

## Frauen, Sport und Medien

Die Medien spielen nicht nur allgemein eine immer größere Rolle bei der Vermittlung von Informationen und Wissen, sondern auch im Sport. Mehrere Stunden in der Woche informiert sich die Bevölkerung über Sportereignisse und nutzt dabei in erster Linie das Fernsehen aber auch das Internet, Tages- und Wochenzeitungen und Sportfachzeitschriften. Dabei verbringen Männer deutlich mehr Zeit mit der Rezeption von Sport in den Medien als Frauen.

Verschiedene Studien zeigen, dass die Berichterstattung über Sportlerinnen und Sportler unterschiedlich ausfällt. Zunächst ist markant, dass in der tagesaktuellen Sportberichterstattung der Printmedien und des Fernsehens Berichte über Sportler mit 85% des Umfangs dominieren. In der Berichterstattung zu Großveranstaltungen, wie Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele, ist der Umfang der Berichte hingegen ausgeglichen und entspricht überwiegend den Teilnehmerrelationen von Sportlern und Sportlerinnen. Wenn über Sportlerinnen berichtet wird, werden überwiegend die gleichen Inhalte thematisiert wie bei Sportlern, d.h. über die Leistungen der Sportler/innen und sportliche sowie außersportliche Rahmenbedingungen ihrer Karriere. Auf qualitativer Ebene werden in der Art der Informationsvermittlung hingegen deutliche Unterschiede zwischen Sportlern und Sportlerinnen kommuniziert. So werden die Leistungen der Sportlerinnen weniger intensiv beschrieben und die Körperlichkeit von Sportlern und Sportlerinnen wird entlang der klassischen Geschlechterstereotype stilisiert. Bei der visuellen Präsentation von Sportler/innen werden Sportler weitaus häufiger in sportlichen Aktionen und körperlichen Wettkampfauseinandersetzungen gezeigt, wohingegen Sportlerinnen überwiegend (nur) in einem sportlichen Umfeld aber nicht in sportlichen Aktionen präsentiert werden.

Ursachen hierfür sind zum einen in der Entwicklung des Sportsystems zu sehen. Der Sport war lange Zeit eine institutionell und kulturell abgesicherte Domäne der ‚starken Männer‘, und der Zugang zu sportlichen Wettkämpfen wurde den Frauen bis weit in das 20. Jahrhundert untersagt. Trotz des gesellschaftlichen Wandels sind zum anderen darüber hinaus in den Sportredaktionen bis heute nur 10% Sportjournalistinnen angestellt. Der ‚Sport in den Medien‘ ist somit eine von Männern für Männer geprägte Berichterstattung.

Die geringere Medienpräsenz von Sportlerinnen bedeutet einerseits geringere Vermarktungschancen für den Sport der Frauen. Andererseits nutzen die Sportlerinnen die männerbezogene Sportberichterstattung für ihre eigene Präsentation und Vermarktung durch klassische geschlechterstereotype Inszenierungen. Darüber hinaus zeigen sich u.a. auch Effekte in Bezug auf die Jugend und den sportlichen Nachwuchs: Jungen haben weitaus häufiger Sportler als individuelle Vorbilder in Bezug auf ihre Lebensgestaltung als Mädchen.

Die Schaffung von Vorbildern und die Auszeichnung journalistischer Qualität im Hinblick auf mehr Chancengleichheit für Sportlerinnen und Sport-Journalistinnen in den Medien gilt als zentral für die Veränderung der Medienlandschaft im Sport. Der DOSB hat im Rahmen der Verleihung des jährlichen Gleichstellungspreises folgerichtig auch die Kategorie der Medien integriert. Allerdings lassen sich eine Reihe von weiteren Maßnahmen entwickeln, wie z.B.:

- verstärkte Beachtung einer gleichartigen medialen Präsentation von Sportlerinnen und Sportlern durch den DOSB und seine Verbände,
- Angebot von Medienworkshops für Sportlerinnen,
- Integration von Gender-Wissen in die Ausbildung von Medienfachleuten der Verbände und von Sportjournalisten und -journalistinnen.

### *Literaturhinweis:*

Hartmann-Tews, I. & Rulofs, B. (2007). Zur Geschlechterordnung in den Sportmedien. In T. Schierl (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S. 137-154). Schorndorf: Hofmann.