

Medialisierung im Spitzensport: eine Erfolgsgeschichte?

Stephanie Heinecke

Zusammenfassung

Der Beitrag fragt nach Medialisierung im Spitzensport. Anhand der Sportarten Badminton, Beach-Volleyball, Biathlon, Moderner Fünfkampf und Dressurreiten wird aufgezeigt, welche Anpassungen an die Logik des Fernsehens vorgenommen wurden. Die Erkenntnisse stützen sich auf eine Dokumentenanalyse und Experteninterviews für den Zeitraum zwischen 1984 und 2014. Es lassen sich gemeinsame Strategien erkennen, etwa die Etablierung serieller Wettbewerbe, die Professionalisierung der Medienarbeit, Personalisierung oder eine Straffung des Ablaufs. Ebenso finden sich Medialisierungsmaßnahmen, die individuell auf die jeweilige Sportart zugeschnitten sind, etwa die Einführung neuer Formate im Biathlon oder die Zusammenlegung von Laufen und Schießen zum Combined Event im Modernen Fünfkampf. Anhand von Daten der AGF/GfK Fernsehforschung wird überprüft, ob diese Maßnahmen zu einer erhöhten Fernsehpräsenz geführt haben. Während Biathlon und Beach-Volleyball die Sendedauer deutlich ausbauen konnten, bleiben die Auswirkungen für Badminton und Modernen Fünfkampf eher gering. Für Dressurreiten liegt sogar eine gegenteilige Entwicklung vor, die Sportart hat an Präsenz im traditionellen Fernsehen verloren.

Abstract

This article looks for impacts of mediatization on professional sports. Research results for Badminton, Beach Volleyball, Biathlon, Modern Pentathlon and Dressage Riding show adaptations to the media logic. The findings are based both on document analysis and expert interviews for the time between 1984 and 2014. They reveal some common strategies, for example the introduction of serial competitions, the professionalization of federations' media activities, personalization, and the improvement of competition schedules. Additionally, there are individual measures of mediatization for all sports. In Biathlon, new and telegenic competition formats have been established. In Modern Pentathlon, the disciplines running and shooting have been merged to the so called Combined Event. In a second step, this article shows these measures' effects on broadcasting time in the German market. Data from AGF/GfK shows an increase for Biathlon and Beach Volleyball. There were only minor effects for Badminton and Modern Pentathlon, even though both sports were able to improve their presentation. Dressage Riding even shows a trend reversal with a clear drop of broadcasting time in traditional TV.

Dr. Stephanie Heinecke

Solon Management Consulting, Head of Research

E-Mail: stephanie-heinecke@web.de

1. Einleitung

„28 olympische Sportarten gibt es – aber nicht im Fernsehen“ (Herke, 2015, Absatz 8), titelt Journalist Günther Herke im Deutschlandradio. Mit genauem Blick auf die deutsche Fernsehlandschaft lässt sich diese Aussage leicht umformulieren: Die 28 olympischen Sportarten finden ausschließlich zu Olympia in ganzer Breite im deutschen Fernsehen statt. Jenseits der Spiele regiert König Fußball, eine Hand voll weiterer Sportarten teilt sich die verbliebenen Sendeplätze. Das Nachsehen haben die Randsportarten, für die Olympia einen zentralen Stellenwert einnimmt, damit sie nicht aus der öffentlichen Wahrnehmung verschwinden. Um den Verbleib im olympischen Kanon zu sichern und sich im Kampf um die zu vergebende Sendezeit zu positionieren, ist bei den Sportverbänden über die vergangenen Jahrzehnte eine Bereitschaft zur Anpassungen an die Bedingungen der Medien, insbesondere des Fernsehens, zu beobachten: ein Prozess der Medialisierung. Dieser Beitrag stellt ausgewählte Ergebnisse einer empirischen Untersuchung vor, deren Ziel es ist, solche Anpassungsmaßnahmen am Beispiel von fünf Sportarten aufzuzeigen und auf dieser Basis zu überprüfen, ob die Bemühungen zu einer Ausweitung der Sendezeit geführt haben.

2. Spitzensport, Medienlogik und Medialisierung

Dass Medialisierung im Sport für die Kommunikationswissenschaft ein relevantes Forschungsfeld ist, legen vorhandene theoretische Überlegungen und empirische Prüfungen nahe, beispielsweise von Dohle & Vowe (2006), Dohle, Vowe & Wodtke (2009), Heinecke (2014), Meyen (2014), Schauerte & Schwier (2004), Stiehler (2012).

Die Grundproblematik auf Seiten des Sports ist klar umrissen: Spitzensport ist auf Leistungsbezüge aus Wirtschaft und Politik angewiesen, sei es durch Sponsorengelder, Werbeverträge oder öffentliche Förderung (Schimank, 2008). Die Geldgeber erwarten im Gegenzug Medienpräsenz, die sie für ihre positive Außendarstellung nutzen können. Medientauglichkeit ist für Sportarten also eine Bedingung geworden, um erfolgreich handeln zu können. Eine besondere Rolle nimmt hierbei das Fernsehen ein. Für Geldgeber ist es oftmals die entscheidende Verbreitungsplattform, um ein Massenpublikum zu erreichen. Telegenität ist nach Schauerte und Schwier (2004) ein „Qualitätsmerkmal“ geworden, „das über die genuinen Eigenschaften der Veranstaltung, der Sportart, des Sportlers oder des konkreten Verlaufs des Sportwettkampfs hinaus geht und deren visuelles und dramaturgisches Potenzial gewissermaßen zum Fetisch erhebt“ (S. 164).

Nicht nur der Sport ist von Medialisierung im Sinne einer Anpassung an die Bedingungen der Medien betroffen. Vielmehr ziehen sich solche Prozesse durch viele gesellschaftliche Bereiche (exemplarisch: Hjarvard, 2008, Marcinkowski & Steiner, 2010, Neuberger, 2013, Strömbäck & Esser, 2014, Vowe, 2006). In Deutschland ist Medialisierung nach Imhof (2006) insbesondere seit den 1980er Jahren im Rahmen des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit zu beobachten. Durch die Deregulierung von Politik, Medien und Ökonomie wird die öffentliche Kommunikation von neuen Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken geprägt. Meyen (2014) sieht dabei die Frage im Vordergrund, wie individuelle und kollektive Akteure auf die Ausdifferenzierung eines Mediensystems mit eigener Handlungslogik reagieren, er bezeichnet Medialisierung als „langfristige Medienwirkungen zweiter Ordnung“ (S. 377).

Wie muss nun eine Sportart aussehen, um gerade für das Fernsehen attraktiv zu sein? Entscheidendes Kriterium ist die Medienlogik. Diese wird verstanden als die Bedingungen, unter denen Inhalte produziert werden, als das Zusammenspiel von Akteuren und Strukturen im Mediensystem (Meyen, 2015). Bei Esser (2013) findet sich eine Unterscheidung zwischen professionellen, kommerziellen und technologischen Aspekten, Neuberger (2013) spricht von systemischer und medialer Logik des Journalismus.

Hier ist insbesondere die mediale Logik relevant. Sport im Allgemeinen entspricht oft stark den Anforderungen der Medien an ihre Inhalte, er erfüllt viele Nachrichtenfaktoren wie Überraschung, ungewöhnliche Erfolge und Leistungen, Konflikt oder Prominenz (Loosen & Ravenstein, 2000, Meyer, 2003, Schwier & Schaurte, 2008, S. 68ff.). Gleichzeitig bietet er Ansatzpunkte zur Anpassung, etwa durch die von Stiehler (2012) beschriebenen journalistischen Techniken Personalisierung, Emotionalisierung, Relevanzzuschreibung und Interpretation. Da sich die Präsenz im Medium Fernsehen für Sportarten wirtschaftlich am stärksten auszahlt, liegen spezielle Anpassungsmaßnahmen nahe. Dynamik und Action etwa lassen sich im Bewegtbild gut darstellen, sind aber nicht in allen Sportarten gleichermaßen gegeben. Durch Eingriffe in Rahmenbedingungen und Abläufe lassen sich hier Veränderungen vornehmen, die den Unterhaltungswert steigern. Auch technische Eingriffe etwa durch Zeitlupe oder Grafiken machen den Sport telegener (Stiehler, 2003, 2012).

Für die Untersuchung konzentriert sich dieser Beitrag auf zwei Aspekte:

- Die Anpassung verschiedener Sportarten an die TV-Logik im Rahmen von Medialisierung und daraus resultierende Medialisierungsgrade;
- Den Erfolg dieser Bemühungen in Bezug auf eine mögliche Ausweitung der TV-Sendezeit.

Letzterer Punkt muss zunächst konkretisiert werden. Es ist sicherlich eine Vereinfachung, den Erfolg von Medialisierung vornehmlich auf die Sendezeit zu beziehen. Die Zuspitzung macht in diesem Rahmen jedoch Sinn: So streben die Verantwortlichen in den Sportverbänden durch Medialisierung gezielt nach einer Ausweitung der Sendezeit (Heinecke, 2014) – nicht zuletzt, da das Ausmaß der Medienberichterstattung über eine Sportart ein Kriterium bei der Zusammensetzung des olympischen Programmes ist. Dies bestätigen Unterlagen des IOC (International Olympic Committee, 2012). Die Zugehörigkeit zum olympischen Kanon ist gerade für Randsportarten überlebenswichtig, um nicht aus der öffentlichen Wahrnehmung zu verschwinden und im jeweiligen Rahmen Sponsorengelder zu sichern. Medialisierung beschreibt Wirkungen außerhalb des Mediensystems. Mit der TV-Präsenz als gut messbares Kriterium wird nun die Brücke zurück geschlagen. Die Frage, welche weiteren Dynamiken sich daraus bei vorliegender Fragestellung entwickeln können, führt an dieser Stelle zu weit, wäre jedoch ein spannender Aspekt für weiterführende Forschung.

3. Untersuchungsdesign

Es liegen Erkenntnisse aus einer Untersuchung von sechs Sportarten hinsichtlich Medialisierung im Zeitraum von 1984 bis 2014 vor (Heinecke, 2014). Die Auswahlkriterien waren:

- Zugehörigkeit zum olympischen Kanon;
- Abdeckung verschiedener TV-bezogener Popularitätsgrade: Mediensportarten (Biathlon, Fußball), Randsportarten (Badminton, Dressurreiten, Beach-Volleyball), Exotensportart (Moderner Fünfkampf)¹;
- Abdeckung verschiedener Typen wie Rückschlagsportart, ästhetische Sportart, Mehrkampf, Bewertungsverfahren messbar oder beurteilend.

¹ Aufteilung basierend auf Mazurkiewicz (2006, S. 118f.). Auf die Darstellung der Ergebnisse zu Fußball wird in diesem Beitrag verzichtet. Die geplante Erfolgskontrolle ist in diesem Fall wenig sinnvoll, da das olympische Fußballturnier wenig sportliche Relevanz besitzt und nicht die tatsächliche mediale Position der Sportart widerspiegelt.

Die qualitative Analyse von Medialisierung erfolgte anhand einer Dokumentenanalyse und Experteninterviews. Grundlage war ein Kategoriensystem zu Veränderungen auf der Makroebene, also der Ebene der Regeln und Rahmenbedingungen. Aus den in der Forschung vorliegenden theoretischen Überlegungen und Studien wurden relevante Kategorien abgeleitet und unter den Oberpunkten „Durchführung“, „Rahmenbedingungen“ und „Planung von Veranstaltungen“ eingeordnet (für Details: Heinecke, 2014). Mikro- und Mesoebene flossen zusätzlich mit ein.

Mit diesem Instrument wurde eine Dokumentenanalyse aller vorliegenden Regelwerke von 1984 bis 2014 vorgenommen, ergänzt um Materialien der Verbände. Anschließend erfolgte die Diskussion der Erkenntnisse mit Vertretern der Sportverbände. Als medialisierungsbedingt wurden solche Änderungen erachtet, die entweder bereits in den Regeln konkret Bezug auf die Medien nahmen oder deren Relevanz durch entsprechende Begleitinformationen (Verbandsinformationen, Strategiepapiere etc.) kenntlich wurde. Auch die Interviews gingen sehr gezielt auf diesen Aspekt ein, um die Ergebnisse der Dokumentenanalyse zu bestätigen. Als Experten wurden Verbandsmitarbeiter rekrutiert, die in ihrer Aufgabe direkt für die Medienarbeit zuständig waren, nur im Fall Badminton gab ein internationaler Schiedsrichter mit zusätzlichen leitenden Verbandstätigkeiten Auskunft. Jeweils ein Interview wurde für Badminton, Biathlon, Dressurreiten und Modernen Fünfkampf durchgeführt, zwei Interviews für Beach-Volleyball (für Details: Heinecke, 2014).

Auf den Ergebnissen aufbauend wurde nach dem Erfolg der Bemühungen in Bezug auf die Sendezeit gefragt. Basis für die Analyse waren Daten von AGF/GfK für die Sendedauer pro Sportart in ARD und ZDF. Für den Sportartenvergleich wurden die Daten zu den Olympischen Spielen 1992 bis 2014 herangezogen, dieser Fokus erklärt sich aus der Datenverfügbarkeit: Im Rahmen von Olympia liegen für jede Sportart einzelne Ausweisungen vor, komplette Saisondaten sind bei den gewählten Sportarten lediglich für Biathlon verfügbar. 1992 ist das erste Jahr, für das gesamtdeutsche Werte vorliegen, daher diente es als Startpunkt der Untersuchung mit den Spielen von Barcelona und Albertville. Als Vergleichspunkt boten sich London 2012 und Sotschi 2014 an. Die Zeitverschiebung zum deutschen Markt war bei diesen Veranstaltungen gering, so dass die Gefahr einer Verzerrung der Werte minimiert wird.

Die gewählte Zeitspanne umfasst die meisten großen Anpassungsmaßnahmen, die im ersten Teil der Studie identifiziert wurden. Somit ist sichergestellt, dass die Auswirkungen zeitlich abgedeckt werden. Nicht in die Untersuchung eingeflossen sind die Online Livestreams von ARD und ZDF in den jüngeren Jahren.

4. Ergebnisse

4.1. Medialisierungsmaßnahmen und -grad nach Sportart

Tabelle 1 zeigt auf der linken Seite die zentralen Anpassungsmaßnahmen an die TV-Logik nach Sportart, wie sie insbesondere mit der Dokumentenanalyse identifiziert wurden. Auf der rechten Seite wird eine Einschätzung des Medialisierungsgrades vorgenommen, basierend auf dem Ausmaß der Veränderungen und den Aussagen der Verbandsvertreter zu den strategischen Absichten.

Mit Blick auf diese Medialisierungsmaßnahmen lassen sich einige Gemeinsamkeiten feststellen, etwa die Vermehrung von Veranstaltungen im Untersuchungszeitraum oder die Einführung von seriellen Wettkampfformaten (wo nicht bereits vorhanden). Dadurch wird narratives Erzählen mit einem Spannungsbogen über den Saisonverlauf begünstigt, wie es im Fernsehen aus anderen Formaten bekannt ist. Die Athleten werden immer stärker zu Charakteren in dieser „Show“: Die Interviewpartner berichteten ergänzend von zunehmender Personalisierung, was sich neben der allgemeinen Vermarktung auch durch Maßnahmen wie opti-

mierte Startreihenfolgen, die Kenntlichmachung der Führenden oder das Verhindern des zu frühen Ausscheidens der Favoriten durch die Einführung einer Gruppenphase niederschlägt. Die Umstellung der Zählweise in Badminton und Beach-Volleyball zielt auf eine Beschleunigung des Ablaufs, bessere Nachvollziehbarkeit und genauere zeitliche Kalkulation ab. All dies sind wichtige Punkte für die Zusammenarbeit mit dem Fernsehen. Ein telegener Wettkampf muss in überschaubarer Zeit stattfinden, Spannung und Action beinhalten, leicht verständlich sein und von möglichst prominenten Teilnehmern bestritten werden.

Tabelle 1: Medialisierungsmaßnahmen und -grad

Zentrale Maßnahmen im Untersuchungszeitraum	Medialisierungsgrad
Badminton	
Im Zeitverlauf: Vermehrung von Turnieren, engere Rhythmen (ab 2006: jährliche WM außer in olympischen Jahren), 2007: neue Serie <i>BWF World Superseries</i> 2006: Presentation of the Game (Deutscher Badminton Verband, 2005): Umstellung auf Rallypoint-Zählweise, Anpassung Pausen an TV, Zulassen von Coaching, Einführung gelbe/rote/schwarze Karte London 2012: Diskussion um Einführung einer Rockpflicht (abgewiesen), neuer Modus (Gruppenphase statt K.-o.-System, führt jedoch zu Manipulation)	MITTEL
Beach-Volleyball	
Vermehrung von Veranstaltungen bis zum Jahr 2000, dann vermehrt Fokus auf Qualität, Ausbau Eventcharakter, Vermarktung Serielle Turniere, Trend zu Gruppenphase gefolgt von K.-o.-System Förderung langer, attraktiver Ballwechsel: 1990er Jahre: tieferer Sand, weniger Ballinnendruck, größerer Ballumfang, 2002: Verkleinerung des Spielfeldes, im Zeitverlauf Reduzierung der Auszeiten, flüssigeres Spiel durch Regeln zu Aufschlag und Netzberührung 2002: Einführung Rallypoint-Zählweise	MITTEL
Biathlon	
1998: neue Formate Verfolgung und Massenstart 2006: neue Formate gemischte Staffel und Super Sprint (letzteres insb. Showformat) Im Zeitverlauf: Verkürzung der Distanzen, enge Abstimmung der Planung mit TV und anderen Wintersportarten, Optimierung der Sportstätten und Abläufe für Medienvertreter	MITTEL BIS HOCH
Dressurreiten	
1985: Einführung Weltcup mit Kür zu Musik (Kür erst 1996 olympisch), im gesamten Zeitverlauf Aufwertung der Kür und der künstlerischen Elemente für die Benotung Im Zeitverlauf: Qualitätssicherung der Notenvergabe, mehr Nachvollziehbarkeit (mehr Richter, Supervisory Panel, halbe Noten), Optimierung des Ablaufs (Startfolge, kürzere Aufgaben), Betonung von Tierschutzaspekten 2008: nur noch 3 (statt 4) Reiter pro Mannschaft bei Olympia (dadurch Startplätze für mehr Nationen)	NIEDRIG
Moderner Fünfkampf	
Neue Wettbewerbe: 1990 Einführung Weltcup, 2011 <i>Champion of Champions</i> Hoher Druck des IOC zu mehr Telegenität 1996: Zusammenlegen der Disziplinen auf einen Tag 2009: Einführung Combined Event (Laufen und Schießen) als Finaldisziplin, TV-optimierte Reihenfolge der anderen Disziplinen 2009: Gemischte Staffel neu im WM-Programm 2010: Einführung Laser-Technologie im Schießen 2013: Beschleunigter Modus im Fechten Im Zeitverlauf: Optimierung der Sportstätten (Klappziele, Einsehbarkeit etc.)	HOCH

Je nach Sportart finden sich zudem sehr individuelle Maßnahmen, die teils grundlegende Änderungen bewirken. Die Zahl der Eingriffe unterscheidet sich stark von Sportart zu Sportart. Im Biathlon hat sich die

Einführung neuer Formate als das eine Erfolgskonzept erwiesen, während die Zusammenlegung von Laufen und Schießen im Modernen Fünfkampf lediglich ein Element einer größeren Reihe von Regeländerungen darstellt, durch welche sich Charakter und Anforderungen der Sportart gewandelt haben. Auffällig wenig größere Eingriffe sind im Dressurreiten auszumachen.

Hier ist eine zentrale Beobachtung zu Medialisierung im Sport festzuhalten: Selbst bei einer prinzipiell hohen Bereitschaft zur Anpassung an die Medienlogik kann Medialisierung nur an den Gegebenheiten einer Sportart ansetzen. Biathlon etwa profitiert von einer telegenen Kombination aus spannendem Rennen und Überraschungsmomenten beim Schießen. Durch die neuen Formate wurden die Leistungen der Athleten für den Zuschauer besser vergleichbar, das Rennen noch spannender und emotionaler. Doch nicht jede Sportart besitzt ein eingängiges Grundprinzip, nicht jedes Bewertungssystem ist für den Laien direkt zu erfassen, diese Problematik besteht im Dressurreiten. Der Moderne Fünfkampf bleibt trotz der Eingriffe ein Mehrkampf von langer Dauer und mit Leistungen, die nicht das Niveau der Spezialisten erreichen.

Im Folgenden soll nun die Entwicklung der Sendedauer für jede Sportart dargestellt und in den Kontext der soeben aufgezeigten Erkenntnisse gesetzt werden. Schließend werden weitere mögliche Einflussfaktoren diskutiert, insbesondere die Erfolge nationaler Athleten.

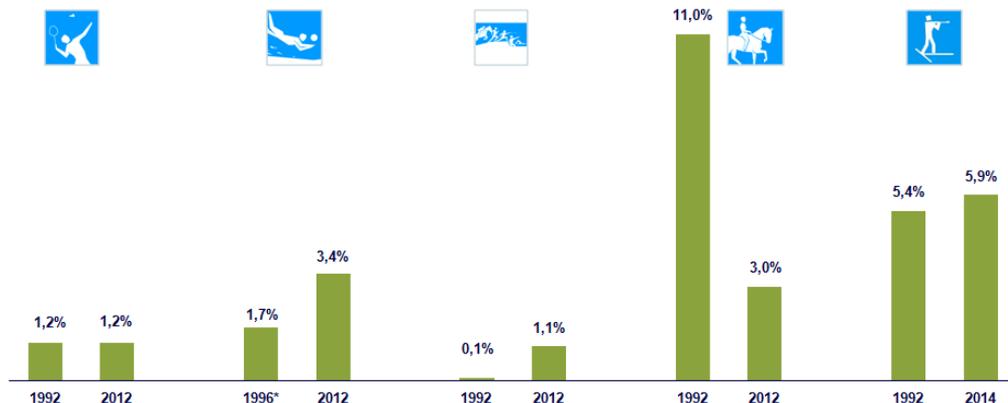
4.2. *Entwicklung der Sendedauer*

Die Gesamtsendedauer der Olympischen Spiele in ARD und ZDF hat sich im Untersuchungszeitraum stark erhöht. Daher zeigt Abbildung 1 die Sendedauer pro Sportart für die Jahre 1992 und 2012 bzw. für Biathlon 2014 als prozentualen Anteil am Gesamtsendevolumen in ARD und ZDF. Mit Ausnahme des Reitsports konnten alle Sportarten ihren Anteil erhalten oder ausbauen.

Badminton wurde in Kapitel 4.1 ein mittlerer Medialisierungsgrad zugeschrieben, die Werte sind in den beiden Vergleichsjahren mit 1,2 Prozent identisch und auf niedrigem Niveau. Dieser gleiche Anteil entspricht in absoluten Werten einem Anstieg von 1:27:27 Stunden auf 2:43:46 Stunden, die Ausweitung der Berichterstattung insgesamt macht sich hier bemerkbar. Es ist zu vermuten, dass eine vergleichbare Analyse in einem asiatischen Fernsehmarkt deutlich positivere Ergebnisse hervorbrächte, dort ist Badminton eine populäre Mediensportart wie hierzulande Fußball.

Eine Verdoppelung des Anteils von 1,7 auf 3,4 Prozent konnte Beach-Volleyball verbuchen, obwohl der Zeitraum hier um vier Jahre kürzer ist, die Sportart ist erst seit 1996 olympische Disziplin. In absoluten Werten wirkt der Anstieg mit einer Entwicklung von 1:59:00 auf 7:59:59 Stunden noch beeindruckender und zeugt von der zunehmenden Attraktivität der Sportart als telegene Variante von Volleyball. Der Anstieg deckt sich mit den Ambitionen des internationalen Verbandes: „Establish beach volleyball as the premium summer sport all over the world“ (Fédération Internationale de Volleyball, 2015, S. 8) lautet das strategische Ziel.

Der Moderne Fünfkampf konnte seinen Anteil von 0,1 Prozent im Jahr 1992 auf 1,1 Prozent in London ausbauen, in absoluten Werten entspricht dies einer Steigerung von 5:05 Minuten auf 2:35:27 Stunden. Zwar sind diese Werte im Vergleich niedrig, für den Modernen Fünfkampf sind sie dennoch ein positiver Trend, schließlich gilt die Sportart im olympischen Kanon immer wieder als Streichkandidat. Die Veränderungen wurden explizit auf diesen Druck und die Forderung nach verbesserter Fernsehtauglichkeit hin forciert (Murray, 2013), es liegt ein hoher Medialisierungsgrad vor.

Abbildung 1: Anteil der Sportarten an der gesamten Sendedauer bei Olympischen Spielen

* Beach-Volleyball ist erstmals 1996 olympisch

** Reitsport gesamt, keine Einzelwerte für Dressur verfügbar

Datenquelle: AGF/GfK, Sender ARD und ZDF, Zeitraum 01.01.1992-31.12.2014, Angaben in Prozent

Auffällig in Abbildung 1 ist der rapide sinkende Anteil des Reitsports von 11 auf 3 Prozent der Sendezeit, in absoluten Zahlen bricht die Sportart von 13:04:51 Stunden auf 6:59:33 Stunden ein. Die Werte beziehen sich auf den gesamten Reitsport, es liegen keine Einzelwerte für die Disziplinen vor. Bei allgemeiner TV-Berichterstattung geht der Verband von einem Anteil für Dressurreiten von zehn Prozent aus, Springen dominiert. Ein möglicher Einflussfaktor im negativen Sinne sind hier Dopingfälle im Jahr 2008. Das Grundproblem bei der medialen Verwertung ist jedoch der sinkende Stellenwert des Reitsports in der Gesellschaft, andere Sportarten sind leichter zugänglich. Gab es früher gerade bei den öffentlich-rechtlichen Sendern reitsportaffines Personal, so sind diese Mitarbeiter heute oft im Pensionsalter. Ohne Vorwissen ist die Vermittlung der Sportart schwierig, die Zielgruppe ist speziell. Die Bereitschaft zu radikalen Veränderungen ist weniger ausgeprägt als in anderen Sportarten, der Medialisierungsgrad gering – nicht zuletzt, da die Finanzierung häufig aus dem Reitsport selbst kommt. Zwar gibt es auch externe Großsponsoren, doch der Druck zu Medientauglichkeit um jeden Preis scheint geringer.

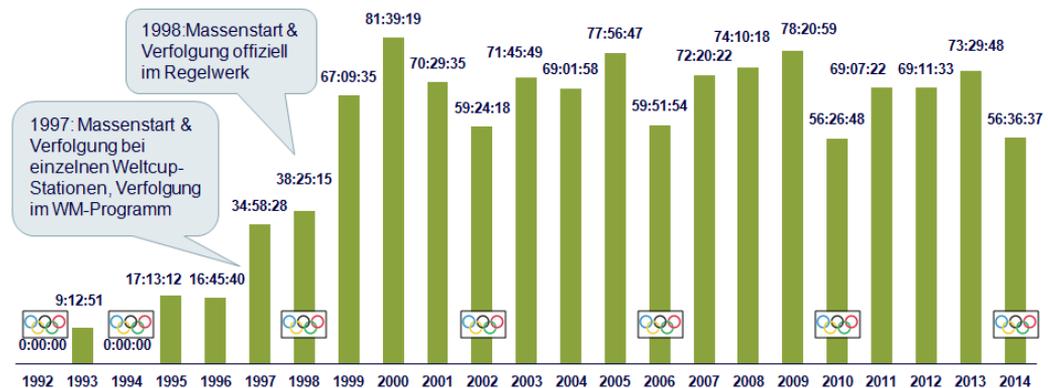
Kapitel 4.1 hat Biathlon einen mittleren bis hohen Medialisierungsgrad zugeschrieben. In Abbildung 1 wirkt der Anstieg des Anteils an der Sendedauer um nur 0,5 Prozent vergleichsweise gering, was mit Blick auf den Status als Mediensportart verwundern mag. Es ist jedoch zu bedenken, dass hier die Winterspiele relevant sind und damit ein anderes Umfeld als für die anderen Sportarten. In absoluten Zahlen entspricht die Steigerung einem Anstieg von 8:45:06 Stunden auf 11:47:46 Stunden.

Für Biathlon liegen als einzige der untersuchten Sportarten Werte für den gesamten Saisonverlauf ohne Olympische Spiele vor. Die TV-Rechte besitzt seit 1993 durchgängig die EBU (International Biathlon Union, 2014), in Deutschland übertragen ARD und ZDF. Abbildung 2 zeigt in absoluten Werten² deutlich auf, dass

² Hier wird kein Vergleich mit anderen Sportarten vorgenommen, daher scheinen absolute Werte geeignet. Eine Analyse des gesamten Programmangebots würde an dieser Stelle zu weit führen.

während der 1990er Jahre parallel zur Einführung der neuen Formate Massenstart und Verfolgung ein bedeutender Anstieg der Sendedauer stattgefunden hat.

Abbildung 2: Sendedauer von Biathlon pro Jahr (ohne Olympische Spiele)



Datenquelle: AGF/GfK, Sender ARD und ZDF. Zeitraum 01.01.1992-31.12.2014, Angaben in Stunden:Minuten:Sekunden
Erläuterung Olympia: In olympischen Jahren findet im Biathlon keine WM in den olympischen Disziplinen statt, die Werte für die Sendedauer fallen daher geringer aus

Seit der Jahrtausendwende bewegen sich die Werte durchgängig auf hohem Niveau, die Schwankungen im Vier-Jahres-Rhythmus sind durch die Olympischen Spiele bedingt, welche hier nicht gezählt wurden. Während dieses Zeitraums fallen sonstige Biathlon-Veranstaltungen im Fernsehen aus, daher liegen die Werte deutlich niedriger als in den anderen Jahren. Über die Jahre kam es zwar zu einer Vermehrung der Wettbewerbe, die sich auch in der Sendedauer niedergeschlagen haben kann, gleichzeitig wurde jedoch das wenig erfolgreiche Format des Mannschaftswettbewerbs 1998 wieder eingestellt. Nicht zu unterschätzen bei der erfolgreichen TV-Positionierung ist die enge Abstimmung der Wintersportarten sowohl untereinander als auch mit den übertragenden Sendern.

Zur Diskussion steht die Frage, ob der Anstieg der Sendedauer, wie er für die meisten Sportarten zu beobachten ist, tatsächlich auf Medialisierung zurückgeführt werden kann und wie stark andere Einflussfaktoren, insbesondere populäre Athleten, sind. Die Entwicklung im Biathlon scheint deutlich durch die Einführung der neuen Formate ab 1997/98 getrieben, der Biathlon-Boom insbesondere um Magdalena Neuner entfaltete sich erst später (aktive Karriere von Neuner im Weltcup: 2006 bis 2012). Auch im Beach-Volleyball deckt sich das Wachstum mit der „Produktoptimierung“. Der erfolgreiche Auftritt und letztendliche Olympiasieg des deutschen Herrenduos 2012 mag die Sender zur Ausdehnung der Sendedauer im Verlauf des Wettbewerbs bewegen haben. Dies wäre in weiteren Forschungen zu belegen, ebenso die Hypothese, dass Beach-Volleyball aufgrund dieses Erfolges bei den Planungen für Rio 2016 stärker berücksichtigt wurde. Diesen Effekt konnte man im Modernen Fünfkampf nach dem Sieg von Lena Schöneborn 2008 beobachten. Doch ohne Medialisierung wäre der Moderne Fünfkampf heute wohl nicht mehr im olympischen Kanon und hätte damit keinerlei Sendezeit mehr.

Das Beispiel Reitsport zeigt, dass auch nationale Athleten in der Weltspitze kein Garant für Sendezeit sind: Die Deutschen waren in der Vergangenheit stets Medaillenkandidaten, in der Dressur hat sich in den letzten Jahren ein spannender Wettkampf mit den Niederlanden und Großbritannien entwickelt. Dennoch sinkt die

Sendedauer. Vorschläge für attraktivere Wettbewerbsformate (z.B. Quadrille oder Pas de Deux) werden von vielen Aktiven und Funktionären strikt abgelehnt. Es liegt nahe, Medialisierung als starken Einflussfaktor auf die Entwicklung der Sendezeit zu sehen. Zur weiteren Klärung ließe sich hier weitere Forschung anschließen wie etwa durch Interviews mit verantwortlichen Journalisten.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Medialisierung war und ist ein im Spitzensport ablaufender Prozess, dieses Fazit lässt sich für alle untersuchten Sportarten ziehen. Unterschiedlich jedoch fallen Grad und Auswirkungen auf die Sendedauer aus. Der Fokus auf die Olympischen Spiele mag der Untersuchung hier einen strikten Rahmen vorgeben, ermöglicht jedoch die notwendige Vergleichbarkeit der Daten.

Bei der Einschätzung, was als erfolgreiche Medialisierungsmaßnahme zu sehen ist, muss klar nach der individuellen Situation der Sportarten differenziert werden. Für den Modernen Fünfkampf ist es ein Erfolg, überhaupt noch im olympischen Kanon vertreten zu sein. Im Biathlon hingegen zeigt sich Erfolg durch die Etablierung als führende Wintersportart im deutschen Fernsehen. Die Frage hier lautet eher: Wie lange noch? Sind weitere Neuerungen erforderlich oder wird die Sportart langfristig von aufstrebenden Disziplinen verdrängt, die sich beispielsweise aus ehemaligen Fun-Sportarten langsam aber sicher im olympischen Programm etablieren?

Es gibt also nicht *den einen* Erfolg von Medialisierung im Spitzensport. Zwar geben alle Verbände eine Ausweitung der Sendezeit als strategisches Ziel an, doch auch kleinere Schritte können eine Sportart medial besser positionieren. Womit sich alle Sportarten auseinandersetzen müssen, ist die Frage nach Online-Video-Formaten. Unabhängig von der Gunst der Sender lässt sich hiermit das Zielpublikum direkt erreichen, sei es über eigene Plattformen (z.B. Clipmyhorse) oder Aggregatoren (z.B. Sportdeutschland.TV). Für die künftige Ausrichtung sind Zusammenhänge entscheidend, die der Medialisierung im Spitzensport zugrunde liegen: Werden Sponsoren Online-Video-Präsenz bald als dem Fernsehen ebenbürtig anerkennen? Lassen sich die Zahlen der zugeschalteten Zuschauer auf diesem Wege möglicherweise deutlich steigern? Steigt oder sinkt dadurch der Druck zur Anpassung an die Medienlogik? Und wenn ja – an welche? Die des Fernsehens oder wird es ganz neue Online-Formate für Sport geben?

Literatur

- Deutscher Badminton-Verband (2005). *Nachrichten von der IBF – Attraktivere Präsentation/New Performance of the Game*. Zugriff am 10.01.2016. Verfügbar unter <http://www.badminton.de/Neue-Praesentation.468.0.html>
- Dohle, M. & Vowe, G. (2006). Der Sport auf der „Mediatisierungstreppe“? Ein Modell zur Analyse medienbedingter Veränderungen des Sports. *Medien und Erziehung (merz)*, 50 (6), 18-28.
- Dohle, M., Vowe, G. & Wodtke, C. (2009). 2 Millimeter Unterschied. Eine Inhaltsanalyse von Regeländerungen zur Überprüfung von Mediatisierungstendenzen im Sport. In D. Beck & S. Kolb (Hrsg.), *Sport & Medien. Aktuelle Befunde mit Blick auf die Schweiz* (S. 159-178). Zürich/Chur: Rüegger Verlag.
- Esser, F. (2013). Mediatization as a Challenge: Media Logic Versus Political Logic. In H. Kriesi (Hrsg.), *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (S. 155-176). Basingstoke: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9781137299871
- Fédération Internationale de Volleyball (2015). FIVB Beach Volleyball Handbook. Zugriff am 10.01.2016. Verfügbar unter <http://www.fivb.org/EN/BeachVolleyball/Competitions/WorldTour/2015/handbook.asp>

- Heinecke, S. (2014). *Fit fürs Fernsehen? Die Medialisierung des Spitzensports als Kampf um Gold und Sendezeit*. Köln: Herbert von Halem.
- Herkel, G. (24.05.2015). Sport im TV: Kanal der Außenseiter. *Deutschlandradio Kultur*. Zugriff am 09.01.2016. Verfügbar unter <http://www.deutschlandradiokultur.de/>
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29 (2), 105-134.
- Horky, T. (2009). Was macht den Sport zum Mediensport? Ein Modell zur Definition und Analyse von Mediensportarten. *Sportwissenschaft*, 39, 298-308. doi:10.1007/s12662-009-0077-4
- Imhof, Kurt (2006). Mediengesellschaft und Medialisierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54, 191-215. doi:10.5771/1615-634x-2006-2-191
- International Biathlon Union (2014). EBU und IBU unterschreiben exklusive Medienrechtevereinbarung. Zugriff am 10.01.2016. Verfügbar unter <http://www4.biathlonworld.com/de/pressemitteilungen.html/do/detail?presse=2208>
- International Olympic Committee (2012). Evaluation criteria for sports and disciplines – 2012. Zugriff am 18.05.2016. Verfügbar unter http://www.olympic.org/Documents/Commissions_PDFfiles/Programme_commission/2012-06-12-IOC-evaluation-criteria-for-sports-and-disciplines.docx.pdf
- Loosen, W. & Ravenstein, M. (2000). Sportberichterstattung im Fokus der Nachrichtenwertforschung. Fußball-WM '98 und Sport in der Printmedienberichterstattung. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader* (S. 191-204). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. doi:10.1007/978-3-322-90735-6_12
- Marcinkowski, F. & Steiner, A. (2010). Was heißt „Medialisierung“? Autonomiebeschränkung oder Ermöglichung von Politik durch Massenmedien? In K. Arnold, C. Classen, S. Kinnebrock, E. Lersch & H.-U. Wagner (Hrsg.), *Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert* (S. 51-76). Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Mazurkiewicz, D. (2006). *TV-Marketing im Sport – Instrumente und Randbedingungen. Faktoren des TV-Erfolgs von Sportverbänden*. Dissertation an der Deutschen Sporthochschule Köln.
- Meyen, M. (2014). Medialisierung des deutschen Spitzenfußballs. Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62, 377-394. doi:10.5771/1615-634x-2014-3-377
- Meyen, M. (2015). Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit. Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Handlungslogik der Massenmedien. *Publizistik*, 60, 21-39. doi:10.1007/s11616-014-0219-z
- Meyen, M., Thieroff, M. & Strenger, S. (2014). Mass Media Logic and The Mediatization of Politics. *Journalism Studies*, 15, 271-288. doi:10.1080/1461670X.2014.889459
- Meyer, T. (2003). Politik und Medien. In A. Nassehi & M. Schroer (Hrsg.), *Der Begriff des Politischen* (S. 263-279). Baden-Baden: Nomos.
- Murray, C. (2013). *UIPM in Last Throw of the Dice as IOC Decision to Recommend Sport for Exclusion from 2020 Games Looms*. Zugriff am 10.01.2016. Verfügbar unter http://www.asoif.com/News/News_Article.aspx?ID=2878
- Neuberger, C. (2013). Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft. In K. Meier & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (S. 221-242). Baden-Baden: Nomos. doi:10.5771/9783845236933
- Schauerte, T. & Schwier, J. (2004). Die Telegenisierung von Sportereignissen – Anpassung von Sportarten und ihrem Regelwerk an mediale Bedingungen. In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (S. 164-186). Köln: Herbert von Halem.

- Schimank, U. (2008). Sport im Prozess gesellschaftlicher Differenzierung. In K. Weis & R. Gugutzer (Hrsg.), *Handbuch Sportsoziologie* (S. 68-74). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Schimank, U. (2011). Gesellschaftliche Differenzierungsdynamiken – ein Fünf-Fronten-Kampf. In T. Schwinn, C. Kroneberg & J. Greve (Hrsg.), *Soziale Differenzierung. Handlungstheoretische Zugänge in der Diskussion* (S. 261-284). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. doi:10.1007/978-3-531-93143-2_12
- Schwieb, J. & Schauerte, T. (2008). *Soziologie des Mediensports*. Köln: Sportverlag Strauß.
- Stiehler, H.-J. (2003). Riskante Spiele: Unterhaltung und Unterhaltungserleben im Mediensport. In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 160-181). Köln: von Halem.
- Stiehler, H.-J. (2012). Mediatisierung des Sports: das Erfolgsmodell Biathlon. In J. Kretzmar & F. Mundhenke (Hrsg.), *Von der Flimmerkiste zum IP-TV? Umbrüche und Zukunftsperspektiven des Mediums Fernsehen* (S. 131-146). München: Meidenbauer.
- Strömbäck, J. & Esser, F. (2014). Introduction. Making sense of the mediatization of politics. *Journalism Studies*, 15, 243-255. doi:10.1080/1461670X.2014.897412
- Vowe, G. (2006). Mediatisierung der Politik? Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand. *Publizistik*, 51, 437-455. doi:10.1007/s11616-006-0239-4.