

# Olympia – ein Medienereignis zwischen Sport und Politik

Forschungsfragen

>>Wie wurde in der deutschen überregionalen Presse über die politischen Aspekte der Olympischen Spiele 2014 in Sotschi berichtet?

Kaum waren die Olympischen Winterspiele 2014 nach Sotschi in Russland vergeben, schon stand das frisch gekürte Gastgeberland in der Kritik. Die Diskussionen um die entstehenden Kosten und die Arbeitsbedingungen auf den Baustellen der Sportstätten erreichten einen erneuten Höhepunkt. Außerdem bestand öffentlicher Zweifel an der Eignung des tropischen Badeortes in klimatischer Hinsicht.

Doch nicht nur die Organisation der Spiele stand in der medialen Kritik, gleichzeitig rückte auch die politische Lage in Russland in



den Fokus der Medien. Dabei dominierten die Berichterstattung u.a. Fragen der Menschenrechte, der Umgang mit oppositionellen Politikern sowie die Diskriminierung Homosexueller.

Dabei entstand beim interessierten Mediennutzer der Eindruck, dass der Sport schon vor Beginn der Spiele zusehends in den Hintergrund rückte und (sport)politische Aspekte die Wettkämpfe dominierten. Die vorliegende Studie nähert sich dieser Annahme aus zwei Perspektiven, um sowohl die mediale Berichterstattung als auch die Meinung der Bevölkerung abzubilden.

>>Wie schätzen die Befragten die Berichterstattung rund um Olympia in Sotschi ein?

>>Inwieweit vermischen die Befragten Politik und Sport?

Forschungsfragen

## Methodendesign Inhaltsanalyse

Die quantitative Inhaltsanalyse umfasste vier **überregionale Tageszeitungen** (SZ, FAZ, taz, Die Welt), die **Bild-Zeitung** als Boulevardmedium sowie die **Nachrichtenmagazine** Spiegel, Stern und Focus. Im Rahmen eines Lehrprojekts wurde die Berichterstattung eines **halben Jahres** analysiert, vom 23.08.2013 bis zum Ende der Spiele am 23.02.2014. Mittels **Schlagwortsuche** in allen Ressorts in **Onlinearchiven** wurden relevante Artikel gesammelt. Eine Analyseeinheit musste dabei neben dem Suchbegriff auch einen politischen Aspekt im ersten Absatz enthalten. Neben einigen formalen Kategorien stand inhaltlich die Untersuchung der Themen und Akteure im Vordergrund.

## Methodendesign Befragung

Die Befragung wurde als quantitative **Online-Umfrage im Pull-Verfahren** im Rahmen eines Lehrprojektes durchgeführt. Der Link zum Fragebogen wurde zwischen **Mai und Juni 2014** in Internetforen und auf Facebook-Seiten platziert, die sich mit Olympia in Sotschi, aber auch Olympia und Sportthemen allgemein befassen. Weiterhin schickten verschiedene Sport- und Journalistenverbände deutschlandweit die Einladung zur Befragung an ihre Mitglieder per Mail. Der Fragebogen enthielt Fragen zur **Mediennutzung** und dem Sportinteresse der Befragten. Weiterhin sollten sie die **Berichterstattung über die Olympischen Spiele** in Sotschi und die **Sportpolitik** rund um sie einschätzen.

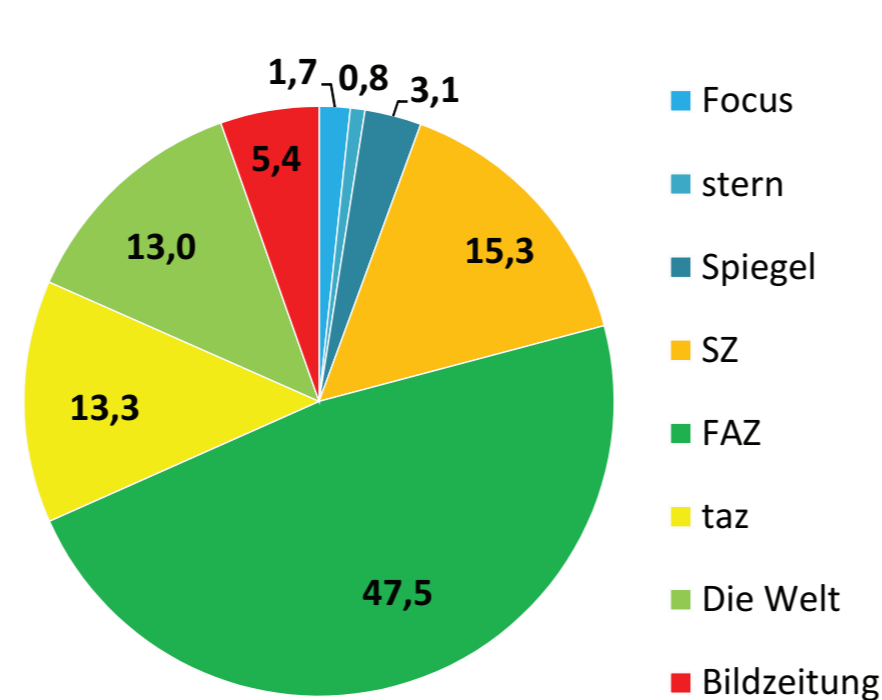
## Formale Aspekte der untersuchten Artikel

Insgesamt wurden **354 Artikel** im Rahmen der Inhaltsanalyse untersucht. Auffällig war, dass es große Unterschiede in der Anzahl der gefundenen Artikel pro Medium gab. Annähernd die Hälfte aller Analyseeinheiten stammen aus der **FAZ**, auf die restlichen drei **Qualitätszeitungen** entfallen jeweils zwischen 13 und 15%. Mit rund 5% veröffentlichte die **BILD** im Untersuchungszeitraum genauso viele Artikel wie alle drei **Nachrichtenmagazine** zusammen, die allerdings auch seltener erscheinen, was die Ergebnisse nur teilweise vergleichbar macht.

Ein knappes Drittel der Analyseeinheiten ließ sich als **Meldung** kategorisieren, rund 43% waren Berichte. Andere Darstellungsformen wie **Interview** (5,9%) und **Reportagen** (6,5%) wurden deutlich seltener gewählt.

Interessant ist jedoch die Anzahl der verfassten **Kommentare**; ein Fünftel der verfassten Artikel hatte einen klaren Meinungsbezug, hier scheint das kontroverse Thema auch die Form der Berichterstattung beeinflusst zu haben.

Verteilung der Artikel nach Medien (Angaben in %, n=354)



## Steckbrief des durchschnittlichen Teilnehmers

Mit 750 gültigen Antworten erreichte die Befragung nach Bereinigung aller Daten eine Beendigungsquote von 53,42%. Wie im Rahmen eines studentischen Projektes zu erwarten, weist die Stichprobe einige Besonderheiten auf:

### Geschlecht (n=739)

51,3% der Befragten sind weiblich, 48,7% sind männlich, was in etwa dem Bundesdurchschnitt der deutschen Bevölkerung entspricht.

### Bildung (n=738)

80,2% der Befragten haben mindestens Hochschulreife, von denen etwa die Hälfte über ein abgeschlossenes Studium verfügt.

### Alter (n=736)

Der Altersdurchschnitt beträgt 35 Jahre und liegt damit unter dem Altersmedian BRD mit 45,3 Jahren (Quelle Eurostat).

### Herkunft (n=734)

78,3% kommen aus Bayern und 8,4% aus Baden-Württemberg, während alle anderen Bundesländer nur marginal vertreten sind.

### Familienstand (n=736)

63,6% sind ledig und nur 29,8% haben sich das Ja-Wort gegeben, was angesichts des niedrigen Durchschnittsalters nicht verwundert.

### Politische Ausrichtung (n=735)

33,1% ordnen sich der politischen Mitte zu, 49,8% verorten sich etwas links bis links.

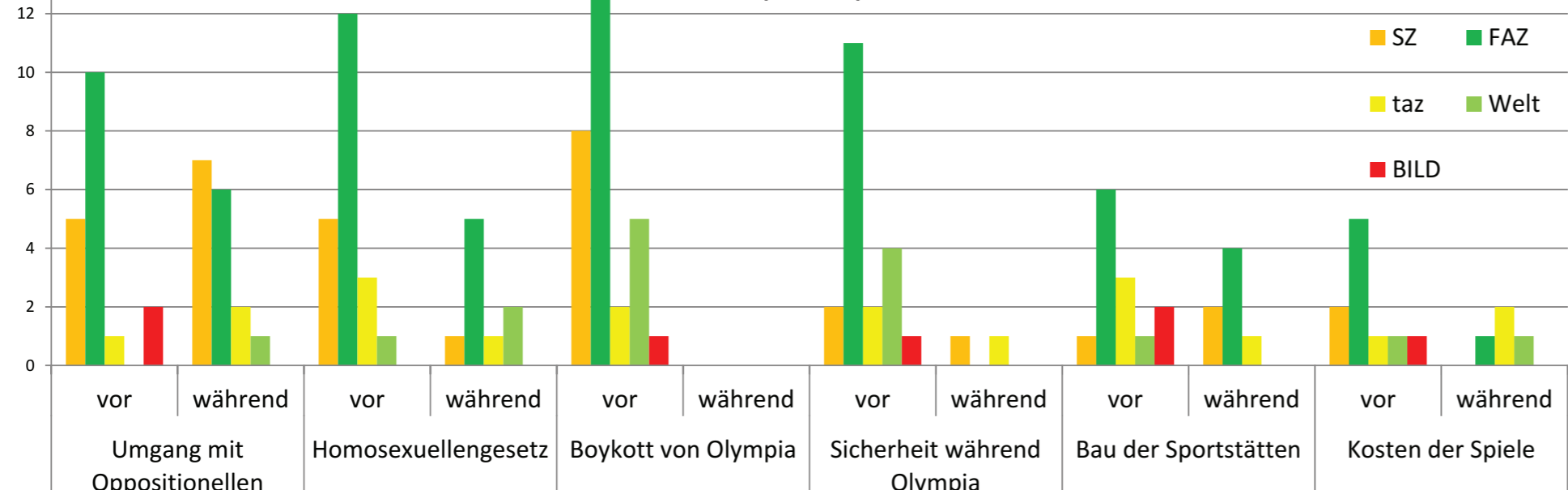
### Mediennutzung in Bezug auf Olympia

Hauptsächlich wird das Fernsehen sehr häufig oder oft verwendet, um sich über Olympia zu informieren (50,7%). Die Zeitung (36,4%) und das Internet (34,6%) nutzen die Befragten weniger, das Radio wird nur von 21,3% der Befragten sehr häufig oder oft zur Information über Olympia eingeschaltet.

## Thematisierung im zeitlichen Verlauf – Ko-Orientierung der Medien?

Anhand der sechs am häufigsten genannten Themen lässt sich zunächst zeigen, dass die politisch geprägte Berichterstattung in der Hauptsache vor Beginn der Spiele stattfand, für die BILD gilt das sogar in vollem Umfang. Über den Boykott der Wettkämpfe wird nur im Vorfeld berichtet, doch auch die Sicherheitsthematik und die Kosten der Spiele finden nach der Eröffnungsfeier kaum noch Beachtung. Lediglich die Thematisierung des Homosexuellengesetzes bleibt relativ stabil, noch deutlicher ist dies für Artikel über den Umgang mit Oppositionellen festzustellen.

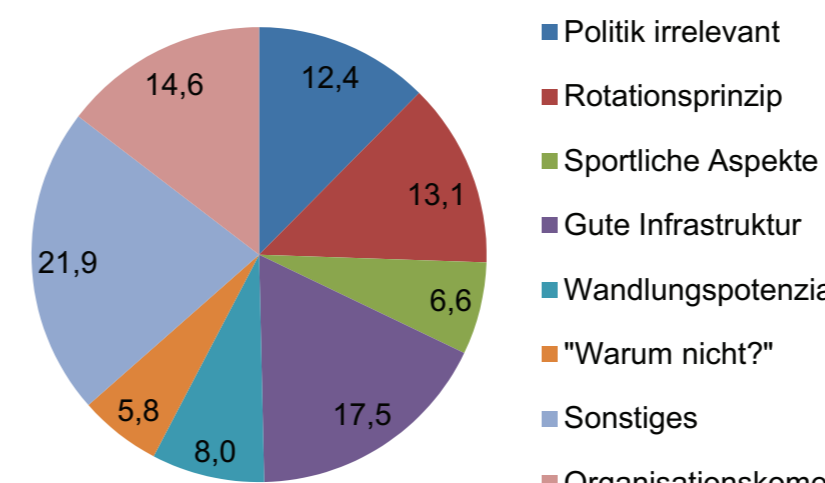
Häufigste Themen nach Medium sowie vor und während Olympia (n=149)



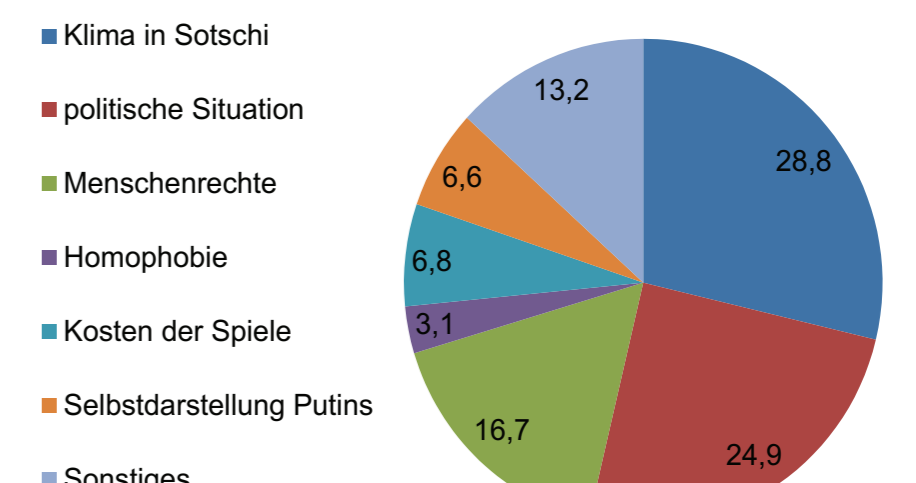
## Meinung zum Gastgeber Russland

Die Befragten hatten die Möglichkeit, die Qualität des Gastgeberlandes in einer offenen Antwort zu bewerten. Grundsätzlich äußerten sich mehr als drei Viertel der Befragten (77,1%, n=750) skeptisch, ob Russland und Sotschi ein geeigneter Austragungsort für Olympische Spiele gewesen sei. 19,9% sprachen sich dafür aus (3,1% hatten keine Meinung). Die jeweiligen Gründe zeigen die folgenden Grafiken:

Gründe für Russland als guten Gastgeber (Angaben in %, n=137)



Gründe für Russland als schlechten Gastgeber (Angaben in %, n=546)

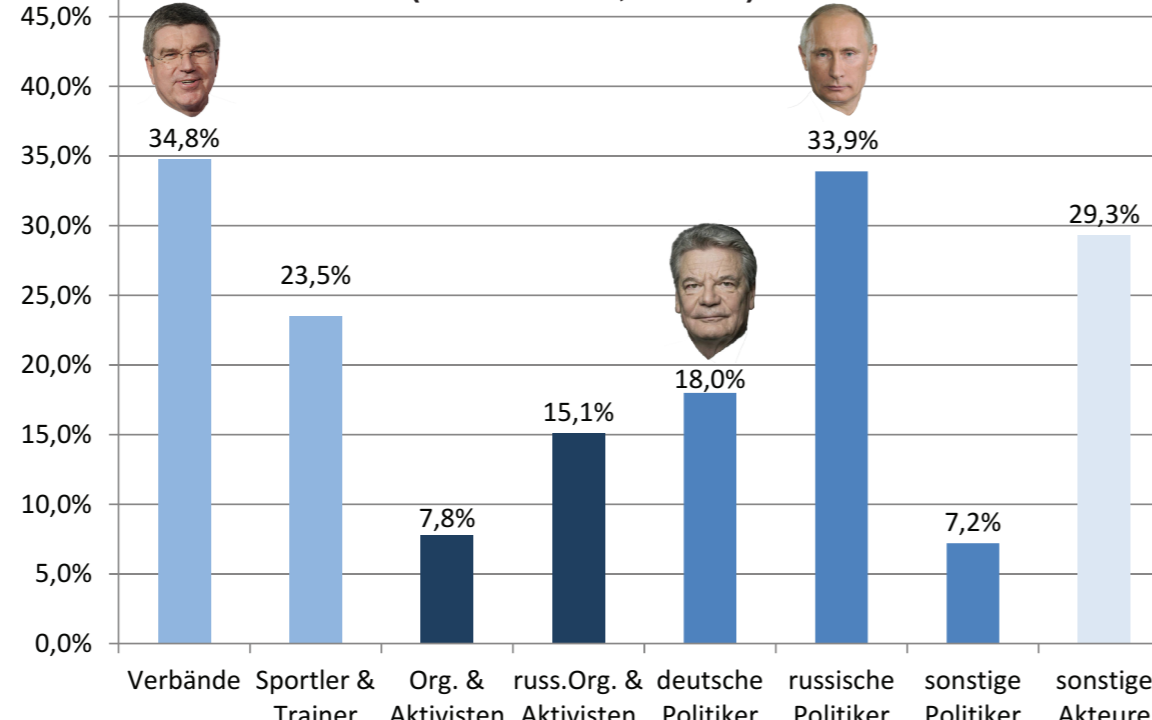


## Personalisierungstendenz in der Berichterstattung

Die Inhaltsanalyse erlaubt die Kodierung eines Haupt- und eines Nebenakteurs. In rund 80% aller Fälle lässt sich ein politischer Akteur (dazu zählten Politiker oder auch Aktivisten) identifizieren, 60% der Artikel nennen (auch) eine Person aus dem sportlichen Bereich wie Trainer, Athleten oder Vertreter von Verbänden.

Sowohl bei den politischen Akteuren als auch bei denen des Sports findet eine hohe Konzentration auf einzelne Figuren statt. In 12,2% der Fälle steht dezidiert Thomas Bach im Mittelpunkt des Geschehens, als politische Vertreter erscheinen besonders häufig Wladimir Putin (25,2%) und Joachim Gauck (8,4%).

Hauptakteure (% der Fälle, n=585)



## Sport und Politik - verschwimmende Grenzen?

Die unterschiedlichsten Interessensgruppen aus Politik, Wirtschaft und natürlich dem Sport sehen häufig in dem im ursprünglichen Sinne sportlichen Großereignis eine Chance für eine mediale Plattform. Ob diese Vermischung zulässig ist, sollten die Befragten anhand verschiedener Items beurteilen:

Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu? (Angaben in %, n= 743-745)	sehr/teils	kaum/gar nicht
Das Internationale Olympische Komitee hätte zu politischen Fragen Stellung beziehen müssen.	79,6	20,4
Ein sportliches Großereignis ist eine geeignete Plattform für politische Aussagen.	62,6	37,4
Bei einem sportlichen Großereignis sollen lediglich die Wettkämpfe im Vordergrund stehen.	61,2	38,8
Die sportlichen Wettkämpfe spielen eine größere Rolle als die wirtschaftlichen Interessen der Ausrichter.	45,4	54,6
Die Olympischen Spiele haben das Ansehen Russlands in der Welt gestärkt.	26,4	73,6
Der Geist der Olympischen Spiele geht zusehends verloren.	85,7	14,3

## Medien- und Publikumsaufmerksamkeit im Vergleich

Für die Inhaltsanalyse wurde eine Themenliste erstellt, um festzuhalten, welches Hauptthema die entsprechenden Artikel aufgreifen. Daraus wurde auch für die Befragten eine Matrixfrage erstellt, in der sie ausgewählte Themen bewerten sollten, inwieweit sie diese wahrgenommen haben. Die Häufigkeit der inhaltsanalytisch gefundenen Themen und die der Wahrnehmung bei den Befragten sind aufgrund der methodischen Einschränkung, dass die Befragten nur eine verkleinerte Themenliste zur Bewertung vorgelegt bekamen, nur bedingt miteinander vergleichbar. Über eine Rangliste kann aber doch bestätigt werden, dass die am häufigsten wahrgenommenen Themen auch die am meisten publizierten sind.

	Rangplatz Befragung Aspekte in Bezug auf Olympia sehr häufig/oft in den Medien wahrgenommen	Rangplatz Inhaltsanalyse Häufigkeit der gefundenen Themen
Umgang mit politischen Oppositionellen	1	1
Umgang mit Homosexuellen	2	2
Kosten für die Ausrichtung der Spiele	3	6
Arbeitsbedingungen auf den Baustellen	4	5
Umgestaltung eines Badeortes in einen Wintersportort	5	10
Umsiedlung von Einheimischen	6	13
Probleme bei der Abfallentsorgung	7	8

Autoren



**Tanja Kössler**, Dipl. Journalistin, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Seit 2012 ist sie hauptsächlich für die Methodenausbildung zuständig.

**Regina Greck**, Dipl. Journalistin, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Seit 2014 ist sie hauptsächlich für die Methodenausbildung zuständig.



Autoren