

Alternative Sportarten für die regionale, öffentlich-rechtliche Sportberichterstattung des Südwestrundfunks

Isabelle Jentner

Zusammenfassung

Vor dem Hintergrund der steigenden Preise für Sportrechte und den begrenzten Mitteln des öffentlich-rechtlichen Rundfunks untersucht dieser Beitrag, welche Sportarten sich neben dem Fußball als geeignete Inhalte für die öffentlich-rechtliche Sportberichterstattung des Südwestrundfunks (SWR) erweisen. Um diese Forschungsfrage zu beantworten, wurden 27 Sportarten, die aus den Quoten der media control GmbH aus dem Jahr 2017 und aus aktuellen Entwicklungen des Medien-Sport-Komplexes hervorgingen, mit Hilfe eines selbstentwickelten Sportmedienlogik-Modells analysiert. Um die Belastbarkeit der Ergebnisse zu überprüfen, wurden die Ergebnisse mit den Meinungen von fünf Experten gegenübergestellt. Hierbei ist wichtig zu erwähnen, dass es nicht darum geht, wie sich die Sportarten verändern müssen oder an die Handlungslogik der Medien anpassen, sondern, inwiefern sich die Sportarten mit ihren derzeitigen Strukturen für die Sportberichterstattung des SWR eignen. Kernergebnis ist, dass es neben dem Fußball auch andere attraktive Medieninhalte für den Südwesten gibt.

Abstract

Keeping in mind that the prizes of sport rights are rising and that public broadcasting has only a limited budget to purchase them, this report examines what sports except football are of great use to the public sports broadcasting in the southwest of Germany. In order to answer the research question in all dimensions 27 sports have been analyzed by using a self-developed sport media logic model. Those 27 sports have been discovered by the examination of tv ratings from 2017 by media control and the recent developments of the sport-media-complex. In order to check the validity of the results five expert interviews were used. Further, it is important to note that the model is not examining the changes that sports do in order to fit into the media's expectations and action logic. The report is analyzing how the current structures of sports do fit into the overall media logic of sports broadcasting. Main result of the study is that there are alternatives to football for the regional sports broadcasting of the SWR.

Isabelle Jentner, B.A.
Hochschule der Medien
Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart, Deutschland
E-Mail: jentnerisabelle@gmail.com

1. Einleitung

„Eine einzige Zahl genügt, um die Situation auf dem Markt für Sportübertragungen zu beschreiben: In England kostet es umgerechnet mehr als zehn Millionen Euro, ein einziges Spiel der Fußball-Premier-League übertragen zu dürfen“ (Christl, 2018: S. 6). Die Preise auf dem Sportrechtemarkt explodieren. Insbesondere die Fußballrechte sind innerhalb kürzester Zeit in die Höhe geschossen. Sportübertragungsrechte sind so umkämpft wie bisher nie. Dabei gewinnt, wer am meisten Geld bietet. Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bedeutet das, zunehmend von privaten Anbietern im Kampf um die Sportrechte ausgebootet zu werden (Herbstreuth, 2017; Christl, 2018). Ein Einbruch der Preise ist nicht in Sicht. Im Gegenteil Fußballexperten wie Karl-Heinz Rummenigge erwarten einen weiteren Anstieg der Fußballrechte (Mendelin & Junkersdorf, 2018). Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten stehen somit vor einer großen Herausforderung, die dafür sorgt, dass nicht mehr alle sportlichen Großereignisse übertragen werden können und im Programm somit ein geringeres Ausmaß der hierzulande populärsten Sportart geboten werden kann (Christl, 2018).

Dabei stellt sich die Frage, warum Sport eine derart wichtige Rolle für die Berichterstattung spielt. Fußball erzielt regelmäßig Rekordquoten und bietet den öffentlich-rechtlichen Anbietern, wie dem Südwestrundfunk, somit die Möglichkeit, ein junges Publikum zu erreichen und ihre Reichweite auszubauen (Gerhard & Zubayr, 2014). Die stetig steigenden Preise behindern nicht nur den Erwerb zahlreicher Sportrechte, sondern erschweren es den öffentlich-rechtlichen Anbietern, teure Sportrechtekäufe vor der Öffentlichkeit zu legitimieren. In dieser Herausforderung liegt aber auch die Chance, andere, preiswertere, alternative Sportarten zu entdecken und medial auszubauen (Christl, 2018).

Daher beschäftigt sich dieser Beitrag mit der Forschungsfrage, welche Sportarten das Potenzial haben, eine zukünftige Alternative zum Fußball in der regionalen TV- und Bewegtbild-Sportberichterstattung am Beispiel des Südwestrundfunks (SWR) zu sein. Ziel dieses Artikels ist es deshalb, eine Regionalsportempfehlung für den SWR zu entwickeln und hierbei potenzielle Alternativen hervorzuheben und zu bewerten. Zunächst werden daher wichtige Prinzipien des Sportjournalismus erläutert, gefolgt von der Methodik, dem zur Sportartenanalyse erstellten Modell gefolgt den Kernergebnissen. Ein Fazit schließt den Beitrag ab. Geleitet wird der Beitrag von der Annahme, dass es Sportarten gibt, die, wie der Fußball, ebenfalls ein hohes Potenzial aufweisen können und sich somit ebenso für die regionale Sportberichterstattung eignen. Um Alternativen zum Fußball zu identifizieren, wird in dieser Arbeit unter anderem nach ähnlich starken Reichweitenpotenzialen gesucht. Das bedeutet, dass die Daten unter anderem durch eine Analyse der TV-Quoten erhoben wurden und hierbei als ein Erfolgskriterium die Relation zwischen Sehbeteiligung und Sendedauer gewählt wurde.

2. Theoretischer Hintergrund: Der Sport-Medien-Komplex und die Prinzipien der Sportberichterstattung

2.1. *Verhältnis von Sport und Medien*

Um die umfassende Logik des SWR in ein Modell zu transformieren, gilt es die Grundlagen des Medien- und Sportsystems genauer unter die Lupe zu nehmen. Das Verhältnis von Sport und Medien ist, wie in der Einleitung bereits erwähnt, ein besonderes. Die Beziehungen sind durch gegenseitige Abhängigkeiten und Verflechtungen geprägt. Dieses Konstrukt wird als Sport-Medien-Komplex bezeichnet. Dieser spielt vor allem in der Kommunikationswissenschaft eine große Rolle (Ihle, 2016). Beziehungen zwischen beiden Systemen

sind zum einen von ökonomischer Natur. Medien benötigen Sport, um ihre Reichweite zu generieren (Heinecke, 2017). "Hohe Reichweiten und die Aussicht auf positive Imageeffekte für Sponsoren und Werbungtreibende machen Sport zu einem anhaltend attraktiven Programmangebot" (Rühle, 2017: S. 493). Der Sport fördert zudem die Bildung von Angebotsprofilen eines Senders (ebd.).

Sport benötigt wiederum die Medien, wie den SWR, um sich zu finanzieren. Der Verkauf von Sportrechten an Medien ist für Sportorganisationen von großer Bedeutung. Denn seit den 1960er Jahren ist dies die Haupteinnahmequelle der Finanzierung des professionellen Sports (Stiehler, 2016).

Die Beziehung von Sport und Medien kann aber auch politisch sein. Der Sport kann die Medien nutzen, um sportpolitische Interessen gegenüber dem Staat zu kommunizieren (Ihle et al., 2017). Im Sportsystem ist außerdem zu beobachten, dass "eine Integration von Medienunternehmen in die Verbandsstrukturen" (Ihle et al., 2017: S. 13) stattfindet. Der Sport hat somit die Relevanz von Medien und deren Vorteile für die eigene Kommunikation erkannt und versucht, diese auch für sich zu nutzen.

2.2. Die besondere Bedeutung des Sports für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Sport ist nicht nur beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein besonders beliebter Programmpunkt und vor allem im Fernsehen erfolgreich (Ihle, 2018). Laut Stephanie Heinecke entspricht der Sport meist stark den Anforderungen, die Medien an ihre Inhalte stellen. Sport bedient Nachrichtenfaktoren wie Überraschung, ungewöhnliche Erfolge und Leistungen, Prominenz oder Konflikt (Heinecke, 2016; Schwier & Schauerte, 2008). Sport bietet zudem Spannung, Dramatik und den ungewissen Ausgang (Grimmer, 2014). Dynamik und Action können durch Sport ebenfalls gut abgebildet werden, jedoch bieten die Sportarten hier unterschiedliche Voraussetzungen (Heinecke 2016). „Außerdem produziert der Sport die zentralen Inhalte selber, für die Medien sind Produktions- und Kreativitätsaufwand somit begrenzt“ (Ihle et al., 2017: S. 35). Bei der Sportberichterstattung spielen auch die Relevanz von Fakten, deutsche Mannschaften und Athleten, das Privatleben der Sportler und Verletzungen eine Rolle (Ihle, 2018).

Sportarten, die sich besonders gut in die Logik der Medien einfügen, werden als Mediensportarten bezeichnet (Horky, 2009). Für den ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky macht eine fernsehtaugliche Sportart aus, dass sie verständliche Regeln besitzt, dramatische Wettbewerbe und nationale Helden mit Charakter bietet, die auch international erfolgreich und konkurrenzfähig sind (Bachner, 2008). Eine einheitliche Definition von Mediensportarten gibt es jedoch nicht (Horky, 2009). Ein weiterer Faktor sind außerdem die Vermarktungsmöglichkeiten, die eine Sportart bietet. Dazu gehören beispielsweise Sportstars, die Ausstrahlung des Sportlers, die sportlichen Leistungen und die Spannung, die durch die sportliche Begegnung erzeugt werden (ebd.). Horky (2009) beschreibt eine Mediensportart folgendermaßen: „Sportarten benötigen spannungsgeladenes, ästhetisches Kapital in Form von sportlichen Handlungen, um Mediensportarten werden zu können“ (S.300). Mediensport stellt nach dieser Definition eine Steigerung und somit eine Weiterentwicklung des Sports dar. Zentrale Faktoren dieser Steigerung sind die Spannungssteigerung und der hohe Aktualitätsbezug (Horky, 2009).

Der SWR bezieht seine Sportrechte, wie alle anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, über die Sportrechteagentur SportA. Für den SWR und die ARD stellen der Sport und seine exklusiven Rechte außerdem eine strategische Ressource dar. Mit Sport-Inhalten versuchen diese, hohe Zuschauermarktanteile zu generieren (Meier & Hagenah, 2016). Die Fußball- Weltmeisterschaft 2014 brach beispielsweise drei Einschaltquotenrekorde (Gerhard & Zubayr, 2014). Mit der Sportberichterstattung kommen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten darüber hinaus ihrem öffentlichen Auftrag nach. Sport ist ein Kulturgut. Somit ist dieser auch ein Mittel der öffentlich-rechtlichen Legitimation (Grimmer, 2014).

Alle Rundfunkanstalten müssen hierbei die Sportberichterstattung nicht nur vor der Öffentlichkeit, sondern auch vor der KEF, der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, rechtfertigen (Huber, 2015). Bei der ARD füllt der Sport ungefähr acht Prozent der kompletten Sendezeit. Dieser Anteil entspricht mehr als 27 vollen Tagen eines Jahres (Deutschlandfunk, 2017). Die Sportberichterstattung der öffentlich-rechtlichen und der privaten Anbieter unterscheidet sich stark. Private Sender zeigen die besonders nachgefragten Sportarten, während die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sich durch Sportmagazinsendungen, in denen auch weniger bekannte Sportarten eingebunden werden, abgrenzen (Ihle, 2018). Die Nachrichten sind zudem weniger Restriktionen unterworfen als Sportübertragungen, da die Beiträge hier wesentlich kürzer und somit preisgünstiger sind (ebd.). Die Relevanz von Sportarten kann außerdem zwischen Regionen variieren, da Sportarten unterschiedlich tief in der Tradition verwurzelt sein können (Horky, 2009). Sport ist ein fester Programmbestandteil der Dritten Programme der ARD. Für diese ist besonders die regionale und lokale Ausrichtung ihrer Sportberichterstattung von Bedeutung (Rühle, 2017). Daher ist es für den SWR besonders wichtig, ob eine Sportart regionale Strukturen, wie beispielsweise Ligen und Verbände, oder erfolgreiche Athleten aus der Region besitzt.

2.3. Sportrechte des SWR

Auch für regionale Sender, wie den SWR, stellen die oben genannten Gründe der Imageförderung, die Reichweitengenerierung und die Profilbildung wichtige Säulen der Programmbildung dar. Die hohen Preise der Sportrechte lassen die Fußball-Berichterstattung dünner ausfallen. Der SWR besitzt beispielsweise die Rechte für die dritte Liga und die Regionalliga Südwest. Die anderen Fußballrechte sind zu teuer geworden. Von der Bundesliga oder der Zweiten Bundesliga konnten nur die Nachverwertungsrechte erworben werden. Von den Bundes- und Zweitligisten aus dem Südwesten dürfen jeweils nur 90 Sekunden Material in Beiträgen verwendet werden, und zwar meist mit z.T. erheblicher zeitlicher Verzögerung (Spiegel Online, 2009; SWR Sport, 2019a; Zinnecker, 2019). Mehr ist mit der momentanen Rechtesituation nicht möglich. Live werden beim SWR nur Drittliga-Partien im Fernsehen sowie im Livestream übertragen (SWR Sport, 2019a). Neben Fußball zeigt der SWR auch Tennis, Turnen, Motocross und Pferdesport (SWR Sport, 2019b). Noch besitzt der SWR die Rechte für den DFB-Pokal, Olympia, die Fußball-Weltmeisterschaft und Wintersport (Sportbuzzer, 2019). Die öffentlich-rechtliche Sportberichterstattung fokussiert sich nicht nur auf populäre Sportarten, sondern gibt getreu dem Vielfaltsgebot auch Randsportarten die Möglichkeit, sich zu zeigen. Diese werden im 33er Vertrag der SportA zusammengefasst. Der Name des Vertrags leitet sich von den 33 Randsportarten, die im Vertrag enthalten sind, ab (Kreuzer, 2009).

2.4. Medialisierung

Die eben im Sport-Medien-Komplex erläuterten Verbindungen lassen sich durch die Medialisierungstheorie erklären. Medialisierung, Mediatisierung und der entsprechende englische Begriff *mediatization* werden zwar je nach Autor unterschiedlich definiert, gemeinsam ist jedoch das zugrundeliegende Phänomen: Wandlungsprozesse, die aus der gestiegenen Bedeutung der Medien resultieren (Heinecke, 2014). Diesen unterliegt auch der Sport-Medien-Komplex (Ihle et al., 2017). Das Konzept „Medialisierung“ wird in der Kommunikationsforschung jedoch nicht nur genutzt, um Veränderungen des Mediensystems zu erklären, sondern auch, um aufzuzeigen, wie sich andere gesellschaftliche Funktionssysteme an die Handlungslogik der Medien anpassen (Heinecke, 2014).

Michael Meyen geht in seinem Beitrag zur Medialisierung des Spitzenfußballs davon aus, dass sich durch die Orientierung des Sports am Mediensystem auch der Fußball selbst verändert hat (Meyen, 2014). Der Spitzensport hat sich seit den 80er Jahren immer wieder verändert und an die Handlungslogik von TV-Sendern und Massenmedien angepasst. Diese These unterstützt auch Stephanie Heinecke in ihrer Studie zur Medialisierung des Spitzensports (Heinecke, 2014). Fußball ist bei Zuschauern und Medien am beliebtesten in Deutschland und erhält Vorrang in der Programmplanung von Medienhäusern. Dabei hat sich der Ballsport über die Jahre konstant weiterentwickelt. Ob es sich nun um die Änderung von Spielansetzungen, die Vergrößerung der eigenen Kommunikationsabteilungen oder um die Fußballstadien, die an zur Verfügung gestellte Fernsehstudios erinnern, handelt, der Fußball zeigte über die vergangenen 20 Jahre einen vergleichsweise hohen Medialisierungsgrad auf und steht damit an der Spitze der deutschen Sportlandschaft (Heinecke, 2014).

Veränderungen der Strukturen fanden aber nicht nur beim Fußball, sondern beispielsweise auch beim Biathlon statt. Heinecke fand heraus, dass die neuen Formate, die Biathlon zuletzt 2006 einführte, einen mittleren bis hohen Medialisierungsgrad aufweisen und die Anpassungen an die Medienlogik für den Biathlon ein Erfolgskonzept darstellen. Der höhere Medialisierungsgrad und die daraus resultierenden Anpassungen machten den Sport telegener und verschaffte ihm mehr Sendedauer. Selbst Beachvolleyball konnte seine Sendezeit mit einem mittleren Medialisierungsgrad verdoppeln (ebd.). Es scheint also einen Zusammenhang zwischen dem Medialisierungsgrad und der Aufmerksamkeit, die der Sportart durch die Medien zuteilwird, zu bestehen. Heinecke betont dennoch, dass der Grad der Medialisierung und dessen Auswirkungen auf die Sendedauer unterschiedlich ausfallen (Heinecke, 2016).

2.5. *Medienlogik*

Grundlage all dieser Anpassungen bildet die Medienlogik. Sie ist ein vieluntersuchter Gegenstand der bisherigen Medialisierungsforschung. Die Medienlogik entscheidet zum Beispiel, welcher Sport sich für das Fernsehen eignet und welcher nicht (Heinecke, 2016). Der Begriff Medienlogik zeichnet sich durch seine diversen Interpretationen aus. Das Konzept basiert nämlich nicht auf einer einheitlichen Definition. Bereits bei der Einführung des Begriffs durch David Altheide und Robert Snow im Jahr 1979 war der Ausdruck Medienlogik sehr unpräzise und abstrakt. Zudem bezog sich der Begriff zu Beginn lediglich auf das Fernsehen (Karidi, 2017).

Bei der Medienlogik handelt es sich um die Handlungsweise von Medien. Es kann von einer konzeptionellen Medienlogik ausgegangen werden oder davon, dass jedes Medium seine eigene Handlungslogik verfolgt (Karidi, 2017). Die Eigenschaften des jeweiligen Mediums prägen daher dessen Handlungslogik. Auch Meyen bestätigt, dass „institutionalisierte Medienangebote einer konzeptionellen Logik folgen, die auch von der Kommunikationsumgebung abhängt“ (Meyen, 2015: S. 25). Ein Beispiel hierfür ist die Sportberichterstattung im Fernsehen. Um dort gezeigt zu werden, muss eine Sportart telegen sein und somit auch visuell ansprechend sein. Somit prägen die Visualisierungsmöglichkeiten das Bewegtbild. Zur Handlungslogik gehören ebenso Arbeitsroutinen (Karidi, 2017; Meyen, 2015). Arbeitsroutinen, die die Medienlogik zentral beeinflussen, sind beispielsweise der Zeit- und Kostendruck sowie die Publikumsorientierung (Schaffrath & Kautz, 2017).

2.6. *Erforschung der Handlungslogik*

Um die Handlungslogik der Medien näher zu untersuchen, kann beispielsweise die Inhaltsanalyse verwendet werden. Hierbei wird jedoch lediglich analysiert, welche Inhalte bereits erschienen sind und nicht erhoben, gegen welche Inhalte man sich entschieden hat (Meyen, 2015). Dennoch wählt Meyen, um die Leitprinzipien von deutschen Tageszeitungen zu analysieren, die Inhaltsanalyse (Meyen, 2015). Für seine qualitative Inhaltsanalyse der Handlungslogik der Medien benutzt Meyen die Kategorien Selektion, Präsentation und Interpretation, eine Aufteilung der Medienlogik, die Karidi in ihrer Studie zu Veränderungen in der Medienlogik ebenfalls benutzt (Karidi, 2017; Meyen, 2015). Somit sind in deren Forschungsmodellen Nachrichtenfaktoren, die Anordnung von Inhalten und die Rahmung von Informationen gegeben. Zudem sind auch Selektion, Präsentation und Interpretation von den Eigenschaften des jeweiligen Mediums abhängig (Meyen, 2015).

Die Selektionslogik resultiert laut Meyen darin, dass weniger über das Fußballspiel und mehr über Handlungen abseits des Platzes, wie persönliche Konflikte von Spielern oder Siegesserien, berichtet wird. Die Präsentationslogik verfolgt wiederum das Ziel, möglichst viele Rezipienten zu erreichen und möglichst viel Aufmerksamkeit zu generieren. Inhalte werden daher so aufbereitet, dass sie schnell zu begreifen und übersichtlich sind (Meyen, 2015). Die Interpretationslogik der Massenmedien ist laut Meyen darauf ausgelegt, „Geschichten zu erzählen“ (Meyen, 2015: S. 23). Emotionen und Dramatisierung spielen hierbei eine Rolle (ebd.). Zudem weist Meyen auf den Umstand hin, dass die Kommerzialisierung die journalistische Qualität und das Selbstverständnis der Journalisten auf die Probe stellt (Meyen, 2015).

2.7. *Einseitige Entwicklung der Handlungslogik*

Auch wenn die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Sportberichterstattung, auch der SWR, vor allem auf Vielfalt setzen (Ihle, 2018), so fanden Meier und Hagenah heraus, dass man von einer relativen Fußballkonzentration sprechen kann (Meier & Hagenah, 2016). Denn Fußball besitzt nicht nur eine hohe Zuschauerakzeptanz und erfreut sich großer Beliebtheit, sondern bietet einfache Wettbewerbsstrukturen sowie eine Bandbreite an Stars, mit welchen langfristig gearbeitet werden kann und konstante Loyalitäten gefördert werden. Das Sportangebot wurde seit 1995 reduziert, weshalb keine absolute, aber eine relative Fußballkonzentrierung der Berichterstattung nachgewiesen werden konnte (ebd.). Der Stellenwert des Fußballs in der Medienwelt äußert sich auch in der Preisentwicklung der Fußballübertragungsrechte (ebd.). „Aus Sicht des Fernsehens ist Fußball daher die Sportart, die am zuverlässigsten hohe Reichweiten verspricht“ (Meier & Hagenah, 2016: S. 28f.).

2.8. *Prinzipien der Sportmedienlogik: Selektion, Präsentation und Interpretation*

Welche Prinzipien verfolgt nun aber ein Medienhaus, wie der SWR? Hierbei lässt sich die Logik, wie bereits erwähnt, grundsätzlich in drei zentrale Schritte unterteilen: die Selektion, die Präsentation und die Interpretation (Karidi, 2017; Meyen, 2015). Selektion spielt auch im Sportjournalismus eine Rolle. Relevante Inhalte müssen auch hier von weniger relevanten Inhalten unterschieden werden. Hierfür gibt es Nachrichtenfaktoren. Für Bölz fallen darunter Nähe, Prominenz, Aktualität, Sensation und human interest. Unter Nähe definiert Bölz unter anderem Betroffenheit bezüglich eines sportlichen Ereignisses (Bölz, 2018). Durch die zunehmende Digitalisierung hat sich die Medienlogik verändert. Es müssen ständig neue Informationen geliefert werden, um aktuell zu bleiben. Diesen Umstand beschreibt die rolling news media logic. Der Begriff

bezieht sich hauptsächlich auf Fernsehnachrichten und zeigt, dass Nachrichtensendungen ein höheres Tempo aufweisen und zunehmend live berichten (Karidi, 2017). Ohne Daueraktualität funktioniert der Sportjournalismus nicht. Um Aktualität zu gewährleisten, müssen Sportarten ständig neue Ereignisse, Informationen oder Ergebnisse aufweisen (Bölz, 2018). Für die Komponente der Spannung spielt unter anderem auch die Aktionsdichte eine Rolle. Außerdem sollten die Partien seriell erzählt werden können, sprich in regelmäßigen Abständen stattfinden (Horky, 2009). Sport produziert auch regelmäßig Skandale, ob es sich nun um Doping, Korruption oder den Abstiegskampf handelt. Kontroverse und polarisierende Inhalte spielen eine Rolle. Hierzu gehört beispielsweise regelwidriges Verhalten (Bölz, 2018). Relevanz ist ebenfalls ein Aspekt der Selektionslogik. Eine Sportart sollte hierfür eine größere Anzahl von Menschen betreffen und erreichen (Bölz 2018). Eine besonders große Relevanz weisen sportliche Großereignisse auf. Zur Übertragung dieser sind die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sogar gesetzlich verpflichtet (Rundfunkstaatsvertrag, 2016). Um die regionale Sportberichterstattung zu gewährleisten, sind regionale Strukturen, Sportler und Vereine nötig. Über deren Identitäten kann sich der SWR profilieren und sich so von der privaten Konkurrenz sowie vom Hauptprogramm der ARD abheben (Bölz, 2018). Die Akteure einer Sportart werden für Sportjournalisten nicht nur durch herausragende sportliche Leistungen, sondern auch durch ihre Telegenität interessant (Heinecke, 2014; Meyen, 2014). Für die Telegenität ist die Ästhetik von großer Bedeutung (Bertling, 2009). Diese endogene Ästhetik bezieht sich auf die äußere Erscheinung der Athleten (Schierl, 2007).

Neben der Selektion ist auch die Präsentation Teil der Medienlogik. Bei der Präsentation kommt es auf die visuellen Darstellungsmöglichkeiten einer Sportart an. Die Präsentationslogik bildet daher die Visualisierungs- und Inszenierungsmöglichkeiten ab. Unter der Visualisierung wird die Bebilderung einer Sportart verstanden (Heinecke, 2014). Fernsehübertragungen bilden Sportwettkämpfe nach dem Beispiel anderer Live-Ereignisse ab. Hierbei wird versucht, das Geschehen aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten. Die Blickwinkel lassen sich in Fernperspektive und Nahe-Perspektiven unterscheiden. Bei der Fernperspektive, im Fachjargon auch Führungskamera genannt, sollte die Kamera höher stehen, um eine Übersicht über das Spielgeschehen zu ermöglichen (Guido, 2008). Diese Einstellung ermöglicht eine „umfassende und geometrische Wahrnehmung der Szene“ (Guido, 2008: S. 64). Die verschiedenen Nahen-Einstellungen setzen Publikum und Protagonisten wie beispielsweise Stadionbesucher, Trainer, Funktionäre und Spieler in Szene. Die unterschiedlichen Ansichten der Nahen-Perspektiven gewährleisten, dass die Regie zwischen verschiedenen Einstellungen wechseln kann (Guido, 2008). Zudem spielt es für die Sportübertragung eine Rolle, ob die Kamera an Athlet oder Sportgerät befestigt werden kann und ob Sportgeräte im Kamerabild überhaupt zu erkennen sind. Beim Tischtennis wurde aus letzterem Grund darüber diskutiert, die Tischtennisbälle zu vergrößern, damit die Zuschauer diese besser sehen können (Heinecke, 2014). Das Resultat dieser diversen Perspektiven sind Unmengen an Filmmaterial, welches beispielsweise Magazin- oder Nachrichtensendungen nutzen. Über die Verarbeitung des Materials und die Inszenierungsmöglichkeiten werden eine gewisse Szenerie und ein bestimmter Ablauf geschaffen (Guido, 2008). Bei der Visualisierung von Sportereignissen spielen daher ritualisierte Abläufe eine Rolle (Heinecke, 2014).

Bei der Visualisierung geht es auch um die Inszenierung von Information, wie beispielsweise durch Bildtechniken wie Zeitlupen, stilisierte Duelle und Grafiken (Heinecke, 2014). Die Visualisierung kann auch aus Logos oder bewegten Bildern bestehen (Karidi, 2017). Zu den Inszenierungsmöglichkeiten gehört daher die exogene Ästhetik. Diese Form von Ästhetik konzentriert sich auf Grafiken oder Bilder (Schierl, 2007). Ebenso ist die Nutzung von Bildbearbeitung zur Erstellung von Zeitlupen ein wichtiges Element des Sports im Fernsehen (Heinecke, 2014). Pausen während eines Wettkampfes oder eines sportlichen Ereignisses werden zudem dazu genutzt, um Publikum, Sportler und Zeitlupen der Highlights zu zeigen (Guido, 2008).

Die Dynamisierung ist ebenso Teil der Präsentationslogik. Dynamisierung findet in der Sportberichterstattung durch eine Tempoerhöhung statt (Heinecke, 2014; Stiehler, 2012). Die Dynamik kann gefördert werden, indem Wettkämpfe verkürzt werden, spektakuläre Elemente oder Showelemente in Begegnungen einer Sportart enthalten sind (Heinecke, 2014). Die Geschwindigkeiten, die in einer Sportart erreicht werden, beeinflussen ebenfalls das Tempo der Sportberichterstattung (Guido, 2008).

Ein weiterer Aspekt der Präsentation ist die Verstehbarkeit. Abläufe eines Wettkampfes sollten nachvollziehbar und transparent sein (Horky, 2009). Hierbei geht es darum, ob Sportarten aus ihrem Ablauf und Auftreten heraus, überhaupt für die breite Masse verständlich sind (Bözl, 2018). „Je einfacher und klarer etwas erscheint, desto eher ist man bereit, eine Information weiter zu tragen“ (Bözl, 2018: S. 239). Hierzu zählt auch, ob die Rollenverteilung, beispielsweise die Unterscheidung zwischen Trainer und Sportler, gegeben ist (Heinecke, 2014). Außerdem fördern Nummern, die die Athleten auf ihren Trikots, etc. tragen, die Verstehbarkeit. Ebenso unterstützen Wettkampfdress, die auch ein visueller Faktor sind, sowie die Mannschaftsaufstellung die Verstehbarkeit (Stiehler, 2016). Bei der Verstehbarkeit zählt auch, ob eine Sportart einen klaren zeitlichen Rahmen und den Sinn der sportlichen Tätigkeit definiert, um sportliche Wettkämpfe verständlich zu machen und einheitliche Bedingungen zu schaffen (Heinecke, 2014).

Bei der Interpretation von Sportinformationen kommen Frames zum Einsatz. Als Frames werden Interpretationsrahmen, kognitive Strukturen oder gebündelte Schemata bezeichnet. Gemeint ist die Rahmung von Informationen, sodass sie der Rezipient leichter einordnen kann. Inhalte knüpfen dabei an Erfahrungswerte an und enthalten Bewertungen (Bözl, 2018). Redaktionen schaffen ihre eigenen Helden und Mythen (ebd.). In der Sportberichterstattung spielt außerdem die Rahmung von sportlichen Ereignissen in Form von Geschichten eine Rolle. Narrativisierung bezeichnet Berichte und Beiträge, die in Form einer Geschichte erzählt werden (Heinecke, 2014; Stiehler, 2012). Vor- und Nachberichte konzentrieren sich hierbei auf eine Person oder ein zentrales Ereignis (Heinecke, 2014; Stiehler, 2012). Großereignisse oder Megaevents sind auch Medienereignisse und spielen daher eine Rolle. Zu Großereignissen zählen die Olympischen Spiele und die Fußball-Weltmeisterschaft (Ihle et al., 2017). Die Abhängigkeit der Narrativisierung von den Akteuren des Sports legt außerdem nahe, dass eine Vielfalt der Akteure das Storytelling fördert, da hierdurch mehr Darstellungsmöglichkeiten geboten werden (Bözl, 2018).

Ein weiterer Aspekt der Interpretation ist die Dramaturgie. „Der Sport bietet alles, was ein gutes Drama im aristotelischen Sinne auszeichnet. Die Einheit von Ort, Zeit und Handlung, Charaktere, die Geschichten erzählen, die über sich hinausweisen, sowie Stoffe, die geradezu idealtypisch von menschlichen Erfahrungen wie Grenzen und deren Überwindung, Sieg und Niederlage, Glück und Unglück, Fairness oder Regelüberschreitung, Freundschaft und Feindschaft, gar Gewissheit und Ungewissheit erzählen“ (Bözl, 2018: S. 45). Zentraler Aspekt der Dramaturgie sind Konflikte, wie beispielsweise öffentliche Diskussionen oder Rivalitäten. Dramaturgie ist außerdem darauf ausgerichtet, Spannung zu erzeugen (Mikos, 2015). Bei sportlichen Wettkämpfen wird auch gerne die Körperlichkeit betont, indem beispielsweise auf das Verletzungsrisiko hingewiesen wird (Gleich, 2000). Ton ist für die Dramaturgie ebenso wichtig. „Ein tonloses Geschehen wirkt unvollständig, unwirklich, wie tot“ (Hickethier, 2001: S. 96). Neben der Authentizität beeinflusst die Original-Atmosphäre auch Emotionen und Aufmerksamkeit (Jacobs & Großpietsch, 2015). Hinzu kommt, dass bei der Interpretation im Sportjournalismus Relevanzzuschreibungen ebenfalls von Bedeutung sind, um sportlichen Ereignissen mehr Spannung zu verleihen. Bei der Relevanzzuschreibung werden Wettbewerbe einer Sportart oder Spiele einer Liga durch eine Bedeutungszuschreibung aufgewertet (Heinecke, 2014). Sachlichkeit und Überprüfbarkeit stellen ebenfalls einen Aspekt der Interpretation dar. Es geht dabei darum, die Selbstbeobachtung des Sports herzustellen. Dies erfolgt beispielsweise über Zahlen und Fakten (Bözl, 2018). Außerdem sind Aufschreibsysteme, wie beispielsweise Tabellen oder die Organisation des Sports in einer Liga,

wichtig, um die Dokumentation und den Vergleich der sportlichen Leistungen zu ermöglichen (Stiehler, 2016). Handlungen und sportliche Tätigkeiten von Athleten werden zudem durch das Regelwerk überprüfbar und vergleichbar, da die Bedingungen vereinheitlicht werden (Heinecke, 2014). Auch Experten beeinflussen die Sachlichkeit. Sie geben Erklärungen oder Prognosen ab und interpretieren sportliche Situationen (Karidi, 2017).

Die Medienlogik besteht somit aus vielen verschiedenen Aspekten, die zusammengenommen die Handlungen des Medien- sowie des Sportsystems beeinflussen. Da die übergreifende Medienlogik sich über alle Medien erstreckt, treffen alle eben genannten Kriterien auch auf die Handlungslogik des SWR zu. Die Regionalität spielt hierbei jedoch eine herausragende Rolle, da sie das Programm des SWR von der Konkurrenz sowie dem Programm der ARD abgrenzt.

3. Methodik und Forschungsdesign

3.1. Zusammenfassung des Vorgehens

Um zu erforschen, welche Sportarten das Potenzial haben, eine zukünftige Alternative zum Fußball in der regionalen TV- und Bewegtbild-Sportberichterstattung des SWR zu sein, unterteilt sich die Studie in drei Schritte.

Im ersten Schritt werden aus den Quoten von media control aus dem Jahr 2017 die erfolgversprechendsten Sportarten der Berichterstattung unter Berücksichtigung der Reichweitenpotenziale ermittelt. Diese bilden zusammen mit aus der Literatur ermittelten Trends eine Stichprobe von 27 Sportarten. Fußball ist dabei aufgrund seiner einzigartigen Position im Mediensystem als Vergleichswert in dieser Stichprobe enthalten. Die Ausnahmestellung des Fußballs wird nicht nur im theoretischen Hintergrund, sondern auch in der Einleitung deutlich.

Nach der Erstellung der Stichprobe folgt in Schritt zwei die Datenerhebung durch ein aus der Literatur entwickeltes Sportmedienlogik-Modell. Hierbei werden die 27 Sportarten mithilfe eines Kriterienkatalogs untersucht. Die Kriterien stammen allesamt aus dem Stand der Forschung. Im dritten Schritt wird die Plausibilität des Modells und die Aussagekraft seiner Ergebnisse durch fünf Experteninterviews überprüft. Die Gegenüberstellung der Ergebnisse mit den Erfahrungswerten der Experten erfolgt im Abschnitt der Ergebnisinterpretation. Dieses Forschungsdesign wurde gewählt, da es bisher kein vergleichbares Modell zur Sportartenauswahl gibt.

3.2. Schritt 1: Trendanalyse

3.2.1. Welche Sportarten zeigen eine auffällige Entwicklung?

Der erste Schritt für die Ermittlung der Stichprobe und die spätere Datenerhebung besteht aus einer Literaturanalyse von aktuellen Trends und Entwicklungen aus der Kommunikationsforschung, dem Sport- und dem Mediensystem. Hieraus ergeben sich sieben Sportarten: Basketball, Beachvolleyball, Eishockey, Riversurfing, Darts, eSports und der Langzeittrend Biathlon. Als Trends werden in diesem Fall auffällige Entwicklungen sowie Tendenzen und Beobachtungen aus der Medien- und Sportwelt bezeichnet. Daher wird in dieser Arbeit auch von Trends und nicht von Trendsportarten gesprochen. Denn Sportarten wie Biathlon sind keine Trendsportarten. Bei Biathlon ist aber der erneute Anstieg der Zuschauerzahlen (Oberbayrisches Volksblatt, 2016; Quotenmeter, 2017) interessant und zeigt, dass das Interesse an der Wintersportart steigt, was eine signifikante Entwicklung im Sinne der hier aufgestellten Trenddefinition ist. Biathlon hat über die

Jahre einen mittel bis hohen Medialisierungsgrad aufgewiesen und sich verändert. Neue Formate steigerten die Attraktivität des Biathlons und sorgten dafür, dass die Sportart ihren Sendeanteil ausbauen konnte (Heinecke, 2016). Mittlerweile ist Biathlon die „führende Wintersportart im deutschen Fernsehen“ (Heinecke, 2016: S. 50). Die Biathlon-Zuschauerzahlen haben sich bereits 2016 im Vergleich zur Vorsaison nochmal erhöht (Oberbayrisches Volksblatt, 2016). Auch 2018 ist Biathlon die erfolgreichste Wintersportart im deutschen Fernsehen (Süddeutsche Zeitung, 2018).

Ein polarisierender Trend ist Darts. Darts „bekommt mehr Live-Sendezeit als viele olympische Disziplinen zusammen“ (Heinecke, 2017: S. 90). Zudem erzielte die Darts-Weltmeisterschaft Ende 2017 hohe Quoten auf Sport1 (Pohlig, 2017). Darts generiert hohe Quoten, obwohl die Sportart in Deutschland weder herausragende Athleten noch eine Tradition besitzt (Heinecke, 2017). Als Grund für den Erfolg des Darts führt Heinecke die intensive Vermarktung des Sports, beispielsweise durch gezielte Kooperationen mit Medien, an. Darts bietet besonders viel Telegenität durch sein kostümiertes Publikum und seine auffälligen Athleten (Heinecke, 2017). Das Potenzial von Darts hat auch der Südwestrundfunk erkannt und das Format Darts im Dritten zu seiner Sportsendung Sport im Dritten hinzugefügt. Hierbei treten unter anderem geladene Sportler oder Gäste an der Dartscheibe gegeneinander an (SWR Sport, 2018).

Ein weiterer Trend, der hoch gehandelt wird, ist eSports. Ab 2022 sollen eSports auch zum Programm der Asienspiele gehören (Heinecke, 2017). Nicht nur in Asien, auch in Deutschland lassen sich eindeutige Entwicklungen erkennen. Es gibt mittlerweile die virtuelle Bundesliga, in der eSportler für Bundesliga-Vereine in virtuellen Begegnungen antreten (Virtuelle Bundesliga, 2018). Zudem investieren Fußball-Bundesligisten wie der VfB Stuttgart, der VfL Wolfsburg oder der FC Schalke 04 in eSportler (Ladwig & Baron, 2017). eSports erreicht bereits ein Millionenpublikum über Online-Plattformen (Heinecke, 2017). Die Befragung von Entscheidungsträgern des Sports durch PwC aus dem Jahr 2017 ergab, dass für eSport ein sehr hohes Wachstum erwartet wird (PwC, 2017). Das Potenzial von eSports haben beispielsweise der Kicker oder Sport 1 erkannt. Der Kicker hat für eSports eine eigene Website (Kicker, 2018). Sport 1 berichtet ebenfalls intensiv über den virtuellen Sport (Sport1.de, 2018).

Die PwC Sportstudie von 2017 prognostiziert Basketball ebenfalls ein positives Wachstum (PwC, 2017). Basketball zeigt zudem in Ulm, SWR-Sendegebiet, eine besondere Entwicklung. Während die Fußballer des SSV Ulm in Baden-Württembergs Oberliga oder Regionalliga vertreten sind, spielen die Ulmer Basketballer in der Basketball-Bundesliga (Schmid, 2018; SSV Ulm 1846 Fußball, 2018). Für herausragende Leistungen erhielt Trainer Thorsten Leibenath 2017 die Auszeichnung als Trainer des Jahres (SWR Sport, 2017). Basketball wird in Ulm sogar als Public Viewing angeboten, da die heimische Arena regelmäßig ausverkauft ist (Günter, 2018). Eine weitere nennenswerte Entwicklung beim Basketball ist die Partnerschaft mit der Telekom, die bereits seit 2014 besteht und sehr vielversprechend ist (Weis, 2016). In Baden-Württemberg zeigt sich zudem eine Tendenz zum Riversurfen. In Pforzheim, Stuttgart und Mannheim sind jeweils künstliche Wellen, nach Vorbild des Münchner Eisbachs, in Planung (Baumgärtel, 2018; Kuhn, 2018; Mannheim 24, 2017). Das Potenzial der Sportart Surfen hat auch das Olympische Komitee erkannt und ernennt Surfen zur Olympischen Sportart ab 2020 (Herkel, 2017).

Bei den olympischen Spielen in Rio 2016 fiel die Sportart Beachvolleyball besonders auf. Laura Ludwig und Kira Walkenhorst erzielten fast neun Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von fast 30 Prozent (ARD.de, 2018). Hierbei zeigt sich, dass auch weniger populäre Sportarten, die Massen begeistern können. Eine Überraschung bei den olympischen Winterspielen 2018 war die Sportart Eishockey, denn die Sportart erzielte mit dem Finale zwischen Russland und Deutschland den höchsten Marktanteil der Winterspiele – und zwar trotz ungünstiger Terminierung. Eishockey übertraf mit seinen Quoten sogar Biathlon

(RP ONLINE, 2018). Die Telekom hat bereits das Potenzial des Eishockeys erkannt und die Rechte an der Eishockey-Bundesliga erworben (Weis, 2016).

3.2.2. Zusammenstellung der Stichprobe: Auswahl durch Reichweitenpotenzial

Nicht nur die eben ermittelten Trends flossen in die Stichprobe mit ein, sondern auch die erfolgversprechendsten Sportarten aus den TV Quoten von media control aus dem Jahr 2017. Diese bildeten den Großteil der Stichprobe. Media control stellte die TV Quoten für den Programmpunkt Sport, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2017 erhoben wurden, für die Forschungsarbeit zur Verfügung. Die zur Verfügung gestellten Quoten umfassen jedoch nicht die Sender Sport1, Eurosport und Sky. Im TV-Rating des Programmpunktes Sport wurden für die im Fernsehen gezeigten Sportarten die Sendedauer, die Sehbeteiligung, welche erhebt, wie viele Zuschauer die Sportart hatte, und der von ihnen erzielte Marktanteil festgehalten.

Die TV-Quoten wurden als Grundlage gewählt, um Einblicke in die Sendeumfänge der Sportarten und deren TV-Reichweitenpotenziale zu erhalten. Als entscheidendes Erfolgskriterium für potenziell erfolgreiche Alternativen, wurde daher die Reichweite definiert. Der Großteil der Stichprobe wurde somit aufgrund einer Reichweitenlogik ermittelt. Dieses Kriterium wurde ausgewählt, da potenziell hohe Reichweiten einer Sportart die Auswahl für die öffentlich-rechtliche Sportberichterstattung legitimieren können. Das erleichtert Anstalten, wie dem SWR, sich für ihr gewähltes Sportprogramm vor der Öffentlichkeit zu rechtfertigen.

Nach der Reichweitenlogik wurden daher Sportarten als erfolgreich angesehen, die einen hohen Sehbeteiligungswert in Relation zu ihrer Sendedauer aufwiesen. Sportarten, die somit relativ viel Sehbeteiligung für ihre relativ kurze Sendedauer erhielten, waren daher potenziell erfolgreicher. Aus dem jeweils höchsten Sehbeteiligungswert in Millionen und der dazugehörigen Sendedauer einer Sportart in Minuten wurden die jeweiligen Relationswerte berechnet. Hierbei wurde die Sehbeteiligung durch die Sendedauer der jeweiligen Sportart geteilt. Die vergleichsweise höchsten Relationswerte aller Sportarten wurden in die Stichprobe aufgenommen. Die höchsten Relationswerte besitzen die Formel 1 und Feldhockey. Mittlere Relationswerte zeigen Basketball, Volleyball/Beachvolleyball, Tischtennis, Rudern und Schwimmen/Turmspringen. Zu den Sportarten mit geringeren Relationswerten gehören Tanzen, Triathlon, Turnen, Kickboxen, Boxen, Marathon, Biathlon, Skispringen, Bob/Rodeln, Eiskunstlauf/Eiskunsttanz, Ski nordisch und Handball.

Für die Analyse des Reichweitenpotenzials einer Sportart wurde folgende Rechnung für alle von media control erhobenen Daten durchgeführt¹.

$$\frac{\text{Sehbeteiligung in Millionen}}{\text{Sendedauer in Minuten}} = \text{Relationswert}$$

Durch den tabellarischen Vergleich aller Werte konnten die Sportarten mit vergleichsweise höherem Potenzial herausgefiltert werden. Zudem wurden die Sportarten mit in die Stichprobe aufgenommen, die speziell beim SWR die signifikantesten Werte erzielten. Zu diesen Sportarten gehörten Fußball, Turnen, Reitsport, Leichtathletik, Tanzen und Tennis, wobei Turnen und Tanzen bereits durch ihren Relationswert mitaufgenommen wurden.

¹ Da die Daten von media control nicht an Dritte weitergegeben werden dürfen, sind diese nicht in diesem Beitrag enthalten. Die Datenerhebung von media control enthält keine Informationen zu Sport1, Eurosport und Sky.

Dieser Schritt ist ebenfalls sinnvoll, da sich das Forschungskonzept auf die regionale TV-Sportberichterstattung des SWR konzentriert. Nach diesem Vorgehen ergaben sich aus den TV-Quoten somit 23 Sportarten für die Stichprobe. Hinzu kamen die im Stand der Forschung ermittelten Trends Basketball, Darts, eSports, Riversurfing, Biathlon, Beach-Volleyball und Eishockey. Da Basketball, Biathlon und Beach-Volleyball durch die Analyse der Quoten enthalten waren, kamen lediglich Darts, eSports, Riversurfing und Eishockey zur Stichprobe hinzu, womit diese nun 27 Sportarten, inklusive Benchmark Fußball, umfasste.

Bei näherer Betrachtung der Datenerhebung fällt auf, dass Fußball die einzige Benchmark der Studie ist. Diese Zuordnung wurde bewusst gewählt, da der Fußball in Deutschland eine Ausnahmeposition innehat. Wie bereits im theoretischen Hintergrund thematisiert, besitzt Fußball Medialisierungsstrukturen, die über zwei Jahrzehnte zurückreichen und mit denen sich bisher keine andere Sportart messen kann (Reng, 2013). Zudem spielt Fußball für die Dritten Programme sowie für die ARD eine besondere Rolle, da die Sportart nicht nur einen Großteil der Sportübertragungen und Magazinsendungen ausmacht, sondern auch junge Zuschauer zu den öffentlich-rechtlichen Programmen locken (Rühle, 2017). Daher wurden alle erhobenen Sportarten mit Fußball und dessen erzieltm Potenzial verglichen, um neue Alternativen für den SWR auszuloten.

3.3. *Schritt 2: Modellentwicklung*

3.3.1. *Das entwickelte Medienlogik-Modell: Einordnung des Modells*

Aus der Literatur wird deutlich, dass sich die bisher entwickelten Medienlogik-Modelle hauptsächlich auf den Wandel und somit auf Medialisierungsprozesse konzentrieren. Daher war es für die Forschungsfrage nötig, ein eigenes Medienlogik-Modell aus dem Stand der Forschung heraus zu entwickeln. In dieser Studie geht es nicht darum, herauszufinden, welche Sportarten sich am besten an die Medienlogik anpassen können oder welche Veränderungen stattgefunden haben, sondern darum, inwiefern die derzeitigen Strukturen und das Gesamtbild der Sportarten die gestellten Anforderungen der Sportberichterstattung erfüllen. Es kommt deshalb darauf an, wie gut sich eine Sportart derzeit in die Berichterstattung implementieren lässt. Die Studie untersucht somit das Potenzial von Sportarten und wie sehr sich diese für die Berichterstattung eignen. Dies ist aber nicht damit gleichzusetzen, dass Medienanbieter sich auch für diese Sportarten entscheiden.

Dieses Medienlogik-Modell geht wie auch schon Meyen oder Karidi von einer übergreifenden, konzeptionellen Medienlogik aus, die kontextabhängig ist (Karidi, 2017; Meyen, 2015). Dies ist von zentraler Bedeutung, da sich die Forschungsfrage auf die TV- und Bewegtbild-Sportberichterstattung des SWR bezieht. Diese Ausspielwege sind besonders von der Entwicklung der Sportrechte betroffen. Für Fernsehen und Bewegtbildangebote wie Live-Streams sind die visuellen Eigenschaften einer Sportart wichtig.

3.3.2. *Aufbau des Modells*

Das entwickelte Sportmedienlogik-Modell aus Sicht des SWR leitet sich vom theoretischen Hintergrund, besonders vom Kapitel 2.8. zu den Prinzipien der Sportmedienlogik, ab. Das Modell unterteilt sich somit in die drei Kategorien: Selektion, Präsentation und Interpretation. Jede Kategorie enthält drei bis vier Unterkategorien mit insgesamt je 14 Anforderungen, auf welche die 27 Sportarten untersucht wurden. Hierbei wurde geprüft, ob eine Sportart die Anforderung nachweislich erfüllt.

Tabelle 1: Erstelltes Sportmedienlogik-Modell (eigene Darstellung)

Selektion (S)	Präsentation (P)	Interpretation (I)
Aktualität	Visualisierung	Narrativisierung
Relevanz	Dynamisierung	Dramaturgie
Akteure	Verstehbarkeit	Relevanzzuschreibung
Regionalität		Überprüfbarkeit

Zur Kategorie Selektion gehören die Unterkategorien Aktualität, Relevanz, Akteure und Regionalität. Besonders die Aktualität spielt im verstärkten Kampf um Aufmerksamkeit eine Rolle. Medien benötigen ständig neue Informationen, die eine Sportart für sie produzieren muss. Aufgrund der enormen Bedeutung der Aktualität, die auch Karidi oder Bölz im Stand der Forschung zeigen (Bölz, 2018; Karidi, 2017), erfährt diese Unterkategorie eine höhere Gewichtung. Die Relevanz und die Akteure einer Sportart stellen im Stand der Forschung ebenfalls wichtige Aspekte der Sportauswahl dar, da sie darüber entscheiden, ob die Sportart die Schwelle zur Berichterstattung überschreiten kann. Bei der Relevanz geht es beispielsweise um herausragende Leistungen oder Großereignisse. Bei den Akteuren geht es um die Ästhetik, beispielsweise die Attraktivität, oder die Prominenz von Sportlern. Die Regionalität erhebt die regionalen Strukturen einer Sportart. Diese spielen für die Sportberichterstattung des SWR ebenfalls eine zentrale Rolle. Daher wird die Regionalität wie die Aktualität ebenfalls höher gewichtet.

Zur Kategorie der Präsentation gehören die Unterkategorien Visualisierung, Dynamisierung und Verstehbarkeit. Der visuelle Reiz und die visuellen Möglichkeiten, die eine Sportart bietet, sind für die TV- und Bewegtbild-Medienlogik ausschlaggebend. Da hier von einer kontextabhängigen Medienlogik ausgegangen wird, stellt die Visualisierung einen zentralen Einflussfaktor dar. Deshalb erfährt die Unterkategorie Visualisierung ebenso eine höhere Gewichtung. Die Dynamisierung hingegen wird, wie die anderen Unterkategorien, ohne höhere Gewichtung bewertet. Hier spielen Showelemente und spektakuläre Elemente, wie die Geschwindigkeit, die von einer Sportart präsentiert werden können, eine Rolle. Diese entscheiden ebenfalls darüber, wie temporeich sich eine Sportart inszenieren lässt. Bei der Verstehbarkeit geht es darum, wie verständlich eine Sportart aus ihrer Präsentation heraus ist. Dieser Punkt spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, wie der theoretische Hintergrund beweist, da eine Sportart, die aus ihrer Präsentation heraus verständlich ist, auch den Prozess der Simplifizierung fördert. Zur Kategorie Interpretation gehören die Unterkategorien Narrativisierung, Dramaturgie, Relevanzzuschreibung und Überprüfbarkeit. Bei der Narrativisierung werden die Möglichkeiten, die eine Sportart bietet, Geschichten um sie und ihre Akteure herum zu erzählen, analysiert. Bei der Dramaturgie wird die Spannung, die bei Begegnungen dieser Sportart geboten wird, erhoben. Die Relevanzzuschreibung wiederum prüft, ob Begegnungen auf Duelle zugespitzt werden können, wodurch die Relevanz eines sportlichen Wettkampfes gesteigert werden kann. Diese Aspekte sind im Modell enthalten, da sie für die Spannung und Dramaturgie der Sportberichterstattung zentral sind. Bei der Überprüfbarkeit geht es darum, inwiefern Ergebnisse, Statistiken, Regeln oder Prognosen einer Sportart verfügbar sind, um Leistungen und Fakten einordnen zu können. Hierbei geht es somit auch um Sachlichkeit. Die Überprüfbarkeit ist für die fest im Sportjournalismus verankerte Faktentreue und Empirie wichtig.

Was das Modell von der allgemeinen Sportmedienlogik überregionaler Medien, wie beispielsweise der Sportschau unterscheidet, ist der regionale Faktor. In der Kategorie Selektion, der Nachrichtenauswahl, ist dieser mit einer höheren Gewichtung fest verankert. Durch die Regionalität einer Sportart wird geprüft, ob eine Sportart Verbands- oder Vereinsstrukturen im Südwesten besitzt, ob es eine Verwaltung der Sportart beispielsweise in Form einer Liga gibt und ob es überhaupt erfolgreiche Athleten dieser Sportart im SWR-Sendegebiet gibt. Wird der regionale Aspekt nicht erfüllt, fällt das Potenzial der analysierten Sportart sowie deren Relevanz für den SWR wesentlich geringer aus und kommt nicht als Alternative in Betracht.

Jedoch wurden nicht alle Elemente, die die Sportberichterstattung ausmachen, im Modell erhoben. Nicht enthalten sind: Live-Charakter und Unmittelbarkeit, Skandal, Emotionalisierung, Überraschung, Simplifizierung, Framing und Heroisierung. Auch wenn es einen Trend zur Live-Sportberichterstattung gibt und die Unmittelbarkeit eine gewisse Rolle spielt, eignet sich allgemein jede Sportart für eine Live-Übertragung. Zudem ist die Echtzeit-Orientierung zu einem gewissen Maß bereits in der Unterkategorie Aktualität enthalten. Bölz deutet darauf hin, dass je aktueller ein Inhalt ist, desto unmittelbarer ist dieser auch (vgl. Bölz, 2018). Deshalb ist die Live-Übertragung kein spezifischer Punkt des Modells. Skandale sind nicht als Unterkategorie der Selektion aufgeführt, auch wenn diese eine Form von Relevanz beinhalten, da Skandale auch die Berichterstattung über eine Sportart gefährden können. Doping-Skandale wie beispielsweise in der Vergangenheit des Reitsports sorgten für weniger Akzeptanz und gefährdeten somit die weitere Berichterstattung (vgl. Heinecke, 2016).

Ein weiterer Punkt sind die Emotionen im Sport. Ein Merkmal, welches Sport ausmacht, ist, dass er allgemein Emotionen fördert und zeigt. Daher ist dies kein Punkt, indem sich Sportarten unterscheiden lassen. Die Trennschärfe ist zu gering. Die Überraschung ist ebenso ein Teil des Sports als nicht fiktiver Unterhaltungsinhalt. Sportliche Ereignisse weisen immer einen ungewissen Ausgang auf, wodurch sie Authentizität bieten. Die Trennschärfe ist somit auch hier zu gering, daher wird die Überraschung nicht im Modell erhoben.

Die Simplifizierung im Sinne der Vereinfachung von Medieninhalten ist vielmehr ein Prozess auf der Seite des Sportjournalismus als eine Anforderung, die eine Sportart erfüllen kann. Dennoch ist dieser Punkt in der Verstehbarkeit mitinbegriffen. Denn je verständlicher eine Sportart ist, desto leichter ist sie zu simplifizieren.

Framing spielt im Sportjournalismus zwar eine große Rolle, jedoch enthält bereits die Kategorie Interpretation diverse Framing-Aspekte, wodurch Framing an sich nicht zusätzlich im Modell als Unterkategorie aufgelistet werden muss. Zuletzt ist ein wichtiger Teil der Sportberichterstattung, die Heroisierung, nicht im Modell aufgelistet. Da jede Sportart Akteure besitzt und den Medien somit die Möglichkeit bietet, Helden zu erschaffen oder zu zerstören, besitzt dieser Punkt ebenfalls nicht genug Trennschärfe.

3.3.3. Punktesystem und besondere Gewichtung

Die Anforderungen der Unterkategorien wurden in Form von Fragen erhoben. Die einzelnen Anforderungen mussten durch Nachweise belegt werden. Nur über einen Nachweis gelten Anforderungen als erfüllt. Bei mindestens einer erfüllten Anforderung in einer Unterkategorie, wie beispielsweise der Relevanz gilt, dass die Sportart hierfür einen Punkt erhält. Das bedeutet, dass eine Sportart, auch wenn diese vier von fünf Anforderungen einer normal gewichteten Unterkategorie aufweist, lediglich einen Punkt erhält. Erfüllt eine Sportart keine der Anforderungen einer Unterkategorie gibt es null Punkte. Wenn eine Sportart alle Anforderungen einer normal gewichteten Unterkategorie erfüllt, wird dies nicht mit einem, sondern zwei Punkten bewertet.

Ausnahmen sind Aktualität, Visualisierung und Regionalität. Diese werden aufgrund der rolling news logic, der Kontextabhängigkeit der Medienlogik und der regionalen Bedeutung der SWR Berichterstattung mit drei Punkten bewertet. Diese drei Punkte können lediglich erreicht werden, wenn alle Anforderungen der höher

gewichteten Unterkategorie erreicht wurden. Diese Auswertungsentscheidung wurde getroffen, da die Unterkategorie nur in diesem Fall von einer Sportart in besonderem Maß erfüllt wird. Ansonsten gibt es für mindestens eine Anforderung bei diesen Kategorien ebenfalls einen Punkt. Insgesamt können im Modell maximal (max.) 25 Punkte (P.) erreicht und maximal 42 Anforderungen (A.) erfüllt werden.

Eine Anforderung ist in diesem Fall eine Bedingung, die vom Mediensystem (SWR) aufgrund der Handlungslogik an eine Sportart gestellt wird. Die Anforderungen stammen allesamt aus dem theoretischen Hintergrund und wurden ihrer jeweiligen Unterkategorie zugeordnet. Jede Unterkategorie hat unterschiedlich viele Anforderungen, wodurch manche Unterkategorien leichter zu erfüllen sind als andere. Im Modell besitzt jedoch jede Kategorie gleich viele Anforderungen, die von einer Sportart erfüllt werden müssen, damit dieser ein hohes Potenzial nachgewiesen werden kann.

Tabelle 2: Vorgenommene Punkteverteilung (eigene Darstellung)

Selektion (max. 10 P.)	Präsentation (max. 7 P.)	Interpretation (max. 8 P.)
Aktualität (max. 3 P.)	Visualisierung (max. 3 P.)	Narrativisierung (max. 2 P.)
Relevanz (max. 2 P.)	Dynamisierung (max. 2 P.)	Dramaturgie (max. 2 P.)
Akteure (max. 2 P.)	Verstehbarkeit (max. 2 P.)	Relevanzzuschreibung (max. 2 P.)
Regionalität (max. 3 P.)		Überprüfbarkeit (max. 2 P.)

Tabelle 3: Übersicht über alle geforderten Anforderungen (eigene Darstellung)

Selektion (max. 14 A.)	Präsentation (max. 14 A.)	Interpretation (max. 14 A.)
Aktualität (max. 3 A.)	Visualisierung (max. 5 A.)	Narrativisierung (max. 4 A.)
Relevanz (max. 5 A.)	Dynamisierung (max. 2 A.)	Dramaturgie (max. 5 A.)
Akteure (max. 4 A.)	Verstehbarkeit (max. 7 A.)	Relevanzzuschreibung (max. 1 A.)
Regionalität (max. 2 A.)		Überprüfbarkeit (max. 4 A.)

3.3.4. Datenerhebung: Analyse des Potenzials aller 27 Sportarten

Um die Sportarten effektiv analysieren zu können, wurde mit Erhebungsbögen gearbeitet. Je Sportart gab es einen Erhebungsbogen, in welchem jede Anforderung entweder mit einer Quelle nachgewiesen werden musste oder als nicht erfüllt galt. Alle Quellen wurden zum Schluss in einem Nachweisverzeichnis zusammengeführt. Ein Erhebungsbogen war wie folgt aufgebaut. Die Erhebung fand jedoch nicht in Form einer Tabelle, sondern in Form von chronologisch aneinandergereihten Stichpunkten aufgebaut. Beim Erhebungsbogen und der Auswertung darf nicht vergessen werden, dass die Unterkategorien Aktualität, Regionalität und Visualisierung aufgrund ihrer zentralen Bedeutung für Bewegtbild und den SWR eine höhere Gewichtung erfahren haben.

Tabelle 2: Exemplarische Darstellung des Erhebungsbogens (eigene Darstellung)

Selektion	Präsentation	Interpretation
<p>Unterkategorie: Aktualität</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Sportveranstaltungen • Wöchentliche Begegnungen • Ausübung über das ganze Jahr <p>Index: 3/3 Anforderungen, Muss erfüllt, Leistungsfaktoren erfüllt, Potenzial: 3 Punkte</p>	<p>Unterkategorie: Visualisierung</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mehrere Einstellungen • Befestigung am Athleten oder Sportgerät • Rituale <p>exogene Ästhetik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grafiken • Pausen <p>Index: 5/5 Anforderungen erfüllt, bei allen Anforderungen 3 Punkte, alle Fragen +1, Potenzial: 3 Punkte</p>	<p>Unterkategorie: Narrativisierung</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutende Ereignisse • Großereignis • Ausnahmesportler • Akteursvielfalt <p>Index: 4/4 Anforderungen erfüllt, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>
<p>Unterkategorie: Relevanz</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbandstruktur • Quoten • Nationaler Wettbewerb • Europäischer Wettbewerb • Internationaler Wettbewerb <p>Index: 5/5 Anforderungen, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>	<p>Unterkategorie: Dynamisierung</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spannende Elemente • Hohe Geschwindigkeiten <p>Index: 2/2 Anforderungen erfüllt, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>	<p>Unterkategorie: Dramaturgie</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rivalitäten? • Öffentliche Diskussionen • Schuss-Gegenschuss-Einstellungen • Geräusche • Körperlichkeit <p>Index: 5/5 Anforderungen erfüllt, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>
<p>Unterkategorie: Akteure</p> <p>Anforderungen:</p> <p>Attraktivität</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausnahmeathleten <p>Prominenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stars <p>endogene Ästhetik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausstrahlung/ Physiognomie: Besonderes Aussehen • Spezielle Ausrüstung? <p>Index: 4/4 Anforderungen, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>	<p>Unterkategorie: Verstehbarkeit</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziel • Trainer erkennbar • Mannschaftstrennung • Nummerierung Sportler • Sportleraufstellung • Wettkampfdresse • Zeitlicher Rahmen <p>Index: 7/7 Anforderungen erfüllt, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>	<p>Unterkategorie: Relevanzzuschreibung</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Duelle <p>Index: 1/1 Anforderung erfüllt, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>

<p>Unterkategorie: Regionalität</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regionale Sportler, Vereine in der Region • Regionaler Verband <p>Index: 2/2 Anforderungen, alle Fragen +1, Potenzial: 3 Punkte</p>		<p>Unterkategorie: Sachlichkeit/Überprüfbarkeit</p> <p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufschreibsysteme • Datenbank • Offizielles Regelwerk? • Experten <p>Index: 4/4 Anforderungen erfüllt, alle Fragen +1, Potenzial: 2 Punkte</p>
--	--	---

3.4. Schritt 3: Experteninterviews

Nach der Ermittlung der Stichprobe und der Analyse der 27 Sportarten mit Hilfe des entwickelten Modells wurden fünf Experteninterviews geführt. Zu den befragten Experten gehörten Harald Dietz, Hauptabteilungsleiter des SWR Sport, Claus Hoffmann, zuständig für Redaktionsleitung und Programm beim SWR Sport, Andreas Köstler, tätig als Fernseh- und Sendedakteur beim SWR Sport, Jürgen Wiemers, TV-Produzent bei probono.TV und Meike Bremer, die für die Sportrechteagentur von ARD und ZDF, die SportA, tätig ist.

Die Experteninterviews waren alle zwischen 40 und 50 Minuten lang. Im Gespräch wurde nach der Meinung der Experten zu den Ergebnissen, dem Modell und dessen Gewichtung sowie deren Einschätzung bestimmter Sportarten gefragt. Die Themen umfassen beispielsweise die Kriterien, die Sportarten für die Berichterstattung erfüllen müssen, die Rolle von Regionalität sowie von Sportrechten, Alternativen zum Fußball in Deutschland, Trends und die Stärken und Schwächen des Modells. Die Auswertung der Interviews erfolgte in einer Tabelle. Die Aussagen der Experten wurden nach Themenfeldern geordnet.

4. Ergebnisse

4.1. Ranking mit Gewichtung

Mit Hilfe des in 3.3.2 erläuterten Sportmedienlogik-Modells gilt es, die Ergebnisse der Stichprobenanalyse aufzuzeigen. Die Sportarten wurden mithilfe von Erhebungsbögen analysiert. Die Ergebnisse konnten durch die vorgenommene Gewichtung nach erzielten Punktzahlen angeordnet werden. Je höher die Punktzahl, desto höher das Potenzial der untersuchten Sportart. Der Begriff Gewichtung bedeutet, dass die Unterkategorien Visualisierung, Regionalität und Aktualität aufgrund ihrer Bedeutung für den SWR mehr Punkte ergaben.

Im Ranking nach Punkten und mit höherer Gewichtung der Unterkategorien Aktualität, Regionalität und Visualisierung erzielten Basketball, Fußball (Benchmark), Eishockey, Handball, Tennis, Darts und Biathlon die höchsten Gesamtpunktzahlen. Bei der Auswertung fällt auf, dass Fußball als Benchmark nicht die höchste Gesamtpunktzahl im Ranking aufweist, sondern Basketball. Das begründet sich darin, dass Basketball in der Unterkategorie Visualisierung, die höher gewichtet wurde, mehr Punkte erreichte. Denn beim Basketball ist die Befestigung einer Kamera am Sportgerät möglich, während es beim Fußball bisher lediglich die Möglich-

keit einer Hintertor-Kamera gibt. Basketball erfüllt jedoch nur einen Teil der Dynamisierung, was zur Differenz von einem Punkt zwischen Fußball und Basketball führte. Zudem fiel beim Basketball auf, dass die Spielabläufe der Basketball-Bundesliga für die Öffentlichkeit zugänglich sind.

Auf den ersten Blick scheint daher die Frage, ob sich andere Sportarten wie der Fußball für die regionale Sportberichterstattung des SWR eignen könnten, beantwortet. Basketball, mit der höchsten Gesamtpunktzahl der Studie, wäre die offensichtlichste potentielle Alternative für die regionale Sportberichterstattung. Die Ergebnisse des Rankings zeigen auch, dass Handball und Eishockey, die insgesamt lediglich einen Punkt weniger als der Vergleichswert Fußball erzielten, ebenfalls potenzielle Alternativen darstellen. Ebenso empfehlen sich die Sportarten Tennis, Darts und Biathlon mit jeweils zwei Punkten weniger. Danach folgen ebenfalls in den Top 10 Leichtathletik und Feldhockey. Interessant ist zudem, dass Feldhockey, Volleyball/Beachvolleyball, Bob/Rodeln und Skispringen jeweils die gleiche Gesamtpunktzahl erzielten. Ebenso zu erwähnen ist, dass Marathon und Reitsport die gleiche Gesamtpunktzahl aufweisen. Die geringsten Gesamtpunktzahlen wiesen Eiskunstlauf/Eiskunsttanz, Kickboxen und Riversurfing auf. Diese Sportarten haben gemeinsam, dass sie keine Mannschaftssportarten sind. Auffällig ist auch, dass unter den Top 10 mit Eishockey und Biathlon zwei Wintersportarten sind. Die Ergebnisse des Rankings zeigen somit zahlreiche Sportarten mit vergleichbarem Potenzial zum Fußball auf.

Tabelle 3: Ranking aller untersuchten Sportarten nach erreichten Punktzahlen (eigene Darstellung)

Sportart	Punktzahl (ges. 25 P.)	erfüllte Anforderung (ges. 42)
Basketball	24	41
Fußball (Benchmark)	23	41
Eishockey	22	40
Handball	22	40
Tennis	20	36
Darts	20	33
Biathlon	20	32
Leichtathletik	19	37
Feldhockey	18	37
Volleyball/Beachvolleyball	18	36
Bob/Rodeln	18	35
Skispringen	18	34
Formel 1	17	36
Boxen	17	35
Schwimmen/Turmspringen	17	33
Rudern	17	32
Tischtennis	17	31
Turnen	16	36
Triathlon	16	34
Marathon	15	34
Reitsport	15	33
Tanzen	15	33
Ski nordisch	15	31
Esports	15	30
Eiskunstlauf/Eiskunsttanz	14	30
Kickboxen	11	28
Riversurfing	10	19

*Bei einer Gesamtpunktzahl vom 25 Punkten und insgesamt 42 erhobenen Anforderungen.

Die Ergebnisse beweisen ebenfalls, dass die vier Sportarten mit den höchsten Gesamtpunktzahlen alle Kontaktsportarten sind: Basketball, Fußball, Handball und Eishockey. Hierzu muss angemerkt werden, dass Handball und Eishockey die gleiche Punktzahl erreichten. Hinzu kommt, dass vier der fünf Sportarten mit den höchsten Gesamtpunktzahlen Ballsportarten und vier dieser fünf Sportarten Mannschaftssportarten sind. Die Ergebnisse zeigen somit, dass Kontakt-, Ball- und Mannschaftssportarten ein höheres Potenzial aufweisen und sich somit generell besser für die regionale Sportberichterstattung des SWR eignen. Einzelsportarten finden sich hingegen hinter den vier bestplatzierten Sportarten, in der Mitte und am Ende des Rankings. Ausnahmen sind Darts, Biathlon, Leichtathletik und Tennis. Diese befinden sich gleich hinter den bestplatzierten Mannschaftssportarten, Basketball, Fußball, Handball und Eishockey, und bestätigen, dass auch manche Einzelsportarten ein vergleichbar hohes Potenzial aufweisen.

Festzuhalten ist außerdem, dass sich unter den erfolgreichsten sieben Sportarten im Ranking vier der ermittelten Trends (Basketball, Darts, Eishockey, Biathlon) befinden. Nicht alle Trends schnitten jedoch erfolgreich ab. Riversurfing erzielte die geringste Gesamtpunktzahl und landete auf dem letzten Rang. eSports landete auf dem viertletzten Platz. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass diese Trends noch nicht genug ausgereift sind und sich diese Sportarten erst weiterentwickeln müssen, um ein höheres Potenzial zu erreichen. Die Ergebnisse legen nahe, dass die Trends mit ihren jetzigen Strukturen nicht mit dem Potenzial der anderen Sportarten mithalten können.

4.2. Netzdarstellung aller untersuchten Sportarten

Um Typen sowie Stärken und Schwächen von den untersuchten Sportarten ausfindig machen zu können, wurden die Sportarten ebenso in einer Netzdarstellung anhand der von ihnen erfüllten Anforderungen verglichen. Dass Basketball (rot) das größte Potenzial laut dem entwickelten Modell besitzt, zeigt auch die Netzdarstellung der Punkteverteilung aller Sportarten. Außerdem zeichnet sich in der Grafik ab, dass die Werte der analysierten Sportarten bei der Selektion und der Interpretation stark voneinander abweichen. In der Präsentation sind die Ergebnisse oft dicht beieinander. Die Netzdarstellung aller Sportarten zeigt außerdem drei verschiedene Tendenzen der Punkteverteilung.

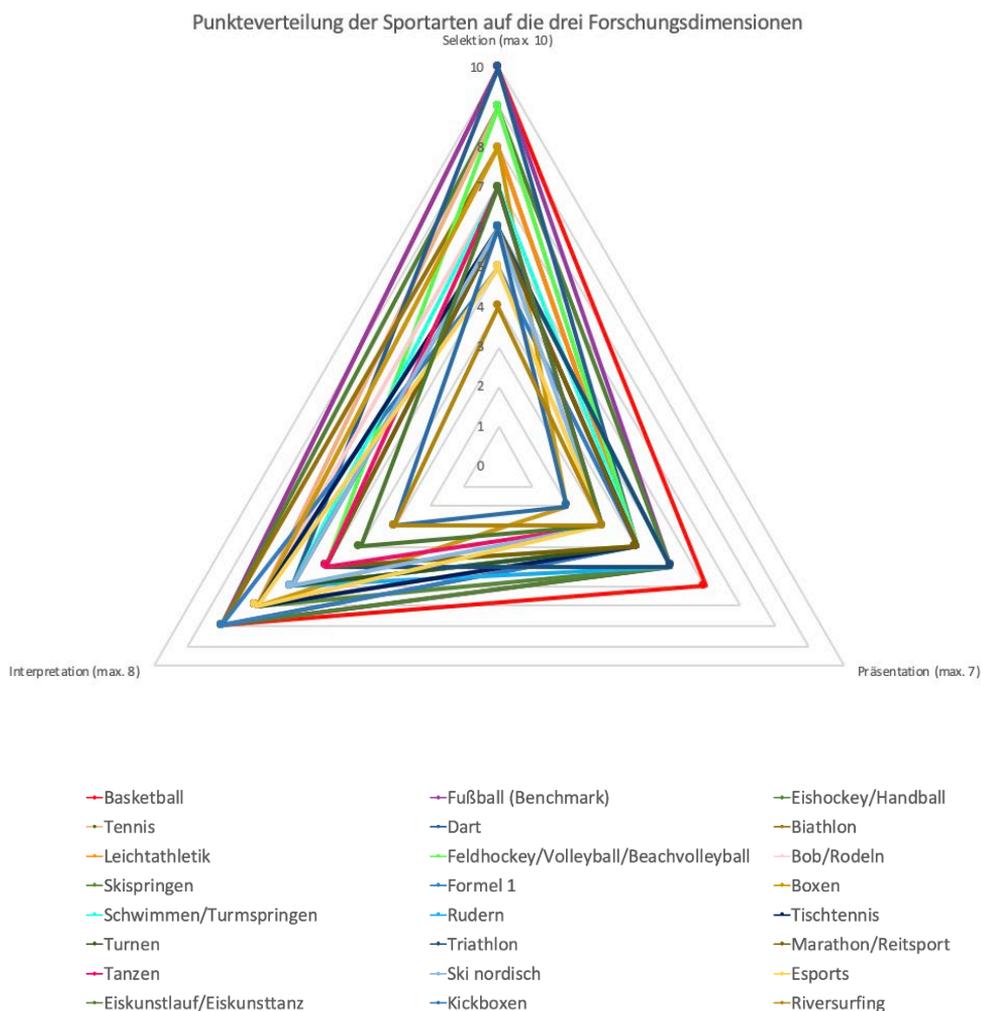


Abbildung 1: Netzdarstellung aller Sportarten mit Gewichtung (eigene Darstellung)

Es gibt Tendenz 1 „besonders geeignet“. Diese steht für besonders medientaugliche Sportarten, die in allen Kategorien hohe Werte aufweisen. Beispiele für Tendenz 1 sind Basketball, Eishockey oder Handball. Tendenz 2 ist die „breite Masse“. Sportarten der breiten Masse zeichnen sich durch relativ hohe Werte in den Kategorien Selektion und Interpretation aus. Gleichzeitig weisen Sportarten dieser Tendenz relativ geringe Werte in der Kategorie Präsentation auf. Der Großteil der 27 analysierten Sportarten entsprach Tendenz 2. Beispiele für Tendenz 2 sind unter anderem Triathlon, Rudern oder Schwimmen/Turmspringen. Zu Tendenz 3 „noch unausgereift“ gehören beispielsweise Riversurfing oder Kickboxen. Diese Sportarten weisen generell geringe Punktzahlen in allen drei Kategorien auf. Die Tendenzen, die in der allgemeinen Netzdarstellung mit höherer Gewichtung von Aktualität, Regionalität und Visualisierung zu finden sind, lassen sich mit hohem, mittlerem und niedrigem Potenzial beschreiben.

4.3. Netzdarstellung aller Ballsportarten

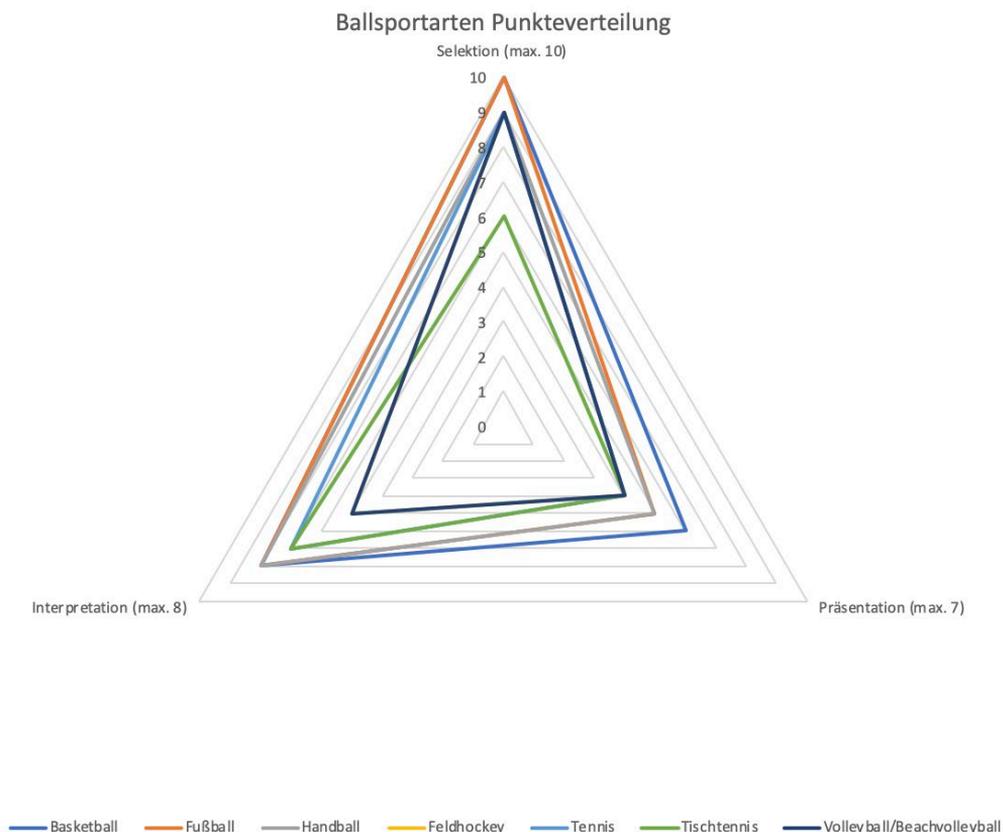


Abbildung 2: Punkteverteilung der Ballsportarten (eigene Darstellung)

Beim Betrachten der Netzdarstellung der Ballsportarten fällt auf, dass es bei den Ballsportarten fast keine Ausreißer gibt. Bei den Ballsportarten zeigt sich zudem, dass die Sportarten allgemein sehr hohe Werte in allen drei Kategorien aufweisen. Interessant ist außerdem, dass Handball (grau) und Fußball (orange) sehr nahe beieinander liegen. Aus dem Muster der erfolgreichen Ballsportarten fallen besonders Volleyball/Beachvolleyball und Tischtennis. Volleyball/Beachvolleyball fällt auf, da die Punktzahlen in allen Kategorien geringer sind als bei den anderen Sportarten und die Sportarteine Interpretationsschwäche zeigt. Dennoch weist Volleyball/Beachvolleyball eine ähnliche Grundform wie die anderen Sportarten auf. Tischtennis widerspricht dem Grundmuster der anderen Ballsportarten. Trotz relativ hohem Wert in der Interpretation, weist Tischtennis im Vergleich zu den anderen Ballsportarten einen niedrigen Wert in den Kategorien Selektion und Präsentation auf. Tischtennis ist somit besonders selektions- und präsentationsschwach, während die anderen Ballsportarten selektionsstark sind. Unter den Ballsportarten zeigen sich drei verschiedene Typen: besonders medientaugliche Sportarten, interpretationsschwache und selektions- und präsentationsschwache Ballsportarten.

4.4. Netzdarstellung aller Mannschaftssportarten

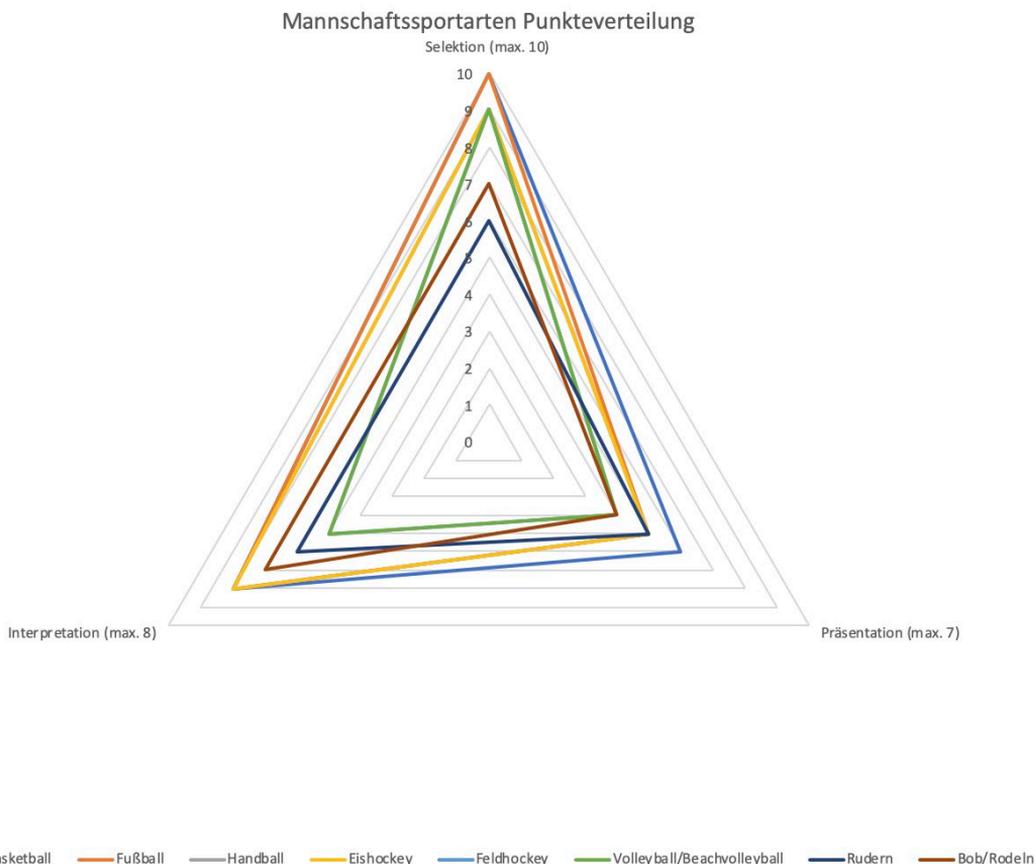


Abbildung 3: Punkteverteilung der Mannschaftssportarten (eigene Darstellung)

Bei den Mannschaftssportarten zeichnet sich eine gewisse Selektionsstärke ab. Diese ist für den SWR besonders wichtig. Alle enthaltenen Sportarten weisen sich ähnelnde Grundzüge auf. Wobei Rudern und Rodeln im Gegensatz zur allgemeinen Selektionsstärke der Mannschaftssportarten mit den niedrigsten Werten in der Kategorie Selektion auffallen. Basketball zeigt sich mit dem höchsten Präsentationswert. Zudem zeichnen sich besonders selektionsstarke Sportarten mit geringen Werten in der Präsentation und Interpretation ab, wie Feldhockey oder Volleyball/Beachvolleyball. Bei den Mannschaftssportarten sind somit selektionsstarke Sportarten, die gleichzeitig präsentationsstark sind wie Basketball, auffallend selektionsschwache Sportarten wie Rudern und Rodeln sowie selektionsstarke Sportarten, die weniger präsentations- und interpretationsstark sind wie Volleyball/Beachvolleyball und Feldhockey enthalten. Die Mannschaftssportarten besitzen somit ein überwiegend hohes Potenzial.

Des Weiteren wurden Netzdarstellungen für Trends, Wassersportarten, Einzelsportarten und Wintersportarten untersucht. Diese sind für die Kernerkenntnisse aber in diesem Fall weniger relevant und daher nicht aufgeführt.

5. Interpretation der Ergebnisse

5.1. *Alternative Sportarten zum Fußball*

Zu Beginn gilt es festzuhalten, dass sich die Ergebnisse der Stichprobenanalyse und die Experten in einem Punkt uneinig sind. Das Modell dieser Studie geht der Forschungsfrage nach, welche anderen Sportarten das Potenzial haben, eine zukünftige Alternative zum Fußball in der regionalen Sportberichterstattung des SWR zu sein. Aus den bisherigen Ergebnissen ging hervor, dass es mehrere Sportarten gibt, die mindestens ein ebenso hohes oder vergleichbares Potenzial wie der Fußball besitzen. Das Modell zeigt somit, dass es Alternativen zum Fußball für die regionale Sportberichterstattung des SWR gibt. Die Experten Wiemers, Köstler, Dietz und Hoffmann sind sich jedoch einig, dass es in Deutschland keine andere Sportart gibt, die an den Fußball heranreicht. Sie sind sich sicher, dass Fußball die unangefochtene Nummer eins ist. Köstler merkt an: „Es ist sehr schwer unabhängig vom Fußball weitere Sportarten aufzubauen, weil man [...] schon einen langen Atem braucht“. Wiemers geht sogar noch weiter: Für ihn sind andere Sportarten schlichtweg chancenlos gegen den Fußball und selbst Leichtathletik kann seiner Meinung nach nur alle vier Jahre bei den Olympischen Spielen mit dem Fußball mithalten. Köstler, Dietz und Hoffmann sehen zwar keine Sportart, die den Fußball gefährden kann, jedoch gibt es für sie auch Alternativen in der Sportberichterstattung. Experte Bremer hält Alternativen ebenfalls für wichtig. Für sie ist Wintersport eine Alternative.

5.2. *Alternative Basketball*

Allen voran überrascht die Sportart Basketball mit der gleichen Anzahl an erfüllten Anforderungen wie der Vergleichswert Fußball (Benchmark). Basketball erzielte im Ranking nach Punkten mit einer höheren Gewichtung der Unterkategorien Regionalität, Aktualität und Visualisierung sogar als einzige der analysierten Sportarten eine höhere Gesamtpunktzahl als der Fußball. Das hohe Potenzial des Basketballs überrascht auch drei der fünf Experten. Zwei der fünf Experten sehen das Potenzial des Basketballs nicht in Deutschland, sondern in der nordamerikanischen Basketballliga. Basketball hat laut Experte Dietz Probleme, für eine breitere Masse interessant zu sein. Das liegt auch daran, dass die Spielerfluktuation bei den Vereinen so hoch ist, dass eine Identifikation mit Spielern, selbst im nahen Umfeld, schwierig sei.

5.3. *Alternative Wintersport*

Der Wintersport, welcher in den Ergebnissen ein mittelmäßiges bis hohes Potenzial aufwies, wurde von allen Experten als sehr vielversprechend genannt. Biathlon und Skispringen sind laut Dietz dabei die Sportarten, die auch bestehen können, wenn man sie abseits der anderen Wintersportarten überträgt. Jedoch stelle der Wintersport lediglich eine saisonale Alternative zum Fußball dar.

5.4. *Alternative Handball*

In den erfüllten Anforderungen sowie im Ranking schneidet neben Basketball auch Handball knapp hinter dem Fußball-Vergleichswert ab. Handball ist auch in der Analyse der Ballsportarten dem Fußball mit am nächsten. Das Modell bestätigte somit das hohe Potenzial des Handballs. Handball wird von vier aller fünf Experten als Alternative zum Fußball gesehen. „Handball hat eine flächendeckende Bespielung und auch Erfolge mit der Nationalmannschaft gehabt. Ich glaube, wenn die Nationalmannschaft noch konstanter ist, dann hätte Handball das Zeug, sich zur Nummer zwei hinter Fußball zu etablieren“, betont Experte Dietz.

5.5. *Alternative Eishockey*

Neben Handball weist Eishockey in den Ergebnissen ebenso hohes Potenzial auf. Daher ist Eishockey ebenfalls eine mögliche Alternative zum Fußball. Die Experten sehen Eishockey jedoch kritisch. Laut Wiemers und Köstler leidet Eishockey darunter, dass man bei der Sportart aufgrund der Geschwindigkeit den Puck nicht sieht. Daher ist Eishockey für die beiden zu einem gewissen Grad unterlegen. Dennoch bietet Eishockey laut Wiemers Aspekte wie Action, Körperlichkeit und spannende Typen. Eishockey ist für Dietz eine sehr spektakuläre Sportart. Köstler schreibt Eishockey ebenfalls Potenzial zu, dieses ist aber vom Erfolg der deutschen Nationalmannschaft abhängig. Experte Köstler weist zudem darauf hin, dass es weder Handball noch Eishockey bisher gelungen ist, nachhaltig vom Erfolg ihrer Nationalmannschaften zu profitieren.

6. **Fazit**

Die in diesem Beitrag vorgestellte Studie zeigt, dass neben dem Fußball auch andere Sportarten ähnlich oder gleich viele Anforderungen, die Medien, wie in diesem Beispiel der SWR, an den Sport richten, erfüllen und somit ein vergleichbares Potenzial für die regionale Sportberichterstattung des SWR besitzen. Je nach Gewichtung der Unterkategorien weist Basketball sogar ein höheres Medien-Potenzial als der Fußball auf. Die in der Einleitung gestellte Forschungsfrage, welche Sportarten das Potenzial haben, eine zukünftige Alternative zum Fußball in der regionalen TV- und Livestream-Sportberichterstattung des SWR zu sein, lässt sich daher durch die Studie beantworten. Die Ergebnisse belegen, dass es überhaupt Sportarten gibt, die sich mit dem Fußball vergleichen lassen. Dies bestätigt somit auch die anfangs gestellte Annahme, dass Sportarten mit einem vergleichbaren Potenzial zum Fußball existieren. Die Ergebnisse zeigen vor allem, dass Handball, Eishockey und Basketball Alternativen zum Fußball mit besonders hohem Potenzial darstellen. Zudem zeigt sich in den Ergebnissen eine besondere Bedeutung von Mannschafts-, Ball- und Kontaktsportarten. Diese weisen im Vergleich zu anderen Arten die höchsten Potenziale auf und eignen sich somit besonders für die regionale TV- und Bewegtbild-Sportberichterstattung des SWR. Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass es verschiedene Selektions-, Präsentations- und Interpretationstypen unter den analysierten Sportarten gibt.

Auch wenn die Ergebnisse belegen, dass es Alternativen zum Fußball für die Sportberichterstattung des SWR gibt, bedeutet das nicht, dass der Fußball als zentrale Sportart in Deutschland verdrängt werden kann. Die Experten sind sich einig, dass die Dominanz des Fußballs anhalten wird. Wie aus dem theoretischen Hintergrund hervorgeht, besitzt Fußball den Vorteil, dass er sich seit über 20 Jahren mit dem Mediensystem zusammen entwickelt hat. Der Status, den der Fußball in Deutschland hierdurch besitzt, ist daher für andere Sportarten vorerst nicht allzu schnell zu erreichen. Damit andere Sportarten mit dem Fußball mithalten können, benötigen diese zum Beispiel Eventcharakter, fortlaufende, sportliche Erfolge und prägende Akteure, um nachhaltige und hohe Akzeptanz aufzubauen. Dieser Prozess fordert sowohl von Sportarten als auch von Medienhäusern einen langen Atem.

Trotz der zentralen Rolle, die der Fußball in Deutschland spielt, zeigen die Ergebnisse, dass es sich lohnt, das Potenzial alternativer Sportarten für die regionale TV- und Bewegtbild-Sportberichterstattung des SWR zu erkennen. Auch vor dem Hintergrund der steigenden Preise von Fußballübertragungsrechten ist es sinnvoll, sich auf Alternativen zu konzentrieren. Für die Sportarten-Auswahl eignen sich aufgrund ihrer allgemein hohen Potenziale besonders Mannschafts-, Ball- und Kontaktsportarten. Auch wenn Basketball von manchen Experten kritisch beurteilt wird, ist er dennoch die Sportart, die in den Ergebnissen am meisten über-

rascht und sogar die gleiche Anzahl an Anforderungen wie der Fußball erfüllt. Daher sollte man auf Basketball als Mannschafts-, Ball- und Kontaktsportart im Sportprogramm nicht verzichten. Handball und Eishockey sind ebenso Alternativen mit hohem Potenzial für die regionale Sportberichterstattung des SWR. Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass auch Sportarten wie Biathlon, Darts, Leichtathletik oder die Formel 1 relativ hohes Potenzial besitzen. Außerdem sind für Sportarten regionale Akteure und Helden wichtig. Sollte Tennis in Zukunft lokale Helden hervorbringen, die mit der Weltspitze mithalten können, lohnt es sich, noch mehr auf Tennis zu setzen. Tennis zeigte in den Ergebnissen ein vergleichsweise hohes und konstantes Potenzial und stellt somit auch eine mögliche Alternative dar.

Einige Trends besitzen ebenso ein hohes Potenzial. Neben dem regionalen Ulmer Basketball und dem Olympia-Hit Eishockey weisen die Experten und die Ergebnisse auch Volleyball/Beachvolleyball ein relativ hohes Potenzial zu. eSports und Volleyball/ Beachvolleyball erwiesen sich zudem als besonders selektionsstark. Im Winter sollte Wintersport in der regionalen Sportberichterstattung enthalten sein, auch wenn einige Disziplinen nicht von vielen Menschen betrieben werden, so herrscht laut Experten dennoch ein gewisses Interesse daran. Die Ergebnisse bescheinigen dem Wintersport, abzüglich seiner saisonalen Relevanz, ein gewisses Potenzial. Besonders gut eignen sich hierbei Bob/Rodeln, Biathlon, Skispringen und Eishockey. Für regionale Medienhäuser wie den SWR sind daher vor allem selektionsstarke Sportarten interessant.

Kickboxen und Riversurfing eignen sich aufgrund ihrer geringen erfüllten Anforderungen und großen Selektionsschwäche am wenigsten für die Sportauswahl des SWR. Ski nordisch empfiehlt sich für die regionale Berichterstattung ebenfalls weniger, da die Sportart nicht nur selektions-, sondern auch interpretationschwach ist. Selektions- und interpretationsstarke Sportarten wie Biathlon, Skispringen, Tennis, Handball, Leichtathletik, Basketball oder Eishockey eignen sich hingegen sehr für regionale Sportberichterstattung des SWR.

Eine Sportart, die auf jeden Fall in der Programmplanung des SWR auftauchen sollte, ist Handball. Nicht nur in den Ergebnissen zeichnete sich Handball als Sportart mit konstant hohem Potenzial für die regionale Sportberichterstattung ab, auch laut Experten hat Handball das Potenzial noch weiter zu wachsen und sich hinter dem Fußball zu etablieren. Handball sollte daher vom SWR unbedingt berücksichtigt werden.

Um Alternativen zum Fußball aufzubauen, müssen Inhalte langfristig in die regionale Sportberichterstattung des SWR, in Programmplanung und Terminplanung miteinbezogen werden. Um die Akzeptanz für Sportarten zu erhöhen und diese ins Programm einzubinden, bieten sich beispielsweise neue Formate an. Das Potenzial von Darts wurde bereits vom SWR erkannt und in der Sonntagabendsendung Sport im Dritten mit dem Format „Darts im Dritten“ eingeführt. Derartige neue Formate bieten die Möglichkeit, eine gewisse Programmvielfalt zu bieten, die zudem unabhängig von Rechtenkosten ist. Um hohen Rechtenkosten auszuweichen lohnt es sich zudem, neue Sportarten und aktuelle Entwicklungen des Sports zu beobachten und zu testen. eSports hat es derzeit laut Meinung der Experten und der Ergebnisse noch schwer, besitzt aber ein gewisses Potenzial.

In Zukunft wird es spannend werden, wie sich die deutsche Sportlandschaft verändert und wie sich die öffentlich-rechtliche, regionale Sportberichterstattung vor dem Hintergrund der steigenden Kosten für Sportübertragungsrechte und der zunehmenden Sportrechtmitbewerber entwickelt.

Literatur

- ARD.de. (2018). *Sport in der ARD*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Sport_in_der_ARD/4669636/index.html
- Bachner, F. (2008). Pirouetten für ein paar Liebhaber. Aus *der Tagesspiegel*. Zugriff am 15.03.2019. Verfügbar unter <https://www.tagesspiegel.de/sport/eiskunstlauf-pirouetten-fuer-ein-paar-liebhaber/1405784.html>
- Baumgärtel, A. (2018). *Surfen in der City – Pläne für stehende Welle in der Enz in Pforzheim werden konkreter*. Aus der Pforzheimer Zeitung. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter https://www.pz-news.de/pforzheim_artikel,-Surfen-in-der-City-Plaene-fuer-stehende-Welle-in-der-Enz-in-Pforzheim-werden-konkreter-_arid,1210323.html
- Bertling, C. (2009). *Sportainment. Konzeption, Produktion und Verwertung von Sport als Unterhaltungsangebot in den Medien*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Bölz, M. (2018). *Sportjournalistik*. Wiesbaden: Springer VS.
- Christl, R. (2018). *Acht Thesen der Zukunft*. Aus *ORF öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs*, S. 6-12. Zugriff am 15.03.2019. Verfügbar unter https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/2011/publicvalue6_finale.pdf
- Deutschlandfunk. (2017). *Übertragungsrechte - ARD und ZDF geben Milliarden für den Sport aus*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter http://www.deutschlandfunk.de/uebertragungsrechte-ard-und-zdf-geben-milliarden-fuer-den.2907.de.html?dram:article_id=393414
- Gerhard, H., & Zubayr, C. (2014). Die Fußball-Weltmeisterschaft 2014 im Fernsehen. *Media Perspektiven*, o. J., 9, 448–449.
- Gleich, U. (2000). Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. *Media Perspektiven*, o. J. 11, 513–514.
- Grimmer, C. (2014). *Kooperation oder Kontrolle? Eine empirische Untersuchung zum Spannungsverhältnis von Pressesprechern in der Fußball-Bundesliga und Journalisten*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Guido, L. (2008). Von der gefilmten Darbietung zum virtuellen Spektakel. *montage AV*, (17/1/2008), 63-75.
- Günter, J. (2018). *We Are Viewing: Überblick*. Aus *ratiopharm Ulm*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.ratiopharmulm.com/club/18-static-contents/1921-we-are-viewing-ueberblick>
- Heinecke, S. (2014). *Fit fürs Fernsehen? Die Medialisierung des Spitzensports als Kampf um Gold und Sendezeit*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Heinecke, S. (2016). Medialisierung im Spitzensport: eine Erfolgsgeschichte? *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, 1(1–2), 43-50.
- Heinecke, S. (2017). Von der Nische zu Olympia? Warum wir (nicht nur) über Darts sprechen müssen. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, 2(2), 90-95.
- Herbstreuth, M. (2017). *Bundesliga-Rechte - Teure Saison für Fußball-Fans*. Aus Deutschlandfunk. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter http://www.deutschlandfunk.de/bundesligarechte-teure-saison-fuer-fussball-fans.2907.de.html?dram:article_id=393695
- Herkel, G. (2017). *Braucht Olympia neue Sportarten?* Aus Deutschlandfunk. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter http://www.deutschlandfunkkultur.de/skaten-und-surfen-braucht-olympia-neue-sportarten.966.de.html?dram:article_id=402878
- Hickethier, K. (2001). *Film- und Fernsehanalyse* (3., überarb. Aufl.). Stuttgart: Metzler.
- Horky, T. (2009). Was macht den Sport zum Mediensport? Ein Modell zur Definition und Analyse von Mediensportarten. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 4, 298–304. <https://doi.org/10.1007/s12662-009-0077-4>
- Huber, J. (2015). *Beitrags-Milliarden für Fußball und Olympia*. Aus der Tagesspiegel. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.tagesspiegel.de/medien/kef-anmeldung-der-ard-beitrags-milliarden-fuer-fussball-und-olympia/12337734.html>
- Ihle, H. (2016). Sport und Medien - Bestandsaufnahme des Forschungsfeldes. *Communicatio Socialis*, 49(2), 141-142.

- Ihle, H. (2018). Sport in den Fernsehnachrichten. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse der Sportberichterstattung in den deutschen Hauptnachrichtensendungen. *Media Perspektiven*, o. J., 10, 486–494.
- Ihle, H., Meyen, M., Mittag, J., & Nieland, J.-U. (2017). *Globales Mega-Event und nationaler Konflikttherd: Die Fußball-WM 2014 in Medien und Politik* (1. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Jacobs, O., & Großpietsch, T. (2015). *Journalismus fürs Fernsehen: Dramaturgie - Gestaltung - Genres*. Wiesbaden: Springer VS.
- Karidi, M. (2017). *Medienlogik im Wandel: Die deutsche Berichterstattung 1984 und 2014 im Vergleich* (1. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Kicker. (2018). *eSport Home*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <http://esport.kicker.de/>
- Kreuzer, H. P. (2009). *Internet als Chance für Randsportarten*. Aus Deutschlandfunk. Zugriff am 9. Oktober 2019. Verfügbar unter https://www.deutschlandfunk.de/internet-als-chance-fuer-randsportarten.1346.de.html?dram:article_id=195165
- Kuhn, M. (2018). *Neckarwelle in Untertürkheim: Machbarkeitsstudie für die Neckarwelle erstellt*. Aus Stuttgarter Nachrichten. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.neckarwelle-in-untertuerkheim-machbarkeitsstudie-fuer-die-neckarwelle-erstellt.8ff96acd-2ce0-4c53-949e-7c1fd25c5d3c.html>
- Ladwig, M., & Baron, T. (2017). *VfB Stuttgart gründet eine eSports-Abteilung*. Aus SWR Sport. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.swr.de/sport/vfb-stuttgarteresports-vfb-stuttgart-gruendet-eine-esports-abteilung/-/id=13831144/did=19932636/nid=13831144/24oypf/index.html>
- Mannheim 24.de (2017). *Mannheims „Riversurfer“ haben einen großen Traum*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.mannheim24.de/mannheim/mannheim-drei-junge-mannheimer-gruenden-initiative-riversurf-mannheim-8581747.html>
- Meier, H. E., & Hagenah, J. (2016). „Fußballisierung“ im deutschen Fernsehen? Eine Untersuchung zum Wandel von Angebot und Nachfrage bei den wichtigsten Free TV-Sendern. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64(1), 15- 16. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2016-1-12>
- Mendelin, J., & Junkersdorf, T. (2018). Mastermind im Milliarden-Business. *GQ Germany*, (April 2018), 145–153.
- Meyen, M. (2014). Medialisierung des deutschen Spitzenfußballs. Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62(3), 377–391. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-3-377>
- Meyen, M. (2015). Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit: Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Handlungslogik der Massenmedien. *Publizistik*, 60(1), 1-26. <https://doi.org/10.1007/s11616-014-0219-z>
- Oberbayrisches Volksblatt. (2016). *Wintersport beschert den TV-Sendern erstaunliche Quoten*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.ovb-online.de/sport/wintersport-beschert-tv-sendern-erstaunliche-quoten-7010185.html>
- Pohlig, M. (2017). *Stark: Darts-WM beschert Sport1 Traumquoten*. Aus DWDL. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter https://www.dwdl.de/zahlenzentrale/64932/stark_dartswm_beschert_sport1_traumquoten/
- PwC. (2017). Sports: the most disrupted of all industries? S. 6. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.pwc.ch/en/publications/2017/pwc-sports-survey-2017.pdf>
- Reng, R. (2013). *Spieltage: Die andere Geschichte der Bundesliga*. München: Piper.
- RP ONLINE. (2018). *TV-Quoten bei Olympia: Eishockey-Thriller erzielt höchsten Marktanteil*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter https://rp-online.de/sport/olympia-winter/deutschland/tv-quoten-bei-olympia-2018-eishockey-thriller-erzielt-hoechsten-marktanteil_aid-16468525
- Rundfunkstaatsvertrag. (2016). *Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991*, zuletzt geändert durch den Zwanzigsten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 8. bis 16. Dezember 2016, S. 9. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter http://www.ard.de/download/538848/Staatsvertrag_fuer_Rundfunk_und_Telemedien_in_der_Fassung_des_20__Aenderungsstaaatsvertrags__vom_8__bis_16__12__2016.pdf

- Rühle, A. (2017). Sportprofile im deutschen Fernsehen 2016. Sportberichterstattung in ausgewählten Free-TV-Sendern. *Media Perspektiven, o. J., 10*, 493-504.
- Schaffrath, M., & Kautz, F. (2018). Doping-Berichterstattung: Meinungen und Motive von Sportjournalisten. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport, 2(2)*, 103–104.
- Schierl, T. (2007). *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (1. Aufl.). Schorndorf: Hofmann.
- Schmid, S. (2018). *Ratiopharm Ulm: Analyse: Gründe für den Absturz der Ulmer Basketballer*. Aus SWP. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.swp.de/sport/basketball/die-gruende-fuer-den-absturz-der-ulmer-basketballer-25423450.html>
- Schwier, J., & Schauerte, T. (2008). *Soziologie des Mediensports* (1. Aufl.). Köln: Sportverlag Strauß.
- Stiehler, H.-J. (2012). Mediatisierung des Sports: Das Erfolgsmodell Biathlon. In J. Kretzschmar & F. Mundhenke (Hrsg.), *Von der Flimmerkiste zum IP-TV? Umbrüche und Zukunftsperspektiven des Mediums Fernsehen* (S. 136–138). München: Meidenbauer.
- Stiehler, H.-J. (2016). Zuschauersport und Mediensport – eine verspätete Keynote. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport, 1(1–2)*, 19-22.
- Spiegel Online. (2009). *Kick auf allen Kanälen*. Zugriff am 12. August 2019. Verfügbar unter <https://www.spiegel.de/sport/fussball/neues-fussball-tv-kick-auf-allen-kanalen-a-639289.html>
- Sport1.de. (2018). *eSports*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.sport1.de/esports>
- SSV Ulm 1846 Fußball. (2018). *SSV Ulm 1846 Fußball e. V.: Geschichte*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://ssvulm1846-fussball.de/index.php?id=112>
- Süddeutsche Zeitung. (2018). *Biathlon ist der TV-Quoten-Hit bei Olympia*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <http://www.sueddeutsche.de/news/sport/olympia-biathlon-ist-der-tv-quoten-hit-bei-olympia-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-180226-99-246145>
- SWR Sport. (2017). *Ulm-Coach Leibenath ist Trainer des Jahres*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.swr.de/sport/basketball-bundesliga-ulm-coach-leibenath-ist-trainer-des-jahres/-/id=13831144/did=19492238/nid=13831144/h3xtz8/index.html>
- SWR Sport. (2018). *Darts im Dritten | Sieger 2017: Oliver Roggisch ist der König der Pfeile*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <https://www.swr.de/sport/darts-im-dritten-sieger-2017-oliver-roggisch-ist-der-koenig-der-pfeile/-/id=1208948/did=20911934/nid=1208948/wt0ji2/index.html>
- SWR Sport. (2019a). *SWR Sport Extra*. Zugriff am 7. August 2019. Verfügbar unter <https://www.swr.de/sport/sendungen/swr-sport-extra/swr-sport-extra-104.html>
- SWR Sport. (2019b). *SWR Sport Extra*. Zugriff am 9. Oktober 2019. Verfügbar unter <https://www.swr.de/sport/sendungen/swr-sport-extra/SWR-Sport-SWRsport-Live-Uebersicht-Livestream-Sport,swr-sport-extra-live-uebersicht-100.html>
- Virtuelle Bundesliga. (2018). *Über die VBL - TAG Heuer Virtuelle Bundesliga*. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <http://virtuelle.bundesliga.de/ueber-die-vbl/>
- Weis, M. (2016). *Telekom Basketball: Zwischen Anspruch und Möglichkeiten, mit und hinter Eishockey - Eine Bestandsaufnahme*. Aus Quotenmeter. Zugriff am 14. Juni 2018. Verfügbar unter <http://www.quotenmeter.de/n/86460/telekom-basketball-zwischen-anspruch-und-moeglichkeiten-mit-und-hinter-eishockey-eine-bestandsaufnahme>
- Zinnecker, J. (2019). *Audiovisuelle Medienrechte an Profisportveranstaltungen am Beispiel der Deutschen Fußballbundesliga* (1. Aufl.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.