

„Und danach noch ein Tänzchen“

Prof. Dr. Alexander Woll ist Leiter des Instituts für Sport und Sportwissenschaft am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). Sein Spezialgebiet ist der Arbeitsbereich „Sozialwissenschaften des Sports“. Woll ist Mitinitiator des von

verschiedenen Universitäten durchgeführten Verbundprojekts „Motorik-Modul“ (www.motorik-modul.de). *tv diskurs* sprach mit ihm über die Bedeutung schöner TV-Bilder.

Stimmt die Beobachtung, dass der Sport in den Medien stärker personalisiert wird als früher?

Ganz sicher. Es gibt darüber hinaus auch noch eine Entkopplung von Leistung und Medienpräsenz. Durch die enge Verknüpfung von Medien, Sport und Wirtschaft gewinnen die Kommunikation über die Leistung und sekundäre Aspekte wie das „schöne Bild“ an Bedeutung. Der mediale Spitzensport ist heute Teil der Entertainment-Industrie und muss daher neben Leistung auch Unterhaltung und Inszenierung liefern.

Ganze Sportarten werden mittlerweile auf eine Persönlichkeit reduziert: Leichtathletik gleich Usain Bolt. Warum ist das so?

Sicherlich gibt es auch andere Einzelsportler, beispielsweise im Kugelstoßen, aber die bieten keine Zusatzshow für die Medien und eben auch nicht die schönen Bilder. Usain Bolt dagegen bedient viele unterschiedliche Motive: Er sieht gut aus und er stellt sich gerne dar. Deshalb entledigt er sich gleich nach dem Zieleinlauf seines T-Shirts: „sex sells“, Sex verkauft sich gut. Und danach noch ein Tänzchen. Damit sind die weltweite Faszination und das Interesse gesichert.

Das ist alles nicht spontan?

Selbstverständlich nicht. Der deutsche Tennisstern Andrea Petković tanzt auch gern, sie hat bestimmt einen ähnlichen Medienberater.

Was haben die Sportler davon?

Über diese „Nebengeschichten“ wird einfach mehr berichtet als über die „austauschbaren Vorhandfehler“, die jeder Tennisspieler unterlaufen.

Werden Sportereignisse in der Berichterstattung heutzutage stärker durch die deutsche Brille gesehen?

Die nationale „Erfolgsbrille“ spielt selbstverständlich eine wichtige Rolle. Biathlon z. B. wäre garantiert nicht jeden Winter aufs Neue ein Dauerbrenner, wenn nicht immer schön die Deutschen vorneweg liefen. In den großen Sportarten gibt es hingegen globale Helden. Denken Sie an Cristiano Ronaldo, Roger Federer oder eben Usain Bolt, die in ihrer Fangemeinde nationale Aufmerksamkeitsgrenzen locker überspringen.



Wie groß ist der Einfluss gerade des Fernsehens darauf, wen Kinder als sportliches Vorbild wählen?

Sicherlich orientieren sich Kinder an Modellen auch in den Medien. Die Fernsehbilder setzen Reize für die Ausbildung von Interessen und geben Anregungen für neue Sporttrends. Den zentralen Einfluss auf die Wahl der Sportart haben aber sicherlich die Eltern. Bei Jugendlichen ist die Freundesgruppe entscheidend. Bei den Daten aus unserer großen nationalen Motorik-Studie zeigt sich, dass bei Kindern vor allem das Aktivitätsverhalten des Vaters für die Aktivität der Kinder von zentraler Bedeutung ist.

Teilen Sie die Befürchtung vieler Funktionäre, dass die Konzentration des Fernsehens auf den Fußball zu einem Nachwuchsproblem in den sogenannten Randsportarten führen wird?

Die Dominanz des Fußballs bei den bewegten Sportbildern ist unbestritten. Nichtsdestotrotz entwickeln sich in der Kinder- und Jugendkultur immer neue Sporttrends. Bei den Kindern unter 6 Jahren dominiert mit ca. 50% noch immer das Turnen. Aufgrund des demografischen Wandels und des knapper werdenden Guts „Kinder“ wird die Konkurrenz der einzelnen Sportanbieter zur Rekrutierung des eigenen Nachwuchses in den nächsten Jahren jedoch sicherlich zunehmen.

Das Interview führte Tilmann P. Gangloff.