

Stephanie Heinecke: Fit fürs Fernsehen? Die Mediatisierung des Spitzensports als Kampf um Gold und Sendezeit

Köln: Herbert von Halem 2014 (Sportkommunikation, Bd.12), 503 S., ISBN 9783869621098, EUR 34,–
(Zugl. Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität München, 2014)

Neben sportlichen Aktivitäten ist das Fernsehen für viele Generationen die beliebteste Freizeitaktivität, die den Alltag mit einem vielseitigen Programmangebot ständig begleitet und die Weltsicht prägt. Auch Sport ist eine tägliche Konstante im Fernsehprogramm. Daher stellt sich durchaus die Frage, in welchem Verhältnis Sport und Fernsehen zueinander stehen? Wie werden die Sportformate an Fernsehstrukturen angepasst, um eine hohe Einschaltquote zu erreichen? Geht es primär um Sieg und Niederlage oder eher um ästhetische Inszenierung?

Die Grundidee der Dissertation von Stephanie Heinecke ist die Anpassung des Spitzensports an die Handlungslogik des Massenmediensystems. Dieses steht der Autorin zufolge in einem engen Zusammenhang mit dem Wirtschafts- und Politiksystem (vgl. S.6). Daher wird die Frage aufgeworfen: Wie muss Spitzensport aussehen, um im Fernsehen möglichst erfolgreich zu sein? Heinecke geht dieser Frage insbesondere auf Grundlage von Reaktionen von Sportakteuren auf die Ausdifferenzierung eines Massenmediensystems nach. Außerdem wird auf die Tauschbeziehungen mit anderen gesellschaftlichen Teilsystemen, wie Politik, Recht, Wirtschaft und Medien, verwiesen. Das Buch gliedert sich in 15

Kapitel, die durch zwei Schwerpunkte gekennzeichnet sind: der Zusammenhang zwischen der Medialisierungsforschung und Sport in den Medien. Jedes Kapitel ist leicht verständlich und gut strukturiert, sodass sich die konkrete Thematik leicht erschließt.

Die ersten 6 Kapitel stellen die theoretischen Grundlagen der Medialisierung dar und beziehen sich auf verschiedene Teilbereiche unserer Gesellschaftssysteme. Darauf aufbauend wird auf den Prozess der gegenseitigen Anpassung und das Verhalten der Sportlandschaft als Teilsystem und die TV-Logik eingegangen, da die beiden in den profitorientierten Wechselbeziehungen stehen. Es lässt sich dies anhand der methodischen Vorgehensweise belegen. Die ganze Studie speist sich aus Dokumentenanalyse und diversen Experteninterviews. Darüber hinaus wurde dann als Konzept der Sportartanalyse ein hergeleitetes Kategoriensystem entwickelt.

Insgesamt werden sechs Sportarten betrachtet: Badminton, Dressurreiten, Fußball, Beach-Volleyball, Biathlon und moderner Fünfkampf. Hierbei wird die Medialisierungsentwicklung seit 1984 bis 2012 untersucht. Und zwar die Anpassung des Spitzensportes an das Mediensystem seit der Einführung des dualen Rundfunksystems in

Deutschland. Von dem Zeitpunkt der privaten Fernsehanbieter hat Sport einen festen Platz im Fernsehprogramm erhalten und zugleich die größere Beachtung des Publikums verdient. Die Beispiele sind in dieser Dissertation gut gewählt, da die jeweiligen Sportarten sehr unterschiedliche Medienpräsenz haben. Heineckes Betrachtung erfolgt sehr detailliert: Die Sportarten werden nicht nur miteinander verglichen, sondern auch einzeln nach Kategorien analysiert, um zu verstehen, welche Effekte und welche Maßnahmen besonders ausgeprägt sind. Die jeweiligen Sportarten werden auf der Mikro- und Mesebene betrachtet, dazu gehören Akteure, Organisationen, Medienarbeit und die Außendarstellung der Sportarten. Im Allgemeinen findet die Untersuchung auf der Makroebene statt. Das heißt, dass es einen besonderen Wert auf die Durchführung (Punktevergabe, Regelverstöße, Zeitkalkulation, Ablauf, Format, Coaching, Bewegungsabläufe, Moral), Rahmenbedingungen (Spielfeld, Vermarktung, Kleidung, Sportgerät) und Planung (Termine, Qualifikation) der jeweiligen Sportarten gelegt wird (vgl. S.116). Beispielsweise wird analysiert, wie Sport-Turniere zu seriellen Veranstaltungen werden (z.B. Weltcup), wie Sportbekleidung und Image zur Attraktivitätssteigerung beziehungsweise Sexualisierung einer Sportart und deren Spieler_innen dargestellt werden (z.B. Bekleidung der Tennisspielerinnen oder perfekt aussehende Sportler), auf welche Weise Sportarten visuell inszeniert werden und dadurch einen Event-Charakter bekommen

(z.B. Olympiaspiele) oder auch wie die Live-Übertragungen und Sendezeit für die jeweilige Sportart geplant werden. Jede Sportart wird genau unter die Lupe genommen. Stets erhalten die Leser_innen einen kurzen Spielüberblick und können so selbst identifizieren, warum diese oder jene Sportart mehr oder weniger Medienpräsenz hat. So als Beispiel: Wie hat Fußball eine höhere Einschaltquote in Deutschland erreicht im Kontrast zu dem modernen Fünfkampf? Oder welche Rolle spielt dabei die Medienarbeit, um mehr Sendezeit zu gewinnen und wie muss Sport fernsehoptimiert sein?

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Sport heutzutage vom Medium sehr stark inszeniert wird und deswegen steht er in einem engen Zusammenhang mit der öffentlichen Aufmerksamkeit, wobei die sportlichen Ereignisse, das Fernsehpublikum und Teilsysteme wie Politik und Wirtschaft sich gegenseitig beeinflussen. Die Dissertation beantwortet viele Fragen, die sich Zuschauer_innen bestimmt schon einmal gestellt haben, und sie erklärt im Einzelnen die Sportlandschaft, wie wir sie heute kennen. Das Buch ist nicht nur für Medienwissenschaftler_innen oder Kommunikationswissenschaftler_innen interessant, sondern auch für alle anderen, die sich über die Beziehung von Fernsehen und Sport informieren möchten. Die Dissertation stellt das komplexe Zusammenspiel moderner Spitzensportarten und TV dar und ist auch ohne Vorkenntnisse im Medien- und Sportbereich gut lesbar, verständlich und erkenntnisreich.

Maria Aysina