürlich auch viel Geld verdienen und das ist nur dann möglich, wenn der Sportler gut vermarktet wird. Als Beispiel dienen Benni Raich und Marlies Schild, die als Paar mit ihrem Hauptsponsor (Uniq) laufend präsent sind. Sportler mit konstanten guten Leistungen erhalten eher einen Sponsorvertrag mit einem Unternehmen als jene, die nur selten oder nie Erfolge erzielen. Wer also im Spitzensport tätig ist, ist damit nicht nur für sich alleine verantwortlich, sondern seine Leistungen wirken sich auch auf das Image des eigenen Teams, der Fernsehan-

¹⁷² Vgl. Partner des Beachvolleyball Grand Slams in Klagenfurt:

<http://www.beachvolleyball.at/index.php?page=partner>, zuletzt aufgerufen am 05.08.2009, 10:48

¹⁷³ Vgl. Florschütz, 2005, S. 221 f.

bieter oder der Markennamen aus. Skimarken, die viele Siege erzielen, werden eher auch im Hobbysport gekauft als jene, die erfolglos sind. Der Sportler vertritt auf diese Weise auch die Sponsoren. Das ist auch der Grund dafür, dass Sportler so gut wie nie ohne Kopfbedeckung (Helm, Haube, Kappe, etc.) zu sehen sind und der Rennanzug voll mit Sponsorenaufklebern ist.

6.3.1 Sportwerbung

Sportmarketing bedeutet nicht nur einen Gewinn für Medienbetreiber, sondern auch für Sportveranstaltungen selbst, Sportler, Vereine, Initiativen, Fitnesscenter und Sport - Reisen.¹⁷⁵

*„Sportwerbung bezeichnet eine isolierte Werbemaßnahme im Sport, im Sinne der klassischen Werbung, also z. B. die Bandenwerbung im Stadion oder die Insertion in Veranstaltungsbroschüren.“*¹⁷⁶

Motive für Sportwerbung aus Sicht der Veranstalter/Medien:¹⁷⁷

- Steigerung der Besucher - /Zuseherzahl
- Markenbildung/Imagebildung
- Sponsoren werben für Sport

Die technischen Möglichkeiten haben sich stark verbessert. Es handelt sich dabei heutzutage um Bandenwerbung, die in vielen verschiedenen Sportarten eingesetzt werden kann. Bandenwerbung ermöglicht eine hohe Präsenz in den Medien.

¹⁷⁴ Vgl. Weiss, 1999, S. 215

¹⁷⁵ Vgl. Schierl, 2007, S. 278 f.

¹⁷⁶ Babin, 1995, S. 18

Essentielle Elemente der Sportwerbung:¹⁷⁸

- Bildzeichen und Symbole
- Text und Sprache
- Musik
- Kommunikationsmittel

Bei der diesjährigen Top - Spot - Verleihung 2009 waren Sportler auf mehreren Spitzenplätzen vertreten. Armin Assinger wurde zum Werbeliebling gewählt, der durch seine charmante und lustige Art als Publikumsliebling fungiert. Die Goldene Werbetrommel erhielt WWP/Schüller & Heise für den Spot der Mobilkom mit den ÖSV – Stars.¹⁷⁹

6.3.2 Sportsponsoring

Jeder Sportler braucht sie, doch viele kriegen sie nicht – Sponsoren. Wer im Sport Geld verdienen möchte, kann sich nicht nur auf erfolgreiche Siege verlassen. Gerade wenn es einmal nicht so gut läuft, ist man auf finanzielle Absicherung angewiesen. Der Begriff „Sponsoring“ ist mittlerweile im Sport genauso wichtig wie das Siegen. Ist ein Vertrag erst einmal abgeschlossen, dann lautet das Ziel den Sponsoren gerecht zu werden.

„Sportsponsoring ist eine spezielle Austauschbeziehung zwischen Sponsoren (Wirtschaftsunternehmen) und Gesponserten (Sportler, Sportorganisationen). Während die Sponsoren Marketing - und Kommunikationsstrategien (zur Imagebildung, Steigerung des Bekanntheitsgrades, Ansprache von Zielgruppen etc.) verfolgen, wollen die Gesponserten mit Hilfe finanzieller und materieller Zuwendungen ihre sportlichen Ziele verwirklichen.“¹⁸⁰

In der Formel 1 nehmen Sponsoren - Aufkleber einen großen Teil der Werbung ein. Sowohl der Rennanzug des Fahrers ist voll bestückt mit ihnen als auch das Rennauto.

¹⁷⁷ Vgl. Schierl, 2007, S. 280 f.

¹⁷⁸ Vgl. Schierl, 2007, S. 285 ff.

¹⁷⁹ Vgl. Top - Spot - Verleihung 2009: <http://enterprise.orf.at/1504/?fc=2>, zuletzt aufgerufen am 09.09.2009, 13:15

¹⁸⁰ Weiss, 1999, S. 217



Abbildung 13: Sponsoren eines Formel 1 - Fahrers (Lewis Hamilton)

Quelle: http://www.autobild.de/ir_img/63235150_0879f25187.jpg (Stand: 13.01.2009)

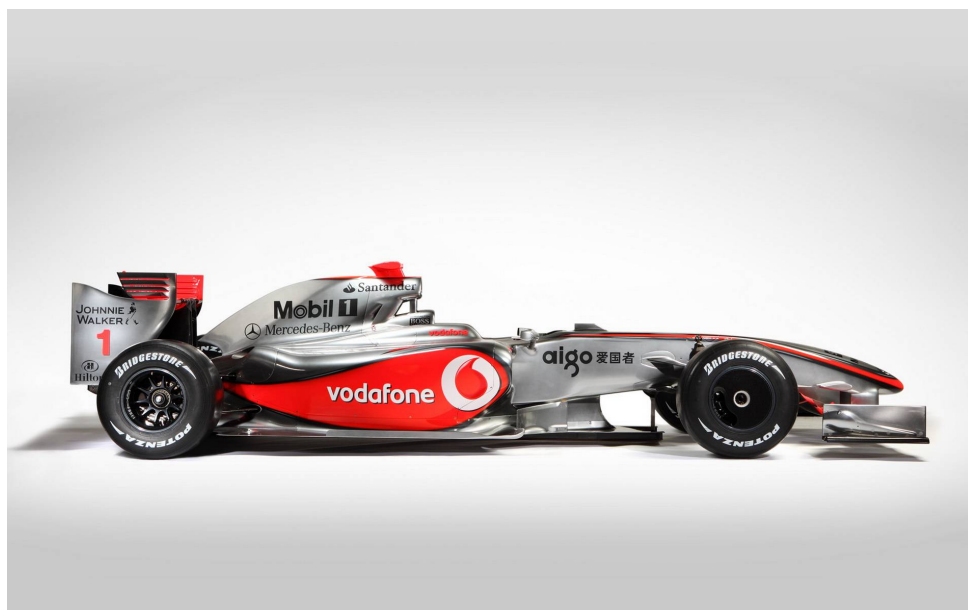


Abbildung 14: Formel 1 Sponsoren (McLaren)

Quelle: http://www.f1-site.com/wallpapers/2009/presentation_mclaren/mclaren - mp4 - 24 - wallpaper - f1 - car - 2009 - 2.jpg (Stand: 13.01.2009)

Sponsoren - Aufkleber sind nicht die einzige Möglichkeit. In vielen Fällen wirbt der Sportler für eine Marke, indem er vor - oder nach einem Event die Getränkedose in der Hand hält oder mit dem Handy des Mobilfunksponsors telefoniert.

„Sportsponsoring wird auch weiterhin ein wesentliches Werkzeug sein, um die Markenbekanntheit zu steigern oder die essenziellen Botschaften möglichst präzise in die Zielgruppen zu beamen.“¹⁸¹

Ein weiterer wichtiger Bereich des Sponsorings ist das Eventsponsoring. Die Herausforderung stellt dabei ein hohes Risiko und ein großes Besucherfeld dar.

Beim Beachvolleyball Grand Slam verteilt der Hauptsponsor des Events überdimensionale Plastikhandschuhe, um die Marke besser in Szene zu setzen.

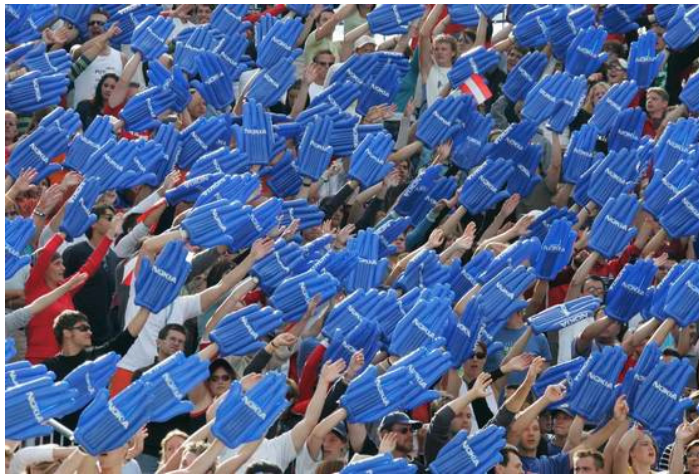


Abbildung 15: Hauptsponsor beim Beachvolleyball Grand Slam in Klagenfurt

Quelle: <http://www.beachvolleyball.at/showimg.php?id=3062&place=21>

(Stand: 14.08.2009)

Der Sport ohne Sponsoring ist nur schwer überlebensfähig. Der finanzielle Nutzen sowohl für den Sportler oder den Verein als auch für die Betreiber einer Marke ist entscheidend. Vereine oder Sportler sehen sich gezwungen, weitere Geldmittel zu lukrieren. Mit Werbeaufträgen und Fernsehgeldern kann der Großteil der Kosten gedeckt werden. Weiters zählen Sponsoren und Lotteriebetreiber zu den wichtigsten Einnahmequellen.¹⁸²

¹⁸¹ Hutter, 2009, S. 67

¹⁸² Vgl. Babin, 1995, S. 87

*„Verkauft man Sendezeiten an Sponsoren, zahlen diese je nach Sendezeit gestaffelte Beträge, um ihre Werbung zu platzieren.“*¹⁸³

Funktionen des Sponsorings:¹⁸⁴

- Der Bekanntheitsgrad einer Marke wird verstärkt
- Das Image des Sportlers/Events wirkt sich auf das Image der Marke aus
- Verschiedene Zielgruppen werden durch Sponsoring gezielt erreicht
- Die Kaufbereitschaft des Rezipienten wird erhöht

Das Interesse der jeweiligen Unternehmen ist unterschiedlich. Die Unterstützung von einzelnen Sportlern, einer ganzen Mannschaft oder einem ganzen Verein kann zu verschiedenen Erfolgen führen. So belastet der Nachwuchssportler den Sponsor durch längere und kostenintensivere Zusammenarbeit aufgrund seines jugendlichen Alters. Das Risiko ist deutlich höher nicht erfolgreich zu werden und lange Wartezeiten auf Erfolg sind eingeplant. Im Gegensatz dazu spiegelt die Fangemeinde eines Teamsports eine breite Palette an Käufern. Besteht die Möglichkeit, Sportler aus verschiedenen Sportarten zu unterstützen, kann das die Reichweite einer Marke verstärken.¹⁸⁵ Bis vor kurzem war Raiffeisen Sponsor von Markus Rogan (Schwimmen) und Hermann Maier (Ski Alpin). Aufgrund eines öffentlichen Skandals wurde das Engagement mit Rogan aufgelöst.

Sponsoring soll folgende Inhalte vermitteln:¹⁸⁶

- Dynamik
- Konsequenz
- Verlässlichkeit
- Gesundheit
- Schönheit
- Teamfähigkeit
- Fitness

¹⁸³ Rüdegger, 2007, S. 190

¹⁸⁴ Vgl. Weiss, 1999, S. 218

¹⁸⁵ Vgl. Hutter, 2009, S. 67

¹⁸⁶ Vgl. Hutter, 2009, S. 67

6.3.3 Der Sportler als Marionette

Heutzutage sind erfolgreiche Sportler mit diversen Markenaufklebern und Helmen/Kappen ausgestattet. Bevor beim Ski Alpin ein Interview gegeben werden kann, muss ein Betreuer zuerst einmal den Sportler richtig ‚anziehen‘. Die Jacke muss geöffnet werden, damit man die Aufkleber am Krageninneren gut lesen kann, das Handy samt Anhängerband wird umgehängt, die Haube aufgesetzt und die Ski in die Hand gedrückt. Für den Sportler bedeutet dies das Öfteren ausgeliefert sein.

Trotz allem bedeutet dies eine finanzielle Absicherung sowohl für den Sportler als auch Gewinn für die Sponsoren.

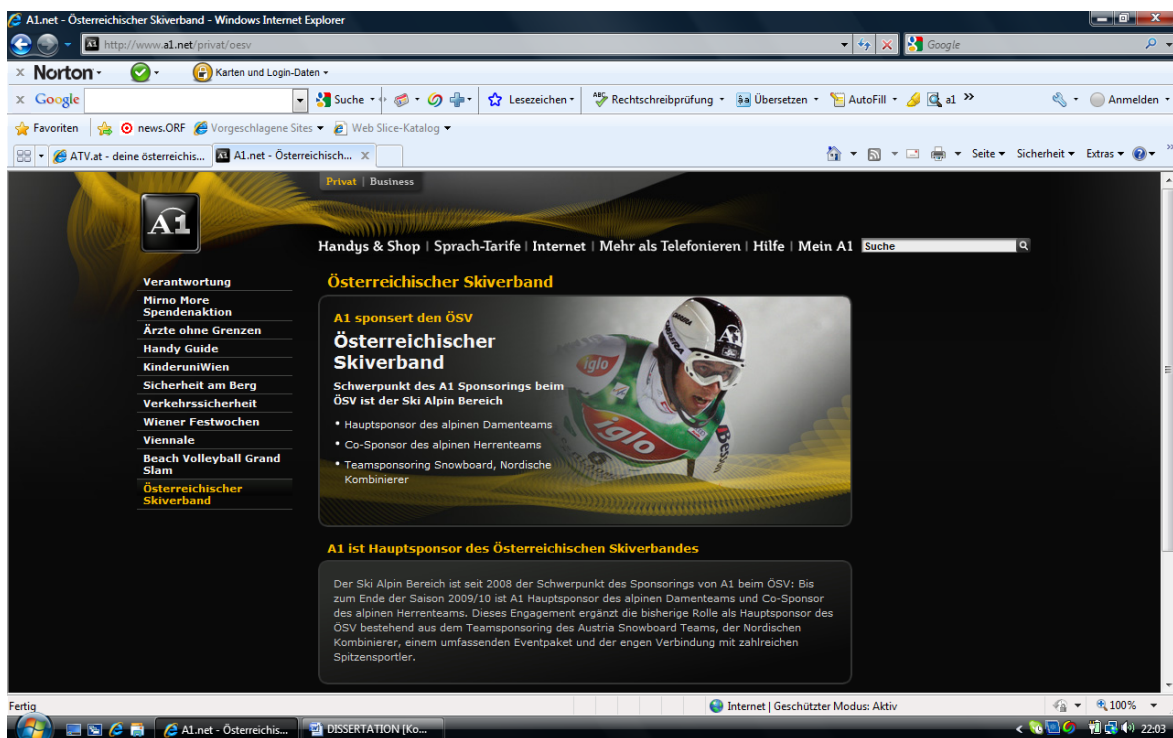


Abbildung 16: A1 als Sponsor des ÖSV

Quelle: <http://www.a1.net/privat/oesv> (Stand: 18.11.2009)

In vielen Sportarten ist der finanzielle Nutzen entscheidend für die Aufrechterhaltung einer Sportart. Eine wesentliche Rolle nehmen Sponsoren und Markennamen ein. Der Kampf des Hauptsponsors um die Gunst der Konsumenten beginnt. Der einzelne Sportler begibt sich auf die Suche nach einem Sponsor. Sobald ein Werbevertrag zustande kommt, geht

der Sportler eine Reduktion seiner Entscheidungsfreiheit ein. Der finanzielle Wert des Unternehmens steht damit über den Interessen des Sportlers. Jedoch ohne finanzielle Unterstützung ist ein erfolgreiches Überleben im Sport kaum möglich.¹⁸⁷

Für einen außergewöhnlichen Fall sorgte der Wechsel des derzeit weltbesten Fußballers Cristiano Ronaldo im Juni 2009, der wohl am besten als Beispiel einer Marionette dient. Der Verein Real Madrid zahlte 93,2 Millionen für einen Vertrag mit dem 24 - jährigen Portugiesen an den Ex - Verein Manchester United. Damit wurde er zum teuersten Spieler der Welt erkoren.¹⁸⁸

Grundsätzlich muss der durchschnittliche Spitzensportler mit weit weniger Geld haushalten. Ferner steigt das Interesse an Nebenverdiensten und leider auch der Griff zu verbotenen leistungssteigernden Dopingmitteln.

6.4 Publikum

Das Publikum ist das wichtigste System im Sport. Die Sportrezeption ist grundlegend für den Erfolg einer Sportart im Fernsehen.

„Einschaltquoten und Reichweitendaten respektive das Interesse des Publikums bestimmen heute letztlich, was aus einer Sportart wird.“¹⁸⁹

Es stellt sich die Frage, welchen Reiz der Zuseher an dem Phänomen ‚Sport‘ sieht. Ein entscheidender Faktor ist, dass der Rezipient mit den Regeln einer Sportart vertraut ist. Nur wenn dieses Wissen vorhanden ist, wird ein Interesse an dem sportlichen Ereignis geweckt. Die Nachvollziehbarkeit etwaiger Spielzüge ermöglicht einen spannenden und einzigartigen Sport. Sportarten, die leicht verständlich sind oder sogar selbst ausgeübt werden, sind ebenso von höheren Quoten geprägt. Sportrezeption ist darüber hinaus eine Zeit - und

¹⁸⁷ Vgl. Reichenauer, 2000, S. 93

¹⁸⁸ Vgl. Die Presse (Fußball): <http://diepresse.com/home/sport/Fußball/486402/index.do>, zuletzt aufgerufen am 05.08.2009, 15:03

¹⁸⁹ Weiss, 1990, S. 128

Kostenfrage. Die Eintrittskarten für Sportevents müssen bezahlt werden, wenn man Sport live erleben möchte. Das Zeitbudget des Publikums ist wiederum gering, sodass Veranstaltungen oft zu Zeiten stattfinden, an denen der Rezipient andere Dinge bevorzugt.¹⁹⁰

„Schließlich ist Sport immer auf ein Publikum bezogen; er findet in Räumen statt, die aktuell oder mindestens potenziell Bereiche für Zuschauer besitzen.“¹⁹¹

Nicht umsonst wird der Zuschauer als „der zwölfte Mann“ bezeichnet. Bei der Austragung von diversen Ballsportarten kann das Publikum zu einem Erfolg beitragen, indem es die Mannschaft mit Parolen und Klatschen anfeuert. In jeder Sportart existieren bestimmte Parolen, die speziell für die Mannschaft stehen. Dadurch empfindet der einzelne Sportler mentale Unterstützung.

Vorbilder im Sport, mit denen man sich identifiziert sind ein entscheidendes Motiv bei der Sportrezeption. Identifikationsmöglichkeiten wie Aussehen, Charakter, Hobbies oder Nationalität sind für den Sportfan immens wichtig. Favorisierte Sportler oder Fangruppen sind im Sport nicht nur üblich, sondern erwünscht, um sich von anderen abzugrenzen. Aber nicht nur sportliche Erfolge eines Teams/Spielers sind von Bedeutung, viel mehr trägt der Mensch beziehungsweise die Persönlichkeit eines Sportlers zu einer Identifikationsfigur bei. Idole entstehen jedoch erst dann, wenn der sportliche Erfolg eintritt.¹⁹²

„Die Identifikation mit einem Sportstar mag z. B. den bewussten Wunsch ausdrücken, eine ungerechte Gesellschaft zu bekämpfen, oder es kann gefühlsmäßige Bindung mit jemandem bedeuten, der es geschafft hat. Damit kann der Zuschauer zu einer tiefen Quelle der Motivation für die Erhöhung des eigenen Leistungswillens gelangen.“¹⁹³

Auf diese Weise erhält der Zuschauer eine teilnehmende Rolle, wenn er sich mit seinem Idol identifiziert beziehungsweise mitfiebert.

¹⁹⁰ Vgl. Heinemann, 1998, S. 226 f.

¹⁹¹ Axster/Jäger/Sicks/Stauff, 2009, S. 11

¹⁹² Vgl. Lorenz, 2008, S. 34

Transparenz wird bei der Sportübertragung nur dann erreicht, wenn Durchschaubarkeit, Anschaulichkeit und Exaktheit gegeben sind. Verantwortlich für Verständigung bei der Sportrezeption ist Komplexitätsreduktion. Erst durch signifikante Symbole ist Sport in all seinen Facetten für den Zuseher begreifbar.¹⁹⁴

Motive – die das Publikum beeinflussen können:¹⁹⁵

- **Durchschaubarkeit**

Da sich eine Sportart für jeden Rezipienten als unvorhersehbar darstellt, muss sie jedoch durchschaubar wirken. Nur wenn das Publikum das sportliche Geschehen nachvollziehen kann, wird es auch das Regelwerk beherrschen. Technisches oder inhaltliches Wissen ist meist ein Nachteil, da sich der Rezipient erst in die Sportart ‚einsenken‘ muss. Eishockey oder Volleyball sind weniger telegene Sportarten. Der schnelle Puck beziehungsweise Ball kann vom Publikum nur schwer verfolgt werden. Darüber hinaus verlangt die Formel 1 großes Wissen an technischen Gegebenheiten. Erst wenn man sich mit dieser Sportart näher beschäftigt, wird man merken, dass sie weit mehr beinhaltet als ‚im Kreis fahrende Autos‘.

- **Dramatik**

Dramatik ist ein wichtiges Element zur Spannungserzeugung. Der Zuschauer wünscht sich den Bedarf nach Dramatik. Ein sportliches Ereignis soll sich bis zum Höhepunkt permanent steigern, wenn es nach dem Publikum geht. Um einen spannungsgeladenen Ablauf zu ermöglichen, werden Meisterschaften und Turniere geschaffen, die am Ende einer Saison oder über einen längeren Zeitraum den besten Spieler oder die beste Mannschaft ermitteln. Der Saisonhöhepunkt ist gerade für das Publikum von immenser Bedeutung und darf nicht verpasst werden. Im Idealfall existieren im letzten Spiel mehrere Anwärter auf den Meistertitel, um die Spannung ins Unermessliche zu treiben.

¹⁹³ Weiß, 1990, S. 112

¹⁹⁴ Vgl. Weiss, 1990, S. 111

¹⁹⁵ Vgl. Wendl, 2005, S. 20 ff.

- **Helden**

Helden beziehungsweise Idole sind ein besonderer Teil der Sportdramaturgie. Der Zuseher muss sich mit dem einen oder anderen Sportler identifizieren können. Berühmte Namen wie Hermann Maier, Niki Lauda oder Michael Schumacher dürfen in keiner Sportart fehlen. Sie sind in vielen Fällen der Grund, warum eine Sportart an Popularität gewinnt. Idole bieten Grund zur Parteinahme und ebnen den Weg einer Fangemeinde.

- **Aktive Ausübung**

Sportarten, die vom Publikum selbst ausgeübt werden, sind besser nachvollziehbar. Die meist verfolgten Sportarten werden jedoch oft nicht vom Rezipienten ausgeübt. Der Grund liegt darin, dass viele Sportarten nicht oder nur schwer selbst ausgeübt werden können (Formel 1, Eishockey, ...). Und gerade diese Tatsache erhöht das Interesse an einer Sportart.

- **Spannung**

Wie in Kapitel 5.2 beschrieben, ergeben sich viele Wege zur Spannungserzeugung. All jene Inszenierungsfunktionen im Sport bieten dem Zuseher spannende Situationen. Nicht jedes Sportevent kann auf gleiche Weise spannend erscheinen. Aber all jene Elemente können dazu beitragen, ein Spiel bis zum Schluss interessant zu gestalten. Das Regelwerk jeder Sportart stellt eine Grundlage zur Spannungserzeugung dar. Weitere Faktoren können das Spiel bereichern. Im Fußball oder Eishockey existieren besonders spannende Situationen, wie Elfmeter - Schießen oder Golden Goal oder das Penalty - Schießen. Auf diese Weise entsteht eine Dramaturgie, die ein ganzes Spiel umdrehen kann. Bei Ski Alpin wird der beste Slalomfahrer über zwei Durchgänge ermittelt. Genauso sieht es beim Skispringen aus. Bei der Nordischen Kombination muss ein Teilnehmer sowohl im Skispringen als auch im Langlauf herausragende Leistungen erbringen.

Dadurch ergeben sich Situationen, die der Zuseher mit den Athleten erlebt. Dabei kommt es nicht selten zu einer Adrenalinanreicherung. Im Tennis begeistert das Hawk - Eye, so-

wie die Tie - Break Regel. In der Formel 1 kam es in den letzten Jahren zu einem Spannungsabbau. Charismatische Fahrer wie Michael Schumacher, Mika Häkkinen oder Jacques Villeneuve haben den Rennsport verlassen, diverse Regeländerungen brachten nicht den erwünschten Erfolg und Weltmeister standen schon viele Rennen vor Schluss fest. Mittlerweile wurde das Regelwerk wieder verändert und machte die Formel 1 wieder spannender.

- Der Kommentar

Ein grundlegendes Element einer Sportberichterstattung ist ein Kommentator. Jener soll das sportliche Ereignis dem Zuseher auf eine objektive, aber interessante Weise vermitteln. In letzter Zeit ist der Einsatz eines Co - Kommentators immer beliebter geworden. Die Symbiose eines Medienfachmanns und eines Athleten mit einem großen Erfahrungsschatz stellt die perfekte Paarung für das Publikum dar. In vielen Fällen führt diese Kombination zu einer witzigen und kompetenten Berichterstattung für das Publikum. Beispiele sind: Ernst Hausleitner und Alexander Wurz in der Formel 1 oder Robert Seeger und Armin Assinger in Ski Alpin. Viele sportbegeisterte Zuseher verfolgen diverse Sportübertragungen nur aufgrund dessen.

6.4.1 Nutzungsmotive des Sportfernsehens

Die hier genannten Motive sind von immenser Bedeutung. Diese zwölf Motive stellen ein Schema dar, wodurch der Sportrezipient individuelle Befriedigung erhält und warum ein derartiges Interesse an Sport zustande kommt:¹⁹⁶

1. Show/Ästhetik/Exklusivität:

Im Eiskunstlauf oder beim Tanzsport kommen akrobatische und harmonische Bewegungen zum Einsatz, die durch Licht und Musik inszeniert werden.

¹⁹⁶ Vgl. Motive des Sportnutzers (DSF):

<http://www.dsfs.de/media/pdf/unternehmen/media/research/MotiveDesSportzuschauers.pdf>, S. 14 - 22, zuletzt aufgerufen am 20.5.2009, 10:46

2. Parteinahme:

Beim Fußball oder auch bei vielen anderen Ballsportarten identifiziert man sich oft mit einer Mannschaft, die man bei Spielen favorisiert. Diese Parteinahme verstärkt den Spannungsgehalt, indem man mit seiner Mannschaft mitfiebert.

3. Emotionalität/Involvement/Live - Erlebnis:

Live - Berichterstattungen im Fernsehen sind für den Zuseher von großer Bedeutung. Der Rezipient erlebt das Geschehen zwar nicht direkt vor Ort, aber zur gleichen Zeit. Dies erhöht den Reiz an der Sportrezeption erheblich.

4. Parasoziale Interaktion:

Die Identifikation mit einem Sportler ist vor allem dann interessant, wenn der Zuseher den Sport aktiv ausüben kann. Der Schwimm - oder Turnsport ist ein gutes Beispiel dafür.

5. Meinungsbildung/Information:

Die Meinung des Publikums bildet sich durch Expertenwissen oder Erfahrung. Sportzeitschriften oder Sportmagazine sind wichtige Quellen für Sportinteressierte.

6. Unspezifische Unterhaltung/Bewunderung/Spannung:

Diese Faktoren stehen in fast allen Sportarten zur Verfügung. Da Sport unvorhersehbar ist, bietet er alle jene Gratifikationen.

7. Sensationslust:

Sport lebt von Rekorden und Sensationen. Die meiste Sensationslust besteht jedoch beim Kampfsport. Ein Boxkampf im Fernsehen bedeutet für viele Zuseher Aggressionsabbau.

8. Wirklichkeitsflucht/Zeitvertreib:

Im Fernsehen kann man aus dem Alltag flüchten, so auch im Sport. In Fußball - Matches oder beim Tennis besteht die Chance, die Realität für kurze Zeit zu vergessen, indem man sich nur auf den Sport konzentriert.

9. Gemeinschaftserlebnis:

Sport fördert Teamarbeit. Man erlebt Sport oft in Gruppierungen, die gemeinsam für ein Ziel kämpfen. Auch als Zuseher kann das Gemeinschaftserlebnis in der Gruppe vor dem Fernseher ein Motiv für die Rezeption darstellen.

10. Familie:

Einer für alle und alle für einen. Als Beispiel dient der Radsport. An einem Radrennen nimmt man sowohl als Einzelsportler als auch im Team teil. Man unterstützt sich gegenseitig und begleitet den Fahrer im Team mit den besten Siegmöglichkeiten. Das begeistert auch das Publikum.

11. Lernen/Eigene Aktivität:

Durch Beobachtung im Sport kann der aktive Sportler Fehler bei der Sportausübung erkennen, die er selbst betreibt. Ferner ergibt sich die Chance, mehr über taktische und inhaltliche Manöver zu lernen.

12. Visuelles Erleben:

Dieses Motiv ist von besonderer Bedeutung. Es wird zwar vieles über Sport geschrieben, die audiovisuelle Verfolgung von Sportveranstaltungen führt jedoch zu einer realistischen Perspektive. Einen Skifahrer, der den Berg herunter fährt, wird man im Fernsehen besser wahrnehmen können als im Radio oder in der Zeitung.

7. Empirische Studie

In diesem Kapitel soll auf empirische Weise untersucht und dargestellt werden, wie die Beziehung zwischen Sport, Medien, Wirtschaft und Publikum korreliert. Sport ist ein wesentlicher Bestandteil der Medien und insbesondere des Fernsehens. Diverse Sportveranstaltungen und Wettkämpfe wären aber nicht möglich, würden Wirtschafts - und Werbetreiber diese Events nicht finanziell unterstützen und davon wiederum profitieren. Das Magische Viereck bildet ein gemeinsames System, das sich gegenseitig nicht ausschließen kann.

Insofern hat jedes einzelne System eine tragende Rolle inne. Die Medien sind dafür verantwortlich, dass das Publikum in Bezug auf Sportinteresse befriedigt wird. Das Publikum nimmt in diesem Zusammenhang als Rezipient die Rolle des Konsumenten ein. Auf diese Weise wird die Wirtschaft angekurbelt und der Sport selbst profitiert davon. Zwischen allen Systemen besteht ein wichtiger und vielseitiger Kreislauf, der das Phänomen ‚Sport‘ ausmacht. Mittels dieser Arbeit wird der Frage nachgegangen, wie dieser Kreislauf genau aussieht und auf welche Weise diese Zusammenarbeit das Zuschauerinteresse anzieht.

Um von dieser Faszination einen größeren Einblick zu erfahren, wird die Sportübertragung im ORF erforscht. Dabei werden zuerst anhand einer Bild - und Textanalyse dramaturgische Elemente, sowie Rahmenbedingungen der Sportberichterstattung im ORF untersucht. Ferner soll mit dieser Arbeit aufgezeigt werden, ob eine bestimmte Struktur beziehungsweise Sportdramaturgie besteht und wie sich diese auf das Magische Viereck auswirkt.

Anschließend werden Experten aus den vier Bereichen (Sport, Medien, Wirtschaft, Publikum) zu den Sportübertragungen und der Sportdramaturgie befragt. Auf diese Weise wird noch tiefer in diese Materie eingetaucht und ein Überblick in Bezug auf Strukturen und Funktionen der Sportberichterstattung geschaffen.

7.1 Untersuchungsgegenstand

Im Mittelpunkt dieser Untersuchung steht die Beziehung zwischen Medien und Sport. Die Auswirkungen dieser Beziehung auf Wirtschaft, Medien und Publikum wird anschließend dargestellt. Dabei soll herausgefunden werden, ob eine Sportveranstaltung nach bestimmten Kriterien und Strukturen von den Medien inszeniert wird oder jene spontan erfolgt. Sport fasziniert viele – er interessiert Menschen jedes Alters, jeder Schicht, jeder Herkunft.

„Die gesellschaftliche Bedeutung der einzelnen Sportart wird in den Medien nicht entsprechend repräsentiert, sondern sogar massenmedial bestimmt. Die durch den Journalisten lancierte Berichterstattung weckt beim Rezipienten Wünsche und Interessen an der Sportpraxis.“¹⁹⁷

Teil dieser Arbeit ist die Vormachtstellung des ORF in Bezug auf die Sportberichterstattung im Fernsehen, auf den der Druck sowohl durch diverse private Fernsehanbieter als auch das Internet steigen wird. Die Vermittlung von Sport via Medien hat sich hinsichtlich der technischen Möglichkeiten weiter entwickelt und dadurch ergeben sich neue Innovationen. Es stellt sich dabei nur die Frage, ob die Sportberichterstattung in ihrer ursprünglichen Funktion (Berichten und Informieren über Sportereignisse) nicht darunter leiden wird. Die besonders hohen Kosten für Sportübertragungen und Übertragungsrechte werden wohl aufgrund des Konkurrenzdrucks und technischen Aufwands immer weiter ansteigen, sodass in Zeiten der Wirtschaftskrise auch im Sport Einsparungen hingenommen werden müssen. Als Beispiel dient die „Königsklasse“ des Motorsports, die Formel 1, in der es zurzeit ausschließlich um Kostenreduktion geht.¹⁹⁸ Für den Rezipienten ändert sich derzeit nichts, solange die Folgen keinen Einfluss auf dessen Fernsehverhalten ausüben. In Bezug auf Sponsoring sind die Grenzen bereits ausgereizt. Es wird versucht, neue Wege in der Vermarktung der Sportler zu finden, die wieder Aufmerksamkeit erzeugen. Das Einbeziehen der Sportler in die Strukturen und Funktionen des Sports wäre ein wichtiger Schritt für eine attraktive Berichterstattung.

¹⁹⁷ Krüger/Scharenberg, 1993, S. 87

¹⁹⁸ Vgl. Sportgate: <http://www.sportgate.de/motorsport/formel1/artikel/Haug-Neue-Motoren-senken-Formel-1-Kosten-29855/>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 20:52

Des Weiteren soll erforscht werden, inwiefern eine Sportdramaturgie das Interesse der Zuschauer und auch andere Bereiche beeinflusst. Diese Komponenten werden mittels einer Befragung überprüft.

Es existieren sehr viele Meinungen und Theorien zu diesem Thema. Deshalb wird durch diese Dissertation versucht, die Thematik auf vielfältige Weise zu untersuchen und neue Erkenntnisse darzustellen. Diese Arbeit soll einen Teilaspekt aufzeigen und dem Phänomen ‚Sport‘ auf wissenschaftliche und empirische Weise etwas näher kommen.

Im folgenden Kapitel wird das Ziel dieser Arbeit konkretisiert und forschungsleitende Fragestellungen aufgelistet.

7.2 Forschungsfragen

Forschungsfrage 1: Inwiefern tragen dramaturgische Elemente für Zuschauerquoten einer Sportart im Fernsehen bei?

Forschungsfrage 2: Wie wirkt sich die Beziehung von Medien und Sport auf die Auswahl der Sportarten aus?

Forschungsfrage 3: Welche Faktoren sind für das Wirtschaftssystem hinsichtlich der Sportübertragung entscheidend?

Forschungsfrage 4: Welche Gestaltungsmittel werden im ORF eingesetzt, um attraktive Sportübertragungen für das Publikum zu gestalten?

Forschungsfrage 5: Auf welche Art und Weise tragen „Sporthelden“ dazu bei, das Interesse des Publikums zu wecken?

Forschungsfrage 6: Wie wird das Sportprogramm im ORF von Rezipienten wahrgenommen?

7.3 Operationalisierung

Indikatoren:

- *Sportartenselektion*

Definition: die Medien treffen eine Auswahl an Sportereignissen

Indikatoren: Fußball, Formel 1, Ski Alpin, Skilanglauf, Biathlon, Tennis, Schwimmsport, Volleyball, Handball,...

- *Wirtschaftssystem*

Definition: dazu zählen Sponsoren und Werbetreibende, die ein finanzielles Interesse am Sportgeschehen haben

Indikatoren: Sponsorenwerbung, Unterbrecherwerbung, Trikot - und Helmwerbung, Bandenwerbung, Testimonials, etc.

- *Gestaltungsmittel*

Definition: technische und gestalterische Möglichkeiten, die eine Berichterstattung bereichern

Indikatoren: Kameraperspektiven, Helmkamera, Musik, Live - Übertragungen, Nahaufnahmen

- *Inhalte*

Definition: Themenbereiche, die einen Teil der Sportberichterstattung darstellen

Indikatoren: Startliste, Streckenführung, zurückliegende Ereignisse, Punktestände, Doping, Unfälle, Verletzungen, umstrittene Schiedsrichterentscheidungen,...

- *Sporthelden*

Definition: prominente oder in der Öffentlichkeit herausragende Sportler, die eine große Präsenz und Zuschauerinteresse nach sich ziehen

Indikatoren: Homestories, herausragende Leistungen

- *Sportprogramm*

Definition: sowohl inhaltliche als auch visuelle Abfolge bei Sportereignissen

Indikatoren: Live - Berichterstattung, Vor - und Nachberichterstattung, Analyse, Interview, Gewinnspiele, Siegerehrungen

- *Sprecher*

Definition: Art und Weise, wie der Sport über Moderatoren, Kommentatoren, Co - Kommentatoren und Reporter vermittelt wird

Indikatoren:

- sachlich: auf die Sache bezogen, um die es geht, und nicht von Gefühlen bestimmt¹⁹⁹
- emotional: gefühlsmäßig, von Emotionen gelenkt²⁰⁰, mitfühlend
- aggressiv: energisch, feindselig, angriffslustig²⁰¹
- ironisch: voller Ironie²⁰²
- mitreißend: atemberaubend, aufregend, begeisternd, berauschend, bewegend²⁰³
- fröhlich: heiter, ausgelassen, freudig²⁰⁴
- aufgeregt: emotional bewegt, nervös, unruhig²⁰⁵
- humorvoll: heiter, gut gelaunt, mit Sinn für das Witzige²⁰⁶
- ängstlich: furchtsam, bedacht sein²⁰⁷

¹⁹⁹ The Free Dictionary (sachlich): <http://de.thefreedictionary.com/sachlich>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 09:45

²⁰⁰ The Free Dictionary (emotional): <http://de.thefreedictionary.com/emotional>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 10:10

²⁰¹ The Free Dictionary (aggressiv): <http://de.thefreedictionary.com/aggressiv>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 10:03

²⁰² The Free Dictionary (ironisch): <http://de.thefreedictionary.com/ironisch>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 09:50

²⁰³ Duden (mitreißend) <http://www.duden.de/definition/mitrei%C3%9Fend>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 10:13

²⁰⁴ The Free Dictionary (fröhlich): <http://de.thefreedictionary.com/fr%C3%B6hlich>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 10:20

²⁰⁵ The Free Dictionary (aufgeregt): <http://de.thefreedictionary.com/aufgeregt>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 10:23

²⁰⁶ The Free Dictionary (humorvoll): <http://de.thefreedictionary.com/humorvoll>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 10:18

7.4 Untersuchungsmethoden

Am Beginn werden zuerst anhand einer Bild - und Textanalyse dramaturgische Elemente der ausgewählten Sportarten (Fußball, Ski Alpin, Formel 1) im ORF dokumentiert und ausgewertet. Dabei können vielfältige Unterschiede in der medialen Darbietung der Sportarten aufgezeigt werden.

Anschließend werden Experten der jeweiligen Subsysteme (Medien, Sport, Wirtschaft, Publikum) befragt und deren Aussagen dementsprechend analysiert. Anhand jener Befragungen können verschiedene Sichtweisen zu Dramaturgie und Auswirkungen auf das Magische Viereck bei Sportveranstaltungen gesammelt und miteinander verglichen werden.

Mit diesem Methodenmix sollen Strukturen und Funktionen des Medien - und Sportsystems und deren Auswirkungen auf Wirtschaft und Publikum dargestellt werden.

Als Untersuchungsmethode wird eine quantitative Text - und Bildanalyse gewählt, mit deren Hilfe das Fernsehgeschehen systematisch analysiert werden kann. Der methodische Teil der Arbeit besteht außerdem aus einer qualitativen Befragung von ORF Sportjournalisten, Sponsoren, Sportwissenschaftlern/Sportlern und Rezipienten. Dadurch ergeben sich verschiedene Sichtweisen der unterschiedlichen Subsysteme (Medien, Wirtschaft, Sport, Publikum), die an einer erfolgreichen Sportberichterstattung beteiligt sind. Des Weiteren wird die Beziehung von Sport und Medien genauer erforscht, um die jeweiligen Ziele und Motive hinsichtlich der Sportberichterstattung herauszufinden. Auswirkungen des Sports auf das Magische Viereck (Sport - Medien - Wirtschaft - Publikum) bilden den Schwerpunkt dieser Untersuchung.

Die gewählten Methoden sollen den Inhalt dieser Arbeit empirisch untermauern.

²⁰⁷ The Free Dictionary (ängstlich): <http://de.thefreedictionary.com/%c3%a4ngstlich>, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 10:43

7.4.1 Quantitative Text - und Bildanalyse

Für die Untersuchung der Beziehung zwischen Medien und Sport in Bezug auf dramaturgische Elemente werden verschiedene Sportereignisse herangezogen. Es werden Formel 1 Rennen, Fußball - Spiele und Skirennen im ORF analysiert. Alle drei Sportarten werden zu den Hauptsportarten des ORF gezählt und sind deswegen von besonderer Brisanz.²⁰⁸

7.4.1.1 Ausgangsmaterial

Als Einzelfälle werden folgende Sportveranstaltungen zur Analyse gewählt:

- Fußball: ein Länderspiel, ein Bundesligaspiel und ein Championsleague - Spiel

Die österreichische Bundesliga besteht zurzeit aus zehn Vereinen, die um die Meisterschaft kämpfen. Sie stellt die höchste regionale Spielklasse dar. Die weitaus höhere Liga dazu ist die UEFA Champions League. Teilnehmen dürfen nur europäische Mannschaften. In dieser spielen die besten zwei Vereine der Bundesliga - Tabelle mittels Qualifikation um den Einzug in die Gruppenphase. Die besten zwei Teams kämpfen um den begehrten Europapokal. Im Jahr 2012 trägt diesen Titel FC Chelsea.

Im Gegensatz dazu stehen Länderspiele. In der FIFA Weltrangliste werden die jeweiligen Länder nach ihren Ergebnissen gereiht. Österreich befindet sich an 45.Stelle (Stand: 2.Februar 2011).²⁰⁹ Die besten Nationen nehmen an Europa - und Weltmeisterschaften teil. Im Jahr 2010 fand die Fußball - Weltmeisterschaft von 11. Juni – 11.Juli 2010 in Südafrika statt. Der regierende Weltmeister ist Spanien.

²⁰⁸ Vgl. ORF Hauptsportarten: http://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=77&pvi_id=522, zuletzt aufgerufen am 5.1.2011, 21:00

²⁰⁹ Vgl. FIFA Weltrangliste: <http://de.fifa.com/associations/association=aut/ranking/gender=m/index.html>, zuletzt aufgerufen am 01.03.2011, 17:06

- Formel 1: zwei Grand Prix Rennen

Im Gegensatz zu Fußball existiert nur eine Motorsportklasse im ORF, nämlich die Formel 1. Diese Rennserie ist die höchste Stufe im Motorsport. Es sind jedoch auch andere Serien wie die DTM²¹⁰, GP2²¹¹, Rallye, Nascar²¹², oder MotoGP²¹³ in den Medien vorhanden.

In der Formel 1 werden zurzeit von März bis November 2011 insgesamt 20 Rennen in der ganzen Welt ausgetragen. Der beste Fahrer und das beste Team dieser Klasse werden mit dem Gewinn der Weltmeisterschaft ausgezeichnet.

- Ski Alpin: ein Abfahrtsrennen der Damen und ein Riesenslalomrennen der Herren

Der Skisport ist der Nationalsport in Österreich. Aufgrund der geografischen Lage mit überwiegend Hoch - und Mittelgebirge zieht dieser Sport die breite Masse an. Diese Tatsache macht sich auch in den Fernsehübertragungen von Skirennen bemerkbar.

2009 war der Nachtslalom in Schladming (27.Jänner) mit 1,535 Mio. Zuseher/innen (ab zwölf Jahren) die meistgesehene Sendung im Österreichischen Fernsehen.²¹⁴

Ski Alpin besteht aus mehreren Bereichen. Dazu zählen folgende Disziplinen: Abfahrt, Super G, Riesenslalom, Slalom, Kombinationsbewerbe (Klassische - und Super - Kombination) und Nationenrennen. Die Ski - Saison 2010/2011 startet Ende Oktober 2010 mit einem Nationen - Wettkampf in Sölden und endet mit dem Saisonfinale am 20.März 2011 in Lenzerheide. Am Ende einer Saison werden die jeweiligen besten Fahrer mit den meisten Punkten der einzelnen Rennbewerbe ausgezeichnet. Der Sportler mit den meisten Punkten aller Bewerbe wird zum Gesamtweltcupsieger gekürt.

Diese Auswahl ermöglicht einen Vergleich hinsichtlich dramaturgischer Elemente und medialer Aufbereitung in den unterschiedlichen Sportarten. Die untersuchten Kategorien

²¹⁰ DTM = Deutsche Tourenwagenmeisterschaft

²¹¹ GP2 = höchste Nachwuchsrennserie und Vorstufe zur Formel 1

²¹² Nascar = National Association for Stock Car Auto Racing (Rennserie in den USA)

²¹³ Moto GP = höchste Rennserie im Motorradrennsport

²¹⁴ Vgl. ORF Mediaresearch (Hitliste):

http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_hitliste.htm, zuletzt aufgerufen am 16.7.2010, 11:41

werden anhand eines Codebogens ausgewertet. Dieser Codebogen wurde mittels Pretest anhand eines Sportevents pro Sportart überprüft, weshalb die Reliabilität gegeben ist.

Die Ergebnisse werden in Kapitel 7.6 Ergebnisse und Auswertung zusammengefasst.

7.4.1.2 Untersuchungskategorien der Text - und Bildanalyse

Anfangs wurde anhand der als Untersuchungsmaterial definierten Sportsendungen ein Kategorienschema mit Haupt - und Subkategorien entwickelt.

Sportart

- Fußball
- Formel 1
- Ski Alpin

Sprecher

- Kommentator
- Co - Kommentator
- Moderator
- Reporter

Inhalte

- Streckenführung
- Spieleraufstellung/Startliste
- Vergangene Ereignisse
- Doping
- Punktestand
- Unfall/Verletzung
- Heldenfigur/herausragende Sportler
- Sonstige

Gestaltungselemente

- Zeitlupe
- Großaufnahme
- Wiederholung
- Helmkamera
- Musik
- Vorbericht
- Nachbericht
- Interview
- Analyse
- Gewinnspiel
- Prominente
- Homestories
- Beitrag
- Sonstige

Sprache des Sprechers

- Aggressiv
- Ironisch
- Sachlich
- Humorvoll
- Aufgeregt
- Fröhlich
- Mitreißend
- Ängstlich
- Sonstige

Werbung

- Testimonial - Werbung
- Sponsoren
- Trikotwerbung
- Bandenwerbung

- Unterbrecherwerbung
- Sonstige

Dieses wurde in sechs übergeordnete Punkte zusammengefasst und jeder Sportart entsprechend ausgewertet. Sie beziehen sich dabei auf forschungsleitende Fragestellungen, sowie auf dramaturgische Elemente.

- Anordnung der einzelnen Sendungssequenzen
- Präsentation (Sprecher)
- Inhalt
- Visuelle Gestaltung
- Länge
- Dramaturgie

7.4.1.3 Auswertung

Die erhobenen Daten (Frames) der Text - und Bildanalyse wurden mittels Häufigkeits - und Frequenzanalyse quantifiziert und mit Microsoft Excel dokumentiert. Dabei wurde ein manuell - holistischer Zugang gewählt. Anschließend wurden die untersuchten Kategorien anhand von Tabellen und Diagrammen ausgewertet und veranschaulicht. Die Zuverlässigkeit wurde mittels weiterer Kodierer geprüft.

Die Ergebnisse wurden interpretiert und mit der Analyse der Experteninterviews verglichen und ergänzt.

7.4.2 Qualitative Befragung

Es wurde zusätzlich die Methode des problemzentrierten Interviews gewählt, mit dem Ziel die Untersuchungsperson zu ausführlichen Darstellungen ihrer Meinung in Bezug auf die Problemstellung zu bringen. Im Leitfadeninterview werden jene Aspekte des Forschungsthemas in Fragevorschlägen zusammengestellt.

7.4.2.1 Festlegung des Materials

Für die Untersuchung mittels qualitativer Befragung wurden Vertreter (n=15) der jeweiligen Subsysteme (Sport, Medien, Wirtschaft, Publikum) aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit beziehungsweise Interesse ausgewählt.

Vertreter der jeweiligen Bereiche des Magischen Vierecks:

- Sport (Österreichischer Skiverband, Sportwissenschaftler, eine ehemalige Profisportlerin)
- Medien (ORF : programmwirtschaftlicher Leiter der Sportredaktion und ein Sportkommentator/Sportmoderator)
- Wirtschaft (Sportsponsoren – Uniqo und Hervis)
- Publikum (Sportinteressierte)

7.4.2.2 Erhebungssituation

Zunächst wurde ein Interviewleitfaden entwickelt, der zuvor getestet wurde. Die Experten wurden kontaktiert und Termine wurden vereinbart. Da fast alle der ausgewählten Personen aus Zeitmangel um ein schriftliches Interview baten, wurden die Interviews per E-Mail geführt. Fragen oder Missverständnisse konnten auf diesem Weg sofort geklärt werden.

Die Fragen wurden für jeden Bereich des Magischen Vierecks individuell und themenspezifisch erstellt, um eine große Fülle an Information zu erhalten.

7.4.2.3 Analyseeinheiten

In der vorliegenden Untersuchung wird ein Wort als Kodiereinheit festgelegt.

Die Kontexteinheit wird auf zwei Seiten beschränkt, da es durchaus vorkommen kann, dass mehr Material zur Verfügung steht.

Als Auswertungseinheit wird die Reihenfolge der Interviews des Magischen Vierecks gewählt (Sport → Medien → Wirtschaft → Publikum).

7.4.2.4 Auswertung

Die Experteninterviews werden mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

Es wurde eine strukturierende Inhaltsanalyse nach Mayring gewählt, die eine Darstellung spezifischer Aspekte, in diesem Fall dramaturgischer Elemente, ermöglicht.

Ziel der strukturierenden Inhaltsanalyse ist es, "eine bestimmte Struktur aus dem Material herauszufiltern. Das können formale Aspekte, inhaltliche Aspekte oder bestimmte Typen sein; es kann aber auch eine Skalierung, eine Einschätzung auf bestimmten Dimensionen angestrebt werden."²¹⁵

Dabei kommen drei Techniken zum Einsatz:²¹⁶

1. *Zusammenfassung*: das Material wird soweit reduziert, damit es überschaubar wird, aber trotzdem das Wesentliche erhalten bleibt.

2. *Explikation*: die Explikation ist dafür verantwortlich, dass fragliche Textteile durch zusätzliches Material erklärt und ausgedeutet werden. Bei der engen Kontextanalyse wird hierfür bloß auf den Textkontext zurückgegriffen, während die weite Kontextanalyse auch anderes Material zur Klärung des Textteils heranzieht.

²¹⁵ Mayring, 2002, S. 118

²¹⁶ Vgl. Mayring, 2007, S. 58

3. *Strukturierung*: mit Hilfe einer Strukturierung sollen bestimmte Aspekte aus dem Material herausgefiltert werden, die nach bestimmten Kriterien eingeschätzt und geordnet werden.

In dieser Untersuchung wurde eine inhaltliche Strukturierung herangezogen, da bestimmte Themenbereiche in Bezug auf das Magische Viereck erforscht werden sollen.

7.4.2.5 Fragenkatalog der Interviews

FERNSEHEN:

1. Wie sehen Sie den Stellenwert des Sports im ORF?
2. Welche Ziele verfolgt der ORF bei der Sportübertragung?
3. Wer ist für die Sportartenselektion im ORF verantwortlich?
4. Mittels welcher Faktoren wird die Bedeutung eines Sportereignisses für den ORF ausgewählt?
5. Welcher Stellenwert wird der Übertragung von Live - Events beigemessen?
6. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?
7. Welche Emotionen wollen Sie bei der Sportberichterstattung vermitteln?
8. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport und wer ist daran beteiligt? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?
9. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?
10. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie einer Sportübertragung im Fernsehen abgewinnen?
11. Inwiefern greift der ORF durch gestalterische Mittel in den Sportwettkampf ein?
12. Warum verwenden Kommentatoren bei Ski Alpin - Übertragungen unterschiedliche Bezeichnungen für Frauen und Männer („Ski - Herren“ und „Ski - Mädchen“)?
13. Warum werden im Fußball keine Co - Kommentatoren eingesetzt?
14. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Beitrag in Hinblick auf das Zuschauerinteresse? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!
15. Wie sehen Sie die Zusammenarbeit zwischen Fernsehen und der nationalen Wirtschaft?
16. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) aus Ihrer Sicht in eine Sportübertragung ein?
17. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

SPORT:

1. Wie sehen Sie den Stellenwert des Sports im österreichischen Fernsehen?
2. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?
3. Welchen Beitrag leisten Sportler Ihrer Meinung nach für das Interesse im Fernsehen?
4. Inwieweit ist der Erfolg einer Sportart von Medien abhängig?
5. Inwieweit überträgt der ORF den sportlichen Wettkampf im Fernsehen?
6. Wie sehen Sie die Beeinflussung des Fernsehens durch die Auswahl an Sportarten?
7. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?
8. Welche Emotionen sollen bei der Sportberichterstattung vermittelt werden?
9. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Wichtigkeit für die Rezipienten? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!
10. Welche Rolle spielen Sporthelden Ihrer Meinung nach für das mediale Interesse?
11. Welchen Einfluss haben Fernsehanstalten auf den Sportler selbst und welche Rolle spielt der Sportler für einen medialen Erfolg?
12. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?
13. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?
14. Auf welche Art und Weise profitiert die nationale Wirtschaft vom Profisport?
15. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im Fernsehen abgewinnen?
16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?
17. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

WIRTSCHAFT:

1. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?
2. Welchen Anteil besitzt die nationale Wirtschaft bei der Sportberichterstattung und wie sieht Ihre Rolle aus?
3. Welchen Erfolg erwarten Sie sich von einer Sportübertragung?
4. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie einer Sportübertragung im Fernsehen abgewinnen?
5. Inwiefern ist die Sportberichterstattung durch eine Selektion der Medien geprägt?
6. Wovon profitieren Sie bei Sportveranstaltungen im Fernsehen?
7. Welchen Beitrag leisten Sportler für einen wirtschaftlichen Erfolg?
8. Nach welchen Kriterien entscheiden Sie sich für die finanzielle Beteiligung eines Sportlers oder einer Sportart/Sportveranstaltung?
9. Welche Bedingungen müssen bei der Übertragung von Sportveranstaltungen erfüllt werden, damit Sie als Unternehmen einen Erfolg erzielen?
10. Welche Sportarten sind für Sie wirtschaftlich gesehen von großer Bedeutung und warum?
11. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?
12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?
13. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Wichtigkeit für die Wirtschaft? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!
14. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?
15. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

PUBLIKUM:

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?
2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?
3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?
4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?
5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im ORF abgewinnen?
6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?
7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?
8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?
9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?
10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?
11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!
12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?
13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!
14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung vermittelt?
15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?
16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?
18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?
19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

7.4.3 Untersuchungszeitraum

Das Sportprogramm des ORF wurde zwischen 18.10.2009 und 04.12.2009 ausgewählt und analysiert.

Die Experteninterviews wurden im September 2010 – Jänner 2011 geführt und anschließend ausgewertet.

7.6 Ergebnisse und Auswertung

In diesem Kapitel erfolgt die Darstellung der Ergebnisse der genannten Untersuchungsmethoden. Diese Untersuchung ermöglicht Kenntnisse, warum bestimmte Sportarten vom Publikum selektiert werden, auf welche Weise Medien durch dramaturgische Stilmittel beitragen, wie ein Sportevent für die Vermarktung aufgebaut werden kann und inwieweit der Sport oder Sportler sein Ziel realisiert sieht.

Das vorliegende Material wurde anhand der Forschungsfragen, des Kategorienschemas, des Codebogens und der verwendeten Theorie ausgewertet.

Dabei ergibt sich die Möglichkeit, das konkrete Einsetzen dramaturgischer Elemente seitens der Medien zu untersuchen und deren Wirkung auf Sportvereine, Sponsoren oder Rezipienten festzustellen. Dadurch werden die Beziehung von Medien und Sport sowie Strukturen und Funktionen im Magischen Viereck ersichtlich.

Das Modell der Triangulation ermöglicht eine Analyse quantitativer und qualitativer Daten, die durch Methodentriangulation und Forschertriangulation zur Validitätsprüfung beitragen. Durch den Einsatz verschiedener Methoden und Forscher kann der Untersuchungsgegenstand einerseits vielfältige Ergebnisse liefern und gleichermaßen Schwächen der Methoden ausgleichen.²¹⁷

*"Triangulation beinhaltet die Einnahme unterschiedlicher Perspektiven auf einen untersuchten Gegenstand oder allgemeiner: bei der Beantwortung von Forschungsfragen. Diese Perspektiven können sich in unterschiedlichen Methoden, die angewandt werden und/oder unterschiedlichen gewählten theoretischen Zugängen konkretisieren, wobei beides wiederum miteinander in Zusammenhang steht beziehungsweise verknüpft werden sollte."*²¹⁸

²¹⁷ Vgl. Flick/v.Kardorff/Keupp/Rosenstiel/Wolff, 1991, S. 432 ff.

²¹⁸ Flick, 2008, S. 12

Die Ergebnisse der quantitativen Text - und Bildanalyse werden in Kapitel 7.6.1 detailliert dargestellt.

Die Auswertung der qualitativen Befragung wird in Kapitel 7.6.3 zusammengefasst und ersichtlich.

7.6.1 Text - und Bildanalyse von Sportübertragungen

Es wurden drei Sportarten im ORF ausgewählt und anhand eines Codebogens verglichen. Die Auswertung bezieht sich nur auf die ausgewählten Sportereignisse und kann nicht auf alle Sportevents zutreffen. Die Ergebnisse wurden quantitativ ausgewertet.

7.6.1.1 Fußball

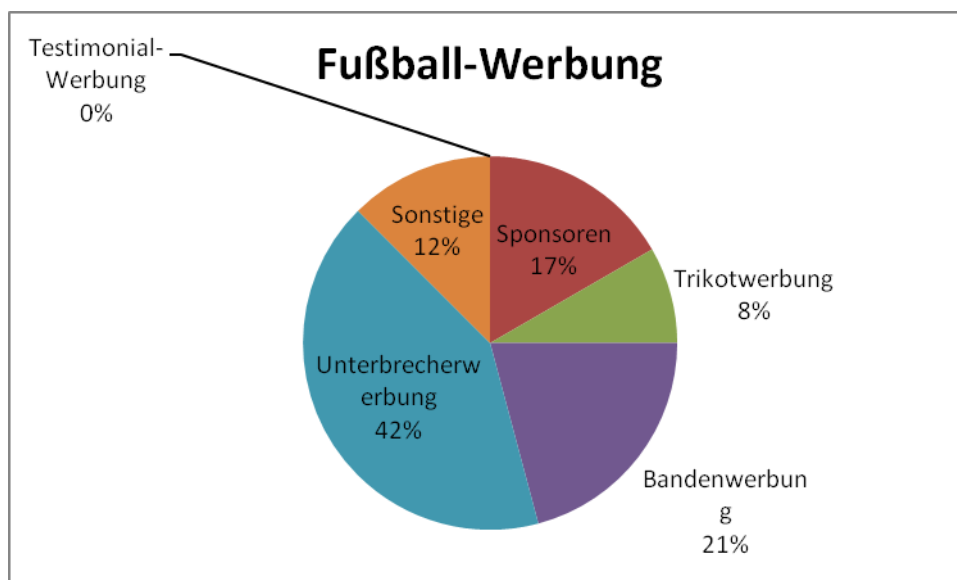
In den analysierten Sportbeiträgen konnten Ähnlichkeiten in der Präsentation der Veranstaltungen festgestellt werden. Es wurden je ein Bundesliga - , Champions League - und Länderspiel ausgewählt, um Unterschiede aufzuzeigen. Die mediale und öffentliche Präsenz dieser Spiele ist divergent.

1. Anordnung

Jedes der drei unterschiedlichen Fußball - Ereignisse wird im ORF mittels Erklären eines bekannten Jingles²¹⁹ eingeleitet. Der Zuseher wird von einem Moderator begrüßt und in einer Vorberichterstattung auf das kommende Spiel vorbereitet. Dabei wird über vergangene Spielereignisse gesprochen, sowie über Punktestände und Spieleraufstellung. Zwi- schendurch werden Interviews oder Beiträge eingespielt. Dies ist bei allen Spielen gleich.

Nach der Vorberichterstattung findet der Übergang zum Live - Spiel statt. Davor wird die Berichterstattung kurz mittels Werbung unterbrochen. Diese dient als wichtige Sendezeit für Sponsoren.

²¹⁹ Jingle = eine einprägsame Melodie



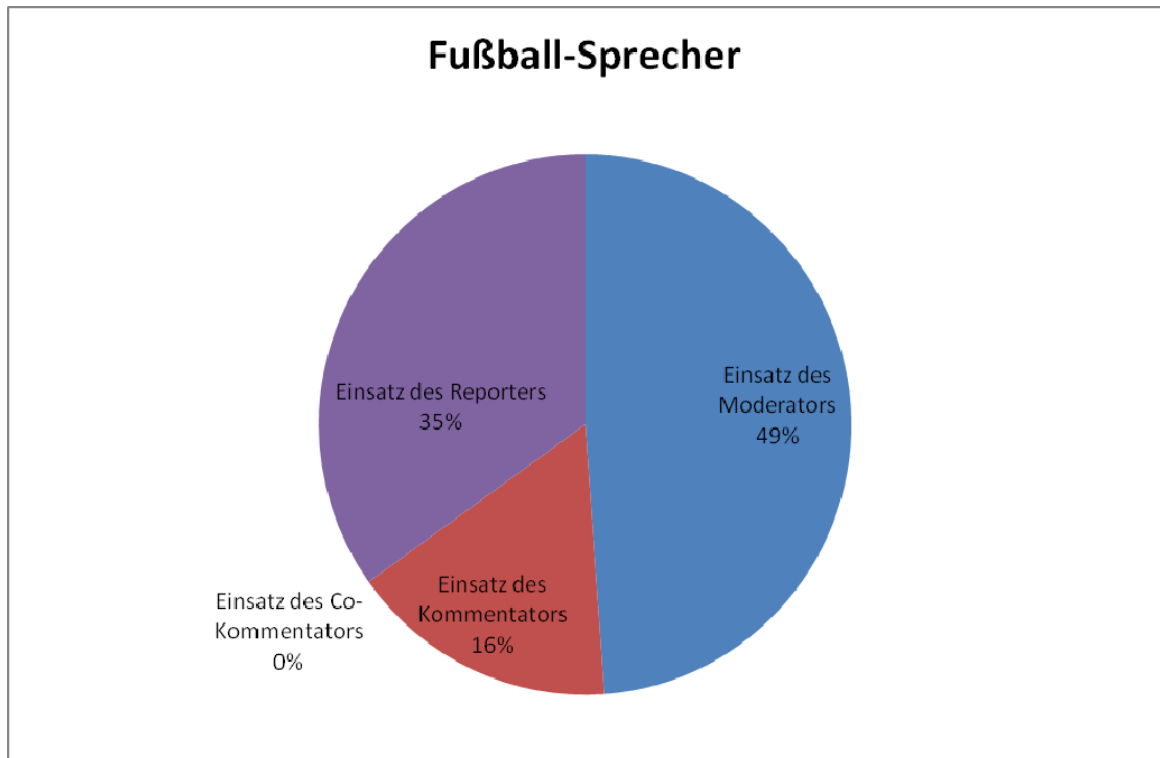
Grafik 1: Werbung im Fußball

Werbung ist ein immanentes Begleitsystem im Fußball. In dieser Untersuchung konnte festgestellt werden, dass Unterbrecherwerbung mit 42 % überdurchschnittlich oft bei Fußballübertragungen vorkommt. Des Weiteren ist Bandenwerbung ein ebenso wichtiger Bestandteil, da diese manuell gesteuert und eingesetzt wird.

Testimonials konnten hingegen zu keinem Zeitpunkt im Fußball codiert werden.

Das Match wird mit dem Schiedsrichter - Pfiff oder bei Länderspielen mit den Nationalhymnen begonnen. An dieser Stelle übernimmt der Kommentator und führt durch das Spiel bis zur Halbzeit. In der Pause finden kurze Interviews und die Analyse des Moderators mit einem Experten im Studio oder vor Ort statt.

Die Analyse hat ergeben, dass den größten Teil der Berichterstattung im Fußball der Moderator mit 49 % übernimmt. Auffallend ist besonders, dass kein Co - Kommentator bei Fußballübertragungen zum Einsatz kommt. Reporter und Kommentator bringen die Berichterstattung mit 35 % und 16 % dem Publikum näher. Daraus ergibt sich, dass die Vor- und Nachberichterstattung einen größeren Sprecheranteil besitzt als das Live - Spiel.



Grafik 2: Sprecher im Fußball

2. Präsentation

Länder - und Champions League - Spiele finden für gewöhnlich im Hauptabendprogramm statt. Bundesligaspiele hingegen stehen meist nachmittags auf dem Programm.

Jeden Samstag/Sonntag während der Spielsaison findet ein Live - Bundesligaspiel im ORF statt. Länderspiele werden in unregelmäßigen Abständen präsentiert.

Die UEFA Champions League wird im ORF nicht zur Gänze übertragen. In den meisten Fällen werden Qualifikationsspiele der österreichischen Teams, sofern der ORF die Senderrechte erworben hat, sowie Finalspleie gezeigt.

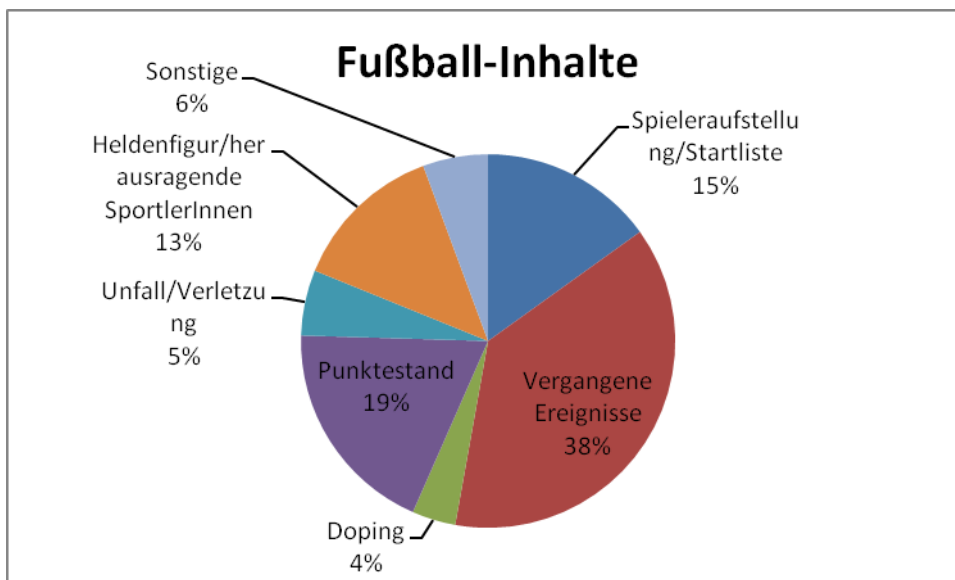
Bei Fußballübertragungen konnten keine typischen „Fußball - Kommentatoren“ erkannt werden. Dasselbe gilt für Moderatoren und Reporter.

In der Bundesliga werden Spiele vom ehemaligen Profi - Fußballer ‚Manfred Zsak‘ analysiert. Bei Länder - und Champions League - Spielen setzt der ORF auf ‚Herbert Prohaska‘.

3. Inhaltliche Gestaltung

Die Inhalte beziehen sich bei allen Spielen auf sportartspezifische Bereiche wie Spieleraufstellung, vergangene Spielereignisse, Verletzungen, Heldenfiguren und Punktestände. Es konnte festgestellt werden, dass Heldenfiguren in niederen Ligen weniger oft thematisiert werden. Bei dem Länderspiel wurde das Thema dreimal, in der Bundesliga einmal und in der Champions League dreimal aufgegriffen.

Inhaltlich stehen vergangene Ereignisse mit 38 % im Mittelpunkt der Berichterstattung. Doping spielt im Vergleich dazu mit nur 4 % eine geringe Rolle und wird in den untersuchten Spielereignissen kaum thematisiert.

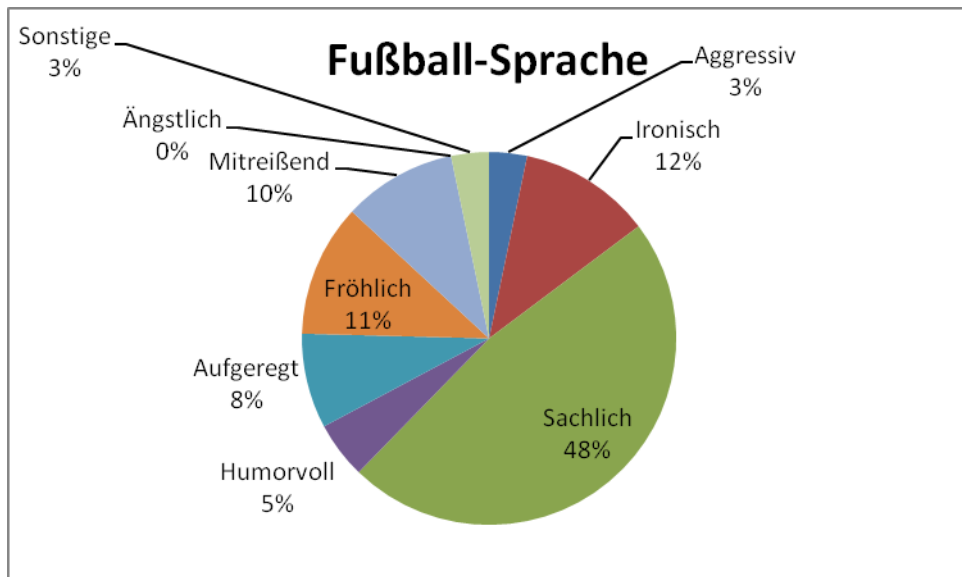


Grafik 3: Inhalte im Fußball

Das Hauptaugenmerk der Berichterstattung liegt jedoch wie bei allen Sportarten auf dem Live - Spiel. Der Moderator und Reporter vermittelt dem Publikum alle wichtigen Informationen vorab. Bei der Live - Berichterstattung ist der Kommentator für die verständliche Übermittlung der Spielereignisse zuständig. Die Sprache des Kommentators ist dabei ein entscheidender Faktor.

Die Analyse hat ergeben, dass die Sprecher zu 48 % über eine sachliche Sprache verfügen. Kommentatoren transportieren jedoch auch Emotionen wie Freude, Ärger oder Aufregung.

Diese Werte wurden nur bei 23 Spielszenen festgestellt. Eine ängstliche Sprache konnte bei den untersuchten Fußballübertragungen nicht erhoben werden.

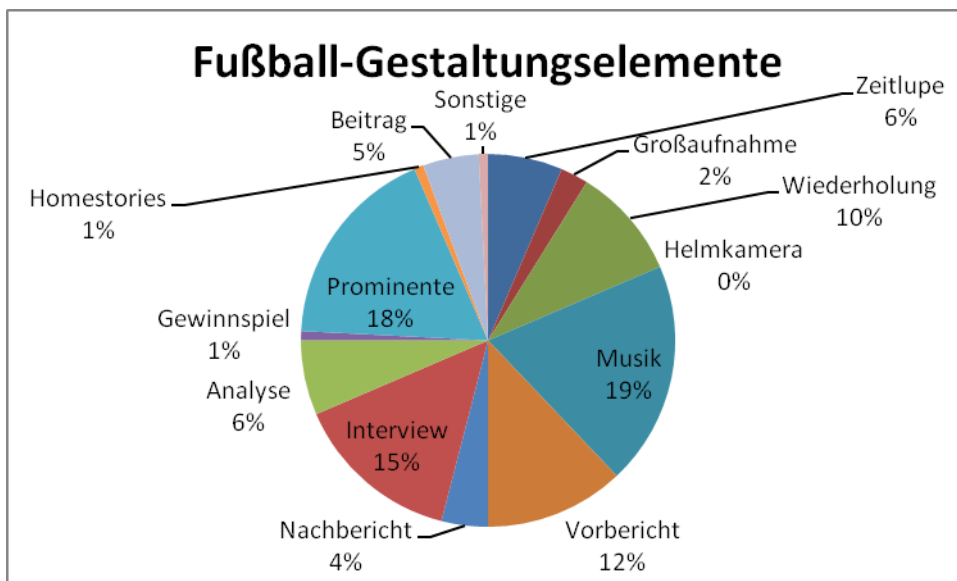


Grafik 4: Sprache des Sprechers im Fußball

Ferner werden die Aussagen der Journalisten durch Interviews, Experten, Prominente verstärkt oder andere Sichtweisen präsentiert. All jene Elemente findet man in den analysierten Sportevents.

Gewinnspiele, Werbeformen und Homestories sollen auch ein nicht sportaffines Publikum ansprechen. Sie werden aber im Fußball nur in geringem oder gar keinem Maße eingesetzt.

4. Visuelle Gestaltung



Grafik 5: Gestaltungselemente im Fußball

In der Übertragung von Fußball - Spielen ist ersichtlich, dass sich verschiedene Gestaltungselemente in unterschiedlicher Weise abwechseln. Musik ist mit 19 % ein wesentlicher Bestandteil und wird in der Vorberichterstattung und bei Spielunterbrechungen bevorzugt. Während des Live - Spiels erklingt Musik nur in Form von Publikumschören. Die Kameraperspektiven (Zeitlupen mit 6 %, Großaufnahmen mit 2 % und Wiederholungen mit 10 %) verstärken eine dynamische Berichterstattung.

Die jeweiligen Jingles am Anfang und Ende einer Übertragung tragen zu Begeisterung und Aktivierung des Publikums bei. In einer grafischen Darstellung ist der Jingle dem Sport entsprechend dynamisch und farblich hinterlegt.

5. Länge

Während Länder - und Champions League - Spiele mit Vor - und Nachberichterstattung eine Länge von zwei Stunden und 40 Minuten erreichen, ist die Sendezeit eines Bundesligaspiels um rund 40 Minuten kürzer.

Die Vor - und Nachberichterstattung beträgt bei allen Spielen je etwa 30 Minuten. Moderator und Reporter wechseln sich in dieser Zeit ab und eröffnen dem Publikum abwechslungsreiche Informationen.

6. Dramaturgie

Die im theoretischen Teil (Kapitel 5.4.6) genannten dramaturgischen Elemente einer bestimmten Sportart konnten auch bei der empirischen Untersuchung ermittelt werden. Analysen sind mit 16 % der Gestaltungselemente dafür verantwortlich, dem Zuseher das bisherige Spielgeschehen mittels spielentscheidender Situationen aufzuzeigen. Des Weiteren spielen Werbeunterbrechungen (42 % der Werbung) eine Rolle, da sie den Spannungsgelbst eines Spiels für eine kurze Zeit unterbrechen. Hingegen konnten Unfälle/Verletzungen nur geringer Maßen zu dramaturgischen Elementen gezählt werden, da diese verhältnismäßig selten (5 % der Inhalte) thematisiert wurden. Bei den verschiedenen Ligen waren keine Unterschiede hinsichtlich der Dramaturgie ersichtlich.

7. Zusammenfassung

Im theoretischen Teil der Arbeit wurden Analysen, Werbeunterbrechungen, Unfälle, Emotionen, Zwischenfälle und das Ablaufen der Zeit zu den wichtigsten Kriterien im Fußball gezählt. Fußballübertragungen unterliegen einem klar strukturierten Ablaufplan. Aufgrund der vorgegebenen Spielzeit von zweimal 45 Minuten wird der Anregungsgehalt regelmäßig auf - und abgebaut. Wie bei vielen Sportveranstaltungen treten dramaturgische Elemente wie diverse Gestaltungsmittel, Emotionalität des Kommentators und allgemeine Informationen auf. Im Vordergrund stehen jedoch die Leistung der Spieler und deren Verhalten im Spiel. Das Interesse am Spiel wird durch die jeweiligen Impulse der Sportredaktion (wie Interviews, Beiträge, Werbeformen) verstärkt.

7.6.1.2 Formel 1

Formel 1 Rennen werden in etwa jeden zweiten Sonntag im ORF ausgestrahlt. Das Rennwochenende startet mit Trainings am Freitag, setzt sich am Samstag mit dem Qualifying fort und endet mit dem Rennen am Sonntag. Der ORF überträgt diese Veranstaltungen zur Gänze.

Es wurden zwei Formel 1 Rennen ausgewählt und analysiert.

1. Anordnung

Die Übertragung eines Rennens beginnt mit der Vorberichterstattung sowie einem typischen Jingle. Bereits 1 Stunde vor dem Start findet die Sendung „F1 News“ statt, in der alles rund um das Rennen sowie den Austragungsort im Mittelpunkt stehen. Im Normalfall beträgt die Dauer der Vorberichterstattung etwa eine halbe Stunde. Wenn ein Rennen jedoch nicht um 14:00 Uhr MEZ gestartet wird, können sich Verschiebungen im Programm ergeben, sodass die Berichterstattung kürzer ausfällt. Dies traf auf das Rennen in Brasilien 2010 zu, das erst um 19:00 Uhr startete und nur eine kurze Analyse erlaubte.

Verschiedene Beiträge und Interviews ermöglichen eine unterstützende, aber auch abwechslungsreiche Berichterstattung. Das Publikum erhält wichtige Informationen zum Rennen und verschiedene Meinungen von Fahrern, Experten oder Prominenten.

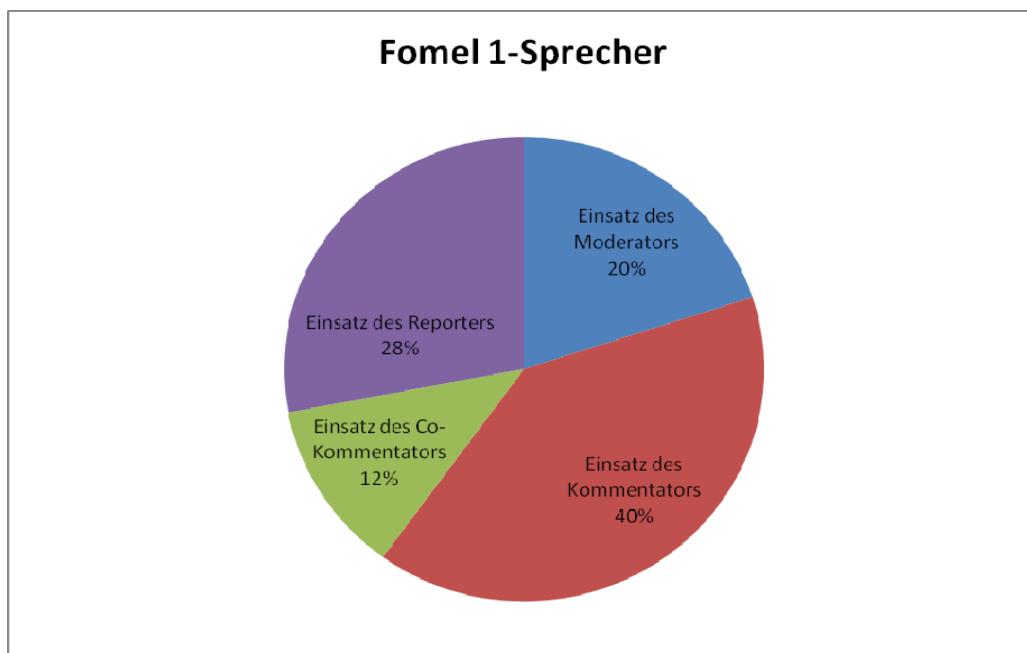
Zehn Minuten vor dem Start richtet sich die gesamte Berichterstattung auf die Startaufstellung. Meist erfolgt noch eine kurze Werbeunterbrechung. Danach startet um 14:00 Uhr Ortszeit das Rennen, über das Kommentator und Co - Kommentator „Alexander Wurz“ berichten. Am Ende jedes Rennens erfolgt eine Siegerehrung der ersten drei Plätze, der eine kurze Werbeunterbrechung vorangeht. Darauf folgen Interviews mit Fahrern oder Teammitgliedern.

Abschließend überträgt der ORF noch die Pressekonferenz. Je nach Zeitbudget findet noch eine Analyse des Experten „Alexander Wurz“ gemeinsam mit dem Kommentator/Moderator „Ernst Hausleitner“ statt.

2. Präsentation

Im Unterschied zu anderen Sportarten wird das Publikum seit einigen Jahren immer von derselben Person begrüßt. Dieser Moderator fungiert zugleich als Kommentator. Während der Journalist ‚Heinz Prüller‘ von 1965 bis 2009 etwa 650 Formel 1 Rennen kommentierte und damit Kultstatus erzielte, werden die Rennen seit der Saison 2009 von Ernst Hausleitner und Alexander Wurz übertragen.²²⁰ Einzige Ausnahme war der Grand Prix von Brasilien, bei dem die Tonleitung versagte und der Kommentar spontan von einem Sportjournalisten in der ORF - Redaktion übernommen werden musste.

In dieser Sportart ist der Anteil des Kommentators besonders hoch, da ein - und dieselbe Person sowohl die Vorberichterstattung, das Live - Spiel als auch die Nachberichterstattung übernimmt. Der Einsatz des Kommentators konnte mit 40 % bemessen werden. Darüber hinaus nimmt der Co - Kommentator mit 12 % eine wichtige Rolle ein.

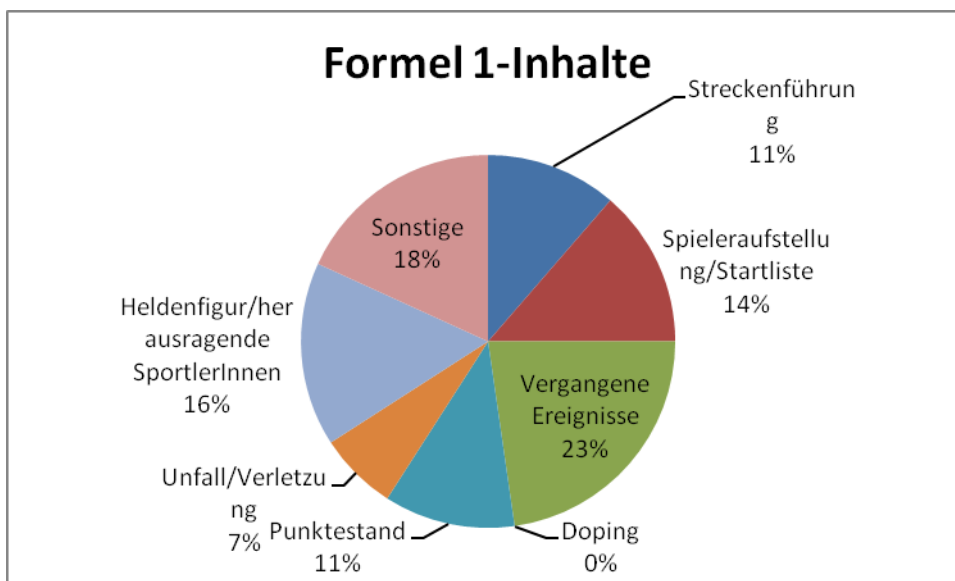


Grafik 6: Sprecher in der Formel 1

²²⁰ Vgl. Motorsport Total (Heinz Prüller): http://www.motorsport-total.com/fl/news/2009/02/Offiziell_ORF-Legende_Prueller_geht_in_Pension_09020610.html, zuletzt aufgerufen am 01.03.2011, 18:43

3. Inhaltliche Gestaltung

Der Schwerpunkt der Berichterstattung ist auf das Rennen gerichtet. Am Beginn der Übertragung wird das jeweilige Land, die nächst gelegene Stadt und die Rennstrecke vorgestellt. Diese Präsentation wird musikalisch unterlegt. Der Zuseher erfährt auf diese Weise mehr über den Ort des Geschehens.



Grafik 7: Inhalte in der Formel 1

Die Inhalte der Vorberichterstattung beziehen sich auf die Streckenvorstellung, vergangene Ereignisse wie zum Beispiel das letzte Rennen, sowie auf in der Weltmeisterschaft - Führenden oder besondere Ereignisse (wie z. B. Unfälle/Verletzungen). Zu einem späteren Zeitpunkt wird auf die Startaufstellung hingewiesen. Mit 23 % aller Inhalte nehmen vergangene Ereignisse den größten Teil der Berichterstattung in Anspruch. Doping spielt in dieser Sportart keine Rolle und wird nicht thematisiert.

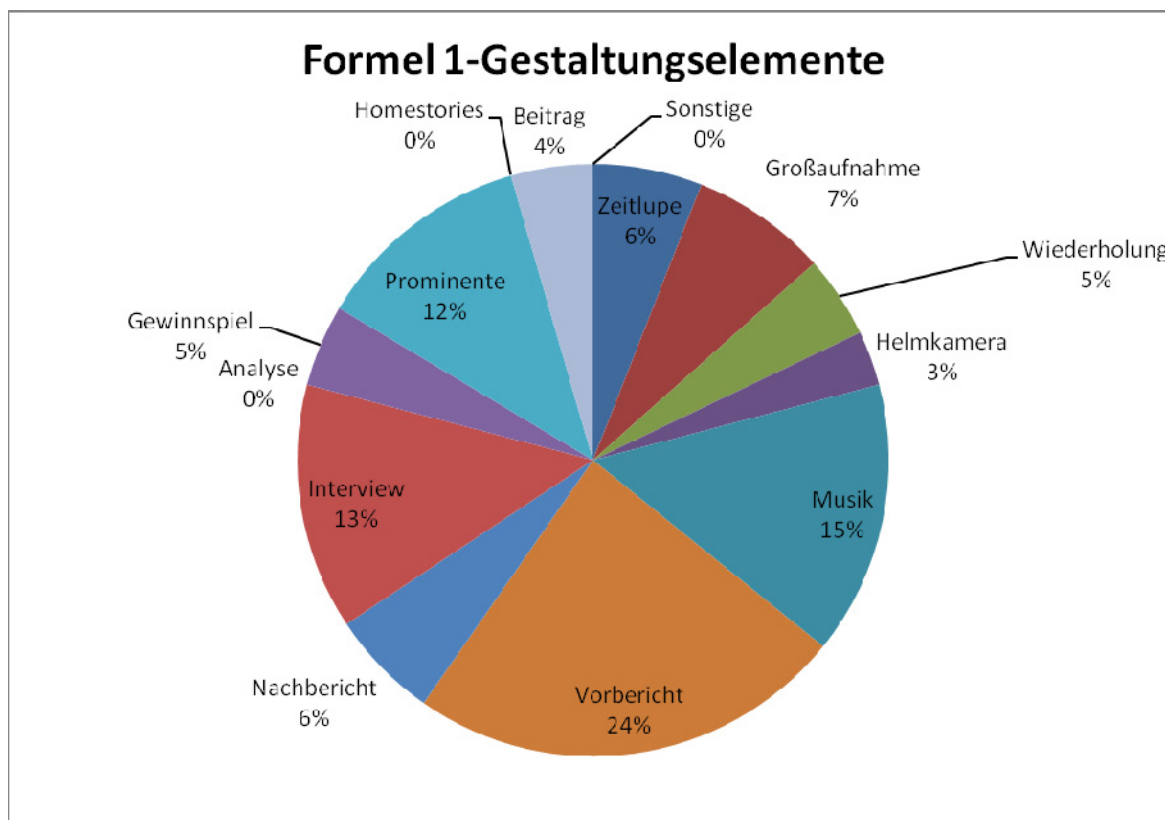
Mit Beginn des Rennens konzentriert sich die Berichterstattung auf aktuelle Ereignisse. Die Sprache der Kommentatoren ist vorwiegend sachlich, wobei Live - Übertragungen zu einer emotionalen Berichterstattung verleiten.

In der Formel 1 spielen Heldenfiguren mit 16 % eine bedeutsame Rolle, da diese Sportart sogenannte ‚Charakterköpfe‘ braucht. Meist erlangen Sportler Heldenstatus, indem sie bereits Weltmeister sind oder waren beziehungsweise um die Fahrerweltmeisterschaft mitkämpfen können.

4. Visuelle Gestaltung

Diese Sportart verfügt über die neueste Technik. Dies trifft auch auf die Inszenierung eines Rennens zu. In der Formel 1 werden laufend neue Übertragungstechniken entwickelt. Ein besonders beliebtes Gestaltungselement ist in der Formel 1 die Helmkamera. Das Publikum kann die Sportler dadurch ganz nahe erleben und erhält das Gefühl, mitten im Geschehen zu sein.

Die Vorberichterstattung nimmt mit 24 % einen großen Teil der Übertragung ein. In den untersuchten Sequenzen konnten keine Homestories erkannt werden. Musik ist mit 15 % und Interviews mit 13 % ein wesentlicher Bestandteil der Formel 1 - Berichterstattung. Eine Analyse des Rennens konnte nicht festgestellt werden.



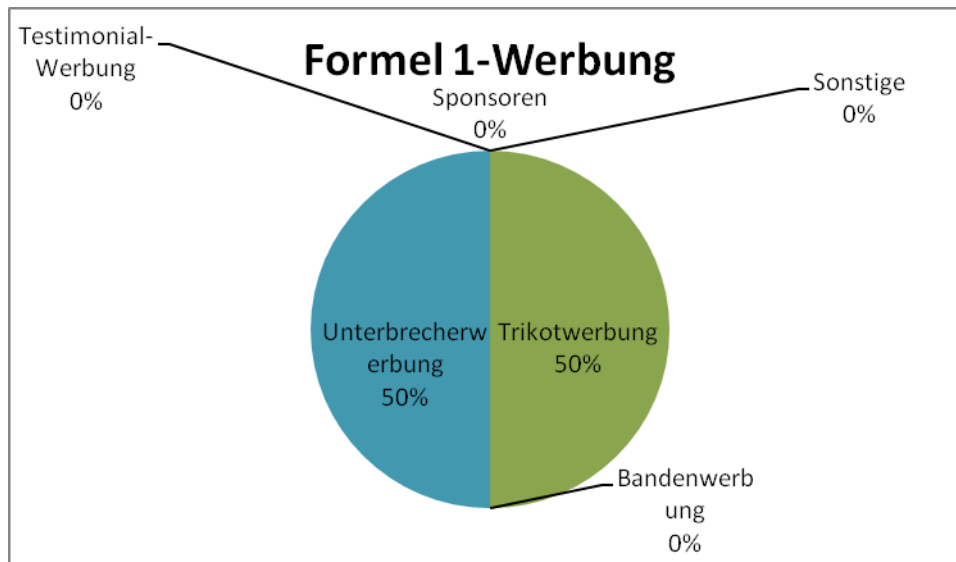
Grafik 8: Gestaltungselemente in der Formel 1

Des Weiteren sind vielfältige Kameraperspektiven notwendig, um den gesamten Streckenverlauf abdecken zu können. Es wäre nicht von Vorteil, wenn entscheidende Situationen nicht für die Zuseher mitverfolgt werden können. Aus diesem Grund wird der Kommentar mit abwechslungsreichen Perspektiven, Wiederholungen (5 %), Zeitlupen (6 %) und Großaufnahmen (7 %) verstärkt.

Die Werbung ist ein wichtiger und lebensnotwendiger Bestandteil des Sports. Sponsorenwerbung ist kaum noch aus der Formel 1 wegzudenken. Nach dem Verbot der Tabakwerbung müssen die einzelnen Teams um die Gunst der Sponsoren kämpfen. Die Kosten für einen Formel 1 Rennstall betragen mehrere Millionen Euro. Es finden permanent Werbeformen wie Trikotwerbung, Werbung auf den Rennautos, Bandenwerbung und der Strecke statt.

Der Anteil der Unterbrecher - und Trikotwerbung ist mit je 50 % besonders hoch. Die Bandenwerbung ist während des gesamten Rennens je nach Streckenabschnitt sichtbar,

weshalb sie nicht prozentuell untersucht werden konnte. Testimonial - Werbung wurde in den untersuchten Rennen in keinem Ausmaß erkannt.



Grafik 9: Werbung in der Formel 1

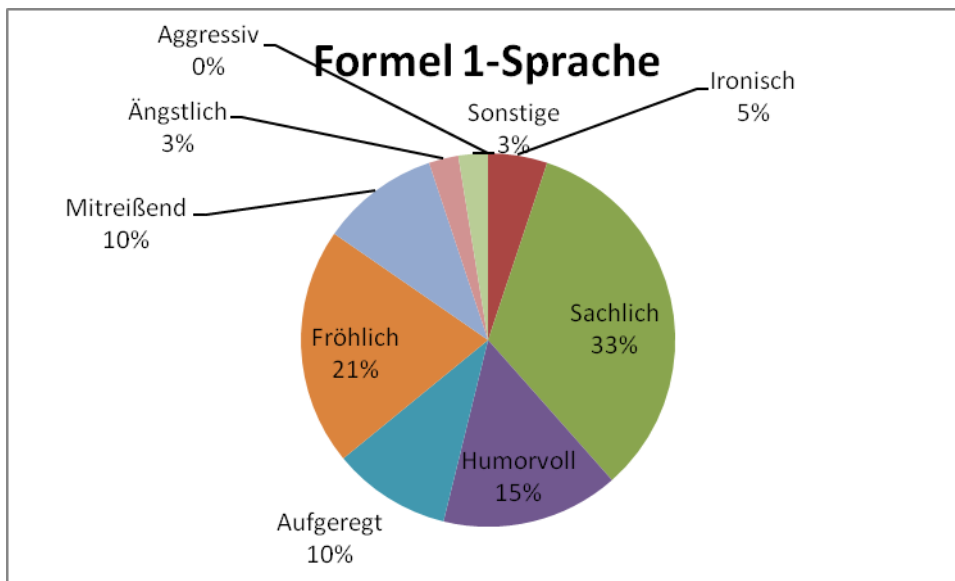
5. Länge

Ein Formel 1 - Rennen darf die Dauer von zwei Stunden oder eine maximale Distanz von 305 Kilometern nicht überschreiten.²²¹ Die Übertragung des Renntages beträgt etwa drei Stunden, während das Qualifying und Training nur etwa eine Stunde und 15 Minuten lang gesendet wird.

Die Übertragungszeit eines Grand Prix ist unterteilt in F1 News, Vorberichterstattung, das eigentliche Rennen und Analyse. Der erste Teil ‚F1 News‘ liefert in einer 25 - minütigen Sendung die neuesten Informationen in der Formel 1. Die Dauer der Vorberichterstattung beträgt ungefähr 35 Minuten und dient zur Informationsvermittlung für das aktuelle Rennen. Das Rennen selbst dauert meist eine Stunde und 45 Minuten. Anschließend erfolgt eine kurze Analyse mit Interviews, Siegerehrung und Pressekonferenz.

6. Dramaturgie

In der Analyse konnte festgestellt werden, dass der Kommentator und Co - Kommentator eine wesentliche Rolle für den Unterhaltungswert spielen. Die Sprache ist mit 33 % sachlich. Weiters ist sie fröhlich (21 %) und humorvoll (15 %). Die Sprache des Sprechers ist in keiner Situation aggressiv. Eine ängstliche Stimme konnte nur selten mit 3 % ermittelt werden.



Grafik 10: Sprache des Sprechers in der Formel 1

Die in Kapitel 5.4.5 angeführten dramaturgischen Elemente wie z. B. Unfälle sind mit 7 % der Inhalte in der Formel 1 von großer Bedeutung, da sie das Renngeschehen massiv beeinflussen können.

7. Zusammenfassung

Die Formel 1 ist die teuerste Rennserie und geprägt von Geld, Macht, Heldentum und spektakulären Bildern. Während in früheren Jahren Fahrer bei Rennen ihr Leben lassen mussten, ist die Sportart heutzutage sehr sicher geworden. Es wurden Sicherheitsmaßnah-

²²¹ Vgl. Motorsport Total (Renndauer): <http://www.motorsport-total.com/fl/faq.html?k=1&sda=10>, zuletzt aufgerufen am 01.03.2011, 18:48

men eingeführt, an einer Verbesserung des Regelwerkes gearbeitet und zu einer Kostenreduktion beigetragen. Darunter hat jedoch der eigentliche Sport gelitten.

Auch wenn das Interesse durch einen künstlichen Eingriff ein wenig abgenommen hatte, sind die Prinzipien dieser Sportart noch immer vorhanden. In der Formel 1 wird laufend über Verbesserungen in der Unterhaltung des Sports diskutiert. Der Vorwurf „es fehle der Formel 1 an Spannung“, soll damit widerlegt werden. Jedes Jahr werden bereits nach einer Saison Regeländerungen besprochen und festgelegt. Das Regelwerk für das Qualifying ist in den letzten Jahren mehrmals überarbeitet worden. Im Moment scheint es als hätte man ein funktionierendes Format gefunden. Derzeit wird die Pole Position²²² in drei Ausscheidungsdurchgängen erzielt.

Im theoretischen Teil der Arbeit wurden Unfälle, Qualifikationstrainings, Duelle, der Start, Reglement und Safety - Car Phasen zu den wichtigsten Kriterien der Formel 1 gezählt. Die Analyse hat ergeben, dass die Formel 1 von spektakulären Überholmanövern und Unfällen lebt. Das Publikum möchte unterhalten werden. Der Trend führt weg von taktischen Einzelleistungen hin zu einer homogenen Ausgangssituation für Fahrer und Teams. Dies verhindert jedoch natürliche Spannungselemente, die künstlich herbeigeführt werden müssen. Aus diesem Grund werden z. B. Reifen eingeführt, die nach zehn Rennrunden ihre Haltbarkeit verlieren.

Dies schätzen auch die Zuseher, indem die Formel 1 eine der quotenstärksten Sportarten ist. Auch die Rückkehr des siebenfachen Weltmeisters „Michael Schumacher“ in der Saison 2010 trug zu einer verbesserten Zuschauerquote bei.

²²² Pole Position = erster Platz in der Startaufstellung für das Rennen

7.6.1.3 Ski Alpin

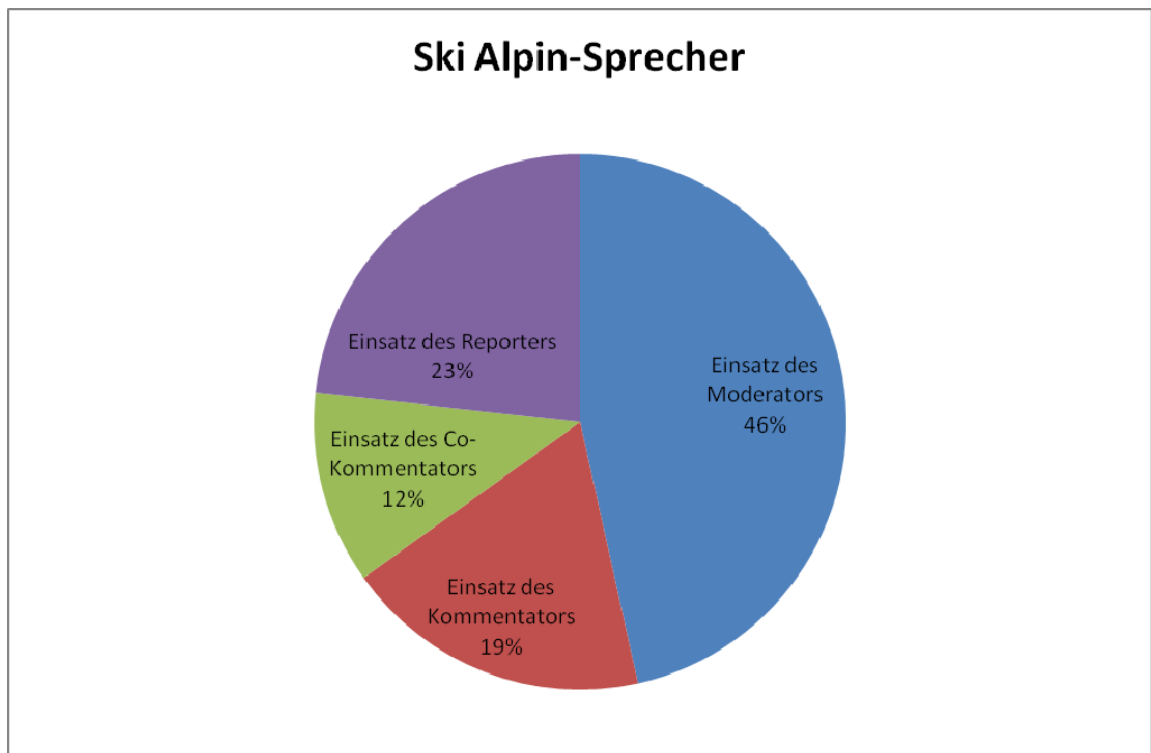
Im ORF werden alle Ski Alpin Bewerbe übertragen. Höhepunkte lieferten die Olympischen Winterspiele in Vancouver im Februar 2010 und die Alpine Skiweltmeisterschaft in Garmisch Partenkirchen im Februar 2011.

1. Anordnung

Die Fernsehübertragung von Skirennen ist immer in verschiedene Abschnitte gegliedert. Zunächst ertönt der für den ORF Sport typische Jingle. Auf diese Weise wird der Übergang zum Sportgeschehen eingeleitet. Danach begrüßt der Moderator vor Ort das Publikum und berichtet in der Vorberichterstattung über die wichtigsten Ereignisse. Es folgt eine Abwechslung aus Interviews, Beiträgen und Informationsvermittlung via Moderator. Ein Teil der Vorberichterstattung bezieht sich auf die Streckenführung. An dieser Stelle fährt ein ehemaliger Profi - Rennläufer die Strecke mit einer Helmkamera ab und informiert den Zuseher über entscheidende Stellen oder Schwierigkeiten auf der Strecke. Die Vorberichterstattung dauert rund 30 Minuten.

Danach folgt die Live - Übertragung eines Rennens. Der Kommentator begrüßt das Publikum, zumeist mit einem Co - Kommentator. Diese berichten über die neuesten Informationen und liefern eine Auflistung des Starterfeldes. Die Startliste der besten 30 Fahrer in der Wertung wird gelost, ein möglicher zweiter Durchgang wird mit gestürzter Rangliste des ersten Durchganges gefahren. Nach den Fahrten der besten Rennläufer werden Interviews durch den Moderator geführt. Die Übertragung wird durch kurze Werbebeiträge mehrmals unterbrochen. Der ORF beendet die Übertragung zu einer bestimmten Sendezeit und startet mit der Analyse. In dieser Zeit werden die wichtigsten Rennläufe von einem Experten gemeinsam mit dem Moderator analysiert. Je nach verfügbarer Sendezeit dauert diese Phase maximal zehn Minuten.

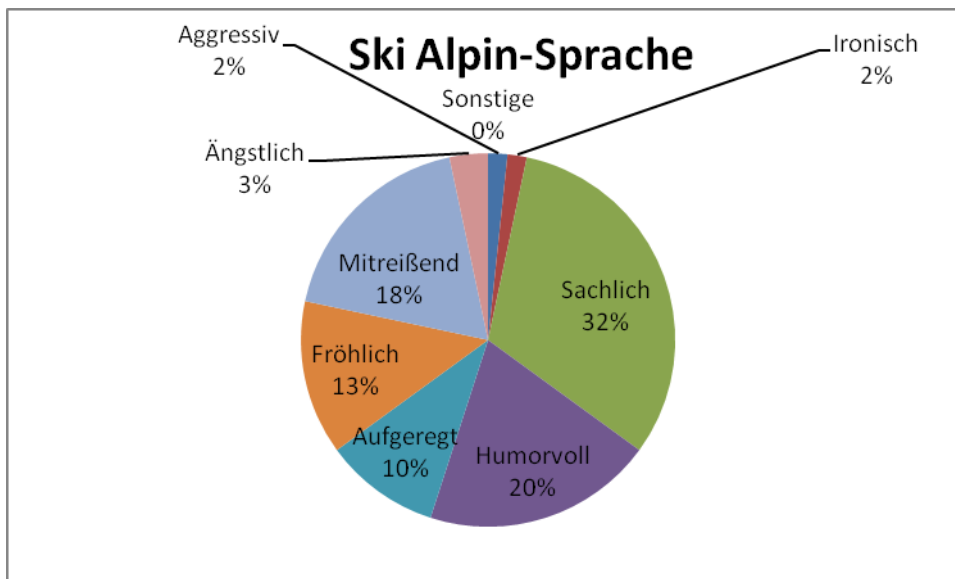
2. Präsentation



Grafik 11: Sprecher bei Ski Alpin

Skirennen werden immer von Moderator, Kommentator und Co - Kommentator präsentiert. Kommentatoren sind im Vergleich zu anderen Sportarten mit 19 % nicht besonders lange im Einsatz. Dies hat jedoch auch mit der Länge eines Skirennens zu tun. Der Anteil des Moderators ist mit 46 % besonders hoch. Reporter ergänzen die Berichterstattung (23 %). Der Co - Kommentator nimmt meist auch mit 12 % die Rolle des Experten oder Analytikers ein. Während die Kommentatoren bei Herrenrennen immer aus männlichen Personen bestehen, werden die Damenrennen von Co - Kommentatorinnen ergänzt. Dies ist jedoch nicht immer der Fall. In manchen Fällen ist der Co - Kommentator bei Damenrennen männlich.

Die Vor - und Nachberichterstattung beziehungsweise Analyse präsentieren Moderator mit Hilfe eines Experten und Reporters, bei der Live - Übertragung übernehmen Kommentator und Co - Kommentator.

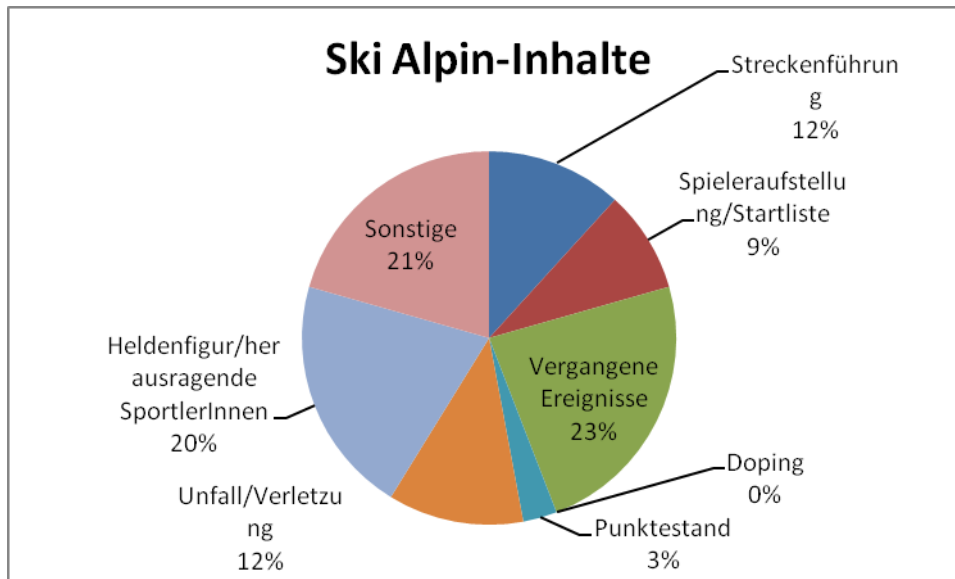


Grafik 12: Sprache des Sprechers bei Ski Alpin

Die Sprache ist wie auch bei den anderen untersuchten Sportarten verhältnismäßig oft sachlich. An zweiter Stelle mit 20 % liegt eine humorvolle Sprache. Ebenfalls hoch zu bewerten ist mit 18 % eine mitreißende Berichterstattung. Aggressivität oder Ironie sind hingegen mit je 2 % nur selten Teil der Übertragung.

3. Inhaltliche Gestaltung

Die Inhalte bei Rennübertragungen beziehen sich zunächst auf das aktuelle Rennen und die Strecke vor Ort. Das Wetter spielt bei dieser Sportart eine wichtige Rolle, da Skifahren ein Freiluftsport ist und aus diesem Grund den Rennverlauf beeinflussen kann. Mögliche wetterbedingte Veränderungen können auch zum inhaltlichen Schwerpunkt werden. Verschiebungen oder Absagen sind durch Sturmböen, unterschiedliche Sicht oder starken Schneefall möglich. Der Austragungsort vermittelt eine entsprechende Atmosphäre, die sich auch auf das Publikum sowie die Präsentatoren auswirkt. In weiterer Folge stehen Ereignisse aus vergangenen Rennen (wie Verletzungen, Siege) im Mittelpunkt der Übertragung (23 %).



Grafik 13: Inhalte bei Ski Alpin

Kurz vor Rennbeginn wird die Startliste präsentiert, dabei wird besonderer Wert auf die Startnummern der österreichischen Teilnehmer gelegt. Dieser Teil ist immens wichtig und nimmt dabei 9 % in Anspruch. Darüber hinaus werden Punktstände erwähnt (3 %) und herausragende Persönlichkeiten/Heldenfiguren porträtiert. Zuletzt erwähnte spielen mit 20 % eine bedeutende Rolle. Der Faktor Doping konnte bei den Ski Alpin - Übertragungen im Gegensatz zur Vergangenheit (Anm.: Dopingskandal bei den Olympischen Winterspielen 2006) nicht festgestellt werden.

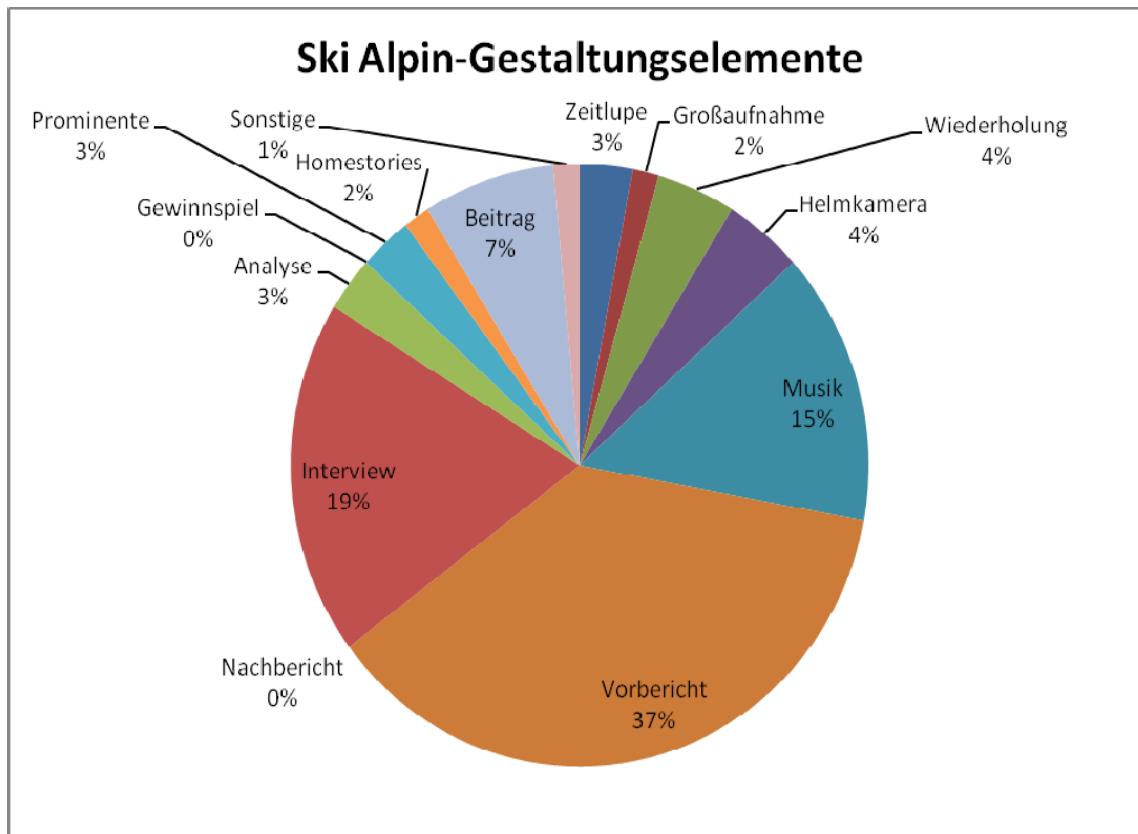
Während der Live - Berichterstattung konzentriert sich alles auf das aktuelle Renngeschehen, Zwischenzeiten werden verglichen und das Zwischenergebnis dokumentiert.

Der Moderator kündigt im Anschluss das folgende Programm an und verabschiedet sich bei den Zusehern.

4. Visuelle Gestaltung

Der Beginn der Übertragung wird mit dem ORF Jingle deutlich. Dynamisch animierte Bilder von Sportlern prägen den Bildschirm. Der Rennort wird grafisch dargestellt.

Ein Skirennen wird in mehrere Abschnitte unterteilt (Countdown, 1. Durchgang, 2. Durchgang, Analyse). Das Bild ist zunächst auf den Moderator gerichtet, im Hintergrund die Rennpiste. Interviews und Beiträge tragen zu einer abwechselnden Unterhaltung des Publikums bei. Mittels Helmkamera wird die Rennstrecke vorgestellt.



Grafik 14: Gestaltungselemente bei Ski Alpin

Die Auswertung hat ergeben, dass Kameraperspektiven mit 13 % einen wichtigen Teil aller Gestaltungselemente einnehmen. Während der Übertragung werden dem Publikum Wiederholungen (4 %), Zeitlupen (3 %) und Großaufnahmen (2 %) übermittelt.

Vor dem Rennbeginn spielt eine Helmkamerafahrt eine bedeutende Rolle (Helmkamera-einblicke mit 4 %).

In der Analyse (3 %) wird mit einem speziellen Computersystem gearbeitet, das bedeutsame Rennereignisse auf dem Bildschirm nachstellen kann. Ferner können die Rennfahrten

mehrerer Läufer grafisch übereinander gelegt und auf diese Weise besonders genau analysiert werden.

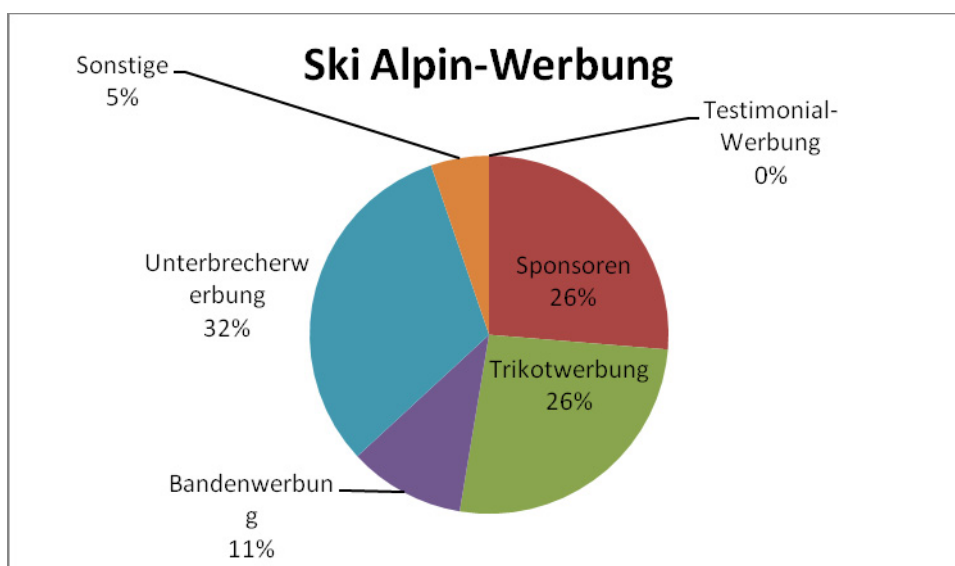
Den größten Teil (37 %) aller Gestaltungselemente nimmt die Vorberichterstattung in Anspruch. Ein weiteres beachtliches Element stellen Interviews mit 19 % dar. Gleich danach folgt der musikalische Beitrag mit 15 %.

Die Nachberichterstattung und Gewinnspiele erhalten keinerlei Beachtung bei Ski Alpin.

5. Länge

Die Länge eines Skirennens ist von der jeweiligen Disziplin abhängig. Während Abfahrten/Super G in rund einer Stunde abgeschlossen sind, beträgt die Dauer für Technikbewerbe (Slalom und Riesenslalom) meist länger, da sie in zwei Durchgängen entschieden werden.

Die Übertragung beginnt mit der Vorberichterstattung, dem sogenannten Countdown. Der Moderator begrüßt das Publikum und teilt aktuelle Informationen mit. Anschließend folgen Beiträge über das aktuelle Geschehen im Skisport. Interviews mit Experten, Trainern und Prominenten vollenden die Berichterstattung. Ein ehemaliger Skirennläufer stellt die Piste für das Publikum vor. Am Ende folgt eine kurze Werbeunterbrechung. Die Länge der Vorberichterstattung beträgt ungefähr zehn bis 30 Minuten.



Grafik 15: Werbung bei Ski Alpin

Der Anteil der Unterbrecherwerbung bei Ski Alpin beträgt 32 %. Sponsoren und Trikotwerbung liegen mit je 26 % ein wenig zurück. Die Bandenwerbung (11 %) ist nur ein geringer Teil der Werbung. Herauszuheben ist die Testimonial - Werbung, die in den untersuchten Sportveranstaltungen ebenfalls nicht zum Einsatz kommt.

Im Anschluss an die Vorberichterstattung beginnt je nach Disziplin der 1. Durchgang. Je nach Sendezeit beträgt die Übertragung etwas mehr als eine Stunde.

Die Übertragung endet mit der Verabschiedung des Moderators und den besten Bildern.

6. Dramaturgie

Die Abfolge eines Skirennens ist von Natur aus reich an Spannung. Speziell im Skisport werden die besten 30 Läufer der Rangliste im 1. Durchgang gelost und im 2. Durchgang wird in gestürzter Reihenfolge gestartet. Die Wetterbedingungen können den Rennverlauf beeinflussen und zu Verschiebungen im Klassement beitragen. Die Übertragung wird zu zweit kommentiert, dabei spielen emotionale Aussagen der ehemaligen Rennsportler eine wichtige Rolle. Die Helmkamera ist ein weiteres bedeutsames Instrument, da ehemalige Spitzensportler die Strecke mit einer Helmkamera abfahren und danach als Co - Kommentatoren ihre Eindrücke schildern. Diese Situation trägt zu einer Dramaturgie bei, da sich der Zuseher in einer gewissen Weise in die Rennläufer hineinversetzen kann. Die hohen Geschwindigkeiten mit bis zu über 130 km/h und daraus möglicher resultierender Unfälle versetzen den Zuschauer in Adrenalin.

Die Streckenführung und Sponsoren wurden im theoretischen Teil dieser Arbeit (Kapitel 5.4.7) der Dramaturgie zugewiesen. In der Untersuchung ist die Streckenführung mit 12 % der Inhalte wesentlich, da sie den Rennausgang verändern kann.

Sponsoren sind wiederum von immenser Bedeutung, da sie fast überall bei einem Rennen sichtbar sind (Helm, Rennanzug, Ski, Absperrungen, Tore,...). In den analysierten Sequenzen wurden sie mit 26 % der Werbung zugeordnet.

Am Ende eines Rennens folgt die Siegerehrung, die in den meisten Fällen aufgrund der eingeschränkten Übertragungszeit nicht mehr verfolgt werden kann, obwohl sie dramaturgisch gesehen das Ende eines Ski Alpin - Bewerbs darstellt.

7. Zusammenfassung

Ski Alpin ist eine der beliebtesten Sportarten in Österreich. Viele Menschen können sich mit diesem Sport identifizieren und sind sich der Stärke der österreichischen Spitzenrennläufer bewusst. Im theoretischen Teil der Arbeit wurden Sponsoren, Streckenführung, große Identifikation und die Probleme des Freiluftsports zu den wichtigsten Kriterien bei Ski Alpin gezählt. Die Untersuchung hat bewiesen, dass verschiedene Renndisziplinen viele Spannungselemente und Abwechslung bieten. Darüber hinaus bietet der Kampf gegen die Uhr faire und spannende Rennverläufe.

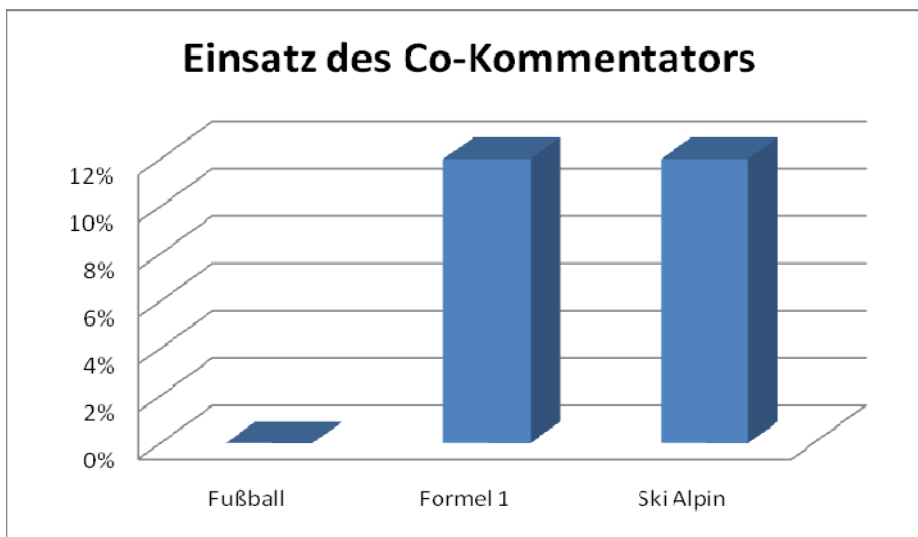
Die Rennübertragungen sind von wetterabhängigen Bedingungen geprägt. Vielzählige Kameraperspektiven sorgen für eine uneingeschränkte Übertragung des Events. Die abwechslungsreiche Sprache der Kommentatoren sorgt für hohen Unterhaltungswert während des Rennens. Die Risikobereitschaft der Rennläufer ist für eine spannungsgeladene Berichterstattung von Bedeutung.

7.6.1.4 Vergleich der Sportarten

Die Hauptsportarten werden im ORF regelmäßig übertragen. Dabei ist der Ablauf der jeweiligen Sportsendung bis auf wenige sportartspezifische Faktoren gleichwertig.

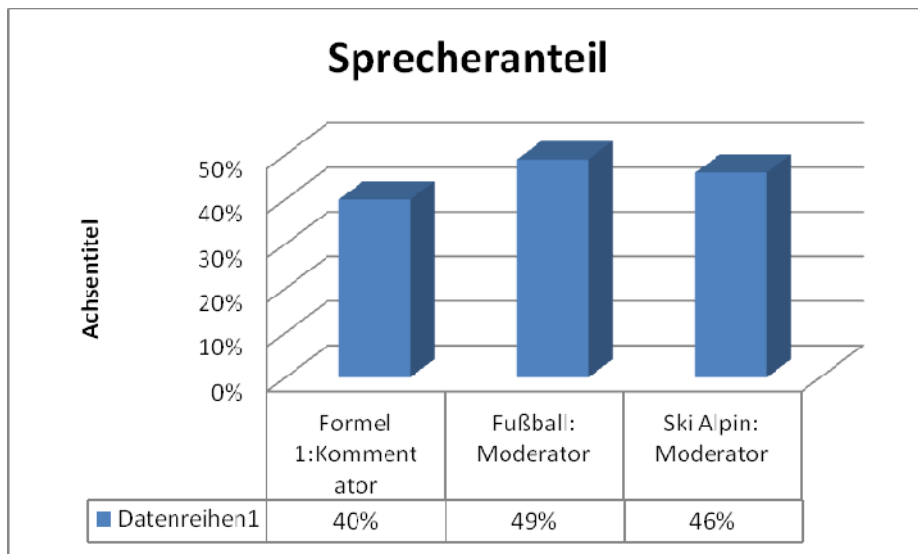
Sprecher

Auffallend ist jedoch die Tatsache, dass bei Fußballübertragungen im Gegensatz zu anderen Sportarten keine Co - Kommentatoren zum Einsatz kommen.



Grafik 16: Einsatz des Co - Kommentators

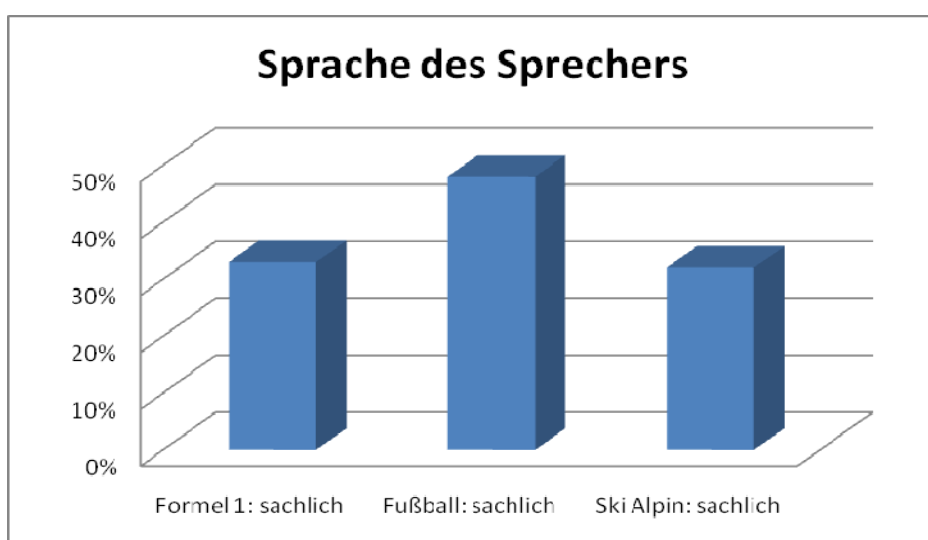
Im Fußball und bei Ski Alpin ist der Sprecheranteil des Moderators am höchsten. Hingegen steht in der Formel 1 der Kommentator an erster Stelle.



Grafik 17: Sprecheranteil

Präsentiert werden die einzelnen Sportarten mittels Moderator, Co - und Kommentator sowie Reporter. In der Formel 1 ist ein ehemaliger Rennfahrer (Alexander Wurz) als Co - Kommentator im Einsatz, bei Ski Alpin sind es verschiedene Ex - Skifahrer. Bei Damenrennen ist Alexandra Meissnitzer als Expertin vor Ort. Die Moderatoren und Reporter wechseln sich ab.

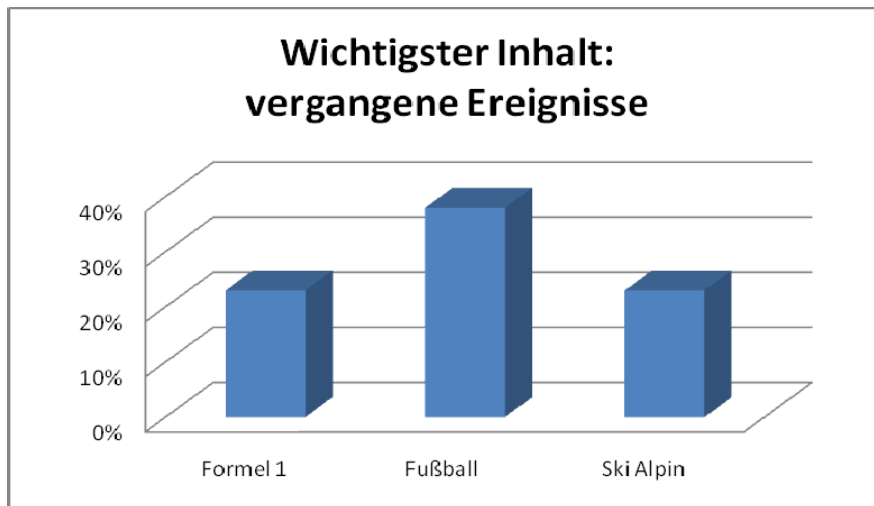
Bei allen drei Sportarten konnte untersucht werden, dass die Sprache des Sprechers zu einem hohen Teil sachlich ist (Formel 1: 33 %, Fußball: 48 %, Ski Alpin: 32 %).



Grafik 18: Sprache des Sprechers

Inhalte

Inhaltlich beziehen sich alle Schwerpunkte auf die Sportart beziehungsweise das Live - Ereignis selbst, sowie vergangene Ereignisse. Das Thema ‚Doping‘ wird nur bei aktuellen Anlässen angesprochen, nicht aber in dieser Untersuchung.



Grafik 19: Wichtigster Inhalt

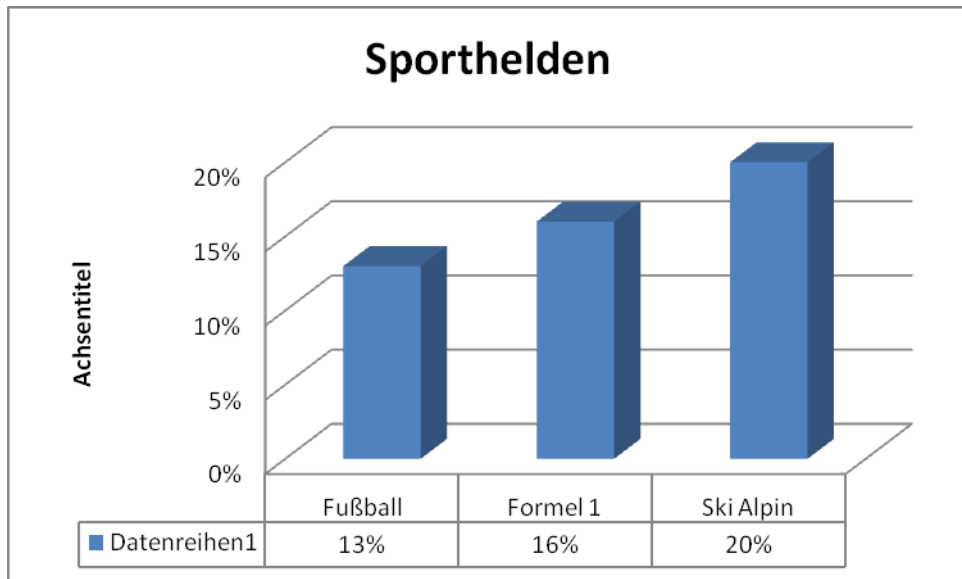
Dramaturgisch gesehen bestehen alle Sportveranstaltungen aus Vorberichterstattung/Countdown, Live - Event und Analyse.

Der ORF ist bemüht, dem Publikum Sport auf attraktive Art zu vermitteln. Dazu ist die neueste Technik notwendig (wie z. B. HD TV). Es kommt eine Vielzahl an Kameraperspektiven zum Einsatz, die verschiedene Blickfelder und Wiederholungen ermöglichen.

Sporthelden

Heldenfiguren sind in den untersuchten Sportarten von großer Bedeutung.

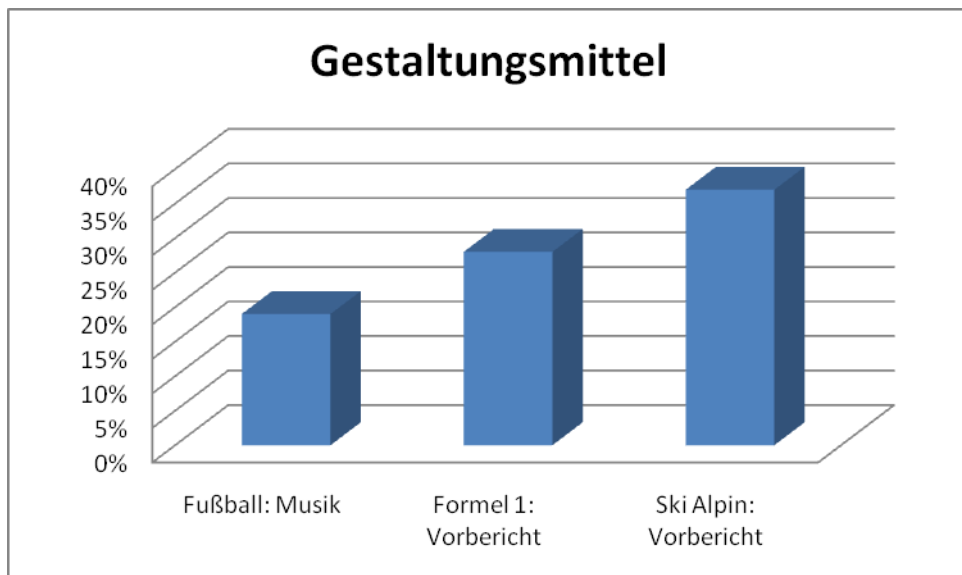
Bei Ski Alpin und Formel 1 liegen diese prozentuell gesehen an dritter Stelle aller Inhalte. Nur im Fußball liegt dieser Faktor auf dem vierten Platz, gleich nach der Spieleraufstellung.



Grafik 20: Sporthelden

Gestaltungsmittel

Bei Ski Alpin - Übertragungen und in der Formel 1 steht die Vorberichterstattung im Mittelpunkt. Im Fußball konnten musikalische Untermalungen sehr häufig nachgewiesen werden.



Grafik 21: Vorwiegende Gestaltungsmittel

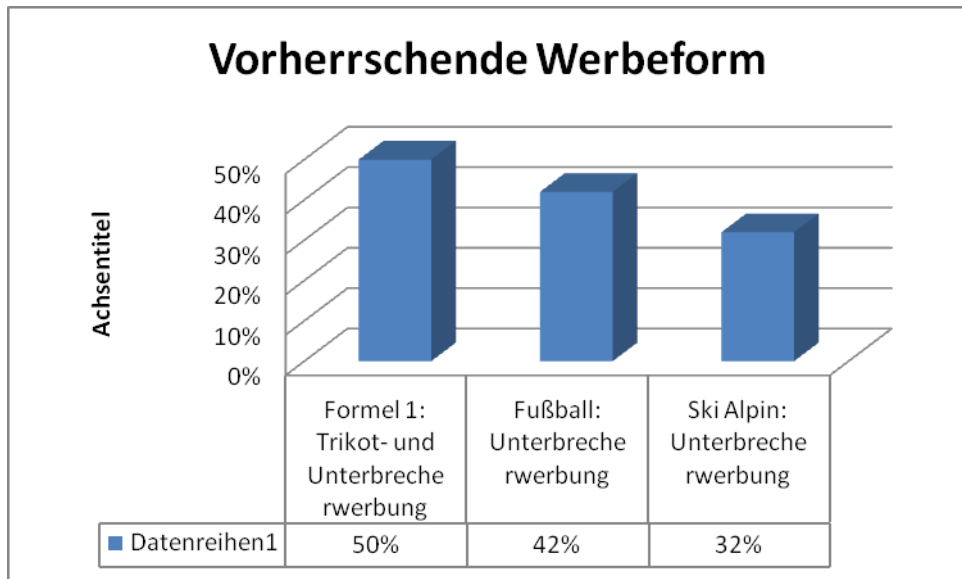
Bei Ski Alpin - Veranstaltungen und Fußballspielen werden mittels Computersystemen interessante Analysen geboten. Die Linien der Skifahrer können überlappend grafisch miteinander verglichen werden. Bei Fußballspielen werden Spielerpositionen und taktische Spielzüge nachgestellt und somit analysiert.

Sportprogramm

Die Länge der jeweiligen Sportsendung variiert nach entsprechendem Regelwerk. In der Formel 1 beträgt die gesamte Übertragungszeit etwa zwei Stunden und 50 Minuten. Bei Fußballübertragungen ist die Länge abhängig vom Event. Während Großevents wie Weltmeisterschaftsspiele, Länderspiele oder Champions League Spiele sich auf ungefähr zwei Stunden und 40 Minuten belaufen, nimmt die Übertragung von Bundesligaspielen nur knapp zwei Stunden ein. Ski Alpin - Bewerbe betragen eine durchschnittliche Dauer von einer Stunde und 30 Minuten. Bei der Übertragungsdauer muss die jeweilige Disziplin berücksichtigt werden.

Wirtschaftsfaktoren

Die Werbung ist ein wesentlicher Faktor aller Sportarten. Es konnte jedoch festgestellt werden, dass überdurchschnittlich oft Unterbrecherwerbung eingesetzt wird (32 - 50 % je nach Sportart). Vor allem in der Formel 1 nimmt die Trikotwerbung einen großen Stellenwert ein, indem der gesamte Rennanzug und der Helm/Kappe mit Sponsorenaufklebern versehen ist.



Dramaturgie

Wesentliche Unterschiede konnten hinsichtlich der Dramaturgie allerdings festgestellt werden. Die Dramaturgie hängt vordergründig vom Regelwerk und von der Sportart selbst ab. Jene Elemente werden in Kapitel 7.6.4 dokumentiert. Ein Vergleich der jeweiligen Sportarten ist nicht das Ziel dieser Arbeit.

7.6.2 Interpretation der Interviews

Am Beginn der Untersuchung wurde ein Kategoriensystem entwickelt, indem Kategorien aus den Forschungsfragen, der bereits untersuchten Text - und Bildanalyse und des Interviewleitfadens induktiv erstellt wurden. Ein erster Materialdurchlauf trug dazu bei, die Kategorien zu bearbeiten. Das Kategoriensystem wurde laufend erweitert.

In weiterer Folge wurden die Kategorien definiert, mit Ankerbeispielen belegt und mit Kodierregeln vervollständigt.

Diese Faktoren wurden bei den schriftlichen Interviews berücksichtigt und kategorisiert:

- Sporthelden
- Sportdramaturgie
- Stellenwert von Sportübertragungen
- Sportartenselektion
- Emotionen
- Veränderung des Sportfernsehens
- Vor - und Nachteile einer Sportübertragung
- Kommentar
- Das Magische Viereck
- Faszination Sportfernsehen
- Werbung
- Sport im ORF
- Manipulation im Sport

In den folgenden Kapiteln werden die Antworten der einzelnen Systeme nach Philipp Mayring anhand der strukturierenden Inhaltsanalyse analysiert und ausgewertet.

Durch diese Auswertungsmethode können die für die Arbeit relevanten Themen, Inhalte und Aspekte aus dem Material herausgefiltert und zusammengefasst werden. Für die Überprüfung der Intercoderreliabilität wurde das Datenmaterial von zwei unabhängigen Auswertern verglichen. Eine völlige Übereinstimmung konnte jedoch nicht erwartet werden.

Mittels einer Zusammenfassung des Materials ist eine übersichtliche Darstellung der Aussagen der interviewten Personen entstanden. Der letzte Schritt der Untersuchung sieht nun die Interpretation der Ergebnisse vor, um schlussendlich die Forschungsfragen beantworten zu können.

In den nachfolgenden Kapiteln werden die Interviews innerhalb eines Systems entsprechend analysiert und interpretiert. Zuerst werden die Aussagen der einzelnen Teilnehmer des Magischen Vierecks ausgewertet und im Anschluss miteinander in Beziehung gestellt. Dabei soll beachtet werden, dass nicht ein inhaltlicher Vergleich im Mittelpunkt der Untersuchung steht, sondern die individuellen Bedürfnisse und Ziele jedes Bereiches.

Die Namen der Interviewpartner werden mit den Anfangsbuchstaben abgekürzt, um den Lesefluss nicht zu unterbrechen.

Beispiel: Rudolf Müllner = RM.

7.6.2.1 Sport

Für das Sportsystem wurden folgende Vertreter ausgesucht und sie beschreiben ihre Rolle im Magischen Viereck so:

- **Mag. Jo Schmid** (Pressesprecher des ÖSV²²³)
„Bei uns sind die Aufgaben aufgeteilt. Als Pressechef bin ich in erster Linie für die Medien zuständig. Unser Präsident und der Generalsekretär sind die Bindeglieder zwischen Wirtschaft und Sport. Sie sorgen dafür, dass die finanziellen Mittel für Training, Betreuer und Aktive zur Verfügung stehen.“
- **Alexandra Meissnitzer** (ehemalige Profiskifahrerin)
„Meine Rolle war davor im Sport, jetzt im Medienbereich. Meine Stärke ist, dass es mir um die Sache und den Sport selbst geht.“
- **Mag. Dr. Rudolf Müllner** (Sportwissenschaftler)
„Ich bin ein kritischer Beobachter und ein eher atypischer selektiver Konsument des Mediensports.“

1. Sporthelden

Der Pressesprecher des ÖSV, JS., als auch die Ex - Profiskifahrerin, AM., bezeichnen Sportler als Helden, die außerordentliche oder besondere Leistungen vollbringen, nicht aufgeben oder sich nach Rückschlägen/Verletzungen wieder an die Spitze zurückkämpfen können.

Herr RM. hingegen spricht sich gegen die Bezeichnung von Sportlern als Helden aus. Sie besitzen für ihn jedoch eine enorme Identifizierungsfunktion in der Gesellschaft.

²²³ ÖSV = die Abkürzung für den Österreichischen Skiverband

Eine Vielzahl an Siegen ist im Sport nicht immer ausschlaggebend für die Bezeichnung eines Sporthelden. Ein Heldenstatus kann auch auf andere Art und Weise erzielt werden beziehungsweise findet man Helden auch im Breiten - oder Behindertensport.

Alle Befragten nennen Hermann Maier als herausragendes Beispiel. „Hermann Maier ist zweifelsohne ein Held des Skisports. Sein Sturz bei den Olympischen Spielen in Japan(Anm.: 1998) und der darauffolgende Gewinn von zwei Goldmedaillen (Anm.: zwei Tage später), hob ihn in den Heldenstatus, der durch sein Comeback nach dem Motorradunfall noch wesentlich verstärkt wurde.“ (JS, F9)

Es wurden noch weitere sportlich herausragende Persönlichkeiten beschrieben: Daniel Albrecht und Matthias Lanzinger. Weniger als Helden, jedoch als populär werden folgende Personen bezeichnet: Lionel Messi, Hans Krankl, Herbert Prohaska und Franz Klammer.

Medial gesehen sind Helden von großer Bedeutung. Diese Personen/Sportler stellen Identifikationsfiguren für das Publikum dar und sind für den Sport sehr wichtig. Sportler, die aus der Masse herausstechen beziehungsweise ihre eigene Meinung vertreten, erhalten dadurch das Interesse der Medien beziehungsweise des Publikums. Der Sport braucht Helden und Typen, die als Vorbilder fungieren und Identifikationsfiguren darstellen. In dieser Funktion übermitteln sie automatisch Emotionen, weshalb manche Aussagen auch der Kategorie fünf (Emotionen) zugeordnet werden könnten. Die Kategorie trifft aber nur zu, wenn speziell auf Emotionen hingewiesen wurde.

2. Sportdramaturgie

Die Interviewpartner des Sportsystems konnten eine Vielzahl an dramaturgischen Elementen nennen. Herr JS. erklärt die Sportdramaturgie mit dem sportlichen Vergleich selbst. Dieser ist dafür verantwortlich, dass Menschen/Mannschaften im sportlichen Wettkampf und auch gegen die Uhr antreten. Die Sportdramaturgie entsteht somit, indem Vergleiche jeglicher Art stattfinden. „im Kampf Mann gegen Mann, Mannschaft gegen Mannschaft, in Metern oder Sekunden.“ (Herr JS., F7)

Für Frau AM. besteht die Dramaturgie im Sport aus folgenden Merkmalen:

„Risiko, Spannung, Startnummern/Startaufstellung, Siegeschancen der Österreicher“ (AM., F7)

In der Befragung konnten auch Übereinstimmungen zwischen den theoretischen Erkenntnissen und persönlichen Einschätzungen gewonnen werden. Wie in Kapitel 5.3 bereits beschrieben, vergleicht auch Herr RM die Sportdramaturgie mit der des Films.

Er beschreibt den Ablauf eines Sportereignisses beginnend mit der Vorberichterstattung, dem Spannungsaufbau bis zur Entscheidung und schließlich dem Showdown im Elfmeterschießen oder dem letzten Läufer.

3. Stellenwert von Sportübertragungen

Auf die Frage nach dem Stellenwert von Sportübertragungen antworteten sowohl Herr JS., Herr RM. als auch Frau AM., dass der Sport im österreichischen Fernsehen einen hohen Stellenwert genießt. Sie sind ebenfalls der Meinung, dass gerade Wintersportarten, Formel 1 und Fußball publikumswirksam sind und daher viel Sendezeit erhalten. Aufgrund der Tatsache, dass die genannten Sportarten zu den Hauptsportarten zählen, ist das mediale Interesse von großer Bedeutung.

Herr JS. kann sich zwar jener Meinung anschließen, kritisiert in diesem Zusammenhang aber, dass die Sportartenselektion zu viel auf den Einschaltquoten der Zuseher basiert. Er wünscht sich eine Berichterstattung anderer, weniger publikumswirksamer Sportarten und hebt die positive Entwicklung mit dem Sendeplatz für Randsportarten (Sport Plus) hervor. In dieser Kategorie wurde jedoch der Stellenwert mit der Veränderung des Sportfernsehens verwechselt. Es geht dabei nur um den persönlichen und gesellschaftlichen Stellenwert des Sportfernsehens und nicht um publikumswirksame Sportarten.

3.a Live - Übertragungen

Herr JS. sieht in der Live - Übertragung einer Sportveranstaltung einen spannungsgeladenen Service für das Publikum.

4. Sportartenselektion

Während sich Frau AM. dieser Frage entzieht, wird die Sportartenselektion von den Befragten auf den medialen und wirtschaftlichen Einfluss zurückgeführt. Eine wichtige Rolle spielen dabei Einschaltquoten, da diese den größten Anteil an Gewinnmaximierung besitzen.

Eine Selektion der Sportarten im Fernsehen wird somit von den Fernsehanbietern durchgeführt, um damit den größtmöglichen Gewinn für das eigene Unternehmen, Sponsorengelder und Zuseherquoten zu erzielen.

5. Emotionen

Die Vertreter des Sportsystems nennen bei Sportübertragungen folgende Emotionen:

- Freude
- Patriotismus
- Zusammengehörigkeit
- Trauer
- Hass
- Zorn

Aus den genannten Emotionen kann geschlossen werden, dass diese bei der Sportrezeption der Befragten bereits hervorgerufen wurden.

Herr JS. ist der Ansicht, dass die emotionale Bindung zu einer Sportart, gerade in Österreich, sowie eine entsprechende Berichterstattung für Emotionen verantwortlich sind. Bei Erfolgen der heimischen Sportler entwickelt sich ein WIR - Gefühl im Gegensatz zu Niederlagen. Aus diesem Grund konnten keine Emotionen dieser Kategorie hinzugefügt werden. Daraus wird ersichtlich, dass Herr JS. keine bestimmte Emotionen nennen kann.

6. Veränderungen des Sportfernsehens

Die interviewten Personen konnten eine Vielzahl an Veränderungen aufzählen. Es konnte festgestellt werden, dass die Anforderungen der Konsumenten an die Fernsehanbieter aufgrund des großen Angebots steigen. Der Zuseher möchte mit einer perfekten Show unterhalten werden. Sollte dies nicht der Fall sein, reagiert das Publikum mit Desinteresse. Darüber hinaus wird die Wahl durch Internet und andere Fernsehanbieter erschwert.

Laut Herrn JS. wird der Wunsch nach Extremsportarten²²⁴ immer größer, da nur mehr Spitzenleistungen vom Publikum verfolgt werden. Dies kann auch als Nachteil verstanden werden, weshalb dieser Faktor auch zu Kategorie sieben zugeordnet werden können. Da jedoch nicht vehement auf einen Nachteil hingewiesen wurde, wird diese Aussage dieser Kategorie zugeordnet. Herr RM. sieht hingegen eine permanente Präsenz der Medien und kommerzielle Faktoren als Probleme. Beide Faktoren können auf die Entertainisierung im Sport zurückgeführt werden, die mit ansteigenden Kosten und schnelleren Rekorden einhergeht.

Auch wenn alle Teilnehmer unterschiedliche Erfahrungen in Bezug auf das Sportfernsehen gemacht haben, können doch einige Parallelen und Gemeinsamkeiten entdeckt werden. Wie im theoretischen Teil der Arbeit sehen die Befragten große Veränderungen in der technischen Entwicklung und der damit einhergehenden Erwartungshaltung des Zusehers. Der Druck anderer Fernsehsender steigt, weshalb finanzielle Faktoren in den Vordergrund rücken.

7. Vor - und Nachteile einer Sportübertragung

Der Sportübertragung können viele positive als auch negative Merkmale zugeschrieben werden. Die Befragten antworteten auf diese Frage wenig sachlich.

Vielmehr gingen sie vom persönlichen Befinden aus und nannten Attribute wie:
Ablenkung, Unterhaltung oder Genialität

²²⁴ Extremsportarten wie z.B. Fallschirmspringen, Wildwasserkajak, Eisklettern

Frau AM. kann keine bestimmten Merkmale nennen. Für sie ist dies von Übertragung zu Übertragung unterschiedlich. Hingegen sieht Herr JS. in jeder Sportübertragung etwas Positives, bis auf die mehrmalige Wiederholung von Bildern eines Unfalls. Aufgrund dieser Aussage kann Herr JS. nur schlecht mit Verletzungen eines Sportlers umgehen, weshalb er das Zeigen dieser Bilder als negativ empfindet.

Die Vor- und Nachteile einer Sportübertragung sind demnach subjektiv und können nicht eindeutig beschrieben werden. Es konnten jedoch mehr Vorteile als Nachteile nachgewiesen werden.

8. Kommentar

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

8.a Co - Kommentatoren

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

9. Das Magische Viereck

Den Befragten ist bewusst, dass ohne jene vier Bereiche Spitzensport nicht möglich ist. Die Leistung der Athleten, die Berichterstattung der Medien und die finanzielle Beteiligung von Sponsoren sind Bedingung für einen Erfolg des Sports.

Die Interviewten sind der Auffassung, dass es ohne Medien keine Einschaltziffern, keine Sponsoren und somit auch kein Geld für Sportler gäbe. Auf diese Weise könnte Sport nicht funktionieren. Diese Erkenntnis konnte auch im theoretischen Teil dieser Arbeit bereits konkretisiert werden. Das Ziel des Magischen Vierecks ist dabei auf Gewinnmaximierung ausgerichtet, da davon ausgegangen werden kann, dass die Beteiligten einen finanziellen Gewinn bei Sportübertragungen verfolgen. Der Sportler ist ein entscheidender Teil und muss sich im Fernsehen gut präsentieren. Er steht permanent in der Öffentlichkeit und

muss dies auch verarbeiten können. Herr JS. wirft dem Magischen Viereck dementsprechende psychische Belastung einzelner Sportler vor.

Sportler sind ein wesentlicher Faktor der nationalen Wirtschaft. Sie repräsentieren nicht nur ein Land und kurbeln damit den Tourismus an, sondern sind auch durch ihre sportliche Ausrüstung wirtschaftlich interessant für Unternehmen. Der Erfolg eines Sportlers wirkt sich wiederum positiv auf die beteiligten Sponsoren aus. „Nehmen Sie das Beispiel Hermann Maier: während seiner außergewöhnlichen Erfolge hat die Skimarke Atomic am Breitensportsektor ein gewaltiges Plus verzeichnen können.“ (JS, F14) Anhand des Beispiels wird deutlich, wie sehr Rezipienten von den Erfolgen einzelner Sportler beeinflusst werden.

Aus den Aussagen der Befragten wird ersichtlich, dass die Medien als wichtigster Part des Magischen Vierecks dargestellt werden. Denn nur dadurch wird Sport einer größeren Masse zugänglich und es kann ein finanzieller Gewinn garantiert werden. In diesem Zusammenhang spielen Helden laut der Befragten ebenso eine wichtige Rolle im Magischen Viereck.

10. Faszination Sportfernsehen

Für Herrn JS. und Frau AM. geht der Erfolg einer Sportart im Fernsehen mit den Erfolgen der Athleten einher. Sie begründen dies mit den guten Platzierungen der heimischen Sportler, die das Interesse der österreichischen Zuseher immens beeinflussen. Herr JS. erwähnt als Beispiel die Randsportart ‚Biathlon‘, die mit jedem Sieg beziehungsweise Medaille an Interesse zugenommen hat. Infolge dessen kann daraus geschlossen werden, dass die Faszination mit den Erfolgen heimischer Sportler sehr stark zusammenhängt.

Für Herrn RM. zählen die Tradition im lokalen Sportraum und die Fernsehkompatibilität zu den wichtigsten Kriterien.

Ein wichtiges Kriterium für das Interesse am Sport sehen die Interviewten in den Athleten selbst. Sie haben Vorbildwirkung für die Jugend und sind durch ihre Leistung an den Zuseherquoten beteiligt. Herr JS. fügt hinzu, dass die neuen Übertragungstechniken im

Fernsehen einen hohen Beitrag für die Einschaltquoten der Zuseher leisten. Er sieht die Übertragungen des ORF als federführend. Herr RM. ergänzt die Vermittlung von Emotionen und Personality - stories.

Frau AM. bringt dies mit ihrer Antwort auf Frage vier auf den Punkt „Ohne Medien hat der Sportler keine Sponsoren. Ohne Sponsoren kann sich der Athlet nicht professionell vorbereiten, die Kosten wären zu hoch“. (AM, F4)

Der Sport wäre ohne Medien nie so erfolgreich und sie stehen in ständiger Wechselwirkung miteinander. Der finanzielle Faktor bei der Faszination wie auch schon beim Magischen Viereck spielt eine große Rolle. Der Erfolg einer Sportart hängt laut der Befragten sehr stark von den Erfolgen der Sportler und der Übertragung der Medien ab. Daraus lässt sich ableiten, dass Sponsoren nur an erfolgreichen Sportarten im Fernsehen interessiert sind.

10.a Einfluss des Sportlers

Wie schon bei Punkt eins (Sporthelden) sprechen die Vertreter des Sportsystems dem Sportler eine bedeutende Funktion zu. Frau AM. spricht die Vorbildfunktion an, weshalb dadurch viele Zuseher zum Verfolgen eines Sportereignisses angeregt werden. Darüber hinaus spielt die Persönlichkeit des Sportlers eine weitere Rolle, die Emotionen vermitteln kann.

Aus den genannten Gründen ist JS. der Meinung, dass der Erfolg einer Sportart oft mit den Leistungen des Sportlers zusammenhängt. Aufgrund dessen kann davon ausgegangen werden, dass der Erfolg auch über das Interesse des Zusehers/Sponsoren etc. entscheidet und dieser bestimmt den wirtschaftlichen Erfolg mit.

10.b Wirtschaftlicher Erfolg

In Bezug auf die Sportberichterstattung sollte auch der Einfluss der Wirtschaft untersucht werden. Herr RM. hebt besonders den Skisport hervor. Die beiden anderen Interviewten

gaben zudem den wirtschaftlichen Gewinn für Österreich an. Die Annahme, dass der wirtschaftliche Erfolg einen wichtigen Teil der Sportfaszination beinhaltet, kann durch direkte Aussagen der befragten Personen bestätigt werden.

10.c Sportartenspezifische Faszination

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

11. Werbung

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

12. Sport im ORF

Die Interviewten schätzen die Leistung des ORF gerade bei Skiübertragungen hoch ein, weshalb von einer positiven Einstellung dem ORF gegenüber ausgegangen werden kann.

Herr RM. unterstreicht die Notwendigkeit von Sportübertragungen im ORF, da die Sportart im Fernsehen mit dramaturgischen Mitteln viel besser verfolgt werden kann als vor Ort. In diesem Zusammenhang kann man nicht davon ausgehen, dass Herr RM. ein Sportevent vor Ort bereits besucht hat. Er scheint jedoch, wie auch JS. in weiterer Folge mitteilt, von den Übertragungsmöglichkeiten des ORF überzeugt zu sein. „Der ORF ist, was die Übertragungstechniken von Sportveranstaltungen betrifft, federführend. Er ist mehrfacher Gewinner internationaler Preise. Nicht selten werden ORF - Mitarbeiter von ausländischen Stationen für Übertragungen angeheuert.“ (JS, F3)

Auch Frau AM. ist von den Skiübertragungen begeistert, wobei beachtet werden muss, dass sie als Co - Kommentatorin des ORF nicht objektiv sein kann.

13. Eingriff in den Sport

Herr JS. ist der Ansicht, dass Regeln für einen sportlichen Wettkampf notwendig sind und Herr RM. sieht in jedem Eingriff eine Veränderung des Sports.

Aus diesen Aussagen kann geschlossen werden, dass sich beide für Regeländerungen oder Eingriffe aussprechen, wenn sie für einen fairen Wettkampf notwendig erscheinen.

Frau AM. ließ diesen Punkt unkommentiert.

7.6.2.2 Fernsehen

Für das Mediensystem wurden folgende Vertreter ausgesucht und sie beschreiben ihre Rolle im Magischen Viereck so:

- **Gerald Kögler** (Programmwirtschaftlicher Leiter der ORF Sportredaktion)
- **Oliver Polzer** (Sportmoderator und Sportkommentator des ORF)
„Ich sehe mich als Moderator und Kommentator als Dienstleister für den TV Konsumenten. Meine Stärken müssen andere kommentieren, ich habe in meinem Beruf die Kraft, den Menschen möglichst objektiv und genau zu transportieren, was sie auf dem Schirm möglicherweise nicht so gut erkennen können. Als Sportjournalist versuche ich möglichst viel Information für den Seher zu beschaffen. Das gelingt mal besser, mal schlechter!“

1. Sporthelden

Laut GK. werden Helden im Sport durch den Erfolg definiert. Helden beeinflussen das Zuseherinteresse, da sie Identifikationsfiguren darstellen. Dieser Grund stimmt auch mit den theoretischen Erkenntnissen dieser Arbeit überein.

Herr GK. ist davon überzeugt, dass Helden individuell und nicht durch Verbandsstrukturen entstehen.

Herr GK. nennt folgende Helden: „Niki Lauda, Hermann Maier, Markus Rogan, Thomas Muster“ (GK, F14).

Im Gegensatz zu Herrn GK. würde Herr OP. keinen Sportler als Helden bezeichnen. Er verwendet diesen Begriff nur im Zusammenhang mit Länderwettkämpfen oder wenn ein Athlet eine herausragende Leistung vollbringt. Diese Aussage macht deutlich, dass jeder Mensch einen „Helden“ unterschiedlich definiert.

2. Sportdramaturgie

Hinsichtlich der Sportdramaturgie ist Herr GK. der Ansicht, dass Dramaturgie im Sport durch persönliche Schicksale, Statistiken, persönliche Beziehungen der Sportler zueinander, das Regelwerk und die Messbarkeit der Leistung entsteht. Die Aussage bezieht auf gleiche Weise dramaturgische Elemente mit ein. Herr OP. führt eine Dramaturgie auf den individuellen Verlauf eines Bewerbs und die Beteiligung der österreichischen Sportler zurück.

In dieser Untersuchung werden alle Elemente erforscht, weshalb keine als falsch bewertet werden können. Die Befragten haben unterschiedliche Merkmale geschildert, die in der Arbeit festgehalten werden.

3. Stellenwert von Sportübertragungen

Unter diese Kategorie fallen die persönlichen Interessen an Sportübertragungen. Da die befragten Personen beim ORF angestellt sind, muss ihre berufliche Intention berücksichtigt werden. Aus diesem Grund ist es nicht verwunderlich, dass Sport einen wichtigen Bereich für den ORF darstellt. Gerade dem Sport wird eine große Menge an Einschaltquoten zu Teil. Herr OP. führt neben Sendeflächen und Marktanteilen die eigene Technik und das ‚Know - How‘ des ORF als Gründe für eine große Bedeutung an. Herr GK. nennt im Zuge dessen wichtige Premiumverträge. In den Interviews finden sich demnach auch finanzielle Beweggründe, die berücksichtigt werden müssen.

3.a Live - Übertragungen

Die Interviewpartner betonen die Wichtigkeit von Live - Übertragungen, auch aufgrund des Internets. Mit dieser Aussage könnte Herr GK. auf die Internetuser anspielen, die fast zeitgleich und ortsungebunden ein Sportereignis verfolgen.

Der ORF verfügt darüber hinaus über eine fortgeschrittene Technik und fachliche Kompetenz, die den ORF gerade im Bereich des Sports zum Marktführer macht.

Anhand dieser Meinungen kann festgehalten werden, dass die befragten Personen sehr gut mit den Stärken des Unternehmens vertraut sind, jedoch auch Verbesserungsbedarf (wie z. B. erweiterte Kameraperspektiven) bei den Live - Übertragungen sehen.

4. Sportartenselektion

Laut Herrn GK. ist für die Sportartenselektion der Hauptabteilungsleiter mit Redaktionsteam verantwortlich. Herr OP. nennt den Informationsdirektor und Sportchef als Verantwortliche. Insofern kann nicht von einer sicheren Information ausgegangen werden.

Es wird jedoch deutlich, dass der ORF beziehungsweise der Fernsehanbieter für eine Sportartenselektion verantwortlich ist. Ferner bestimmt der Zuseher in unbestimmtem Maße aufgrund der Einschaltquoten mit.

Herr OP. führt folgende Gründe für eine Selektion an:

„öffentlich - rechtliche Gesichtspunkte. Österreich - Bezug, Interesse, Stellenwert in der Welt des Sports“ (OP, F4)

Somit wird ersichtlich, dass der ORF nicht nur aus Unternehmensgründen handelt, sondern auch die Interessen der Rezipienten einbezieht.

5. Emotionen

Während Herr OP. darauf hinweist, dass Sportler Emotionen vermitteln müssen und er diese als Kommentator nur transportieren kann, zählt Herr GK. Triumph, Trauer, Anspannung, Anstrengung und Kampfgeist zu den wichtigsten Emotionen.

Es kann davon ausgegangen werden, dass Herr OP. als Kommentator versucht, den Kriterien eines objektiven Vermittlers zu entsprechen.

6. Veränderungen des Sportfernsehens

Die Vertreter des Fernsehsystems nennen zahlreiche Veränderungen des Sportfernsehens, da sie vermutlich durch ihre berufliche Tätigkeit einen weitaus besseren Einblick in die Strukturen des ORF haben.

Zum einen haben sich laut Herrn GK. die Sportarten an sich verändert beziehungsweise wurde das Umfeld des Sports stark reglementiert. Dazu zählen die Vermarktung des Sportlers, eigene Medienbetreuer, Webpages. Herr GK. erwähnt positiv, dass die Medien noch weiter an Gewicht zugelegt haben, kritisiert aber die Tendenz, alles durch Verträge absichern zu müssen. Auf diese Weise wird das Handeln oder Eingreifen zunehmend eingeschränkt.

Die Organisation und Vermarktung der Sportarten hat sich jedoch deutlich verbessert, ist Herr OP. der Meinung. Einige Sportarten haben positive Veränderungen durchlebt wie z. B. Frauenfußball oder Eishockey. Aus dieser Aussage durch OP. kann man schließen, dass manche Sportarten attraktiver gestaltet wurden und somit zu größerem Interesse beitragen konnten.

Eine weitere wichtige Veränderung ist die technische und inhaltliche Entwicklung hinsichtlich der Fernsehübertragungen. Herr OP. ist der Ansicht, dass diese Erweiterung zu einem besseren Transport eines Sportereignisses beiträgt. Diese Erneuerungen würden damit die Vermittlung erleichtern und technische Erneuerungen (wie z. B. computerunterstützte Analysetechniken oder graphische Darstellungen) ermöglichen.

7. Vor - und Nachteile einer Sportübertragung

Herr GK. sieht die technische Entwicklung des Fernsehens (auch HD TV²²⁵) als positives Merkmal. Die Qualität des Fernsehens wird für das Publikum verbessert.

²²⁵ HD TV = die Bezeichnung für Fernsehen in High Definition und bedeutet eine hohe Auflösung

Im Gegensatz dazu steht eine starke Reglementierung im Sportfernsehen – Verträge machen individuelle Freiheiten unmöglich und verhindern vermutlich situationsspezifisches Eingreifen durch Akteure des Magischen Vierecks.

Herr OP. kann dies nur anhand eines konkreten Falles beantworten. Technische Probleme oder Verletzungen können eine Übertragung beeinflussen. Er spricht in diesem Zusammenhang offenbar Situationen an, in denen sich der Rezipient aufgrund einer Unterbrechung jeglicher Art zum Wegschalten entscheidet.

8. Kommentar

In dieser Kategorie wurden die Vertreter befragt, warum denn bei Skirennen der Damen hin und wieder von ‚Ski Mädchen‘ gesprochen wird. Die Interviewten sind sich dessen nicht bewusst und sprachen sich gegen jene Bezeichnung aus.

8.a Co - Kommentatoren

Bei Fußballübertragungen werden keine Co - Kommentatoren eingesetzt, da negative Erfahrungen gemacht wurden und der Kostenfaktor und Aufwand durch viele Bewerbe zu hoch wäre. So beschreibt Herr GK. die Situation.

Außerdem, meint Herr OP., ist diese Entscheidung von den Zusehergewohnheiten eines Landes abhängig und in Österreich nicht zutreffend.

Diese Gründe sind zwar nachvollziehbar, jedoch in keiner Weise eindeutig. Da in allen Hauptsportarten Co - Kommentatoren zum Einsatz kommen, wäre zumindest bei Länderspielen oder Großereignissen ein Co - Kommentator wünschenswert.

9. Das Magische Viereck

In den Aussagen wird insbesondere deutlich, wie wichtig die Zusammenarbeit des Magischen Vierecks ist. Die Übertragung von Sportereignissen kann nicht alleine durch die Medien erfolgen. Eine Zusammenarbeit ist ohne Wirtschaft undenkbar. Sie wird immer

enger und intensiver. Es gibt mehrere Gründe dafür. Zum einen ist die Sportvermarktung wichtiger geworden, auf der anderen Seite haben sich die Produktions - und Lizenzkosten erhöht.

Der Sport beziehungsweise Sportveranstaltungen können nur durch eine gute Zusammenarbeit aller Bereiche gewährleistet werden. Sportvermarktung und Publikation ist ein wichtiger Bestandteil. Für eine erfolgreiche Sportveranstaltung sind mehrere Faktoren ausschlaggebend und müssen daher nicht nur berücksichtigt, sondern auch untereinander abgesprochen werden. Wie bereits im theoretischen Teil erwähnt z. B. Beginnzeiten, Werbung, Rechtekosten, etc.

10. Faszination Sportfernsehen

Es wurden folgende Faktoren für den Erfolg einer Sportart im Fernsehen von den Befragten genannt:

- Gute Möglichkeiten der Auflösung (Bild und Ton)
- Klare Regeln
- Messbarkeit
- Nationale Identifikation (Helden)
- Attraktivität des Bewerbs
- Spannung

All jene angeführten Merkmale sind auch Teil der Dramaturgie. Auf diese Weise wird deutlich, wie ausschlaggebend dramaturgische Elemente für die Faszination im Sport sind.

10.a Einfluss des Sportlers

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

10.b Wirtschaftlicher Erfolg

Herr OP. begründet einen ansteigenden wirtschaftlichen Erfolg, indem das Interesse an der Sportvermarktung zugenommen hat. Dadurch ergeben sich neue Möglichkeiten in diesem Bereich.

10.c Sportartenspezifische Faszination

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

11. Werbung

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

12. Sport im ORF

Herr OP. und Herr GK. stellen fest, dass das Ziel des Unternehmens ist, den Rezipienten mit umfassenden Informationen zu versorgen.

Weitere Ziele der Sportübertragungen im ORF sind:

- Im Sinne eines öffentlich - rechtlichen Auftrags zu handeln
- Qualitativ hochwertige Übertragungen zu ermöglichen
- Interessensvertretung der Österreichischen Verbände
- Animation des Publikums zur aktiven Sportausübung

Die genannten Ziele sind im Sinne des Publikums und sollen den öffentlich - rechtlichen Auftrag erfüllen. Die Zielsetzungen sprechen jedoch nicht nur Rezipienten an, sondern auch Vertreter des Magischen Vierecks. Auf diese Weise soll Sport im ORF garantiert werden.

13. Eingriff in den Sport

Die Befragten sind der Meinung, dass der ORF nicht in den Sportwettkampf eingreift, da dieser nur für die Übertragung der Bilder verantwortlich sind. Herr GK. hält fest, dass die Regeln durch Verbände bestimmt werden. Das Fernsehen hat nur ein Mitspracherecht, wenn es um Beginnzeiten geht. Dabei wird aber im Sinne des Zusehers und nicht des Unternehmens gehandelt.

Aufgrund dieser Aussagen kann ein Eingriff der Medien in den Sport widerlegt werden. Das Unternehmen handelt im Sinne des Zusehers und erhält ansonsten keine Mitbestimmung.

7.6.2.3 Wirtschaft

Für das Wirtschaftssystem wurden folgende Vertreter ausgesucht und sie beschreiben ihre Rolle im Magischen Viereck so:

- **Markus Augeneder** (Finanzdirektor von Hervis Sport - und Modegesellschaft)
„Wirtschaft - wir versorgen den klassischen Konsumenten von nebenan mit Produkten und gutem Preis - /Leistungsverhältnis.“
- **Erwin Gruber** (Uniqa Versicherungen – verantwortlich für Marketing, Sportsponsoring und Projektmanagement)

1. Sporthelden

Sportler sind demnach Helden, die durch besondere Umstände, wie Unfälle, nach Verletzungen ein Comeback geben oder Siege verzeichnen. Herr EG. nennt als Beispiel Olympiasiege.

Für Herrn MA. zeigen Sportler seiner Meinung nach, wie wichtig Leistung und Engagement sind und animieren zum Sport. Aus diesem Grund kann dem Einfluss des Sportlers auf das Zuseherinteresse auch eine übergeordnete Funktion eingeräumt werden.

Die Aussagen geben demnach Aufschluss sowohl über die Entstehung von Helden als auch über deren Eigenschaften. Die Bezeichnung „Sporthelden“ stellt für die Befragten kein Problem dar.

2. Sportdramaturgie

Herr MA. nennt folgende dramaturgische Elemente:

„Sendezeitpunkte, Parallelschaltungen, Zeitlupeneinstellungen, Vergleiche, Head to Head²²⁶“ (MA, F12)

²²⁶ Head to Head = Gegenüberstellung der Leistung/Ergebnisse zweier Sportler/Mannschaften

Die genannten Elemente beziehen sich im Gegensatz zu anderen Gesprächsteilnehmern nur auf technische und sportartspezifische Merkmale.

Herr EG. geht noch detaillierter auf die Sportdramaturgie relevanter Sportarten dieser Arbeit ein:

„Fußball:

- Spannungsaufbau vor dem Spiel durch Musik und Stadionsprecher (Zelebrieren der Mannschaftsaufstellung der eigenen Mannschaft durch den Sprecher mit dem Publikum)
- Fanchoreografien
- Sprechchöre und andere Formen der Unterstützung
- Zelebrieren eines Tores der Heimmannschaft
- ganz eigene Spannung vor einem Elfmeter
- Abfeiern der Mannschaft mit dem Publikum nach gewonnenem Spiel

Formel 1:

- beginnt schon in der Qualifikation - wer kommt ins Q2, wer kommt ins Q3²²⁷?
- Startaufstellung (Prominente, die sich bei der Startaufstellung präsentieren)
- Hymne des Veranstaltungslandes wird gesungen oder gespielt
- Startprozedere selbst mit Aufwärmrunde und eigentlichem Start
- Strategie und Taktik (Reifenwahl, Boxenstopp)
- Boxenfunks und Boxenstopps
- Safetycar - Phasen
- Ehrenrunde nach Erfolg
- Siegerehrung (Hymnen, Pokalüberreichung, Champagnerdusche)

Ski Alpin:

- Skiwahl/Wettereinflüsse/Pistenverhältnisse
- Besichtigung durch die Läufer – ist im Fernsehen nur selten sichtbar
- Kamerafahrt

²²⁷ Q2/3 ist ein Synonym beziehungsweise Abkürzung für das Qualifying/Qualifikationstraining (1 - 3) in der Formel 1

- Startprozedere der verschiedenen Läufer (z. B. Manfred Pranger oder Bode Miller als Gegensätze)
- Zwischenzeiten und manchmal Geschwindigkeitsmessungen (wenn sie aussagekräftig sind)
- Abschwingen, Blick auf Uhr und Platzierung, Ski - Präsentation in die Kamera
- Rennunterbrechungen nach schweren Stürzen“ (EG, F12a)

Auf diese Weise kann die Liste an dramaturgischen Elementen ausreichend erweitert werden.

3. Stellenwert von Sportübertragungen

Sport stellt einen großen Stellenwert für die Wirtschaft dar. Herr MA. sieht in Sportübertragungen eine Umsatzchance und führt den Breitensport²²⁸ als wichtigen Stellenwert an. Herr EG. spricht von einem Vorteil, sein Unternehmen bei Sportübertragungen präsentieren zu können. Aus diesem Grund ist der Stellenwert von Sportübertragungen außerordentlich hoch. Darüber hinaus werden gesponserte Sportler in den Medien präsentiert.

Das Unternehmen von Herrn EG konzentriert sich außerdem auf Ski Alpin, da diese Sportart von großer Bedeutung in Österreich ist und somit eine gewinnbringende Plattform beziehungsweise Berichterstattung beinhaltet.

3.a Live - Übertragungen

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

4. Sportartenselektion

Die Interviewten sind der Meinung, dass die Sportartenselektion stark von den Medien beziehungsweise Fernsehanstalten geprägt ist. In diesem Zusammenhang kritisieren sie, dass nur jene Sportarten gesendet werden, die hohe Einschaltquoten mit sich bringen.

²²⁸ Als Breitensport werden Sportarten bezeichnet, die eine breite Masse ausübt, wie z.B. Laufsport, Radsport

Anhand der Aussagen kann geschlossen werden, dass eine Selektion im Sport weniger durch die Medien vollzogen wird. Dies gibt Grund zur Annahme, dass sich die Vertreter des Wirtschaftssystems mehr Mitsprache bei der Wahl von Sportarten im Fernsehen wünschen würden.

5. Emotionen

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

6. Veränderungen des Sportfernsehens

Das Sportfernsehen beinhaltet heutzutage eine wesentlich interessantere und umfangreichere Berichterstattung. Herr MA. nennt Biathlon als Beispiel. Die Kameraführung kann den Spannungsgehalt einer Sportveranstaltung anheben.

Die Rahmenbedingungen eines Sportereignisses wurden erweitert. Somit tragen heutzutage Vorberichte, Analysen und umfangreiche Interviews zur Unterhaltung des Publikums bei. Des Weiteren wurden die technischen Möglichkeiten immens weiterentwickelt. Dies bringt hohe Rechtenkosten und einen größeren Aufwand mit sich, der nur durch hohe Zuschauerquoten entschädigt werden kann. Wie bereits bei der Sportartenselektion erwähnt, ist das Ziel möglichst hohe Einschaltquoten zu erzielen. Aus dieser Tatsache ergibt sich wiederum, warum nur bestimmte Sportarten gesendet werden.

7. Vor - und Nachteile einer Sportübertragung

Herr MA. ist der Ansicht, dass das ‚dabei sein‘ ein positiver Faktor ist. Negativ sieht er im Fernsehen, dass es das Gegenteil zu aktiver Sportausübung darstellt, weshalb er sich vielleicht wünschen würde, dass Sportübertragungen noch mehr zu körperlicher Aktivität anregt. Herr EG. wollte zu diesem Thema seine Meinung nicht äußern.

8. Kommentar

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

8. Co - Kommentatoren

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

9. Das Magische Viereck

Das Magische Viereck bestimmt zusammen den Sport. Eine Zusammenarbeit aller Bereiche ist notwendig. Ein Zusammenhang besteht für Herrn EG. durch Zuschauerzahlen, Werbemöglichkeiten und Erfolg. In dieser Aussage wird zwar ein Gewinn für Sport, Medien und Wirtschaft ersichtlich, doch dem wichtigen Element „Publikum“ wird außer als Quotenbringer keine Funktion beigemessen. Sportübertragungen sollten jedoch bedeutend gestaltet werden, sodass das Publikum von einem großen Unterhaltungswert profitieren kann.

„Das Viereck greift nicht nur in das Sportgeschehen ein, sondern ineinander.“ (EG, F14), wodurch letztendlich klar wird, wie wichtig die Zusammenarbeit aller Bereiche ist.

10. Faszination Sportfernsehen

Die Faszination Sport hat vielfältige Gründe. Für den Erfolg einer Sportart im Fernsehen bedarf es eines guten Sendeplatzes, Attraktivität der Sportart, Spannung, Massentauglichkeit und Zuseherquoten. Darin sind sich die Teilnehmer des Interviews einig.

Sport soll laut Herrn MA. Menschen begeistern und zum Nachmachen animieren, wodurch wieder der Rezipient in den Vordergrund einer beeindruckenden Sportübertragung rückt.

10.a Einfluss des Sportlers

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

10.b Wirtschaftlicher Erfolg

Die Wirtschaft ist ein wichtiger Teil des Sports. Sponsoring und die Positionierung sind entscheidend für den finanziellen Erfolg. Dazu zählen unter anderem Sendungswidmungen, Gewinnspiele und Gratulationsinserate.

Wirtschaftlicher Erfolg ist gegeben, wenn das Unternehmen Teil der Berichterstattung ist oder die Werbewertanalyse hoch ausfällt. Darüber hinaus sind Sportarten besonders lukrativ, die von einer großen Masse ausgeübt werden.

Das Sponsoring eines Sportlers ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Herr EG. vertritt die Ansicht, dass der Sportler beziehungsweise die Sportart zu den Werten eines Unternehmens passen muss. Erst dann wird eine Beteiligung zugesichert. Daraus wird ersichtlich, dass der Erfolg eines Sportlers alleine nicht ausreicht für eine finanzielle Beteiligung eines Unternehmens.

Ein weiterer wirtschaftlicher Erfolg kann erreicht werden, wenn das Publikum zum Kauf bestimmter Produkte animiert wird. Hervorzuheben ist dabei die Beeinflussung des Publikums durch die in der bereits untersuchten Text - und Bildanalyse angeführten Werbeformen.

10.c Sportartenspezifische Faszination

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

11. Werbung

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

12. Sport im ORF

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

13. Eingriff in den Sport

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

7.6.2.4 Publikum

Für das Publikumssystem wurden folgende Vertreter ausgesucht und sie beschreiben ihre Rolle im Magischen Viereck so:

- **Alexandra Krieger**

„Ich sehe meine Rolle im Magischen Viereck ausschließlich in der des Publikums, des Konsumenten. Als Seher bin ich wichtig für den Sender der die Quote halten muss, ich bin wichtig für die Wirtschaft, die mir ihre Produkte verkaufen will und schließlich ermögliche ich durch das Einschalten des Fernseher und durch das „Konsumieren“ einer Sportveranstaltung die Finanzierung von Sportlern, Verbänden und Vereinen.“

- **Gregor Tutsch**

„Ich denke, als Zuseher spielt man eine große Rolle in dem Viereck, denn man entscheidet bis zu einem gewissen Grad mit, ob diese Sportart im Fernsehen weiter gesehen wird oder ob sie doch auch nur bloß eine Randgruppenberichterstattung erhält.“

- **Mateo Castillo**

„Meine Rolle im Magischen Viereck würde ich sehr gerne intensivieren, da mich alle vier Ecken sehr interessieren. Am intensivsten bin ich zurzeit in der Publikumsecke (viele Events vor Ort und im TV) und in der Medienecke. Die Wirtschaftlichkeit des Sports finde ich aber sehr interessant und die Sportarten an sich auch. Beim Sport interessiert mich vor allem und ganz intensiv die Geschichte und Entwicklung („Hobby Historiker“).“

- **Jasmin Holzer**

„Da ich Anhängerin einer Sportmannschaft bin, zähle ich mich natürlich zum Publikum, das seine Mannschaft so gut unterstützt, wie es möglich ist. Wovon ich jedoch nichts halte, ist, wenn man als Anhänger einer bestimmten Mannschaft die Anhänger anderer Mannschaften als minderwertig ansieht, oder sich mit denen zu streiten beginnt. Für dieses Verhalten vieler Fans habe ich überhaupt kein Verständnis.“

- **Manuela Paulus**

„Ich gehöre wohl dem Publikum an, indem ich Sport im Fernsehen konsumiere.“

- **Antonia Pulkert**

„Da ich Sportveranstaltungen durch Medien rezipiere, Produkte/Dienstleistungen von Sponsoren kaufe/beziehe, beruflich mit Athleten und Sport zu tun habe und hin und wieder auch vor Ort Sportereignisse besuche, sehe ich überall eine gewisse Verbindung.“

- **Bernhard Behounek**

„Ich bin meist passiver Konsument (Sportübertragungen im TV, Live - Stream).“

- **Alexander Paulus**

„Die Rolle als Publikum ist die dominante im Magischen Viereck, an der sich auch die anderen drei Bereiche orientieren sollen und müssen. Bleibt das Publikum aus, werden auch die weiteren Bereiche sukzessive ihren Einfluss auf die Sportart reduzieren.“

1. Sporthelden

Helden sind im Sport von großer Bedeutung – sie stellen Identifikationsmöglichkeiten dar. Sie sind Vorbilder und repräsentieren eine Sportart, stellt Frau AK. wie bereits mehrfach erwähnt, fest. Für einige der Befragten ist die Bezeichnung nicht zutreffend. Sie würden in Sportlern eher Vorbilder sehen. Für Herrn BB. ist die Bezeichnung eines Sportlers als Helden mit dem besten Athleten einer Sportart gleichzusetzen – der Beste einer Disziplin führt wiederum zu steigendem Zuschauerinteresse.

Herr MC. beschreibt den Heldenbegriff im Sport als abgedroschen. Für ihn werden Sportler anscheinend zu schnell als Helden bezeichnet, woraus man schließen kann, dass die Bezeichnung eines Sportlers als „Helden“ nur auf wenige außergewöhnliche Personen zutreffen sollte. Er kann sich auch nicht vorstellen, dass sich Sportler in dieser Rolle wohlfühlen. Diese Meinung kann jedoch dadurch entstanden sein, weil mit dem Begriff des „Helden“ zu leichtfertig umgegangen wird. In jedem Bereich gibt es heutzutage „Helden“, im Film, Feuerwehrmänner oder mutige Passanten.

Für Frau JH. ist die persönliche Nähe zu einem Sportler ausschlaggebend. Herr APa. ist wiederum der Ansicht, dass der Sport von Helden lebt. Frau AP. sieht in Sportlern eher eine Vorbildfunktion. Auf diese Weise wird erkennbar, wie die Meinungen der Interviewten auseinander gehen.

Um eine übersichtliche Darstellung in Bezug auf Sporthelden zu ermöglichen, werden die Aussagen der befragten Personen punktuell aufgelistet.

Die Befragten nannten folgende Eigenschaften oder Merkmale, die ein Sportheld mit sich bringen sollte:

- Ein unbändiger Wille zu siegen
- Dramatische Umstände
- Moralische Integrität
- Untadelig und im Sinne des Fair Play agieren
- Charisma, positive Ausstrahlung, kraftvoll, Spaß am Beruf

- Persönlichkeit, redegewandt
- Wiederkehrende Erfolge
- Brechen von Rekorden
- Trotz Druck Leistung bringen
- Ungewöhnliche Lebensgeschichte/ - schicksal
- Publikumsliebbling
- Dominanz über mehrere Jahre
- Ungewöhnliche Typen (extrovertiert, ungewöhnlich, mit Ecken und Kanten)

All jene angeführten Punkte können darüber Aufschluss geben, wie wichtig der einzelne Sportler für das Publikum ist. Die Erfüllung dieser Faktoren scheint fast unmöglich, weshalb die Tatsache, dass nur wenige Athleten als Held bezeichnet werden, eindeutiger wird.

Sieben der acht Befragten sind sich hinsichtlich eines herausragenden Profisportlers einig. Alle sehen in Hermann Maier einen Helden aufgrund seiner erfolgreichen Leistungen und seiner Stürze/Verletzungen.

Frau MP. bezeichnet keinen Sportler als Helden, da dieser Begriff wie bereits weiter oben angeführt nur durch außerordentliche Leistungen erfüllt werden kann.

Es werden noch andere Sportler als Helden bezeichnet: Thomas Muster, Mirna Jukic, Steffi Graf, Ayrton Senna, Colin McRae, Wayne Gretzky, Jaromir Jagr, Thomas Vanek, Andrés Iniesta, Niki Lauda, Matthias Lanzinger, Roger Federer.

2. Sportdramaturgie

Die Gesprächsteilnehmer aus dem Rezeptionsbereich nannten eine Menge an dramaturgischen Elementen, die in Folge dessen kurz und prägnant festgehalten werden.

Voraussetzungen für Dramaturgie im Sport:

- Sportlicher Wettkampf, Kameraeinstellungen und Kamerapositionen, Schnitt, Kommentator
- Überraschender Sieg einer schwächeren Mannschaft - die länger andauernde Dominanz eines Favoriten wäre uninteressant
- Chance eines/r Österreichers/in auf den Sieg, Sportler der eigenen Nation
- K.O. Spiele²²⁹, Elfmeter, kritische Schiedsrichterentscheidungen, Tore
- Der Beste fährt am Schluss (siehe Ski Alpin)
- Kantersieg²³⁰ im Fußball
- Führender in der Formel 1, der andere überrundet
- Skifahrer mit großem Vorsprung
- Rahmenprogramm mit Eröffnungsfeier, Siegerehrung, Side - Events, qualitative Berichterstattung, Siegesfeier
- Emotionen (Ratlosigkeit des Trainers, Verzweiflung der Spieler, Schmerzen nach einem Foul, triumphierendes Lächeln des Gegners, fragwürdiges Handspiel/Abseitssituation)
- Identifikation, Unfälle, Stürze, Verletzungen, Zuschauermasse, unerwartete Zwischenfälle, extreme Wetterverhältnisse, Zuschauerparolen, Flitzer
- Kameraeinstellungen (Kräne, Mini - Kamera), Kameraschnitt, Slowmotion - Einstellungen, Kommentator
- Startsekunden, Überholmanöver, Boxenstopps, Kollisionen, Spritzen der Champagnerflaschen, hohe Geschwindigkeiten
- Unvorhersehbarkeit, Führungswechsel, knappe Siege, Ungewissheit

Frau AK. beschreibt einen wichtigen Faktor im Sport. Auch wenn sich ein Sportereignis aufgrund der spielerischen Leistungen nicht dramatisch gestaltet, so werden Eindrücke der Spieler/Trainer/Schiedsrichter, etc. durch verschiedene Kamerablickwinkel eingefangen und dramatisiert. Anhand dieser Aussage kann die Theorie, dass Sportdramaturgie nicht von Personen außerhalb des Sportereignisses inszeniert wird, widerlegt werden.

²²⁹ K.O. Spiele werden als Ausscheidungsspiele bezeichnet

²³⁰ Mit Kantersiegen wird die Überlegenheit einer Mannschaft beziehungsweise ein leicht errungener Sieg bezeichnet

Die Interviewten sollten ein dramaturgisch spannendes Sportereignis beschreiben:

- Der Gewinn zweier Goldmedaillen von Hermann Maier bei den Olympischen Winterspielen 1998 in Nagano, nachdem dieser kurz zuvor schwer stürzte.
- Die Superbowl 2010, in der die schwächere Mannschaft den Favoriten besiegte und einer ganzen Region wieder Hoffnung gab.
- Seltene Großereignisse (Olympische Spiele, Weltmeisterschaften)
- Nachtslalom in Schladming

3. Stellenwert von Sportübertragungen

Der Stellenwert von Sportübertragungen ist bei allen Personen hoch. Eine Interviewpartnerin gibt an, dass Sport keine große Bedeutung erlangt. Die Interessen beziehungsweise Anforderungen an den Sport sind von unterschiedlicher Gewichtung. Die Aussagen beziehen sich nicht wie erwartet nur auf den persönlichen Stellenwert, sondern beschreiben ziemlich genau, was die einzelnen Personen von einer Sportübertragung erwarten.

Das Interesse am Sport ist von den Leistungen, besonders österreichischer Teilnehmer, geprägt. Patriotismus und Tradition spielen ebenfalls eine übergeordnete Rolle. Charismatische Sportler können einen positiven Einfluss haben. Sportübertragungen ermöglichen Entspannung und Zeitvertreib, meint Herr BB.

Frau AK. ist ebenso der Meinung, dass das Interesse auch von der medialen Aufbereitung abhängig ist. Sie zählt eine kompetente Vorberichterstattung und Analyse, sowie dramaturgische Elemente (Kameraeinstellungen, Schnitt, Nahaufnahmen, persönliche/intime Bilder der Athleten) zu den wichtigsten Merkmalen einer erfolgreichen Sportübertragung. Der Erfolg einer Sportart hängt oft auch vom Unterhaltungs - und Anregungsgehalt ab. Personalisierung im Sport ist für eine Identifikation und emotionale Bindungen im Sport entscheidend. Die soziale Funktion muss verfolgt werden.

Frau MP. führt das sportliche Interesse auch auf das Interesse der eigenen Eltern zurück. Frau AP. fügt das persönliche Umfeld und die Sendezeit als mögliche Faktoren hinzu. Für

sie stehen jedoch das eigentliche Spiel/Rennen beziehungsweise Großereignisse im Vordergrund.

Live - Übertragungen, Interviews und Spannung zählt Frau JH. zu einer guten Sportübertragung. Herr APa. führt ferner den Unterhaltungswert, Relevanz in der Öffentlichkeit und kompetente Kommentatoren an. Für Frau JH. ist es bedeutsam Sport zu verfolgen, um informiert zu sein.

Herr MC. sieht im Videobeweis, pünktlichen Übertragungen und einer kompetenten Aufbereitung einen Zuwachs an Erfolg und Zuschauerquoten.

Herr GT. ist sogar der Ansicht, dass jede Sportart im Fernsehen erfolgreich sein kann, wenn notwendige Rahmenbedingungen wie z. B. Regelkunde geschaffen werden.

Es wurden vielfältige Gründe für einen hohen Stellenwert des Sports angeführt. Hervorgehoben werden kann jedoch eine mediale Aufbereitung, Unterhaltungswert und Dramaturgie.

3.a Live - Übertragungen

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

4. Sportartenselektion

Dieser Kategorie konnte nur eine Aussage zugeordnet werden. Herr BB. wirft den Medien in diesem Zusammenhang vor, durch eine Vorauswahl an Sportarten, das Publikum zu beeinflussen.

Daraus wird ersichtlich, inwieweit sich Rezipienten durch die Medien beeinflusst fühlen. Vielleicht wäre dieser Anstoß Grund genug, die Zuseher nach ihren bevorzugten Sportarten zu befragen und auf deren Wünsche einzugehen.

5. Emotionen

Herr MC. wünscht sich mehr Emotionen im ORF, gerade von den Sportreportern. Er erwähnt in dieser Hinsicht einen konkurrierenden privaten Fernsehanbieter, der seiner Meinung nach Emotionen besser transportiert. Darüber hinaus fehlen originelle Beiträge oder Interviews. Anhand dieser Aussage ist anzunehmen, dass Herr MC. nicht die Ziele eines öffentlich - rechtlichen Auftrages berücksichtigt und damit weniger Sendezeit für Hintergrundinformationen zur Verfügung stehen.

Frau JH. führt die Vermittlung von Emotionen auf den Sportberichterstatter zurück.

Für bessere Lesbarkeit wurden alle genannten Emotionen gesammelt dargestellt.

Es wurden folgende Emotionen genannt:

- Freude (auf den Wettkampf)
- Angst (vor einer Niederlage)
- Wut (nach einem missglückten Spiel)
- Ärger
- Trauer (nach dem Verlust einer Medaille)
- Spannung
- Enttäuschung
- Begeisterung
- Mitfiebern
- Herzklopfen
- Hilflosigkeit
- Ehrgeiz
- Neid
- Überraschung
- Leid

Durch die beschriebenen Emotionen wird ersichtlich, wie eng positive und negative Gefühle miteinander verbunden sind. Es wurden so viele Emotionen genannt, da Unvorhersehbarkeit im Sport die Gefühlslage des einzelnen jederzeit verändern kann.

6. Veränderungen des Sportfernsehens

Herr GT. beschreibt eine Veränderung des Werbe - und Marketinganteils. Den Zuwachs an Entertainment und Information bezeichnet er im Gegensatz zu den bisherigen Annahmen für den Fernsehzuseher als weniger notwendig.

Frau AK. sieht eine Veränderung in der Anzahl an Kameras, die mittlerweile nicht nur das Geschehen am Spielfeld einfangen, sondern auch Trainerbänke, Zuschauertribünen oder Katakomben. Dazu kamen Wiederholungen, Slowmotion - Einstellungen und eine umfangreichere Berichterstattung.

Frau AP. nennt eine schnellere, kostengünstigere und ausgedehnte Berichterstattung, die Ausweitung der Austragungsorte, die technologische Entwicklung, eine zeit - und ortsunabhängige Sportrezeption und die multimediale Verwertung. Frau JH. führt die Ausstrahlung von weiteren Sportveranstaltungen auf eine hohe Nachfrage zurück.

Heutzutage spielt Geld eine größere Rolle als früher und Sportler sind dadurch fokussierter. Herr APa. empfindet die Sportübertragungen in der heutigen Zeit viel professioneller. Frau MP. kritisiert in dieser Hinsicht, dass viel zu viel abseits des Sportereignisses passiert.

Herr MC. sieht das heutige Sportfernsehen geprägt von Geschwindigkeit, Kommerzialisierung und Schnelligkeit. Er wünscht sich mehr Lockerheit und Emotionen von den Kommentatoren. Herr BB. zählt Glamour und Starallüren zu den Veränderungen.

Hinsichtlich aller Aussagen kann aufgezeigt werden, dass die technische Weiterentwicklung einen großen Teil an Verbesserungen ausmacht. Es wird nicht mehr nur die Veranstaltung an sich übertragen, die Berichterstattung wurde weiter ausgebaut, was von einigen der

Befragten nicht nur als Vorteil empfunden wird. Bei den erwähnten Faktoren spielt der finanzielle Anteil eine bedeutende Rolle.

7. Vor - und Nachteile einer Sportübertragung

Die Sportrezeption im Fernsehen hat laut den Aussagen von AP. den Vorteil, dass der Besuch von diversen Sportveranstaltungen mit hohen Kosten verbunden oder zu weit weg wäre und die Bilder mehr vom eigentlichen Geschehen übermitteln.

Positive Merkmale:

- Interaktivität
- Live - Übertragung
- Spannung
- Wiederholungen/Zeitlupen, viele Kameraeinstellungen
- Boxenfunk (in der Formel 1)
- hohes Übertragungsniveau
- Bequemlichkeit
- günstig, beste Sicht
- Moderatoren als Experten (Namen, Hintergrundwissen)
- Unterhaltung, Emotionen
- umfassende Berichterstattung

Negative Merkmale:

- mangelndes Fachwissen/Vorbereitung bei Moderatoren und Kommentatoren
- dumme Interviewfragen
- zu viel Werbung
- Stimmung/Atmosphäre vor Ort nicht spürbar
- Beeinflussung des Fernsehsenders
- Unprofessionelle Moderation

Die angeführten Punkte zeigen mehr positive als negative Aspekte auf. Aus den negativen Merkmalen geht hervor, dass viele Personen mit der Präsentation des Sprechers nicht zufrieden sind.

Des Weiteren wurden unterschiedliche Gründe für eine Sportrezeption vor Ort und via Fernseher genannt, die in dieser Arbeit nicht verglichen werden.

8. Kommentar

Von den Kommentatoren wird viel erwartet. Sie sollen kompetent, professionell und emotional ein Sportereignis/Sportart vermitteln. Kommentatoren werden von Herrn GT. kritisiert, da sie seiner Meinung nach genau diese Vorstellungen nicht erfüllen. Er nennt in diesem Zusammenhang Beispiele, in denen der Kommentator aufgrund seiner Ausdrucksweise inkompetent beziehungsweise unauffällig auf das Publikum wirkt.

Für die Interviewpartner soll ein guter Kommentator über wichtige Hintergrundinformationen und Fachwissen/Statistiken verfügen, aktuelle Geschehnisse kommentieren und den Zuseher kompetent und emotional informieren. Darüber hinaus sehen sie als Aufgabe eines Kommentators das Aufzeigen und Darstellen von Stärken und Schwächen eines Sportlers.

Frau JH. spricht den Kommentatoren keine wirkliche Bedeutung zu, da sie meist selbst vor Ort ist. Sie ist der Ansicht, dass Sportberichterstatter eine Vielzahl an Emotionen transportieren, die das Publikum beeinflussen können.

Für Frau AK. sind Kommentatoren dafür verantwortlich, um den vermittelten Bildern Bedeutung zu verleihen. Diese Bilder sollen laut Herrn MC. auf kompetente, aber auch emotionale Weise übermittelt werden. Da ein Kommentator aber ein gewisses Maß an Objektivität anstreben sollte, steht diese im Widerspruch mit einer emotionalen Berichterstattung.

Die Rezipienten stellen auf diese Weise hohe Ansprüche an die Kommentatoren, denen diese oft nicht gerecht werden können. Während einige Personen eine objektive und kompetente Berichterstattung verlangen, wünschen sich andere eine emotionale Vermittlung

der Bilder, die das Publikum unterhalten können. Für viele der Befragten ist das fachliche Wissen eines Kommentators jedoch ausschlaggebend. Es gibt anscheinend den perfekten Sportberichterstatte nicht, da die Ansprüche der Rezipienten variieren und jene von der Unvorhersehbarkeit eines Sportereignisses abhängig sind. Insofern tragen sie zur Vermittlung von Emotionen bei und sollen somit auch nicht durch technische Einrichtungen ersetzt werden.

8.a Co - Kommentatoren

Co - Kommentatoren ergänzen die Kommentatoren mittels Unterhaltungswert und fachlichem Wissen. In vielen Sportarten hat sich das Hinzuziehen von ehemaligen Profisportlern bewährt. Es eignet sich jedoch nicht jeder Sportler gleichermaßen. Für Frau AP. steigern Co - Kommentatoren die Glaubwürdigkeit und somit das Interesse. Hinsichtlich dieser Aussage kann vermutet werden, dass ehemalige Sportler mit dem Regelsystem, den Bedingungen vor Ort und den sportlichen Fähigkeiten vertraut sind und demnach am besten den Sport für das Publikum vermitteln können.

Co - Kommentatoren, die auch noch selbst mit einer Helmkamera die Strecke abfahren, sind für die Rezipienten besonders wertvoll. Es kann davon ausgegangen werden, dass dadurch der Sportler als Berichterstatte an Respekt gewinnt.

9. Das Magische Viereck

Die Befragten können sich eine Trennung der vier Bereiche nicht vorstellen. Sportübertragungen sind aus Sicht der Publikumsbindung wichtig für Medien (Sender) und dienen gleichzeitig der Wirtschaft als idealer Werbeträger. Für den Sport wiederum ist mediale Präsenz und die damit verbundene Gewinnung von Sponsoren aus der Wirtschaft lebensnotwendig. Dies alles wird aber nur durch das Publikum möglich. Ohne Publikum gäbe es keine Übertragung, keine Werbewirkung und auch kein Geld für den Sport. Der Sportler selbst sollte jedoch im Vordergrund bleiben. Inhaltlich gesehen kann diese Sichtweise mit der theoretischen Aufbereitung in dieser Arbeit verglichen werden.

Die Wirtschaft und Medien sind für eine massenmediale Veröffentlichung bedeutend. In dieser Hinsicht genießt der ORF eine Vormachtstellung im Sport, weshalb dieser selten hinterfragt oder kritisiert wird. Die Medienvertreter können dadurch aber den Druck auf Sportler erhöhen. Da nur gewinnbringende Sportarten in den Medien entsprechende Berücksichtigung erhalten, werden laut Frau AK. Randsportarten vernachlässigt. Auf diese Weise können andere Sportarten nur schwer das Interesse der Rezipienten gewinnen.

Die Wirtschaft ist nicht mehr aus dem Sport wegzudenken, wie es Herr BB noch genauer ausdrückt. „ohne Sponsoren, sei es privat oder von öffentlicher Hand, wären viele Sportübertragungen beziehungsweise überhaupt Sportveranstaltungen nicht möglich“ (BB, F18)

Der Zuseher ist bei der Sportrezeption ein passiver Teil des Magischen Vierecks, der nur mittels Einschaltquoten teilnimmt.

Für Herrn MC. wird das Magische Viereck überschätzt – er schreibt dem Sportler die wichtigste Rolle zu. Frau JH. glaubt aber, dass der Sportler nur Erfolge erzielt, wenn das Publikum teilnimmt.

Als Fazit dient diese Aussage: „Das Sportgeschehen muss die Bedürfnisse dieser 4 Bereiche möglichst optimal befriedigen.“ (APa, F18)

10. Faszination Sportfernsehen

Die Faszination des Sportfernsehens ist von vielen Faktoren abhängig. Die Aussagen der befragten Personen zeigten, dass für den Erfolg einer Sportart unter anderem die Chance eines Österreichers auf den Sieg, eine interessante mediale Aufbereitung und der Unterhaltungswert notwendig sind. Von einer kompetenten Berichterstattung wird auch eine gute Analyse - und Übertragungstechnik, Interviews, Spannung und entsprechende Sendezeit erwartet. Diese genannten Faktoren weisen wiederum auch auf die Wichtigkeit der Sportdramaturgie hin.

Neben den genannten Faktoren wie auch schon beim Magischen Viereck erwähnt, spielt der Sportler als Identifikationsfigur eine wichtige Rolle für den Erfolg einer Sportart im Fernsehen, da sich die Rezipienten verschiedene Charaktere wünschen.

Des Weiteren erachten die Befragten ein entsprechendes Rahmenprogramm, Regelkunde und die Möglichkeit einer aktiven Sportausübung als besonders wertvoll für den Erfolg.

Nachdem die Befragten möglichst genau ihre Eindrücke schilderten, können die Gründe für den Erfolg einer Sportart im Fernsehen sehr gut nachvollzogen werden.

10.a Einfluss des Sportlers

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

10.b Wirtschaftlicher Erfolg

→ Dieser Kategorie konnten keine Aussagen der Interviewten zugeordnet werden.

10.c Sportartenspezifische Faszination

Herr BB. beschreibt sein Interesse für Fußball mit Technik, Teamwork und Taktik, während er Geschwindigkeit und Mut zu Ski Alpin zuordnet. Frau MP. fügt noch den Faktor mit den wenigsten Fehlern hinzu. Bei der Formel 1 zählt die Kombination zwischen Auto und Fahrer.

Auch wenn die Sportarten mit unterschiedlichen Merkmalen beschrieben wurden, kann daraus nicht auf Unterschiede bezüglich der Einschaltquoten geschlossen werden. Vielmehr muss beachtet werden, dass diese Sportarten zu unterschiedlichen Jahreszeiten ausgestrahlt werden. Dadurch liegt der Verdacht nahe, dass das Publikum nicht mit einer Sportart überladen wird, sondern sich die sportlichen Ereignisse gut abwechseln.

Herr GT. ist der Meinung, dass Fußball durch immer wiederkehrende Favoriten an Brisanz verloren hat. Ein Favoritenwechsel hat hingegen in der Formel 1 zu einem Zuwachs an

Zusehern beigetragen. Diverse Regeländerungen haben den Spannungsgehalt erhöht. Darüber hinaus machen hohe Geschwindigkeiten, Überholmanöver und Unfälle (ohne Verletzung) einen Großteil der Faszination aus. Insofern kann auch das Publikum Regeländerungen positiv gegenüber stehen, wenn diese zu einer Steigerung im Sport führen können. Ski Alpin ist durch seine hohen Geschwindigkeiten (in Abfahrt und Super G) besonders interessant.

Wie von Frau AK. beschrieben, liegt eine sportartenspezifische Faszination auch nahe, wenn sie von den Rezipienten selbst ausgeübt wird.

11. Werbung

Sponsoren und Werbetreibende sind für den Sport sehr wichtig, beeinflussen das Publikum jedoch nicht, meint hingegen Herr GT. Für ihn ist Sport ohne Publikum undenkbar.

Die Dominanz einer Marke im Sport kann sich laut Frau JH. auch negativ auswirken. Diese Tatsache gibt Grund zur Annahme, dass die Dominanz einer Marke über einen längeren Zeitraum, wie z. B. Red Bull, durch die hohe finanzielle Beteiligung/Absicherung im Sport den sportlichen Wettkampf beeinflusst. Dieses Phänomen kann derzeit sowohl im Eishockey (Red Bull Salzburg) als auch in der Formel 1 (Sebastian Vettel bei Red Bull Racing) beobachtet werden.

Herr BB. und Frau AP. sehen sich von der Wirtschaft beeinflusst, indem sie zum Kauf einer bestimmten Marke angeregt werden. Herr MC. geht noch weiter, indem er sich gerne durch Werbung manipulieren lässt.

Frau MP., Herr GT. und Frau AK. sind sich zumindest keiner Beeinflussung der Werbung bewusst.

Fakt ist jedoch, dass Werbung für den sportlichen Erfolg im Fernsehen besonders von Bedeutung ist. Wie die Interviewten bestätigten, sind Sponsoren und Werbung wichtige fi-

nanzielle Partner des Spitzensports und für den Erfolg mitverantwortlich, indem sie Sportübertragungen erst möglich machen.

12. Sport im ORF

Die Befragten sind grundsätzlich mit dem Sportprogramm des ORF zufrieden und verfolgen die untersuchten Hauptsportarten.

Sieben der Befragten sind an Randsportarten interessiert und würden eine oder mehrere Übertragungen von Beachvolleyball, Tennis, Billard, Extremsportarten, Mountainbiken, American Football, Handball und Eishockey befürworten. Auf diese Weise kann man auch österreichische Legionäre im Ausland verfolgen.

Auch wenn das Sportprogramm im ORF hoch eingeschätzt wird, geben die Befragten Verbesserungsvorschläge an. Neben den genannten Randsportarten sollen mehr weibliche Moderatorinnen und Kommentatorinnen zum Einsatz kommen. Meines Erachtens liegt dieses Problem nur bei den Medien, indem sie nur wenige Frauen einsetzen (können).

Ferner werden mehr Lockerheit und Emotionen sowie mehr Kompetenz von Reportern gerade im Fußball gefordert, die vermutlich das Publikum noch besser ansprechen würden.

Eine Person würde sich weniger Mehraufwand in der Sportberichterstattung wünschen. Hinsichtlich dieser Aussage muss erkannt werden, dass nicht jeder Rezipient eine mediale Aufbereitung mit Vor- und Nachberichterstattung befürwortet und sich nur für das Live-Event interessiert.

13. Eingriff in den Sport

Die Rezipienten sehen den Eingriff in ein Regelwerk nicht als Manipulation. Die Veränderung eines Reglements soll zu mehr Attraktivität führen, aber den Sport an sich nicht verändern. Der Sport muss sich auch weiterentwickeln und sollte so angepasst werden, dass eine Sportart attraktiv, verständlich und spannend präsentiert wird. Voraussetzung dafür ist

aber, dass die Rahmenbedingungen für alle Teilnehmer gleich sind. Auf diese Weise wird im Sinne des Fair Play gehandelt.

Als an die heutigen Bedingungen angepasste Weiterentwicklung nennt Herr MC. den Videobeweis im Fußball. Er ist der Meinung, dass diese Veränderungen notwendig sind. Dieser Verbesserung beziehungsweise Erweiterung wurde auch in dieser Arbeit im theoretischen Teil ausführlich nachgegangen.

Herr BB. weist auf die gesundheitlichen Gefahren beim Skispringen und Skifliegen hin. Athleten verschafften sich Vorteile, indem sie ihr Gewicht drastisch reduzierten, sodass die Einführung des Body Mass Index²³¹ daraus resultierte und als Norm für alle eingeführt wurde.

Frau JH. führt die Manipulation auf finanzielle Interessen im Sport zurück. In diesen Bereich könnte auch das Manipulieren von Spielergebnissen eingeordnet werden, da dieser Betrug auch den sportlichen Wettkampf beeinflusst.

Die Aussagen der Befragten deuten darauf hin, dass Regeländerungen im Sport notwendig sind, wenn sie dadurch zu einer Verbesserung oder Begeisterung des Publikums beitragen können. Dabei wichtig ist nur, dass der Sport in seiner ursprünglichen Form erhalten bleibt, wie Frau AK. festhält. Herr GT. kritisiert in diesem Zusammenhang jedoch die späte oder überhastete Durchführung einer Änderung. Als Beispiel könnte die Formel 1 dienen. Die ständige Dominanz von Ferrari und Michael Schumacher führte in den vergangenen Jahren zum Desinteresse des Publikums. Laufend wurde versucht, das Regelwerk so zu verändern, dass der Sport wieder interessanter werde. Auf diese Weise musste der Zuseher mehrere technische als auch regelspezifische Veränderungen in Kauf nehmen.

²³¹ Der Body Mass Index (=BMI) berechnet das Verhältnis zwischen dem Körpergewicht und der Körpergröße.

7.6.3 Vergleich des Magischen Vierecks

Sporthelden

In der Untersuchung wurde der Bezeichnung von Sportlern als Helden nachgegangen. In den Aussagen der Vertreter des Magischen Vierecks konnte festgestellt werden, dass der Großteil der Befragten Sportler als Helden bezeichnet, die außerordentliche oder besondere Leistungen vollbringen, nicht aufgeben oder sich nach Rückschlägen/Verletzungen wieder an die Spitze zurückkämpfen können. Sie dienen als Identifikationsträger und beeinflussen auf diese Weise das Zuschauerinteresse.

Einige der Befragten konnten sich mit dem Begriff des „Sporthelden“ nicht identifizieren, da Sportler nicht als Helden bezeichnet werden können. Helden sind demnach Personen, die lebensrettende Maßnahmen vollziehen.

Des Weiteren wird bei den Rezipienten deutlich, dass sie mit der Bezeichnung den Sportler selbst unter Druck setzen.

Fast alle Teilnehmer der Befragung führten unter anderem Hermann Maier als herausragendes Beispiel an.

Sportdramaturgie

Die einzelnen Bereiche des Magischen Vierecks erachten die Sportdramaturgie als besonders wichtig für den Sport. Die dramaturgischen Elemente aller Interviewten werden in Kapitel 7.6.5 zusammenfassend dargestellt.

Die Dramaturgie ist für alle Vertreter ein wichtiges Kriterium, das den Erfolg einer Sportart im Fernsehen mit entscheidet. Die Unvorhersehbarkeit eines Sportereignisses und die Beteiligung österreichischer Sportler stellen gerade für das Fernsehsystem den größten Faktor dar. Die Befragten des Wirtschaftssystems zählen Sendezeitpunkte, Parallelschaltungen und die Auflistung statistischer Vergleiche zu bedeutenden dramaturgischen Elementen.

Die Rezipienten nennen jedoch eine Vielzahl an Elementen, da sie vermutlich am meisten mit Sportveranstaltungen konfrontiert werden.

Stellenwert von Sportübertragungen

Die Vertreter des Magischen Vierecks sehen alle in Sportübertragungen einen hohen Stellenwert. Die Gründe dafür sind jedoch vielfältig und werden folgendermaßen beschrieben.

Die Befragten des Sportsystems führen einen hohen Stellenwert auf die Menge an Sendezeit der Hauptsportarten im österreichischen Fernsehen zurück. In diesem Zusammenhang wurde jedoch die Sportartenselektion mittels Einschaltquoten kritisiert.

Für das Fernsehsystem spielt Sport, wie erwartet werden konnte, eine bedeutende Rolle. Aufgrund der beruflichen Nähe sehen die Befragten in den Marktanteilen, Sendeflächen, Technik und fachlichen Kompetenzen wichtige Faktoren.

Im Vergleich zu den bisher genannten Kriterien erachten Teilnehmer des Wirtschaftssystems die Umsatzchance für ein Unternehmen im Sport als besonders interessant. Sportübertragungen bilden eine Plattform, um sowohl das Unternehmen als auch gesponserte Sportler bestmöglich präsentieren zu können. In diesem Zusammenhang wurde die Sportart „Ski Alpin“ genannt, die in Österreich von großer Bedeutung ist.

Für das Publikum stehen charismatische Sportler, österreichische Beteiligung und der dramaturgische Unterhaltungswert im Mittelpunkt. Die Rezipienten erwarten von einer Sportübertragung eine kompetente mediale Aufbereitung mit ausreichender Vorberichterstattung und Analyse. Zu erwähnen sei noch das persönliche Umfeld sowie die Sendezeit einer Sportveranstaltung.

Anhand dieser Tatsachen kann ein hoher Stellenwert durch individuelle Gründe der Bereiche nachgewiesen werden.

Live - Übertragungen

Hinsichtlich des Stellenwerts von Live - Übertragungen konnten nur wenige Stellungnahmen ermittelt werden. Live - Übertragungen stellen laut Sportsystem einen Service für das Publikum dar. Die Befragten des Fernsehsystems bestätigen die Wichtigkeit von Live - Übertragungen, da der Konkurrenzdruck des Internets weiter ansteigt. Die fortgeschrittene Technik und fachliche Kompetenz der Berichterstattung soll den Stellenwert von Live - Übertragungen hervorheben.

Sportartenselektion

In Bezug auf eine Sportartenselektion konnten die Aussagen des Magischen Vierecks zu keiner eindeutigen Analyse beitragen. Festgestellt werden konnte jedoch, dass eine Selektion von Medienbetreibern mitbestimmt wird.

Während die Selektion vom Sportsystem auf den medialen und wirtschaftlichen Einfluss zurückgeführt und dabei Einschaltquoten eine große Verantwortung beigemessen wird, führen die Fernsehvertreter an, nicht nur aus Unternehmensgründen zu handeln, sondern auch die Interessen der Rezipienten zu berücksichtigen.

Gemäß Wirtschaftsvertretern wird die Sportartenselektion stark von den Medien gesteuert, indem nur Sportarten gesendet werden, die hohe Einschaltquoten mit sich bringen. In diesem Bereich wird mehr Mitsprache bei der Wahl von Sportarten gefordert.

In Bezug auf die bewusste Selektion von Sport im Fernsehen konnte nur eine Stellungnahme des Publikums ausgewertet werden. In dieser wird den Medien vorgeworfen, durch eine Vorauswahl an Sportarten, das Publikum zu beeinflussen.

Emotionen

Es konnten dieser Kategorie viele Emotionen zugewiesen werden. Beim Vergleich der genannten Emotionen konnten keine wesentlichen Unterschiede erkannt werden.

Für das Sportsystem werden folgende Emotionen transportiert: Freude, Patriotismus, Zusammengehörigkeit, Trauer, Hass, Zorn

Die Interviewten aus dem Fernsehbereich zählen Triumph, Trauer, Anspannung, Anstrengung und Kampfgeist auf. Es wird darauf hingewiesen, dass Sportler Emotionen vermitteln und nicht von den Berichterstatern transportiert werden sollen.

Des Weiteren wurden von den Rezipienten sehr viele Emotionen genannt, die sie bei Sportübertragungen empfinden. Die Unvorhersehbarkeit im Sport bringt sehr viele Gefühle und Emotionen hervor.

Veränderung des Sportfernsehens

Veränderungen sind Teil einer jeden Weiterentwicklung, so auch im Sport. Das Sportfernsehen hat in der Vergangenheit viele Veränderungen durchlebt, die von den befragten Bereichen unterschiedlich empfunden wurden. Alle Vertreter sehen in der technischen Entwicklung die größte Veränderung.

Laut Sportsystem steigen die Anforderungen der Konsumenten an die Fernsehanbieter. In diesem Zusammenhang fungieren gerade die Möglichkeiten des Internets als Konkurrenz. Technische Entwicklungen führen zu ständigen Erneuerungen und die Kommerzialisierung im Sport nimmt weiter zu. Durch die vom Publikum geforderten Spitzenleistungen wird der Wunsch nach Extremsportarten immer größer.

Die Vertreter des Fernsehsystems kritisieren, dass das Umfeld des Sports heutzutage stark reglementiert wird. Jegliche Veränderungen oder Entscheidungen werden durch Verträge abgesichert. Sie sind der Meinung, dass die Medien noch weiter an Gewicht zugelegt ha-

ben. Positiv zu erkennen ist jedoch, wie manche Sportarten an Attraktivität zugenommen haben. Im Vergleich dazu loben die Befragten des Wirtschaftsbereichs eine interessantere und umfangreichere Berichterstattung. In Folge dessen dienen spannende Kameraführung und verbesserte Rahmenbedingungen eines Sportereignisses dem Ziel, möglichst hohe Einschaltquoten zu erreichen. Dieser Meinung schließt sich auch das Publikum an. Die Rezipienten führen die Veränderung auf die Anzahl an Kameras, eine schnellere, kostengünstigere und ausgedehnte Berichterstattung und technologische Entwicklung auf eine zeit- und ortsunabhängige Sportrezeption für das Publikum zurück. Durch das Konkurrenzmedium Internet wird dem Zuseher eine multimediale Verwertung des Sportprogramms ermöglicht.

Zudem wird dem finanziellen Faktor eine größere Rolle im Vergleich zu früher beigemessen. Insgesamt muss Sport sich den Vorwurf von Schnelllebigkeit und Kommerzialisierung gefallen lassen. Die Rezipienten wünschen sich in dieser Hinsicht eine wiederkehrende ‚Lockerheit‘ im Sport.

Vor- und Nachteile einer Sportübertragung

Die aufgezählten Vor- und Nachteile von Sportübertragungen aller Interviewpartner werden zusammengefasst dargestellt, da sie nicht miteinander verglichen werden, sondern zu einer möglichst vielfältigen Meinung beitragen sollten.

Vorteile:

Ablenkung, Unterhaltung, Genialität, technische Entwicklung, dabei sein,
Interaktivität, Live - Übertragung, Spannung, geringe Kosten für das Publikum

Nachteile:

Bilder von Unfällen, starke Reglementierung durch Verträge, technische Probleme, Verletzungen, Gegenteil zu aktiver Sportausübung, mangelndes Fachwissen/Vorbereitung bei Moderatoren und Kommentatoren, dumme Interviewfragen, zu viel Werbung

Kommentar

Die Befragten des Publikums gaben Aufschluss über den Einsatz von Kommentatoren. Die Zuseher stellen hohe Ansprüche an jene. Sie sollen kompetent, professionell und emotional ein Sportereignis/Sportart vermitteln, über wichtige Hintergrundinformationen und Fachwissen/Statistiken verfügen, aktuelle Geschehnisse souverän kommentieren und den Zuseher kompetent und emotional informieren. Während einige Personen objektive und kompetente Berichterstattung verlangen, wünschen sich andere eine emotionale Vermittlung der Bilder, die das Publikum unterhalten können.

Auf diese Weise wird zwar die Funktion des Kommentators als wichtig empfunden, hinsichtlich der Art der Berichterstattung werden sich Rezipienten aber nicht einig.

Co - Kommentatoren

Aufgrund der Aussagen des Fernsehsystems wird erkennbar, dass Co - Kommentatoren im Fußball nicht erwünscht werden. Bei Fußballübertragungen werden keine Co - Kommentatoren eingesetzt, da negative Erfahrungen gemacht wurden und der Kostenfaktor und Aufwand durch viele Bewerbe zu hoch wäre. Darüber hinaus ist der Einsatz eines Co - Kommentators von den Zusehergewohnheiten eines Landes abhängig und in Österreich nicht zutreffend. Für das Publikum wären diese aber wünschenswert, da sie die Kommentatoren in Bezug auf Unterhaltungswert und fachlichem Wissen ergänzen. Ferner steigern Co - Kommentatoren die Glaubwürdigkeit und somit das Interesse des Publikums.

Das lässt Grund zur Annahme, dass die Fernsehbetreiber in diesem Bereich nicht im Sinne des Publikums handeln, sondern finanzielle Gründe des Unternehmens verfolgen.

Das Magische Viereck

Die Meinung des Magischen Vierecks ist in diesem Bereich so gleichwertig wie bei keiner anderen Frage. Allen Befragten ist bewusst, dass ohne jene vier Bereiche Spitzensport nicht möglich ist. Die Leistung der Athleten, die Berichterstattung der Medien und die finanzielle Beteiligung von Sponsoren sind Bedingung für einen Erfolg im Sportbereich. Der Sportler ist ein entscheidender Teil und muss sich im Fernsehen gut präsentieren. Sportler sind ein wesentlicher Faktor der nationalen Wirtschaft. Aus den Aussagen der Befragten wird ersichtlich, dass die Medien als wichtigster Part des Magischen Vierecks dargestellt werden. Denn nur dadurch wird Sport einer größeren Masse zugänglich gemacht und es kann finanzieller Gewinn garantiert werden.

Sportübertragungen sind aus Sicht der Publikumsbindung wichtig für Medien (Sender) und dienen gleichzeitig der Wirtschaft als idealer Werbeträger. Für den Sport wiederum ist mediale Präsenz und die damit verbundene Gewinnung von Sponsoren aus der Wirtschaft lebensnotwendig. Dies alles wird aber nur durch das Publikum möglich, weshalb der Sportler als Vorbild im Vordergrund stehen sollte. Ein Interviewteilnehmer des Publikums ist der Meinung, dass das Magische Viereck überschätzt wird – er schreibt dem Sportler die wichtigste Rolle für den Erfolg zu.

Das Magische Viereck bestimmt zusammen den Sport. Eine Zusammenarbeit aller Bereiche ist notwendig, um Zuschauerzahlen, Werbemöglichkeiten und Erfolg garantieren zu können.

Faszination Sportfernsehen

Die befragten Personen des Magischen Vierecks führen viele Faktoren in Bezug auf den Erfolg einer Sportart im Fernsehen an, die nur schwer miteinander verglichen werden können. Die Nachvollziehbarkeit ist jedoch ein wichtiges Merkmal.

Ein wichtiges Kriterium für das Interesse am Sport sehen die Interviewten des Sportsystems in den Athleten selbst. Daneben tragen neue Übertragungstechniken und gute Platzie-

rungen der heimischen Sportler dazu bei, das Interesse der Rezipienten zu wecken. Gleichmaßen wäre Sport ohne mediale Beteiligung nie so erfolgreich, weshalb eine ständige Wechselwirkung notwendig ist.

Die Vertreter des Fernsehens zählen gute Möglichkeiten der Auflösung (Bild und Ton), klare Regeln, Messbarkeit, nationale Identifikation (Helden), Attraktivität des Bewerbs und Spannung zu den wichtigsten Kriterien des Erfolges.

Für das Wirtschaftssystem spielen ein guter Sendeplatz, die Attraktivität der Sportart, Spannung, Massentauglichkeit und Zuseherquoten eine immense Rolle. Das Sportfernsehen soll Menschen begeistern und zum Nachmachen animieren, weshalb wie schon so oft der Rezipient im Vordergrund steht.

Für das Publikum hängt der Erfolg einer Sportart im Fernsehen wiederum mit der Chance eines Österreichers auf den Sieg, einer interessanten medialen Aufbereitung und dem Unterhaltungswert zusammen. Der Sportler dient als Identifikationsfigur. Entsprechendes Rahmenprogramm, Regelkunde und die Möglichkeit einer aktiven Sportausübung werden als weitere Faktoren genannt.

Vergleicht man also die Aussagen der verschiedenen Bereiche wird deutlich, wie sehr der Sportler selbst und die mediale Aufbereitung für die sportliche Faszination verantwortlich gemacht werden. Ferner spielen finanzielle Faktoren nur eine geringe Rolle für eine Faszination.

Einfluss des Sportlers

Wie schon beim vorigen Punkt erwähnt, wird dem Sportler eine bedeutende Funktion gerade als Identifikationsfigur und durch die entsprechenden Leistungen beigemessen.

Wirtschaftlicher Erfolg

Das Sportsystem sieht im Sportfernsehen einen wirtschaftlichen Gewinn für Österreich. In Folge dessen heben die Vertreter des Fernsehsystems den wirtschaftlichen Erfolg hervor, indem das Interesse an der Sportvermarktung zugenommen hat.

Klarerweise ist der wirtschaftliche Erfolg laut Wirtschaftsvertreter unermesslich. Sponsoring und Positionierung sind entscheidend für den finanziellen Erfolg. Dadurch werden bestimmte Sportarten von einer großen Masse ausgeübt und Personen zum Kauf bestimmter Produkte animiert.

Sportartenspezifische Faszination

In dieser Kategorie sollte hinterfragt werden, ob eine allgemeine Sportfaszination vorliegt oder ob diese auch nur von einer Sportart abhängt.

Von den Rezipienten wird Fußball mit Technik, Teamwork und Taktik, während Ski Alpin mit Geschwindigkeit, Fehlervermeidung und Mut beschrieben wird. In der Formel 1 zählt die Kombination zwischen Auto und Fahrer.

Werbung

Die Rezipienten sind sich der Tatsache bewusst, dass Sponsoren und Werbetreibende wichtig für den Sport sind. Die Dominanz einer Marke regt diesbezüglich den Kauf einer bestimmten Marke an oder kann die Sympathie einer Marke gegenüber auch hemmen. Einige der Rezipienten fühlen sich nicht durch Werbung beeinflusst oder ignorieren diese.

Sport im ORF

Sport ist ein wesentlicher Bereich im ORF. Das Sportsystem zählt den ORF gerade bei Skiübertragungen durch herausragende Übertragungsmöglichkeiten zu den Favoriten. Es wird dabei eine positive Einstellung dem ORF gegenüber erwähnt, da viele Sportarten mit dramaturgischen Mitteln viel besser verfolgt werden können.

Für die Vertreter des Fernsehsystems resultiert daraus das Ziel, den Rezipienten mit umfassenden Informationen zu versorgen.

Weitere Ziele der Sportübertragungen im ORF sind laut der Befragten:

- Im Sinne eines öffentlich - rechtlichen Auftrags zu handeln
- Qualitativ hochwertige Übertragungen zu ermöglichen
- Interessensvertretung der Österreichischen Verbände
- Animation des Publikums zur aktiven Sportausübung

Das Publikum ist gleichermaßen mit dem ORF zufrieden. Die Bedürfnisse der Rezipienten werden jedoch nicht ausreichend erfüllt. Die befragten Personen sind besonders an Randsportarten interessiert und wünschen sich mehr weibliche Moderatorinnen/Kommentatorinnen, Lockerheit und Emotionen sowie Kompetenz.

Eingriff in den Sport

Anhand der Untersuchung sollte herausgefunden werden, wie die Vertreter des Magischen Vierecks auf Veränderungen oder Eingriffe in den Sport reagieren.

Die Interviewteilnehmer sind sich darüber einig, dass Regeln für einen fairen und sportlichen Wettkampf notwendig sind. In diesem Zusammenhang wird ein Eingriff zwar als Veränderung des Sports angesehen, aber nicht als Manipulation. Veränderungen sind im Sport wünschenswert, wenn sie zu hoher Attraktivität führen. Die Rezipienten stimmen dem zu, wenn die Rahmenbedingungen durch ein bestimmtes Regelwerk für alle Teilnehmer gleich sind.

Die Unterstellung, dass der ORF in den Sportwettkampf eingreift, muss widerlegt werden, da dieser nur für die Übertragung der Bilder verantwortlich ist. Es wurde durch die Vertreter des Fernsehsystems aufgezeigt, dass die Regeln durch Verbände erstellt werden. Das Fernsehen hat somit nur ein Mitspracherecht, wenn es um Beginnzeiten geht, die es aber im Sinne des Zusehers vertritt.

7.6.4 Dramaturgische Elemente im ORF Sport

Fußball:

- Zeitfaktor: das Ablaufen der Uhr (90 Minuten)
- Kommentar
- Emotionen der Spieler, der Trainer, des Kommentators
- Fouls oder Schiedsrichterentscheidungen

Formel 1:

- Emotionaler Diskurs zwischen Co - und Kommentator
- Der Start selbst
- Spektakuläre Unfälle
- Emotionale Reaktionen der Fahrer
- Hohe Geschwindigkeiten
- Länge (zwei Stunden)
- Strafen, Skandale
- Überholmanöver
- Kameraperspektiven
- Charaktereigenschaften der Rennstrecke
- Verschiedene Taktiken

Ski Alpin:

- Wetterverhältnisse beziehungsweise Bedingungen auf der Strecke
- Kameraeinstellungen
- Kamerafahrten
- Emotionaler Diskurs zwischen Co - und Kommentator
- Unfälle
- Geschwindigkeiten

Der entscheidende Faktor bei allen Sportarten ist das Überraschungsmoment. Sobald sich im Spiel spannende Situationen, wie schnelle Ballwechsel, kurz aufeinander folgende Tore oder Spielentscheidungen ergeben, wird der Sport interessant. Wenn schwache Gegner gegen Favoriten gewinnen, reagiert das Publikum mit Begeisterung.

7.6.5 Generieren der Hypothesen

Hypothese 1:

Je mehr Dramaturgie im Sport durch Gestaltungsmöglichkeiten der Medien oder den Sport selbst übermittelt wird, desto größer ist das Interesse am Sport.

Dramaturgische Elemente sind für das Magische Viereck von großer Bedeutung, weshalb auch viele Elemente erforscht werden konnten. Dramaturgie entsteht sowohl durch den Sport selbst als auch durch die mediale Aufbereitung.

Hypothese 2:

Je mehr Interesse des Publikums an einer Sportart besteht, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit durch die Medien präsentiert zu werden.

Das Interesse beziehungsweise Einschaltquoten sind neben Unternehmensgründen der Fernsehanbieter ausschlaggebend dafür, welche Sportarten im Fernsehen gezeigt werden.

Hypothese 3:

Je öfter Sponsoring, Testimonials, Product Placement und Produktvermarktung in den Medien vertreten sind, desto größer ist der wirtschaftliche Erfolg.

Unterschiedliche Werbeformen dienen dazu, sowohl Unternehmen als auch gesponserte Sportler bestmöglich präsentieren zu können.

Hypothese 4:

Je größer die Anzahl an verschiedenen Kameraperspektiven und technischen Möglichkeiten ist, desto professioneller wird das Unternehmen eingeschätzt.

Gestaltungsmittel werden von den Vertretern des Magischen Vierecks als bedeutend eingestuft. Es werden sowohl technische als auch inhaltliche (wie Vorberichterstattung) Gestaltungsmittel eingesetzt.

Hypothese 5:

Je mehr ein Sportler mit Erfolgen, besonderen Ereignissen oder der Nationalität als Identifikationsfigur in Verbindung gebracht wird, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit das Zuschauerinteresse zu gewinnen.

Sie dienen als Identifikationsträger und beeinflussen auf diese Weise das Zuschauerinteresse.

Hypothese 6:

Je größer die Beteiligung österreichischer Athleten und je kompetenter die mediale Aufbereitung ist, desto stärker ist das Interesse des Publikums.

8. Zusammenfassung und Ausblick

Die Beziehung von Medien und Sport steht untrennbar miteinander in Verbindung. Medien stellen die Vermittlerposition zwischen Sport und Publikum dar. Der Sport selbst findet durch die Medien eine begehrte Präsentationsmöglichkeit. Doch nicht jede Sportart erhält entsprechende Beachtung, das wäre auch gar nicht möglich.

Als Grundlage dieser Arbeit diente die Systemtheorie nach Luhmann, sowie die Handlungstheorie (Symbolischer Interaktionismus, Parasoziale Beziehungen). Dabei wurden die bis heute postulierten Erkenntnisse und Definitionen zu diesen Theorien in Bezug auf Sport dargestellt. Das Magische Viereck muss mit seinen Subsystemen gemeinsam handeln, um sportliche Ereignisse erfolgreich präsentieren zu können. Die einzelnen Systeme sollen sich dabei nicht gegenseitig verdrängen, sondern Sport als Verbindungselement nutzen. Von Bedeutung sind ebenfalls Sporthandlungen, durch die der Sportler selbst in das Sportereignis eingreift.

Das Magische Viereck ist dafür verantwortlich, dass das Phänomen „Sport“ so viel Beachtung wie möglich erhält und sich auch in der Gesellschaft manifestiert. Die Übertragung von Sportveranstaltungen ist von vielen Faktoren abhängig. Nicht jedes Spiel ist gleichermaßen spannend wie ein anderes. Da Sportevents in der Regel unvorhersehbar sind, kann man keine eindeutige Erklärung für das Interesse des Publikums daraus schließen. Das Publikum ist ein entscheidender, wenn nicht der entscheidende Faktor im Magischen Viereck. Ohne Publikum gäbe es keine Übertragung im Fernsehen, insofern keine Werbewirkung und somit auch kein Geld für den Sport. Insofern nehmen parasoziale Beziehungen auch im Sport eine tragende Rolle ein. Trotzdem gibt es vielzählige Elemente, die eine Faszination bewirken beziehungsweise verstärken können. Medien, Wirtschaft und Sport sind dafür in unterschiedlichen Maßen mitverantwortlich.

Es konnten viele dramaturgische Elemente festgestellt werden, die in der Gesellschaft Begeisterung finden. Interessant zu beobachten ist demnach, dass der Sport selbst auch oft für die Begeisterungsfähigkeit des Publikums verantwortlich ist. Sport ist von Unvorhersehbarkeit geprägt, weshalb er sich immer wieder als einzigartig und spannend präsentiert.

Helden oder Idole treten als Identifikationsfiguren in Erscheinung und vertreten den Sport als Wirtschaftsträger oder eben als prominente Person. Der weitaus bekannteste und beliebteste österreichische Sportler ist Hermann Maier. Helden können durch herausragende Ereignisse/Leistungen entstehen, aber sie sind auch durch die Präsentation in den Medien geprägt.

Es konnten folgende dramaturgische Elemente durch das Magische Viereck erforscht werden:

- Sportlicher Wettkampf/Vergleich
- Kameraeinstellungen, Kamerapositionen, Schnitt, Kommentator, Sendezeitpunkte, Parallelschaltungen, Zeitlupeneinstellungen, Vergleiche, Head to Head
- Überraschender Sieg einer schwächeren Mannschaft
- Chance eines/r Österreicher/in auf den Sieg, Sportler der eigenen Nation
- Unvorhersehbarkeit, K.O. Spiele, Elfmeter, kritische Schiedsrichterentscheidungen, Tore, Unfälle, Zuschauermassen, unerwartete Zwischenfälle, extreme Wetter - und Streckenverhältnisse, Zuschauerparolen, Flitzer, Startsekunden, Überholmanöver, Boxenstopps, Kollisionen, hohe Geschwindigkeiten, Führungswechsel, knappe Siege, Zelebrieren eines Tores der Heimmannschaft
- Der Beste fährt am Schluss (siehe Ski Alpin)
- Rahmenprogramm mit Eröffnungsfeier, Siegerehrung, Side - Events, qualitative Berichterstattung, Siegesfeier, Spritzen der Champagnerflaschen
- Emotionen, Identifikation
- Spannungsaufbau vor dem Spiel durch Musik und Stadionsprecher (Zelebrieren der Mannschaftsaufstellung der eigenen Mannschaft durch den Sprecher mit dem Publikum), Fanchoreografien, Sprechchöre und andere Formen der Unterstützung
- Startaufstellung (Prominente, die sich bei der Startaufstellung präsentieren)
- Hymne des Veranstaltungslandes
- Strategie und Taktik (Reifenwahl, Boxenstopp)
- Boxenfunks und Boxenstopps
- Safetycar - Phasen
- Ehrenrunde nach Erfolg, Ski - Präsentation in die Kamera
- Kamerafahrt

- Startprozedere der verschiedenen Läufer (z. B. Manfred Pranger oder Bode Miller als Gegensätze)
- Zwischenzeiten, Geschwindigkeitsmessungen
- Rennunterbrechungen
- persönliche Schicksale, Statistiken, persönliche Beziehungen der Sportler zueinander
- Regelwerk
- Vorberichterstattung, Spannungsaufbau bis zur Entscheidung, Showdown

Bezüglich Sportdramaturgie lässt sich sagen, dass im Sport viele Faktoren beteiligt sind. Ein ganz wichtiger Bestandteil sind Kameraperspektiven, durch die es möglich wird, den Zuseher am Geschehen so nah wie möglich teilhaben zu lassen. Gleichermäßen wichtig ist der Sportler selbst, der durch seine Leistungen das Publikum begeistert. Die durch Regeln oder Zeitlimit begrenzte Sportveranstaltung ist nicht nur für Fernsehanbieter notwendig, sondern auch für den Spannungsgehalt, der sich immer mehr zuspitzt. Der Kommentator und fallweise Co - Kommentator hat die Aufgabe, das Spielgeschehen in Worte zu fassen und stellvertretend für den Zuseher zu analysieren. Emotionen sind im Sport immens wichtig.

Jede Sportart besteht aus unterschiedlichen Strukturen, die ein Rennen oder Spiel prägen. Demnach sind spezifische Faktoren für einen Erfolg mitverantwortlich (Taktik, Regelwerk, Unfälle, Skandale). Aber eben der Sportler selbst auch, indem er eine Leistung vollbringt. Doch nicht immer ist dies der Fall. Manche Sportarten sind auch von äußeren Bedingungen abhängig (wie z. B. dem Wetter). Dramaturgisch gesehen ist das Überraschungsmoment im Sport für viele herausragende Leistungen mitentscheidend. Ferner tragen schwächer eingeschätzte Mannschaften durch Siege zu Überraschungen bei. Immer wiederkehrende Favoriten können einer Sportart schaden, da sich Langeweile breit macht. Abwechslung ist somit im Sport ebenso erwünscht und macht den Wettkampf interessant. Glück ist ein weiterer Bestandteil, der für den Sport genauso von Bedeutung ist.

Aus genannten Gründen ist die Sport - Medien - Beziehung auch für den Wirtschaftssektor von Interesse. Sportveranstaltungen können nur durch Sponsoren beziehungsweise Geld-

geber gesichert werden. Darüber hinaus ist auch der Sportler selbst von diversen Marketingpartnern abhängig. Die Athleten leisten durch den Einsatz als Testimonials einen wichtigen Beitrag. Die Vermarktung via Medien ist ein wesentlicher Bestandteil der Kundenbindung.

Der ORF hat in Österreich noch immer eine Vormachtstellung in Bezug auf Sport inne, doch der Konkurrenzdruck ist stark gestiegen. Der Kampf um Übertragungsrechte hat sich verdichtet und andere Fernsehanbieter übernehmen Teilbereiche im Sport. Die Privatsender greifen ein, das wird gerade beim Sportprogramm sichtbar. Während ServusTV bereits die nationale Eishockeyliga überträgt, haben auch Puls4 durch die Europa League, Super Bowl, Skicross und ATV durch die MotoGP an Zuschauerinteresse zugenommen. Die Erfolge nationaler Athleten können das Interesse als auch die Zuschauerquoten immens beeinflussen.

Eine ausgeprägte Vorberichterstattung, das Spiel/Rennen selbst und eine Analyse mit Experten sind bereits zu einem fixen Bestandteil einer Sportveranstaltung geworden. Das Sportevent wird so weit wie möglich ausgedehnt, um dem Zuseher möglichst alle Facetten des Sports darbieten zu können. Siegerehrungen und Interviews sind weitere Gestaltungsmittel, die Persönlichkeiten des Sports dem Publikum näher bringen sollen.

Aber auch Sportkommentatoren sind wesentlich an dem Erfolg einer Sportart beteiligt. Sie vermitteln dem Publikum auf objektive und professionelle Weise das Sportereignis. Co - Kommentatoren ergänzen und erweitern diese Funktion. Auch der Kommentator kann und soll sich den Emotionen während eines Events nicht entziehen, da Sport wie zuvor erwähnt nicht vorhersehbar ist. Das ist im Sport etwas Besonderes. Ein guter Kommentator soll über wichtige Hintergrundinformationen verfügen, aktuelle Geschehnisse kommentieren und den Zuseher kompetent und emotional informieren. Im Sport geht es immer um Gewinner und Verlierer, die das Publikum mit ihren Leistungen begeistern oder auch frustrieren können. Der Versuch, ehemalige Profisportler als Co - Kommentatoren auch im Fußball einzusetzen wird vermutlich dazu führen, die Glaubwürdigkeit und Kompetenz bei Fußball - Übertragungen zu verbessern.

Sportlich gesehen haben sich viele Rahmenbedingungen verändert. Während in den vergangenen Jahren der Sport von Dopingmechanismen geprägt war, wird heutzutage viel gegen dieses Problem getan. Es wird auch stets an einer Verbesserung und Modernisierung des Sports gearbeitet und sportartspezifische Erneuerungen getestet. Dazu zählen der Gatefaktor beim Skispringen, Regelveränderungen in der Formel 1, die Senkung des Risikos bei Ski Alpin - Bewerben und die Anpassung an moderne Wettkämpfe. Neue Innovationen sind bedeutsam, gerade in Bezug auf technische Möglichkeiten, da sich Sportarten auch weiterentwickeln sollen. Das „Hawk - Eye“ wurde zum ersten Mal Ende Oktober 2010 bei der BA - TennisTrophy in Wien eingesetzt und begeisterte damit das Publikum. Mittels eingespielter Herzschlagtöne konnte die Flugbahn des Balles auf einer Leinwand in Zeitlupe verfolgt werden. Das Publikum reagierte je nach Sympathie mit tobendem Applaus oder Stillschweigen. Auffallend ist auch der Einsatz von Musik bei Sportevents. Während bei vielen Wettkämpfen Musikeinspielungen einen wichtigen Teil des Sports darstellen (siehe Beachvolleyball oder Eishockey) und sich positiv auf die Stimmung auswirken, wird sie in anderen Sportarten (wie Tennis oder Fußball) nur begrenzt eingesetzt.

All jene dramaturgischen Gestaltungsmittel und Funktionen tragen dazu bei, den Anregungs - und Unterhaltungsgehalt von Sportereignissen zu steigern oder hoch zu halten. Das Modewort „Infotainment“ wird immer weiter ausgereizt als auch das Event an sich. In Zukunft werden sich Sportarten auch an die Bedürfnisse neuer Generationen anpassen müssen. Neue Länder und neue Strecken müssen eingeführt, Regelmodifizierungen und spannungsgeladene Abläufe garantiert werden, die den Sport auf andere Weise bereichern können. Als Beispiel dient ein Nachtrennen auf dem Stadtkurs in Singapur der Formel 1 oder auch ein freiwilliges Parallel - Skirennen in Moskau mit spektakulären Sprüngen. Darüber hinaus sollen weitere dramaturgische Elemente entwickelt und eingesetzt werden, um die Attraktivität zu erhöhen.

Das Magische Viereck muss gemeinsam als System operieren, um Sport in der Gesellschaft als fixen Bestandteil zu verankern. Die technischen Gegebenheiten müssen weiter ausgereizt werden, damit die Faszination nicht abreißt. Im Gegensatz dazu spielt die Wirtschaft eine wichtige Rolle, indem sie die Sportler in ihren Leistungen unterstützt. Nur so kann Sport auf professionelle Weise ausgeübt werden und erhält entsprechende Beachtung

in den Medien. Insbesondere Medien sind dafür verantwortlich, dass die Bedürfnisse des Sportzusehers erfüllt und befriedigt werden. Der professionelle Leistungssport wird via Fernsehen dem Publikum näher gebracht, jedoch der einzelne Rezipient wird weitaus weniger zu aktivem Sport angeregt. Diesen Eindruck erhält man eher bei der Sportrezeption live vor Ort.

Trotz allem ist Sport zeitlos und für viele Menschen von großer Bedeutung. Es muss jedoch festgehalten werden, dass die Kommerzialisierung des Sports stetig zunimmt. Der Profit der Wirtschaft hat neue Dimensionen erreicht, die weiter beobachtet und hinterfragt werden sollen. Der Wunsch nach „höher, weiter, schneller“ im Sport bringt auch viele Kritiken und Gefahren mit sich. Die Risikofaktoren und möglichen Verletzungen dürfen nicht Teil der Dramaturgie sein, sondern sollen zum Schutz der Athleten eingeschränkt und dezimiert werden.

Damit Sport als soziales Phänomen bestehen bleibt, müssen all jene in dieser Arbeit untersuchten Bereiche zielstrebig und professionell zusammenarbeiten und eine wachsende Kommerzialisierung verhindern.

9. LITERATURVERZEICHNIS

- AXSTER, Felix/JÄGER, Jens/SICKS, Kai Marcel/STAUFF, Markus: Mediensport. Strategien der Grenzziehung. Wilhelm Fink, München, 2009
- BABIN, Jens - Uwe: Perspektiven des Sportsponsoring. Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, 1995
- BECKER, Peter: Sport in den Massenmedien – Zur Herstellung und Wirkung einer eigenen Welt. In: Sportwissenschaft, 13, 1983, S. 24 - 45
- BECKER, Peter: Sport und Sozialisation. Rowohlt, Reinbek, 1982
- BERGHAUS, Margot: Luhmann leicht gemacht. Eine Einführung in die Systemtheorie. Böhlau, Köln/Weimar/Wien, 2003
- BERTELSMANN LEXIKON: Band 9 Schlu - Toro. Lexikothek, Gütersloh, 1974
- BETTE, Karl - Heinrich: Systemtheorie und Sport. Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1999
- BETTE, Karl - Heinrich: Theorie als Herausforderung. Beiträge zur systemtheoretischen Reflexion der Sportwissenschaft. Meyer&Meyer, Aachen, 1992
- BIEBER, Christoph/HEBECKER, Elke: You'll Never Surf Alone. Online - Inszenierungen des Sports. In: SCHWIER, Jürgen: Mediensport. Ein einführendes Handbuch. Hohengehren, Schneider, S. 211 - 232
- BURKART, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Böhlau, Wien, 2002
- BURKART, Roland/HÖMBERG, Walter: Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wilhelm Braumüller, Wien, 2004

- FLICK, Uwe (2008). Triangulation. Eine Einführung (2. Auflage). VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2008

- FLICK, Uwe/V. KARDOFF, Ernst/KEUPP, Heiner/V. ROSENSTIEL, Lutz/WOLFF, Stephan: Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. Psychologie Verlags Union, München, 1991

- FLORSCHÜTZ, Gottlieb: Sport in Film und Fernsehen. Zwischen Infotainment und Spektakel. Deutscher Universitäts - Verlag, Wiesbaden, 2005

- FROSCHAUER, Ulrike/LUEGER, Manfred: Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme. WUV - Universitätsverlag, Wien, 2003

- GANDLGRUBER, Laura: Ein Sportstück. Zur Inszenierung des Sports im Fernsehen. Diplomarbeit, Wien, 2005

- GEBAUER, Gunter: Helden des Sports. Ihre Konstitution und Bedeutung für die Gesellschaft. In: MARSCHIK, Matthias/SPITALER, Georg: Helden und Idole. Sportstars in Österreich. Sportverlag, Innsbruck, 2006, S. 40 - 49

- GIMPL, Gabriele Anna: Vom Fußballer zum Medienstar. mediale Inszenierung und Prominenzierung im Sport am Beispiel des Medienphänomens David Beckham. Diplomarbeit, Wien, 2005

- GOTTSCHLICH, Maximilian: Massenkommunikationsforschung. Theorienentwicklung und Problemperspektiven. Wilhelm Braumüller, Wien, 1987

- GUTMANN, Sonja: Sport im TV. "Gute Unterhaltung..!" ; Entertainisierung und inszenierte Unterhaltung . Diplomarbeit, Wien, 2004

- HACKFORT, Dieter/MUNZERT, Jörn/SEILER, Roland (Hrsg.): Handeln im Sport als handlungspsychologisches Modell. Festschrift zum 60sten Geburtstag von Prof. Dr. Jürgen R. Nitsch. Asanger, Heidelberg/Kröning, 2000

- HAGENAH, Jörg: Sportrezeption und Medienwirkung. Eine dynamisch - transaktionale Analyse der Beziehungen zwischen Sportkommunikatoren und –rezipienten im Feld des Mediensports. Fischer, München, 2004

- HEINEMANN, Klaus: Einführung in die Soziologie des Sports. 4.Aufl., Karl Hoffmann, Schorndorf, 1998

- HUTTER, Fritz: Citius, altius, fortius. In: Sportmagazin, Oktober 2009, Heft 09, Wien, 2009

- KRÜGER, Arnd/SCHARENBERG, Swantje: Wie die Medien den Sport aufbereiten. Ausgewählte Aspekte der Sportpublizistik. Tischler, Berlin, 1993

- LORENZ, Pia: Sport im Fernsehen vs. Internet - Eine empirische Analyse des Nutzerverhaltens von Jugendlichen und jungen Erwachsenen am Beispiel des ORF. Magisterarbeit, Wien, 2008

- MATTHES, Jörg/WIRTH, Werner: Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Herbert von Halem, Köln, 2008

- MAYRING, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Psychologie Verlags Union. Weinheim, 2002

- MAYRING, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz. Weinheim und Basel, 2007

- MAYRING, Philipp/GLÄSER - ZIKUDA, Michaela: Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse. Beltz, Weinheim und Basel, 2005

- MEYEN, Michael/LÖBLICH, Maria: Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach - und Theoriegeschichte in Deutschland. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2006

- MIKOS, Lothar: Film - und Fernsehanalyse. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2003

- PENZ, Otto: Sport und Medien. Über Mythen, Helden und Affekte. In: MAR-SCHIK, Matthias/SPITALER, Georg: Helden und Idole. Sportstars in Österreich. Sportverlag, Innsbruck, 2006, S. 75 - 83

- PRIMETZHOFFER, Karin: Medienkompetenzvermittlung am Beispiel der Dramaturgie der Heldenreise. Diplomarbeit, Wien, 2007

- REICHENAUER, Martin: Vom Leistungssportler zum Sportidol. Die Rolle der Medien. Diplomarbeit, Wien, 2000

- RÜDEGGER, Christian: Zum Wandel der Olympischen Spiele im Kontext wirtschaftlicher, politischer und soziologischer Aspekte. Dissertation, Wien, 2007

- SCHAUERTE, Thorsten: Was ist Sport in den Medien? Theorien - Befunde - Desiderate. Strauß, Köln, 2007

- SCHAUERTE, Thorsten/SCHWIER, Jürgen: Vorbilder im Sport. Perspektiven auf ein facettenreiches Phänomen. Sportverlag Strauß, Köln, 2007

- SCHENK, Michael: Medienwirkungsforschung. Mohr Verlag, Tübingen, 2007

- SCHIERL, Thomas: Die Visualisierung des Sports in den Medien. Herbert von Ha-lem, Köln, 2004

- SCHIERL, Thomas: Handbuch Medien, Kommunikation und Sport. Hofmann, Schorndorf, 2007

- SCHWIER, Jürgen (Hrsg.): Mediensport. Ein einführendes Handbuch, Schneider, Hohengehren, 2002

- SCHWIER, Jürgen/SCHAUERTE, Thorsten: Soziologie des Mediensports. Strauß, Köln, 2008
- VOGLER, Christopher: Die Odyssee des Drehbuchschreibers. Über die mythologischen Grundmuster des amerikanischen Erfolgskinos. Zweitausendeins, Frankfurt am Main, 1998
- WEBER, Stefan: Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. UVK, Konstanz, 2003
- WEINBERG, Peter: Handlungstheorie und Sportwissenschaft. Pahl - Rugenstein, Köln, 1978
- WEISS, Otmar: Einführung in die Sportsoziologie. WUV Universitätsverlag, Wien, 1999
- WEISS, Otmar: Sport und Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Perspektive. Österreichischer Bundesverlag, Wien, 1990
- WENDL, Katharina: 50 Jahre österr. Fernsehen - 50 Jahre Sport im Fernsehen. Diplomarbeit, Wien, 2005

9.1 Internetquellen

- A1 als Sponsor des ÖSV: <http://www.a1.net/privat/oesv>
- Armin Assinger wirbt für Hervis: <http://www.city-super-center.at/uploads/pics/armin.jpg>
- Die Presse Online (Fußball):
<http://diepresse.com/home/sport/Fußball/486402/index.do>
- Die Presse Online (Skispringerinnen):
<http://diepresse.com/home/sport/wintersport/liberec/454139/index.do>
- Duden „mitreißend“: [http://www.duden.de/definition/mitrei %C3 %9Fend](http://www.duden.de/definition/mitrei%C3%9Fend)
- FAZ: <http://www.faz.net/aktuell/sport/wintersport/skispringen-laborbedingungen-in-freier-natur-1908065.html>
- FIFA Weltrangliste:
<http://de.fifa.com/associations/association=aut/ranking/gender=m/index.html>
- Formel 1 Skandal bei Renault:
http://www.salzburg24.at/news/tp:vol:special_formel1_aktuell/artikel/bewachrungsstrafe-fuer-renault-briatore-lebenslang-gesperrt/cn/apa-1151300065
- Formel 1 Sponsoren (McLaren): http://www.fl-site.com/wallpapers/2009/presentation_mclaren/mclaren-mp4-24-wallpaper-fl-car-2009-2.jpg
- Gate - Faktor: <http://derstandard.at/1263706359879/Teambewerb-Siegreicher-OeSV-kritisiert-neuen-Modus?seite=2&sap=2>

- Gesellschaftliche Funktionen des Sports:
<http://www.sportunterricht.de/lksport/gesell1.html>
- Gillette - Werbung mit Federer, Woods und Henry:
http://www.gillettechampions.de/index.aspx?locale=de_de
- Hauptsponsor beim Beachvolleyball Grand Slam in Klagenfurt:
<http://www.beachvolleyball.at/showimg.php?id=3062&place=21>
- Infosat: <http://www.infosat.de/Meldungen/?msgID=54116>
- Kleine Zeitung (Torrichter):
<http://www.kleinezeitung.at/sport/Fu%C3%9Fball/2131356/nagelprobe-fuer-neue-torrichter-europa-league.story>
- Motive des Sportnutzers (DSF):
<http://www.dsf.de/media/pdf/unternehmen/media/research/MotivedesSportzuschauers.pdf>, S. 14 - 22
- Motorsport Total (Heinz Prüller): http://www.motorsport-total.com/f1/news/2009/02/Offiziell_ORF-Legende_Prueller_geht_in_Pension_09020610.html
- Motorsport Total (Kers): http://www.motorsport-total.com/f1/news/2009/03/KERS_Slicks_und_Maehdrescher_Die_neue_Formel_1_09032631.html
- Motorsport Total (Renndauer): <http://www.motorsport-total.com/f1/faq.html?k=1&sda=10>
- OE3 (Sportler des Jahres 2011): <http://oe3.orf.at/aktuell/stories/540034/>
- ORF Digital: http://digital.orf.at/show_content2.php?s2id=440

- ORF Hauptsportarten: http://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=77&pvi_id=522
- ORF Kundendienst (Das Match):
http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf1/das_match.html
- ORF Live - Berichterstattung (Ski Alpin) mit Assinger+Seeger:
http://www.sportschau.de/spe/turin/news200602/20/img/orf_kommentatoren_gross.jpg
- ORF Mediaresearch (Hitliste):
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_hitliste.htm
- ORF Mediaresearch (Meistgesehene Sendungen 2008):
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_hitliste.htm
- ORF Mediaresearch (Meistgesehene Sendungen 2009):
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_hitliste.htm
- ORF Mediaresearch (Sport und Medien):
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_sport.htm
- ORF Programm (Das Rennen)
<http://derneue.orf.at/programm/fernsehen/orf1/rennen.html>
- Österreichische Sporthilfe (Sportler des Jahres):
<http://www.sporthilfe.at/sh/powerslave,id,364,nodeid,.html>
- Österreichische Sporthilfe (Fairplay): <http://www.sporthilfe.at/fairplay/>
- Partner des Beachvolleyball Grand Slams in Klagenfurt:
<http://www.beachvolleyball.at/index.php?page=partner>

- Penz, Otto: Über die Konstruktion des Mediensports (1/2010):
<http://www.medienimpulse.at/articles/view/179>
- Schiedsrichterzeichen im Fußball: <http://www.code-knacker.de/schiedsrichter.htm>
- Sportgate: [http://www.sportgate.de/motorsport/formel1/artikel/Haug - Neue - Motoren - senken - Formel - 1 - Kosten - 29855/](http://www.sportgate.de/motorsport/formel1/artikel/Haug-Neue-Motoren-senken-Formel-1-Kosten-29855/)
- Sponsoren eines Formel 1 - Fahrers (Lewis Hamilton):
http://www.autobild.de/ir_img/63235150_0879f25187.jpg
- Standard (Gatefaktor): [http://derstandard.at/1263706359879/Teambewerb - Sieger-reicher - OeSV - kritisiert - neuen - Modus?_seite=2&sap=2](http://derstandard.at/1263706359879/Teambewerb-Sieger-reicher-OeSV-kritisiert-neuen-Modus?seite=2&sap=2)
- The Free Dictionary “aggressiv”: <http://de.thefreedictionary.com/aggressiv>
- The Free Dictionary “aufgeregt”: <http://de.thefreedictionary.com/aufgeregt>
- The Free Dictionary “ängstlich”: [http://de.thefreedictionary.com/ %c3 %a4ngstlich](http://de.thefreedictionary.com/%c3%a4ngstlich)
- The Free Dictionary “Dramaturgie”: <http://de.thefreedictionary.com/Dramaturgie>
- The Free Dictionary “emotional”: <http://de.thefreedictionary.com/emotional>
- The Free Dictionary “fröhlich”: [http://de.thefreedictionary.com/fr %c3 %b6hlich](http://de.thefreedictionary.com/fr%c3%b6hlich)
- The Free Dictionary “humorvoll”: <http://de.thefreedictionary.com/humorvoll>
- The Free Dictionary “ironisch”: <http://de.thefreedictionary.com/ironisch>
- The Free Dictionary “sachlich”: <http://de.thefreedictionary.com/sachlich>
- Top - Spot - Verleihung 2009: <http://enterprise.orf.at/1504/?fc=2>

- Torrichter beim Fußball:
<http://www.kleinezeitung.at/sport/Fußball/2131356/nagelprobe-fuer-neue-torrichter-europa-league-story>

- Usain Bolt bei den Olympischen Spielen 2009:
http://p3.focus.de/img/gen/v/m/HBvmjCaO_Pxgen_r_467xA.JPG

9.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Faktoren des Verhaltens im Sport	33
Abbildung 2: Gesellschaftliche Funktionen des Sports	35
Abbildung 3: Doping - Netzwerk von Bernhard Kohl	38
Abbildung 4: Schiedsrichterzeichen im Fußball	43
Abbildung 5: Gillette - Werbung mit Federer, Woods und Henry	56
Abbildung 6: Armin Assinger wirbt für Hervis	58
Abbildung 7: Hawk - Eye Technologie	61
Abbildung 8: Torrichter beim Fußball	62
Abbildung 9: Usain Bolt bei den Olympischen Spielen 2008	75
Abbildung 10: Hermann Maier bei den Olympischen Spielen 1998	76
Abbildung 11: Das Magische Viereck	89
Abbildung 12: ORF Live - Berichterstattung (Ski Alpin) mit Assinger+Seeger	96
Abbildung 13: Sponsoren eines Formel 1 - Fahrers (Lewis Hamilton)	103
Abbildung 14: Formel 1 Sponsoren (McLaren)	103
Abbildung 15: Hauptsponsor beim Beachvolleyball Grand Slam in Klagenfurt	104
Abbildung 16: A1 als Sponsor des ÖSV	106

9.3 Grafikverzeichnis

Grafik 1: Werbung im Fußball.....	136
Grafik 2: Sprecher im Fußball	137
Grafik 3: Inhalte im Fußball.....	138
Grafik 4: Sprache des Sprechers im Fußball.....	139
Grafik 5: Gestaltungselemente im Fußball	140
Grafik 6: Sprecher in der Formel 1	143
Grafik 7: Inhalte in der Formel 1	144
Grafik 8: Gestaltungselemente in der Formel 1	146
Grafik 9: Werbung in der Formel 1	147
Grafik 10: Sprache des Sprechers in der Formel 1	148
Grafik 11: Sprecher bei Ski Alpin.....	151
Grafik 12: Sprache des Sprechers bei Ski Alpin.....	152
Grafik 13: Inhalte bei Ski Alpin.....	153
Grafik 14: Gestaltungselemente bei Ski Alpin	154
Grafik 15: Werbung bei Ski Alpin.....	155
Grafik 16: Einsatz des Co - Kommentators	158
Grafik 17: Sprecheranteil	159
Grafik 18: Sprache des Sprechers	159
Grafik 19: Wichtigster Inhalt	160
Grafik 20: Sporthelden.....	161
Grafik 21: Vorwiegende Gestaltungsmittel	161

10. Anhang

10.1 Experteninterviews mit Vertretern des Magischen Vierecks

Kodierleitfaden

Code	Kategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
1	Sporthelden	Prominente oder in der Öffentlichkeit herausragende Sportler, die eine große Präsenz und Zuschauerinteresse nach sich ziehen	„Eine enorme, kaum zu überschätzende Identifizierungsfunktion.“ (Herr RM., F9/10)	Die Aussagen betreffen nur die Rolle von Sporthelden in den Medien und die Entstehung / Wichtigkeit jener.
2	Sportdramaturgie	Dramaturgische Elemente in der Sportberichterstattung	„Risiko, Spannung, Startnummern beziehungsweise Startaufstellung, Siegeschancen von Österreichern“ (Frau AM,F7)	In diese Kategorie fallen sowohl individuelle Meinungen zur Dramaturgie als auch eine Auflistung an dramaturgischen Elementen.
3	Stellenwert von Sportübertragungen	Persönliche Wertschätzung und Interesse an Sport im Fernsehen	„ Sport hat einen sehr hohen Stellenwert im österreichischen Fernsehen, speziell Wintersportarten, Formel 1 und Fußball bekommen viel Sendezeit.“ (Frau AM,F1)	Unter diese Kategorie fallen all jene persönlichen Einschätzungen zu Sportübertragungen.
3a	Live - Übertragungen	Stellenwert von Live - Übertragungen	„Großer Stellenwert, da heutzutage - auch durch die Entwicklung des Internets forciert – nahezu nur mehr Live - Events zählen.“ (GK, F5)	Alle Aussagen das Live - Event betreffend sollen dieser Kategorie zugeordnet werden.

4	Sportartenselektion	Fernsehbetreiber treffen eine Auswahl an Sportereignissen	„Die Medien beeinflussen das Publikum, indem sie eine Vorauswahl an Sportarten treffen.“ (BB, F6)	Dieser Kategorie werden Gründe für eine Selektion zugeordnet.
5	Emotionen	Gefühle wie Freude, Trauer, Spaß, Nervosität,...	„Freude, Angst, Wut, Ärger, Trauer“ (Frau AK, F14)	Auf diese Kategorie kann geschlossen werden, wenn die Befragten vielfältige Emotionen im Sport nennen.
6	Veränderungen des Sportfernsehens	Technische oder inhaltliche Veränderungen	„Permanente Präsenz der Medien; es gibt keine Privatheit mehr: Aber bei allem geht es immer auch um den kommerziellen Erfolg“ (Herr RM, F12)	Handelt es sich bei den geschilderten Situationen um Veränderungen zeitlicher/struktureller oder technischer Art, so fällt dieser Textteil in diese Kategorie.
7	Vor- und Nachteile einer Sportübertragung	Positive und negative Merkmale hinsichtlich der Sportübertragung	„geht über technische Schwierigkeiten bis hin zu Verletzungen“ (Herr OP, F10)	Werden positive oder negative Merkmale bei Sportübertragungen genannt, können diese zugeordnet werden.
8	Kommentar	Einsatz des Sprechers (Moderator, Kommentator, Co-Kommentator, Reporter)	„Sie sind für mich das „Salz“ in der Suppe, diejenigen die auch einmal etwas sagen dürfen, was der Reporter nicht darf. Und natürlich ihre fachliche Kompetenz.“ (Herr MC, F8)	Die Aussagen müssen in einem direkten Zusammenhang mit dem Sprecher stehen. Aussehen oder Sympathie dürfen nicht codiert werden.

8a	Co - Kom- mentatoren	Besondere Hervorhebung des Co - Kommentators	„ Das hat sich in der Vergan- genheit als nicht gut er- wiesen. Dabei geht es auch um Seherge- wohnheiten in verschiedenen Ländern.“ (OP, F13)	Aussagen be- züglich Co - Kommentato- ren schließen gesondert auf diese Katego- rie zurück.
9	Das Magische Viereck	Zusammenar- beit von Sport, Medien, Wirt- schaft und Publikum	„Sicher ist, dass kein Sportgesche- hen ohne Zu- seher überle- ben kann. Wirtschaft und Medien, sowie die Werbetrei- benden werden meiner Mei- nung nach erst dann wichtig, wenn man den Sport einer großen Öffent- lichkeit zu- gänglich ma- chen will.“ (Herr GT, F18)	Zu dieser Ka- tegorie zählen Aussagen über die Zusam- menarbeit von Sport, Medien, Wirtschaft und Publikum hin- sichtlich der Sportberichter- stattung.
10	Faszination Sportfernse- hen	Erfolg einer Sportart im Fernsehen	„ Spannung und Massen- tauglichkeit.“ (Herr MA, F1)	Gründe und Faktoren für den Erfolg einer Sportart im Fernsehen beziehen sich auf diese Ka- tegorie.

10a	Einfluss des Sportlers	Erfolg einer Sportart mit Hilfe der Sportler	„Einen sehr großen, indem sie gewinnen und eine Vorbildwirkung für die Jugend haben.“(AM, F3)	Handelt es sich bei den geschilderten Aussagen um den Einfluss von Sportlern, so fällt dieser Textteil in diese Kategorie.
10b	Wirtschaftlicher Erfolg	Erfolg einer Sportart mit Hilfe der Wirtschaft	„Große Sportler haben Kooperationen mit wirtschaftlich interessanten Unternehmen. Der Tourismus profitiert durch die Bekanntmachung via TV.“ (AM, F14)	Auf einen wirtschaftlichen Erfolg kann geschlossen werden, wenn auf eine gewinnbringende/finanzielle Beteiligung hingewiesen wird.
10c	Sportartenspezifische Faszination	Faszination einer bestimmten Sportart gegenüber	„Fußball: Technik, Teamwork, Taktik Ski Alpin: Geschwindigkeit, Mut Formel 1: eher geringes Interesse“ (BB, F3)	Die Aussagen betreffen eine bestimmte Sportart, die zu einer Faszination beiträgt.
11	Werbung	Werbeformen, die den Rezipienten positiv als auch negativ beeinflussen können	„Sponsoren und Werbung sorgen für das notwendige Geld und daher für die entsprechende Qualität im Spitzensport.“ (APa, F17)	In dieser Kategorie sollen Erfahrungen im Umgang mit Werbung beschrieben werden.

12	Sport im ORF	Das Sportprogramm im ORF	„Ich würde mir wünschen, dass der ORF auch mal ein Eishockeyspiel überträgt.“ (Frau AK, F2)	Es geht hierbei um die Präsentation des Sports im ORF und deren Wirkung auf das Publikum.
13	Eingriff in den Sport	Manuelle Veränderungen oder Eingriffe in eine Sportart wie z. B. Regeländerungen	„Sollten gefährliche Veränderungen eintreten, dann muss auch sinnvoll darauf reagiert werden, z. B. Body Maß Index bei den Skispringern.“ (Herr BB, F16)	Auf diese Kategorie kann geschlossen werden, wenn ein Eingriff in das den Sport beziehungsweise Regelwerk einer Sportart genannt wird.

SPORT: *Mag. Jo Schmid (ÖSV)*

1. Wie sehen Sie den Stellenwert des Sports im österreichischen Fernsehen?

Da die Österreicher hinlänglich als sehr sportbegeistertes Volk bekannt sind, genießt der Sport einen sehr hohen Stellenwert im österreichischen Fernsehen. Leider wird in unserer Zeit aber ausschließlich an Einschaltquoten gemessen, was dazu führt, dass in erster Linie publikumswirksame Sportarten wie Fußball, Ski und Formel 1 zu sehen sind. Erfreulich, dass nun mit dem Sportkanal auch sogenannte Randsportarten immer mehr Aufmerksamkeit bekommen.

2. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im Fernsehen bei?

Österreich gilt als Skination – das Publikum erwartet sich von den Athletinnen und Athleten eigentlich immer nur Top - Leistungen (die in den vergangenen Jahren auch immer sehr eindrucksvoll erbracht wurden), daher ist der Erfolg gerade in diesem Bereich relativ einfach zu erreichen. Fehlen die Siege, so wird der Erfolg auch in diesen Bereichen etwas zurück gehen. Nimmt man z. B. Biathlon, so ist der mediale Erfolg sicherlich ausschließlich den großartigen Leistungen der Aktiven zuzuschreiben. Mit jedem Sieg, jeder Medaille ist das Interesse der Bevölkerung an dieser vermeintlichen Randsportart gestiegen – dies führt unweigerlich zu einer positiven Berichterstattung im Fernsehen.

3. Welchen Beitrag leisten Sportler Ihrer Meinung nach für das Interesse im Fernsehen?

Meiner persönlichen Meinung nach leisten Sportler den größten Anteil am Interesse im Fernsehen! Bringen sie nicht die erhofften Leistungen, so wird auch das Interesse der Bevölkerung rasch sinken. Sicherlich wird die Begeisterung des Publikums durch die neuen Übertragungsmöglichkeiten der Sendeanstalten gefördert. Der ORF ist, was die Übertragungstechniken von Sportveranstaltungen betrifft, federführend. Er ist mehrfacher Gewin-

ner internationaler Preise. Nicht selten werden ORF - Mitarbeiter von ausländischen Stationen für Übertragungen angeheuert.

4. Inwieweit ist der Erfolg einer Sportart von Medien abhängig?

Sport und Medien gehören zusammen. Sie ergänzen sich gegenseitig. Der Sport braucht die Medien, die Medien brauchen den Sport. Ohne mediale Berichterstattung kann eine Sportart nie einem großen Anteil der Bevölkerung näher gebracht werden. Sport professionell zu betreiben bedeutet in den meisten Fällen einen sehr großen finanziellen Aufwand für die Athletinnen und Athleten. Die Suche nach möglichen Sponsoren wird durch eine mediale Aufarbeitung von Wettkämpfen sicherlich erleichtert. Jeder Sponsor erwartet schließlich eine gewisse Präsenz in den Medien – wird von einer Sportart keine Notiz genommen, da Berichterstattungen fehlen, so ist die Sponsorensuche für die Sportlerinnen und Sportler kaum von Erfolg begleitet.

5. Inwieweit überträgt der ORF den sportlichen Wettkampf im Fernsehen?

Mit Direktübertragungen wird der Sport mit all seinen Für - und Wider der Bevölkerung näher gebracht.

6. Wie sehen Sie die Beeinflussung des Fernsehens durch die Auswahl an Sportarten?

Wirtschaftliches Denken und die bereits erwähnte Quotenselektion führen dazu, dass weniger publikumswirksame Sportarten bei den Medien in den Hintergrund gedrängt werden.

7. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Die Dramaturgie entsteht im Kampf Mann gegen Mann, Mannschaft gegen Mannschaft, in Metern oder Sekunden. Dabei muss es nicht unbedingt um Höchstleistungen gehen. Die Dramaturgie entsteht durch den gegenseitigen Vergleich.

8. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung vermittelt?

In Österreich besteht zweifelsohne eine sehr große emotionale Beteiligung des Publikums am Sport. Nimmt man z. B. ein Weltcup Skirennen in Amerika, so werden sie bei den Einheimischen kaum eine emotionale Bindung zu dieser Sportart finden – und das, obwohl die beste Skifahrerin der letzten Saison mit Lindsey Vonn eine Amerikanerin ist. Wir in Österreich sind in diesem Bereich sicherlich privilegiert, denn gerade im Bereich Fußball und Wintersport können wir auf eine großartige Berichterstattung zurück greifen. Hier werden Emotionen transportiert und das „Wir - Gefühl“ gestärkt. Natürlich hat auch diese emotionale Berichterstattung gewisse Nachteile: bei einem Sieg spricht man immer von „WIR – Österreicher“. Bei einer Niederlage steht die Athletin beziehungsweise der Athlet in den meisten Fällen ganz alleine da.

9. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Wichtigkeit für die Rezipienten? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Helden im Sport entstehen durch außerordentliche beziehungsweise besondere Leistungen. Nicht nur Siege verhelfen Athletinnen oder Athleten zu einem Heldenstatus. Es ist mir hier nicht möglich nur einen sportlichen Helden zu nennen – dafür werden laufend und in jedem Sportbereich zu viele einzigartige Bestleistungen erbracht. Hermann Maier ist zweifelsohne ein Held des Skisports. Sein Sturz bei den Olympischen Spielen in Japan und der darauffolgende Gewinn von zwei Goldmedaillen, hob ihn in den Heldenstatus, der durch sein Comeback nach dem Motorradunfall noch wesentlich verstärkt wurde. Auch der Schweizer Daniel Albrecht, der nach seinem Horrorsturz von Kitzbühel, neben Reden auch das Laufen wieder lernen musste, ist dieser Kategorie zuzuordnen. Wahrscheinlich werden wir ihn schon diese Saison wieder bei dem einen oder anderen Rennen sehen. Aber auch Matthias Lanzinger ist für mich persönlich ein Held – leider ein Held der tragischen Stunde, doch wie dieser junge Mann sein Schicksal bewältigt hat, ist für mich heldenartig. Diese Liste könnte lange fortgeführt werden – nicht nur im Spitzensport gibt es Helden! Bei genauer Betrachtung finden wir sie in jedem Bereich – vom Breitensport bis zum Behindertensport!

10. Welche Rolle spielen Sporthelden für das Interesse der Zuschauer?

Sporthelden spielen sicherlich eine sehr wichtige Rolle für das mediale Interesse. Man versucht sich mit ihnen zu identifizieren, möchte ihnen nacheifern, um vielleicht selbst einmal das Gefühl eines Sieges auskosten zu können. Man darf hier jedoch nicht vergessen, dass es sich hauptsächlich um medial gemachte Sporthelden handelt. In den meisten Fällen sehen sich die Sportler selbst nicht als Helden – sie werden medial dazu gemacht und vom Publikum als solche (bei Erfolgen) gefeiert.

11. Welchen Einfluss haben Fernsehanstalten auf den Sportler selbst und welche Rolle spielt der Sportler für einen medialen Erfolg?

Junge Menschen werden durch sportliche Erfolge aus der Anonymität in das „Heldentum“ gehoben. Es bedarf großer Charakterstärke, um solche Höhenflüge zu verkraften. Nicht jede Sportlerin oder Sportler kann dies. Nicht selten wurde das „Heldentum“ einem Aktiven zum Verhängnis, ja sogar zum Schicksal. Das Problem liegt auch darin, dass Helden von den Medien bei abnehmender Leistung gleich schnell fallen gelassen werden, wie sie in den Himmel gehoben wurden.

12. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Durch die vielfältigen Sportübertragungen stumpft das Zuschauerinteresse immer mehr ab. Durchschnittsleistungen werden vom TV – Konsumenten nicht mehr konsumiert. Es müssen stets Spitzenleistungen sein, daher sind Extremsportarten immer stärker im Vormarsch.

13. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Für Hobby - und Freizeitsportler spielt dies keine Rolle. Athletinnen und Athleten, die den Sport professionell ausüben und damit auch ihren Lebensunterhalt bestreiten müssen, ist es jedoch sehr entscheidend. Nur wenn Leistung, Berichterstattung und Sponsoring stimmen, dann funktioniert auch der Spitzensport.

14. Auf welche Art und Weise profitiert die nationale Wirtschaft vom Profisport?

Die nationale Wirtschaft kann sicherlich vom Profisport profitieren. Nehmen Sie das Beispiel Hermann Maier: während seiner außergewöhnlichen Erfolge hat die Skimarke Atomic am Breitensportsektor ein gewaltiges Plus verzeichnen können. Hermann Maier war ein Held – ein Idol für die Bevölkerung und jeder wollte im Winter mit den bekannten Maier - Ski die Pisten hinunter wedeln. Dieses Phänomen können sie auf alle Sportbereiche umlegen.

15. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im Fernsehen abgewinnen?

Für mich ist jede Sportübertragung positiv. Negativ ist für mich nur, wenn bei einem schweren Unfall immer wieder diese Bilder gespielt werden.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Ohne Regeln können sportliche Wettkämpfe nicht durchgeführt werden.

17. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Bei uns sind die Aufgaben aufgeteilt. Als Pressechef bin ich in erster Linie für die Medien zuständig. Unser Präsident und der Generalsekretär sind die Bindeglieder zwischen Wirtschaft und Sport. Sie sorgen dafür, dass die finanziellen Mittel für Training, Betreuer und Aktive zur Verfügung stehen.

SPORT: *Mag. Dr. Rudolf Müllner (Sportwissenschaft)*

1. Wie sehen Sie den Stellenwert des Sports im österreichischen Fernsehen?

Sehr hoch und sehr wichtig.

2. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im Fernsehen bei?

Die Tradition im lokalen Sportraum und die Fernsehkompatibilität.

3. Welchen Beitrag leisten Sportler Ihrer Meinung nach für das Interesse im Fernsehen?

Einen großen, weil es um Emotionen geht und die werden über Personality - stories abgehandelt.

4. Inwieweit ist der Erfolg einer Sportart von Medien abhängig?

Was ist Erfolg? Kommerzieller Erfolg, Teilnehmerzahlen etc. sind extrem, medienabhängig.

5. Inwieweit überträgt der ORF den sportlichen Wettkampf im Fernsehen?

Verstehe die Frage nicht.

5.a. Wie sehen Sie eine Live - Übertragung des Sports im Vergleich zu einer Sportveranstaltung, die nicht im Fernsehen übertragen wird? Überträgt der ORF den Sport in seiner Unvorhersehbarkeit oder beeinflusst er diesen mit Hilfe von dramaturgischen Elementen? Oder passt sich der Sport hingegen an die Bedingungen der Medien an?

Selbstverständlich arbeitet der ORF mit dramaturgischen Mitteln. Sport / Mediensport und das reale Sportereignis haben, wenn man hauptsächlich auf die Unterschiede schaut, kaum etwas miteinander zu tun. Einen Abfahrtslauf „real anschauen“ ist nahezu

vollkommen uninteressant, weil der Läufer, die Läuferin nur eine Sekunde sichtbar ist. Schon allein die mitlaufende Stoppuhr determiniert die Gesamtrezeption enorm.

6. Wie sehen Sie die Beeinflussung des Fernsehens durch die Auswahl an Sportarten?

Medien beeinflussen die Selektion der Sportarten sehr stark.

7. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Dramaturgie entsteht durch die Konstruktion eines Erzählstranges, wie bei einem Krimi: Vorberichterstattung, Spannungsaufbau bis zur Entscheidung, Show down im Elfmeterschießen oder beim Skilauf, wenn der Erste des 1. Durchgangs startet.

8. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung vermittelt?

Freude, Zorn, Trauer, Hass, alle Emotionen des menschlichen Gefühlsspektrums.

9. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Wichtigkeit für die Rezipienten? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Wie Helden im Sport entstehen, kann man in der Literatur bei Müllner, Marschik, Spitaler, Gebauer etc. nachlesen. Dazu gibt es keine kurzen Antworten. Ich persönlich würde für mich keinen Profisportler als Helden bezeichnen. Aber sehr populär sind bei uns in Mitteleuropa Messi, Hermann Maier und noch immer Krankl, Prohaska und Klammer.

10. Welche Rolle spielen Sporthelden für das Interesse der Zuschauer?

Eine enorme, kaum zu überschätzende Identifizierungsfunktion.

11. Welchen Einfluss haben Fernsehanstalten auf den Sportler selbst und welche Rolle spielt der Sportler für einen medialen Erfolg?

Ohne Medien keine Einschaltziffern, keine Sponsoren, kein Geld für den Sportler: Sportler machen alles, um in den Medien gut rüber zu kommen.

12. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Permanente Präsenz der Medien; es gibt keine Privatheit mehr: Aber bei allem geht es immer auch um den kommerziellen Erfolg.

13. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Der Hauptfaktor ist die Gewinnmaximierung, dem ist alles untergeordnet.

14. Auf welche Art und Weise profitiert die nationale Wirtschaft vom Profisport?

Im Skisport noch immer stark.

15. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie einer Sportübertragung im Fernsehen abgewinnen?

Es ist seichte Unterhaltung, Ablenkung, Entspannung.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Jeder Eingriff verändert den Sport.

17. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Ich bin ein kritischer Beobachter und ein eher atypischer selektiver Konsument des Mediensports.

SPORT: *Alexandra Meissnitzer (Ex - Skifahrerin)*

1. Wie sehen Sie den Stellenwert des Sports im österreichischen Fernsehen?

Sport hat einen sehr hohen Stellenwert im österreichischen Fernsehen, speziell Wintersportarten, Formel 1 und Fußball bekommen viel Sendezeit.

2. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im Fernsehen bei?

Österreichische Vertreter in der jeweiligen Sportart und natürlich der Erfolg der Athleten.

3. Welchen Beitrag leisten Sportler Ihrer Meinung nach für das Interesse im Fernsehen?

Einen sehr großen, indem sie gewinnen und eine Vorbildwirkung für die Jugend haben.

4. Inwieweit ist der Erfolg einer Sportart von Medien abhängig?

Ohne Medien hat der Sportler keine Sponsoren. Ohne Sponsoren kann sich der Athlet nicht professionell vorbereiten, die Kosten wären zu hoch.

5. Inwieweit überträgt der ORF den sportlichen Wettkampf im Fernsehen?

Speziell bei Skiübertragungen ist der ORF die klare Nummer eins.

6. Wie sehen Sie die Beeinflussung des Fernsehens durch die Auswahl an Sportarten?

-

7. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Risiko, Spannung, Startnummern beziehungsweise Startaufstellung, Siegeschancen von Österreichern

8. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung vermittelt?

Freude, Patriotismus, Zusammengehörigkeit

9. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Wichtigkeit für die Rezipienten? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Durch Kampfgeist und die Konsequenz, sich nach Rückschlägen beziehungsweise Verletzungen wieder zurück zu kämpfen. Das Motto „nicht aufgeben“ steht im Vordergrund.

Hermann Maier

10. Welche Rolle spielen Sporthelden für das Interesse der Zuschauer?

Typen, Helden – davon lebt der ganze Sport. Gewinnende „Ja - Sager“ werden nie die mediale Aufmerksamkeit bekommen, wie z. B. ein Bode Miller oder Hermann Maier

11. Welchen Einfluss haben Fernsehanstalten auf den Sportler selbst und welche Rolle spielt der Sportler für einen medialen Erfolg?

Der Druck für den Sportler wird natürlich größer – der Sportler spielt wahrscheinlich die Hauptrolle. Fakt ist, dass der eine vom anderen profitiert und beide Seiten, also Sportler und Medien, notwendig für Erfolg sind.

12. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Es ist mehr Show gefragt. Der Konsument hat höhere Anforderungen aufgrund des hohen Angebotes an Sendern und natürlich auch dem Internet.

13. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Sehr stark, weil wenn nur ein Faktor fehlen würde, wäre das Resultat kein gutes.

14. Auf welche Art und Weise profitiert die nationale Wirtschaft vom Profisport?

Österreich wird über die Grenzen hinaus durch den Sport sehr stark und gut präsentiert. Große Sportler haben Kooperationen mit wirtschaftlich interessanten Unternehmen. Der Tourismus profitiert durch die Bekanntmachung via TV.

Da gibt es endlos viele....

15. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im Fernsehen abgewinnen?

Das ist unterschiedlich. Manche Übertragungen sind genial, manche weniger. Man kann das nicht über einen Kamm scheren.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

-

17. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Meine Rolle war davor im Sport, jetzt im Medienbereich. Meine Stärke ist, dass es mir um die Sache und den Sport selbst geht.

FERNSEHEN: Gerald Kögler (ORF Sport)

1. Wie sehen Sie den Stellenwert des Sports im ORF?

Zweifelsohne eine der Säulen des Unternehmens, zumal

- Premiumverträge vertraglich abgesichert und somit vorhanden sind
- Zuseher an Live - Ereignissen interessiert sind
- Der Sport alljährlich in den Top - Seherrankings stark vertreten ist (Ski - Weltcup, Kitzbühel, Ski - Weltcup Schladming, Fußball - Weltmeisterschaft, Olympia, etc.)

2. Welche Ziele verfolgt der ORF bei der Sportübertragung?

- Den Zuseher bestmöglich zu informieren
- Qualitativ hochwertige Übertragungen zu liefern
- Letztendlich auch die Interessen der Österreichischen Verbände zu vertreten
- Die Bevölkerung zum Sport zu animieren

3. Wer ist für die Sportartenselektion im ORF verantwortlich?

Der Hauptabteilungsleiter mit seinem Redaktionsteam.

4. Mittels welcher Faktoren wird die Bedeutung eines Sportereignisses für den ORF ausgewählt?

Es gilt das journalistische Prinzip. Faktum ist aber auch, dass letztendlich der Seher bestimmt, was effektiv wertig ist (siehe die Bedeutung des Skisports in Österreich im Vergleich zu beispielsweise Deutschland).

5. Welcher Stellenwert wird der Übertragung von Live - Events beigemessen?

Großer Stellenwert, da heutzutage - auch durch die Entwicklung des Internets forciert - nahezu nur mehr Live - Events zählen.

6. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im Fernsehen bei?

- Gute Möglichkeiten der Auflösung
- Klare Regeln
- Messbarkeit
- Die nationale Identifikation („Helden“)

7. Welche Emotionen wollen Sie bei der Sportberichterstattung vermitteln?

Alle vorhandenen (Triumph, Trauer, Anspannung, Anstrengung, Kampfgeist etc.).

8. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport und wer ist daran beteiligt? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Durch persönliche Schicksale, Statistiken, persönliche Beziehungen der Sportler zueinander, das Regelwerk (Liga, Turnier, Zweikampf etc.), die Messbarkeit der Leistung etc.

9. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Dramatisch verändert hat sich das Umfeld im Sport. Alles ist reglementiert, es gibt eigene Zonen für Medien, Zuseher, Betreuer, Sportler;

Die Sportler selbst werden vermarktet, haben eigene Medienbetreuer, Webpages.

Die Sponsoren nehmen einen Großteil der Veranstaltungen ein, bestimmen stärker mit denn je.

Die Medien haben sicherlich stark an Gewicht zugelegt, jedoch ist praktisch jedes Detail einer Veranstaltung durch Verträge abgesichert beziehungsweise bestimmt.

10. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im Fernsehen abgewinnen?

Positiv ist die technische Entwicklung des TV (siehe HD). Dadurch gibt es ein wesentlich unmittelbareres „Feeling“ für den Zuseher;

Negativ sehe ich den oben beschriebenen Trend (Anm.: siehe Frage neun). Es gibt nahezu keine Freiheiten mehr. Alles ist durch Verträge geregelt abgesichert.

11. Inwiefern greift der ORF durch gestalterische Mittel in den Sportwettkampf ein?

Aus meiner Sicht in keiner Weise. Wir übertragen den Wettkampf ohne Einfluss zu nehmen. Die Auflösung der Bilder beziehungsweise durch Bilder stellt aus meiner Sicht keine Beeinflussung der Veranstaltung dar. Die Regeln werden durch Verbände bestimmt. Das Fernsehen hat durchaus Mitspracherecht bei Beginnzeiten; dies aber zum Wohle des Zusehers und nicht um auf die Veranstaltung Einfluss zu nehmen

12. Warum verwenden Kommentatoren bei Ski Alpin - Übertragungen unterschiedliche Bezeichnungen für Frauen und Männer („Ski - Herren“ und „Ski - Mädchen“)?

Wäre mir in dieser Form nicht aufgefallen, habe sowohl „Burschen“ als auch „Damen“ auch schon wahrgenommen. Aus meiner Sicht ist vorwiegend von Ski - Damen die Rede.

13. Warum werden im Fußball keine Co - Kommentatoren eingesetzt?

Das hat sich in Österreich in dieser Form nicht ergeben. Wir wissen, dass das in England oder Amerika anders gelebt wird und daher auch eine andere Kultur hat. In Österreich gibt es diesbezüglich keine „Geschichte“. Letztendlich sind mittlerweile die Kosten ein entscheidender Faktor. Eine durchgängige Betreuung aller Fußballspiele wäre zu aufwendig.

14. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Beitrag in Hinblick auf das Zuschauerinteresse? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Helden definieren sich in erster Linie durch den Erfolg. Sie sind ein effektiver Garant für das Zuseherinteresse (siehe Tennis vor und nach Thomas Muster, Schwimmen ohne Markus Rogan etc.). Gerade in den sogenannten Randsportarten sind diese „Helden“ Identifikationsfiguren, die es für eine erfolgreiche Sendung einfach braucht. Die Entstehung dieser Helden ist aus meiner Sicht individuell und hat wenig mit Verbandsstrukturen zu tun. (siehe Niki Lauda, Hermann Maier, Markus Rogan, Thomas Muster; sie alle haben sich nahezu ohne Verband in der Weltspitze etabliert)

15. Wie sehen Sie die Zusammenarbeit zwischen Fernsehen und der nationalen Wirtschaft?

Gerade im Hinblick auf TV ist die Zusammenarbeit ohne Wirtschaft undenkbar. Die hohen Produktions - und Lizenzkosten erfordern diesbezüglich eine möglichst enge Zusammenarbeit.

16. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) aus Ihrer Sicht in eine Sportübertragung ein?

Ohne dieses Viereck wäre Sport wohl nicht umzusetzen. Letztendlich geht es aus meiner Sicht immer um eine möglichst gute Zusammenarbeit aller, bei der Umsetzung von Sportveranstaltungen.

17. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Meine Rolle als ORF?!? Oder als programmwirtschaftlicher Leiter?!?

17.a. Mich würde Ihre Rolle als „ORF Sport“ interessieren!

-

FERNSEHEN: *Oliver Polzer (ORF Sport)*

1. Wie sehen Sie den Stellenwert des Sports im ORF?

Der Sport ist auf Grund der Größe der Sendeflächen und der Marktanteile mittlerweile eine tragende Säule im ORF geworden und sehr wichtig!

2. Welche Ziele verfolgt der ORF bei der Sportübertragung?

Umfassende Information in allen Bereichen und im Sinne eines öffentlich - rechtlichen Auftrages!

3. Wer ist für die Sportartenselektion im ORF verantwortlich?

Der Informationsdirektor und der Sportchef!

4. Mittels welcher Faktoren wird die Bedeutung eines Sportereignisses für den ORF ausgewählt?

Nach öffentlich - rechtlichen Gesichtspunkten. Österreich - Bezug, Interesse, Stellenwert in der Welt des Sports.

5. Welcher Stellenwert wird der Übertragung von Live - Events beigemessen?

Ein sehr großer aus den unter Punkt eins genannten Argumenten und auch, weil der ORF mit seiner eigenen Technik und dem Know How in einigen Sportarten Marktführer ist!

6. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im Fernsehen bei?

Attraktivität des Bewerbs, Spannung und Österreich - Bezug, sowie eine gelungene Übertragung in Bild und Ton.

7. Welche Emotionen wollen Sie bei der Sportberichterstattung vermitteln?

Emotionen müssen von den Sportlern vermittelt werden, können von mir nur transportiert werden!

8. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport und wer ist daran beteiligt? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Verlauf des Bewerbs und Beteiligung der Österreichischen Teilnehmer.

9. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Die Organisation und Vermarktung der meisten Sportarten ist deutlich verbessert worden, dazu sind einige Sportarten an sich auch schneller, stärker, ausgefeilter und somit zumeist auch um einiges attraktiver geworden. TV Übertragungen haben sich technisch und inhaltlich auch stark entwickelt und tragen zum besseren Transport des Ereignisses bei.

10. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im Fernsehen abgewinnen?

Das ist von Übertragung zu Übertragung unterschiedlich, geht über technische Schwierigkeiten bis hin zu Verletzungen,... das kann man nur anhand eines konkreten Falles beantworten!

11. Inwiefern greift der ORF durch gestalterische Mittel in den Sportwettkampf ein?

Gar nicht hoffentlich!

12. Warum verwenden Kommentatoren bei Ski Alpin - Übertragungen unterschiedliche Bezeichnungen für Frauen und Männer („Ski - Herren“ und „Ski - Mädchen“)?

Ich kommentiere nur die Herren und habe hoffentlich noch nie ‚Ski Mädchen‘ gesagt!

13. Warum werden im Fußball keine Co - Kommentatoren eingesetzt?

Das hat sich in der Vergangenheit als nicht gut erwiesen. Dabei geht es auch um Seherge-
wohnheiten in verschiedenen Ländern!

14. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Beitrag in
Hinblick auf das Zuschauerinteresse? Nennen Sie eine/n Profisportler/in,
den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Der Ausdruck ‚Held‘ hat im Sport ja eigentlich nichts verloren, da es ja kaum „Lebensret-
ter - Bewerbe“ gibt! Verwendet wird er zumeist, wenn es um Länderkämpfe geht, oder die
Leistung ganz besonders herausragend war!

15. Wie sehen Sie die Zusammenarbeit zwischen Fernsehen und der nationa-
len Wirtschaft?

Die wird immer enger und intensiver, weil die Sportvermarktung gewaltig gewachsen ist
und weiter wächst, sie fällt aber kaum in meinen Bereich!

16. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und
Publikum) aus Ihrer Sicht in eine Sportübertragung ein?

Sportvermarktung und Publikation ist ein wichtiger Bestandteil in der Sportwelt von heute,
daher gibt es natürlich viele Faktoren, die untereinander abgestimmt werden müssen
(Beginnzeiten, Werbung am Schauplatz und im Medium, Rechtekosten...).

17. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, wo-
rin Sie Ihre Stärken sehen!

Ich sehe mich als Moderator und Kommentator als Dienstleister für den TV Konsumenten.
Meine Stärken müssen andere kommentieren, ich habe in meinem Beruf die Kraft, den
Menschen möglichst objektiv und genau zu transportieren, was sie auf dem Schirm mögli-
cherweise nicht so gut erkennen können. Als Sportjournalist versuche ich möglichst viel
Information für den Seher zu beschaffen. Das gelingt mal besser, mal schlechter!

10.1.3 Befragung des Wirtschaftssystems

WIRTSCHAFT: *Markus Augeneder (Hervis Sport)*

1. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Spannung und Massentauglichkeit.

2. Welchen Anteil besitzt die nationale Wirtschaft bei der Sportberichterstattung im ORF und wie sieht Ihre Rolle aus?

Sponsoring und Positionierung.

3. Welchen Erfolg erwarten Sie sich von einer Sportübertragung?

Dass sie Menschen begeistert und zum Nachmachen animiert.

4. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im Fernsehen abgewinnen?

Positiv: Dass man „dabei“ sein kann.

Negativ: Fernsehen ist das Gegenteil von Bewegung machen.

5. Inwiefern ist die Sportberichterstattung durch eine Selektion der Medien geprägt?

Stark geprägt, gesendet wird, was die Einschaltquoten in die Höhe treibt.

6. Wovon profitieren Sie bei Sportveranstaltungen im Fernsehen?

In gewissem Ausmaß werden Menschen zum Kauf bestimmter Produkte animiert.

7. Welchen Beitrag leisten Sportler für einen wirtschaftlichen Erfolg?

Als Testimonials und Idole teilweise einen sehr großen. Siehe Maier, Jordan,...

8. Nach welchen Kriterien entscheiden Sie sich für die finanzielle Beteiligung eines Sportlers oder einer Sportart/Sportveranstaltung?

Breitensport und Umsatzchance.

9. Welche Bedingungen müssen bei der Übertragung von Sportveranstaltungen erfüllt werden, damit Sie als Unternehmen einen Erfolg erzielen?

Trifft nicht zu.

10. Welche Sportarten sind für Sie wirtschaftlich gesehen von großer Bedeutung und warum?

Alpinski, Fußball, Laufsport – wird von großer Anzahl ausgeübt.

11. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Wesentlich interessantere Berichterstattung. Bsp. Biathlon, Marathonläufe können durch Kameraführung hochspannend gestaltet werden.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Sendezeitpunkte, Parallelschaltungen, Zeitlupeneinstellungen, Vergleiche, Head to Head

13. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Wichtigkeit für die Wirtschaft? Nennen Sie einen Profisportler/in, den/die Sie als „Held“ bezeichnen würden!

Klammer, Maier, Krankl, Lauda, Becker, Federer, Muster.

Sie animieren zum Sport und zeigen, wie wichtig Leistung und Engagement ist.

14. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Es bestimmt den Sport (Nordamerikanische Profiligen!)

15. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Wirtschaft - wir versorgen den klassischen Konsumenten von nebenan mit Produkten und gutem Preis - /Leistungsverhältnis.

WIRTSCHAFT: Erwin Gruber (Uniqa Versicherungen AG)

1. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Sendeplatz (z. B. ist Übertragung in ORF 1 besser als auf ORF Sport plus), Attraktivität der Sportart und die Quote.

2. Welchen Anteil besitzt die nationale Wirtschaft bei der Sportberichterstattung im ORF und wie sieht Ihre Rolle aus?

Wenn der Zusammenhang passt, dann wird man sich rund um die Berichterstattung einbauen/platzieren (Sendungswidmungen, Gewinnspiele, Gratulationsinserate etc.).

3. Welchen Erfolg erwarten Sie sich von einer Sportübertragung?

Idealerweise ein tolles Ergebnis in der Werbewertanalyse.

4. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im Fernsehen abgewinnen?

Schwer zu beantworten.

4.a. Gibt es für Sie keine Vor - und Nachteile einer Sportübertragung im Fernsehen?

Das möchte ich bitte unkommentiert lassen.

5. Inwiefern ist die Sportberichterstattung durch eine Selektion der Medien geprägt?

Doch sehr, weil die TV - Anstalten nur das zeigen, was auf entsprechendes Interesse stößt. Übrigens gilt Ähnliches für die Berichterstattung in den Printmedien/Internet.

6. Wovon profitieren Sie bei Sportveranstaltungen im Fernsehen?

Wir können unser Unternehmen z. B. zusätzlich zu den von uns gesponserten Sportlern, präsentieren.

7. Welchen Beitrag leisten Sportler für einen wirtschaftlichen Erfolg?

Einen doch großen, weil sie Imagewerte sehr gut transportieren, vor allem dann, wenn sie als Testimonial in der klassischen Werbung eingesetzt werden.

8. Nach welchen Kriterien entscheiden Sie sich für die finanzielle Beteiligung eines Sportlers oder einer Sportart/Sportveranstaltung?

SportlerIn/Sportart muss zu den Kernaussagen/Werten des Unternehmens passen. Nur „in den Medien vorkommen“ ist zu wenig.

9. Welche Bedingungen müssen bei der Übertragung von Sportveranstaltungen erfüllt werden, damit Sie als Unternehmen einen Erfolg erzielen?

Wurde schon weiter oben beantwortet.

10. Welche Sportarten sind für Sie wirtschaftlich gesehen von großer Bedeutung und warum?

Konzentration auf Ski Alpin; passt zu den Kernaussagen des Unternehmens. Hat in unserem Land einen großen Stellenwert und ergibt daher eine umfangreiche Berichterstattung in allen Medien.

11. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Umfang der Berichterstattung – früher erfolgte der Übertragungsbeginn knapp vor Anpfiff/Start. Heute gibt es Vorberichte, Analysen, umfangreiche Interviews etc. Natürlich ist der technische Aufwand heute auch ein ganz anderer. Aber es werden auch nur Sportarten in vollem Umfang übertragen, die wirklich interessieren (und damit Quote bringen). Für die TV - Sender selbst bedeuten die enormen Rechtekosten große Belastungen für die Budgets.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Da würde mir sehr viel einfallen, aber das würde hier den Rahmen sprengen.

12.a. Es wäre mir ein großes Anliegen, wenn Sie Frage 12 noch beantworten könnten, da die Sportdramaturgie und die genannten Sportarten den Schwerpunkt meiner Arbeit darstellen. Ich weiß, dass es viele Elemente gibt, aber es wäre wirklich sehr interessant für mich und meine Arbeit.

Dramaturgie im Fußball:

- Spannungsaufbau vor dem Spiel durch Musik und Stadionsprecher - ganz speziell sei hier genannt das Zelebrieren der Mannschaftsaufstellung der eigenen Mannschaft durch den Sprecher mit dem Publikum
- Fanchoreografien
- Sprechchöre und andere Formen der Unterstützung
- Zelebrieren eines Tores der Heimmannschaft (ähnlich wie bei Mannschaftsaufstellung)
- ganz eigene Spannung vor einem Elfmeter
- Abfeiern der Mannschaft mit dem Publikum nach gewonnenem Spiel

Dramaturgie in der Formel 1:

- beginnt schon in der Qualifikation - wer kommt ins Q2, wer kommt ins Q3?
- Startaufstellung wie allem Drum und Dran, samt (Möchtegern - VIPS), die von Auto/Fahrer zu Auto/Fahrer gehen
- Hymne des Veranstalterlandes wird gesungen oder gespielt
- Startprozedere selbst mit Aufwärmrunde und eigentlichem Start

- Wer hat welche Reifen, wer fährt welche Strategie? Ist es ein Trocken - oder ein Regenrennen?
- Boxenfunks und Boxenstopps
- Safetycar - Phasen
- Ehrenrunde nach Erfolg
- Siegerehrung mit allem Drum und Dran (Hymnen, Pokalüberreichung, Champagnerdusche)

Dramaturgie Ski Alpin:

- Skiwahl/Wettereinflüsse/Pistenverhältnisse
- Besichtigung durch die Läufer/Läuferinnen - bekommt man nicht so richtig mit
- Kamerafahrt
- Startprozedere der verschiedenen Läufer (z. B. Manfred Pranger oder Bode Miller als Gegensätze)
- Zwischenzeiten und manchmal Geschwindigkeitsmessungen (wenn sie aussagekräftig sind)
- Abschwingen, Blick auf Uhr und Platzierung, Ski - Präsentation in die Kamera
- Rennunterbrechungen nach schweren Stürzen

13. Wodurch entstehen Helden im Sport und wie sehen Sie deren Wichtigkeit für die Wirtschaft? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held“ bezeichnen würden!

Helden im Sport entstehen immer durch ganz besondere Ereignisse, z. B. Olympiasieg unter besonderen Umständen (Toni Sailer, Franz Klammer, Hermann Maier, Stephan Eberharter) oder durch einen schweren Unfall (Jochen Rindt, Niki Lauda) oder auch durch

ein großartiges Comeback nach schwerer Verletzung (Marlies Schild, Hermann Maier, Niki Lauda, Thomas Muster etc.)

Für uns/mich ist Marlies Schild eine Heldin des Sports.

14. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Irgendwie hängt alles zusammen: Quoten/Zuschauerzahlen, Werbemöglichkeiten, Erfolg. Somit greift das Magische Viereck nicht nur ein, sondern vielmehr ineinander.

15. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Schwer zu beantworten.

15.a. Und was können Sie zum Phänomen Sport als Wirtschafts - und Sponsorpartner beitragen? Was können Sie bei der Sportberichterstattung bewirken beziehungsweise beeinflussen?

Das möchte ich bitte unkommentiert lassen.

PUBLIKUM: *Alexandra Krieger*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

Ich bin selbst eine begeisterte Sportlerin und übe in meiner Freizeit gerne verschiedene Sportarten aus. Im Sommer spiele ich Fußball und Tennis oder bin mit dem Fahrrad oder dem Mountainbike unterwegs. Als Mitglied eines Wintersportvereins bin ich in den Wintermonaten oft Skifahren oder gehe Skitouren. Ich glaube, diese Sportbegeisterung ist der Hauptgrund dafür, dass ich mir gerne Sportveranstaltungen im Fernsehen anschau. Auch in meinem Freundeskreis gibt es sehr viele sportbegeisterte Leute und oft schauen wir uns Sportveranstaltungen gemeinsam im Fernsehen an. Wie z. B. ein Fußballspiel oder ein Formel 1 Rennen und im Winter natürlich Skifahren, Skispringen oder Biathlon.

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

Im Winter schaue ich mir regelmäßig die Übertragungen des alpinen Skiweltcups an, aber auch Skispringen, Nordische Kombination oder Biathlon sehe ich gerne. Außerdem schaue ich regelmäßig Formel 1 und Fußball. Eine Sportart, die im ORF zu kurz kommt, ist für mich Eishockey. Ich würde mir wünschen, dass der ORF auch mal ein Eishockeyspiel überträgt.

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

Bei Fußball und Ski Alpin sehe ich meine Faszination darin, dass ich diese Sportarten schon von Kindesbeinen an selber ausübe. Fußball spielen und Ski fahren macht mir schon mein ganzes Leben lang großen Spaß und deshalb schaue ich auch gerne den Profis bei ihrer Arbeit zu. Zum Formel 1 Fan wurde ich erst etwas später, aber ich erinnere mich an spektakuläre Grand Prix's, die ich gemeinsam mit meinem Vater im Fernsehen anschauen durfte. Seither bin ich regelmäßig bei den Rennen im Fernsehen dabei und noch immer fasziniert an der Königsklasse des Motorsports. Ein Fußballspiel, ein Formel 1 Rennen

oder die Übertragung eines Skirennens anzuschauen, ist für mich eine schöne Freizeitbeschäftigung, die aufgrund der medialen Aufbereitung, wie interessante Backgroundstories, tolle Kameraeinstellungen, Interviews und Analysen interessant, spannend und unterhaltend ist.

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Ein Hauptfaktor ist sicherlich der Erfolg der österreichischen Sportlerinnen und Sportler. Sind diese erfolgreich, fiebert man als Zuseher gerne mit. In meinem Fall ist es auch der persönliche Bezug zu den Sportarten Fußball und Skifahren, da ich diese Sportarten selber ausübe. Ein weiterer, wichtiger Faktor ist die mediale Aufbereitung einer Sportübertragung. Dies beginnt bei einer kompetenten Vorberichterstattung über Interviews bis hin zu den Analysen. Auch die Dramaturgie ist ein wesentlicher Faktor. Verschiedene Kameraeinstellungen, Umschnitte oder Nahaufnahmen, die sehr persönliche und intime Bilder der Athleten liefern, und eine Dramatisierung der Sportberichterstattung bringen, sind von Bedeutung.

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragung im ORF abgewinnen?

Ich finde es positiv, wenn eine Sportveranstaltung interaktiv ist und der Zuseher in die dargebotene „Erlebniswelt“ mit einbezogen wird. Ein weiterer positiver Aspekt ist natürlich, wenn eine Sportveranstaltung direkt (live) übertragen wird. Eine Sportübertragung muss für mich spannend sein und gut aufbereitet werden.

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Durch den Einfluss der Medien sehe ich eine eingeschränkte Vielfalt der Sportberichterstattung und eine Konzentration auf den Spitzensport. Die Vermarktung großer Sportveranstaltungen über die hohen Einnahmen aus dem Verkauf der Fernsehrechte wirkt sich auf die sogenannten Randsportarten negativ aus. Mit dieser Entwicklung geht aus meiner Sicht eine starke Zunahme an gewinnorientierten Sportveranstaltungen einher. Das führt dann

dazu, dass die kommerziellen Interessen schwerer wiegen als die sportliche und die soziale Funktion des Sports. Das Fernsehen widmet sich meiner Meinung nach nur wenigen populären Publikumssportarten wie Fußball, Formel 1 und Skifahren. Die Dominanz von Fußball im Sommer und Skifahren im Winter ist deutlich zu erkennen. Randsportarten werden vernachlässigt. Neben der eingeschränkten Vielfalt ist ein weiteres Kennzeichen der Sportberichterstattung die überwiegende Orientierung am Spitzen - beziehungsweise Leistungssport. Breitensport findet weit weniger Berücksichtigung.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Zwei der wesentlichen Faktoren für den Erfolg einer Sportart sind Information und Unterhaltung. Information ist allerdings meist nicht meine primäre Motivation, sondern eher der Unterhaltungs - und Anregungswert. Vor allem die Personalisierung in der Sportberichterstattung ist eine wichtige Grundlage für Identifikationsprozesse. Sportler werden als Helden präsentiert, mit denen sich die Zuschauer identifizieren können. Somit erfüllt Mediensport, mehr als viele andere Programme, eine soziale Funktion, indem er Identifikation mit Sportlern und emotionale Bindungen zu ihnen ermöglicht. Dies ist sicher ein Hauptfaktor für den Erfolg einer Sportart im Fernsehen.

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

Dramatik entsteht in der Sportberichterstattung im Wesentlichen durch den sportlichen Wettkampf selbst, der für mich die wesentliche Grundlage des Unterhaltungscharakters des Sports bildet. Dies wird aber durch eine spezifische Strategie der Medienpräsentation verstärkt. Hier kommen vor allem die Kommentatoren und Co - Kommentatoren ins Spiel. Sie tragen zur Dramatisierung bei und erfüllen eine wichtige Funktion, da sie dem Zuseher eine Definition des Gesehenen anbieten und den Bildern Bedeutung verleihen. Ein guter Kommentator hat wichtige Hintergrundinfos auf Lager, ist immer mitten im Geschehen, sieht alles und begleitet den Zuseher kompetent, aber auch emotional durch eine Sportsendung. Ein schlechter Kommentator kann eine Übertragung aber auch schnell unzumutbar machen.

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Ich bin sehr an der Vor - beziehungsweise Nachberichterstattung interessiert. Backgroundstories, Interviews und Analysen finde ich spannend und sehe ich mir gerne an. Vor allem bei den Übertragungen der Formel 1 bin ich vom Anfang bis zum Ende der Übertragung live dabei und erfreue mich dann an den ‚Sagern‘ von z. B. Niki Lauda. Bei zwischenzeitlichen Werbeunterbrechungen kommt es allerdings oft vor, dass ich das Programm wechsle oder die Zeit für andere Dinge nutze (z. B. um etwas zum Essen oder zum Trinken zu holen).

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Eigentlich bin ich mit der Sportberichterstattung im ORF sehr zufrieden, ein kleiner Kritikpunkt ist die mangelnde Berichterstattung über Randsportarten beziehungsweise Breitensport - sie werden sträflich vernachlässigt. Diese eingeschränkte Vielfalt und die überwiegende Orientierung am Spitzen - beziehungsweise Leistungssport sollte der ORF überdenken.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Neben einer interessanten medialen Aufbereitung entsteht Spannung für mich durch den sportlichen Wettkampf selbst. Ein sportliches Ereignis, das mir noch gut in Erinnerung ist, sind die Olympischen Spiele in Nagano 1998. Hermann Maier sagte damals voraus, er würde alle drei Goldmedaillen (in Abfahrt, Super G und Riesenslalom) gewinnen, doch dann stürzte er bereits im ersten Rennen (Abfahrt) schwer. Tagelang war es ungewiss, ob er in den verbleibenden Rennen überhaupt an den Start gehen kann. Als es dann soweit war

und er beim Super G an den Start gehen konnte, stellte ich mir extra den Wecker, um mir das Rennen, ich glaube es war um 3:00 Uhr früh, live im Fernsehen anzusehen. Tatsächlich gewann Hermann Maier die Goldmedaille und ein paar Tage später auch die im Riesentorlauf. Das war damals eine Geschichte, wie sie der beste Regisseur nicht hätte inszenieren können. Die Umstände dieser Leistung waren dramaturgisch gesehen einzigartig.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Wie bereits in Frage acht erwähnt, entsteht Dramatik im Wesentlichen durch den sportlichen Wettkampf selbst. Aber natürlich spielen Kamera, Schnitt und nicht zuletzt der Kommentator eine wesentliche Rolle. Mit drei Kameras lässt sich jedes Fußballspiel übertragen, aber keines inszenieren. Bei wichtigen Sportveranstaltungen bieten die Fernsehveranstalter meist verschiedene Optiken auf: Dann gibt es für alle Blickwinkel flache und hohe Positionen, ferngesteuerte Kräne und Mini - Kameras in den Torpfosten, eine Kamera im Boden und welche vor dem Abgang zu den Katakomben, in der Nähe der Trainerbank, manchmal sogar ein Luftschiff über dem Stadion, mit Sicherheit aber Super - Slowmotions hinter den Toren. Zwischendurch ein Schwenk über die Tribünen mit Nahaufnahmen von emotionalen Fans. So wird aus dem Wettkampf ein Drama. Im Zentrum einer modernen TV - Übertragung muss nämlich nicht mehr nur die sportliche Auseinandersetzung stehen. Selbst ein ereignisarmer, torloser Spielverlauf lässt sich mit den entsprechenden Großaufnahmen noch emotional aufladen: Die Ratlosigkeit des Trainers am Spielfeldrand, die Verzweiflung des Stürmers nach einem glücklosen Stangenschuss, der Schmerz des gefoulten Verteidigers erzählen ganz eigene Geschichten. Mit dem Close - up vom triumphierenden Lächeln des Gegners nach einer gelungenen Schwalbe, der Slowmotion des heimlichen Handspiels, dem graphischen Beweis des vom Linienrichter nicht erkannten Abseitsspiels kann das Fernsehen sogar die Wahrhaftigkeit der soeben übertragenen Ereignisse in Zweifel ziehen. Die eben genannten dramaturgischen Elemente gelten natürlich nicht nur für die Übertragung eines Fußballspiels, sondern lassen sich ebenfalls auf die Sportarten Formel 1 und Ski Alpin übertragen.

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Wie bereits in Frage sieben erwähnt, ist die Personalisierung in der Sportberichterstattung eine wichtige Grundlage für Identifikationsprozesse. Sportler werden als „Helden“ präsentiert, mit denen sich die Zuschauer identifizieren können. Diese „Helden“ haben für den Sport eine große Bedeutung. Sie sind Vorbilder für die Jugend und repräsentieren ihre Sportart über Generationen.

Eigenschaften, die einen sportlichen Helden ausmachen, sind für mich:

- Die Umstände, unter denen die heldenwürdige Leistung erbracht wurde, müssen dramatische sein. Wie z. B. bei Hermann Maier in Nagano, als er nach seinem Sturz in der Abfahrt noch Doppelolympiasieger wurde.
- Ein Sportheld muss neben all seinen Erfolgen auch moralische Integrität beweisen, ein untadeliges Leben führen und Fair - Play an den Tag legen.
- Er muss ein sauberes, dopingfreies Image haben.
- Er muss Charisma, respektive eine positive Ausstrahlung haben und als kraftvoller Sportler auftreten, der Spaß an seinem Beruf hat.
- Er muss Persönlichkeit haben und diese auch über die Medien vermitteln können. Er sollte also auch redegewandt sein und im Fernsehen gut „überkommen“.
- Und nicht zuletzt sollte er seine sportlichen Erfolge immer wieder bestätigen beziehungsweise wiederholen.

Nach reiflicher Überlegung und unter Berücksichtigung aller von mir aufgeführten Merkmale, die ein „Held“ des Sports haben sollte, erfüllt, objektiv betrachtet, einer (fast) alle Merkmale und das ist für mich Hermann Maier.

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung im ORF vermittelt?

Vor Beginn der Übertragung werden Emotionen, wie Freude auf den Wettkampf oder die Angst vor einer bevorstehenden Niederlage, vermittelt. Während und nach dem Wettkampf kann Freude (Tor oder Bestzeit), Wut oder Ärger über einen missglückten Wettkampf oder Trauer (nach Verlust einer Medaille oder einer Meisterschaft) vermittelt werden.

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Im Gegensatz zu früher haben sich die Übertragungen von Sportveranstaltungen massiv geändert. Wurde früher ein Fußballspiel mit zwei bis drei Kameras übertragen, so sind es heute mindestens drei Kameras am Spielfeld allein. Dazu kommen Kameras an den Trainerbänken, hinter dem Tor, über dem Stadion oder im Zuschauerraum. Der Zuseher ist heute live dabei, wenn die Spieler aus den Kabinen kommen und durch die Katakomben ins Stadion einlaufen. Close up's von Trainern, Spielern oder dem Publikum sind aus einer Übertragung nicht mehr wegzudenken. Dazu kommen Wiederholungen und Slowmotions, ohne die ein Spiel heutzutage nicht mehr auskommt. Weiters gibt es im Gegensatz zu früher eine umfangreiche Berichterstattung vor und nach dem Spiel. Es gibt Interviews, Homestories und Analysen, die den Sport medial aufbereiten.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Wie ist diese Frage genau gemeint?

16.a. Viele Faktoren sind für die Veränderung einer Sportart entscheidend, darunter fällt auch die Veränderung eines Regelwerks. Es werden immer wieder Regeln geändert, z. B. Ski Alpin - Ex - Rennfahrer wollen langsamere Geschwindigkeiten/mehr bei Änderungen mit einbezogen werden; die Zuseherquoten in der Formel 1 sinken oder das Qualifying ist nicht interessant genug; Slicks ermöglichen Überholmanöver, etc.; im Fußball wird der Videobeweis gefordert; im Tennis können Spieler den Videobeweis fordern/überprüfen! Ist auf diese Weise ein sportlicher und fairer Wettkampf überhaupt möglich? Nicht nur die Medien greifen ein (aber natürlich auch, indem sie die besten Sendezeiten fordern), sondern eben das gesamte Magische Viereck.

Den Eingriff in ein Regelwerk als Manipulation einer Sportart sehe ich nicht gegeben, wenn die Änderungen für alle teilnehmenden Sportler gelten. Schreibt ein neues Reglement z. B. vor, dass kein Formel 1 - Team während des Rennens nachtanken darf, gilt dies für alle und entspricht so in meinen Augen keiner Manipulation. Der Sport an sich, sprich das Rennfahren, ändert sich dadurch nicht, es gibt nur neue Rahmenbedingungen, an die sich jeder zu halten hat. Die Fahrer kämpfen auf der Strecke immer noch um jeden Zentimeter. Ein sportlicher und fairer Wettkampf ist möglich, wenn für alle Teilnehmer dieselben Regeln gelten.

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Ich fühle mich durch Sponsoren und Werbetreibende bei Sportveranstaltungen überhaupt nicht beeinflusst. Bei Werbeunterbrechungen schalte ich meistens auf einen anderen Sender um und die Bandenwerbungen in den Stadien beziehungsweise die Sponsoren auf Trikots, Mützen, Helmen, Autos, etc. interessieren mich nicht.

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Ich glaube, eine Trennung zwischen Medien, Sport und Wirtschaft ist heutzutage unvorstellbar. Sportübertragungen sind aus Sicht der Publikumsbindung wichtig für die Medien (Sender) und dienen gleichzeitig der Wirtschaft als idealer Werbeträger. Für den Sport wiederum ist mediale Präsenz und die damit verbundene Gewinnung von Sponsoren aus der Wirtschaft lebensnotwendig. Dies alles wird aber nur durch das Publikum möglich. Ohne Publikum gäbe es keine Übertragung, keine Werbewirkung und auch kein Geld für den Sport.

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Ich sehe meine Rolle im Magischen Viereck ausschließlich in der des Publikums, des Konsumenten. Als Seher bin ich wichtig für den Sender, der die Quote halten muss, ich bin wichtig für die Wirtschaft, die mir ihre Produkte verkaufen will und schließlich ermögliche ich durch das Einschalten des Fernsehers und durch das „Konsumieren“ einer Sportveranstaltung, die Finanzierung von Sportlern und Sportlerinnen, Verbänden und Vereinen.

PUBLIKUM: *Gregor Tutsch*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

Aufgrund der Tatsache, dass es zu teuer wäre, zu den meisten Veranstaltungen anzureisen. Weiter bin ich der Meinung, dass man durch die Fernsehbilder bei vielen Sportveranstaltungen mehr von dem eigentlichen Geschehen mitbekommt, als wenn man vor Ort wäre.

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

Zurzeit verfolge ich Formel1, Fußball Bundesliga, sowie im Winter sowohl Ski Alpin als auch Ski Nordisch.

Wünschenswert wäre auch eine Berichterstattung über Randgruppen - Sportarten in Österreich z. B. Beachvolleyball (abseits des Grand Slams in Klagenfurt) oder American Football (abseits der Superbowl). Toll wären auch Berichte über die NHL (vor allem mit den Clubs, wo auch Österreicher spielen). Auch Handball abseits der EM wäre wieder toll, öfter zu sehen.

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

Fußball: Kaum noch etwas. Fußball hat einfach in den letzten Jahren durch die immer wiederkehrenden Favoriten eigentlich an Brisanz verloren.

Formel1: Nach einigen Jahren der Dominanz durch Ferrari hat die Formel 1 doch wieder an Brisanz gewonnen. Sie haben es auch geschafft, durch Regeländerungen wieder mehr Spannung für den Zuseher aufzubauen. Natürlich sind der Speed und die Überholmanöver nicht zu vergessen. Und in der Realität sind wir doch alle an Crashes (natürlich ohne Verletzung) interessiert.

Ski Alpin: Ich persönlich schau mir eigentlich fast ausschließlich die Speed - Disziplinen an. Der Grund dafür ist einfach der Speed, den sowohl Damen als auch Herren an den Tag legen. Es ist faszinierend zu sehen, wie die Athleten diese Hänge beherrschen.

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Ich denke, dass sich das Interesse am Sport durch den Erfolg, den die Athleten haben, beeinflussen lässt.

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im ORF abgewinnen?

Positive Merkmale sind sicher die Möglichkeit einer Wiederholung, um mögliche Entscheidungen zu verstehen, die man vor Ort vielleicht nicht ganz so sieht.

Negativ fällt meist auf, dass sich sowohl Moderatoren als auch dann die Kommentatoren durch mangelndes Fachwissen beziehungsweise mangelnde Vorbereitung immer wieder selbst in missliche Lagen bringen.

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Im Moment habe ich nicht wirklich das Gefühl, dass sich der ORF in der Sportberichterstattung durch Medien beeinflussen lässt. Möglicherweise liegt es am Budget, aber mit hoher Wahrscheinlichkeit natürlich auch an dem Desinteresse gegenüber manchen Sportarten in Österreich.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Ich persönlich bin der Meinung, dass man fast jede Sportart im Fernsehen zu einem Erfolg machen kann, vorausgesetzt man hat die notwendigen Rahmenbedingungen vorher geschaffen z. B. Regelkunde im Vorfeld der Veranstaltung zu betreiben.

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

In letzter Zeit haben sowohl Kommentatoren als auch ihre Co's maximal einen Unterhaltungswert bei Sportübertragungen.

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Ich persönlich versuche sowohl den Vor - als auch den Nachberichterstattungen weitestgehend zu entkommen, da mir meine Zeit für sowas einfach zu schade ist. Natürlich kommt es vor, dass ich mir im Vorfeld eines Grand Prix schon das eine oder andere Interview anhöre, aber in der Regel versuche ich erst kurz vor Beginn der Veranstaltung meinen Fernseher aufzudrehen.

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Persönlich wünsche ich mir einfach eine Veränderung in der Berichterstattung der Kommentatoren. Es kann ja nicht wirklich schwer sein, im Fußball die Spielernamen der richtigen Rückennummer zuzuordnen. Es sind eigentlich immer nur so Kleinigkeiten, die dann in Summe so eine Berichterstattung einfach zunichtemachen.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Die sicherlich größte Bedeutung hat die letztjährige Superbowl. Es ist einfach interessant zu sehen, wie ein Underdog den Favoriten bezwingt und dann auch noch damit einer ganzen Region wieder Hoffnung gibt. Ich denke, es ist dann egal welches sportliche Ereignis man nimmt.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Hauptsächlich dadurch, dass es immer wieder zu einer Überraschung der sogenannten Underdogs kommt. Wenn immer nur die Favoriten gewinnen würden, wäre jedes Sportereignis uninteressant.

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Helden sind immer wichtig für den Sport. Die Eigenschaften sind sicherlich von Sportart zu Sportart verschieden. Doch die größte und wahrscheinlich wichtigste Eigenschaft eines jeden Helden ist der unbändige Wille zu siegen.

Sportler, die ich als Helden bezeichnen würde: Thomas Muster, Hermann Maier, Mirna Jukic, Steffi Graf, Ayaton Senna, Colin McRae, Wayne Gretzky, Jaromir Jagr, Thomas Vanek, uvm.

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung im ORF vermittelt?

Freude, Leid, Trauer, uvm.

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Ich weiß nicht, ob sich wirklich viel geändert hat, natürlich hat die Werbung und das Marketing sicher einiges an Boden gutgemacht, aber ich denke noch immer, dass die meisten Zuseher vor dem Fernseher sitzen, um den Sport zu sehen. Information und Entertainment sind für den Zuseher vor dem Fernseher wahrscheinlich nicht wirklich so nötig, wie für den Zuseher vor Ort.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Ich denke, es kommt hauptsächlich mal darauf an, wie man das Regelwerk ändert. Ich denke schon, dass einige Regeländerungen sinnvoll sind beziehungsweise wären. Viele Änderungen werden aber meiner Meinung nach entweder überhastet oder viel zu spät durchgeführt. Manipulation sehe ich keine darin, wenn man einen Sport für den Zuseher attraktiver machen will, sofern sich die Ausübung der Sportart dadurch in ihren Ursprüngen nicht verändert.

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Ich fühle mich weder durch Sponsoren noch durch die Werbung beeinflusst.

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Sicher ist, dass kein Sportgeschehen ohne Zuseher überleben kann. Wirtschaft und Medien, sowie die Werbetreibenden werden meiner Meinung nach erst dann wichtig, wenn man den Sport einer großen Öffentlichkeit zugänglich machen will.

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Ich denke, als Zuseher spielt man eine große Rolle in dem Viereck, denn man entscheidet bis zu einem gewissen Grad mit, ob diese Sportart im Fernsehen weiter gesehen wird oder ob sie doch auch nur bloß eine Randgruppenberichterstattung erhält.

PUBLIKUM: *Jasmin Holzer*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

Wenn es eine Sportart ist, die mich interessiert, und der Austragungsort zu weit weg ist, schaue ich mir diese Veranstaltung im Fernsehen an.

Spielt es gerade nichts anderes im Fernsehen, lasse ich oft Sport laufen, da ich wissen will, wer gewonnen hat, um dann mit anderen darüber reden zu können.

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

Oft schaue ich mir Ski rennen, Ski springen, Fußball und Tennis an. Beim Fußball und Tennis kommt es natürlich auch auf die Mannschaften beziehungsweise die Sportler an.

Meiner Meinung nach wird Eishockey in der Sportwelt des ORF viel zu sehr vernachlässigt. Auf Servus TV wiederum sieht man regelmäßig Eishockey.

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

Formel 1, ist eines der wenigen Dinge, die mich überhaupt nicht interessiert. Da sind genau der Start und das Ende interessant. Der Mittelteil, wenn alle nur im Kreis fahren ist fad.

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Beim Sport kommt es auf vielerlei Dinge an. Gleichgesinnte im Freundeskreis oder Familie, Kontakt zu den Sportlern, eigene sportlichen Aktivitäten, Attraktivität des Sportes...

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragung im ORF abgewinnen?

Sehr positiv ist es natürlich, wenn man von zu Hause aus, interessante Matches beziehungsweise Übertragungen verfolgen kann. Man muss sich nicht auf den Weg dorthin be-

geben. Was man natürlich über den Fernseher niemals überbringen kann, ist die tolle Stimmung vor Ort.

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Generell wird der Sport von den Medien schon beeinflusst.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

- Liveübertragungen
- Interviews mit Sportlern
- Spannung

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

Für mich persönlich sind die Sportkommentatoren nicht wichtig. Ich gehe meistens selbst zu einem Match und da gibt es auch keinen Kommentator, außer einen Sprecher, der die Anzahl der Tore durchgibt oder wer ein Tor geschossen hat,...

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Für mich sind auch die Interviews mit den Trainern der einzelnen Mannschaften oder den Spielern vor/nach dem Match/Rennen sehr interessant, ebenso wie die Analysen nach einem Match.

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Wie oben bereits erwähnt, würde ich mir sehr wünschen, dass über Eishockey im ORF, wie auch generell in den Medien mehr gezeigt und geschrieben wird. Über Fußball, Ski

Rennen,... sind immer seitenweise Berichterstattungen. Über Eishockey darf man sich über wenige Zeilen freuen und das auch nicht täglich.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Spannend ist natürlich nur ein Spiel, wenn man das Spielende nicht vorhersehen kann. Bei vielen Übertragungen oder Matches weiß man schon von vornherein, wer als Sieger nach Hause fahren wird. Wenn aber dann die ‚schwächere‘ Mannschaft auf einmal stärker ist, dann wird es spannend. Ebenso interessant sind auch vor allem Spiele, bei denen es um Meisterschaften geht. Die Grunddurchgänge sind oft nicht so interessant, weil sich da noch nix entscheidet.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Was bei jedem Sport bestimmt dramatisch ist, wenn es einen schlimmen Sturz, eine schlimme Verletzung eines Spielers gibt oder der Formel 1 Wagen zu brennen beginnt. Alles, was mit Emotionen zu tun hat, bleibt in Erinnerung.

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Ich kenne einen Profisportler persönlich. Schon alleine diese Nähe zu den Fans, ist etwas ganz besonderes, was nicht viele Menschen zulassen. Doch für viele Sportler sind die Fans z. B. beim Eishockey der sechste Mann am Eis. Sie sind dankbar für diese Unterstützung und zeigen dies anhand der Nähe zu den Fans.

Diese Sportler trainieren Tag für Tag hart. Sie stehen morgens auf, gehen zum Training, Essen, trainieren wieder, haben zu Hause eine Familie,... Familie und Beruf unter einen

Hut zu bringen ist oft nicht einfach. Voraussetzung ist allerdings, dass die Familie damit zu Recht kommt und damit leben kann. Sie haben Kinder, mit denen sie sich zwischendurch beschäftigen, mit ihnen Hausübungen machen, sie erziehen, mit ihnen Ausflüge machen. Eishockey hat ein hohes Aggressionspotenzial. Am Eis sind sie schnell, aggressiv, schimpfen und schlagen sich auch. Doch zu Hause sind sie ein anderer Mensch. Sie lassen ihre Wut und Aggressionen nur am Eis aus. Eishockeyspieler sind zwar nur in der Zeit von September bis April im Einsatz, doch diese Zeit ist eine sehr, sehr anstrengende. Sie müssen mehrmals die Woche mit dem Bus in ein anderes Bundesland reisen, um dort ihre Spiele abzuhalten. Kommen angeschlagen und müde zurück, zu Hause ist die Familie, die sie auffängt. Am nächsten Tag wird wieder hart trainiert. ... Für mich sind alle Sportler, die so einen Druck haben und so viel leisten und Familie haben, Helden.

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung im ORF vermittelt?

Der Sportberichtersteller, würde ich einmal sagen, beeinflusst die Zuschauer schon. Wenn dieser jetzt negative Emotionen rüber bringt oder gleich kommentiert, dass die Leistung nicht so toll war, dann überträgt sich das auch mal auf die Zuschauer, vor allem, wenn die Zuschauer wenig Ahnung von den Regeln haben. Aber ebenso vermittelt er auch positive Emotionen, wenn jemand gewinnt, der als Favorit gilt.

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Erstmals gab es früher bestimmt nicht in jedem Haushalt einen Fernseher. Heute gehört dieser zur Grundausstattung. Ein Leben ohne Fernseher wäre kaum denkbar. Durch die hohe Nachfrage werden immer mehr Sportveranstaltungen übertragen.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Manipulation, im Allgemeinen, gibt es in manchen Sportarten, auf jeden Fall. Da spielt oft wieder das Geld eine Rolle. Schiedsrichter sind da für die meisten Spieler, Mannschaften,

Fans,... ein rotes Tuch. Es gibt ein Regelbuch für jede Sportart und wenn man sich dann offensichtlich „blind“ stellt, wird einem Schiedsrichter oft Manipulation vorgeworfen. Wird jedoch ein Spiel im Fernsehen übertragen, halten sie sich zurück und versuchen strikt nach den Regeln zu handeln.

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Ich würde sagen, dass Werbung eher negativ als positiv auf mich wirkt. Ich halte jetzt nicht mehr zu einer Mannschaft, weil eine bestimmte Marke auf dem Shirt oben steht, oder im Hintergrund ständig irgendwelche Werbungen zu sehen sind. Im Gegenteil, so mancher Sportler wirkt eher „unsympathisch“, weil er von einer gewissen Firma gesponsert wird, die in fast jedem Sport vertreten ist.

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Im Sport, glaube ich, spielt die Wirtschaft eine große Rolle. Egal bei welchem Sport, kommt es vor, dass man Sportler „einkauft“, wenn man jemanden guten an seiner Seite haben möchte. Viele gute Sportler wissen, was sie wert sind und verlangen auch dementsprechend. Wenn da die Finanzen nicht stimmen, läuft es nur halb so gut. Ein Beispiel aus dem Eishockey. Anfang dieses Jahres hätte ein Freiluftspiel stattfinden sollen. Aufgrund des Geldes wurde es abgesagt, da es sich nicht rentieren würde. Und warum würde es sich nicht rentieren? Weil Eishockey leider viel zu wenig in der Medien verbreitet wird und das Interesse dadurch nicht geweckt wird. Eishockey ist ein Familiensport. Dort gehen regelmäßig Eltern mit ihren Kindern hin, oder Enkelkinder mit ihren Großvätern. Aber es wird nur als aggressiver, proletenhafter und auch uninteressanter Sport bezeichnet.

Je mehr Aufmerksamkeit der Medien man hat, umso größer wird das Interesse der Zuschauer.

Das Publikum spielt, wie gesagt, einen extrem hohen Faktor. Die Spieler würden bei weitem nicht diese Leistungen bringen, wenn sie nicht das Publikum anfeuern würde, sie mit auf Auswärtsmatches begleiten, uvm.

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Da ich Anhängerin einer Sportmannschaft bin, zähle ich mich natürlich zum Publikum, das seine Mannschaft so gut unterstützt, wie es möglich ist. Wovon ich jedoch nichts halte, ist, wenn man als Anhänger einer bestimmten Mannschaft, die Anhänger anderer Mannschaften als minderwertig ansieht, oder sich mit denen zu streiten beginnt. Für dieses Verhalten vieler Fans habe ich überhaupt kein Verständnis.

PUBLIKUM: *Mateo Castillo*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

- Persönliches Interesse
- Patriotismus
- Aus Tradition (z. B. Neujahrsspringen)

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

- Fußball
- Skifahren
- Formel 1

Wünschen würde ich mir mehr Platz für Randsportarten wie z. B. Australian Football, Billard oder auch Extrem - Sportarten

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

- Ehrgeiz und Einsatzbereitschaft der Sportler
- Analyse - und Übertragungstechnik
- Präzision und Genauigkeit bei der Ausübung der Sportarten (wenn z. B. 0,01 Sekunden über einen Sieg entscheiden)

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Positiv:

- Videobeweis bei manchen Sportarten
- Mehr Hintergrundanalysen vor dem eigentlichen Event

Negativ:

- Unfaire, durch unzureichende Ausbildung oder beeinflusste subjektive Richter (egal ob Schiedsrichter oder Sprungrichter, etc.)

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im ORF abgewinnen?

- Positiv: Niveau der Übertragung
- Positiv: viele Kameraperspektiven und Wiederholungen
- Positiv: Blick „hinter die Kulissen“ (z. B. Teamfunk in der Formel1)
- Negativ: dumme Reporterfragen in Interviews
- Negativ: zu viel Werbung (Banden, Sportbekleidung, Schiedsrichter, Fahrzeuge, etc.

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Was der ORF berichtet, wird von anderen Medien selten hinterfragt. ORF hat in der Sportwelt immer noch den größten medialen Einfluss.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

- Ausführliche, spannende und pünktliche Übertragungen
- Die redaktionelle Fähigkeit dem Zuschauer eine Sportart so nahe zu bringen, dass er sich damit identifizieren kann.

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

Sie sind für mich das ‚Salz‘ in der Suppe, diejenigen die auch einmal etwas sagen dürfen, was der Reporter nicht darf. Und natürlich ihre fachliche Kompetenz (z. B. Hans Knaus, Alex Wurz, Roman Mählich).

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Sehr intensiv, ich sauge alle Sportarten, die übertragen werden – nicht nur beim ORF – auf, soweit es meine Freizeit zulässt. Auch im Internet gewinnt der Sport immer mehr an Wert, deshalb nutze ich besonders gerne die Live - Streams, die der ORF anbietet – dafür gibt's von meiner Seite ein großes Plus!

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Ich würde mir mehr Lockerheit und Emotionen wünschen. In den letzten 20 Jahren hat sich zwar in puncto Professionalität der Übertragung einiges geändert, dabei ist jedoch der Reporter als Mensch vergessen worden.

Ich würde mir z. B. auch mal einen Reporter wünschen, der wirklich seine Meinung sagt, oder vielleicht sogar der sich auch die Super - G Piste hinuntertraut.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Ganz wichtig: Ein Sportereignis sollte immer Emotionen vermitteln.

Etwa der Nachtslalom in Schladming, der hat auch im ORF in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen und das wurde auch beim ORF entsprechend beachtet.

Ein Sportereignis sollte meiner Meinung in den Vorberichten einen objektiven Überblick bieten. Natürlich geht es in erster Linie immer um die österreichischen Athleten oder um die Heimmannschaften.

Aber alle gute Sportler sollten genauso beleuchtet werden.

Was allerdings nicht bedeutet, dass während des Sportereignisses auch Objektivität gefragt ist. (siehe Punkt zehn)

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Durch knappes Scheitern oder Erreichen eines Zieles. Je knapper, desto „dramatischer“ empfindet man es als Zuschauer.

Ein Kantersieg im Fußball, ein Sieger in der Formel1, der alle überrundet oder ein Skifahrer mit zwei Sekunden Vorsprung macht die Sache undramatisch.

Ich glaube sogar, dadurch gehen Zuschauer und auch Interesse für die Sportart verloren.

In Deutschland kann man ein weiteres Phänomen gerade beim Skispringen oder beim Herren - Alpin Ski beobachten.

Da gibt es niemanden aus den eigenen Reihen, der vorne eine Rolle spielt. Das Interesse sinkt, oder ARD überträgt mittlerweile z. B. viel mehr Biathlon, weil dort gute Deutsche mitwirken.

Ganz stark spielt dabei finde ich der Faktor „Identifikation mit einem Sportler/einer Mannschaft“ eine Rolle.

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Held wird man heutzutage viel zu schnell. Dieser Begriff ist in der Sportwelt leider mittlerweile abgedroschen.

Und: Ich kenne keinen Sportler der sich wohlfühlt bei der Tatsache, als „Held“ bezeichnet zu werden.

Ein Held ist für mich persönlich jemand, der einen Langzeitrekord bricht oder jemand, der einen langen steinigen Weg (zurück) an die Spitze hatte oder jemand, der in mir besondere Emotionen hervorruft.

In der Skiwelt wäre ein Held z. B. Hermann Maier, der nach seinem Unfall wieder zurückgekommen ist, oder im Fußball z. B. ein Andrés Iniesta von FC Barcelona, der nicht nur Spanien zum WM Titel geschossen hat, sondern auch mit seiner Geste beim Torjubel für den verstorbenen Kollegen des Stadtrivalen von Espanyol Barcelona eine heldenhafte Rolle gespielt hat.

Beispiele für untypische Helden und viel zu schnell als Helden bezeichnete Sportler sind für mich: Benni Raich, Marko Arnautovic oder Sebastian Vettel.

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung im ORF vermittelt?

Wie schon oben erwähnt beim ORF für mich zu wenig.

Wenn ich z. B. die Möglichkeit habe, bei einem Fußballspiel bei der Vorberichterstattung zwischen ORF und Sky zu wählen, entscheide ich mich ganz sicher für Sky. Der Unterschied der Vermittlung von Emotion ist hier enorm. Beim ORF plaudert der Sportreporter z. B. mit Hr. Prohaska, sie schauen sich die Aufstellung an und mit Glück gibt's das eine oder andere Interview.

Bei Sky hingegen gibt es zahlreiche spannende Vorberichte mit originellen Darstellungsideen und Kameraperspektiven und – was vom ORF leider unterschätzt wird – Hintergrundinfos, die auch nicht unbedingt zum Spiel gehören (z. B.: wie lebt der Spieler xy privat).

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Ganz klar die Geschwindigkeit und Schnelligkeit. Das empfinde ich sowohl positiv als auch manchmal negativ.

Negativ empfinde ich außerdem die Kommerzialisierung des Sports.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Empfinde ich gar nicht so. Es gibt vielmehr eine ständige Weiterentwicklung und daher müssen meiner Meinung nach sogar Regeln immer wieder angepasst werden (z. B. Einführung des Videobeweises im Fußball).

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Siehe 15. Ich empfinde es als unangenehm, aber leider in der heutigen Zeit aus wirtschaftlicher Sicht notwendig.

Unangenehm deshalb, weil ich mich gerne durch Werbung manipulieren lasse.

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Das Magische Viereck, also salopp das „Rundherum“ wird zwar hochstilisiert, aber meiner Meinung nach überschätzt.

Es zählt immer noch der Sportler, und darauf wird heutzutage leider zu wenig geachtet.

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Meine Rolle im Magischen Viereck würde ich sehr gerne intensivieren, da mich alle vier Ecken sehr interessieren.

Am intensivsten bin ich zurzeit in der Publikumsecke (viele Events vor Ort und im TV) und in der Medienecke.

Die Wirtschaftlichkeit des Sports finde ich aber sehr interessant und die Sportarten an sich auch.

Beim Sport interessiert mich vor allem und ganz intensiv die Geschichte und Entwicklung („Hobby Historiker“).

PUBLIKUM: *Bernhard Behounek*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

Um zu entspannen und mitzufiebern, wenn Österreicher dabei sind.

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

Regelmäßig verfolge ich: Fußball, Ski Alpin und Skispringen.

Wünschen würde ich mir: Tennisübertragungen, NFL

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

Fußball: Technik, Teamwork, Taktik

Ski Alpin: Geschwindigkeit, Mut

Formel 1: eher geringes Interesse

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Mehr Turnstunden in der Schule, Skikurse und die Vorbildwirkung der Eltern.

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im ORF abgewinnen?

positiv: viele Kameraeinstellungen, Wiederholungen

negativ: dumme Fragen bei Interviews, mangelndes Fachwissen der Reporter

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Die Medien beeinflussen das Publikum, indem sie eine Vorauswahl an Sportarten treffen.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Identifikationsfiguren, wie früher Krankl, Prohaska, Herzog im Fußball; Hermann Maier bei Ski Alpin; Vermarktung des Sports, Werbung

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

Sie sollten mit ihrem Fachwissen genauer analysieren und Schwächen und Stärken der Wettkämpfer herausarbeiten können.

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Nein, mich interessiert nur das ‚Hauptevent‘, also der sportliche Wettkampf.

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Mehr Kompetenz der Reporter, gerade im Fußball teilweise erschreckendes Nichtwissen.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Im Idealfall: Chance für eine/n ÖsterreicherIn auf den Sieg: Hermann Maier bei den Olympischen Spielen 1998 in Nagano, da ist man gerne in der Nacht aufgestanden.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Fußball: vor allem KO - Spiele, Elfmeter, kritische Schiedsrichterentscheidungen

Formel 1: -

Ski Alpin: der Beste fährt am Schluss (wie Slalom, Riesentorlauf, auch in der Abfahrt sollten die Topfahrer eigentlich die letzten sein, würde die Spannung deutlich erhöhen, wohl aber schwer umsetzbar)

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Man schaut gerne zu, wenn einfach der Beste in einer Disziplin startet: Hermann Maier, Roger Federer

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung im ORF vermittelt?

Spannung, Freude, Überraschung, Enttäuschung

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Heutzutage gibt es mehr Glamour und bedeutend häufiger Starallüren.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Hängt davon ab. Sollten gefährliche Veränderungen eintreten, dann muss auch sinnvoll darauf reagiert werden, z. B. Body Mass Index bei den Skispringern.

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Eher wahrscheinlich unterbewusst vielleicht. Man greift eher zu einer Marke beim Kauf im Sportgeschäft, die man zuvor bei einer Übertragung wahrgenommen hat.

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Medien: können gewaltigen Druck auf Sportler aufbauen, teilweise sehr objektiv

Wirtschaft: unabdingbar, ohne Sponsoren, sei es privat oder von öffentlicher Hand, wären viele Sportübertragungen beziehungsweise überhaupt Sportveranstaltungen nicht möglich

Publikum: vor Ort anfeuern und gute Stimmung verbreiten, zu Hause eher passiv

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Ich bin meist passiver Konsument (Sportübertragungen im TV, Live - Stream).

PUBLIKUM: *Manuela Paulus*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

Ich verfolge Sportveranstaltungen im Fernsehen, weil ich Fan einer der teilnehmenden Mannschaften beziehungsweise eines oder mehrerer der teilnehmenden Sportler bin. Die Fernsehübertragungen sind oftmals spannend und es gewinnt nicht immer der Favorit.

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

Regelmäßig verfolge ich Fußball (Bundesliga, Europa League, Champions League), Formel 1, Ski Alpin und Skispringen sowie, falls es übertragen wird, Biathlon, Tennis und Beachvolleyball. Von diesen drei Sportarten würde ich mir eine regelmäßige Übertragung wünschen.

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

Fußball: die Mannschaft kann nur gewinnen, wenn alle zusammen gut spielen – jeder individuelle Fehler kann die gesamte Mannschaft auf die Verliererstraße führen

Formel 1: es kann nur die Kombination Fahrer - Auto gewinnen

Ski Alpin: es gewinnt derjenige, der die wenigsten (oder gar keine) Fehler macht

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Das Interesse an bestimmten Sportarten wird vielleicht schon durch die Interessen der Eltern beeinflusst. Bei einer Sportart, die mich interessiert, muss es spannend sein, wer das Rennen/Spiel gewinnen kann. Wenn immer der Gleiche gewinnt, sinkt das Interesse.

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im ORF abgewinnen?

Positive Merkmale: Beste Sicht auf das gesamte Geschehen, Moderatoren kennen (meistens) Namen und erzählen auch oft Hintergrundwissen.

Negative Merkmale: Die Atmosphäre kann durch eine Fernsehübertragung nicht wiedergegeben werden, Moderatoren sind oft nicht in der Lage, korrekte deutsche Sätze von sich zu geben.

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Das kann ich schwer beurteilen.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Die Sportart muss spannend sein. Es müssen ein paar charismatische Sportler dabei sein.

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

Kommentatoren kennen oft die teilnehmenden Akteure persönlich. Sie können das Bedürfnis der Zuschauer nach „Klatsch und Tratsch“ befriedigen. Kommentatoren haben viele Statistiken im Angebot.

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Vor - und Nachberichterstattung sind sicher interessant, oft wird das Programm dadurch aber künstlich in die Länge gezogen. Wenn ich genug Zeit habe, schaue ich mir gerne die gesamte Übertragung an.

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Mich persönlich stört am meisten, dass viele Kommentatoren sich damit schwer tun, einen vollständigen deutschen Satz zu sagen. Manche Kommentatoren sind so unauffällig, dass man sich manchmal nach der Übertragung fragen muss, wer denn da eigentlich kommentiert hat.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Sportübertragungen erlangen für mich prinzipiell keine große Bedeutung. Sportübertragungen sind eine schöne Nebensache, vor allem wenn mehrere Parteien gleichermaßen um den Sieg kämpfen können.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Fußball: eine Mannschaft führt, die andere kann aufholen

Formel 1: jemand, der in Führung liegt, kann das Rennen bis zum Schluss noch verlieren – sei es durch einen Fahrfehler oder durch einen technischen Defekt

Ski Alpin: dadurch, dass die Besten im Weltcup meistens nicht am Anfang fahren, baut sich die Spannung auf – auch Außenseiter mit hohen Nummern haben oft noch Chancen auf gute Plätze (sofern die Piste mitmacht)

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Ich würde keinen Profisportler als Helden bezeichnen. Helden sind Menschen, die für andere oder im Namen einer Idee große Taten vollbringen.

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung im ORF vermittelt?

Es wird vermittelt, wie knapp Freude und Enttäuschung beieinander liegen.

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Es wird viel mehr Tam - Tam um eine Veranstaltung gemacht. Es wird die Tochter des besten Freundes der Tante des Nachbarn eines Sportlers interviewt, wenn sie irgendetwas zu sagen hat.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Das Regelwerk gehört meiner Meinung nach immer wieder an die neuesten technologischen Gegebenheiten angepasst. Die Grundidee der Sportart sollte dadurch aber nicht verändert werden.

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Werbung ist ein fixer Bestandteil unseres Lebens. Man kommt gar nicht an ihr vorbei. Wenn sie mich in irgendeiner Weise beeinflusst, dann so, dass ich es nicht bemerke. Aber ist das nicht eigentlich der tiefere Sinn dahinter?

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Wenn die Medien nichts übertragen, gibt es weniger Sponsoren, Sportler können weniger Zeit ins Training stecken, da sie etwas arbeiten müssen und es können weniger Trainer bezahlt werden. Durch weniger Öffentlichkeit und weniger Sponsoren entscheiden sich auch weniger junge Menschen für diese Sportart.

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Ich gehöre wohl dem Publikum an, indem ich Sport im Fernsehen konsumiere.

PUBLIKUM: *Antonia Pulkert*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

An erster Stelle aus Interesse zum Sport, für das Glücksgefühl beim Mitfiebern für die eigene Nation, sowie um mitreden zu können. Speziell im Fernsehen, da eine Teilnahme an Veranstaltungen vor Ort mit viel Zeit und Aufwand verbunden ist und der Zuschauer im TV eine übersichtliche Perspektive bequem und kostengünstig ins Wohnzimmer geliefert bekommt. Hin und wieder läuft bei mir eine Sportveranstaltung auch, um ein Hintergrundmedium zu haben oder aus Mangel besserer Sendungsangebote.

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

Ski Alpin, Ski Nordisch und Snowboard verfolge ich vorrangig im ORF. Im Rahmen von Großveranstaltungen wie WM, EM oder Olympische Spiele interessieren mich auch andere Sportarten. Österreichische Randsportarten wie Mountainbiken oder American Football würde ich mir auch im ORF noch wünschen.

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

Ich verfolge von den genannten Sportarten überwiegend Ski Alpin und bin von dem Sport an sich fasziniert. Mich interessiert insbesondere auch die Vor- und Nachberichterstattung mit Hintergrundinfos aus dem jeweiligen Austragungsort, sowie Sportler- und Organisatoreninterviews. Mehr und mehr fährt bei mir jedoch allein beim Zuschauen mehr Angst als Faszination mit. Die zu schnellen Geschwindigkeiten und die daraus resultierenden Unfälle haben meine Begeisterung für die Übertragungen gesenkt und ich schaue nur noch gelegentlich beziehungsweise nutze die Sendungen als ‚Nebenbeibesichtigung‘.

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Ich denke, dass die eigene Beziehung zum Sport eine Rolle spielt, ob und wie weit man sich für die jeweilige Sportart interessiert. Wird man schon in der Schule mit verschiedenen Sportarten vertraut gemacht, wächst man in einem ländlichen oder städtischem Umfeld auf, gibt es Möglichkeiten zur aktiven Beteiligung, usw. Medien und Gesellschaft sind in meinen Augen ein weiterer entscheidender Faktor. Welche Sportarten werden in den Medien gefördert und beworben, über welche Sportarten wird gesprochen und bei welchen Sportarten ist das Regelwerk in der Gesellschaft klar verbreitet.

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im ORF abgewinnen?

Als positiv würde ich eine umfassende Berichterstattung, hochwertige Moderationen und Analysen, eine gute Gesamtperspektive gegenüber dem Besucher vor Ort sowie eine gemütliche und günstige Variante der Teilnahme am Sportereignis sehen. Durch die heutige Qualität der Kameraführung und Bildregie bekommt man einen 360 Grad - Eindruck bequem ins Wohnzimmer geliefert. Negativ sind gelegentlich die Werbe - und Sponsorenunterbrechungen, die Beeinflussung der eigenen Meinung durch die Regie des jeweiligen Senders, sowie eine unprofessionelle Moderation.

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Meiner Meinung nach nur positiv, da im ORF Sportberichterstattung groß geschrieben wird und sich qualitativ hoch entwickelt hat.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Für mich trägt dazu ein hoher Anteil an Sportlern der eigenen Nation bei, die Auswahl der Sendezeit, die Intensität an Berichterstattungen in verschiedenen Sendeformaten, sowie der Spaß - und Unterhaltungswert für den Zuschauer. Es muss einfach sein, dem Sport folgen zu können – die Regeln müssen bekannt sein oder gut vermittelt werden.

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

Von Sportkommentatoren erwarte ich mir professionelle Moderationen mit Hintergrundinformationen zu den Athleten, dem Austragungsort sowie natürlich der Sportart und dem aktuellen (Renn -)Geschehen. Co - Kommentatoren liefern den gewissen Unterhaltungseffekt und steigern bei mir durch eigene Erfahrungen im jeweiligen Sport die Glaubwürdigkeit und somit das Interesse an der Übertragung. Beeindruckende Bilder liefern vor allem im Ski Alpin die Kamerafahrten der Co - Kommentatoren, die eine bessere Einschätzung der Leistung der Sportler zulassen. Weiters ist es auch einfacher, dem Geschehen zu folgen – auch wenn die Übertragung als Hintergrundmedium dient.

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Aus Zeitgründen mittlerweile schon oft intensiver als den Hauptteil der Sportübertragung selbst.

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Einen höheren Anteil an weiblichen Moderatorinnen/Kommentatorinnen.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Spannend wird ein Sportereignis auf jeden Fall mit vielen Sportlern der eigenen Nation, einem Rahmenprogramm bei Großereignissen wie Eröffnungsfeier, Siegerehrung und Side - Events, sowie mit einer qualitativen Berichterstattung. Eine persönlich große Bedeutung

hatten Sportübertragungen weniger, aber stark in Erinnerung geblieben ist mir Sturz und Goldmedaille von Skiläufer Hermann Maier bei den Olympischen Spielen in Nagano.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Für mich zählen Emotionen der Sportler, Unfälle, Zuschauermassen, unerwartete Zwischenfälle, hohe Erfolge der eigenen Nation, sowie extreme Wetterverhältnisse zu dramaturgischen Elementen im Sport. Im Fußball insbesondere Tore, Zuschauerparolen im Stadion, Flitzer und die Siegesfeier. In Formel 1 insbesondere Startsekunden, Überholmanöver, Boxenstopps, Kollisionen und das obligatorische Spritzen der Champagnerflaschen bei der Siegerehrung. Im Ski Alpin wiederum eine hohe Anzahl an Startern der eigenen Nation, Stürze, gute Platzierungen nach dem 1. Durchgang und hohe Geschwindigkeiten.

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Helden sind für mich prinzipiell eine Frage der Definition. Sportler sehe ich eher als Vorbilder, Idole und Motivatoren, die durch Ihren Beruf Ehrgeiz und Freude am Sport vermitteln. Insbesondere für Kinder, Nachwuchstalente und Behinderte leisten Sportler in meinen Augen einen positiven Beitrag. Eine sicherlich beeindruckende Wirkung haben Sportler, die nach Unfällen mit viel Ausdauer und Willen ihr Leben neu geplant haben. Für mich zählen dazu Formel 1 Legende Niki Lauda, Skiläufer Hermann Maier sowie Matthias Lanzinger.

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung im ORF vermittelt?

Freude, Mitfiebern, Herzklopfen, Hilflosigkeit, Angst, Ehrgeiz, Neid

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Mit Sicherheit gibt es mehr, schnellere und kostengünstigere Varianten einer umfassenden Berichterstattung in vielen Sportarten. Das Angebot wurde durch Einschaltungen vor, während und nach dem jeweiligen Sportereignis ausgedehnt, das Interesse von Medien und Wirtschaft am Sport hat sich erhöht und mitunter die Ausweitung der Austragungsorte auf weltweite Standorte bewirkt. Auch die technologische Entwicklung hat bestimmt viel zur Qualität der Kameraführung und Bildregie beigetragen. Durch die multimediale Verwertung vieler Sportveranstaltungen ist heutzutage eine zeit - und ortsunabhängigere Teilnahme am Sport möglich geworden.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Regeln regulieren einen Sport und sind für seine Weiterentwicklung von essentieller Wichtigkeit. Die Themen Sicherheit und Doping würden dem Sport ohne Regelanpassungen wohl größeren Schaden zufügen. Jedoch sollte meiner Meinung nach jede Sportart seinen Kern bewahren und Regeln den Sportlern nicht aufgrund von Machtkämpfen zwischen Vereinen, Sponsoren, Ländern oder Organisatoren auferlegt werden.

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Im Allgemeinen ruft die Werbung meine Emotion zum jeweiligen Produkt beziehungsweise zur jeweiligen Dienstleistung hervor und verstärkt das Bedürfnis zum Erwerb. Oft ist man aber auch schon übersättigt von Werbeeinschaltungen, insbesondere bei Sportübertragungen aufgrund von Saison - und Jahresverträgen der Sponsoren.

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Ich denke, dass der Sport ohne Einfluss und Mittun von Medien, Wirtschaft und Publikum nicht erfolgreich überleben könnte. Medien schaffen einen hohen Verbreitungseffekt an die jeweiligen Zielgruppen oder eine breite Masse. Sponsoren, Vereine und Organisatoren bieten die nötigen Rahmenbedingungen und das Publikum liefert einerseits eine gewisse Finanzierung und bringt andererseits die notwendige Begeisterung für den Sport an sich.

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Da ich Sportveranstaltungen durch Medien rezipiere, Produkte/Dienstleistungen von Sponsoren kaufe/beziehe, beruflich mit Athleten und Sport zu tun habe und hin und wieder auch vor Ort Sportereignisse besuche, sehe ich überall eine gewisse Verbindung.

PUBLIKUM: *Alexander Paulus*

1. Warum verfolgen Sie Sportveranstaltungen im ORF?

Die Spannung und der Unterhaltungswert von Sportveranstaltungen sind meine primären Motive.

2. Welche Sportarten verfolgen Sie regelmäßig im ORF und welche würden Sie sich noch wünschen?

Skifahren, Skispringen regelmäßig. Mitunter auch Fußball und Formel 1.

3. Was fasziniert Sie an folgenden Sportarten (Fußball, Formel 1, Ski Alpin) im Fernsehen?

Begeisterung, Leidenschaft der Akteure und auch die Tatsache, wie knapp Sieg und Niederlage im Sport beisammen liegen.

4. Welche Faktoren können Ihrer Meinung nach das Interesse am Sport beeinflussen?

Österreichische Erfolge, spannende Übertragungen, packende Konkurrenzen, kompetente Kommentatoren, allgemeine Relevanz in der Öffentlichkeit

5. Welche positiven und negativen Merkmale können Sie Sportübertragungen im ORF abgewinnen?

Überwiegend positive. Emotionen werden transportiert. Die sportlichen Leistungen der Athleten werden dadurch in ein entsprechendes Licht gerückt und honoriert! Für die Zuseher wird perfekte Unterhaltung geboten.

6. Wie sehen Sie den Einfluss der Medien in Bezug auf die Sportberichterstattung im ORF?

Diese Frage kann ich nicht beantworten.

7. Welche Faktoren tragen für Sie zum Erfolg einer Sportart im ORF bei?

Primär muss eine Sportart die österreichische Identität widerspiegeln. Das heißt Sportarten ohne österreichische Erfolge (in der Vergangenheit oder Gegenwart) haben es schwer sich in der öffentlichen Wahrnehmung durchzusetzen. Weiter muss der Sport auch von der breiten Masse der Zuseher selbst ausgeübt werden (können). Zusätzlich muss durch die technischen Möglichkeiten die Spannung möglichst hoch gehalten werden. Ich vermute, dass es für viele Zuseher (nicht für mich) wichtig ist, mehr über das Umfeld der erfolgreichen Sportler zu erfahren.

8. Welchen Beitrag leisten Sportkommentatoren und Co - Kommentatoren für Sie?

Kommentatoren haben die Aufgabe, die Bilder den Zusehern zu erklären und die Sportart näher zu bringen. Damit haben sie einen essentiellen Beitrag zu leisten. Das Beiziehen von ehemaligen Profi - Sportlern als Co - Kommentatoren hat sich auch aus meiner Sicht daher stark bewährt (z. B. Andreas Goldberger oder Alexandra Meissnitzer). Allerdings ist nicht jeder ehemaliger Profisportler wirklich geeignet (z. B. Mario Reiter).

9. Eine Sportübertragung besteht nicht nur aus dem Rennen oder Spiel, vielmehr wird das Event weiter ausgedehnt. Dazu gehören Vor - und Nachberichterstattung, Beiträge, Interviews und Werbung. Wie intensiv verfolgen Sie das gesamte Sportprogramm im ORF?

Für mich ist ausschließlich das Rennen oder das Spiel interessant. Analysen, Vor - und Nachberichterstattung verfolge ich kaum.

10. Welche Veränderungen wünschen Sie sich hinsichtlich der Sportberichterstattung im ORF?

Ich glaube die Sportübertragungen im ORF werden sehr professionell abgewickelt. Ich persönlich wünsche mir weniger Overhead (Anm.: Mehraufwand) bei der Sportberichterstattung.

11. Welche Inhalte oder Faktoren müssen vorhanden sein, damit sich ein Sportereignis für Sie als interessant beziehungsweise spannend herausstellt? Beschreiben Sie bitte eine Sportübertragung, die für Sie von großer Bedeutung war!

Großereignisse, die nur selten veranstaltet werden (Olympische Spiele, Weltmeisterschaften) haben für mich einen besonderen Reiz. Sportlich gesehen hat ein Weltcup über mehrere Konkurrenzen größere Relevanz. Dennoch sind Einmal - Ereignisse durch ihre eigenen Gesetze und Regeln das Salz in der Suppe.

12. Wodurch entsteht Ihrer Meinung nach eine Dramaturgie im Sport? Welche dramaturgischen Elemente fallen Ihnen zu Fußball, Formel 1 und Ski Alpin ein?

Dramaturgie entsteht meiner Meinung nach durch die Unvorhersehbarkeit eines Sportereignisses.

13. Inwieweit spielen Helden im Sport eine große Rolle und beschreiben Sie jene bitte mit Eigenschaften? Nennen Sie eine/n Profisportler/in, den/die Sie als „Held/in“ bezeichnen würden!

Der Sport lebt von den Helden. Sportliche Helden müssen eine oder mehrere folgender Eigenschaften mitbringen (abgesehen von großartigen sportlichen Leistungen):

-) ungewöhnliche Lebensgeschichte / - schicksal
-) Publikumsliebbling
-) Dominanz in einer Sportart über mehrere Jahre
-) Ungewöhnliche Typen (extrovertiert, ungewöhnlich, Typen mit Ecken und Kanten)

14. Welche Emotionen werden bei der Sportberichterstattung vermittelt?

Begeisterung, Freude, Wut/Ärger

15. In der heutigen Zeit stehen Information und Entertainment im Sport an erster Stelle. Wie würden Sie den heutigen Sport im Fernsehen im Gegensatz zu früher beschreiben? Was hat sich verändert?

Die Übertragungen wurden professioneller. Es ist zumeist mehr Geld im Spiel und die Sportler sind dadurch fokussierter.

16. Inwieweit sehen Sie Veränderungen eines Regelwerks als Manipulation einer Sportart?

Wenn die Regeländerungen dazu führen, dass die Sportart gerechter, leichter verständlich oder spannender wird, sehe ich Eingriffe durchaus positiv.

17. Bei der Sportübertragung spielen Sponsoren und Werbetreibende eine immense Rolle. Inwieweit fühlen Sie sich durch Werbung und Sponsoren beeinflusst? Wenn ja, warum?

Nicht mehr oder weniger als in anderen Lebensbereichen. Sponsoren und Werbung sorgen für das notwendige Geld und daher für die entsprechende Qualität im Spitzensport.

18. Inwiefern greift das Magische Viereck (Medien, Wirtschaft, Sport und Publikum) in das Sportgeschehen ein?

Das Sportgeschehen muss die Bedürfnisse dieser vier Bereiche möglichst optimal befriedigen. Medien vermarkten die Leistung. Die Wirtschaft sorgt für den notwendigen finanziellen Rahmen und ohne Publikum kann die Vermarktung des Spitzensports nicht funktionieren.

19. Schildern Sie bitte Ihre Rolle im Magischen Viereck und nennen Sie, worin Sie Ihre Stärken sehen!

Die Rolle als Publikum ist die dominante im Magischen Viereck, an der sich auch die anderen drei Bereiche orientieren sollen und müssen. Bleibt das Publikum aus, werden auch die weiteren Bereiche sukzessive ihren Einfluss auf die Sportart reduzieren.

10.2 Text - und Bildanalyse von Sportübertragungen

10.2.1 TEXT - und BILDANALYSE – FUSSBALL

04.11.2009 Champions League: Olympique Lyon vs. Liverpool

Kommentator: Thomas König / Moderator: Oliver Polzer / Experte: Herbert Prohaska

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 04.11.2009
Gesamtlänge des Materials: 2:37.49

		Nr.1	Nr.2	Nr.3	Nr.4	Nr.5	Nr.6	Nr.7	Nr.8	Nr.9	Nr.10	Nr.11
Beginn des Beitrags		0:09:22	0:10.03	0:12.44	0:13.49	0:14.55	0:15.53	0:16.08	0:17.15	0:18.40	0:19.36	0:20.34
Ende des Beitrags		0:10.02	0:12.43	0:13.48	0:14.54	0:15.52	0:16.07	0:17.14	0:18.39	0:19.35	0:20.33	0:21.26
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo 1	x	x	x	x			x	x	x		
Formel 1	Spo 2											
Ski Alpin	Spo 3											
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1											
Co - Kommentator/in	Kom 2											
Moderator/in	Kom 3		x		x			x				
Reporter/in	Kom 4			x		x	x		x			
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spielaufstellung/Startliste	Inh2									x		
Vergangene Ereignisse	Inh3			x					x	x		
Doping	Inh4							x	x			
Punktstand	Inh5											
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldentat/ herausragende SportlerInnen	Inh7					x	x		x			

Sonstige	Inh9 9					x						
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1											
Großaufnahme	Gest 2											
Wiederholung	Gest 3											
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest 5	x					x		x	x		
Vorbericht	Gest 6		x	x	x			x	x	x		
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8		x		x	x				x		
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11		x		x	x	x	x		x		
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13					x			x			
Sonstige	Gest 99		x									
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Spra ch1											
Ironisch	Spra ch2											
Sachlich	Spra ch3		x					x	x	x		
Humorvoll	Spra ch4					x						
Aufgeregt	Spra ch5											
Fröhlich	Spra ch6				x					x		
Mitreißend	Spra ch7			x								
Ängstlich	Spra ch8											
Sonstige	Spra ch99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Wer b1											
Sponsoren	Wer b2	x										x

Trikotwerbung	Wer b3											
Bandenwerbung	Wer b4											
Unterbrecherwerbung	Wer b5										x	x
Sonstige	Wer b99											

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 04.11.2009
Gesamtlänge des Materials: 2:37.49

		Nr. 12	Nr. 13	Nr. 14	Nr. 15	Nr. 16	Nr. 17	Nr. 18	Nr. 19	Nr. 20	Nr.	Nr.
Beginn des Beitrags		0:3 5.2 7	1:2 6.2 6	1:3 2.1 5	1:3 6.0 1	1:4 0.0 6	1:4 0.3 1	2:3 0.0 0	2:3 3.1 8	2:4 5.4 9		
Ende des Beitrags		1:2 6.2 5	1:3 2.1 4	1:3 6.0 0	1:4 0.0 5	1:4 0.3 0	2:2 9.5 9	2:3 3.1 7	2:4 5.4 8	2:4 7.1 1		
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo 1	x		x			x	x		x		
Formel 1	Spo 2											
Ski Alpin	Spo 3											
Sprecher												
Kommentator/in	Ko m1	x					x					
Co - Kommentator/in	Ko m2											
Moderator/in	Ko m3			x				x		x		
Reporter/in	Ko m4											
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spieleraufstellung/Startliste	Inh2	x										
Vergangene Ereignisse	Inh3	x		x								
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5	x										
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7											
Sonstige	Inh9 9											
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1	x					x					

Großaufnahme	Gest 2	x										
Wiederholung	Gest 3						x					
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest 5	x		x	x		x					
Vorbericht	Gest 6											
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8			x				x		x		
Analyse	Gest 9			x				x		x		
Gewinnspiel	Gest 10					x						
Prominente	Gest 11			x				x		x		
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13											
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2			x								
Sachlich	Sprach3	x		x			x	x				
Humorvoll	Sprach4											
Aufgeregt	Sprach5	x										
Fröhlich	Sprach6											
Mitreißend	Sprach7	x					x			x		
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2				x							
Trikotwerbung	Werb3											
Bandenwerbung	Werb4	x					x	x				
Unterbrecherwerbung	Werb5		x		x				x			
Sonstige	Werb		x			x						

	b99											

TEXT - und BILDANALYSE – FUSSBALL

18.11.2009 Länderspiel: Österreich vs. Spanien

Kommentator: Oliver Polzer / Moderator: Rainer Pariasek / Experte: Herbert Prohaska

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 18.11.2009
Gesamtlänge des Materials: 2:40.31

		Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr. 7	Nr. 8	Nr. 9	Nr. 10	Nr. 11
Beginn des Beitrags		0:1 4.5 4	0:1 7.1 8	0:1 8.4 8	0:2 0.0 9	0:2 4.2 5	0:2 6.4 0	0:2 8.1 7	0:3 0.3 1	0:3 2.0 7	0:3 3.4 4	0:3 7.3 2
Ende des Beitrags		0:1 7.1 7	0:1 8.4 7	0:2 0.0 8	0:2 4.2 4	0:2 6.3 9	0:2 8.1 6	0:3 0.3 0	0:3 2.0 6	0:3 3.4 3	0:3 7.3 1	0:9 2.4 8
Kategorie												LI VE
Sportart												
Fußball	Spo 1	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x
Formel 1	Spo 2											
Ski Alpin	Spo 3											
Sprecher												
Kommentator/in	Ko m1											x
Co - Kommentator/in	Ko m2											
Moderator/in	Ko m3	x		x		x		x		x		
Reporter/in	Ko m4		x		x		x		x			
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spieleraufstel- lung/Startliste	Inh2					x	x			x		x
Vergangene Ereignisse	Inh3	x	x	x								x
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5											
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldenfi- gur/herausragende Sport- lerInnen	Inh7				x	x		x				
Sonstige	Inh9 9								x			
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1											x

Großaufnahme	Gest 2											x
Wiederholung	Gest 3											x
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest 5	x	x		x				x	x	x	x
Vorbericht	Gest 6	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8	x			x		x		x			
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11	x					x	x		x		
Homestories	Gest 12				x							
Beitrag	Gest 13		x		x				x			
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2							x				x
Sachlich	Sprach3	x		x	x	x	x	x	x	x		x
Humorvoll	Sprach4	x						x				
Aufgeregt	Sprach5											x
Fröhlich	Sprach6	x							x	x		x
Mitreißend	Sprach7											x
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99				x							
Werbung												
Testimonial - Werbung	Wer b1											
Sponsoren	Wer b2											
Trikotwerbung	Wer b3											
Bandenwerbung	Wer b4											
Unterbrecherwerbung	Wer b5										x	
Sonstige	Wer											

	b99											

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 18.11.2009
Gesamtlänge des Materials: 2:40.31

		Nr. 12	Nr. 13	Nr. 14	Nr. 15	Nr. 16	Nr. 17	Nr. 18	Nr. 19	Nr. 20	Nr. 21	Nr. 22
Beginn des Beitrags		0:9 2.4 9	0:9 5.5 7	0:9 7.0 5	1:0 1.5 3	1:0 3.3 3	1:0 3.4 6	1:0 7.2 0	1:5 8.2 1	1:6 0.2 8	1:6 1.2 3	1:6 3.1 1
Ende des Beitrags		0:9 5.5 6	0:9 7.0 4	1:0 1.5 2	1:0 3.3 2	1:0 3.4 5	1:0 7.1 9	1:5 8.2 0	1:6 0.2 7	1:6 1.2 2	1:6 3.1 0	1:6 4.0 3
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo 1			x	x	x		x	x	x	x	x
Formel 1	Spo 2											
Ski Alpin	Spo 3											
Sprecher												
Kommentator/in	Ko m1							x				
Co - Kommentator/in	Ko m2											
Moderator/in	Ko m3			x		x			x		x	
Reporter/in	Ko m4				x					x		x
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spieleraufstellung/Startliste	Inh2											
Vergangene Ereignisse	Inh3			x						x		x
Doping	Inh4											
Punktestand	Inh5			x	x				x	x	x	
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7											
Sonstige	Inh9 9											
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1							x			x	
Großaufnahme	Gest 2							x				
Wiederholung	Gest			x				x			x	

	3											
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest 5	x	x	x			x	x				
Vorbericht	Gest 6											
Nachbericht	Gest 7									x		x
Interview	Gest 8				x					x		x
Analyse	Gest 9			x		x			x			
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11			x	x	x			x			
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13											
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1							x				x
Ironisch	Sprach2			x		x		x	x			
Sachlich	Sprach3			x	x			x	x	x	x	x
Humorvoll	Sprach4											
Aufgeregt	Sprach5							x				
Fröhlich	Sprach6											
Mitreibend	Sprach7											
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99			x								
Werbung												
Testimonial - Werbung	Wer b1											
Sponsoren	Wer b2											
Trikotwerbung	Wer b3											
Bandenwerbung	Wer b4											
Unterbrecherwerbung	Wer b5		x				x					
Sonstige	Wer b99	x zibfl ash										

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1

Datum: 18.11.2009

Gesamtlänge des Materials: 2:40.31

		Nr. 23	Nr. 24	Nr. 25	Nr. 26	Nr. 27	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.
Beginn des Beitrags		1:6 4.0 4	1:6 5.2 4	1:6 6.3 4	1:6 8.0 4	1:7 0.4 4						
Ende des Beitrags		1:6 5.2 3	1:6 6.3 3	1:6 8.0 3	1:7 0.3 9	1:7 4.2 3						
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo1	x	x	x	x	x						
Formel 1	Spo2											
Ski Alpin	Spo3											
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1											
Co - Kommentator/in	Kom 2											
Moderator/in	Kom 3	x		x		x						
Reporter/in	Kom 4		x		x							
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spielaufstellung/Startliste	Inh2											
Vergangene Ereignisse	Inh3	x	x	x	x	x						
Doping	Inh4											
Punktstand	Inh5	x	x		x							
Unfall/Verletzung	Inh6			x								
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7											
Sonstige	Inh9 9											
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1	x										
Großaufnahme	Gest 2											
Wiederholung	Gest 3	x			x	x						
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest 5					x						
Vorbericht	Gest 6											

Nachbericht	Gest 7		x		x	x						
Interview	Gest 8		x		x							
Analyse	Gest 9	x		x								
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11				x	x						
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13											
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2											
Sachlich	Sprach3	x	x	x	x	x						
Humorvoll	Sprach4											
Aufgeregt	Sprach5											
Fröhlich	Sprach6				x							
Mitreibend	Sprach7											
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Wer b1											
Sponsoren	Wer b2					x						
Trikotwerbung	Wer b3											
Bandenwerbung	Wer b4											
Unterbrecherwerbung	Wer b5											
Sonstige	Wer b99											

TEXT - und BILDANALYSE – FUSSBALL

18.10.2009 Bundesliga: Sturm vs. Rapid

Kommentator: Christopher Ryan / Moderator: Boris Kastner - Jirka / Experte: Manfred Zsak

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 18.10.2009
Gesamtlänge des Materials: 2:02.41

		Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr. 7	Nr. 8	Nr. 9	Nr. 10	Nr. 11
Beginn des Beitrags		0:0 0.0 0	0:0 4.2 8	0:5 1.5 1	0:5 2.5 5	0:5 7.3 4	0:6 0.1 3	0:6 1.1 4	0:6 5.3 8	1:1 7.2 9	1:1 9.0 5	
Ende des Beitrags		0:0 4.2 7	0:5 1.5 0	0:5 2.5 4	0:5 7.3 3	0:6 0.1 2	0:6 1.1 3	0:6 5.3 7	1:1 7.2 8	1:1 9.0 4	1:2 2.4 1	
Kategorie			Li- ve									
Sportart												
Fußball	Spo 1	x	x		x	x	x		x	x	x	
Formel 1	Spo 2											
Ski Alpin	Spo 3											
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1	x	x						x			
Co - Kommentator/in	Kom 2											
Moderator/in	Kom 3				x		x				x	
Reporter/in	Kom 4					x				x		
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spielaufstel- lung/Startliste	Inh2	x	x									
Vergangene Ereignisse	Inh3	x				x				x		
Doping	Inh4											
Punktstand	Inh5	x										
Unfall/Verletzung	Inh6		x						x			
Heldenfi- gur/herausragende Sport- lerInnen	Inh7									x		
Sonstige	Inh9 9	x										
Gestaltungselemente												

Zeitlupe	Gest 1		x						x			
Großaufnahme	Gest 2											
Wiederholung	Gest 3		x		x				x		x	
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest 5	x					x	x				
Vorbericht	Gest 6											
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8					x				x		
Analyse	Gest 9				x		x				x	
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11				x					x	x	
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13					x						
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2											
Sachlich	Sprach3	x	x		x	x	x		x	x	x	
Humorvoll	Sprach4											
Aufgeregt	Sprach5		x						x			
Fröhlich	Sprach6											
Mitreibend	Sprach7								x			
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2											
Trikotwerbung	Werb3		x						x			
Bandenwerbung	Werb4		x						x			
Unterbrecherwerbung	Werb			x				x				

	b5											
Sonstige	Wer b99											

10.2.2 TEXT - und BILDANALYSE – FORMEL 1

01.11.2009 Abu Dhabi

Kommentator: Ernst Hausleitner / Co - Kommentator: Alexander Wurz / Moderator: Ernst Hausleitner / Experte: Alexander Wurz

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 01.11.2009
Gesamtlänge des Materials: 2:41.56

		Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr. 7	Nr. 8	Nr. 9	Nr. 10	
Beginn des Beitrags		0:0 3.5 0	0:0 6.1 9	0:1 1.3 2	0:1 5.3 2	0:2 0.1 4	0:2 5.5 0	0:3 0.1 7	0:3 5.4 6	0:3 7.4 3	1:6 5.4 2	
Ende des Beitrags		0:0 6.1 8	0:1 1.3 1	0:1 5.3 1	0:2 0.1 3	0:2 5.4 9	0:3 0.1 6	0:3 5.4 5	0:3 7.4 2	1:6 5.4 1	1:6 5.4 6	
Kategorie										LI VE		
Sportart												
Fußball	Spo 1											
Formel 1	Spo 2	x	x	x	x	x	x	x		x	x	
Ski Alpin	Spo 3											
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1									x		
Co - Kommentator/in	Kom 2									x		
Moderator/in	Kom 3	x		x		x		x				
Reporter/in	Kom 4		x		x		x					
Inhalte												
Streckenführung	Inh1	x					x			x		
Spieleraufstel- lung/Startliste	Inh2								x	x		
Vergangene Ereignisse	Inh3	x		x	x				x	x		
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5				x							
Unfall/Verletzung	Inh6				x							
Heldenfigur/ herausra- gende SportlerInnen	Inh7		x	x								

Sonstige	Inh9 9	x					x					
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1									x		
Großaufnahme	Gest 2										x	
Wiederholung	Gest 3									x		
Helmkamera	Gest 4									x		
Musik	Gest 5	x	x		x		x	x		x		
Vorbericht	Gest 6	x				x	x	x				
Nachbericht	Gest 7		x		x		x	x				
Interview	Gest 8		x	x			x	x				
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10								x			
Prominente	Gest 11		x	x		x		x		x		
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13		x		x		x					
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Spra ch1											
Ironisch	Spra ch2											
Sachlich	Spra ch3		x		x			x		x		
Humorvoll	Spra ch4			x			x			x		
Aufgeregt	Spra ch5									x		
Fröhlich	Spra ch6	x	x	x		x		x		x		
Mitreißend	Spra ch7				x					x		
Ängstlich	Spra ch8									x		
Sonstige	Spra ch99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Wer b1											
Sponsoren	Wer b2											
Trikotwerbung	Wer b3		x									

Bandenwerbung	Wer b4											
Unterbrecherwerbung	Wer b5								x		x	
Sonstige	Wer b99											

TEXT - und BILDANALYSE – FORMEL 1

18.10.2009 Brasilien

Kommentator: Ernst Hausleitner beziehungsweise Marc Wurzinger / Co - Kommentator:
Alexander Wurz / Moderator: Ernst Hausleitner

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 18.10.2009
Gesamtlänge des Materials: 2:58.38

		Nr.1	Nr.2	Nr.3	Nr.4	Nr.5	Nr.6	Nr.7	Nr.8	Nr.9	Nr.10	Nr.11
Beginn des Beitrags		1:25.57	1:27.00	1:28.22	1:37.23	1:37.52	1:39.31	1:40.05	1:40.25	1:41.36	1:42.30	1:44.05
Ende des Beitrags		1:26.59	1:28.21	1:37.22	1:37.51	1:39.30	1:40.04	1:40.24	1:41.35	1:42.29	1:44.04	1:45.07
Kategorie				LI-VE Wurzinger								
Sportart												
Fußball	Spo1											
Formel 1	Spo2	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Ski Alpin	Spo3											
Sprecher												
Kommentator/in	Kom1			x	x		x		x		x	
Co - Kommentator/in	Kom2			x								
Moderator/in	Kom3		x									
Reporter/in	Kom4					x		x		x		
Inhalte												
Streckenführung	Inh1								x			
Spieleraufstellung/Startliste	Inh2							x	x			
Vergangene Ereignisse	Inh3			x			x	x		x		
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5		x	x			x					
Unfall/Verletzung	Inh6											

Heldenfi- gur/herausragende SportlerInnen	Inh7					x		x			x	
Sonstige	Inh9 9	x			x							
Gestaltungsele- mente												
Zeitlupe	Gest 1			x								
Großaufnahme	Gest 2					x		x		x		
Wiederholung	Gest 3											
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest 5	x	x									
Vorbericht	Gest 6	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8					x		x		x		
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10		x	x								
Prominente	Gest 11										x	
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13											
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Spre- chers												
Aggressiv	Spra ch1											
Ironisch	Spra ch2											
Sachlich	Spra ch3		x	x			x	x		x	x	
Humorvoll	Spra ch4		x	x								
Aufgeregt	Spra ch5											
Fröhlich	Spra ch6		x	x								
Mitreibend	Spra ch7											
Ängstlich	Spra ch8											
Sonstige	Spra ch99				x							
Werbung												
Testimonial - Wer-	Wer											

bung	b1											
Sponsoren	Wer b2											
Trikotwerbung	Wer b3											
Bandenwerbung	Wer b4											
Unterbrecherwer- bung	Wer b5											x
Sonstige	Wer b99											

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1

Datum: 18.10.2009

Gesamtlänge des Materials: 2:58.38

		Nr. 12	Nr. 13	Nr. 14	Nr. 15	Nr. 16	Nr. 17	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.
Beginn des Beitrags		1:4 5.0 8	1:4 5.2 9	1:4 7.5 2	1:6 1.2 8	1:6 4.3 1	2:6 3.3 5					
Ende des Beitrags		1:4 5.2 8	1:4 7.5 1	1:6 1.2 7	1:6 4.3 0	2:6 3.3 4	2:6 4.3 5					
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo 1											
Formel 1	Spo 2	x	x	x	x	x						
Ski Alpin	Spo 3											
Sprecher												
Kommentator/in	Ko m1	x		x	x	x						
Co - Kommentator/in	Ko m2				x							
Moderator/in	Ko m3											
Reporter/in	Ko m4		x									
Inhalte												
Streckenführung	Inh 1			x								
Spielaufstel- lung/Startliste	Inh 2		x	x								
Vergangene Ereignisse	Inh 3					x						
Doping	Inh											

	4											
Punktestand	Inh 5					x						
Unfall/Verletzung	Inh 6			x	x							
Heldenfi- gur/herausragende SportlerInnen	Inh 7		x			x						
Sonstige	Inh 99		x	x	x	x						
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Ges t1			x	x							
Großaufnahme	Ges t2		x									
Wiederholung	Ges t3			x		x						
Helmkamera	Ges t4			x								
Musik	Ges t5	x				x						
Vorbericht	Ges t6	x	x									
Nachbericht	Ges t7											
Interview	Ges t8		x			x						
Analyse	Ges t9											
Gewinnspiel	Ges t10											
Prominente	Ges t11		x			x						
Homestories	Ges t12											
Beitrag	Ges t13											
Sonstige	Ges t99											
Sprache des Spre- chers												
Aggressiv	Spr ach 1											
Ironisch	Spr ach 2				x	x						
Sachlich	Spr ach 3	x		x		x						
Humorvoll	Spr ach 4					x						
Aufgeregt	Spr ach 5			x	x	x						
Fröhlich	Spr											

	ach 6											
Mitreibend	Spr ach 7			x		x						
Ängstlich	Spr ach 8											
Sonstige	Spr ach 99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Wer b1											
Sponsoren	Wer b2											
Trikotwerbung	Wer b3	x	x			x						
Bandenwerbung	Wer b4											
Unterbrecherwerbung	Wer b5						x					
Sonstige	Wer b99											

10.2.3 TEXT - und BILDANALYSE – **SKI ALPIN**

04.12.2009 Abfahrt Damen

Kommentator: Peter Brunner / Co - Kommentatorin: Alexandra Meissnitzer / Moderator:

Ernst Hausleitner / Experte: Alexandra Meissnitzer

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 18.10.2009
Gesamtlänge des Materials: 1:15.31

		Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr. 7	Nr. 8	Nr. 9	Nr. 10	Nr. 11
Beginn des Beitrags		0:1 5.5 7	0:1 7.0 3	0:1 9.0 5	0:1 9.4 5	0:2 1.1 4	0:2 1.3 4	0:2 5.2 0	1:0 4.5 2	1:0 6.4 8	1:1 1.0 7	1:1 2.4 0
Ende des Beitrags		0:1 7:0 2	0:1 9.0 4	0:1 9.4 4	0:2 1.1 3	0:2 1.3 3	0:2 5.1 9	1:0 4.5 1	1:0 6.4 7	1:1 1.0 6	1:1 2.3 9	1:1 4.5 0
Kategorie								LI VE				
Sportart												
Fußball	Spo1											
Formel 1	Spo2											
Ski Alpin	Spo3	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1							x		x		x
Co - Kommentator/in	Kom 2							x		x		
Moderator/in	Kom 3	x		x		x			x		x	
Reporter/in	Kom 4				x							
Inhalte												
Streckenführung	Inh1		x									
Spielaufstel- lung/Startliste	Inh2											
Vergangene Ereignisse	Inh3			x								
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5											
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldenfi- gur/herausragende Sport- lerInnen	Inh7								x			
Sonstige	Inh9 9	x			x	x						
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1											
Großaufnahme	Gest											

	2											
Wiederholung	Gest 3											
Helmkamera	Gest 4		x									
Musik	Gest 5	x						x				
Vorbericht	Gest 6	x	x	x	x	x						
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8				x				x		x	
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11		x									
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13				x							
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2											
Sachlich	Sprach3											
Humorvoll	Sprach4		x	x	x			x		x	x	
Aufgeregt	Sprach5								x		x	
Fröhlich	Sprach6		x					x				
Mitreißend	Sprach7	x		x					x			
Ängstlich	Sprach8					x						
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2											
Trikotwerbung	Werb3											
Bandenwerbung	Werb4											
Unterbrecherwerbung	Werb5						x					
Sonstige	Werb99											

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 04.12.2009
Gesamtlänge des Materials: 1:15.31

		Nr. 12	Nr. 13	Nr. 14	Nr. 15	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.
Beginn des Beitrags		1:1 4.5 1	1:1 6.2 0	1:2 2.4 8	1:2 5.0 0							
Ende des Beitrags		1:1 6.1 9	1:2 2.4 7	1:2 4.5 9	1:3 1.2 8							
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo1											
Formel 1	Spo2											
Ski Alpin	Spo3	x	x									
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1		x									
Co - Kommentator/in	Kom 2											
Moderator/in	Kom 3	x			x							
Reporter/in	Kom 4											
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spieleraufstel- lung/Startliste	Inh2											
Vergangene Ereignisse	Inh3											
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5		x									
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7											
Sonstige	Inh9 9											
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1											
Großaufnahme	Gest 2											
Wiederholung	Gest 3											
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest				x							

	5											
Vorbericht	Gest 6											
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8	x										
Analyse	Gest 9				x							
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11				x							
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13											
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2											
Sachlich	Sprach3	x	x		x							
Humorvoll	Sprach4	x			x							
Aufgeregt	Sprach5											
Fröhlich	Sprach6	x										
Mitreißend	Sprach7											
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2											
Trikotwerbung	Werb3											
Bandenwerbung	Werb4											
Unterbrecherwerbung	Werb5			x								
Sonstige	Werb99											

TEXT - und BILDANALYSE – SKI ALPIN

25.10.2009 Riesentorlauf Herren (1.Durchgang)

Kommentator: Oliver Polzer / Co - Kommentator: Hans Knauss / Moderator: Rainer Parisek/ Experte: Hans Knauss

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 25.10.2009
Gesamtlänge des Materials: 1:43.52

		Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5	Nr. 6	Nr. 7	Nr. 8	Nr. 9	Nr. 10	Nr. 11
Beginn des Beitrags		0:0 0.0 0	0:0 0.2 8	0:0 2.3 8	0:0 3.1 0	0:0 3.4 3	0:0 4.4 0	0:0 5.1 1	0:0 8.0 8	0:1 0.5 0	0:1 2.0 6	0:1 2.2 3
Ende des Beitrags		0:0 0.2 7	0:0 2.3 7	0:0 3.0 9	0:0 3.4 2	0:0 4.3 9	0:0 5.1 0	0:0 8.0 7	0:1 0.4 9	0:1 2.0 5	0:1 2.2 2	0:1 3.4 6
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo1											
Formel 1	Spo2											
Ski Alpin	Spo3	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1											
Co - Kommentator/in	Kom 2											
Moderator/in	Kom 3		x		x		x		x		x	
Reporter/in	Kom 4			x		x		x		x		x
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											x
Spieleraufstellung/Startliste	Inh2											
Vergangene Ereignisse	Inh3		x	x	x		x	x		x		
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5											
Unfall/Verletzung	Inh6		x	x						x		
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7						x			x		
Sonstige	Inh9 9		x								x	
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1											
Großaufnahme	Gest											

	2											
Wiederholung	Gest 3											
Helmkamera	Gest 4											x
Musik	Gest 5	x						x		x		
Vorbericht	Gest 6		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8					x		x	x			
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11											
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13			x				x				
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2											
Sachlich	Sprach3		x	x		x	x	x	x		x	
Humorvoll	Sprach4					x		x				
Aufgeregt	Sprach5											
Fröhlich	Sprach6									x		
Mitreißend	Sprach7		x		x							x
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2											
Trikotwerbung	Werb3		x									
Bandenwerbung	Werb4											
Unterbrecherwerbung	Werb5											
Sonstige	Werb99											

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 25.10.2009
Gesamtlänge des Materials: 1:43.52

		Nr. 12	Nr. 13	Nr. 14	Nr. 15	Nr. 16	Nr. 17	Nr. 18	Nr. 19	Nr. 20	Nr. 21	Nr. 22
Beginn des Beitrags		0:1 3.4 7	0:1 4.4 2	0:1 6.2 5	0:1 6.5 4	0:1 7.4 7	0:1 8.2 7	0:2 1.1 0	0:2 1.4 2	0:2 3.1 5	0:2 4.0 4	0:2 5.2 0
Ende des Beitrags		0:1 4.4 1	0:1 6.2 4	0:1 6.5 3	0:1 7.4 6	0:1 8.2 6	0:2 1.0 9	0:2 1.4 1	0:2 3.1 4	0:2 4.0 3	0:2 5.1 9	0:2 8.2 1
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo1											
Formel 1	Spo2											
Ski Alpin	Spo3	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1											
Co - Kommentator/in	Kom 2											
Moderator/in	Kom 3	x		x		x		x		x		
Reporter/in	Kom 4		x		x		x		x			
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spielaufstellung/Startliste	Inh2			x						x		
Vergangene Ereignisse	Inh3					x						
Doping	Inh4											
Punktestand	Inh5											
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7		x					x				
Sonstige	Inh9 9				x		x		x			
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1											
Großaufnahme	Gest 2											
Wiederholung	Gest 3											
Helmkamera	Gest 4											
Musik	Gest		x				x			x		

	5											
Vorbericht	Gest 6	x		x	x	x	x	x	x	x		
Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8				x			x	x			
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11											
Homestories	Gest 12						x					
Beitrag	Gest 13		x				x					
Sonstige	Gest 99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2											
Sachlich	Sprach3	x	x	x	x	x	x	x		x		
Humorvoll	Sprach4											
Aufgeregt	Sprach5											
Fröhlich	Sprach6								x			
Mitreißend	Sprach7											
Ängstlich	Sprach8											
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2											
Trikotwerbung	Werb3		x									
Bandenwerbung	Werb4											
Unterbrecherwerbung	Werb5											x
Sonstige	Werb99										x	

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 25.10.2009
Gesamtlänge des Materials: 1:43.52

		Nr. 23	Nr. 24	Nr. 25	Nr. 26	Nr. 27	Nr. 28	Nr. 29	Nr. 30	Nr. 31	Nr. 32	Nr. 33
Beginn des Beitrags		0:2 8.2 2	0:2 8.4 1	0:3 3.2 5	0:3 5.1 3	1:0 2.2 0	1:0 2.4 2	1:0 3.1 7	1:1 2.2 8	1:1 3.2 0	1:1 4.1 3	1:3 7.3 0
Ende des Beitrags		0:2 8.4 0	0:3 3.2 4	0:3 5.1 2	1:0 2.1 9	1:0 2.4 1	1:0 3.1 6	1:1 2.2 7	1:1 3.1 9	1:1 4.1 2	1:3 7.2 9	1:3 8.2 7
Kategorie					LI VE							
Sportart												
Fußball	Spo1											
Formel 1	Spo2											
Ski Alpin	Spo3		x	x	x		x	x		x	x	
Sprecher												
Kommentator/in	Kom 1		x		x			x			x	
Co - Kommentator/in	Kom 2				x			x			x	
Moderator/in	Kom 3						x			x		
Reporter/in	Kom 4											
Inhalte												
Streckenführung	Inh1		x	x								
Spieleraufstel- lung/Startliste	Inh2		x									
Vergangene Ereignisse	Inh3											
Doping	Inh4											
Punktestand	Inh5											
Unfall/Verletzung	Inh6									x		
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7		x									
Sonstige	Inh9 9											
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest 1				x							
Großaufnahme	Gest 2				x							
Wiederholung	Gest 3				x							
Helmkamera	Gest 4			x								
Musik	Gest 5											
Vorbericht	Gest 6		x	x								

Nachbericht	Gest 7											
Interview	Gest 8						x			x		
Analyse	Gest 9											
Gewinnspiel	Gest 10											
Prominente	Gest 11											
Homestories	Gest 12											
Beitrag	Gest 13											
Sonstige	Gest 99		x									
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach1											
Ironisch	Sprach2									x		
Sachlich	Sprach3						x					
Humorvoll	Sprach4										x	
Aufgeregt	Sprach5			x	x			x			x	
Fröhlich	Sprach6			x						x	x	
Mitreißend	Sprach7		x	x	x			x			x	
Ängstlich	Sprach8				x							
Sonstige	Sprach99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2	x			x	x		x				
Trikotwerbung	Werb3				x			x				
Bandenwerbung	Werb4				x			x				
Unterbrecherwerbung	Werb5					x			x			x
Sonstige	Werb99											

Codebogen für die Bild - und Textanalyse von Sport - Liveübertragungen im ORF

Sender: ORF 1
Datum: 25.10.2009
Gesamtlänge des Materials: 1:43.52

		Nr.34	Nr.35	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.	Nr.
Beginn des Beitrags		1:38.28	1:42.34									
Ende des Beitrags		1:42.33	1:43.52									
Kategorie												
Sportart												
Fußball	Spo1											
Formel 1	Spo2											
Ski Alpin	Spo3	x	x									
Sprecher												
Kommentator/in	Kom1											
Co - Kommentator/in	Kom2											
Moderator/in	Kom3	x										
Reporter/in	Kom4											
Inhalte												
Streckenführung	Inh1											
Spielaufstellung/Startliste	Inh2											
Vergangene Ereignisse	Inh3											
Doping	Inh4											
Punkttestand	Inh5											
Unfall/Verletzung	Inh6											
Heldenfigur/herausragende SportlerInnen	Inh7	x										
Sonstige	Inh99											
Gestaltungselemente												
Zeitlupe	Gest1	x										
Großaufnahme	Gest2											
Wiederholung	Gest3	x	x									
Helmkamera	Gest4											
Musik	Gest5		x									
Vorbericht	Gest6											

Nachbericht	Gest7											
Interview	Gest8	x										
Analyse	Gest9	x										
Gewinnspiel	Gest10											
Prominente	Gest11											
Homestories	Gest12											
Beitrag	Gest13											
Sonstige	Gest99											
Sprache des Sprechers												
Aggressiv	Sprach 1	x										
Ironisch	Sprach 2											
Sachlich	Sprach 3											
Humorvoll	Sprach 4											
Aufgeregt	Sprach 5											
Fröhlich	Sprach 6											
Mitreißend	Sprach 7											
Ängstlich	Sprach 8											
Sonstige	Sprach 99											
Werbung												
Testimonial - Werbung	Werb1											
Sponsoren	Werb2		x									
Trikotwerbung	Werb3	x										
Bandenwerbung	Werb4											
Unterbrecherwerbung	Werb5											
Sonstige	Werb99											

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Pia Lorenz
Geboren: 11.08.1985, Wien
Familienstand: Ledig
Wohnsitz: Wien, Österreich

Bildungsweg

2008 – 2011 Doktoratsstudium an der Fakultät der Sozialwissenschaften der Universität Wien im Studienfach Publizistik - und Kommunikationswissenschaft
2006 – 2008 Magisterstudium der Publizistik - und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
Titel: „Sport im Fernsehen vs. Internet“ - Eine empirische Analyse des Nutzerverhaltens von Jugendlichen und jungen Erwachsenen am Beispiel des ORF
2003 – 2006 Bakkalaureatsstudium der Publizistik - und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
1995 – 2003 AHS Matura (neusprachlicher Zweig)
Diefenbachgasse, 1150 Wien
1991 – 1995 : Volksschule Mondweg, 1140 Wien

Zusatzqualifikationen

Fremdsprachen: Englisch (fließend)
Italienisch (Maturaniveau)
Schwedisch (Grundkenntnisse)
Latein (Maturaniveau)
Spanisch (Grundkenntnisse)

EDV - Kenntnisse: MS - Office
SPSS

Kurse / Seminare

WS2008/09 - SS2012	Bakkalaureatsstudium an der PH Wien (Volksschule)
SS2011	Forschungskolloquium für DissertantInnen
WS2008/09	Grundlagen Einsatz digitaler Medien
WS2008/09	Forschungspraktikum „Wissenschaftstheorie“
WS2008/09	Forschungspraktikum „Kommunikationstheorien“

Abstract (Deutsch)

Die Beziehung zwischen Medien und Sport bildet den essentiellen Bereich der Medienforschung.

Sport ist aus dem Fernsehen kaum mehr wegzudenken. Das Phänomen der Sportrezeption ist auf vielfältige Faktoren zurückzuführen. Das Magische Viereck (bestehend aus Sport, Medien, Wirtschaft, Publikum) ist ein bedeutender Teil einer hochwertigen Sportberichterstattung. Medien, Wirtschaft und Publikum haben einen großen Anteil an erfolgreichen Sportübertragungen.

Die Frage nach den dramaturgischen Elementen in der Sportberichterstattung und deren Auswirkungen auf das Magische Viereck bildet den Ausgangspunkt dieser Dissertation.

In der Arbeit wird detailliert der kommunikationswissenschaftliche Forschungsstand zum Thema „Sport und Medien“ aufgearbeitet. Berücksichtigt werden theoretische Annahmen und empirische Studien zum speziellen Sportangebot im ORF.

Das Anliegen der Arbeit war es, herauszufinden, welche Auswirkungen die Beziehung zwischen Medien und Sport auf die Übertragung von Sportveranstaltungen beinhaltet. Als theoretische Grundlage dienten die Systemtheorie nach Luhmann und die Handlungstheorie. Die Subsysteme des Sportphänomens (Medien, Publikum, Wirtschaft und Sport) beeinflussen sich gegenseitig in ihrer Handlung. Nur wenn die angesprochenen Systeme so handeln, dass jedes erfolgreich ist, seine Umwelt aber nicht verdrängt, kann der Sport als Verbindungselement aller bestehen.

Im empirischen Teil sind das Phänomen Sport an sich, die Beziehung zu Medien und dem Magischen Viereck Untersuchungsgegenstand der Dissertation. Das Sportprogramm der Hauptsportarten (Fußball, Ski Alpin, Formel 1) wurde hinsichtlich dramaturgischer Elemente im ORF anhand einer Inhaltsanalyse erforscht und deren Auswirkungen mittels einer Befragung von Experten aus den Bereichen des Magischen Vierecks überprüft. Dadurch ergaben sich verschiedene Sichtweisen der unterschiedlichen Subsysteme, die an einer erfolgreichen Sportberichterstattung beteiligt sind. Es stellte sich heraus, dass aufgrund der Unvorhersehbarkeit eines Sportevents keine spezifische Dramaturgie festgestellt

werden konnte, aber sehr wohl Unterschiede zwischen den verschiedenen Sportarten bestehen. In Folge dessen können die einzelnen Subsysteme diverse Gestaltungsmittel einsetzen beziehungsweise in den Vordergrund rücken, jedoch ist das Sportereignis als dominierende Funktion verantwortlich. Dabei ließ sich feststellen, dass das Publikum eine große Rolle hinsichtlich attraktiver Sportereignisse einnimmt. Zu den weiteren herausragenden Elementen zählen Kameraperspektiven und der Sportler als Persönlichkeit.

Abstract (Englisch)

The relationship between media and sport is an essential area of the media research. One can hardly imagine television without any sport. The phenomenon of the sports reception is due to various factors. The magic quadrangle is an important share of a high - quality sports reporting. Media, economy and audience have a big interest in successful sports broadcast.

The question of the dramaturgical elements in the sports reporting and their effects on the magic quadrangle forms the starting point of this thesis. In this paper the communication - scientific research regarding "Sport and Media" is cleared in detail. Therefore I have taken into account the theoretical assumption as well as the empiric studies offered by specific sport programs by the Austrian public television broadcasting company ORF. It was my intention to find out which consequences the relationship between media and sport has on the broadcasting of sports events. The system theory by Luhmann and the action theory provided a basis for the theoretical fundament. The subsystems of the sports phenomenon (media, audience, economy and sport) affect each other in their actions. Only if the mentioned systems act in such a way that each of them is successful, their environment, however, is not edged out, sport can exist as a connecting element of all.

In the empiric part of this thesis the phenomenon sport itself, the relationship to media and the magic quadrangle are the object of investigation. The sports program of the main sports (soccer, alpine skiing, formula 1) was investigated concerning dramaturgical elements in the way the ORF broadcasted these programs with the help of a content analysis. Their effects were checked by questioning experts from the areas of the magic quadrangle.

The different perceptions of the different subsystems which are involved in a successful sports reporting thereby arose. It turned out that on account of the unpredictability of a sports event no specific dramaturgy could be determined, but very well differences between the various sports. As a result of that the single subsystems can use design medium or come to the fore, however, the sports event is responsible as a dominating element. Thereby it could be asserted that the audience plays a major role concerning attractive sport events. Other outstanding elements are camera - perspectives and the individual athlete.