

MHMK

Macromedia Hochschule
für Medien und Kommunikation

BACHELORARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Arts

Volltreffer oder Abseitsposition? Eine Analyse der TV-Berichterstattung zur FIFA Frauenfußball-WM 2011 in Deutschland. Ein Vergleich der Liveübertragungen deutscher Spiele bei Frauen- und Männer-WM.

im Studiengang Journalistik,
Studienrichtung Sportjournalismus

Betreuender Professor:

Prof. Dr. Thomas Horky

Verfasst von:

Name: Alexander Kobs

Matr.-Nr.: H-24174

Studiengang: Journalistik

Fachrichtung: Sportjournalismus

Hamburg, im Februar, 2012

ZUSAMMENFASSUNG

Die Arbeit *„Volltreffer oder Abseitsposition? Eine Analyse der TV-Berichterstattung zur FIFA Frauenfußball-WM 2011 in Deutschland. Ein Vergleich der Fernsehliveübertragung deutscher Spiele bei Frauen- und Männer-WM“* von Alexander Kobs befasst sich mit einer Sportart, die in Deutschland überwiegend belächelt wird: Frauenfußball. Sie führt seit jeher ein Schattenleben und tritt weder medial, noch wirtschaftlich in ernsthafte Konkurrenz mit dem Männer-Pendant. Im Sommer 2011 blitzte jedoch für drei Wochen das Potential auf, das im Frauenfußball steckt. Die Weltmeisterschaft avancierte im deutschen TV zur erfolgreichsten Übertragung des Jahres und bescherte den öffentlich-rechtlichen Sendern ARD und ZDF Traumquoten. Über 17 Millionen Zuschauern versammelten sich beim Viertelfinal-Aus der deutschen Mannschaft gegen Japan vor dem Fernseher. Damit erreichte das ZDF die höchste Einschaltquote, die in Deutschland jemals bei einem Frauenfußballspiel gemessen wurde. Angesichts der Masseneuphorie, die der Frauenfußball temporär ausgelöst hat, wird in dieser Arbeit die TV-Berichterstattung genauer untersucht.

Als Grundlage dient eine Längsschnittstudie, die seit 1994 bei großen Fußballturnieren der Männer zur Anwendung kommt. Dabei wird jeweils die Live-Übertragung inklusive Rahmenberichterstattung der letzten Partie einer deutschen Mannschaft analysiert. Die Untersuchungen haben ergeben, dass die Ausweitung der Rahmenberichterstattung mit dem Verlust von journalistischer Qualität einhergeht. Die Journalisten nehmen zunehmend die Rolle des Unterhalters ein und vergessen dabei ihre anderen Aufgaben, wie z.B. die kritische Reflexion. Nun wurde die Studie erstmals bei einer Frauen-WM angewendet. Neben einer mangelnden Themendiversifikation wurde auch bei den Frauen eine Ausweitung der unterhaltungsorientierten und emotional geprägten Inhalte beobachtet.

Zusätzlich zu der quantitativen Inhaltsanalyse wurde ein ausgewählter Sonderbeitrag aus dem Programm der ARD zur Fußball-WM qualitativ untersucht. Dieser bestätigte die zunehmend ästhetisierende Darstellung der Frau bei Sportübertragungen. Neben dem Forschungsstand zur unterschiedlichen Geschlechterdarstellung in der Sportberichterstattung wurde das allgemeine Verhältnis von Sport und Medien aufgearbeitet. Zudem wird die Historie des Frauenfußballs in seinen Grundzügen erläutert.

Als Schlussfolgerung mahnt der Autor vor einer gefährlichen Mixtur aus oberflächlicher Medienberichterstattung und mangelnder Akzeptanz des Frauenfußballs in der Gesellschaft. Dies kann langfristig zur kompletten Abneigung und Geringschätzung der Sportart führen.

ABSTRACT

This thesis *“Direct hit or offside position? An analysis of the coverage of television on the occasion of the FIFA Women's World Cup in Germany. A comparison of the television live broadcast during German games at the Women's and Men's World Cup”* by Alexander Kobs is about a sport which in Germany is often scorned: Women's football. It's doomed to a shadowy existence and there isn't any competition between the women's and men's football - neither in the media nor in the economy. In the summer of 2011 the potential of women's football seems to show up. The Women's World Cup became the most successful television broadcasting of the year. For the public service broadcasting this meant great ratings. More than 17 million television viewer watched the quarter-final between Germany and Japan. The German TV station *ZDF* reached the highest ratings of women's football which was ever measured in Germany. Because of the temporarily euphoria over women's football this thesis will investigate the television broadcasting during the FIFA Women's World Cup in Germany 2011.

The basis is a longitudinal study which has been used at large men's football tournaments since 1994. The object of investigation is a television live broadcast and the coverage of the last match in tournament with German participation. The detailed analysis shows that the enlargement of the coverage leads to a lack of journalistic quality. The journalist becomes more and more an entertainer and forgets about his function, e.g. the critical reflexion.

Now for the first time the study was conducted at a Women's World Cup. Besides a lack of diversification of the subjects it was observed that the content was more entertaining and emotional.

In addition to the quantitative content analysis a selected contribution of the program to the World Cup was investigated qualitatively. Besides the state of research concerning the different representation of the sexes in the media, the relation between sports and media was analyzed. In addition to that analysis the history of the women's football was shortly explained.

As a conclusion to the thesis the author warns of a dangerous mix of superficial coverage and a lack of acceptance in society of women's football. In the long term this may lead to complete antipathy and disregard for this sport.

SCHLÜSSELBEGRIFFE & KEY WORDS

Schlüsselbegriffe: Frauenfußball, Weltmeisterschaft, Fernsehen, Längsschnittstudie, journalistische Qualität

Key words: Women's football, World Cup, television, longitudinal study, journalistic quality

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	I
TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	II
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	III

A. Theoretische Basis

1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Überblick des Forschungsstands	4
1.3 Aufbau der Arbeit	6
2 Sportgroßereignisse im TV	7
2.1 Verhältnis von Sport und Medien	7
2.2 Die zunehmende Inszenierung des Mediensports	12
2.3 Frauenfußball im Fernsehen.....	14
3 Geschlechterdifferenzen im Mediensport	18
3.1 Sexualisierungsdruck der Medien	18
3.2 Gefahren für den Frauensport	19
4 Frauenfußball	20
4.1 Historische Entwicklung des Frauenfußballs	21
4.2 Deutschland als WM-Gastgeber 2011	23

B. Forschungsteil

5 Untersuchung	24
5.1 Vorstellung der Längsschnitt-Untersuchung	25
5.2 Eigener Untersuchungsgegenstand	26
5.3 Hypothesen	27
5.4 Methode	28
5.5 Durchführung	29
5.5.1 Fortführung der Längsschnitt-Untersuchung	29
5.5.2 Qualitative Analyse eines ausgewählten Beitrags	31
5.6 Probleme bei der Auswertung	32
6 Ergebnisse	32
6.1 Resultate der Längsschnittuntersuchung.....	33
6.2 Qualitative Auswertung des ausgewählten Beitrags	42
6.3 Überprüfung der Hypothesen	45
6.4 Bewertung und Zusammenfassung	46

C. Resümee

7 Fazit	48
7.1 Einordnung und Beurteilung der Forschungsbeiträge	48
7.2 Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf	49

LITERATURVERZEICHNIS	IV
ANHANG	XI

TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Tab. 1	Sport als idealer Partner für das Medium Fernsehen. Zum Zusammenhang zwischen Verlusterfahrungen der Menschen und deren Zuschauerverhalten	S. 11
Tab. 2	Zuschauerpotentiale aller Frauenfußball-WM-Übertragungen seit 1991 bei ARD und ZDF	S. 17
Tab. 3	Kategoriensystem der Querschnittsanalyse (Auszug)	S. 30
Tab. 4	Verteilung der Sendeblocks, Frauen-WM 2011	S. 33
Tab. 5	Verteilung der Sendeblocks im Längsschnitt, 1994-2011	S. 35
Tab. 6	Anteil der Präsentationsformen in der Rahmenberichterstattung im Längsschnitt, 2004-2011	S. 36
Tab. 7	Verteilung der Präsentationsformen, Endrunden 2006-2011	S. 38
Tab. 8	Verteilung der Themen, Endrunden 2006- 2011	S. 40
Tab. 9	Verteilung der Präsentationsform Beitrag nach Themen, Frauen-WM 2011	S. 41
Abb. 1	Verteilung der Sendeblocks im Längsschnitt, 1994-2011	S. 35
Abb. 2	Anteil der Präsentationsformen in der Rahmenberichterstattung, 2004-2011	S. 36

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

[sic]	=	wirklich so; redaktionelle Ergänzung, Hinweis (z.B. auf Rechtschreibfehler)
A.K.	=	Alexander Kobs (Autor)
AGF	=	Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung
ARD	=	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschlands
BH	=	Büstenhalter
BRA	=	Brasilien
bspw.	=	beispielsweise
BUL	=	Bulgarien
bzw.	=	beziehungsweise
DFB	=	Deutscher Fußball-Bund e.V.
dt.	=	deutsche(n)
e.V.	=	eingetragener Verein
ebd.	=	ebenda
EM	=	Europameisterschaft
et al.	=	et alii (und andere [Autoren])
etc.	=	et cetera
evtl.	=	eventuell
FC	=	Fußballclub
FCR	=	Fußballclub Rumeln (Duisburg)
FFC	=	Frauen Fußball Club
FIFA	=	Fédération Internationale de Football Association
FRA	=	Frankreich
GER	=	Germany (Deutschland)
GfK	=	Gesellschaft für Konsumforschung
HR	=	Hessischer Rundfunk
Hrsg.	=	Herausgeber
inkl.	=	inklusive
JAP	=	Japan
CAN	=	Canada (Kanada)
KRO	=	Kroatien
Min.	=	Minuten
Mio.	=	Millionen
n.V.	=	nach Verlängerung
NIG	=	Nigeria
OK	=	Organisationskomitee
O-Ton	=	Originalton
POR	=	Portugal
RBB	=	Rundfunk Berlin Brandenburg
S.	=	Seite(n)
Sek.	=	Sekunden
s.o.	=	siehe oben
SPA	=	Spain (Spanien)
Std.	=	Stunden
Tab.	=	Tabelle
TCH	=	Tschechien
TuS	=	Turn- und Sportvereinigung
TV	=	Television
u.a.	=	unter anderem
UEFA	=	Union of European Football Associations
URG	=	Uruguay
v.a.	=	vor allem
Vgl.	=	vergleiche
WDR	=	Westdeutscher Rundfunk
WM	=	Weltmeisterschaft
z.B.	=	zum Beispiel
ZDF	=	Zweites Deutsches Fernsehen
Zit. nach	=	zitiert nach

1 Einleitung

Es sollte das Sommermärchen 2.0 werden – die FIFA Frauenfußball-Weltmeisterschaft in Deutschland 2011. Nachdem sich Deutschland bei der Fußball-WM der Männer 2006 schon als vorbildlicher Gastgeber präsentierte, weckte der Zuschlag zur Austragung des Frauen-Pendant Erinnerungen an das Sportgroßereignis, das fünf Jahre zuvor eine ganze Nation zusammenrücken ließ. Damals verwandelte der dritte Platz der deutschen Auswahlmannschaft die Bundesrepublik in ein schwarz-rot-goldenes Fahnenmeer und bescherte dem Sport einen großen Imagegewinn.

Im Sommer 2011 sollten die Frauen in die Fußstapfen der Männer treten. Die Freude auf das Großevent war mit der Hoffnung verbunden, dass die WM als Meilenstein für die Entwicklung des Frauenfußballs in Deutschland dienen wird. „Ich glaube, dass die WM ein echtes Highlight wird. Wir wollen einen Schub, der lange, lange anhalten soll“¹, sagte die Präsidentin des Organisationskomitees Steffi Jones. Sportlich konnte die deutsche Nationalmannschaft den hohen Erwartungen – der Gewinn des WM-Titels wurde im Vorfeld als Ziel ausgegeben – nicht gerecht werden. Bereits im Viertelfinale schied das Team von Trainerin Silvia Neid gegen den späteren Titelträger Japan aus. Der Traum vom dritten WM-Titel in Folge nach 2003 und 2007 war zerplatzt.

Zumindest die TV-Berichterstattung von ARD und ZDF hatte auf den ersten Blick jedoch einen weltmeisterlichen Anschein. Insgesamt mehr als 71 Stunden berichteten die beiden öffentlich-rechtlichen Sender über das Großereignis.² Erstmals wurden bei einer Endrunde der Frauen alle Partien live übertragen. Fast 400 Mitarbeiter waren dabei für die ARD und das ZDF im Einsatz.³ Damit sind die Sender bei der Übertragung in eine neue Dimension vorgestoßen. „Im Vergleich zu bisherigen Übertragungen von Frauen-Weltmeisterschaften machen wir einen regelrechten Quantensprung“⁴, sagte ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky. Insgesamt bekam der Frauenfußball durch die sportliche Großveranstaltung eine mediale Aufmerksamkeit, die für die Sportart bis dato einmalig war. Im Vorfeld rührten die öffentlich-rechtlichen Anstalten ordentlich die Werbetrommel, doch nicht alle Deutschen wurden durch die mediale Euphorie mitgerissen. Ein Internet-User zog nach der WM in einem Forum einen kritischen Vergleich zwischen der Berichterstattung zum Frauenfußball und der Verabschiedung des Euro-Rettungsschirms: „Erinnert euch die öffentl-rechtliche [sic] Medienberichterstattung in D [Deutschland, A.K.] zum EFSF [European Financial Stability

¹ Sueddeutsche.de (2011)

² Vgl. Dahms-Kießling et al. (2011)

³ Vgl. Thost (2011)

⁴ Ebd. (2011)

Facility, A.K.] auch an die Vorberichterstattung zur Frauen.WM [sic]? Motto: Das müssen wir gut finden, auch wenn wir nicht verstehen warum“.⁵ Mit seiner Meinung stand der Internet-User nicht alleine da. Die Begeisterung für Frauenfußball hielt sich vor der WM in Grenzen. Nur 14 Prozent der Befragten gaben im Vorfeld an, ein großes Interesse an der Endrunde zu haben.⁶

Rückblickend wurden die Sendeanstalten für die Entscheidung, ausführlich über die WM zu berichten, jedoch belohnt. Sie erzielten mit ihrer Berichterstattung traumhafte Einschaltquoten, die letzte Partie der deutschen Elf sahen 17,01 Millionen Zuschauer (Marktanteil: 59,2 %⁷). Damit stellte das ZDF einen neuen Quoten-Rekord bei Frauenfußball-Spielen auf. Auch die Partien ohne deutsche Beteiligung zogen Millionen Fans vor die Bildschirme. Die insgesamt 28 WM-Spiele sahen im Durchschnitt 6,69 Millionen Zuschauer.⁸ Noch nie wurde in dieser Breite über Frauenfußball berichtet. Damit landete die Randsportart⁹ einen Volltreffer, zumindest in ihrer Reichweite. Maßgebend sollte jedoch nicht nur die Quantität der Berichterstattung sein, sondern vor allem die Qualität. Bisherige Untersuchungen – allerdings ausschließlich bei den Männern – haben ergeben, dass die Sendezeiten von Fußball-Liveübertragungen im Fernsehen zwar immer weiter ausgedehnt und Berichterstattungsmuster angepasst werden, dabei jedoch zunehmend journalistisch erbrachte Leistungen verschwinden.¹⁰ Für den Frauenfußball lagen bislang keine verlässlichen Daten vor. Die Arbeit soll der Anfang dazu sein, diese Lücke zu schließen.

1.1 Problemstellung

Einer der wichtigsten Grundsteine für eine dauerhafte Etablierung des Frauenfußballs in der Gesellschaft ist die Medienberichterstattung. Erst mit der Aufmerksamkeit der Journalisten kann sich die Sportart auch in den Köpfen der Bevölkerung festsetzen. Bisher war es so, dass der Frauenfußball wenig bis gar keine Beachtung fand. Neben den Länderspielen wurde einzig das DFB-Pokalendspiel der Frauen jährlich vor der Partie der Männer live im TV übertragen. Durch die WM 2011 hat der Frauenfußball eine große mediale Aufmerksamkeit auf sich gezogen. Das Sendevolumen der Livespiele wurde gegenüber der vorhergehenden Weltmeisterschaft 2007 mehr als verdrei-

⁵ Bondboard-Forum (2011), geschrieben von „Eurohypo“

⁶ Statista.de (2011)

⁷ Definition Marktanteil nach der AGF: Der Marktanteil gibt den relativen Anteil der Sehdauer einer Sendung/eines Werbeblocks/eines bestimmten Zeitintervalls an der Gesamtsehdauer aller Programme zum jeweiligen Zeitintervall an.

⁸ Alle Daten zu den Einschaltquoten stammen von der AGF/GfK Fernsehforschung

⁹ Nach Horky (2009b) werden Sportarten ohne große Popularität, die keine regelmäßige Aufmerksamkeit in den Medien generieren, im Allgemeinen als Randsportart bezeichnet.

¹⁰ Vgl. Scholz (1993), Schaffrath (1999), Burk/Digel (2002), Kühnert (2004), Horky (2009a) et al.

facht.¹¹ Im Umfang näherte sich die Berichterstattung – bezogen auf die Spieldauer der WM – sogar der Sendezeit der Männer-WM 2006 in Deutschland. Beachtet werden muss hier natürlich, dass bei den Männern mit 32 Teams generell doppelt so viele Mannschaften antreten als bei den Frauen. Dementsprechend finden auch mehr Partien statt. Ob die Berichterstattungsmuster sowie die journalistische Qualität bei Frauen- und Männer-Endrunden jedoch vergleichbar ist, soll in dieser Arbeit anhand einer quantitativen Inhaltsanalyse festgestellt werden, die durchaus auch qualitative Rückschlüsse zulässt. Bisher gab es noch keine adäquate Messung bei Frauen-Endrunden. In welcher Art und Weise gingen ARD und ZDF bei der Übertragung vor? Gibt es gravierende Unterschiede zur Berichterstattung bei den Männern? Bisherige Forschungsergebnisse haben gezeigt, dass bei der Übertragung von „typischen Großfußballabenden“¹² auf gleiche Berichterstattungsmuster zurückgegriffen wird. Dabei wird immer deutlicher, dass sich zwar die Sendezeit ausweitete, gleichzeitig aber ein journalistischer Qualitätsverlust eintritt.¹³ Ob diese Entwicklung auch auf die Frauen-WM zutrifft, wird in dieser Arbeit untersucht. Sportsoziologische Auswirkungen und ein „Bedeutungsverlust des Sportjournalismus“¹⁴ könnten mit den Ergebnissen einhergehen.

Erfahrungsgemäß steht der Mediensport zudem unter einem enormen Sexualisierungsdruck. Besonders die Darstellung von Sportlerinnen tendiert immer öfter zur Erotisierung.¹⁵ Der Sport steht dabei im Hintergrund, die Aufmerksamkeit der Medien liegt auf der weiblichen Attraktivität. Gemäß dem Motto „Sex sells“ werden gezielt die Runden und die Schönheit der Athletinnen in den Vordergrund gerückt. Ob diese Entwicklung auch auf die TV-Berichterstattung während der Frauen-WM zutrifft, soll ein Teilaspekt dieser Arbeit sein. Gerade unter dem Gesichtspunkt, dass sich der Frauenfußball in Deutschland in einer Wachstumsphase befindet – zweieinhalb Monate vor der WM wurde mit 1.058.990 Frauen und Mädchen die Rekordzahl der weiblichen DFB-Mitglieder um rund 10.000 übertroffen¹⁶ – könnten genaue Aussagen zur TV-Berichterstattung bei der Frauen-WM wegweisend für die allgemeine Entwicklung des Frauenfußballs sein.

¹¹ Vgl. Dahms-Kießling et al. (2011), S. 511

¹² Stiehler/Marr (2001), S. 112

¹³ Vgl. Horky (2009a), et al.

¹⁴ Horky/Grimmer (2011b), S. 110

¹⁵ Schierl (2008a), S. 141; Nieland/Schaaf (2011), et al.

¹⁶ dfb.de (2011)

1.2 Überblick des Forschungsstands

Mit Blick auf die bisherige Forschungsliteratur zum Thema Live-Übertragungen im TV fällt auf, dass beinahe zu jedem sportlichen Großevent Analysen zur Medien-Berichterstattung existieren. Allerdings konzentriert sich die Forschung weitestgehend auf sogenannte Mediensportarten und hier besonders auf Wettkämpfe der Männer. Vor allem zu Fußballübertragungen im Fernsehen finden sich ausgesprochen viele Analysen. Fußball ist die Mediensportart Nummer eins, zumindest der Männer-Fußball. Zwischen den Medien und dem Sport besteht eine Symbiose, die in dieser Arbeit in groben Zügen dargestellt werden soll. Unter anderem haben SCHIERL und SCHAUERTE das Verhältnis mehrfach thematisiert und einen „Medien-Sport-Komplex“ festgestellt. DIGEL und BURK sehen das Sportfernsehen sogar als Fluchtmöglichkeit der Rezipienten vor gesellschaftlichen Problemen. Auch die darin inbegriffene und fortschreitende Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation wird beleuchtet. HORKY gilt auf diesem Gebiet als führende Instanz. Die zeitliche Streckung der Sportfernseh ereignisse sowie der gezielte Einsatz von neuen Übertragungstechniken sind nur zwei Aspekte der zunehmenden Inszenierung. Die Literatur hinsichtlich Fußballübertragungen im TV ist weitreichend. Im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen aber die Ergebnisse einer Längs- und Querschnittsanalyse zur Qualität der TV-Berichterstattung von Großfußballabenden. STIEHLER und MARR begannen 1994 damit, jeweils die letzten Spiele der deutschen Fußballnationalmannschaft bei WM- oder EM-Endrunden zu analysieren. HORKY und später GRIMMER setzten ihre Arbeit fort, sodass auf einen schon bestehenden Datensatz von neun Spielen der Männer zurückgegriffen werden konnte. Die vorliegende Arbeit kann somit als Fortsetzung dieser Analyse angesehen werden. Da hier erstmals die Endrunde einer Frauen-WM untersucht wird, kann schließlich der Versuch eines Vergleichs zwischen der TV-Berichterstattung der Männer- und Frauen-WM erfolgen. KÜHNERT hat 2004 die kompakte Analyse bereits auf private Free-TV-Sender und andere Sportarten (Formel 1, Skispringen) ausgeweitet.

Die bisherigen Programmanalysen haben gezeigt, dass eine „Angleichung der Berichterstattungsmuster bei gleichzeitigem Verlust der journalistisch erbrachten Leistungen“¹⁷ zu beobachten ist, was wiederum auf einen Qualitätsverlust schließen lässt. Außerdem wird die Berichterstattung „durch vielfältige Präsentationsstrukturen bei einer geringeren Anzahl an Themen und einer Dominanz von Unterhaltungsangeboten geprägt.“¹⁸ SCHERER sowie BOSSHART und BECK haben eine entertainisierende und emotionale Ausrichtung der Sportübertragungen festgestellt. Auch SCHAFFRATH

¹⁷ Horky/Grimmer (2011a), S. 95

¹⁸ Ebd. (2011a)

und HORKY sehen eine starke Tendenz zum reinen Entertainment.¹⁹ Der Unterhaltungsaspekt rückt in den Vordergrund. Livegespräche, allen voran die Expertengespräche, nehmen als „diskursive Auseinandersetzung“²⁰ einen Großteil der Berichterstattung ein und verdrängen Beiträge, die einen journalistischen Mehrwert aufweisen. Übergreifend wurde erkannt, dass die Sendezeiten stark ausgeweitet worden sind.²¹ Im Zuge dessen hat sich auch ein vermehrter Einsatz von Werbung und Trailern in der Fußballberichterstattung etabliert.²² HORKY und GRIMMER konnten diese These in seiner Untersuchung jedoch nicht nachweisen.²³ Die Ausweitung der Sendezeiten ist auf einen Kostenausgleich der Sendeanstalten zurückzuführen. „Angesichts der enormen Kosten, die der Erwerb von Übertragungsrechten massenattraktiver Sportereignisse verursacht, stehen die Sender unter dem Druck einer intensiven Verwertung dieser Rechte.“²⁴ SCHWIER und SCHAUERTE pflichten dem bei und sehen die Erweiterung der rahmenden Berichterstattung, des sogenannten Framing, „primär in ökonomischen Handlungszielen begründet“.²⁵ Somit lässt sich festhalten, dass die mediale Auswahl von Sportereignissen sich immer stärker an ökonomischen Ansprüchen und weniger an journalistischen Prämissen orientiert.²⁶ Zudem wird der Journalist mehr und mehr zum Verkäufer. STEINBRECHER gibt an, dass Programmverantwortliche vieles tun, um Zuschauer an die Sendung zu binden. „Zu Beginn beinahe jedes Sportformats werden in Clipform die Höhepunkte des Programms vorgestellt. In der Regel auf Musik geschnitten, [...] Die Ware wird möglichst attraktiv präsentiert, schließlich hat sie in den meisten Fällen auch viel gekostet.“²⁷ Gleichzeitig tendiert die Sportberichterstattung dazu, negative Aspekte des Sports, wie z.B. Doping oder die Einflussnahme der Wirtschaft, aus dem Programm zu verbannen. BURK und DIGEL sprechen von einer „1:0-Berichterstattung“²⁸. Interessant wird sein, ob diese Merkmale auch bei den Frauen erkennbar sind oder gegebenenfalls noch stärker ausgedehnt werden.

Auch über die Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse liegen mehrere Studien und Veröffentlichungen vor. So wurde zu verschiedenen Erhebungszeitpunkten medienübergreifend festgestellt, „dass Männer im Vergleich zu Frauen wesentlich häufiger in den Medien präsent sind.“²⁹ Bei einer präziseren Betrachtung der unterschiedlichen Darstellung der Geschlechter im Sportjournalismus wird deutlich, dass v.a. die Frauen

¹⁹ Vgl. Schaffrath (2000), Bosshart/Beck (2006), Scherer (2008), Horky (2009a)

²⁰ Stiehler/Marr (2001), S. 115

²¹ Vgl. ebd. (2001); Horky/Grimmer (2011a/b)

²² Vgl. Burk/Digel (2002)

²³ Vgl. Horky/Grimmer (2011a)

²⁴ Stiehler/Marr (2001), S. 112

²⁵ Schauerte (2008), S. 123

²⁶ Vgl. Schaffrath (2011)

²⁷ Steinbrecher (2011), S. 22

²⁸ Burk/Digel (2001)

²⁹ Hartmann-Tews/Rulofs (2008), et al.

auf ihre weiblichen Reize reduziert werden. „Wenn Sportlerinnen, die eine hohe physische Attraktivität aufweisen, in der Berichterstattung bevorzugt werden, führt dies zum Ausschluss von Protagonistinnen, die sich einer Feminisierung ihres Körpers konsequent verweigern“, stellten NIELAND und SCHAAF fest.³⁰ Das kann v.a. die Gefahr mit sich bringen, dass der eigentlich entscheidende Faktor, der sportliche Erfolg, nicht mehr darüber bestimmt, ob über jemanden berichtet wird, oder nicht. Im Vorfeld der Frauen-WM war dieses Phänomen z.B. an den erotischen Bildern von deutschen Nachwuchsfußballerinnen im Playboy zu erkennen³¹. Auch die mediale Fokussierung auf die attraktive Nationalspielerin Fatmire Bajramaj, die bei der WM sportlich enttäuschte, unterstützt diese These.

1.3 Aufbau der Arbeit

Im ersten Abschnitt dieser Arbeit werden grundlegende Zusammenhänge geklärt. Dabei spielt die rasante Weiterentwicklung und Inszenierung von Sportgroßereignissen im Fernsehen eine tragende Rolle. Die Frauen-WM 2011 kann aufgrund ihrer medialen Ausmaße eindeutig als Media Event ausgewiesen werden. Daher erscheint eine genaue Betrachtung von allgemeingültigen Begebenheiten solcher Übertragungen sinnvoll. Zudem wird das symbiotische Verhältnis von Sport und TV in seinen groben Zügen aufgezeigt. Außerdem werden Fakten zur unterschiedlichen Darstellung der Geschlechter im Mediensport erläutert. Angesichts des Untersuchungsgegenstands liegt das Augenmerk verständlicherweise auf dem Frauenfußball.

Der zweite Abschnitt beinhaltet die eigene Forschungsarbeit. Hier wurde zunächst eine quantitative Inhaltsanalyse der TV-Berichterstattung während der Frauen-WM durchgeführt. Im Blickpunkt standen die vier Partien mit deutscher Beteiligung. Die eigenen Forschungsdaten wurden in der Folge mit den bereits bestehenden Ergebnissen einer Längsschnitt-Untersuchung zu Großfußballabenden bei Welt- und Europameisterschaften im deutschen Fernsehen seit 1994 verglichen und ausgewertet. Um genauere qualitative Rückschlüsse zur Darstellung der unterschiedlichen Geschlechter im TV ziehen zu können, wurde anschließend zusätzlich ein Beitrag analysiert, der aufgrund seiner besonderen Positionierung hervorsticht. Die relevanten Ergebnisse werden danach ausführlich präsentiert. Der abschließende dritte Abschnitt verknüpft das Resümee mit einem Ausblick auf die Zukunft der TV-Berichterstattung. Zudem wird eine Empfehlung für weitere Untersuchungen und zur Fortführung der Längsschnitt-Analyse gegeben.

³⁰ Nieland/Schaaf (2011), S. 24/25

³¹ Playboy-Ausgabe 07/2011, „Das Heft zum Sommermärchen 2011“

2 Sportgroßereignisse im TV

Wenn die GfK-Fernsehforschung jährlich die Hitliste der meistgesehenen Sendungen des vergangenen Jahres veröffentlicht, nehmen Sportereignisse traditionell die vorderen Plätze ein. Besonders Fußballspiele, und hier speziell die der Nationalmannschaft stehen in der Gunst der Zuschauer ganz oben. So wundert es nicht, dass die Sendung mit der höchsten Einschaltquote aller Zeiten in Deutschland ein Fußball-Länderspiel ist. Das Halbfinale der WM 2010 in Südafrika zwischen Deutschland und Spanien setzte sich mit 31,10 Millionen Zuschauern an die Spitze des ewigen Einschaltquoten-Ranking. Auch dahinter folgen ausschließlich Länderspiele bei Endrunden.

Doch nicht nur Fußball, auch andere Sportarten sorgen bei den Fernsehmachern erfahrungsgemäß für Traumquoten. So zog der WM-Boxkampf zwischen Axel Schulz und Francois Botha 1995 18,03 Millionen Zuschauer vor die Fernsehgeräte.³² Auch die Formel 1 ist nach wie vor ein Quotengarant. Unter den Top-10 der TV-Sport-Events 2011 in Deutschland finden sich bei Nichtbeachtung von „König Fußball“ gleich sieben Rennen der Serie. Im Schnitt schalteten jedes Mal mehr als sechs Millionen Zuschauer ein.³³ Vergleichbare Tendenzen lassen sich auch in anderen Ländern erkennen. Sportgroßereignisse, dazu gehören u.a. auch die Olympischen Spiele, erreichen weltweit so große Menschenmassen wie kein anderes Medienereignis. Die beeindruckenden Statistiken lassen eine Konvergenz zwischen Sport und Fernsehen vermuten. GÖRNER stellt fest: „Sport und Massenmedien profitieren voneinander, existieren nur schwerlich ohne einander und entwickeln sich miteinander – unterstützt von der Wirtschaft – in kommerzielle Höhen.“³⁴

2.1 Verhältnis von Sport und Medien

Das alte deutsche Sprichwort *Eine Hand wäscht die andere* gibt in abstrakter Weise wieder, in welcher Beziehung sich der Medienapparat und der Sport gegenüber stehen. Beide Pole brauchen einander gleichermaßen. HACKFORTH stellte fest, dass die Medien mit der Programmsparte Sport ein attraktives Zugpferd an der Leine haben, das ihnen hohe Einschaltquoten und Marktanteile garantiert. Andererseits benötigt der Sport die Medien in gleicher Weise, um seine Wettkämpfe und Protagonisten dem Rezipienten nahe zu bringen. Erst durch die Aufmerksamkeit der Medien und den weltweiten Transport erlangt eine Sportart Akzeptanz in der Bevölkerung und bei Sponso-

³² Vgl. Adrivo Sportpresse (2011)

³³ Vgl. Oediger (2011)

³⁴ Görner (1995), S. 60

ren. Ohne Berichterstattung bekämen die Sportler geringere Gehälter und die Veranstalter würden niedrigere TV-Einnahmen erzielen.³⁵

SCHIERL spricht von einer „Symbiose von Sport und Medien“³⁶ und zählt mehrere Argumente auf, die den Nutzen des Sports für die Medien beschreiben. Neben der hohen Reichweite, die die Programmsparte Sport erzielt, sieht SCHIERL den Markierungs- und Profilierungsaspekt für die TV-Anstalten. So helfen Sportübertragungen bei der Wiedererkennbarkeit des Anbieters auf dem riesigen TV-Markt und ermöglichen den Aufbau eines differenzierbaren Profils.³⁷ Zudem hebt SCHIERL den niedrigen Produktionsaufwand gegenüber anderen Programmgenres sowie die hohe redaktionelle Anschlussfähigkeit von Sportübertragungen hervor. Weitere redaktionelle Programme des Anbieters lassen sich im Anschluss hervorragend unterbringen und erzielen durch das Zugpferd Sport ebenfalls erhöhte Einschaltquoten. Zudem lässt sich der Sendeumfang von Sportübertragungen ohne viel Aufwand durch bspw. Expertengespräche und Gewinnspiele ausweiten. Im Gegenzug beschreibt SCHIERL auch den Nutzen, den der Sport aus den Medien zieht. In erster Linie sieht er hier die finanziellen Aspekte. Veranstalter und im zweiten Schritt auch die Sportler ziehen hohe Gewinne aus den Übertragungsrechten. Zudem profitieren sie durch die hohe Popularisierung, die der Sport durch die Medien erfährt.³⁸ Dies wiederum führt erneut zu steigenden Gewinnen bei der Vermarktung.

An diesen Ausführungen wird bereits klar, dass eine Betrachtung des Verhältnisses von Sport und Medien nicht ohne den dritten Faktor, die Wirtschaft, auskommt. Das enge Geflecht der drei Komponenten hat seinen Ursprung gegen Ende des 20. Jahrhunderts. SCHAUERTE hat die Beziehungsentwicklung grob in drei verschiedene Epochen eingeteilt.³⁹ Bis in die 1970er-Jahre sieht er noch *Die Zeit der ‚geordneten‘ Verhältnisse*. Sport wurde – ob aktiv oder passiv – nur in der Freizeit getrieben „und diente in erster Linie der Unterhaltung“⁴⁰. Der Amateurstatus der Sportler war so selbstverständlich wie das Ehrenamt bei der Organisation des Sportbetriebes. Weder Trikotsponsoring noch Bandenwerbung wurden gesellschaftlich akzeptiert. Die Medienberichterstattung begrenzte sich zu dieser Zeit auf die reine Ergebnisdarstellung. Die

³⁵ Vgl. Hackforth (1988)

³⁶ Vgl. Schierl (2008b), S. 105-109

³⁷ Dass der Aufbau eines Profils durch Sportübertragungen nicht immer funktioniert, lässt sich am Beispiel des TV-Senders tm3 aufzeigen. Der bis dato als „Frauensender“ bekannte Kanal sicherte sich in der Saison 1999/2000 die Übertragungsrechte der Fußball-Champions League. Die Einschaltquoten waren jedoch nicht zufriedenstellend, sodass die Rechte bereits nach einer Saison wieder abgegeben wurden.

³⁸ Vgl. Schierl (2008b), S. 105-109

³⁹ Vgl. Schauerte (2008)

⁴⁰ Vgl. ebd. (2008)

Sportformate waren wenig innovativ, die Rundfunkanstalten erfüllten einzig ihren gesetzlichen Auftrag. Nachdem die WM 1954 bereits eine erste Fußball-Ekstase in Deutschland ausgelöst hatte, bemerkten die Verbandsfunktionäre und die Medien beim WM-Titelgewinn der deutschen Elf 1974 erneut die Masseneuphorie, die der Sport bei der Bevölkerung freigesetzt hatte. Zuschauerpotentiale wurden erkannt. „Als die werbetreibende Wirtschaft das kommunikative Potenzial des Sports in den Medien und insbesondere im Fernsehen entdeckte, war das Ende der medienportlichen Nostalgie besiegelt.“⁴¹ Bundesligist Eintracht Braunschweig brach 1973 mit den gesellschaftlichen Tabus und präsentierte die Kräuterlikörmarke Jägermeister als Trikotsponsor auf der Brust. Da sich die Medien für diese Werbebotschaft nicht instrumentalisieren lassen wollten, reagierten sie anfangs mit einer restriktiven Berichterstattung. Die Printmedien schwärzten den Schriftzug. Diese Ablehnung änderte sich jedoch bald.

Nachdem andere Vereine nachzogen, beginnt für SCHAUERTE Mitte der 1980er-Jahre *Der Umbruch*. Mit der Einführung des dualen Rundfunksystems sahen sich die öffentlich-rechtlichen Sender plötzlich privaten Anbietern gegenüber, für die „ausschließlich marktwirtschaftliche Handlungsmaxime bei der Programmgestaltung gelten“⁴². Die Privaten merkten durch die Übertragung des Wimbledonsieg von Boris Becker 1985 schnell, welchen Erfolg sie mit sportlichen Großereignissen erzielen können. Es entwickelte sich „ein Preiskampf im Wettbieten um die Erstverwertungsrechte an Sportereignissen mit inflationären Zügen.“⁴³ Die ausdifferenzierte Fernsehlandschaft veränderte das Verhältnis zwischen dem Sport, seinen Repräsentanten und den Medien in seinen Grundzügen, bemerkt BRINKMANN⁴⁴. LEYENDECKER von der Süddeutschen Zeitung sieht das in einem Beitrag aus dem Jahr 2005 genauso: „Der Einzug des Kommerz-Fernsehens hat den Sportjournalismus gewaltig verändert.“

Die zunehmende Vermarktung kam vor allem den Vereinen zu Gute, die sich durch die finanzielle Unterstützung professioneller aufstellen konnten. BRINKMANN und WALDHAUSER stellten fest, dass verschiedene sportliche Großereignisse eine so hohe gesellschaftliche Bedeutung haben, dass diese – vom Bundesverfassungsgericht vertraglich festgelegt - im frei empfangbaren Fernsehen ausgestrahlt werden müssen.⁴⁵ SCHAUERTE sieht dieses Urteil als Grundstein für die Dominanz des Fußballs in der Bundesrepublik. „Da sich diese Regelung mit Ausnahme der olympischen Sommer- und Winterspiele ausschließlich auf den Fußball bezieht, verdeutlicht sich seine Vor-

⁴¹ Ebd. (2008)

⁴² Schauerte (2008), S. 6

⁴³ Ebd. (2008), S. 7

⁴⁴ Vgl. Brinkmann (2000), S. 491

⁴⁵ Vgl. ebd (2000), S. 492; Waldhauser (1999), S. 84ff.

machtstellung in Deutschland gegenüber anderen Sportarten.“⁴⁶ Außerdem macht er die rasante Entwicklung des Verhältnisses zwischen Sport und Medien auch am Sportverständnis innerhalb der Bevölkerung fest. „Aus einer Nebensache wurde für viele Menschen des postindustriellen Kulturzeitalters ein zentraler Lebensinhalt, der über die Grenzen der Freizeit hinaus habitualisiert wurde.“⁴⁷ SCHWIER kommt zu dem Schluss, dass der Sport und die Massenmedien gegenwärtig sowohl zu den ökonomischen Wachstumsbranchen als auch zu den einflussreichsten kulturellen Kräften unserer Zeit gehören.⁴⁸

SCHAUERTE gibt der dritten Epoche die Überschrift *Der Weg zur reinen Kommerzialisierung und die Konsequenzen*. Er beobachtet in der TV-Sportberichterstattung, dass die Aufbereitung der Ergebnisse zunehmend in Unterhaltungsform geschieht.⁴⁹ Dabei nutzen Kommentatoren „narrative Elemente zur dramaturgischen Aufbereitung der Bilder, und Moderatoren leiten locker-leger durch die Sport-Show.“⁵⁰ Prominente werden als Studioexperten deklariert und zum vollwertigen journalistischen Partner emporgehoben und von den Medien „als Werbepartner in eigener Sache instrumentalisiert.“⁵¹ SCHAUERTES Fazit lautet: „So hat sich die simple Codierung des Sports in Sieg und Niederlage, die ehemals Sinn stiftend dem habitualisierten Sportverständnis entsprach, zu einem dramaturgischen Element zur Implementierung von Marketingstrategien des Sport-Medien-Komplexes gewandelt, dessen Impetus durch ökonomische Ziele determiniert ist.“⁵²

Die ökonomischen Ziele und die Verflechtung von Sport und Medien werden z.B. bei der Anpassung von Anstoßzeiten deutlich. Wenn eine WM in einem nicht-europäischen Land mit Zeitverschiebung ausgetragen wird, feilschen Verband und TV-Anstalten um eine für beide Seiten möglichst geeignete Legung der Partien, damit die Spiele auf dem fußballverrückten, europäischen Markt mit seinen finanzkräftigen Sponsoren zu zuschauerfreundlichen Zeiten ausgestrahlt werden können. „Ereignisse werden so gestaltet, dass sie mediengerecht werden“, betont SCHERER⁵³. SCHAFFRATH ergänzt: „Der messbare Erfolg beim Publikum und auf den Werbemärkten ist entscheidend. Unter der Regie von ‚Programmdirektor Einschaltquote‘, ‚Chefredakteur Auflagenzahl‘

⁴⁶ Schauerte (2008)

⁴⁷ Ebd. (2008), S. 15

⁴⁸ Schwier (2002)

⁴⁹ Dazu vgl. auch Scherer (2004), Bosshart/Beck (2006), Horky/Grimmer (2011a/b)

⁵⁰ Schauerte (2008)

⁵¹ Ebd. (2008)

⁵² Ebd. (2008)

⁵³ Scherer (2008), S. 215

sowie ‚Contentmanager Pageimpressions‘ wird entschieden, was berichterstattenswert ist und sich verkaufen lässt.“⁵⁴

DIGEL und BURK haben zudem festgestellt, dass Sport als idealer Partner für das Medium Fernsehen dient. Dabei haben sie einen Zusammenhang zwischen Verlusterfahrungen der Menschen und deren Zuschauerverhalten entdeckt. Die beiden haben gesellschaftliche Probleme analysiert und herausgefunden, dass das Sportfernsehen für viele Probleme Lösungsangebote bereithält (vgl. Tab. 1)⁵⁵. Diese Erkenntnis führt den Gedanken von WEISS weiter, der Sport „...als zentrale Quelle für Identifikation, Sinn und Gratifikation“ ansieht.⁵⁶ SCHWIER spricht dem Sport sogar die Funktion als „Seismograph“ zu, der „[...] kommende Veränderungen der gesellschaftlichen Lebensorganisation und [...] allgemein wirksame Entwicklungstrends [...]“ aufzeigt.⁵⁷

Tab. 1: Sport als idealer Partner für das Medium Fernsehen. Zum Zusammenhang zwischen Verlusterfahrungen der Menschen und deren Zuschauerverhalten

Quelle: Digel/Burk (2001)

Gesellschaftliches Problem	Problemlösungsangebot durch das Sportfernsehen
Routinisierung, Bürokratisierung und Langeweile im Arbeitsleben	Bedürfnis nach Spannung wird risikolos befriedigt
Zunahme des Nicht-Verstehens vs. Intellektualisierung der Gesellschaft	Sport ist anschaulich und einfach nachzuvollziehen
Enttranszendierung der Gesellschaft (Gott verflüchtigt sich)	Neue Heldenverehrung durch den Sport, Sport als Ersatzreligion
Affektdämpfung und Körperdistanzierung	Affekte im Sport sind erlaubt und erwünscht
Gemeinschaftsverlust	Gemeinschaftserlebnis, Nähe und Möglichkeit zur Identifikation
Differenzierung und Spezialisierung beeinträchtigt Geselligkeit und Kommunikation	Sport ist zentrales Kommunikationsthema in der Alltagskultur
Biographische Disparitäten	Sportausübung bzw. Sportinteresse als biographische Fixpunkte

So sehen DIGEL und BURK u.a. eine zunehmende Routinisierung der Gesellschaft, die auch durch eine permanente Langeweile im Arbeitsleben ausgelöst wird. Diese Trostlosigkeit wird durch den Fernsehsport aufgefangen, da dieser Spannung und Dramaturgie vermittelt. Dies haben auch die Fernsehmacher erkannt und inszenieren den Mediensport zu ihren Gunsten. Sie zeigen das, was der Rezipient in der Realität vermisst.

⁵⁴ Schaffrath (2010), S. 102

⁵⁵ Vgl. Burk/Digel (2001)

⁵⁶ Weiss (1991), S. 316

⁵⁷ Schwier (1998), S. 24

2.2 Die zunehmende Inszenierung des Mediensports

Der Inszenierungsbegriff stammt ursprünglich aus dem Theater-Bereich. Das Lexikon beschreibt die Inszenierung mit „ein Stück (bei Theater, Film, Fernsehen) künstlerisch bearbeiten, vorbereiten, einstudieren; Regie führen“.⁵⁸ Dabei wird eine Handlung mit dramaturgischen Mitteln besonders in Szene gesetzt. HORKY fasst zusammen: „Inszenierung muss also als der geplante, gestaltende Einsatz von inszenatorischen Elementen oder Techniken verstanden werden, die zu einer Dramatisierung des Handelns führen, also mit verschiedenen Prozessen das Handeln in Szene setzen.“⁵⁹

In den vergangenen Jahren wurde verstärkt beobachtet, dass die TV-Anstalten ihre Sportsendungen nach dem gleichen Schema aufbauen. Vor allem die Übertragungen so genannter Mediensportarten greifen auf Inszenierungsprozesse zurück. Wenn von Mediensport die Rede ist, meint man Spitzensport und dort vor allem Fußball, Tennis, Winter- und Motorsport.⁶⁰ Genau diejenigen Sportarten also, die eine hohe Präsenz in den Medien haben. Horky definierte 2009 eine Mediensportart als „Ausprägung von unterschiedlichen Bewegungsstrukturen in einem situativ bzw. kulturell differenzierten Medien-Sport-Komplex.“ Er ist der Meinung, dass Sportarten spannungsgeladenes, ästhetisches Kapital in Form von sportlichen Handlungen benötigen, um eine Mediensportart zu werden.⁶¹

Die TV-Macher verfolgen mit der Inszenierung im Wesentlichen nur ein Ziel: Der Zuschauer soll unterhalten werden. HACKFORTH hat bereits 1994 festgestellt, „[...] das [sic] Infotainment schon längst überschritten und das Entertainment [...] sich durchgesetzt“ hat.⁶² BERTLING pflichtet ihm bei und sagt: „Es zeigt sich ein starkes Abdriften der Sportberichterstattung in den Show- und Unterhaltungssektor. Spitzensportereignisse werden nicht mehr nur übertragen, sondern durch zahlreiche Showelemente ‚angereichert‘.“⁶³ SCHERER sieht dies genauso: Die Medien nutzen „[...] ihre technischen Möglichkeiten, um das Bild des Sports zu dramatisieren, um es spannender und interessanter zu gestalten.“⁶⁴ Bei den Übertragungen werden dafür bestimmte Konstruktionsregeln angewendet. Die Ziele, die damit verfolgt werden, sind vor allem Spannungssteigerung und Emotionalisierung. Konflikte werden überzogen dargestellt. Die Berichterstattung wird mit speziellen Präsentations- und Kommentierungstechniken

⁵⁸ Brockhaus (2005), S. 406

⁵⁹ Horky (2001), S. 18

⁶⁰ Vgl. Rühle (2000), S. 506

⁶¹ Horky (2009b)

⁶² Hackforth (1994), S. 19

⁶³ Bertling (2011), S. 20

⁶⁴ Scherer (2008), S. 215

dramatisiert. KNOBBE weiß: „Emotionalität [...] bestimmt unser Interesse.“⁶⁵ Während WARNECKEN in seiner Inhaltsanalyse aus dem Jahr 2000 über nationale Stereotypen in der Sportberichterstattung zum Ergebnis kam, dass im Fernsehen Emotionen keine herausragende Rolle spielen, kam HORKY zu dem Schluss, dass die Medien durch den Inszenierungsprozess mit unterschiedlichen Techniken eine Intimisierung, Emotionalisierung und auch Erotisierung der Mediensportwirklichkeit erreichen.⁶⁶ Vor allem die Übertragung von Emotionen steht im Fokus der Berichterstattung. Bereits 1986 erkannte NEUGEBAUER in der Vermittlung von Freude und Trauer ein Werkzeug zur Distanzreduzierung. Durch die Darbietung von Gefühlen kann eine gewisse Nähe zum Fernsehzuschauer hergestellt werden. Dies begünstigt die affektive Teilnahme des Rezipienten, obwohl eine räumliche Distanz vorhanden ist. Hervorragend zur Emotions-Vermittlung dienen beispielsweise die Interviews auf dem Spielfeld unmittelbar im Anschluss an den Wettkampf.

Die Inszenierung fängt bereits mit der Ausdehnung der Ereignisse an. Vor- und Nachberichterstattung werden in die Länge gezogen. Dies bringt wiederum Sendezeit, in der polarisierende Sentimentalität zur Anwendung kommt. Es liegt eine große Kluft zwischen der überzogenen Krisendebatte nach verlorenen Spielen und der großen Euphorie zum Beispiel bei einem Titelgewinn. Top oder Flop – der beständige Bereich dazwischen entfällt zunehmend – weil er für den Rezipienten langweilig ist und nicht ausreichend Zündstoff bereithält. Bei der Vermittlung von Sportevents wird zudem auf Personalisierung und nach DÖRNER auf ein „melodramatisches Gefühlsmanagement“⁶⁷ gesetzt. Durch Berichte über private Lebensumstände der Stars werden Identifikationsfiguren erschaffen. Nähe und Vertrautheit wird erzeugt. Das Individuum rückt in den Vordergrund. Vor allem bei Mannschaftssportarten kann dies durchaus despektierlich wirken. Gerade das Medium Fernsehen kann mit seinen technischen Vorzügen den Inszenierungsprozess begleiten. Durch verschiedenen Kameraperspektiven oder Einstellungen können bestimmte Gefühle beim Zuschauer ausgelöst werden. Den TV-Anstalten ist es durch Zeitlupen, Wiederholungen oder Standbilder möglich, den Zeitablauf des Sportereignisses zu manipulieren. Der Zuschauer ist mittendrin statt nur dabei und erhält dabei einen gottähnlichen Überblick. Durch die Inszenierung soll er an den Ort des Sportereignisses versetzt werden.⁶⁸

⁶⁵ Knobbe (2000), S. 100

⁶⁶ Horky (2001), S. 185

⁶⁷ Dörner (2001), S. 234

⁶⁸ Vgl. Hatting (1994)

HORKY hat mahnend festgestellt, dass „Inszenierungsprozesse auch zur Verzerrung von Wirklichkeit führen“⁶⁹ können. Es entsteht eine eigene Sportmedienrealität mit fließenden Übergängen. „Es herrscht Einigkeit darüber, dass die Sportberichterstattung in den Medien nicht einfach als Abbild des Sports in der Realität verstanden werden kann, sondern dass jene vielmehr einen eigenständigen Charakter hat [...]“, erklärt SCHERER⁷⁰. Im Zuge dessen vermittelt der Mediensport einen schöneren Eindruck, als es die Realität eigentlich zulässt. Diese Entwicklung stößt nicht bei allen auf Zuspruch. WALTHER kam nach der Fußball-WM 2006 in Deutschland zu dem Schluss: „Mediensport ist Unsport und der verhält sich zum Sport ungefähr so wie Pornographie zur Sexualität. Mediensport ist für den Körper, die Gefühle und das Denken bestenfalls Erfahrung aus dritter Hand, kurzum eine drittklassige Ersatzbefriedigung, medial vermittelter Ramsch.“⁷¹ Der ehemalige Geschäftsführer der Sportrechte-Verwertungsgesellschaft ISPR Daniel Beauvois wies einmal daraufhin, dass ihn der echte Sport nicht interessieren würde. Was er kauft und verkauft sei kein Sport, sondern professionelle Sportunterhaltung.⁷² Diese Aussage bestätigt die Erkenntnis von BERTLING, dass „[...] die eigentlichen Events durch viele Spezialeffekte zu einem happening umfunktioniert“ werden. Nach ihm liegt der Entertainment-Faktor in der Historie begründet. „Die Sportberichterstattung geht, historisch betrachtet, nicht auf einen aufklärenden Charakter zurück, sondern ist als Unterhaltungsprodukt entstanden.“⁷³ Er verweist dabei auf die Entstehung der Tour de France, die eigens von den Medien als Berichterstattungsobjekt geschaffen wurde.⁷⁴ Geschilderte Inszenierungsmuster waren auch bei der Übertragung der Frauen-WM 2011 zu erkennen, was die spätere Untersuchung zeigen wird. Schließlich kam der Frauenfußball 2011 – zumindest temporär – in den Genuss, eine Mediensportart zu sein und erreichte eine noch nie da gewesene Fernsehpräsenz.

2.3 Frauenfußball im Fernsehen

Anhänger des Frauenfußballs klagen immer wieder über die mangelnde Medienpräsenz ihrer Sportart. Vor allem das Desinteresse der TV-Anstalten stößt auf Unverständnis. Mit Blick auf die Historie wird jedoch deutlich, dass die TV-Berichterstattung über die Frauen-Nationalmannschaft deutlich gestiegen ist (vgl. Tab. 2). Auf Vereinsfußballebene liegt die Medienberichterstattung quasi brach. Die Medienpräsenz der Bundesligaklubs ist im Vergleich zur Nationalmannschaft deutlich geringer. Eine re-

⁶⁹ Horky (2001), S. 18

⁷⁰ Scherer (2008), S. 215

⁷¹ Walther (2006)

⁷² Zit. nach Fischer (1994), S. 51

⁷³ Bertling (2011), S. 20

⁷⁴ Vgl. ebd. (2011), S. 20

gelmäßige TV-Berichterstattung von den Erstligaspielen findet nicht statt. Dabei gehört die deutsche Frauenfußball-Liga zu den stärksten der Welt. Die Berichterstattung begrenzt sich auf ein paar Minuten Sendezeit innerhalb der Dritten Programme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. So werden zumindest von den führenden Vereinen wie dem 1. FCR Duisburg im Westdeutschen Rundfunk (WDR), dem FFC Turbine Potsdam im Rundfunk Berlin Brandenburg (RBB) und dem 1. FFC Frankfurt im Hessische Rundfunk (HR) Zusammenfassungen der Partien gezeigt. Es handelt sich aber nur um eine selektive Auswahl. Die Berichterstattung geht über Spitzenspiele und den regionalen Bezug nicht hinaus. Somit lässt sich festhalten: „[...] im Fernsehen taugt der Vereinsfußball gerade mal für die Reservebank.“⁷⁵

Ausnahmen bilden entscheidende Finals wie das DFB-Pokalendspiel oder ein Champions-League-Endspiel mit deutscher Beteiligung. Beim nationalen Pokal wurde das Finale zunächst immer nur im Vorfeld der Männer im Berliner Olympiastadion übertragen, seit 2010 ist es jedoch ein eigenständiges Event an einem anderen Ort, inklusive Live-Übertragung im Free-TV. Auch das Champions-League-Finale zwischen Olympique Lyon und dem 1. FFC Turbine Potsdam wurde 2010 im ZDF gezeigt und zog 6,25 Millionen Zuschauer vor die TV-Bildschirme. Diese Zahl überzeugte, sodass das ZDF auch 2011 die Neuauflage des Duells live, zur besten Sendezeit, anbot. TV-Bilder aus der 2. Bundesliga gibt es hingegen kaum. Höchstens lokale oder kleine private Sender zeigen Ausschnitte. Allerdings gibt es Fördermaßnahmen seitens des Verbands, um mehr mediale Aufmerksamkeit zu generieren. „Der DFB macht dabei deutliche Zugeständnisse hinsichtlich der Lizenzgebühren. Er verzichtet auf sie, unter der Voraussetzung, dass diese Sender zusätzlich einen Trailer senden, der für Mädchen- und Frauenfußball wirbt.“⁷⁶

Im Gegensatz zum Vereinsfußball hat das Produkt Nationalmannschaft im Laufe der Zeit immer mehr an Attraktivität gewonnen. Mittlerweile werden alle Länderspiele der deutschen Frauen live übertragen. Peu à peu fand der Fernsehmarkt Gefallen am Frauenfußball. Die erste Liveübertragung eines Frauenfußballspiels in Deutschland war das Halbfinale der Europameisterschaft am 28. Juni 1989. Die Partie zwischen der deutschen Auswahl und Italien im Ersten, die die Deutschen im Elfmeterschießen mit 4:3 gewann, sahen durchschnittlich 4,01 Millionen Zuschauer.⁷⁷ Kurioserweise wurde das Finale gegen Norwegen (4:1) bei der Heim-EM nicht übertragen. Auch bei den darauffolgenden Europameisterschaften übertrugen die öffentlich-rechtlichen Sender

⁷⁵ Böhle et al. (2010)

⁷⁶ Klein (2007), S. 65

⁷⁷ Die Daten zur Einschaltquote in diesem Kapitel wurden Dahms-Kießling et al. (2011) entnommen.

jeweils nur eine Partie. 1991 verfolgten immerhin 3,44 Millionen Zuschauer die Wiederauflage des EM-Endspiels von 1989 im ZDF (3:1 n.V.). Die ARD zeigte 1993 das EM-Semifinale gegen Italien (1,01 Mio. Zuschauer). 1991, im gleichen Jahr der EM, wurde in China zudem die erste offizielle Weltmeisterschaft ausgetragen. Das deutsche Fernsehen übertrug drei Partien live, auch das Finale ohne deutsche Beteiligung.

Besonders die Uhrzeit der Übertragungen wirkt sich auf die Einschaltquote aus. Das Finale bei der EM 1995 in Kaiserslautern zwischen Deutschland und Schweden (3:2) sahen beispielsweise nur 2,75 Millionen Zuschauer (23,9 % Marktanteil). Der Grund hierfür liegt in der Anfangszeit der Partie, welche zur Mittagszeit angepiffen wurde. Der Unterschied zur Primetime (20.15 Uhr) wird bei der Betrachtung der Zuschauerzahl des WM-Halbfinals im gleichen Jahr deutlich. Die Begegnung China gegen Deutschland verfolgten 5,04 Millionen Zuschauer. Das Finale gegen Norwegen erreichte sogar 5,95 Millionen Zuschauer. Diese Rekordquote blieb lange Zeit unerreicht.

Bei der WM 1999 in den USA ließen die nächtlichen Übertragungen in Deutschland keine große Zuschauerresonanz zu. Doch auch die EM 2001 in Deutschland erzielte nicht mehr die Werte von 1995. „Der Faktor des Turniers ‚im eigenen Land‘ spielt hier offensichtlich keine Rolle“, stellten Dahms-Kießling et al. fest.⁷⁸ Aus diesem Grund reduzierten die Öffentlich-Rechtlichen ihr Sendevolumen bei der WM 2003 in den USA drastisch. Statt 19 Stunden und 35 Minuten bei der WM 1999 berichteten ARD und ZDF vier Jahre später nur noch insgesamt zwölf Stunden und 50 Minuten – und das, obwohl die deutsche Elf ihren ersten Weltmeistertitel feiern konnte. Da es jedoch zum rein europäischen Finale zwischen Deutschland und Schweden kam, wurde die Anstoßzeit des Endspiels so verlegt, dass die Partie im europäischen Vorabendprogramm lief. 10,48 Millionen Zuschauer schalteten daraufhin ein – bis zur WM 2011 war es in Deutschland die Frauenfußball-Übertragung mit den meisten Zuschauern. Das wieder zunehmende Interesse bestätigte sich auch bei der WM 2007 in China, als 9,05 Millionen die erste erfolgreiche Titelverteidigung eines Frauen-Weltmeisters verfolgten. Deutschland schlug Brasilien im Finale mit 2:0.

Dennoch ist festzuhalten, „dass bis zum Turnier in Deutschland 2011 die Frauenfußball-Weltmeisterschaften im Vergleich zum Männerpendant von deutschen Fernsehsendern eher ‚stiefmütterlich‘ behandelt wurden – auch aufgrund teilweise unattraktiver Anstoßzeiten.“⁷⁹

⁷⁸ Dahms-Kießling et al. (2011), S. 511

⁷⁹ Ebd. (2011), S. 511

Tab. 2: Zuschauerpotentiale aller Frauenfußball-WM-Übertragungen seit 1991 bei ARD und ZDF

Quelle: Dahms-Kießling et al., Media Perspektiven 11/2011 (Auszug)

	Teilnehmer	Abschneiden d. dt. Mannschaft	Livespiele im TV	Sendemin. (inkl. Berichterstattung)	Nettoreichweite in Mio. (Spiele)
WM 1991 China	12	Vierter	3	7 Std. 10 Min.	8,09
WM 1995 Schweden	12	Vizeweltmeister	2	6 Std. 0 Min.	14,65
WM 1999 USA	16	Viertelfinale	4	19 Std. 35 Min.	6,78
WM 2003 USA	16	Weltmeister	5	12 Std. 50 Min.	12,90
WM 2007 China	16	Weltmeister	8	18 Std. 38 Min.	13,94
WM 2011 Deutschland	16	Viertelfinale	28	71 Std. 29 Min.	38,93

Erst mit der WM 2011 in Deutschland erfolgte eine drastische Ausweitung des Sendevolumens. Insgesamt berichteten ARD und ZDF 71 Stunden und 29 Minuten über das Event. Während bei den vorherigen Weltmeisterschaften Begegnungen ohne deutsche Beteiligung nur sporadisch gezeigt wurden, konnte das Publikum 2011 alle Spiele der WM im frei-empfangbaren TV live verfolgen. 38,93 Millionen Zuschauer gaben an, mindestens ein Spiel der WM in ARD oder ZDF gesehen zu haben. Zum Vergleich: Bei der Männer-WM 2010 in Südafrika waren es 61,88 Millionen.

Trotz der großen Differenz zu den Männern wurde das bisher mit Abstand höchste Seherpotenzial bei Frauen-Länderspielen gemessen. Das Viertelfinal-Aus der deutschen Elf gegen Japan stieg zum meistgesehensten Frauenfußballspiel in Deutschland auf. Insgesamt 17,01 Millionen Zuschauer versammelten sich vor dem Fernseher – die Menschen beim Public Viewing sind hier noch nicht inbegriffen. Damit avancierte die Partie nicht nur zur erfolgreichsten Frauenfußballübertragung im deutschen Fernsehen, sondern war im Fernsehjahr 2011 auch die reichweitenstärkste Sendung überhaupt. Weder der Boxkampf zwischen Wladimir Klitschko und David Haye (15,56 Mio., RTL), noch der Eurovision Song Contest (13,93 Mio., ARD) oder die Unterhaltungsshow „Wetten, dass..?“ (12,44 Mio., ZDF) kamen an die 17,01 Millionen Zuschauer heran, die das deutsche Aus in Wolfsburg verfolgten.⁸⁰ Somit gelang dem Frauenfußball trotz des frühen Ausscheidens ein mediales Rekord-Jahr. Dies wird sich zumindest für 2011 auch auf die Statistiken der Geschlechterdifferenzen im Mediensport auswirken.

⁸⁰ Vgl. Dahms-Kießling et al. (2011)

3 Geschlechterdifferenzen im Mediensport

Basierend auf dem verfassungsrechtlich verankerten Gleichheitsgrundsatz wird in der Wirtschaft derzeit über die sogenannte Frauenquote in Führungspositionen diskutiert. In der Sportberichterstattung gibt es hingegen weiterhin große Unterschiede zwischen der Darstellung der Frau und des Mannes. „In keinem tagesaktuellen Massenmedium liegt der Anteil von Athletinnen in der Sportberichterstattung über 15 Prozent. Diese geringe Medienpräsenz von Sportlerinnen spiegelt damit in keiner Weise die tatsächliche Partizipation von Frauen im Profisport sowie ihrer internationalen Erfolge wider“, kritisieren NIELAND und SCHAAF⁸¹. Doch nicht nur in der Häufigkeit, auch in der Art und Weise der Darstellung haben sich Unterschiede herauskristallisiert. So ist bei der Berichterstattung über Frauensport eine eindeutige Tendenz zur Ästhetisierung und Erotisierung zu erkennen.

3.1 Sexualisierungsdruck der Medien

Die US-amerikanische Nationalspielerin Brandi Chastain erlangte 1999 weltweiten Ruhm. Nachdem sie im WM-Finale gegen China den entscheidenden Elfmeter verwandelt hatte, ließ sie ihren Emotionen freien Lauf. Die damals 31-Jährige zog sich zum Jubeln ihr Trikot aus und zeigte der ganzen Welt ihren durchtrainierten Oberkörper – und damit auch ihre im Sport-BH gehüllte Brust. Kaum ein Sportteil einer Zeitung druckte dieses Bild nicht ab. Bis heute gilt der Schnappschuss als das meistabgebildete Foto einer Fußballspielerin. HENNIES und MEUREN vermuten, dass hinter der Bildauswahl der Sportredakteure „eine gehörige Portion Chauvinismus“ steckt und „voyeuristische Gelüste der Leserschaft“ bedient werden.⁸²

Die nach wie vor überwiegend männlich besetzten Sportredaktionen und der Fakt, dass die Sportberichterstattung hauptsächlich von Männern rezipiert wird, können als Gründe herangezogen werden, warum sich die Darstellung der Frau grundsätzlich von der der Männer unterscheidet. Das Beispiel Chastain ist nicht das einzige Indiz dafür, dass die Medien zunehmend auf den Faktor Sex und Erotik setzen. „Bei der Sexualisierung des Sports in den Medien handelt es sich um eine visuelle Repräsentationsstrategie, die primär den Sportlerinnen-Körper in den Mittelpunkt der Medieninhalte rückt.“⁸³ Dies ist als Teil des in Kapitel 2.2 beschriebenen Inszenierungsprozesses zu verstehen.

⁸¹ Nieland/Schaaf (2011), S. 24

⁸² Vgl. Hennies/Meuren (2009), S. 62

⁸³ Nieland/Schaaf (2011), S. 24

Auch vor Beginn der WM 2011 stellte SCHAAF fest, dass die Berichterstattung eine vollkommen andere Richtung einschlug, als bei der WM 2006 der Männer. 2006, so ihr Eindruck, ging es in erster Linie um die Hauptthemen Integration und die in der Öffentlichkeit gut akzeptierte Multikulti-Mannschaft. Bei den Frauen hingegen drehte sich schnell die Debatte „um die in Männermagazinen zu begutachtende ‚schönsten Seiten‘ mancher Spielerinnen und um ihre sexuelle Orientierung.“⁸⁴ Viele Zeitungen und Zeitschriften hieften die bisexuelle Neigung von Torhüterin Nadine Angerer in die Schlagzeilen, die Frauenzeitschrift Bunte stellte einige Nationalspielerinnen in Modestrecken unter dem Slogan *Beauty- und Wellnesssalon* dar. Dabei wurden beim Fotoshooting gezielt weibliche Gender-Symbole eingesetzt, um zu verdeutlichen, dass Fußballerinnen nicht unbedingt dem Klischee des Mannsweibs entsprechen. Lena Goeßling wurde z.B. bei der Maniküre mit Lippenstift und Spiegel abgelichtet. Die sportliche Rolle wurde komplett unterschlagen. So bekommt auch das Motto der Endrunde „20elf von seiner schönsten Seite“⁸⁵ einen ordinären Beigeschmack. Allerdings wirft die Erotisierungs-Tendenz die Frage auf, warum Frauen von sich aus so darstellen lassen. NIELAND und SCHAAF begründen diese Unterwerfung mit den Bedingungen der „kommerziell ausgerichteten Sport-Medien-Wirtschafts-Allianz“⁸⁶. Die Spielerinnen verfolgen damit den Zweck der Selbstvermarktung. Ein potentieller Milliardenmarkt liegt ihnen zu Füßen. Durch die erotischen und ästhetischen Bilder der Protagonistinnen soll mehr Aufmerksamkeit für das Event generiert werden. Dies setzt die Geldmaschinerie in Gang. Doch es gibt Kritiker: „Nicht zu empfehlen ist die Präsentation nackter Sportlerinnen in großen Magazinen. Entsprechende Aktionen der Teilnehmerinnen z.B. vor den Olympischen Spielen in Athen bewirkten kein zunehmendes Interesse der Öffentlichkeit an der jeweiligen Sportart“⁸⁷, analysierte WOPP nach den Olympischen Spielen 2004. Neben der nicht zu kalkulierenden Auswirkung solcher Aktionen, sehen Experten weitere Gefahren.

3.2 Gefahren für den Frauensport

Als Indikator des Sexualisierung-Trends dient gewissermaßen auch die Google-Bildersuche. Mit Eingabe des Begriffs Frauenfußball werden auf drei der ersten fünf Bilder knappbekleidete Frauen ausgegeben.⁸⁸ „Vielfach wurde nämlich nur dann berichtet, wenn sie sich als ‚sexy Kickerinnen‘ inszenieren ließen.“⁸⁹ Nicht nur im Fußball, sondern in allen weiblichen Sportarten konnte dieses Phänomen nachgewiesen wer-

⁸⁴ Schaaf (2011)

⁸⁵ Nach Aussage von OK-Chefin Steffi Jones soll der Slogan v.a. die besondere Ästhetik und Dynamik des Frauenfußballs ins Land hinaustragen.

⁸⁶ Nieland/Schaaf (2011)

⁸⁷ Wopp (2007), S. 27

⁸⁸ Stand: 5. Januar 2012

⁸⁹ Nieland/Schaaf (2011), S. 24

den. Seit 1995 haben sich mehr als 30 weibliche Sport-Profis allein für den Playboy ausgezogen.⁹⁰ Spielerinnen der australischen Nationalmannschaft ließen schon im Vorfeld der Olympischen Spiele in Sydney für einen Kalender komplett ihre Hüllen fallen, um Aufmerksamkeit zu generieren. Während eine der Athletinnen, Amy Taylor, weitere Shootings annahm, distanzierten sich die meisten anderen später von der PR-Aktion. NIELAND und SCHAAF bringen die Gefahr auf den Punkt: „Wenn Sportlerinnen, die eine hohe physische Attraktivität aufweisen, in der Berichterstattung bevorzugt werden, führt dies zum Ausschluss von Protagonistinnen, die sich einer Feminisierung ihres Körpers konsequent verweigern. Sportlich mäßig erfolgreiche, aber sexy Athletinnen können somit wesentlich leichter Aufmerksamkeit generieren als die vermeintlich weniger attraktiven Leistungsträgerinnen.“⁹¹

Diese Entwicklung schadet nicht nur dem Journalismus, der dadurch den Nachrichtenfaktor Relevanz missachtet und sich selbst seiner Vielfältigkeit beraubt, sondern vor allem dem Frauensport. HARTMANN-TEWS und RULOFS warnen: „Solche Inszenierungen von Sportlerinnen tragen zur Verfestigung einseitiger Weiblichkeitsklischees bei [...]“.⁹² NIELAND und SCHAAF kommen 2011 zu dem Fazit, dass „die Sexualisierung des Körpers nicht nur zu einer Entsportlichung von Frauen, sondern auch zu einer Entwertung des Frauensports beiträgt.“ Gerade für Nachwuchssportlerinnen sei diese Handhabung alles andere als vorbildlich. Mit Blick auf die Geschichte des Frauenfußballs sollte allen Beteiligten klar sein, welcher mühselig aufgebaute Nimbus damit zerstört werden kann.

4 Frauenfußball

„Wenn meine Frau spielt: Scheidung!“, sagte der ehemalige Berliner Abwehrspieler Uwe Witt einmal der Bild-Zeitung. Auch der Bomber der Nation Gerd Müller attestierte dem weiblichen Geschlecht mehr Talent in der Küche als auf dem Fußballplatz.⁹³ Frauenfußball war in Deutschland lange Zeit verpönt, bis 1970 sogar offiziell vom DFB verboten. Die Entwicklung der Sportart im vergangenen Jahrhundert gleicht einem Hindernislauf. Und erst jetzt scheint Frauenfußball auf die Zielgerade eingebogen zu sein. In 2011 erfolgte für die Fußballerinnen ein regelrechter Quantensprung. Nicht nur die große mediale Präsenz war Neuland, auch außerhalb des Fußballplatzes entwickelte sich ein nie dagewesenes Interesse durch die Heim-WM. Wie bei den Männern seit der WM 1970 üblich, gab das Unternehmen Panini eigens ein Stickeralbum mit

⁹⁰ Vgl. Nieland/Schaaf (2011), S. 24

⁹¹ Ebd. (2011), S. 25

⁹² Hartmann-Tews/Rulofs (2008)

⁹³ Zit. nach Trede (2011)

den Bildern der Nationalspielerinnen heraus, das Fußballmagazin 11 Freunde präsentierte mit 11 Freundinnen eine Sonderausgabe zur Weltmeisterschaft. Zudem wurden vom Bundesministerium der Finanzen zwei Sonderbriefmarken zur WM herausgebracht. Auch eine Gedenkmünze mit der Randschrift *Die Zukunft des Fußballs ist weiblich* wurde im Vorfeld der WM veröffentlicht.⁹⁴ Die Etablierung in der Gesellschaft war für den Frauenfußball ein langer, mühseliger Weg. Im Folgenden soll kurz die Historie des Frauenfußballs in Deutschland an ihren Eckpunkten aufgezeigt werden.

4.1 Historische Entwicklung des Frauenfußballs

Schon im 12. Jahrhundert sollen französische Bäuerinnen mit einem Schleifchen besetzten Lederball *la soule* gespielt haben. Der erste Frauenfußballverein der Welt hat seinen Ursprung jedoch in England. 1894 wurde der British Lady Football Club in London gegründet. Damals spielten die Frauen noch in langen Röcken.⁹⁵ Als Begründerin des organisierten Frauenfußballs in Deutschland gilt die Metzgerstochter Charlotte Specht (1911-2002). 1930 gründete sie mit dem 1. DFC Frankfurt den ersten deutschen Frauenfußball-Verein. Nach anhaltender öffentlicher Kritik und mit dem Aufkommen des Nationalsozialismus scheiterte ihr Vorhaben jedoch bereits nach einem Jahr. Der Verein wurde aufgelöst. Die erste große Welle der Begeisterung löste dann der Weltmeistertitel der Männer 1954 aus. *Das Wunder von Bern* animierte viele Frauen dazu, auch selbst einmal gegen den Ball zu treten. „Insbesondere im Ruhrgebiet gründeten sich so zahlreiche Frauenfußballclubs. Ihre Spiele sorgten für Aufsehen und zogen bis zu 10.000 Zuschauer an“⁹⁶.

Aufgrund der großen Euphorie befasste sich der DFB auf seinem Bundestag am 30. Juli 1955 mit Damenfußball und beschloss ein Verbot des Spiels aus „grundsätzlichen Erwägungen“ und „ästhetischen Gründen“⁹⁷. Dennoch fanden sich weiterhin regelmäßig fußballbegeisterte Frauen zusammen, die auf Wiesen und heimlich auf Sportplätzen gegen den Ball traten. Willi Rupert, ein Essener Kaufmann, hatte im Gegensatz zum DFB die finanziellen Möglichkeiten erkannt, die Frauenfußball mitbrachte. Er gründete 1956 den nicht-anerkannten Westdeutschen Damen-Fußball-Verband e.V. und später den Deutschen Damen-Fußball-Bund e.V., um regelmäßig inoffizielle Länderspiele zu organisieren und zu vermarkten. Der erste Vergleich zwischen Deutschland und den Niederlanden wurde am 23. September 1956 im Essener Mathias-Stinnes-Stadion vor 18.000 Zuschauern ausgetragen. Trotz belustigender Kommentare

⁹⁴ Buzer.de (2011)

⁹⁵ Vgl. dfb.de (o.J.)

⁹⁶ Trede (2011)

⁹⁷ Zit. nach Trede (2011)

seitens der Medien, die „ein bestrickendes Spiel“⁹⁸ sahen, oder Szenen mit „[...] Es knallten Kopfbälle von Dauerwelle zu Dauerwelle, [...]“⁹⁹ beschrieben, folgten mehr als 150 weitere Länderspiele. Ende der 1960er Jahre sollen schätzungsweise 40.000 bis 60.000 Mädchen und Frauen außerhalb des Verbands Fußball gespielt haben. Im Sommer 1970 fand die erste inoffizielle Damen-Fußballweltmeisterschaft statt. Wenig später, am 30. Oktober 1970 lenkte der DFB schließlich ein und hob das Verbot auf. „Es war vor allem die Angst, die Fußballfrauen könnten sich in einem eigenen Verband organisieren oder unter dem Dach des Turnerbunds eine neue Heimat finden, die den Verband aufwachen ließ.“¹⁰⁰

Allerdings wurden den Damen bei der Aufnahme bestimmte Regeln auferlegt. Neben einem Brustpanzer, der in Spielen „den vermeintlich empfindlichsten Körperteil der Frauen schützen“¹⁰¹ sollte, schrieb der DFB eine verkürzte Spielzeit und einen kleineren Spielball vor. Außerdem waren Stollenschuhe verboten. Allerdings wurden die meisten Sonderregeln schnell ad acta gelegt. 1974 wurde die erste Deutsche Frauenfußballmeisterschaft unter dem Siegel des DFB ausgetragen. Alle 16 Landesmeister nahmen teil, die TuS Wörrstadt, heute in der Regionalliga aktiv, errang damals den ersten Meistertitel.

Die erste offizielle Europameisterschaft der Frauen wurde 1984 noch ohne die Endrunde – wie es sie heute gibt – in Turnierform ausgespielt. Die EM begann sogleich mit dem Halbfinale, da sich die vier teilnehmenden Teams bereits zuvor in einer Qualifikationsrunde durchgesetzt hatten. Das Semifinale und das Finale wurden dann jeweils mit Hin- und Rückspiel entschieden. Bei der dritten Europameisterschaft 1989 ging Deutschland das erste Mal als Turniersieger aus dem Wettbewerb. Als Prämie erhielten die Nationalspielerinnen vom DFB ein Kaffee- und Teeservice von Villeroy und Boch. Zum Vergleich: Für den Gewinn des WM-Titels 2011 hätte jede deutsche Spielerin mindestens 60.000 Euro erhalten.¹⁰²

Seit 1991 wird die offizielle Frauenfußball-Weltmeisterschaft analog zum vierjährigen Turnierturnus der Männer ausgetragen – immer ein Jahr nach der Endrunde der Männer. Ein großer Schritt in der Geschichte des Frauenfußballs in Deutschland war zudem die Einführung der zweigleisigen Bundesliga 1990/91 mit jeweils zehn Teams, aufgeteilt in eine Nord- und Südstaffel. Vor allem war es ein finanziell bedeutender

⁹⁸ Kommentator der Wochenschau, zitiert nach Trede (2011)

⁹⁹ Münchener Merkur, zitiert nach Trede (2011)

¹⁰⁰ Trede (2011)

¹⁰¹ Hennies/Meuren (2009), S.37

¹⁰² Spox.com (2011)

Schritt, da sofort eine Einbindung in den Fernsehvertrag der Oberliga der Männer gelang. Dies war nicht nur mit einer bestimmten Sendezeit im regionalen Fernsehen verbunden, sondern brachte v.a. einen erheblichen Zuschuss im Etat der Bundesligavereine.¹⁰³ 1997 wurde die Bundesliga dann eingleisig mit insgesamt zwölf Mannschaften in der 1. Liga. Seit der Spielzeit 2004/05 gibt es zudem eine zweigleisige 2. Frauen-Bundesliga mit einer Nord- und Südstaffel. Bereits seit 1980 wird der DFB-Vereinspokal ausgespielt. Mit der Saison 2001/02 wurde der UEFA-Pokal-Wettbewerb eingeführt, 2008/2009 erfolgte die Umbenennung (nach dem Vorbild der Männer) in die UEFA Women's Champions League. Es ist der einzige internationale Europapokal-Wettbewerb im Frauenfußball.

4.2 Deutschland als WM-Gastgeber 2011

Mit insgesamt zwei Welt- und sieben Europameisterschaftstiteln ist die deutsche Elf die erfolgreichste Frauennationalmannschaft der Welt. Am 30. Oktober 2007 vergab der Weltverband FIFA in Zürich die Frauen-WM 2011 an Deutschland. Zwar fungierte die Bundesrepublik bereits 1989 und 2001 als Gastgeber für die Europameisterschaften, eine Frauenfußballweltmeisterschaft fand auf deutschem Boden bis zum Turnier 2011 hingegen noch nicht statt. Die 16 qualifizierten Nationalteams spielten vom 26. Juni 2011 bis zum 17. Juli 2011 in insgesamt neun Stadien, deren Gesamtkapazität sich auf 330.000 Zuschauer belief. Die anvisierte Stadionausslastung von 80 Prozent wurde weit übertroffen. Dementsprechend lässt sich eine gewisse Euphorie unter der Bevölkerung während der WM nicht leugnen. Dafür sprechen auch die hohen TV-Einschaltquoten. Das Eröffnungsspiel am 26. Juni in Berlin zwischen Deutschland und Kanada war mit 73.680 Zuschauern ausverkauft, noch nie waren mehr Besucher bei einer offiziellen FIFA-Begegnung der Frauen auf deutschem und europäischem Boden in einer Arena.¹⁰⁴ Die TV-Sendeausmaßen überschritten alle bisherigen Rekorde um ein Vielfaches. Nach Angaben von ARD-Sportkoordinator Balkausky befanden sich ARD und ZDF seit zwei Jahren in regelmäßigen Abstimmungs- und Vorbereitungsgesprächen, damit das Großevent entsprechend medial begleitet werden konnte.

In der folgenden Untersuchung und bei der anschließenden Ergebnisbetrachtung muss immer bedacht werden, dass es sich 2011 um eine Heim-WM handelte. Somit kann nicht zwangsläufig davon ausgegangen werden, dass sich Erkenntnisse bei kommenden Endrunden genauso darstellen werden. Die WM 2011 genießt einen Sonderstatus, dennoch kann die Untersuchung Aufschluss über Tendenzen in der TV-Berichterstattung zum Frauenfußball liefern.

¹⁰³ Vgl. Ratzeburg & Biese (1995), S. 27

¹⁰⁴ Westdeutsche Zeitung/dpa (2011)

5 Untersuchung

Um präzisere Angaben über die Inhalte der Liveberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender zur Frauen-Fußball-WM machen zu können, wird eine weiterführende Untersuchung durchgeführt. Zum einen werden mit Hilfe einer Inhaltsanalyse quantitative Daten erhoben, die durch ihre große Vielfalt u.a. Rückschlüsse auf die Qualität der Übertragung zulassen. Dabei wird sich an einem bereits bestehenden Konzept orientiert, das bereits bei der Analyse von vergangenen Männer-Endrunden zur Anwendung kam und sich bewährt hat. Durch den schon vorliegenden Datensatz der Männer kann zudem erstmals der Versuch eines Vergleichs zwischen der inhaltlichen TV-Berichterstattung des Frauen- und des Männer-Fußballs unternommen werden.

Zunächst soll jedoch eine Definition von Qualität im Journalismus erfolgen, um eine Diskussionsgrundlage zu schaffen. Es besteht Einigkeit darüber, dass Qualität im Journalismus schwer zu ermitteln und schwer greifbar ist. WALLISCH vertritt folgende Meinung: „Folgt man der vielseitig akzeptierten Auffassung, dass Journalismus im Zusammenhang mit Qualität nicht allgemein gültig fixierbar ist, ist es eigentlich auch unzulässig von ‚Normen‘ zu sprechen. [...] Publizistische Qualität ist nur aufgrund von Indizien feststellbar, Normencharakter kann sie nicht haben.“¹⁰⁵ Nichtsdestotrotz gibt es Kriterien, die Qualität messbar machen. WEISCHENBERG hat mit einem Modell versucht, qualitative journalistische Maßstäbe darzustellen. Er hat vier Bezugsebenen benannt, die zur Systematisierung von Qualität im Journalismus dienen sollen: Mediensystem, Medienorganisation, Programm, Publikum. Die Dimensionen der vier Ebenen beinhalten vor allem den Aspekt der Vielfalt.¹⁰⁶ „Bezogen auf die vorliegende Programmanalyse, ist vor allem die Vielfalt an Präsentationsmustern und Themen der Berichterstattung das [der, A.K.] wesentliche Parameter der Qualität von Medienaussagen“, stellen HORKY und GRIMMER fest.¹⁰⁷ Somit soll bei dieser quantitativen Inhaltsanalyse v.a. das Augenmerk auf die Vielfalt der Präsentationsformen und die Themenvielfalt gelegt werden. Ergänzend fügen die beiden jedoch hinzu, dass die Definition qualitativ hochwertiger Sportberichterstattung als Bewertung von unterschiedlichen Inhalten ohne differenzierte Analyseraster – als Beispiel nennen sie Sprache und Textgliederung und den Einbezug von Rezipientendaten – tatsächlich rein normativ sei.¹⁰⁸

¹⁰⁵ Wallisch (1995), S. 81

¹⁰⁶ Vgl. Weischenberg (2006)

¹⁰⁷ Horky/Grimmer (2011a), S. 96

¹⁰⁸ Vgl. ebd. (2011a), S. 97

Die bestehende Längsschnittanalyse zu Großfußballabenden bei Welt- und Europameisterschaften im deutschen Fernsehen, die als Grundlage der eigenen Erhebung dient, wird im Folgenden näher beschrieben. Allerdings muss der Untersuchungsgegenstand für die eigene Analyse abgewandelt werden. Neben der Längsschnittanalyse wird ein einzelner Fußball-Beitrag aus dem Fernsehprogramm der ARD ausgewählt, um daran eventuelle journalistische Qualitätsmängel aufzuzeigen und einen Aspekt der Längsschnittuntersuchung, die zunehmende Emotionalisierung und Ästhetisierung der Berichterstattung, genauer zu prüfen.

5.1 Vorstellung der Längsschnitt-Untersuchung

Seit 1994 wurde die Berichterstattung der jeweils letzten Partien der deutschen Auswahlmannschaft bei Fußball-Europameisterschaften und –Weltmeisterschaften analysiert. Diese Spiele ziehen besonders viele Menschen vor den Fernseher und garantieren auch von Seiten der Sendeanstalten Höchstleistungen. STIEHLER und MARR haben die Männer-Endrunden 1994, 1996, 1998 und 2000 untersucht. Sie sprachen von „typischen Großfußballabenden“, die ähnliche Muster in ihrer Berichterstattungsstruktur aufweisen, Trends im Mediensport präsentieren und sich somit gut vergleichen lassen. Dabei wurde „[...] die Rahmenberichterstattung, in die die Live-Übertragung eingebettet ist und den eigentlichen Austragungsort der Ergebnisinterpretation darstellt, einer formalen Beschreibung unterzogen [...]“¹⁰⁹. Einzelne Sendeblöcke wurden mit Hilfe einer Sequenzanalyse abgesteckt und die Präsentationsform der Sequenzen wurde bestimmt. Beachtet wurde nur der von der jeweils übertragenden Sendeanstalt als offizielle WM- oder EM-Sondersendung ausgewiesene Sendeplatz am Spieltag.¹¹⁰ Ab 2002 setzte HORKY die Untersuchung fort und stellte fest, dass „die Ergebnisse [...] eine Ausweitung der Sendezeiten, vor allem durch die erhöhte Vor- und Nachberichterstattung in Form von kommentierten Stimmungsbildern, Reporterschaltungen sowie Extrasendungen mit Talks und Comedyanteilen“¹¹¹ bestätigen. Zudem erkannte er wie schon STIEHLER und MARR eine „nachlassende Bedeutung des Livesports im Gesamtkonzept der Sendung.“¹¹² Vor allem die Ausdehnung des Expertengesprächs sticht hervor. Im Gegensatz zu STIEHLER und MARR untersuchte er ab 2004 die einzelnen Sequenzen nicht nur nach ihrer Darstellungsform, sondern auch auf ihren Inhalt. Durch die Bestimmung des Themas lassen sich so genauere Ergebnisse erzielen. Diese detailliertere Art der Analyse wird auch bei der Frauen-WM angewendet.

¹⁰⁹ Vgl. Stiehler/Marr (2001), S. 112-115

¹¹⁰ Vgl. ebd. (2001), S. 112-115

¹¹¹ Horky/Grimmer (2011a), S. 110

¹¹² Ebd. (2011a)

5.2 Eigener Untersuchungsgegenstand

Durch schwer einzukalkulierende Begebenheiten wurde der Untersuchungsgegenstand leicht abgewandelt. Nach der Definition von STIEHLER und MARR sowie HORKY und GRIMMER hätte die letzte Partie der deutschen Mannschaft als Gradmesser für die Längsschnittstudie dienen müssen. Dies wäre bei der WM 2011 das zweite Viertelfinalspiel Deutschland gegen Japan gewesen. Da das vorangegangene erste Viertelfinale zwischen England und Frankreich in die Verlängerung (1:1) und schließlich sogar ins Elfmeterschießen ging (3:4), verzögerte sich die Übertragung der deutschen Partie. Im Endeffekt lagen nur drei Minuten zwischen dem ersten Viertelfinale und dem Anpfiff des Spiels mit deutscher Beteiligung. Eine Vorberichterstattung fand somit nach den festgelegten Analysekriterien nicht statt. Damit fällt dieses letzte Spiel der deutschen Mannschaft aus dem sonst zu beobachtenden Berichtermuster. Ein Vergleich zu den Ergebnissen bei den Männern wäre verzerrt gewesen.

Als Alternative bot sich zunächst die erste Partie der deutschen Frauen am 26. Juni gegen Kanada an (2:1). Aufgrund der Bedeutung des Eröffnungsspiels hätte eine ähnlich starke mediale Berichterstattung mit analogem Muster vermutet werden können, wie bei einem letzten Spiel der deutschen Elf. Allerdings zeigten sich hier bei der Analyse ebenfalls Mängel. Während es beim letzten Spiel quasi keine Vorberichterstattung gab, bot die ARD beim Eröffnungsspiel lediglich zwei Minuten Nachberichterstattung an. Das verhalf der im direkten Anschluss folgenden Tagesschau zwar zur Jahresbestmarke (13,11 Mio. Zuschauer, Marktanteil: 45,2 %) ¹¹³, für die Längsschnitt-Untersuchung fällt jedoch auch diese Partie aus dem Raster. Aufgrund dieser Begebenheiten hat sich der Autor dieser Arbeit dazu entschlossen, den Durchschnittswert aller vier Partien als Maßstab für die Untersuchung anzusetzen. Dies verursacht zwar unvermeidbare Ungenauigkeiten und widerspricht dem anfänglichen Untersuchungsgegenstand in seinem Ursprungsgedanken, dennoch ist dies in Augen des Autors angesichts der schwankenden Berichtermuster die sinnvollste Lösung. Somit gehen folgende Partien der WM 2011 der Frauen in die Analyse mit ein:

- 1. Vorrundenspiel: ARD, Sonntag, 26. Juni 2011: *Deutschland – Kanada* (2:1), Einschaltquote: 15,41 Millionen/ Marktanteil: 60,1 %
- 2. Vorrundenspiel: ARD, Donnerstag, 30. Juni 2011: *Deutschland – Nigeria* (1:0), Einschaltquote: 16,45 Millionen/ Marktanteil: 51,7 %
- 3. Vorrundenspiel: ZDF, Dienstag, 5. Juli 2011: *Deutschland – Frankreich* (4:2), Einschaltquote: 16,30 Millionen/ Marktanteil: 51,8 %

¹¹³ Digitalfernsehen.de (2011)

- Viertelfinale: ZDF, Sonnabend, 9. Juli 2011: *Deutschland – Japan* (0:1 n.V.), Einschaltquote: 17,01 Millionen/ Marktanteil: 59,2 %¹¹⁴

Wie bei STIEHLER und MARR sowie HORKY und GRIMMER wurde nur der von der jeweils übertragenden Sendeanstalt als offizielle WM-Sondersendung ausgewiesene Sendeplatz beachtet. Dazu orientierte sich der Autor an den aktuellen Angaben des TV-Programms in der Tageszeitung Die Welt.

In einem zweiten Schritt wird schließlich ein ausgewählter Beitrag, der im Zuge der WM ausgestrahlt wurde, auf qualitative Merkmale untersucht. Die Dokumentation *Vom Flüchtling zur Weltmeisterin: Porträt Fatmire Bajramaj* wurde im Nachmittagsprogramm der ARD (13.50 Uhr bis 14.30 Uhr) am Sonntag, den 26. Juni, im Vorfeld der ersten Partie Nigeria gegen Frankreich gesendet. Als erster Beitrag der WM überhaupt genießt der Film einen besonderen Stellenwert und hatte in erster Linie die Funktion, auf die Endrunde einzustimmen. Mit diesem Eye Catcher sollte der Zuschauer offensichtlich an die WM-Übertragung gebunden werden. Der erste Beitrag ist aus Sicht der TV-Anstalten dabei von größter Bedeutung, da der Rezipient entweder abspringt oder Gefallen am Frauen-Fußball findet und weiterhin mehr oder weniger oft einschaltet. Deswegen hat der Autor diesen Beitrag aufgrund der speziellen Positionierung ausgewählt.

5.3 Hypothesen

Weil der Frauenfußball in Deutschland bislang kaum Akzeptanz erfuhr und es erst 2011 durch die WM im eigenen Land in den Fokus der Medien schaffte, ist anzunehmen, dass sich die TV-Berichterstattung während der WM ebenfalls noch in den Kinderschuhen befindet. Dabei wird sich die Programmstruktur sicherlich stark an dem bekannten Muster der Männer orientieren. Außerdem dürften einige der Aspekte, die die Längs- und Querschnittsstudie von STIEHLER und MARR sowie HORKY und GRIMMER hervorgebracht hat, noch verstärkt zu beobachten sein. Allen voran geht der Autor davon aus, dass die Berichterstattung bei der Frauen-WM dem Trend bei den bisherigen Männer-Endrunden folgt und das Programm zunehmend unterhaltungsorientierter aufgebaut ist. Der Verlust von Qualitätsberichterstattung dürfte zu beobachten sein. Im Zuge dessen sollte eine verstärkte Entertainisierung und Emotionalisierung erkennbar sein. Nicht der Sport, sondern das Event steht im Vordergrund. Das Live-Spiel hat wenig Bedeutung, die Rahmenberichterstattung hingegen schon. Expertengespräche ziehen die Berichterstattung in die Länge, eine thematische Monotonie dürfte deutlich werden. Aufgrund der bisherigen Studien zur Darstellung von Frauen in den Medien ist zudem eine erotisierende Darstellung der Spielerinnen zu

¹¹⁴ Daten stammen von der AGF/GfK Fernsehforschung

vermuten. Zusammenfassend lassen sich folgende Hypothesen aufstellen, die in der darauffolgenden Analyse überprüft werden sollen:

- 1.) Der Umfang der Berichterstattung steht aufgrund der Historie nicht auf einem Niveau mit den Sendeausmaßen der Männer.
- 2.) Das Live-Spiel bekommt im Gesamtkontext der Berichterstattung wenig Bedeutung zugesprochen.
- 3.) Diskursive Auseinandersetzungen über den Sport (wie das Expertengespräch) und emotionale Inhalte wie Stimmung und Fans haben einen hohen Stellenwert.
- 4.) Es gibt zwar eine Vielfalt an Präsentations- bzw. Darstellungsformen, dies geht jedoch mit einem Mangel an Themen einher.
- 5.) Die Übertragung beinhaltet viele Trailer und viel Werbung.
- 6.) Die Berichterstattung weist Züge einer erotisierenden Darstellung auf und bestätigt somit den allgemeinen Trend zur Ästhetisierung.

5.4 Methode

Bei der Untersuchung kommen zwei unterschiedliche Methoden der Inhaltsanalyse zur Anwendung. Beide Arten sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden, um ihre Auswahl für die Untersuchung zu rechtfertigen. „Inhaltsanalyse ist eine Forschungstechnik für die objektive, systematische und quantitative Beschreibung des manifesten Inhalts von Kommunikation“, ¹¹⁵ fasste BERELSON zusammen, der 1952 das erste Lehrbuch zu dieser Methode schrieb. Ihren Ursprung hat die Methode aber bereits in den 20er und 30er Jahren des 20. Jahrhunderts. Damals wurde die kommunikationswissenschaftliche Grundlage einer quantitativ orientierten Analyse von Massenmedien unter dem Begriff *content analysis* in den USA durch Paul F. LAZARSFELD und Harold D. LASSWELL gelegt.

Um eine aussagekräftige Datenmenge zu generieren, muss systematisch vorgegangen werden. „Das systematische Vorgehen zeigt sich vor allem darin, daß [sic] die Analyse nach expliziten Regeln abläuft. [...] Diese Regelhaftigkeit ermöglicht es, daß [sic] auch andere die Analyse verstehen, Nachvollziehen und überprüfen können. Erst dadurch kann Inhaltsanalyse sozialwissenschaftlichen Methodenstandards (intersubjektive Nachprüfbarkeit) genügen“, stellt MAYRING fest. ¹¹⁶ Er weist außerdem darauf hin, dass eine gute Inhaltsanalyse nicht einfach einen Text referiert, sondern immer einer

¹¹⁵ Berelson (1952), S. 18

¹¹⁶ Mayring (1990), S. 11f.

theoretisch ausgewiesenen Fragestellung folgt. „[...] die Ergebnisse werden vom jeweiligen Theoriehintergrund her interpretiert und auch die einzelnen Analyseschritte sind von theoretischen Überlegungen geleitet.“ Somit können am Ende Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation gezogen sowie Aussagen über den Sender (z.B. dessen Absichten) oder den Empfänger getroffen werden.¹¹⁷ Für die Weiterführung der Längsschnittuntersuchung hat der Autor dieser Arbeit die quantitative Inhaltsanalyse nach dem existierenden Konzept von STIEHLER und MARR (2001) und HORKY (ab 2002) gewählt.

Im zweiten Teil der Untersuchung kommt schließlich die qualitative Inhaltsanalyse zum Einsatz. Diese „bezieht auch Kommunikationsinhalte, die nicht explizit ausgesprochen werden, in die Analyse ein. Durch eine systematische Interpretation wird die inhaltliche Bedeutung der Aussagen ermittelt, ohne das Material auf quantifizierbare Aussagen zu reduzieren.“¹¹⁸ MAYRING hat die qualitative Inhaltsanalyse nach drei Formen unterschieden: Zusammenfassende Inhaltsanalyse, explizierende Inhaltsanalyse und strukturierende Inhaltsanalyse.¹¹⁹ In dieser Arbeit kommt die strukturierende Inhaltsanalyse zum Einsatz, die den Beitrag unter bestimmten Kriterien betrachtet. Dabei sollen spezifische Aspekte besonders herausgehoben werden. Zwar wird die qualitative Inhaltsanalyse immer wieder gescholten, da nach RÜHL der Anspruch der „Systematik und Überprüfbarkeit“ nicht vollständig gegeben sei¹²⁰, dennoch würde ein Verzicht dieser Methode bedeuten, dass etliche Erscheinungen nicht mehr untersucht werden könnten, da standardisierte Methoden wie Fragebögen oder die Analyse nicht zur richtigen Erfassung dienen.

5.5 Durchführung

Im Folgenden wird zunächst die genaue Durch- und Fortführung der Längs- und Querschnitts-Untersuchung geschildert. In einem zweiten Schritt wird das Vorgehen bei der qualitativen Inhaltsanalyse des ausgewählten Beitrags präsentiert.

5.5.1 Fortführung der Längsschnitt-Untersuchung

Um den Datensatz der Längsschnitt-Untersuchung fortführen zu können, wurde für die Analyse der Frauen-WM das bestehende Kategoriensystem der Untersuchungen von STIEHLER und MARR übernommen. Zudem wurde auf das differenziertere System von HORKY zurückgegriffen, das eine thematische Analyse der Rahmenberichterstattung zulässt (vgl. Tab. 3).

¹¹⁷ Vgl. ebd. (1990), S. 11f.

¹¹⁸ Definition auf skopos.de

¹¹⁹ Mayring (2008)

¹²⁰ Vgl. Rühl (1976)

Tab. 3: Kategoriensystem der Querschnittsanalyse (Auszug)

Quelle: Horky/Grimmer (2011a)

Variablen	Kategorien
Sendeblock	Vorberichterstattung
	Halbzeit
	Nachberichterstattung
	Spiel (Liveübertragung)
Präsentationsform	Moderation (mit Einspielungen)
	Kommentator (Live-Kommentar im Stadion ohne Spiel)
	Live-Kommentar (Spiel)
	Expertengespräch
	Beitrag (mit Einblendungen), auch Reporter/Kommentator-Schaltungen
	Interview (als Beitragsform mit Frage und Antwort)
	Statement (Flash-Interviews, kurze Stimmen etc.)
	Gesprächsrunde
	Extrasendungen
	Trailer (Werbung/Programmpräsentation)
	Sonstiges (z.B. Nachrichten)
Thema	Live-Sport
	Vorbericht (sportlich: Training, Aufstellung etc.)
	Nachbericht (sportlich: Zusammenfassung, Analyse)
	Stimmung, Buntes, Fans
	Porträt
	Prominenz
	Regelwerk, Schiedsrichter
	Historie, Statistiken
	Spielstätte
	Medien
	Comedy, Satire
	Talk (lockere Gesprächsrunde z.B. mit geladenen Gästen)
	Programmpräsentation (Veranstaltungstrailer)
	Gewinnspiel (Sonderwerbeformen)
	Werbung (ausgewiesener Werbeblock)
	Sonstiges (z.B. Nachrichten)

Zunächst hatte der Autor überlegt, das Kategoriensystem um einige weitere Punkte (evtl. Kameraperspektive und -einstellung) zu ergänzen, doch nach reichlicher Überlegung sah er aufgrund der fehlenden Vergleichsmöglichkeiten davon ab, diese zu kategorisieren.

Die vier Partien der deutschen Mannschaft wurden mittels einer Sequenzanalyse einzeln kodiert. Das Material liegt dem Autor digital vor. Jede zusammenhängende Aussage bildete eine Sequenz, für die der Sendeblock, die Art der Präsentationsform sowie das Thema bestimmt wurden. Als Untersuchungseinheit diente die Dauer der Sequenzen in Sekunden. Um schließlich einen Vergleich zwischen den Frauen und den Männern herstellen zu können, wurde zudem auf den bestehenden Datensatz von STIEHLER und MARR sowie HORKY und GRIMMER zurückgegriffen. Die Analyse wurde so

ausgerichtet, dass sie zielorientiert Ergebnisse liefert. Die aufgestellten Thesen sollen anhand einzelner Untersuchungsschritte geprüft werden.

5.5.2 Qualitative Analyse eines ausgewählten Beitrags

Für die qualitative Inhaltsanalyse wurde ein Beitrag ausgewählt, der durch seine besondere Positionierung einen hohen Stellenwert genießt. Die ARD strahlte die Dokumentation *Vom Flüchtling zur Weltmeisterin: Porträt Fatmire Bajramaj* am Tag der WM-Eröffnung, am 26. Juni, aus. Quasi als Opener der Frauen-WM fiel der Beitrag zwar ins frühe Nachmittagsprogramm (13.50 Uhr bis 14.30 Uhr) und damit nicht in die beste Sendezeit, dennoch sticht das Porträt über die deutsche Nationalspielerin eindeutig durch seine Programmstellung hervor. Außerdem wurde in dieser Länge und Form keine andere Nationalspielerin präsentiert, was die Frage nach dem warum aufwirft.

Natürlich hat gerade Bajramaj einen besonderen persönlichen, nicht alltäglichen Hintergrund: Sie wurde am 1. April 1988 in Gjurakoc in Jugoslawien, dem heutigen Kosovo geboren. Aufgrund ihrer kosovo-albanischen Herkunft, ihrer Kindheit im Kriegsgebiet und dem Aufstieg zur Fußball-Weltmeisterin, gibt die Mittelfeldspielerin nach journalistischen Kriterien sicherlich genug Stoff, um einen 30-minütigen Beitrag zu rechtfertigen. Schließlich veröffentlichte sie bereits im Oktober 2009 ihre Autobiografie *Mein Tor ins Leben – Vom Flüchtling zur Weltmeisterin*. Dennoch müssen in diesem Zusammenhang auch die bisherigen Erkenntnisse der Medienforschung zum Thema Geschlechterdifferenzen und zur zunehmenden erotisierenden Darstellung der Frau in den Medien einfließen. „Vielfach wurde nämlich nur dann berichtet, wenn sie sich als ‚sexy Kickerinnen‘ inszenieren ließen.“¹²¹ Für die Bild-Zeitung war Bajramaj schon Mitte 2010 „Deutschlands schönstes Fußballmodel“¹²².

Somit steht zur Debatte, ob der ausgestrahlte Beitrag tatsächlich die Intention verfolgte, die bewegende Geschichte Bajramajs aufzuzeigen, oder ob nicht doch der Popularitätsfaktor von Bajramaj, der sich in ihrer physischen Attraktivität begründet, für die ARD ausschlaggebend war, ihr Porträt als Opener der WM zu platzieren. Schließlich hatte auch der Sportartikelhersteller Nike die hübsche Fußballerin im Vorfeld der WM zu seiner Werbebotschafterin auserkoren und sie in dem Clip *Lira's Manifest* werberelevant in Szene gesetzt.

Um darauf eine Antwort zu finden, wurde der Beitrag einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen. Dabei wurde akribisch darauf geachtet, wie die Darstellung von Bajramaj

¹²¹ Nieland/Schaaf (2011), S. 24

¹²² BILD-Ausgabe vom 14.05.2010

erfolgt, welche Kameraperspektiven eingenommen wurden und welche Themengebiete die meiste Beachtung fanden. Traten die sportlichen Aspekte in den Vordergrund, die schwierigen Verhältnisse ihrer Kindheit oder wurden doch überwiegend ihre weiblichen Reize thematisiert? Außerdem wurde überprüft, welche Stimmung der Beitrag insgesamt vermittelt. Besonders die Inszenierungsprozesse der Produzenten stehen im Fokus der Analyse. Auf welche Art und Weise wird Nähe inszeniert? Und kommen bekannte Emotionalisierungs-, Dramatisierungs-, oder Erotisierungsinstrumente zur Anwendung?

5.6 Probleme bei der Auswertung

Bevor die Ergebnisse der Untersuchung präsentiert werden, werden zunächst noch einmal die Probleme thematisiert, die bei der Auswertung aufgetreten sind. Primär soll der Leser darauf aufmerksam gemacht werden, dass es sich bei den Ergebnissen um schwer zu vergleichende Werte handelt. Messungen von bisherigen Frauen-Endrunden liegen nicht vor. Somit werden die Werte von Männer-Endrunden herangezogen. Allerdings: Männer- und Frauenfußball haben in Deutschland einen sehr unterschiedlichen Status. Wie bereits dargelegt, sind die Unterschiede kulturell und geschichtlich bedingt. Obwohl hier sozusagen Äpfel mit Birnen verglichen werden, kann die Analyse dennoch Tendenzen der Frauenfußball-Berichterstattung aufzeigen. Durch den abgeänderten Untersuchungsgegenstand und die damit einhergehende Verwendung des Durchschnittswerts bei den Frauen-Daten muss jedoch mit Ungenauigkeiten gerechnet werden. Ein weiteres Problem zeigte sich bei der Codierung des Sequenz-Themas. Oft wurde festgestellt, dass eine Sequenz mehrere Themen beinhaltet. Hier wurde vom Autor dann das Thema gewählt, welches schwerpunktmäßig am längsten zur Sprache kam.

Ebenfalls wurde erkannt, dass einige Themen bisher nicht ausreichend detailliert aufgeschlüsselt wurden. Der Autor schlägt für weitergehende Untersuchungen eine Überarbeitung des Kategoriensystems (vgl. Tab. 3) vor. So könnte eine neue Themen-Rubrik *Sex und Erotik* hinzugefügt werden. Bei der vorliegenden Analyse wurde das Themengebiet alternativ dem Bereich *Stimmung, Bunt, Fans* zugeordnet.

6 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Untersuchung präsentiert. In einem ersten Schritt werden die ermittelten Daten zur Frauen-WM im Rahmen der Längsschnittuntersuchung aufgezeigt. Hierbei werden die bisherigen Zahlen der Männer-Endrunden mit den neuen Erkenntnissen der Frauen-WM verglichen. Ein besonderes Augenmerk

soll dabei auf den Vergleich zwischen der WM 2006 und der WM 2011 gelegt werden. Beide Wettbewerbe fanden in Deutschland statt, das heißt nicht nur die Nationalmannschaft, sondern auch die TV-Anstalten genossen Heimrecht. Ein solcher Vergleich erscheint deshalb hierbei am sinnvollsten. Um einige Erkenntnisse der Längsschnittuntersuchung anschließend genauer bewerten zu können, wird in einem zweiten Schritt der Beitrag über Nationalspielerin Fatmire Bajramaj einer qualitativen Untersuchung unterzogen. Die Ergebnisse werden mit dem theoretisch erbrachten Forschungsstand in Verbindung gebracht.

6.1 Resultate der Längsschnittuntersuchung

Als oberste Variable und somit als wesentlichstes Merkmal der Fußballberichterstattung wurde die Verteilung der Sendeblocks benannt. Hierbei wurde das gesamte Sendegerät vom Beginn der Sondersendung bis zum Ende der abgesteckten Übertragung analysiert. Als einzelne Sendeblocks gelten die Vorberichterstattung, das Live-Spiel, die Halbzeit sowie die Nachberichterstattung. Dieser Untersuchungsschritt soll vor allem aufzeigen, welchen Stellenwert die Live-Übertragung der jeweiligen Partie im Gesamtkontext der Berichterstattung einnimmt. An dieser Stelle soll noch einmal darauf hingewiesen werden, dass der Untersuchungsgegenstand aufgrund der oben geschilderten Begebenheiten, die in Tabelle 4 noch einmal deutlich werden, abgeändert werden musste. Nicht das letzte Spiel, sondern der Durchschnittswert aller vier Partien mit deutscher Beteiligung fließt in die Endbetrachtung ein (vgl. Tab. 4).¹²³

Tab. 4: Verteilung der Sendeblocks, Frauen-WM 2011

Quelle: Eigene Berechnungen

	1. Spiel		2. Spiel		3. Spiel		Viertelfinale		Ø-Wert	
	WM 2011 GER-CAN		WM 2011 GER-NIG		WM 2011 GER-FRA		WM 2011 GER-JAP		WM 2011 Alle GER	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Livespiel	100	67	105	70	106	55	141	81	113	67
Vorbericht	34	23	20	13	31	16	-	-	21	13
Halbzeit	13	9	14	9	13	7	13	7	13	8
Nachbericht	2	1	12	8	43	22	21	12	20	12
Gesamt	149	100	151	100	193	100	175	100	167	100

Auf den ersten Blick und im Vergleich zu den Männer-Endrunden seit 1994 (vgl. Tab. 5) sticht sofort die niedrige Gesamt-Sendezeit von 167 Minuten ins Auge. Damit erreicht die durchschnittliche Übertragungsdauer der deutschen Spiele bei der Frauen-WM weder den Umfang der ersten analysierten WM 1994, als 219 Minuten über das letzte Spiel der Männer gegen Bulgarien (Viertelfinale) berichtet wurde, noch die Übertragungsdauer von 1998, als mit 210 Minuten der niedrigste Wert gemessen wurde.

¹²³ Die detaillierten Auswertungen der einzelnen Partien mit deutscher Beteiligung finden sich in tabellarischer Form im Anhang

Während im Männer-Fußball eine grundsätzlich über die Jahre signifikante Ausweitung der Sendezeit auszumachen ist, bleibt der Wert bei den Frauen vergleichbar gering. Im Vergleich mit der WM 2006 in Deutschland ist festzustellen, dass den Männern fast doppelt so viel Zeit eingeräumt wurde (327 Minuten). Sicherlich hat die Bedeutung der analysierten Spiele erheblichen Einfluss auf das Ergebnis. Während bei den Frauen nur die wenig entscheidenden Gruppenspiele und das Viertelfinale betrachtet wurden, ging bspw. 2006 das attraktivere Spiel um Platz drei in die Bewertung ein. Dementsprechend dürfte eine weitreichendere Berichterstattung seitens der TV-Anstalten erwartet werden. Doch der Vergleich mit 1994, als die deutschen Männer ebenfalls schon früh im Viertelfinale scheiterten, zeigt ebenfalls eine große Diskrepanz auf. So wird deutlich, dass die Berichterstattung über die Frauen-WM wie erwartet nicht die Ausmaße der Männer erreicht. Hypothese eins, der Umfang der Berichterstattung stehe nicht auf einem Niveau mit den Sendeausmaßen der Männer, kann damit bestätigt werden. Die Fernsehanstalten haben die Berichterstattung bei den Frauen nicht wesentlich in die Länge gezogen.

Vermutlich sind die Verantwortlichen nicht davon ausgegangen, dass Frauenfußball so viele Zuschauer vor die TV-Geräte locken wird. An der Übertragungsdauer der einzelnen Gruppenspiele, die konstant von 149 Minuten (gegen Kanada) auf 193 Minuten (gegen Frankreich) angehoben wurde (vgl. Tab. 4), lässt sich jedoch vermuten, dass die Sender den sich einstellenden Quotenerfolg kurzfristig ausnutzen wollten. Die Sendezeit wurde dementsprechend ausgeweitet. Die folgende Herabstufung der Übertragungsdauer des Viertelfinals auf 175 Minuten lässt sich mit der bereits geschilderten Verzögerung des ersten K.o.-Rundenspiels erklären.

Deutlich zu erkennen ist die große Bedeutung des Live-Spiels bei den Frauen (vgl. Abb. 1). Mit 113 Minuten (67 %) hat der Live-Fußball den höchsten Anteil an der Berichterstattung. Die Spielbilder überschreiten die üblichen 90 Minuten erheblich, da im Durchschnittswert die Viertelfinal-Verlängerung gegen Japan mit einfließt. Während der Wert des Live-Spiels bei den vergangenen Männer-Turnieren konstant auf knapp ein Drittel gesunken ist, nimmt die Liveübertragung des Wettkampfs bei den Frauen 67 % ein. Der Zuschauer hat 2011 somit zwei Drittel der Gesamtsendezeit Fußball live gesehen. Dementsprechend niedrig fällt der Wert der Vor- und Nachberichterstattung aus (insgesamt 25 %). Beide Sendeblöcke nehmen einen ähnlich großen Anteil ein. Die gesamte Rahmenberichterstattung beträgt nur 54 Minuten. Entgegen des Trends bei den Männern, wo das Framing in den vergangenen Jahren immer weiter zugenommen hat, konzentriert sich die Übertragung bei den Frauen auf den Livesport.

Tab. 5: Verteilung der Sendeblöcke im Längsschnitt, 1994-2011

Quelle: Horky/Grimmer (2011a), WM 2011: Eigene Berechnung

	WM 1994 GER-BUL		EM 1996 GER-TCH		WM 1998 GER-KRO		EM 2000 GER-POR		WM 2002 GER-BRA	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Livespiel	107	49	134	52	110	52	112	49	93	23
Vorbericht	27	12	61	24	37	18	71	31	165	41
Halbzeit	3	1	10	4	15	7	4	2	17	4
Nachbericht	82	37	51	20	48	23	43	19	127	32
Gesamt	219	100	256	100	210	100	230	100	402	100
	EM 2004 GER-TCH		WM 2006 GER-POR		EM 2008 GER-SPA		WM 2010 GER-URG		WM 2011 Ø-Wert	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Livespiel	108	36	96	29	97	29	97	26	113	67
Vorbericht	110	37	95	29	115	34	150	41	21	13
Halbzeit	14	5	14	4	14	4	14	4	13	8
Nachbericht	67	22	122	38	113	33	109	29	20	12
Gesamt	299	100	327	100	339	100	370	100	167	100

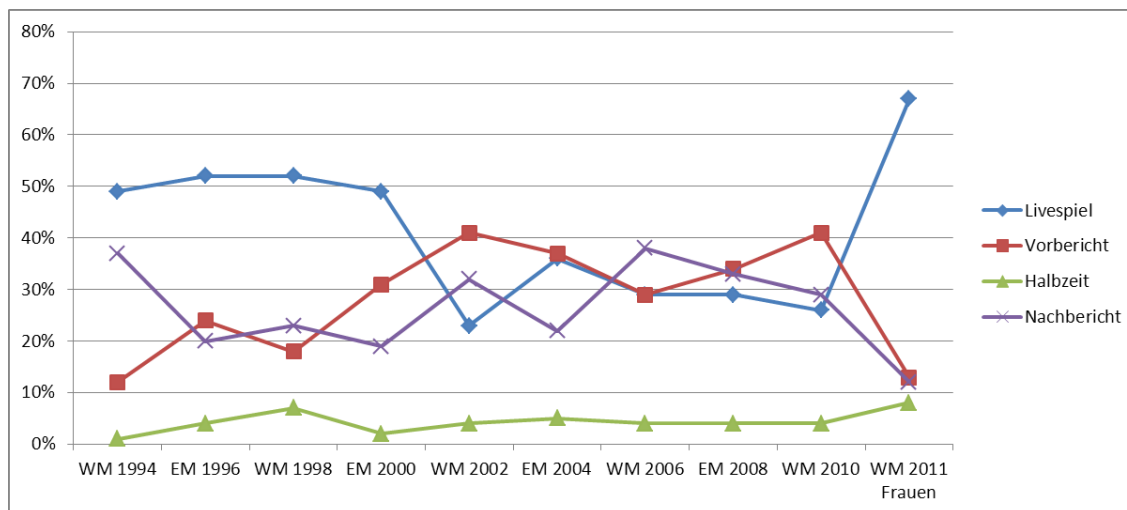


Abb. 1: Verteilung der Sendeblöcke im Längsschnitt, 1994-2011

Quelle: Eigene Darstellung

Der geringe Wert der Rahmenberichterstattung ist u.a. damit zu erklären, dass das Viertelfinale Deutschland-Japan nach den Analysekriterien keine Vorberichterstattung hatte. Das vorangegangene Viertelfinale ging ins Elfmeterschießen und bot dem übertragenden Sender ZDF damit keine Möglichkeit, eine angemessene Vorberichterstattung auf das Folgespiel zu leisten. Damit lässt sich festhalten, dass der straffe Zeit- und Spielplan der WM die Analyse stark beeinflusst hat. Ausschlaggebend für die geringe Rahmenberichterstattung war außerdem die sehr kurze Nachberichterstattung im Anschluss an das Eröffnungsspiel Deutschland-Kanada. Nur zwei Minuten betrug die Zeit, die nach dem Livespiel in der ARD für die Nachberichterstattung verwendet wurde. Hypothese zwei muss somit widerlegt werden. Im Vergleich mit den Männern hat das Livespiel keine geringe Bedeutung. Im Gegenteil: Es genießt einen hohen Stellenwert bei der Übertragung.

Um die rahmende Berichterstattung ohne das Livespiel detaillierter aufzuschlüsseln, haben STIEHLER und MARR sowie HORKY die Sendeeinheiten jeweils einer Präsentationsform zugeordnet (vgl. Tab. 6). Neben dem Livegespräch, das alle Expertengespräche und Interviews einbezieht, differenzieren sie weiter in die Kategorien Einspielungen (vorgefertigte Berichte, Liveschaltungen zu Reporter, Statements) sowie Präsentation/Moderation. Alle weiteren Formen wie Nachrichten oder Werbeblöcke wurden unter Sonstiges zusammengefasst. Das Spiel findet in dieser Berechnung keine Beachtung, der Kommentator abseits des regulären Spiels fließt als Vor- und Nachberichterstatte (Präsentation) mit ein. Dieses Schema soll die Vielfalt und die Verteilung der unterschiedlichen Darstellungsformen in der Rahmenberichterstattung aufzeigen. Da Vielfalt ein allgemeines Qualitätsmerkmal für Berichterstattung ist, kann im Anschluss eine erste Prognose zur Qualität der Übertragung vorgenommen werden. Hier sollen die Ergebnisse der Endrunden ab 2004 zum Vergleich herangezogen werden.

Tab. 6: Anteil der Präsentationsformen in der Rahmenberichterstattung im Längsschnitt, 2004-2011

Quelle: Horky (2009a), WM 2011: Eigene Berechnung

	EM 2004 GER-CSR		WM 2006 GER-POR		EM 2008 GER-SPA		WM 2010 GER-URG		WM 2011 Ø-Wert	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Livegespräch	63	33	74	32	68	28	76	28	16	28
Einspielungen	65	34	41	18	44	19	83	30	12	20
Präsentation/ Moderation	17	9	50	21	64	26	50	18	22	37
Sonstiges	46	24	66	29	66	27	67	24	9	15
Gesamt	191	100	231	100	242	100	210 **	100	59 *	100

* Da hier nur die Rahmenberichterstattung untersucht wurde, müsste die Gesamtdauer normalerweise nur 54 Minuten betragen (s.o.). Allerdings wurden die Phase zwischen regulärer Spielzeit und Verlängerung der Viertelfinalbegegnung gegen Japan zum einen als Spiel codiert (Sequenz/Sendeblock), richtigerweise aber auch als Kommentator im Stadion ohne Spiel (Präsentationsform). Dies erklärt die Abweichung.

** Hier wird ein deutlich geringerer Wert für die Rahmenberichterstattung ausgegeben, als in Tab. 5 dargestellt (370 Min. – 97 Min. = 273 Min.). Ursachen werden nicht erläutert.

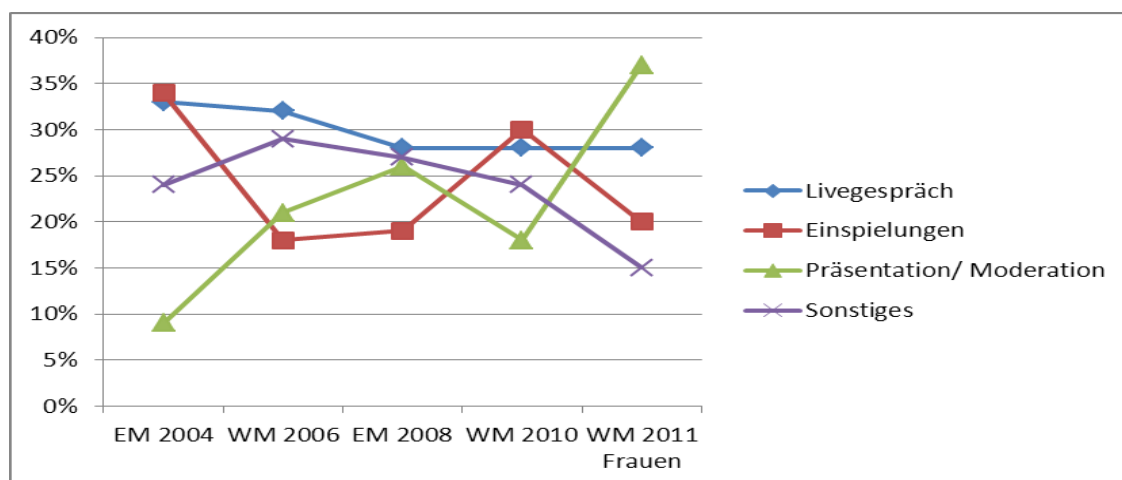


Abb. 2: Anteil der Präsentationsformen in der Rahmenberichterstattung, 2004-2011

Quelle: Eigene Darstellung

Zunächst wird deutlich, dass die Rahmenberichterstattung der Frauen im Gesamtumfang mit 59 Minuten ein erheblich geringeres Volumen einnimmt, als die der Männer. Die WM 2011 erreicht weniger als ein Drittel der Ausmaße, die die durchschnittliche rahmende Berichterstattung bei den Männern von 2004 bis 2010 einnahm (Ø-Wert: 219 Minuten). Das lässt auf eine Geringschätzung des Frauenfußballs schließen.

Durch die prozentuelle Angabe der Werte lassen sich dennoch Vergleiche bei den unterschiedlichen Präsentationsformen anstellen. So zeigt sich, dass die Livegespräche bei 28 Prozent stagnieren. Gegenüber den vergangenen beiden Männer-Endrunden ist kein Unterschied auszumachen (vgl. Abb. 2). Die Frauen-Experten und ehemaligen Nationalspielerinnen Nia Künzer (ARD) und Silke Rottenberg (ZDF) erledigten den gleichen Job wie ihre männlichen Kollegen. Somit bestätigt sich, dass das dominierende Muster der Berichterstattung, die diskursiven Auseinandersetzung, nicht nur bei den Männern, sondern in gleichem Maße auch bei den Frauen zur Anwendung kommt (Hypothese 3). Die Zahlen belegen: Bei der Übertragung der Frauenendrunde wurde genauso viel gefachsimpelt wie bei den Männern.

20 Prozent der Rahmenberichterstattungs-Sendezeit wurde zudem durch Einspielungen vorgefertigter Beiträge, Liveschaltungen und kurzen Statements gefüllt. Die Analyse hat gezeigt, dass besonders im dritten und abschließenden Vorrundenspiel zwischen Frankreich und Deutschland eine Vielzahl von Beiträgen gesendet wurde. Mit 28 Minuten liegt dieses Spiel bei den Einspielungen weit über dem Gesamtdurchschnitt aller vier deutschen Spiele (Ø-Wert: 12 Minuten). Eventuell ist diese Sonderbehandlung seitens der Journalisten darauf zurückzuführen, dass es sich um ein prestigeträchtiges Nachbarschaftsduell handelt. Dafür fiel der Anteil der Einspielungen in den anderen drei Partien umso kleiner aus. In der Gesamtbetrachtung füllten Beiträge, Liveschaltungen und Statements ein Fünftel der Rahmenberichterstattung. Somit liegt der 20 %-Wert der WM 2011 zwar knapp über dem der Endrunde 2006 (18 %), allerdings zehn Prozent unter dem der vergangenen WM in Südafrika (30 %). Auch an den Durchschnittswert bei den Männern seit 2004 (25 %) kommt er nicht heran.

Den größten Teil der Rahmenberichterstattung nahmen bei der WM 2011 die Moderationsparts von Claus Lufen (ARD) und Sven Voss (ZDF) sowie die Stadionkommentare abseits des Live-Spiels ein. Insgesamt 22 Minuten (37 %) waren sie am Zug (vgl. Abb. 2). Der hohe Wert lässt sich v.a. durch die langen Redezeiten des Stadionkommentators nach Abpfiff des Spiels erklären, in denen er die Stimmung im Stadion zum Zuschauer vor dem TV-Gerät transportiert. Er agiert hier als Emotionalitäts-Vermittler, ein bewährtes stilistisches Mittel, das in den vergangenen Jahren auch bei den Männern

zu beobachten ist. Dort liegt der Durchschnittswert der Moderationen und Präsentationen allerdings nur bei 19 Prozent.

Die sonstigen Berichterstattungsformen weisen mit 15 Prozent einen erheblich geringeren Anteil aus als bei den Männern (Ø-Wert: 26 Prozent). Während bei den Endrunden der Männer zuletzt zusätzliche Comedy-Sendungen wie Waldi's WM-Club in die Fußball-Sondersendung eingebettet wurden, gab es bei der WM 2011 kein vergleichbares Format.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass sich die Rahmenberichterstattung durch eine formelle Vielfalt auszeichnet. Unterschiedliche Darstellungsformen wie Moderationen, Beiträge, Kommentare, Statements oder Interviews tragen zu einer gewissen Dynamik des Programmablaufes bei. Damit lässt sich Hypothese 4, die von einer Vielfalt an Präsentationsformen ausgegangen war, bereits teilweise bestätigen. Die prozentual ungleiche Verteilung der Präsentationsformen lässt die Waage bei den Frauen aber zu Gunsten der Moderationen und Präsentationen ausschlagen. Durch den geringeren Umfang von 59 Minuten ist zudem ein Vielfaltsverlust in der Quantität zu erkennen. Eine detailliertere Betrachtung soll nun Aufschlüsse darüber geben, wie sich die Vielfalt an Präsentationsformen genau darlegt. Bei dieser Berechnung ist das Live-Spiel wieder mit inbegriffen. Der gesamte Sendeumfang wurde untersucht. Zum Vergleich werden die Daten seit 2006 hinzugezogen.

Tab. 7: Verteilung der Präsentationsformen, Endrunden 2006-2011

Quelle: Horky (2009a), Horky/Grimmer (2011a), WM 2011: Eigene Berechnungen

	WM 2006 GER-POR		EM 2008 GER-SPA		WM 2010 GER-URG		WM 2011 Alle GER	
	min	%	min	%	min	%	min	%
Moderation	14	4	16	5	17	5	6	4
Kommentator	36	11	48	14	33	9	16	10
Live-Kommentar	96	29	97	29	94	25	107	64
Expertengespräch	48	15	53	16	52	14	12	7
Beitrag	38	11	40	12	79	21	9	5
Interview	26	8	15	4	25	7	4	2
Statement	3	1	4	1	4	1	3	2
Extrasendungen	44	13	39	12	32	9	-	-
Trailer/Werbung	15	5	5	1	14	4	3	2
Sonstiges	8	2	22	6	21	6	7	4
Gesamt	327	100	339	100	370	100	167	100

Bei allen Endrunden seit 2006 ist zu erkennen, dass die Präsentationsform des Live-Kommentars den prozentual größten Teil der Berichterstattung ausmacht. Damit bekommt der TV-Kommentator im Stadion, der das Live-Spiel mit seinen Worten begleitet, eine hohe Bedeutung zugesprochen. Die Auswertung der WM 2011 zeigt: Bei den Frauen sogar um ein Vielfaches mehr als bei den Männern. Seine spielbegleitenden

Kommentare nehmen bei den Frauen 64 Prozent der Gesamtsendezeit in Anspruch. Dieser hohe Wert basiert auf der Erkenntnis, dass das Live-Spiel bei den Frauen eine höhere Wertschätzung erfährt als bei den Männern. Dementsprechend hoch fällt auch die Länge des Live-Kommentars aus (107 Minuten). Wenn nun noch die zehn Prozent der Sendezeit addiert werden, die er ohne Wettkampfbilder spricht bzw. in denen er Vor- und Nachlauf des Spiels kommentiert, ergibt das eine Gesamtredezeit des Kommentators von 74 Prozent an der gesamten Sendezeit. Damit nimmt er knapp Dreiviertel der Gesamtsendung ein. Die dominierende Stellung des Kommentators stellt alle anderen Darstellungsformen in den Hintergrund. Die ausgedehnte Vor- und Nachberichterstattung des Kommentators ohne Spielbilder ist auch bei den Männern zu beobachten. Hier greifen die TV-Macher auf bekannte Muster zurück.

Das Expertengespräch ist – wie bereits festgestellt – zum festen Bestandteil der Berichterstattung aufgestiegen. Die zwölf Minuten entsprechen sieben Prozent der Gesamtsendezeit. Der Moderationsanteil liegt bei der Gesamtbetrachtung mit vier Prozent gleichauf mit den Männern.

Bei der Summierung der Präsentationsformen Beitrag, Interview und Statement, die eine primär journalistische Prägung aufweisen, stehen bei den Frauen nur 16 Minuten (9 %) zu Buche. Im Vergleich zu 2006 (67 Minuten, 20 %) und 2010 (108 Minuten, 29 %) bedeutet das einen immensen Abfall. Zudem muss mahnend hinzugefügt werden, dass die Art der Beiträge in ihrer journalistischen Qualität stark variieren. So gelten auch stupide, mit Musik unterlegte Aneinanderreihungen von Highlight-Szenen, als Beitrag. Auch diese wurden in der Codierung berücksichtigt, bieten jedoch keinen wirklichen journalistischen Mehrwert, sondern dienen allenfalls als Stimmungsmacher.

Dass die knapp einstündige Umrahmung des Live-Spiels bei der Frauen-WM nicht länger ausfällt, ist u.a. auch darauf zurückzuführen, dass es 2011 keine Extrasendungen gab. Während bei den Männern, wie bereits erwähnt, mit Nachgetreten (2006, Moderator Ingolf Lück) und Waldi's WM-Club (2010, Moderator Waldemar Hartmann) jeweils im Anschluss an die Liveübertragung zur lockeren Gesprächsrunde eingeladen wurde, suchten die Frauenfußball-Fans in 2011 vergeblich nach ähnlichen Formaten. Wahrscheinlich gaben die Fernsehmacher solchen Sendungen im Vorfeld der WM keine Chance auf gute Einschaltquoten. Somit blieben sie außen vor. Dies schränkt die Vielfalt an Präsentationsformen natürlich ein. Ein übermäßiger Einsatz von Trailern und Werbung ist nicht zu erkennen (Hypothese 5). Die Untersuchung ergab einen Wert von zwei Prozent. Gegenüber 2006 (5 %) nahm er bezogen auf den prozentualen Anteil sogar mehr als die Hälfte ab.

Insgesamt kann nach der präziseren Analyse der Präsentationsformen zwar weiter von einer gewissen Vielfalt an Darstellungsformen gesprochen werden, allerdings deckt die Untersuchung gleichermaßen auf, dass der journalistische Charakter der Sendung zunehmend verloren geht. Statt auf journalistisch geformte Beiträge, wird immer mehr auf das Wissen der Experten gesetzt. Immer deutlicher wird weiterhin, dass die Berichterstattung bekannten Mustern bei der Fußball-Übertragung von Live-Spielen folgt. So nimmt die Redezeit des Kommentators vor und nach dem Spiel nicht nur bei den Männern, sondern auch bei den Frauen eine große Rolle ein.

Um genauere Aussagen über die thematischen Inhalte der Sequenzen zu treffen, wird im Folgenden die Verteilung der Themen betrachtet (vgl. Tab. 8). Wie bei den Männern lässt sich auch hier ein Mangel an Themen feststellen, die nichts mit den aktuellen sportlichen Begebenheiten zu tun haben (Hypothese 4). Dieser Trend scheint sich bei den Frauen sogar noch zu verschärfen. Lässt man die Werte des Livesports (64 %) sowie die der Vor- und Nachberichterstattung (18 %) außen vor, entfallen nur 18 Prozent auf die restlichen Themengebiete. Nach dem Subtrahieren des Vier-Prozent-Blocks *Sonstiges* bleiben noch 14 Prozent übrig. Den größten Anteil abseits der sportlichen Betrachtung nehmen dabei emotional geprägte Inhalte wie die Stimmungslage oder Fans ein (7 %). Des Öfteren wird zu einem Außenreporter geschaltet, der die Gemütslage der Fans beim Public Viewing einfängt. Dies bestätigt abermals Hypothese drei. Die Frauen-WM wurde von den TV-Anstalten demnach auf einer sehr emotionalen Schiene gefahren.

Tab. 8: Verteilung der Themen, Endrunden 2006- 2011

Quelle: Horky (2009a), Horky/Grimmer (2011a), WM 2011: Eigene Berechnungen

	WM 2006 GER-POR		EM 2008 GER-SPA		WM 2010 GER-URG		WM 2011 Alle GER	
	min	%	min	%	min	%	min	%
Livesport	96	29	97	29	94	25	107	64
Nachbericht	52	16	70	21	83	22	16	10
Vorbericht	42	13	47	14	30	8	14	8
Stimmung, Bunes	33	10	33	10	37	10	12	7
Porträt	15	4	13	4	14	4	2	1
Prominenz	8	2	2	1	8	2	1	1
Regelwerk	9	3	1	-	5	1	-	-
Historie	-	-	6	2	7	2	2	1
Spielstätte	-	-	-	-	3	1	-	-
Medien	-	-	2	1	3	1	1	1
Comedy, Satire	49	15	2	1	31	8	1	1
Talk	-	-	38	11	-	-	-	-
Programmpräsentation	10	3	6	2	6	2	1	1
Gewinnspiel	3	1	-	-	-	-	-	-
Werbung	6	2	-	-	9	2	2	1
Sonstiges	8	2	22	6	30	8	7	4
Gesamt	327	100	339	102	370	100	166*	100

* Rundungsfehler, es müssten in der Summe 167 Minuten heißen

Besonders die geringe Häufigkeit der Themen Porträt und Historie (jeweils nur 1 %) ist erschreckend, da sich gerade im Frauenbereich etliche, interessante und für den Zuschauer noch neue, unbekannte Geschichten verstecken. Gleich vier Themen (Regelwerk, Spielstätte, Talk, Gewinnspiel) tauchten im gesamten Sendeverlauf nicht einmal auf. Besonders das Themengebiet Comedy blieb gemessen an den Weltmeisterschaften 2006 und 2010 auf der Strecke. Zwar wurde in der ARD mit der Rubrik *Misheard WM-Lyrics*¹²⁴ versucht, gerade das jüngere Publikum zu erreichen, doch weitere Comedy-Anteile konnten nicht codiert werden. Nur eine knappe Minute wurde für das Thema Medien verwendet. Dies beinhaltete vor allem den Verweis auf die Internetpräsenz des übertragenden Senders. Die Themenarmut abseits des sportlichen Geschehens befindet sich in der Gesamtbetrachtung also auf einer noch niedrigeren Stufe als bei den Männern. Die spärliche Themendiversifikation zeigt einen klaren Qualitätsmangel in der Berichterstattung auf.

Die geringe Themenvielfalt zeigt sich auch bei der noch tiefer gehenden Analyse (vgl. Tab. 9). Hier wurden ausschließlich die als Beitrag codierten Sequenzen betrachtet. Da es sich hier um zumeist vorgefertigte Beiträge von Journalisten handelt, wäre eine ausdifferenziertere Themenvielfalt zu erwarten gewesen. Zeit genug blieb im Vorfeld, um Themen zu finden und diese in einem Beitrag aufzubereiten. Allerdings zeigte sich auch hier nur eine spärliche Breite an Themen. Neben den sportlichen Aspekten in den Vor- und Nachberichten (zusammen 42 %) wurden v.a. das Thema Stimmung, Buntes und Fans bedient. Im Schnitt beschäftigte sich jede vierte Sendesekunde zu Beiträgen (25 %) mit der Übermittlung von Stimmung und Emotionen. Dies bestätigt wiederholt Hypothese 3.

Tab. 9: Verteilung der Präsentationsform Beitrag nach Themen, Frauen-WM 2011

Quelle: Eigene Berechnung

	1. Spiel		2. Spiel		3. Spiel		Viertelfinale		Ø-Wert	
	WM 2011 GER-CAN		WM 2011 GER-NIG		WM 2011 GER-FRA		WM 2011 GER-JAP		WM 2011 Alle GER	
	sek	%	sek	%	sek	%	sek	%	sek	%
Vorbericht	51	15	120	20	549	44	-	-	180	33
Stimmung, Buntes, Fans	74	22	335	55	143	12	-	-	138	25
Comedy, Satire	50	15	67	11	116	9	-	-	58	11
Porträt	-	-	90	14	137	11	-	-	57	10
Nachbericht	-	-	-	-	187	15	10	100	49	9
Historie/Statistiken	165	48	-	-	-	-	-	-	41	7
Sonstiges	-	-	-	-	111	9	-	-	28	5
Gesamt	340	100	612	100	1243	100	10	100	551	100

¹²⁴ Dabei wurden die Nationalhymnen der Teilnehmerländer auf kuriose Weise, nach Gehör, ins Deutsche übersetzt. Online-Video-Bloggerin „Coldmirror“ alias Kathrin Fricke produzierte mehrere Clips, die durch abstrakte Illustrationen visualisiert wurden.

Somit ist abermals bewiesen, dass die TV-Anstalten vermehrt auf den Faktor Unterhaltung und Emotionalisierung setzen. Zumindest gilt dies für den hier untersuchten abgesteckten WM-Sondersendebereich vor und nach den Partien der deutschen Elf. Jedoch gab es außerhalb der Sondersendungen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern weitere Programminhalte zur WM. Da eine Analyse der kompletten WM-Berichterstattung diese Arbeit sprengen würde, hat sich der Autor dazu entschieden, einen Beitrag außerhalb des bisherigen Analysebereichs auszuwählen und diesen repräsentativ auf den Aspekt der Emotionalisierung und Ästhetisierung zu prüfen.

6.2 Qualitative Auswertung des ausgewählten Beitrags

Im Rahmen der Untersuchung wurde in einem zweiten Schritt die Dokumentation *Vom Flüchtling zur Weltmeisterin: Porträt Fatmire Bajramaj* einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen. Anhand dieses Beitrags sollen ausgeprägte Merkmale der heutigen Sportberichterstattung, die im Theorieteil dieser Arbeit dargestellt und zum Teil auch in der Längsschnittuntersuchung belegt wurden, nachgewiesen werden. Der halbstündige Beitrag wurde auf der Dimension der affektiven (emotionalen) Komponente untersucht. Dabei soll aufgezeigt werden, wie der Redakteur – durch gezielt eingesetzte Instrumente – Nähe inszeniert und damit versucht, Emotionen beim Rezipienten hervorzurufen. Außerdem soll die zunehmende Intimisierung, Erotisierung und Ästhetisierung in der Sportberichterstattung anhand einiger Sequenzen im Film dargestellt werden. HORKY unterscheidet zwischen zwei grundsätzlichen Sendeformen im Fernsehen. Zum einen gibt es die Live-Übertragung, zum anderen die zeitlich versetzte Zusammenfassung.¹²⁵ In diesem Fall handelt es sich um die zweite Form, einen Bericht, der Bajramaj porträtiert. Zunächst folgt eine kurze Zusammenfassung des Filminhalts.

Die Dokumentation von Nick Golüke fasst die bewegende Geschichte von Nationalspielerinnen Lira Bajramaj zusammen. Die attraktive Fußballerin mit kosovo-albanischen Wurzeln floh im Kindesalter zusammen mit ihrer Familie aus dem südosteuropäischen Kriegsgebiet nach Deutschland, schaffte hier den Sprung in die deutsche Nationalmannschaft und wurde Welt- und Europameisterin. Nach der Anfangssequenz, in der Bajramaj selbst aus dem Off spricht („Dies ist meine Geschichte. Die Geschichte von einem kleinen Mädchen mit einem großen Traum“), folgen kurze Impressionen aus London, vor dem Champions-League-Finale 2011, wo Bajramaj mit ihrem damaligen Verein Turbine Potsdam gegen Olympique Lyon spielte. Diese Partie dient als Klammer des Films, denn die Schlussszene thematisiert kurz den Verlauf und den Endstand des Finales. Dazwischen wechselt der Beitrag ständig den Ort der Handlung. Er spielt

¹²⁵ Vgl. Horky (2001), S. 195

an den Originalschauplätzen ihres Lebens. Die Dokumentation ist nicht chronologisch aufgebaut, sondern beleuchtet abwechselnd ihre Kindheit im Kosovo und ihr jetziges Leben in Deutschland. Die Bilder der zerstörten Heimat werden in Kontrast zu ihrem jetzigen Live-Style-Leben gesetzt. Szenen mit demolierten Gebäuden im Kosovo folgen Sequenzen, in denen Bajramaj in Deutschland auf dem roten Teppich für Fotografen posiert. Im Mittelpunkt der Story steht die Flucht der Familie aus Angst vor den serbischen Repressionen aus dem Kosovo nach Deutschland. Hier wurden einige Szenen nachgestellt. Einen großen Teil nimmt zudem die Darstellung ihrer heutigen Popularität im Kosovo ein. Auch der anfängliche Missmut ihres Vaters über ihre Leidenschaft zum Fußball wird thematisiert. Die Zeit im Flüchtlingsheim in Remscheid und ihr Aufenthalt im Kindergarten *Villa Kunterbunt* werden als wichtige Stationen in ihrem Leben in Szene gesetzt. Neben Bajramaj kommen ihr Vater und ihre Mutter zu Wort. Bajramaj wird insgesamt als heimatverbundener Familienmensch präsentiert.

Im Folgenden sollen nun die affektiven Komponenten, die sich im Beitrag auftun, näher analysiert werden. Durch den Inszenierungsprozess von Nähe erreichen die Medien mit unterschiedlichen Techniken eine Emotionalisierung und Ästhetisierung der Mediensportwirklichkeit.

Inszenierung von Nähe

Gleich zu Beginn baut Autor Golüke eine unmittelbare Nähe zwischen seinem „Objekt“ Bajramaj und dem Rezipienten auf. Dadurch, dass die Nationalspielerin selbst aus dem Off redet und ankündigt „Dies ist meine Geschichte“, entsteht früh eine Beziehung zwischen ihr und dem Publikum [14:50]¹²⁶. Die Wirkung ist effektiver, als der alternative Satz des Sprechers: „Das ist die Geschichte von Lira Bajramaj“. Durch ihre Aussage: „Alle nennen mich Lira“ [15:10] werden gewisse Statusgrenzen zwischen ihr und dem Rezipienten aufgehoben. Diese Inszenierung von Nähe wird kurz danach weitergeführt. Mit einer eigenen kleinen Hand-Kamera filmt sich Bajramaj selbst [ab 16:42] und führt den Zuschauer durch ihr zerstörtes Kinderhaus. Dabei erzählt sie persönliche Dinge, an die sie sich noch erinnern kann („Hier war mein Bett“) [17:53]. Dies wirkt authentischer und löst beim Publikum Mitgefühl aus. Die Distanz zwischen der Protagonistin und dem Rezipienten verschwindet. Dadurch entsteht eine verstärkte Identifikationsmöglichkeit mit der Sportlerin. Durch den Inszenierungsprozess von Nähe werden Idole und Helden-Figuren erzeugt. Gerade die Berichtsform des Porträts verfolgt diese Intention. Besonders in diesem Beitrag ist der Versuch zu beobachten, Bajramaj als das Gesicht der WM 2011 zu etablieren.

¹²⁶ Zeit in den [...] -Klammern entspricht der fortgeschrittenen Zeit der DVD-Gesamtaufnahme. Die Aufnahme beginnt nicht ad hoc mit dem Porträt, sondern hat einen gewissen Vorlauf.

Emotionalisierung/Dramatisierung

Durch die Inszenierung von Nähe wird gleichzeitig ein Emotionalisierungsprozess in Gang gesetzt. Durch die zunehmende Verwendung von unterschiedlichen Stilmitteln wie schnellen Bildwechseln oder Nah- oder Detailaufnahmen werden die Emotionen von Bajramaj auf den Rezipienten übertragen. Vor allem die Dramatisierung der Flucht aus dem Kosovo nach Deutschland sorgt beim Zuschauer für Gänsehaut. In einer Nacht- und Nebelaktion, die von den TV-Produzenten nachgestellt und mit Spannungsgeladener Musik unterlegt wurde, kämpft sich die Familie Bajramaj mehrere Tage lang durch Wälder, um schließlich nach Deutschland zu gelangen. Die gefühlsbetonte Darstellung wird von O-Tönen Bajramajs verstärkt: „Der Krieg, die Angst, ich kann sie noch spüren. Wir mussten flüchten.“ [14:37] Andererseits wird durch Zeitlupe-Strecken von bis zu 30 Sekunden Länge, in denen Kinder fröhlich Fußball spielen, Harmonie und Heiterkeit vermittelt. [19:16-19:46] Durch den Einbezug der gesamten Familie wird Bajramaj sehr familienfreundlich und heimatverbunden präsentiert.

Erotisierung/Ästhetisierung

Die Erotisierung im Fernsehen beschränkt sich nicht auf das explizite Zeigen von nackten Körpern. Schon mit Nah- oder Detailaufnahmen der sich bewegenden athletischen Körper lässt sich ein ästhetisch-erotischer Mehrwert erzielen. In der Dokumentation über Bajramaj greift der Produzent vor allem auf den Einsatz von Zeitlupen zurück. Mehrfach reduziert er die Geschwindigkeit der Szene, wenn Bajramaj sich gefühlvoll und lasziv mit der Hand durch die langen Haare fährt [15:03, 16:07, 44:44, 45:05]. Zudem wird sie häufig als hübsches Fußball-Model dargestellt. So zeigt eine Szene explizit, wie sie auf dem roten Teppich in Highheels flaniert, sich schminkt, Lippenstift aufträgt und Nagellack benutzt. Hier werden weibliche Gender-Symbole zur Ästhetisierung eingesetzt [22:21-22:57]. Neben diesen eher journalistisch-technisch beeinflussten und inszenierten Komponenten sorgt auch Bajramaj selbst für das Bild der sexy Kickerin, indem sie regelmäßig Flirt-Posen einnimmt und mit dem Zuschauer flirtet. So zwinkert sie dem Rezipienten neckisch zu [15:05], besticht durch einen charmanten Augenaufschlag [14:07], oder lächelt sympathisch-verführerisch in die Kamera [15:08, 22:57, 44:58]. Besonders die aneinandergereihten Close-Einstellungen am Ende des Beitrags auf Augen und Tattoo stellen noch einmal ihre Attraktivität zur Schau.

Obwohl die direkte inhaltliche Auseinandersetzung über ihre physische Attraktivität in der Dokumentation nicht übermäßig viel Zeit einnimmt, verstärken technische Komponenten wie Zeitlupen oder Kameraeinstellungen das Bild Bajramajs als „Glamourgirl

der deutschen Mannschaft“¹²⁷. Durch die Inszenierung von Nähe wird eine emotionale Bindung aufgebaut, die zur besseren Identifikation dient. Anhand dieser Fakten lässt sich die in Kapitel 5.3 aufgestellte sechste Hypothese zumindest in diesem Beitrag nachweisen. Die Berichterstattung weist Züge einer erotisierenden Darstellung auf und bestätigt somit den Trend zur Ästhetisierung. Um eher ihre sportliche Karriere zu forcieren, hätte der Redakteur z.B. neben Bajramajs Mutter und ihrem Vater auch Nationaltrainerin Silvia Neid oder eine Mitspielerin als Gesprächspartner einbeziehen können.

6.3 Überprüfung der Hypothesen

Im Folgenden sollen nacheinander noch einmal die im Vorfeld aufgestellten Hypothesen überprüft werden. *Hypothese eins* ist davon ausgegangen, dass der Umfang der Berichterstattung bei der Frauen-WM aufgrund der unterschiedlichen historischen Entwicklung nicht auf einem Niveau mit den Sendeausmaßen bei den Männern steht. Dies wurde durch die Untersuchung eindeutig belegt. Die Übertragung einer Partie mit deutscher Beteiligung dauerte durchschnittlich nur 167 Minuten. Im Vergleich: Die Sendezeit der Männer-WM 2006 betrug 327 Minuten, die der WM 2010 sogar 370 Minuten. Selbst die Endrunde der Männer 1994 lag mit 219 Minuten deutlich über dem Wert der Frauen.

Die *zweite Hypothese* lehnte sich an den Ergebnissen der bisherigen Männer-Endrunden an. Dort ist es so, dass das Live-Spiel im Gesamtkontext zunehmend an Bedeutung verloren hat und dafür die Rahmenberichterstattung ausgedehnt wurde. Dieses Phänomen ist bei den Frauen nicht festzustellen. Das Live-Spiel nimmt 67 Prozent der Gesamtberichterstattung ein. Der Unterschied zu den Männern 2006 (29 %) und 2010 (26 %) ist gravierend. Der Live-Fußball hat bei den Frauen einen höheren Stellenwert. Die zweite These muss daher verworfen werden.

Die *dritte Hypothese* vermutete eine starke Ausprägung von diskursiven Auseinandersetzungen. Außerdem wurde behauptet, dass der Fokus auf emotionalen Inhalten wie Stimmung und Fans liegen wird. Beide Aspekte können nach der Analyse bestätigt werden. Zum einen wurde ein 28-prozentiger Anteil des Livegesprächs nachgewiesen, was exakt mit den Männer-Werten von 2008 und 2010 übereinstimmt, zum anderen konnten bei der Verteilung der Themen überwiegend unterhaltungsorientierte Motive aufgezeigt werden. Auch die Ausweitung des Kommentator-Anteils nach dem Spiel, wo größtenteils Bilder von feiernden Fans oder trauernden Spielerinnen kommentiert werden, bestätigt die emotionale Ausrichtung der Übertragung.

¹²⁷ Anmoderation des Beitrags von Claus Luven

Die *vierte Hypothese* ging von einer Vielfalt an Präsentationsformen bei gleichzeitigem Verlust an Themen aus. Diese Behauptung kann mit Einschränkungen bejaht werden. Zwar ließ sich eine formelle Vielfalt an Darstellungsformen nachweisen, allerdings schwinden zunehmend journalistisch geprägte Inhalte. Beiträge und Interviews werden seltener. Eine spärliche Themendiversifikation konnte belegt werden. Bereiche wie Regelwerk, Spielstätte und Historie wurden kaum thematisiert. Dies lässt auf einen klaren Qualitätsmangel in der Berichterstattung schließen.

Hypothese fünf, ein vermehrter Einsatz von Trailern und Werbung, konnte nicht nachgewiesen werden und muss daher verworfen werden. Der Wert von zwei Prozent liegt im gewöhnlichen Bereich.

Der Trend zur Ästhetisierung (*Hypothese sechs*) ist am Beispiel des Porträts von Fatmire Bajramaj klar zu erkennen. Durch besondere Instrumente (Zeitlupen, etc.) erfolgt eine erotisierende Darstellung, um das Produkt Frauenfußball durch die Person Bajramajs besser verkaufen zu können.

6.4 Bewertung und Zusammenfassung

Insgesamt hat die Weiterführung der Längsschnittanalyse ergeben, dass auch die Übertragung der Frauen-WM zum Teil bekannten Berichterstattungsmustern von bisherigen Großevents gefolgt ist. Es wurde deutlich, dass die Berichterstattung in ihrem zeitlichen Umfang wie erwartet nicht die Ausmaße der Männer-WM erreicht. Das Framing um das Live-Spiel herum wurde bei den Frauen nicht übermäßig ausgedehnt, wie es seit Jahren bei den Männern der Fall ist. Dementsprechend steht das Live-Spiel bei den Frauen auch weiterhin im Mittelpunkt der Übertragung und genießt einen hohen Stellenwert. Das ökonomische Potenzial von Frauenfußball-Übertragungen wurde erst mit Verlauf der WM sichtbar. Möglicherweise werden die TV-Anstalten für die nächste Endrunde daraus Profit schlagen wollen und dehnen die Übertragung weiter aus.

Das Expertengespräch bzw. die diskursive Auseinandersetzung mit Fußball nimmt wie bei den Männern auch bei den Frauen einen dominierenden Anteil ein, die Kommentator-Strecken vor und nach dem Live-Spiel wurden ebenfalls nachgeahmt. Dabei sollen vor allem Emotionen vermittelt werden. In der Gesamtbetrachtung bekommt der TV-Kommentator eine hohe Bedeutung zugesprochen. Er nimmt knapp Dreiviertel der Sendezeit ein. Die Vielfalt der Präsentationsformen wird durch den Wegfall von Extrasendungen eingeschränkt. Comedy-Sendungen wie Waldi's WM-Club konnten bei den Frauen nicht codiert werden. Außerdem hat die Analyse ergeben, dass die drei vornehmlich journalistisch geprägten Darstellungsformen Beitrag, Interview und Statement seltener zum Einsatz kommen. Somit lässt sich ein Verlust von journalistischer Qualität

nachweisen. Zusätzlich wurde bei der Berichterstattung ein Mangel an Themen festgestellt. Abseits der sportlichen Sichtweise wurden die Schwerpunkte Historie, Regelwerk und Spielstätte kaum bedient. Bei der genaueren Betrachtung der codierten Beiträge hat sich wiederholt gezeigt, dass emotional geprägte Inhalte wie Stimmungslage oder Fans einen großen Teil einnehmen.

Somit lässt sich zusammenfassend sagen, dass die Übertragung der Frauen-WM zwar eindeutig auf dem Live-Spiel basiert, die Konstruktion des Umfelds aber den unterhaltungsorientierten Ansatz verfolgt. Journalistische Inhalte sind rar gesät. Den Sportjournalisten muss Einfallsarmut bei der Themenfindung vorgeworfen werden. Damit laufen sie Gefahr, ihren Job nicht mehr richtig auszuführen und sich stattdessen dem reinen Entertainment zuzuwenden. Der Blick über den Tellerrand geht verloren. HORKY und GRIMMER haben dazu bereits mögliche, weitreichende Folgen herausgearbeitet: „Verpassen die Journalisten im Sport eine Rückbesinnung auf ihre grundlegenden Aufgaben wie Kontrolle und Kritik, Analyse und Erklärung, geraten mediale TV-Großereignisse langfristig in Gefahr, sich totzulaufen.“¹²⁸

Die qualitative Analyse des Porträts über Fatmire Bajramaj hat aufgezeigt, dass die Nationalspielerin als Gallionsfigur der WM in Szene gesetzt wurde. Durch technische Möglichkeiten des Fernsehens wie Zeitlupen oder Kameraeinstellungen wurde ihre Attraktivität punktiert dargestellt. Die Dramatisierung ihrer Flucht aus dem Kosovo nach Deutschland löst Mitgefühl beim Rezipienten aus, eine gewisse Nähe zur Sportlerin entsteht. Als Opener der WM diene der Beitrag dazu, Aufmerksamkeit für die Veranstaltung zu generieren. Die hübsche Bajramaj erfüllt den Zweck der Identifikationsfigur in allen Belangen. Die zunehmende Personalisierung in der Sportberichterstattung findet in ihr die optimale Umsetzung. Somit bestätigen sich die Aussagen der Moderatoren Claus Luven, der vor dem zweiten Gruppenspiel gegen Nigeria sagte: „Sie ist das Gesicht der WM, zumindest wurde sie dazu gemacht“ und Sven Voss, der vor dem dritten Gruppenspiel gegen Frankreich zu dem Schluss kam: „Das Glamourgirl, der Superstar. So wurde sie immer aufgebaut, auch von uns Medien“. Bajramajs Prominenz ist ein Produkt aus dem Inszenierungsprozess der Medien und ihrer physischen Attraktivität. Die Gefahren, die diese Entwicklung für Medien und Sportlerin mit sich bringen, wurden bereits in Kapitel 3.2 besprochen.

¹²⁸ Horky/Grimmer (2011b)

7 Fazit

Die sechste Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen hat alle bisherigen Rekorde des Frauenfußballs übertrumpft. Nie strömten mehr Zuschauer in die Stadien, nie versammelten sich so viele Menschen vor dem Fernseher, um den Frauen beim Fußballspielen zuzugucken. Nur das sportlich schlechte Abschneiden der deutschen Elf ließ Platz zur Trauer. Ein Finale mit deutscher Beteiligung hätte den Einschaltquotenrekord höchstwahrscheinlich noch nach oben schnellen lassen. „Wir haben versucht eine moderne Schnittmenge aus den Männerturnieren und den bisherigen Frauenübertragungen zu finden“, sagte ARD-Sportkoordinator Balkausky¹²⁹. Die Ergebnisse der Untersuchung lassen den Schluss zu, dass die Öffentlich-Rechtlichen es zwar geschafft haben, eine moderne Schnittmenge zu finden, allerdings bedeutet modern in diesem Fall nicht gleichermaßen gut. Zwar steht der Live-Sport beim Frauenfußball noch im Vordergrund, doch der zunehmende journalistische Inhaltsverlust der Rahmenberichterstattung und die thematisch einseitigen Präsentationsformen lassen – wie bei den Männern – auf einen Bedeutungsverlust des Sportjournalismus schließen.¹³⁰

7.1 Einordnung und Beurteilung der Forschungsbeiträge

Die Ergebnisse der Forschungsarbeit weisen eine erste Tendenz zur Qualität der TV-Berichterstattung bei der Frauen-WM 2011 aus. Um jedoch Aussagen über eine generelle Entwicklung bei den Sendeausmaßen des Frauenfußballs zu treffen, fehlen vergleichbare Daten. Dennoch bestätigen die Ergebnisse weitgehend den bisherigen Forschungsstand, der auf eine zunehmende entertainisierende Berichterstattung bei Großsportveranstaltungen im Fernsehen hinweist. Es scheint, als ob der Funktionsauftrag der TV-Berichterstattung nur noch in der Aufbereitung der Ereignisse als Unterhaltungsformat liegt. Die journalistische Kompetenz geht verloren, auch wenn die Rahmenberichterstattung bei den Frauen noch nicht allzu sehr ausgedehnt wurde. Dieses Ergebnis stimmt mit den Erkenntnissen von Dahms-Kießling et al. überein, die diesen (in vielerlei Hinsicht positiven) Unterschied zwischen der Berichterstattung der Frauen- und Männer-WM ebenfalls entdeckten: „Machte die Berichterstattung wie zum Beispiel Analysen vor und nach dem Spiel, DFB-Presskonferenzen etc. bei der Weltmeisterschaft 2010 etwa 55 Prozent des gesamten Sendevolumens aus, so waren es 2011 bei den Frauen lediglich 33 Prozent.“¹³¹ Ob bzw. wie sich die Waage in den nächsten Jahren oder Jahrzehnten verschiebt, müssen weitere Untersuchungen zeigen.

¹²⁹ Thost (2011)

¹³⁰ Vgl. Horky/Grimmer (2011a), S. 110

¹³¹ Dahms-Kießling et al. (2011), S. 513

Die Ergebnisse der vorliegenden Analyse sollten vor allem unter dem Gesichtspunkt betrachtet werden, dass sich Frauenfußball noch am Anfang seiner Entwicklung befindet: Medientechnisch, wirtschaftlich und sicherlich auch sportlich. Bedenkt man einerseits, wie lange die Tradition bereits bei den Männern währt und führt sich andererseits vor Augen, seit wann Frauenfußball gesellschaftlich akzeptiert wurde, erklärt sich der Entwicklungsrückstand von selbst. Auch der Männer-Fußball professionalisierte sich erst nach und nach. Mit der Professionalisierung kam schließlich auch die Kommerzialisierung. Den gleichen Weg könnte der Frauenfußball einschlagen.

Da die deutsche Mannschaft durch das frühe Viertelfinal-Aus die Qualifikation für die Olympischen Spiele in London 2012 verpasst hat, wird die zeitlich auf die WM 2011 begrenzte Euphorie zum Frauenfußball aber vorerst vermutlich keine Fortsetzung finden. Auch andere internationale Nachrichten zeugen von einer abrupten Abbremsung der Frauenfußball-Erfolgstournee. So stellte der brasilianische Klub FC Santos, ehemals Heimat der wohl bekanntesten Fußballerin Marta, nach der WM aus finanziellen Gründen und mangelnder Unterstützung vom Hauptverein seine Frauenfußballabteilung ein.¹³²

Insgesamt muss bei den Zahlen der WM 2011 beachtet werden, dass ein entscheidendes Kriterium für die hohe Zuschauerakzeptanz auch dem Eventcharakter der WM im eigenen Land geschuldet ist. Alleine deswegen würde es sich lohnen, die Untersuchung auch auf weitere Frauen-Endrunden auszuweiten, um zu erfahren, wie weit der Faktor *im eigenen Land* auf die Berichterstattung Einfluss genommen hat. Da der Markt für Männerfußball in Deutschland jedoch weitgehend gesättigt ist, liegt im Mädchen- und Frauenfußball ohne Frage ein großes ökonomisches Potenzial. Durch die WM 2011 ist Frauenfußball bei Weitem noch nicht zum Mediensport aufgestiegen. Doch klar ist auch, dass die Sportart an sich alle Voraussetzungen erfüllt, um eine zu werden. Es besteht weiterer Forschungsbedarf.

7.2 Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf

Um weitere vergleichende Ergebnisse zu Live-Übertragungen von Frauenfußballspielen zu erhalten, empfiehlt der Autor, die Längsschnitt-Untersuchung in den kommenden Jahren nicht nur bei den Männer-Endrunden weiterzuführen, sondern ebenfalls die nächsten Frauen-Endrunden zu betrachten – optional nicht nur die Weltmeisterschaften, sondern auch die Europameisterschaften. So können langfristige Entwicklungstendenzen bei der TV-Berichterstattung zum Frauenfußball aufgezeigt werden.

¹³² Vgl. Sport.t-online.de (2012)

Angesichts dessen, dass es in Deutschland mehr Frauen als Männer gibt und der Anteil der Frauen aufgrund der höheren Lebenserwartung in den kommenden Jahrzehnten zunehmen wird¹³³, scheint es umso wichtiger, Sportarten der Frauen genauer zu analysieren – vor allem Frauenfußball. Die Zahl der aktiven Fußballerinnen in Sportvereinen steigt und schon lange zeichnet sich der Trend ab, dass Fußball im Stadion gleichermaßen von Frauen und Männern konsumiert wird. *Die Zukunft des Fußballs ist weiblich* ist nach wie vor eine provokante These, doch nach der erfolgreichen WM und den soziologischen Veränderungen ist es sicherlich legitim, sich gründlicher mit dem Thema auseinanderzusetzen.

Für weitreichendere Erkenntnisse wäre zudem eine Ausdehnung der Analyse auf andere Länder empfehlenswert. Deutschland hinkt im internationalen Vergleich in der Etablierung des Frauenfußballs noch immer hinterher. Evtl. lassen sich Qualitätsmängel in der Berichterstattung mit der gesellschaftlichen Akzeptanz des Frauenfußballs im jeweiligen Land in Verbindung bringen.

Die hohen Einschaltquoten bei der WM 2011 sind sicherlich ein Indiz dafür, dass es eine Nachfrage nach Frauenfußball gibt. Die WM wurde von einer breiten Bevölkerungsschicht angenommen und bot somit auch der Werbewirtschaft ein attraktives Werbeumfeld. Die logische Konsequenz wäre es, wenn sich die TV-Anstalten diesen Trend zu Nutzen machen und die Übertragung der kommenden Frauen-Endrunden zeitlich ausweiten würden, um wirtschaftlich zu profitieren. Um solche Entwicklungen und Auswirkungen analytisch zu messen, wäre eine Fortführung der Untersuchung daher sinnvoll.

Die Erkenntnisse, die aus dieser Analyse hervorgehen, beinhalten vor allem auch Warnsignale. Die Auffassung und Einstellung der Zuschauer gegenüber dem Frauenfußball kann durch die Abnahme von journalistischen Leistungen bei der Berichterstattung Schaden nehmen. Ein Akzeptanzverlust wäre nur eine mögliche Folge daraus. Da Frauenfußball schon heute von vielen Leuten belächelt wird, könnte der Sport in eine Nische – oder im Fußballjargon ausgedrückt – ins Abseits gedrängt werden. Somit wären die temporären medialen Erfolge zunichte gemacht. Gerade in der Entwicklungsphase, in der der Frauenfußball zweifelsfrei noch steckt, bietet er sehr viel Angriffsfläche und Mängel wirken sich verstärkt aus. Auch die Emotionsvermittler-Rolle der Journalisten sollte nicht übermäßig in Anspruch genommen werden, da ein Abnutzungseffekt eintreten könnte. Doch nicht nur die Journalisten, auch die Fußballerinnen stehen in der Pflicht. Durch die erotische Selbstvermarktung einiger Sportlerinnen verliert die Sportart an Ernsthaftigkeit. Zusammen mit der oberflächlichen und banalisie-

¹³³ Vgl. Broschüre zur Bevölkerungsentwicklung vom Statistischen Bundesamt (2009)

renden Berichterstattung der Medien, basierend auf Emotions- und Unterhaltungsvermittlung, entwickelt sich eine gefährliche Mixtur, die langfristig in der Bevölkerung schlimmstenfalls zur kompletten Abneigung und Geringschätzung der Sportart führen kann.

LITERATURVERZEICHNIS

ADRIVO SPORTPRESSE (2011): Klitschko als Quoten-König: 15,5 Mio. sahen Titelvereinigung gegen Haye. *boxen.de* vom 03.07.2011, Zugriff am 12.01.2012 unter <http://www.boxen.de/news/klitschko-als-quoten-koenig-155-mio-sahen-titelvereinigung-gegen-haye-10625>.

BERELSON, Bernard (1952): *Content analysis in communication research*. Glencoe, Illinois: The Free Press.

BERTLING, Christoph (2011): Zwischen Show, Business und Journalismus. Über die schwierige Gratwanderung des Sportjournalismus in Deutschland. *Journalistik*, 14 Jg., Nr. 2, Herbst 2011, S. 20-21.

BÖHLE, M., CHOPRA, M., FRECH, J. (2010): Trotz WM 2011. Frauenfußball im TV-Abseits, *stern.de* vom 20.05.2010, Zugriff am 21.12.2011 unter <http://www.stern.de/kultur/tv/trotz-wm-2011-frauenfussball-im-tv-abseits-1558535.html>.

BONDBOARD-FORUM (2011): Beiträge zum Thema Griechenland. Geschrieben von „Eurohypo“ am 27.09.2011 (10:19 Uhr), Zugriff am 25. Januar 2012 unter <http://forum.baadermarkets.de/showthread.php?t=26&page=603>.

BOSSHART, Louis , BECK, Daniel (2006): Vom Sport zum Spektakel. *Medien Journal* 30, 1, 14-24.

BRINKMANN, Thomas (2000): Sport und Medien – Die Auflösung einer ursprünglichen Interessengemeinschaft? *Media Perspektiven*, 11, S. 491-498.

BROCKHAUS (2005): In einem Band, 11. Auflage (S. 406). Leipzig: F.A. Brockhaus GmbH.

BURK, Verena, DIGEL, Helmut (2001): Sport und Medien. Entwicklungstendenzen und Probleme einer lukrativen Beziehung. In: GERHARDS, Maria, KLINGLER, Walter, ROTERS, Gunnar (Hrsg.): *Sport und Sportrezeption* (S. 15-31). Baden-Baden.

BURK, Verena, DIGEL, Helmut (2002): Die Entwicklung des Fernsports in Deutschland. In: SCHWIER, Jürgen (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 101-124). Hohengehren: Schneider Verlag.

BUZER.DE (2011): Bekanntmachung über die Ausprägung von deutschen Euro-Gedenkmünzen im Nennwert von 10 Euro. *Buzer.de* vom 23.05.2011, Zugriff am 23.10.2010 unter

<http://www.buzer.de/s1.htm?g=Gedenkm%C3%BCnste+%E2%80%9EFRAUENFUSSBALL-WM+in+DEUTSCHLAND%22&f=1>.

DAHMS-KIESSLING, Heike, GUTWEILER, Stefanie, KESSLER, Bernhard, SCHNEIDER, Lukas (2011): Die Frauenfußball-Weltmeisterschaft 2011 im Fernsehen. Daten zur Zuschauerakzeptanz von Frauenfußball. *Media Perspektiven*, 11/2011, S. 510-524.

DAVID, Christian (2011): Quotencheck: FIFA-Frauen-WM 2011. *Quotenmeter.de* vom 20.07.2011, Zugriff am 25.11.2011 unter <http://www.quotenmeter.de/cms/?p1=n&p2=50919&p3=>.

DFB.DE (2009): WM-Slogan 2011: 20 Elf von seiner schönsten Seite! *dfb.de* vom 22.04.2009, Zugriff am 12.11.2011 unter [http://www.dfb.de/index.php?id=500014&no_cache=1&tx_dfbnews_pi1\[showUid\]=17956&chash=c13461c3cc](http://www.dfb.de/index.php?id=500014&no_cache=1&tx_dfbnews_pi1[showUid]=17956&chash=c13461c3cc).

DFB.DE (2011): DFB verzeichnet Steigerung bei weiblichen Mitgliedern. *DFB.de*, Zahlen aus 2011, Zugriff am 25. Januar 2012 unter <http://www.dfb.de/index.php?id=11015>.

DFB.DE (o.J.): Fußball-Geschichte. Frauen und Fußball. *dfb.de*, Zugriff am 31.01.2012 unter <http://www.dfb.de/index.php?id=508045>.

DIGITALFERNSEHEN.DE (2011): Frauenfußball verhilft ARD-„Tagesschau“ zu höchster Quote 2011. *Digitalfernsehen.de* vom 13.12.2011, Zugriff am 14.01.2012 unter <http://www.digitalfernsehen.de/Frauenfussball-verhilft-ARD-Tagesschau-zu-hoechster-Quote-2011.74357.0.html>.

DÖRNER, Andreas (2001): *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

FISCHER, Christoph (1994): Bedeutungswandel des Sports – Aufwertung des Sportjournalismus? Zum veränderten Anforderungsprofil der Sportberichterstattung. In: HACKFORTH, Josef, FISCHER, Christoph (Hrsg.): *ABC des Sportjournalismus* (S. 50-76). München: Verlag Ölschläger.

GÖRNER, Felix (1995): *Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin: Vistas Verlag GmbH.

HACKFORTH, Josef (1988): Publizistische Wirkungsforschung: Ansätze, Analyse und Analogien. In: HACKFORTH, Josef (Hrsg.): *Sportmedien und Mediensport*. Berlin: Vistas Verlag GmbH.

HACKFORTH, Josef (1994): Sportjournalismus in Deutschland: Die Kölner Studie. In: HACKFORTH, Josef, FISCHER, Christoph (Hrsg.): *ABC des Sportjournalismus* (S. 13-49). München: UVK.

HARTMANN-TEWS, Ilse, RULOFS, Bettina (2008): Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation. In: SCHIERL, Thomas (Hrsg.): *Die Visualisierung des Sports in den Medien*, Sportkommunikation, Bd. 2, 2. Auflage, Kapitel 5 (S.111-134). Köln: Herbert von Halem Verlag.

HATTING, Fritz (1994): *Fernsehsport. Im Spannungsfeld von Information und Unterhaltung*. Butzbach-Griedel: Afra.

HENNIES, Rainer & MEUREN, Daniel (2009): *Frauenfußball. Der lange Weg zur Anerkennung*. Göttingen: Verlag Die Werkstatt.

HORKY, Thomas & GRIMMER, Christoph G. (2011a): Journalismus, Experten und Comedy – große Fußballturniere im Fernsehen. Eine Längs- und Querschnittsanalyse zur Qualität der Fernsehberichterstattung von Großfußballabenden. In: BÜCH, Martin-Peter, MAENNIG, Wolfgang, SCHULKE, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Internationale Sportevents im Umbruch? Instrumentalisierung, Digitalisierung, Trivialisierung* (S. 94-113). Aachen: Meyer & Meyer Verlag.

HORKY, Thomas, GRIMMER, Christoph G. (2011b): Schafft sich der Sportjournalismus ab? Große Fußballturniere und ihre Darstellung im Fernsehen: Expertentalk und Comedy haben Konjunktur, Journalisten verlassen die Bühne. *Fachjournalist*, Nr. 3, S. 4-8.

HORKY, Thomas (2001): *Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation*. Theoretische Grundlage und Analyse von Medienberichterstattung (Dissertation). Jesteburg: XOX Verlag Steffen Burmeister.

HORKY, Thomas (2009a): Strukturen großer Fußballturniere im Fernsehen. Eine Längs- und Querschnittsanalyse zur Qualität der TV-Berichterstattung von Großfußballabenden. *Spectrum der Sportwissenschaften*, 21, Heft 1, S. 5.-20.

HORKY, Thomas (2009b): Was macht den Sport zum Mediensport? Ein Modell zur Definition und Analyse von Mediensportarten. *Sportwissenschaft* 39 (4), S. 298-308, Springer Medizin Verlag.

KLEIN, Prof. Dr. Marie-Luise (2007): Wirtschaftliche Aspekte des Frauenfußballs in Deutschland. In: GDAWIETZ, Dr. Gregor, KRAUS, Dr. Ulrike (Hrsg.): *Die Zukunft des Fußballs ist weiblich. Beiträge zum Frauen- und Mädchenfußball* (S. 52-76). Aachen: Meyer & Meyer Verlag.

KNOBBE, Thorsten (2000): Spektakel Spitzensport. Der Moloch aus Stars, Rekorden, Doping, Medienwahn, Sponsorenmacht. Münster: LIT.

- KÜHNERT, Daniela (2004): *Sportfernsehen und Fernsehsport. Die Inszenierung von Fußball, Formel 1 und Skispringen im deutschen Fernsehen*. München: Fischer.
- MAYRING, Philipp (1990): *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. München: Psychologie Verlags Union.
- MAYRING, Philipp (2008): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*, 10. Auflage. Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- NIELAND, Jörg-Uwe & SCHAAF, Daniela (2011): Der Mediensport unter Sexualisierungsdruck. *Journalistik*, 14 Jg., Nr. 2, Herbst 2011, S. 24-25.
- OEDIGER, Florian (2012): Ein ungerades Jahr. *Sponsors*, 1/12, S. 54-55.
- RATZEBURG, Hannelore, BIESE, Horst (1995): *Frauen Fußball Meisterschaften. 25 Jahre Frauenfußball*. Kassel: Agon Sportverlag.
- RÜHL, Manfred (1976): Vom Gegenstand der Inhaltsanalyse. Einige Anmerkungen zu traditionellen Denkprämissen. *Rundfunk und Fernsehen* 24, 1976, S. 367-378.
- RÜHLE, Angela (2000): Sportprofile im deutschen Fernsehen. *Media Perspektiven*, 11, S. 499-510.
- SCHAAF, Dr. Daniela (2011): Sexismus im Sport: Darstellung und Vermarktung der Spielerinnen der Fußball-WM 2011. In: Interkultureller Rat in Deutschland e.V. (Hrsg.): *Materialheft „Internationale Wochen gegen Rassismus 2012“* (S. 35-37). Darmstadt.
- SCHAFFRATH, Michael (1999): *Fußball-WM '98. Analyse, Akzeptanz, Akquise*. Studien zur Sportsoziologie, Band 7. Münster: LIT.
- SCHAFFRATH, Michael (2000): Eigentor – Das Geschäft mit dem TV-Fußball. *Journalist*, 3, S. 10-14.
- SCHAFFRATH, Michael (2010): Sportjournalismus. In: QUANDT, Siegfried, DEUTSCHER JOURNALISTENVERBAND (Hrsg.): *Fachjournalismus. Expertenwissen professionell vermitteln* (S. 99-119). Konstanz: UVK.
- SCHAFFRATH, Michael (2011): Eigeninteresse empirisch eruieren! Kritische Bilanz der bisherigen Sportkommunikationsforschung. *Journalistik*, 14 Jg., Nr. 2, Herbst 2011, S. 16-19.
- SCHAUERTE, Thorsten (2008): Die Entwicklung des Verhältnisses zwischen Sport und Medien. In: SCHAUERTE, Thorsten & SCHWIER, Jürgen (Hrsg.): *Die Ökonomie des Sports in den Medien*, Sportkommunikation; Bd. 1, 2. Auflage, Kapitel 4 (S.83-103). Köln: Herbert von Halem Verlag.

SCHERER, Helmut (2008): Die Darstellung von Emotionen in der Sportberichterstattung. In: SCHIERL, Thomas (Hrsg.): *Die Visualisierung des Sports in den Medien*, Sportkommunikation, Bd. 2, 2. Auflage, Kapitel 9 (S. 214-240). Köln: Herbert von Halem Verlag.

SCHIERL, Thomas (2008a): Ästhetisierung als produktpolitisches Instrument medial vermittelten Sports. In: SCHIERL, Thomas (Hrsg.): *Die Visualisierung des Sports in den Medien*, Sportkommunikation, Bd. 2, 2. Auflage, Kapitel 6 (S. 135-163). Köln: Herbert von Halem Verlag.

SCHIERL, Thomas (2008b): Ökonomische Aspekte der Sportberichterstattung. Mögliche Strategien der ökonomisch motivierten Mediatisierung des Sports. In: SCHAUERTE, Thorsten & SCHWIER, Jürgen (Hrsg.): *Die Ökonomie des Sports in den Medien*, Sportkommunikation; Bd. 1, 2. Auflage, Kapitel 4 (S.104-125). Köln: Herbert von Halem Verlag.

SCHOLZ, Rolf (1993): *Konvergenz im TV-Sport. Eine komparative Studie des „Dualen Rundfunksystems“*. Berlin: Vistas Verlag.

SCHWIER, Jürgen (1998): *Spiele des Körpers. Jugendsport zwischen Cyberspace und Streetstyle* (S. 24f.). Hamburg: Czwalina.

SCHWIER, Jürgen (2002): Sport, Medien und Repräsentation – ein Wort vorweg. In: SCHWIER, Jürgen (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 2). Hohengehren: Schneider Verlag.

SKOPOS.DE (o.J.): Inhaltsanalysen. *Skopos.de*, Zugriff am 31.01.2012 unter <http://www.skopos.de/methoden/gruppendiskussion/91-inhaltsanalysen.html>.

SPORT.T-ONLINE.DE (2012). Wegen Neymar: Santos schließt die Frauenabteilung. *Sport.t-online.de* vom 09.01.2012, Zugriff am 10.01.2012 unter http://sport.t-online.de/fc-santos-macht-frauenabteilung-wegen-neymar-dicht/id_53009722/index.

SPOX.COM (2011): DFB-Frauen handeln WM-Rekordprämie aus. *Spox.com* vom 04.02.2011, Zugriff am 22.01.2012 unter <http://www.spox.com/de/sport/fussball/frauen-fussball/1102/News/dfb-frauen-erhalten-im-falle-des-wm-sieges-bei-der-heim-wm-2011-im-sommer-60000-euro-plus-erfolgsunabhaengige-verguetungen.html>.

STATISTA.DE (2011): Wie groß ist Ihr persönliches Interesse an der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen? *Statista.de* vom April 2011, Zugriff am 25. Januar 2012 unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/192760/umfrage/persoenliches-interesse-an-der-frauen-fussball-wm-2011/>.

STATISTISCHES BUNDESAMT DEUTSCHLAND (2009): Bevölkerung Deutschlands bis 2060. 12. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. *Statistisches Bundesamt Wiesbaden* vom 18.09.2009, Zugriff am 22. Januar 2012 unter

http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pk/2009/Bevoelkerung/pressebroschuere__bevoelkerungsentwicklung2009,property=file.pdf.

STEINBRECHER, Michael (2011): „Verkäufer“ oder kritische Berichterstatter? Anmerkungen zum TV-Sportjournalismus. *Journalistik*, 14 Jg., Nr. 2, Herbst 2011, S. 22-23.

STIEHLER, Hans-Jörg, MARR, Mirko (2001): Das Ende der Ausreden. Mediale Diskurse zum Scheitern im Sport. In: ROTERS, Gunnar, KLINGLER, Dr. Walter & GERHARDS, Maria (Hrsg.): *Sport und Sportrezeption* (S. 111-131). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

STRAUSS, Bernd (2002): Zuschauer und Mediensport. In: SCHWIER, Jürgen (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 151-171). Hohengehren: Schneider Verlag.

SÜDDEUTSCHE.DE (2011): Permanent präsent. Steffi Jones und die Fußball-WM. *Süddeutsche.de* vom 28.12.2009, Zugriff am 26. Januar 2012 unter <http://www.sueddeutsche.de/sport/steffi-jones-und-die-fussball-wm-permanent-praesent-1.75599>.

THOST, Franziska (2011): WM – Hinter den Kulissen von ARD und ZDF. *Digitalfernsehen.de* vom 04.07.2011, Zugriff am 21.01.2012 unter <http://www.digitalfernsehen.de/Thema-des-Monats-WM-Hinter-den-Kulissen-von-ARD-und-ZDF.59469.0.html>.

TREDE, Broder-Jürgen (2011): Frauenfußball in Deutschland. „Wenn meine Frau spielt. Scheidung!“. *Spiegel online* vom 24.05.2011, Zugriff am 25.11.2011 unter http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/22781/_wenn_meine_frau_spielt_scheidung.html.

WALDHAUSER, Hermann (1999): *Die Fernsehrechte des Sportveranstalters*. Berlin: Duncker & Humblot.

WALLISCH, Gianluca (1995): *Journalistische Qualität. Definitionen – Modelle – Kritik*. München: Ölschläger.

WALTHER, Rudolf (2006): Mediensport. *links-netz.de* vom Juli 2006, Zugriff am 12.01.2012 unter http://www.links-netz.de/K_texte/K_walther_mediensport.html.

WEISCHENBERG, Siegfried (2006): Medienqualitäten: Zur Einführung in den kommunikationswissenschaftlichen Diskurs über Maßstäbe und Methoden zur Bewertung öffentlicher Kommunikation. In: WEISCHENBERG, Siegfried, LOOSEN, W., BEUTHNER, M. (Hrsg.): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung* (S. 9-34). Konstanz: UVK.

WEISS, Otmar (1991): Mediensport als sozialer Ersatz. *Medienpsychologie*, 4, S. 316-327.

WESTDEUTSCHE ZEITUNG/DPA (2011): Zuschauerrekord für Europa beim WM-Eröffnungsspiel. *WZ online* vom 24.06.2011, Zugriff am 25.11.2011 unter <http://www.wz-newsline.de/home/sport/fussball/frauen-wm-2011/zuschauerrekord-fuer-europa-beim-wm-eroeffnungsspiel-1.693489>.

WOPP, Dr. Christian (2007): Zukunftsfaktor Frauenfußball. In: GDAWIETZ, Dr. Gregor & KRAUS, Dr. Ulrike (Hrsg.): *Die Zukunft des Fussballs ist weiblich. Beiträge zum Frauen- und Mädchenfußball* (S. 9-32). Aachen: Meyer & Meyer Verlag.

ANHANG

- Codierung der vier deutschen Partien in tabellarischer Form
- Auswertung der einzelnen Spiele nach besonderen Betrachtungsweisen in tabellarischer Form
- Eidesstattliche Erklärung
- DVD(s) mit Aufzeichnungen der Spiele/ dem untersuchten Beitrag/ diese Arbeit in digitaler Form

FIFA Frauen-Fußball-WM 2011 in Deutschland

Weiterführung der Längs- und Querschnittsanalyse zur Qualität der TV-Berichterstattung von Großfußballabenden

Spiel: Deutschland - Kanada (2:1), 1. Vorrundenspiel, So. 26.6.2011, ARD

Nr.	Turnier	Partie	Sender	Sequenz	Präsentationsform	Thema	Zeit (Dauer in Sekunden)		Sonstiges/Anmerkung
1	1	1	1	1	10	13	20		
2	1	1	1	1	10	15	7		
3	1	1	1	1	5	8	165		
4	1	1	1	1	1	4	31		
5	1	1	1	1	4	4	37		mit Nia Künzer
6	1	1	1	1	1	4	18		
7	1	1	1	1	4	8	66		
8	1	1	1	1	1	2	26		
9	1	1	1	1	4	2	37		
10	1	1	1	1	1	2	10		
11	1	1	1	1	5	2	51		Reporter-Schaltung
12	1	1	1	1	1	2	60		
13	1	1	1	1	4	2	62		
14	1	1	1	1	1	4	16		
15	1	1	1	1	7	2	44		mit Ulrike Folkerts
16	1	1	1	1	4	2	52		
17	1	1	1	1	1	4	15		
18	1	1	1	1	10	15	12		
19	1	1	1	1	2	4	1293		Eröffnungsfeier!
20	1	1	1	4	3	1	2903		1. HZ, Live-Spiel
21	1	1	1	2	10	15	12		

22	1	1	1	2	10	15	88	
23	1	1	1	2	1	3	23	
24	1	1	1	2	4	3	194	
25	1	1	1	2	1	6	10	
26	1	1	1	2	6	3	116	mit Angela Merkel
27	1	1	1	2	1	10	40	
28	1	1	1	2	5	11	50	Comedy-Beitrag
29	1	1	1	2	10	13	42	
30	1	1	1	2	4	2	40	
31	1	1	1	2	1	4	15	
32	1	1	1	2	5	4	74	Reporter-Schaltung zum Public Viewing nach Frankfurt
33	1	1	1	2	1	4	20	
34	1	1	1	2	4	6	22	
35	1	1	1	2	1	2	7	
36	1	1	1	4	3	1	3070	2. HZ, Live-Spiel
37	1	1	1	3	10	15	12	
38	1	1	1	3	4	3	67	
39	1	1	1	3	1	3	30	
40	1	1	1	3	10	15	7	
41	1	1	1	3	10	13	20	
Summe							8884	

FIFA Frauen-Fußball-WM 2011 in Deutschland

Weiterführung der Längs- und Querschnittsanalyse zur Qualität der TV-Berichterstattung von Großfußballabenden

Spiel: Deutschland - Nigeria (1:0), 2. Vorrundenspiel, Do. 30.6.2011, ARD

Nr.	Turnier	Partie	Sender	Sequenz	Präsentationsform	Thema	Zeit (Dauer in Sekunden)		Sonstiges/Anmerkung
1	1	2	1	1	10	13	20		
2	1	2	1	1	10	15	7		
3	1	2	1	1	1	2	88		
4	1	2	1	1	5	4	76		
5	1	2	1	1	1	4	5		
6	1	2	1	1	4	4	25		
7	1	2	1	1	1	4	11		
8	1	2	1	1	6	4	53		Schaltung Reporterin, die ein Fan-Interview macht
9	1	2	1	1	1	2	51		
10	1	2	1	1	5	4	153		Homosexualität Nigeria
11	1	2	1	1	4	4	63		Homosexualität im Frauenfußball
12	1	2	1	1	1	4	9		
13	1	2	1	1	5	4	66		Schaltung Reporter, Public Viewing
14	1	2	1	1	4	4	14		
15	1	2	1	1	1	5	25		
16	1	2	1	1	5	2	120		Generationswechsel
17	1	2	1	1	4	5	78		
18	1	2	1	1	1	2	38		

19	1	2	1	1	4	2	55	
20	1	2	1	1	1	5	33	
21	1	2	1	1	5	5	90	Celia Okoyina Da Mbabi
22	1	2	1	1	1	4	12	
23	1	2	1	1	4	2	68	
24	1	2	1	1	1	6	42	
25	1	2	1	1	10	15	7	
26	1	2	1	1	10	15	15	
27	1	2	1	4	2	2	480	
28	1	2	1	4	3	1	2814	1. HZ, Live-Spiel
29	1	2	1	2	10	15	12	
30	1	2	1	2	1	3	17	
31	1	2	1	2	4	3	50	
32	1	2	1	2	1	3	12	
33	1	2	1	2	11	16	462	Nachrichten: tageshemen
34	1	2	1	2	1	4	22	
35	1	2	1	2	4	3	132	
36	1	2	1	2	1	11	17	
37	1	2	1	2	5	11	67	Comedy-Beitrag: "Misheard WM-Lyrics"
38	1	2	1	2	4	2	30	
39	1	2	1	2	1	2	5	
40	1	2	1	4	3	1	3006	2. HZ, Live-Spiel
41	1	2	1	3	2	4	252	
42	1	2	1	3	10	15	12	
43	1	2	1	3	7	3	89	Silvia Neid
44	1	2	1	3	4	3	160	

45	1	2	1	3	1	3	6	
46	1	2	1	3	7	3	48	Simone Laudehr
47	1	2	1	3	1	4	24	
48	1	2	1	3	5	4	40	Reporter-Schaltung Public Viewing
49	1	2	1	3	4	8	46	
50	1	2	1	3	1	4	22	
51	1	2	1	3	10	15	6	
52	1	2	1	3	10	13	20	
Summe							9075	

FIFA Frauen-Fußball-WM 2011 in Deutschland

Weiterführung der Längs- und Querschnittsanalyse zur Qualität der TV-Berichterstattung von Großfußballabenden

Spiel: Deutschland - Frankreich (4:2), 3. Vorrundenspiel, Di., 5.7.2011, ZDF

Nr.	Turnier	Partie	Sender	Sequenz	Präsentationsform	Thema	Zeit (Dauer in Sekunden)	Sonstiges/Anmerkung
1	1	3	2	1	10	13	30	
2	1	3	2	1	10	15	13	
3	1	3	2	1	5	3	12	Wdhl. Spielbilder mit Musik unterlegt
4	1	3	2	1	1	2	18	
5	1	3	2	1	4	2	56	
6	1	3	2	1	1	3	20	
7	1	3	2	1	4	3	69	
8	1	3	2	1	1	3	39	
9	1	3	2	1	5	4	10	
10	1	3	2	1	10	13	12	
11	1	3	2	1	10	15	20	
12	1	3	2	1	10	13	7	
13	1	3	2	1	10	15	7	
14	1	3	2	1	5	4	34	Wdhl. Spielbilder mit Musik unterlegt
15	1	3	2	1	1	2	13	
16	1	3	2	1	4	2	120	
17	1	3	2	1	1	5	17	
18	1	3	2	1	5	5	137	Porträt Birgit Prinz
19	1	3	2	1	4	5	57	

20	1	3	2	1	1	8	11	
21	1	3	2	1	5	3	105	3D-Analyse
22	1	3	2	1	4	2	27	
23	1	3	2	1	5	2	86	Schaltung zu Hohenstein
24	1	3	2	1	1	8	20	
25	1	3	2	1	4	2	77	
26	1	3	2	1	1	5	13	
27	1	3	2	1	5	2	133	Vorstellung Team Frankreich, erotische Darstellung
28	1	3	2	1	4	2	25	
29	1	3	2	1	1	2	8	
30	1	3	2	1	10	15	7	
31	1	3	2	1	10	13	7	
32	1	3	2	1	10	15	20	
33	1	3	2	1	10	13	7	
34	1	3	2	1	5	2	11	Wdhl. Spielbilder mit Musik unterlegt
35	1	3	2	1	1	2	19	
36	1	3	2	1	2	2	108	
37	1	3	2	1	4	2	30	
38	1	3	2	1	1	2	9	
39	1	3	2	1	2	2	78	
40	1	3	2	1	4	2	90	
41	1	3	2	1	1	4	20	
42	1	3	2	1	5	2	163	
43	1	3	2	1	4	2	65	

44	1	3	2	1	1	2	14	
45	1	3	2	1	10	15	12	
46	1	3	2	4	2	2	529	
47	1	3	2	4	3	1	2812	1. Hälfte, Live-Spiel
48	1	3	2	2	5	3	11	Wdhl. Spielbilder mit Musik unterlegt
49	1	3	2	2	10	15	14	
50	1	3	2	2	11	16	574	heute journal+Wetter
51	1	3	2	2	10	13	7	
52	1	3	2	2	1	3	29	
53	1	3	2	2	4	3	73	
54	1	3	2	2	1	4	25	
55	1	3	2	2	1	10	21	Hinweis Internetseite
56	1	3	2	2	4	2	8	
57	1	3	2	2	1	2	11	
58	1	3	2	4	3	1	3031	2. Hälfte, Live-Spiel
59	1	3	2	3	10	15	13	
60	1	3	2	3	5	3	6	Wdhl. Spielbilder mit Musik unterlegt
61	1	3	2	3	2	4	429	
62	1	3	2	3	7	3	67	Inka Grings
63	1	3	2	3	2	4	32	
64	1	3	2	3	6	3	408	Interview Hohenstein/Neid
65	1	3	2	3	10	13	8	
66	1	3	2	3	10	15	12	
67	1	3	2	3	10	13	7	
68	1	3	2	3	10	15	7	

69	1	3	2	3	1	3	12	
70	1	3	2	3	4	3	75	
71	1	3	2	3	1	3	3	
72	1	3	2	3	7	3	81	Garefrekes
73	1	3	2	3	4	3	70	
74	1	3	2	3	1	3	7	
75	1	3	2	3	7	3	66	Bajramaj
76	1	3	2	3	4	3	96	
77	1	3	2	3	1	3	4	
78	1	3	2	3	7	3	70	Coach Frankreich
79	1	3	2	3	4	3	44	
80	1	3	2	3	1	3	4	
81	1	3	2	3	7	3	69	Mbabi
82	1	3	2	3	4	3	36	
83	1	3	2	3	7	3	87	Steffi Jones
84	1	3	2	3	4	3	46	
85	1	3	2	3	1	3	10	
86	1	3	2	3	5	3	53	Bericht NIGERIA-KANADA
87	1	3	2	3	1	8	33	
88	1	3	2	3	4	3	28	
89	1	3	2	3	5	2	120	Vorstellung Team Japan
90	1	3	2	3	1	4	25	
91	1	3	2	3	5	11	116	WM-Splitter
92	1	3	2	3	4	4	36	
93	1	3	2	3	1	16	11	
94	1	3	2	3	5	16	111	Beitrag Olympia-Vergabe
95	1	3	2	3	1	3	22	

96	1	3	2	3	4	3	32	
97	1	3	2	3	1	4	5	
98	1	3	2	3	5	2	36	Vorschau Viertelfinale
99	1	3	2	3	10	15	24	Eigenwerbung DVD
100	1	3	2	3	1	3	36	
101	1	3	2	3	5	4	99	"Bilder des Tages"
102	1	3	2	3	10	15	7	
103	1	3	2	3	10	13	30	Abschluss trailer
Summe							11594	

FIFA Frauen-Fußball-WM 2011 in Deutschland

Weiterführung der Längs- und Querschnittsanalyse zur Qualität der TV-Berichterstattung von Großfußballabenden

Spiel: Deutschland - Japan (0:1 n.V.), Viertelfinale, Sa. 9.7.2011, ZDF

Nr.	Turnier	Partie	Sender	Sequenz	Präsentationsform	Thema	Zeit (Dauer in Sekunden)	Sonstiges/Anmerkung
1	1	4	2	4	2	2	180	s. schriftl. Notizen
2	1	4	2	4	3	1	2816	ENDE 1. HZ
3	1	4	2	2	5	3	10	Wiederholung der Schlüsselszenen, mit Musik unterlegt
4	1	4	2	2	10	15	15	
5	1	4	2	2	11	16	480	heute journal+Wetter
6	1	4	2	2	10	15	12	Eigenwerbung DVD
7	1	4	2	2	10	13	5	
8	1	4	2	2	1	3	34	Moderation über Bilder
9	1	4	2	2	4	3	58	
10	1	4	2	2	1	13	11	Hinweis auf Sportstudio
11	1	4	2	2	11	16	52	Schaltung zu Poschmann
12	1	4	2	2	1	10	20	Hinweis Internetseite
13	1	4	2	2	4	3	83	
14	1	4	2	2	1	1	14	ENDE HZ-PAUSE
15	1	4	2	4	3	1	3076	2. HÄLFTE + Übergang Verlängerung
16	1	4	2	4	2	1	60	Kommentator und Expertin im Gespräch (vor Verlängerung)

17	1	4	2	4	3	1	2198	2. Verlängerung bis Abpfiff
18	1	4	2	4	2	4	150	Kommentator nach Spiel
19	1	4	2	3	10	15	15	
20	1	4	2	3	2	4	291	Kommentator nach Spiel, Emotionen
21	1	4	2	3	1	3	8	
22	1	4	2	3	4	3	203	
23	1	4	2	3	1	3	5	
24	1	4	2	3	7	3	65	Japanische Torschützin
25	1	4	2	3	1	4	20	
26	1	4	2	3	4	3	101	
27	1	4	2	3	1	3	7	
28	1	4	2	3	6	3	366	Interview von Hohenstein mit Neid
29	1	4	2	3	1	4	14	
30	1	4	2	3	7	3	58	
31	1	4	2	3	1	3	4	
32	1	4	2	3	4	3	28	
33	1	4	2	3	1	3	9	
34	1	4	2	3	10	15	7	
35	1	4	2	3	10	13	20	
36	1	4	2	3	1	4	40	Übergang Sportstudio
Summe							10535	

- **Auswertung der einzelnen Spiele nach besonderen Betrachtungsweisen in tabellarischer Form**

Verteilung der Sendeblöcke, Frauen-WM 2011

Quelle: Eigene Berechnungen

	1. Spiel		2. Spiel		3. Spiel		Viertelfinale		Ø-Wert	
	WM 2011 GER-CAN		WM 2011 GER-NIG		WM 2011 GER-FRA		WM 2011 GER-JAP		WM 2011 Alle GER	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Livespiel	100	67	105	70	106	55	141	81	113	67
Vorbericht	34	23	20	13	31	16	-	-	21	13
Halbzeit	13	9	14	9	13	7	13	7	13	8
Nachbericht	2	1	12	8	43	22	21	12	20	12
Gesamt	149	100	151	100	193	100	175	100	167	100

Anteil der Präsentationsformen in der Rahmenberichterstattung, Frauen-WM 2011

Quelle: Eigene Berechnungen

	1. Spiel		2. Spiel		3. Spiel		Viertelfinale		Ø-Wert	
	WM 2011 GER-CAN		WM 2011 GER-NIG		WM 2011 GER-FRA		WM 2011 GER-JAP		WM 2011 Alle GER	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Livegespräch	12	24	13	25	26	27	14	35	16	28
Einspielungen	6	12	12	22	28	29	2	5	12	20
Präsentation/ Moderation	27	55	19	36	28	29	14	35	22	37
Sonstiges	4	9	9	17	14	15	10	25	9	15
Gesamt	49	100	53	100	96	100	40	100	59	100

Verteilung der Präsentationsformen, Frauen-WM 2011

Quelle: Eigene Berechnungen

	1. Spiel		2. Spiel		3. Spiel		Viertelfinale		Ø-Wert	
	WM 2011 GER-CAN		WM 2011 GER-NIG		WM 2011 GER-FRA		WM 2011 GER-JAP		WM 2011 Alle GER	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Moderation	5	3	7	5	9	5	3	2	6	4
Kommentator	21	14	12	8	20	10	11	6	16	10
Live-Kommentar	100	67	97	64	97	50	135	77	107	64
Expertengespräch	10	7	12	8	19	10	8	5	12	7
Beitrag	6	4	10	7	21	11	-	-	9	5
Interview	2	1	1	1	7	4	6	3	4	2
Statement	1	1	2	1	7	4	2	1	3	2
Extrasendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Trailer	4	3	2	1	4	2	1	1	3	2
Sonstiges	-	-	8	5	9	4	9	5	7	4
Gesamt	149	100	151	100	193	100	175	100	167	100

Verteilung der Themen, Frauen-WM 2011

Quelle: Eigene Berechnungen

	1. Spiel		2. Spiel		3. Spiel		Viertelfinale		Ø-Wert	
	WM 2011 GER-CAN		WM 2011 GER-NIG		WM 2011 GER-FRA		WM 2011 GER-JAP		WM 2011 Alle GER	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Livesport	100	67	97	63	97	50	135	77	107	64
Vorbericht	7	4	15	10	31	16	3	2	14	8
Nachbericht	7	4	8	5	30	15	17	9	16	10
Stimmung, Bunt	25	17	14	9	12	6	8	4	12	7
Porträt	-	-	4	3	4	2	-	-	2	1
Prominenz	1	1	1	1	-	-	-	-	1	1
Regelwerk	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Historie	4	3	1	1	1	1	-	-	2	1
Spielstätte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Medien	1	1	-	-	1	1	1	1	1	1
Comedy, Satire	1	1	1	1	2	1	-	-	1	1
Talk	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Programmpräsentation	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Gewinnspiel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Werbung	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1
Sonstiges	-	-	8	5	11	6	9	5	7	4
Gesamt	149	100	153	100	193	100	175	100	166	100

Verteilung der Präsentationsform Beitrag nach Themen, Frauen-WM 2011

Quelle: Eigene Berechnung

	1. Spiel		2. Spiel		3. Spiel		Viertelfinale		Ø-Wert	
	WM 2011 GER-CAN		WM 2011 GER-NIG		WM 2011 GER-FRA		WM 2011 GER-JAP		WM 2011 Alle GER	
	sek	%	sek	%	sek	%	sek	%	sek	%
Vorbericht	51	15	120	20	549	44	-	-	180	33
Stimmung, Bunt, Fans	74	22	335	55	143	12	-	-	138	25
Comedy, Satire	50	15	67	11	116	9	-	-	58	11
Porträt	-	-	90	14	137	11	-	-	57	10
Nachbericht	-	-	-	-	187	15	10	100	49	9
Historie/Statistiken	165	48	-	-	-	-	-	-	41	7
Sonstiges	-	-	-	-	111	9	-	-	28	5
Gesamt	340	100	612	100	1243	100	10	100	551	100

Eidesstattliche Erklärung

Ich, _____

geboren am _____

erkläre hiermit, die vorliegende Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt zu haben. Dabei habe ich mich keiner anderen Hilfsmittel bedient als derjenigen, die im beigefügten Quellenverzeichnis genannt sind.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen wurden, sind von mir als solche kenntlich gemacht.

....., den
Studienort

.....
Unterschrift Studierende/r (= Verfasser/in)