universität wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Mediale Geschlechterstereotype analysiert durch die Frauenfußball-WM 2011.
Ein Vergleich von Boulevard- und Qualitätsjournalismus.“

Verfasser

Christian Achatzi

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 066 841
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Betreuerin / Betreuer:	Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 4
1.Einleitung 5
2. Forschungsstand 7
2.2 Präsentation von Männern und Frauen in den Medien 7
2.3 Das Global Media Monitoring Project 8
2.4 Deutsche Printmedien im Vergleich 11
2.5 Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen 12
2.6 Sportwissenschaftliche Untersuchungen 14
2.6.1 Bettina Rulofs - Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? 14
2.7 Zusammenfassung 16
3. Forschungsinteresse 17
3.1 Raumanalyse 18
3.2 Geschlechterverhältnis zwischen den Akteuren 19
3.3 Human Interest in der Berichterstattung 19
3.4 Machtverhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren 21
3.5 Beurteilung der Leistungen 22
3.6 Die Darstellung der Sportlerinnen auf Fotos 22
3.7 Thematisierung von Geschlechterstereotypen in der Sportberichterstattung 23
4. Die soziale Konstruktion von Geschlecht 24
4.1 Die Gender Debatte 25
4.2 Die Zweigeschlechtlichkeit als eine soziale Konstruktion 27
4.3Die Prinzipien der sozialen Konstruktion von Geschlecht 28
4.4 Die Bedeutung von Sport bei der sozialen Konstruktion von Geschlecht 29
5. Genderforschung 32
5.1 Genderforschung in der Kommunikationswissenschaft 32
5.2 Entwicklung der feministischen Kommunikationswissenschaft 34
5.3 Drei bedeutende Paradigmen der Genderforschung 36
5.4 Gleichheits-, Differenzansatz und (De)Konstruktivismus 38
5.4.1 Der Gleichheitsansatz 39
5.4.2 Der Differenzansatz 41
5.4.3 Der (De)Konstruktivistische Ansatz 43
6. Geschlechterkonstruktionen in der Sportberichterstattung 46
6.1 Die Fotografie in der Sportberichterstattung 50

6.2 Bildliche Darstellung körperlicher Attraktivität 52
7. Geschlechterstereotype 54
7.1 Stereotype als Kategorisierungsmerkmal 55
7.2 Geschlechterstereotype in den Medien 57
7.3 Stereotypisierung von Psyche und Charakter 58
8. Beschreibung der Untersuchung 59
8.1 Frauenfußball in Deutschland 60
8.2 Der Untersuchungsgegenstand – Die Berichterstattung zur Frauenfußball-WM 2011 61
8.3 Zusammensetzung des Untersuchungsmaterials 62
8.4 Artikel und Fotos unterteilt nach Zeitungen 62
8.5 Unterteilung der untersuchten Artikel nach Datum 64
8.6 Beschreibung der Analyseeinheiten 65
8.7 Methodische Vorgehensweise und Arbeitsschritte 67
8.8 Untersuchungsbereich Fotografien 70
8.9 Das Kategoriensystem zur Analyse der Artikel und Fotos 71
9. Darstellung und Interpretation der Forschungsergebnisse 72
9.1 Darstellung der Ergebnisse –Raumanalyse 72
9.1.1 Raumaufteilung nach Umfang in cm² 73
9.1.2 Platzierung der Artikel 77
9.1.3 Interpretation der Ergebnisse - Raumanalyse 81
9.2 Geschlechterverhältnis 82
9.2.1 Darstellung der Ergebnisse - Akteure in der Berichterstattung 82
9.2.2 Interpretation der Ergebnisse - Akteure in der Berichterstattung 87
9.2.3 Darstellung der Ergebnisse - Hauptakteure in der Berichterstattung 88
9.2.4 Interpretation der Ergebnisse - Hauptakteure in der Berichterstattung 91
9.3 Human Interest in der Berichterstattung 91
9.3.1 Darstellung der Ergebnisse - Beschreibung des Aussehens 92
9.3.2 Interpretation der Ergebnisse - Beschreibung des Aussehens 94
9.4 Darstellung der Ergebnisse - Beschreibung des Beziehungsstatus 95
9.4.1 Interpretation der Ergebnisse – Beschreibung des Beziehungsstatus 98
9.5 Darstellung der Ergebnisse - Beschreibung der Familiensituation 99
9.5.1 Interpretation der Ergebnisse: Beschreibung der Familiensituation 101
9.6 Darstellung der Ergebnisse - Thematisierung der Sexualität der weiblichen Akteure 102
9.6.1 Interpretation der Ergebnisse - Sexualität der weiblichen Akteure 104
9.7 Machtverhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren 104

9.7.1 Darstellung der Ergebnisse – Zuschreibung von Macht 105
9.7.2 Interpretation der Ergebnisse – Zuschreibung von Macht 109
9.7.3 Darstellung der Ergebnisse - Machtgefälle zwischen den Hauptakteuren 110
9.7.4 Darstellung der Ergebnisse - Machtgefälle zwischen den Hauptakteuren 112
9.8 Beurteilung der Leistung der Hauptakteure 113
9.8.1 Darstellung der Ergebnisse 113
9.8.2 Interpretation der Ergebnisse 117
9.8.3 Art der Leistung 118
9.9 Präsentation der Akteure auf den Fotos 119
9.9.1 Darstellung der Ergebnisse – Anzahl männlicher und weiblicher Akteure 120
9.9.2 Interpretation der Ergebnisse – Darstellung von männlichen und weiblichen Akteuren 121
9.9.3 Darstellung der Ergebnisse – Darstellung von Sportlerinnen in aktiven und passiven Situationen 122
9.9.4 Interpretation der Ergebnisse - Darstellung von Sportlerinnen in aktiven und passiven Situationen 127
9.9.5 Darstellung der Ergebnisse -Darstellung der Akteure in privatem Umfeld 128
9.9.6 Interpretation der Ergebnisse – Darstellung der Akteure in privatem Umfeld 129
9.9.7 Darstellung der Ergebnisse - Darstellung der Sportlerinnen in sexualisierten Posen 129
9.9.8 Interpretation der Ergebnisse – Darstellung der Sportlerinnen in sexualisierten Posen 131
9.10 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse – Thematisierung von Geschlechterstereotypen in der Sportberichterstattung 132
9.11 Quellen bzw. Autor in der Berichterstattung 142
10. Fazit und Ausblick 144
11. Quellenverzeichnis 149
11.1 Internetquellen 154
12. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 155
13.Tabellenverzeichnis 158
14. Bilderverzeichnis 159
15. Anhang 160
15.1 Analysebogen Artikel 160
15.2 Analysebogen Fotos 164
15.3 Kodieranleitung Artikel 165
15.4 Kodieranleitung Fotos 168
Abstract 170
Lebenslauf 171

Vorwort

Die hier vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Darstellung von Sportlerinnen in den Printmedien. Hierbei fokussiere ich mich auf ein bestimmtes Ereignis: die Frauenfußball-WM 2011, die in Deutschland stattgefunden hat.

Das persönliche Interesse an der Genderforschung ist in einem Forschungsseminar geweckt worden, in dem die Seminargruppe verschiedene österreichische Zeitungen inhaltsanalytisch nach dem Vorkommen von Geschlechtern untersucht hat. Die Untersuchungen enthielten sowohl quantitative, als auch qualitative Elemente und die Ergebnisse hinterließen einen bleibenden Eindruck bei mir. In allen untersuchten Zeitungen waren Frauen unterrepräsentiert. Sowohl als Reporterinnen, als auch als Subjekte in der Berichterstattung. Im Rahmen dieses Forschungsseminars ist mir erstmals die Ungleichheit bezüglich der Geschlechterdarstellung in der Printberichterstattung bewusst geworden.

Da ich eine hohe Affinität zum Fußball habe und mich generell für Sportberichterstattung interessiere, bin ich schließlich bei dem Problem gelandet, das in dieser Arbeit untersucht wird: Die Konstruktion von Geschlecht in der Sportberichterstattung am Beispiel der Frauenfußball-WM 2011.

Im Rahmen dieser Arbeit habe ich mich für eine Formulierung in männlicher Form entschieden. Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen in männlicher Form sind ausdrücklich beide Geschlechter gemeint.

1.Einleitung

Betrachtet man sich die Rollen, die Männer und Frauen in unserer heutigen Gesellschaft einnehmen, so stellt man fest, dass eine klassische Einteilung in Geschlechterrollen nicht mehr zeitgemäß erscheint. Die Auflösung traditioneller Rollenverteilung lässt sich auf verschiedenen Ebenen feststellen. Es gibt Frauen, die Spitzenpositionen in der Politik einnehmen, Väter interpretieren ihre Rollen neu und gehen in Karenz, Mütter sehen sich nicht mehr nur als Hausfrauen, sondern wollen sich auch beruflich verwirklichen.
Solche Prozesse, in denen sich traditionelle Verhaltensmuster umstrukturieren, entwickeln sich langsam. Dennoch ist ein Wandel in den Verhaltensmustern der heutigen Generation und den damit verbundenen Vorstellungen an die Rollen von Mann und Frau erkennbar. Den jüngeren Generationen unserer Gesellschaft erscheint die Gleichberechtigung von Frau und Mann als natürlich gegeben und selbstverständlich.

Viele Studien, die massenmediale Berichterstattung untersuchen, zeigen auf, dass Medien mit dieser Entwicklung noch nicht Schritt halten. Es konnte in unterschiedlichen Untersuchungen empirisch bewiesen werden, dass in den Massenmedien klassische Rollenstereotype noch immer Bestand haben.[1] Die Stereotypisierung und Diskriminierung von Frauen in den Massenmedian geschieht hierbei oftmals sehr subtil und es bedarf einer genauen Betrachtung. Denn auch eine Nichtdarstellung bzw. Unterrepräsentation von weiblichen Akteuren in den Medien, kann als diskriminierende Handlung verstanden werden.
Gesellschaftliche Wirklichkeit wird von den Medien nicht nur abgebildet, sondern unterliegt auch immer einem Prozess der Konstruktion. Medien inszenieren und partizipieren somit am Entstehungsprozess des Rollenbildes von Geschlecht in unserer Gesellschaft.

Die meisten sozialwissenschaftlichen Untersuchungen zur medialen Präsentation von Frauen in den Medien analysieren das quantitative Vorkommen von Männern und Frauen in der Berichterstattung. Eine Vielzahl der Studien kommt zu denselben Ergebnissen:

[1] Vgl. Kap 2

Frauen sind in allen Mediengattungen unterrepräsentiert.[2]

Ein Themenkomplex, in dem Frauen besonders stark unterrepräsentiert sind, ist die Sportberichterstattung in den Printmedien. Kommunikationswissenschaftliche Forscher kritisieren eine Nichtberücksichtigung von Athletinnen. Besonders in den Tageszeitungen sind oftmals noch stereotype Darstellungen von Sportlerinnen zu finden. Die Berichterstattung bedient sich klassischer Klischees und trivialisiert die Leistungen weiblicher Sportler.[3]

Der Vorwurf, dass in der Sportberichterstattung von Tageszeitungen Geschlechterstereotypen konstruierende Elemente zu finden sind, soll im Rahmen dieser Arbeit zusammengefasst, hinterfragt und empirisch untersucht werden.

Als Untersuchungsgegenstand dient hierzu die Frauenfußball-WM 2011 in Deutschland. Ein Sportereignis, das von den Medien in großem Umfang inszeniert wurde und von vielen Fachleuten und Athletinnen als das bisher größte Frauen-Sportereignis der Welt eingestuft worden ist.[4]

Die hier vorliegende Arbeit ist von dekonstruktivistischen Ansätzen der Geschlechterforschung geleitet und inspiriert worden. Die Untersuchung möchte eine vergleichende Inhaltsanalyse von Qualitäts- und Boulevardpresse vornehmen. Als Analyseeinheiten wurden hierfür die Frankfurter Allgemeine Zeitung und die BILD-Zeitung gewählt.

Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Frage, ob sich die Berichterstattung deutscher Tageszeitungen über die Frauenfußball-WM 2011 stereotyper Klischees bedient hat und ob in der modernen Sportberichterstattung die zuvor beschriebenen Auflösungserscheinungen von klassischen Rollenvorstellungen erkennbar sind.

Ziel der Untersuchung ist es zu analysieren, wie die Sportlerinnen bei diesem Ereignis dargestellt worden sind, welche gesellschaftlichen Zusammenhänge durch die Art der Berichterstattung erzeugt werden und welches Bild der Frauen hierbei reproduziert wird. Die Genderforschung konnte beweisen, dass Sportlerinnen sich häufig stereotypen Klischees ausgesetzt sehen.[5]

Für die Studie sind neben der Analyse aller betreffenden Texteinheiten auch alle Fotografien herangezogen worden. Auf der Basis der Ergebnisse von Studien zur

[2] Vgl. Kap. 2
[3] Vgl. Rulofs 2003, S.1
[4] Vgl. Kap 8.2
[5] Vgl. Kap 7.2

Darstellung der Frau in der Sportberichterstattung soll die Auswahl der Fotomotive über die Frauenfußball-WM 2011 betrachtet und analysiert werden. Hierfür sind in dem Zeiraum von 19.06.2011 bis 24.07.2011 insgesamt 381 Artikel und 469 begleitenden Fotos untersucht worden.

2. Forschungsstand

Es ist empirisch erwiesen, dass Frauen in den Medien seltener vorkommen als Männer. Die Unterrepräsentation konnte in unterschiedlichen Untersuchungen vor allem themenspezifisch nachgewiesen werden. In bestimmten Themenbereichen sind Frauen signifikant seltener repräsentiert. Dies sind vor allem die Bereiche Politik, Wirtschaft und Sport. In Themenbereichen wie Kultur, Unterhaltung und Prominenz sind Frauen dagegen überdurchschnittlich oft vertreten. Der Forschungstand soll gleich zu Beginn dieser Arbeit vorgestellt werden, um dem Leser einen Einstieg in die Thematik zu bieten und um die Problematik der Ungleichheit in der Berichterstattung über Männer und Frauen anschaulich zu verdeutlichen.

2.2 Präsentation von Männern und Frauen in den Medien

Im folgenden Kapitel sollen die Ergebnisse verschiedener Studien dargestellt werden. Die Auswahl erfolgte nach verschiedenen Kriterien und soll einen Überblick über verschiedene Untersuchungsansätze bieten.
Daher wird eine groß angelegte, medienübergreifende und internationale Untersuchung vorgestellt, das „Global Media Monitoring Project“ (GMMP).
Des Weiteren soll eine aktuelle Studie der Forscherinnen Melanie Margin und Brigitte Stark vorgestellt werden, deren Untersuchung, ähnlich wie die hier vorliegende Arbeit, von der konstruktivistischen Geschlechterforschung inspiriert ist. Im Mittelpunkt dieser länderübergreifenden Studie (Deutschland, Österreich, Schweiz) steht vordergründig nicht ein quantitativer Vergleich, sondern die Frage, inwiefern eine stereotype Merkmals- und Eigenschaftszuschreibung bei Männern und Frauen in den Printmedien erfolgt.
Weiter sollen Ergebnisse aus der sportwissenschaftlichen Frauenforschung gezeigt werden. In diesem Feld gibt es eine überschaubare Anzahl an empirischen

Untersuchungen, die sich mit den Phänomenen der Geschlechterdarstellung in der Sportpresse aus konstruktivistischer Sicht nähern. An dieser Stelle sollen die Ergebnisse der Untersuchung von Bettina Rulofs aus dem Jahr 2003 zur Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999 vorgestellt werden

2.3 Das Global Media Monitoring Project

Die Studien des „Global Media Monitoring Project“ (GMMP) laufen seit 1995 und erfassen alle fünf Jahre thematisch die Berichterstattung an einem konkreten Tag in über 70 Ländern der Welt.[6]Es werden hierbei Radio-, Fernseh- und Printnachrichten untersucht. Im Fokus dieser Studie liegt die Rolle der Frau in den Medien. Die Studie untersucht sowohl die Rolle der Frau als Produzent von Nachrichten, als auch die Rolle der Frau als Subjekt der Nachrichten. Dieses beeindruckende Projekt kann als äußerst relevant für die kommunikationswissenschaftliche Genderforschung angesehen werden. So handelt es sich hierbei um eine globale Studie, die erkennbare Entwicklungen von den Frauenanteilen in den Medien liefert und alle bedeutenden, reichweitenstarken Medien der beteiligten Länder untersucht. Das Projekt ist als Langzeitstudie aufgebaut und bietet somit komparative Werte im Rhythmus von fünf Jahren. Für nähere Informationen ist es empfehlenswert die Internetseite zu besuchen. Hier können Ergebnisse, Methoden, Anleitung für die Benutzung der Kategoriensysteme, sowie Kodierer der jeweiligen Länder genau betrachtet werden.

Die globalen Ergebnisse, aber auch die Ergebnisse aus Deutschland und Österreich zeigen, dass Frauen in etwa in 24% aller Fälle als Subjekte in den Nachrichten vorkommen. Die Entwicklung zeigt aber auch, dass Nachrichten über Frauen prozentual steigen. So lag der durchschnittliche Wert 1995 bei 17%, 2000 bei 19%, 2005 bei 21% und 2010 bei 24%. Der stärkste Anstieg ist hierbei im Bereich der Printmedien festzustellen.[7]

[6] Erstmals wurde die Untersuchung am 18.01.1995 durchgeführt. Hierbei beteiligten sich 71 Länder, verteilt über alle Kontinente. Es wurden über 50.000 Einheiten codiert. Die Länderbeteiligung ist seitdem gewachsen und die Untersuchungen immer umfangreicher geworden. Vgl. hierfür: http://www.whomakesthenews.org/gmmp-background.html

[7] Vgl. GMMP Key Findings, http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/highlights/highlights_en.pdf (Zugriff am 22.04.2012)

Abbildung 1: Global Media Monitoring Project, Übersicht über zentrale Ergebnisse

Key Findings	1995		2000		2005		2010	
	%Women	% Men	%Women	% Men	%Women	% Men	%Women	% Men
News subjects								
News Subjects	**17**	**83**	**18**	**82**	**21**	**79**	**24**	**76**
Main Story Topics:								
Celebrity, Arts & Sport	24	76	23	77	28	72	26	74
Social & Legal	19	81	21	79	28	72	30	70
Crime & Violence	21	79	18	82	22	78	24	76
Science & Health	27	73	21	79	22	78	32	68
Economy	10	90	18	82	20	80	20	80
Politics & Government	7	93	12	88	14	86	19	81
Function in Story:	**N/A**	**N/A**	**N/A**	**N/A**				
Popular Opinion					34	66	44	56
Personal Experience					31	69	36	64
Eye Witness	N/A	N/A	N/A	N/A	30	70	29	71
Subject					23	77	23	77
Expert					17	83	20	80
Spokesperson					14	86	19	81
Occupation:	**N/A**	**N/A**						
No stated occupation			44	56	42	58	41	59
Celebrity			45	55	42	58	41	59
Education, health			24	76	27	73	31	69
Activist, NGO	N/A	N/A	24	76	23	77	34	66
Government employee			12	88	17	83	17	83
Sports			9	91	16	84	11	89
Business/law			11	89	14	86	16	84
Politician			10	90	12	88	17	83
% Portrayed as Victim	29	10	19	7	19	8	18	8
% Identified by Family Status	N/A	N/A	21	4	17	5	18	5
% In Newspaper Photographs	N/A	N/A	25	11	23	16	26	17

Die Untersuchungen im Rahmen des GMMP zeigen, dass Frauen weltweit eher selten in den so genannten „harten“ Ressorts wie Politik (14%) oder Wirtschaft (20%) zu finden sind.[8] In den „weichen“ Themengebieten wie Kultur oder Gesundheit sind sie dagegen überdurchschnittlich häufig zu finden.

Im Folgenden sollen einige weitere zentrale Befunde dieser umfangreichen Studie stichpunktartig dargestellt werden:

<u>Frauen als Subjekte in den Nachrichten:</u>

- Nur in 24% aller Nachrichten kommen Frauen vor.
- In 18% aller Nachrichten werden Frauen als Opfer porträtiert, Männer dagegen nur in 9%.
- Frauen sind in fast allen Berufsgruppen unterrepräsentiert, ausgenommen in der Kategorie Hausfrau und Student. Medien zeigen somit eine Welt, in der Frauen kaum als Teilnehmer der Arbeitswelt vorkommen.
- Altersangaben kommen bei Frauen doppelt so häufig vor wie bei Männern.
- Der Familienstand von Frauen wird 4-mal so oft angegeben, wie der von Männern.

[8] Vgl. GMMP Global Report, http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/highlights/highlights_en.pdf (Zugriff am 22.04.2012)

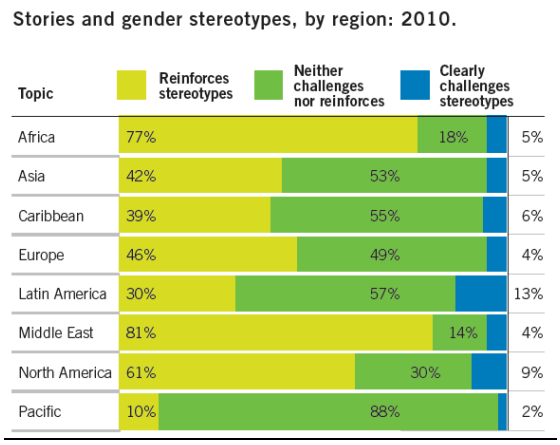
Frauen als Reporter und Präsentator von Nachrichten:

- 2010 zeigten sich für 37% aller untersuchten Nachrichten aus Fernsehen, Radio und Zeitung weibliche Reporter verantwortlich. Die Zahl ist identisch mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2005.
- 52% der Nachrichten im Fernsehen und 45% der Nachrichten im Radio werden von Frauen präsentiert.
- Nachrichten, die von Frauen gemacht werden, enthalten mehr weibliche Akteure als Nachrichten die von Männern gemacht werden.

Geschlechterstereotype in den Nachrichten:

- 6% aller Nachrichten thematisieren Geschlechtergleich- oder Ungleichheiten.
- 46% aller Nachrichten bestätigen Geschlechterstereotype, nur 6% aller Nachrichten fechten Geschlechterstereotype an.
- Nachrichten von weiblichen Reporten stellen häufiger Geschlechterstereotype in Frage als Nachrichten von männlichen Reportern.[9]

Abbildung 2: Stereotype in der globalen Berichterstattung



Die Abbildung verdeutlicht, dass die Berichterstattung über Frauen auch in Europa noch nicht als gleichberechtigt angesehen werden kann.

[9] Vgl. GMMP: Global Report, S.8 ff.
http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_en.pdf, (Zugriff am 22.04.2012)

2.4 Deutsche Printmedien im Vergleich

Ausgehend von den Ergebnissen des GMMP führte Jutta Rösler an der Universität Lüneburg eine umfassende Analyse deutscher Printmedien durch. Im Fokus der Untersuchung standen die Hauptartikel aus elf deutschen Tageszeitungen („Frankfurter Rundschau“, „Die Welt“, „Die Tageszeitung“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, „Berliner Zeitung“, „Leipziger Volkszeitung“ , „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, „Bild“, „Handelsblatt“, „Due Netzzeitung“) innerhalb einer künstlichen Woche im Zeitraum von November 2004 bis Februar 2005.[10]

Die Untersuchung ergab einen Frauenanteil von 18 % in den Nachrichten. Die Qualitätszeitungen lagen tendenziell eher unter diesem Durchschnitt (TAZ bei 15 %, FAZ bei 12%). Über dem Durchschnitt von 18 % sind die regionalen Zeitungen gewesen. Der Anteil von Frauen auf dem Titelblatt fiel mit 16 % im Durchschnitt sogar noch geringer aus, so dass Rösler in ihrer Untersuchung zu der Annahme kommt, dass der Anteil der Frauen desto geringer ist, je prominenter die Platzierung ist.[11]

Die Werte der Zeitung „Bild“, die einen überdurchschnittlichen Wert von 35 % aufweisen, flossen bei Röslers Untersuchung nicht in den ermittelten Durchschnittswert. Denn der hohe Frauenanteil in der Bildzeitung erklärt sich anhand der vielen Nacktmodelle oder spärlich bekleideter Frauen auf den Titelseiten.

Rösler untersuchte auch, in welchem Themenkontext über Frauen berichtet wurde und bestätigt die Ergebnisse von GMMP. Insgesamt lag der Anteil von weiblichen Akteuren besonders bei sozialen (28%) und gesellschaftlichen (30%) Themen sowie bei „Show- und Medienprominenz“ (26%) sehr hoch. Wesentlich seltener wird über Frauen in Hauptartikeln zu den Themen Außenpolitik (12%), Wirtschaftspolitik (10%) und Sport (5%) berichtet. Rösler betont, dass es besonders auffällig ist, dass Frauen in den Berichten über internationale Themen und Ereignisse fast gar nicht vorkommen.[12]

In weiterer Folge untersuchte Rösler, über welche Frauen in den Zeitungen berichtet

---

10 Rösler 2006, S.27ff.

11 Vgl. Rösler 2006, S.29ff.

12 Vgl. ebd. S.32

wurde. Im Fokus des Forschungsinteresses stand hierbei die Frage, ob die verschiedenen Zeitungen über dieselben Frauen berichteten. Die Befunde belegen, dass der Großteil der Frauen, nämlich 82 %, nur ein einziges Mal in einer Berichterstattung auftauchen.[13] In den verschiedenen Zeitungen wurde also über unterschiedliche Frauen berichtet. Es gibt nur wenige Frauen, die in allen der untersuchten Zeitungen vorkommen.

Rösler zog daraus den Schluss, dass es zwar viele Frauen gibt, die „nachrichtenwürdig" sind und über die berichtet wird, es jedoch auch Zufall sei, ob diese Beachtung finden oder nicht. In weiterer Folge glaubt sie nicht daran, dass fehlende Spitzenfrauen in unserer Gesellschaft der Grund für die Unterrepräsentation der Frauen in den Medien sind.[14]

2.5 Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen

Eine weitere aktuelle Studie stammt von Melanie Margin und Birgit Stark und wurde 2010 im Fachmagazin „Publizistik" unter dem Titel „Mediale Geschlechterstereotype, eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen" veröffentlicht. Die beiden Forscherinnen untersuchten Tageszeitungen der Länder Deutschland, Österreich und Schweiz.

Die von der konstruktivistischen Geschlechterforschung inspirierte Untersuchung möchte klären, wie Männlichkeit und Weiblichkeit in den heutigen Medien konstruiert wird. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen stereotype Merkmale, die männlichen und weiblichen Akteuren von Massenmedien zugesprochen werden. Die Studie betrachtet das Feld Genderforschung aus einem neuen Blickwinkel, da sie erstmals Akteure aus unterschiedlichen Themenbereichen erfasst, gleichzeitig aber auf die Messung dichotomer Geschlechterattribute verzichtet. Es ist eine komparative Perspektive gewählt worden.

Die Befunde der Studie belegen erneut, dass Frauen quantitativ unterrepräsentiert sind.

„Nur 17 % der insgesamt vorkommenden 5.665 Personen und 18 % der 1.890 zentralen, also ereignistragenden Akteure sind weiblich. Im Ländervergleich variiert dieses Ergebnis leicht, der Frauenanteil an den zentralen Akteuren beträgt 14 % in den

---

13 Vgl. ebd. S.35 f.

14 Vgl. Schrutek 2010, S.22

österreichischen, 17 % in den Schweizer und 22 % in den deutschen Zeitungen. Die Anteile sind vergleichbar mit denen, die im internationalen Global Media Monitoring Project (GMMP) für das Jahr 2005 festgestellt wurden (Österreich: 11%; Schweiz: 17%; Deutschland: 20%; vgl.GMMP 2005).“[15]

Die Untersuchung bestätigt auch Röslers Ergebnisse, dass in Boulevardzeitungen häufiger über Frauen berichtet wird als in Qualitätszeitungen. Dies hängt jedoch damit zusammen, dass in Boulevardzeitungen bestimmte Themenkomplexe (z.B. Unterhaltung, Gesellschaft) mehr Aufmerksamkeit zugesprochen bekommen.
Ein weiterer Befund, der sich mit den Ergebnissen vorhergegangener Studien deckt, ist die Tatsache, dass über Frauen und Männer stereotyp in bestimmten Themenkontexten berichtet wird. So kommen zum Beispiel 26 % aller Frauen als Hauptakteure in Zusammenhang mit Vermischtem bzw. Chronik vor, dagegen jedoch nur 12 % aller Männer. Ähnlich ist es im Kulturteil, hier kommen 16 % der weiblichen Hauptakteure, aber nur 12 % der männlichen vor. Männer sind dagegen im Sport (18 % gegenüber 6 %) und in der Wirtschaft (11 % gegenüber 5 %) sehr stark repräsentiert.
Bemerkenswert sind die Ergebnisse im Politikteil. Hier treten Frauen (41 %) und Männer (43 %) in fast gleichen Teilen als Hauptakteure auf. Es gibt jedoch starke länderspezifische Unterschiede.
In den österreichischen Zeitungen ist über 43 % der männlichen Hauptakteure in einem politischen Kontext zu lesen, aber nur über 32 % der weiblichen Hauptakteure. In Deutschland gibt es bei Artikeln mit politischem Kontext keinen Unterschied, hier sind es jeweils 45 %. In der Schweiz kommen weibliche Hauptakteure (45 %) prozentual gesehen, sogar häufiger vor als männliche (40 %). Die Autorinnen betonen, dass diese Unterschiede nicht mit den Anteilen an Frauen als Abgeordnete im Parlament und den Regierungsmitgliedern liegen kann, da diese sich in Österreich und Deutschland kaum unterscheiden. Sie kommen zu dem Schluss, dass in Österreich besonders geschlechterstereotyp berichtet wird.[16]

---

15 Magin/Stark 2010, S.393

16 Vgl. ebd. S.393

2.6 Sportwissenschaftliche Untersuchungen

Die ersten sportwissenschaftlichen Untersuchungen zur Konstruktion von Geschlecht in den Medien im deutschsprachigen Raum sind in den 1980er Jahren von Prof. Marie-Luise Klein durchgeführt worden. In ihren Untersuchungen „Goldmädl, Rennmiezen und Turnküken“ (Klein & Pfister 1985) und „Frauensport in der Tagespresse“ (Klein 1986) galten lange Zeit und gelten noch heute als Grundlage für Diskussionen über die mediale Konstruktion der Geschlechterverhältnisse in der deutschen Sportpresse. Bettina Rulofs bezeichnet daher den Forschungsstand der deutschsprachigen Sportwissenschaft zur medialen Darstellung von männlichen und weiblichen Sportlern als defizitär.[17]

Die Untersuchungen von Klein sollen hier nicht weiter ausgeführt werden, da sie beim Verfassen der vorliegenden Arbeit bereits über 25 Jahre alt sind und es aktuellere, deutschsprachige Forschungsarbeiten auf diesem Gebiet, u.a. von Bettina Rulofs gibt.

2.6.1 Bettina Rulofs - Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse?

Bettina Rulofs untersuchte in ihrem 2003 erschienenen Werk „Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse?“ die Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999. Die empirische Analyse umfasste deutsche Tageszeitungen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung, die Tageszeitung, die Welt, BILD-Zeitung) und die Zeitschrift Leichtathletik, eine Fachzeitschrift des Deutschen Leichtathletik Verbands.

Interessant an der Untersuchung ist die Tatsache, dass vom deutschen Leichtathletik Verband eine gleiche Anzahl an Sportlerinnen und Sportlern zu der Veranstaltung geschickt worden ist und beide Geschlechtergruppen zudem eine gleiche Anzahl an Medaillen gewonnen haben. Somit können die sportlich erbrachten Leistungen der deutschen Sportlerinnen und Sportler als ausgeglichen eingestuft werden. Die Ausgangssituation für eine zumindest quantitativ ausgeglichene Sportberichterstattung

[17] Vgl. Rulofs 2003, S.25

kann in diesem speziellen Fall als optimal bezeichnet werden.

Umso interessanter, wenn zugleich nicht unbedingt überraschend, ist die Tatsache, dass Rulofs in ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis kommt, dass Sportlern im Vergleich zu Sportlerinnen mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird. Sowohl hinsichtlich Anzahl und Umfang der Artikel und Fotos, als auch der namentlichen Nennung der Sportler. Die Berichte über Männer wiesen auch einen höheren Einsatz an Aufmerksamkeit erregenden Stilmitteln auf, insbesondere der häufigere Einsatz von Bildmaterial ist auffallend. Insgesamt waren ca. 50 % der Artikel über Sportler, ca. 30 % über Sportlerinnen und in ca. 20 % wurde über Sportlerinnen und Sportler berichtet. Auf den untersuchten Fotos waren in 59 % aller Fälle Männer abgebildet, 37 % zeigten Frauen und 4 % der Fotos zeigten beide Geschlechter. Die Größe der Fotos von Sportlerinnen und Sportlern waren gleich. Diese Ergebnisse bestätigen nicht die Befunde vergleichbarer, vorangegangener Studien.[18] Bezüglich der Präsentation auf den Bildern, lässt sich festhalten, dass Sportlerinnen seltener als Sportler in aktiven Situationen dargestellt werden.[19]

Hinsichtlich der thematischen Schwerpunkte ähnelte sich die Berichterstattung über Männer und Frauen zu einem hohen Grad - ein Ergebnis, das auffällt und sich von vielen vergleichbaren Studien unterscheidet. Sowohl bei Männern als auch bei Frauen stellten Informationen über die sportliche Leistung den thematischen Schwerpunkt der Berichterstattung dar. Themen, die nicht unmittelbar den Sport betrafen, kamen nur in 12 % aller untersuchten Artikel vor, gleichermaßen bei Männern und Frauen. Beschreibungen des Charakters oder der Persönlichkeit kamen in ca. 19 % aller Berichte über Sportlerinnen und in ca. 31 % aller Berichte über Sportler vor. Es scheint, dass in der Sportberichterstattung der Tageszeitungen eher der Charakter der Männer als der der Frauen für relevant angesehen wird.[20]

Beschreibungen über die psychischen Befindlichkeiten kommen in ca. 50 % aller untersuchten Texteinheiten vor, bei Frauen und Männern gleichermaßen. Anders als in den Befunden vorangegangener Studien, ist bei der Berichterstattung über die Leichtathletik WM das Aussehen von Sportlern in 19 % aller untersuchten Einheiten thematisiert worden und somit häufiger als das der Frauen. Das Aussehen der

---

18 Vgl. Ebd., S.98

19 Vgl. ebd., S. 131

20 Vgl. ebd., S.122

Sportlerinnen war in 13 % aller Artikel ein Thema.[21]

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass während der Leichtathletik WM 1999 häufiger über Männer als über Frauen berichtet wurde; die geringere Präsenz von Frauen fällt aber im Vergleich zu anderen Studien weniger drastisch aus. Im Mittelpunkt der Berichterstattung stand die sportliche Leistung, sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen. Eine „Entsportlichung“ und Sexualisierung der Sportlerinnen kann durch die Studie von Rulofs nicht bestätigt werden. Bei den Berichten über Sportler kam es häufiger zu Beschreibungen des Charakters und des Aussehens, als bei denen über Sportlerinnen.

2.7 Zusammenfassung

Die dargestellten Befunde sowie die Sichtung weiterer, verschiedener internationaler Studien (Klein 1986,Schulz 1995, Duncan/Messner 1995, Wernecken 2000) lässt sich wie folgt zusammenfassen:

Die meisten Studien, die sich mit der Darstellung von Geschlecht in den Massenmedien befassen, untersuchen die Präsenz der beiden Geschlechter in den Medien und sind somit dem Ansatz der egalitätsorientierten Geschlechterforschung zuzuschreiben. Es bestätigt sich medienübergreifend, länderübergreifend und zu verschiedenen Zeitpunkten der Studien der Befund der geringeren Medienpräsenz von Frauen im Vergleich zu Männern. Die Unterrepräsentation von Frauen in den Medien variiert in Abhängigkeit von Ressorts und Themen. Frauen kommen besonders in den Bereichen Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Sport auffallend selten vor, in den Themenbereichen Kultur und Unterhaltung, Lokales und Prominenz sind sie dagegen häufiger vertreten.

Die Ergebnisse verschiedener Studien zeigen auf, dass vor allem im Bereich des Sports Männer anders dargestellt werden als Frauen. Bei Frauen wird auffallend häufig ein Bezug zu ihrem privaten Lebensumfeld und ihrem Beziehungsstatus hergestellt.

[21] Vgl. Rulofs 2003, S.128

3. Forschungsinteresse

Die Grundhaltung und die Blattlinie von Zeitungen spiegeln sich in den abgedruckten Inhalten wieder. Schon 1986 konnten Klein und Pfister in der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung eine stärkere Stereotypisierung der Geschlechter nachweisen als in qualitativ hochwertigeren Tageszeitungen.[22] Es lässt sich vermuten, dass die Geschlechterdifferenzierung in der Berichterstattung in den hier untersuchten Medien, der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, unterschiedlich ausfällt. Es soll überprüft werden, wie die Akteurinnen der Frauenfußball-WM von Qualitäts- und Boulevardpresse dargestellt werden. Ziel der Untersuchung ist es, die medienspezifischen Besonderheiten der analysierten Zeitungen in der Berichterstattung über Frauensport herauszuarbeiten und möglichst detailliert wiederzugeben.

Die vorliegende Untersuchung geht unter Berücksichtigung der Befunde vorangegangener Studien von der Annahme aus, dass Geschlechter in den Sportmedien stereotyp präsentiert werden. Ausgehend von dieser Annahme soll in dieser Arbeit untersucht werden, wie sich die Sportberichterstattung über Frauen in der Boulevardzeitung bzw. Qualitätszeitung verhält. Es wird in dieser Arbeit untersucht, wie die Sportlerinnen im Fall der Frauenfußball-WM 2011 im Einzelnen dargestellt werden. Sport, und Fußball im Besonderen, zeichnet sich häufig durch Attribute wie Stärke, Aktivität und Durchsetzungsvermögen aus. Solche klassischen Attribute, die mit Sport in Verbindung stehen, lassen sich nur schwer mit stereotypen Vorstellungen von Weiblichkeit in Verbindung bringen. Dennoch demonstrieren Sportlerinnen genauso wie ihre männlichen Kollegen solche Eigenschaften. Eine herkömmliche Differenzordnung der Geschlechter muss in der Sportberichterstattung hinterfragt werden.
Aktuelle Ergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Genderforschung lassen vermuten, dass die Medien auch im Bereich des Sports eine mediale Realität konstruieren, die traditionelle Geschlechterkonstrukte bestätigt. Sportlerinnen werden grundsätzlich seltener thematisiert und die erbrachten sportlichen Leistungen anders beurteilt als die der männlichen Sportler. Es ist erwiesen, dass Frauen häufiger in privaten und unterhaltsamen Kontexten

[22] Vgl. Klein/Pfister 1985, S.45 ff.

dargestellt werden.[23]

In der deutschsprachigen Geschlechterforschung existiert keine Studie, die sich mit der Darstellung der Sportlerinnen der Frauenfußball-WM 2011 in den Medien befasst. Die vorliegende Untersuchung möchte diese Forschungslücke schließen und Prinzipien der Konstruktion von Geschlechtern in den Medien thematisieren.
Hierzu wird das Forschungsinteresse in Kategorien unterteilt, zu denen jeweils Hypothesen formuliert worden sind, die auf der Grundlage der Befunde vorangegangener Studien basieren.

3.1 Raumanalyse

Eine Raumanalyse soll Aufschluss darüber geben, inwieweit sich die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM mit Text- und Bildeinheiten in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung unterscheidet. Hierdurch lässt sich feststellen, welcher Stellenwert dem Frauensport in den jeweiligen Zeitungen beigemessen wird. Wie bereits erklärt wurde, sind Frauen in der Sportberichterstattung unterrepräsentiert. Daher eignet sich ein reines Frauensportereignis um die Quantität und Qualität der analysierten Zeitungen in Bezug auf die Berichterstattung über Frauensport zu untersuchen.
Die Untersuchung der Platzierung der Artikel ermöglicht Rückschlüsse auf den Grad der Beachtung von Frauensport in der jeweiligen Zeitung. Es wird von der Annahme ausgegangen, dass der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mehr Raum zur Verfügung gestellt und die Artikel besser platziert sind als in der BILD-Zeitung. Folgende Hypothesen sind formuliert worden:

Hypothese 1: Es wird erwartet, dass die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mehr Raum erhält als in der BILD-Zeitung.

Hypothese 2: Es wird erwartet, dass die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung besser platziert ist als in der BILD-Zeitung.

[23] Vgl. Kap.2 bzw. Kap.6

3.2 Geschlechterverhältnis zwischen den Akteuren

In dieser Kategorie soll untersucht werden, wie das quantitative Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM ist.
Hierbei wird zwischen Nebenakteuren und Hauptakteuren unterschieden. Hauptakteure spielen eine bedeutende Rolle in dem jeweiligen Artikel. Wie bereits im vorangegangen Kapitel dargestellt wurde, ist es empirisch bewiesen, dass auch in der Sportberichterstattung männlichen Akteuren mehr Raum eingeräumt wird und ihnen oftmals eine wichtigere Rolle zugesprochen wird. Es soll untersucht werden, wie häufig Männer in der Berichterstattung über ein Frauensportereignis erwähnt werden und wie häufig sie in den Artikeln eine tragende Rolle einnehmen. Aufgrund vorangegangener Studien lässt sich vermuten, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung Männer quantitativ häufiger vorkommen und auch häufiger als Hauptakteure in Erscheinung treten. Es sind folgende Hypothesen aufgestellt worden:

Hypothese 3: Es wird erwartet, dass die BILD-Zeitung in ihrer Berichterstattung über die Frauenfußball-WM mehr männliche Akteure platziert als die Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Hypothese 4: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung mehr männliche Hauptakteure vorkommen als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

3.3 Human Interest in der Berichterstattung

„Human Interest“ kann als ein Nachrichtenfaktor im Sportjournalismus bezeichnet werden, der die menschlichen Aspekte in der Berichterstattung von Ereignissen beschreibt. Beim Sport sind dies z.B. private bzw. alltägliche Lebensumstände und Zusammenhänge, die Einblick in die Persönlichkeit der Sportler liefern. Unterhaltende

und boulevardisierende Elemente sind Teil der Sportberichterstattung, um diese *„facettenreicher und unterhaltsam erscheinen zu lassen“*[24] Neben den sportlichen Ereignissen und Leistungen der Akteure, sind somit häufig auch außersportliche Elemente in der die Berichterstattung eingebettet. Hierbei wird zumeist das Privatleben der Sportler skizziert, ihre Gefühle und ihre Psyche werden analysiert und weitere Teile ihrer Persönlichkeit durchleuchtet. Auch das Aussehen der Sportler spielt hier häufig eine Rolle. Vorangegangene Studien konnten beweisen, dass solche Aspekte der Berichterstattung zumeist bei weiblichen Sportlern angewendet werden. Das Privatleben der Sportlerinnen ist häufiger Teil der Berichterstattung als das der Sportler. Es soll untersucht werden, ob diese Befunde noch immer aktuell sind und inwieweit diese Inszenierungselemente bei der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM von BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung angewendet worden sind. Für die Untersuchung von Geschlechterkonstruktion in den Medien erscheint dieser Sachverhalt wichtig, da die Berichterstattung über das sogenannte „Human Interest“ als eine Art Ablenkung von den tatsächlich erbrachten sportlichen Leistungen verstanden werden kann. Wird ein Schwerpunkt in der Berichterstattung auf private bzw. nicht sportbezogene Elemente gelegt, so wird die Sportlerin in einen privaten und unterhaltsamen Kontext gerückt, der von den eigentlich erbrachten sportlichen Leistungen ablenkt.[25] Es ist zu erwarten, dass diese Art der Berichterstattung verstärkt in der BILD-Zeitung wiederzufinden ist. Dennoch ist es für das Verständnis von Geschlechterkonstruktion von Bedeutung, inwiefern Qualitätsmedien bei der Darstellung von Sportlerinnen Gebrauch von boulevardisierenden Elementen machen. Folgende Hypothesen sind diesbezüglich aufgestellt worden:

Hypothese 5: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung das Aussehen der Sportlerinnen häufiger thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Hypothese 6: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung der Beziehungsstatus der Sportlerinnen häufiger thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

[24] Rulofs S.47
[25] Vgl. Rulofs 2003, S.47

Hypothese 7: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger ein Bezug zur Familie der Sportlerinnen hergestellt wird als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Hypothese 8: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger die Sexualität der Sportlerinnen thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

3.4 Machtverhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren

Es soll untersucht werden, wie oft männliche Akteure Teil der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM sind und welche Rolle diesen Akteuren zugeteilt wird. Es soll die Frage geklärt werden, ob es ein Machtgefälle zwischen männlichen und weiblichen Akteuren gibt. Es lässt sich vermuten, dass Männern in der Boulevardpresse mehr Macht zugesprochen wird als in der Qualitätszeitung. Es soll der Frage nachgegangen werden, ob in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM eine klassische Rollenverteilung stattfindet, ob auch weibliche Akteure in Machtpositionen dargestellt werden und welche Machtstrukturen zwischen den Geschlechtern in der BILD-Zeitung und in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zu finden sind. Hierfür sind folgende Hypothesen formuliert worden:

Hypothese 9: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM männliche Akteure häufiger in einer Machtposition dargestellt werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Hypothese 10: Es wird erwartet, dass es in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger zu einem Machtgefälle zwischen männlichen und weiblichen Akteuren kommt als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

3.5 Beurteilung der Leistungen

Ein wichtiges Element der Sportberichterstattung ist die Orientierung an Leistung und Erfolg und deren Beurteilung. Es soll untersucht werden, wie die sportlichen Leistungen der Athletinnen in den einzelnen Artikeln bewertet werden. Es lässt sich vermuten, dass in der Qualitätszeitung eine kritischere Auseinandersetzung mit den erbrachten sportlichen Leistungen der Sportlerinnen erfolgt als in der Boulevardpresse. Das bedeutet, es soll untersucht werden, ob Leistungen häufiger positiv und negativ bewertet werden. Des Weiteren soll untersucht werden, in welchen Bereichen die beurteilten Leistungen erbracht werden. Hierfür sind folgende Hypothesen formuliert worden:

Hypothese 11: Es wird erwartet, dass die Leistungen der weiblichen Hauptakteure in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger negativ beurteilt werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung

3.6 Die Darstellung der Sportlerinnen auf Fotos

Die Darstellung auf Bildern, besonders die Inszenierung des Körpers, ist ein Bestandteil bei der Konstruktion von Geschlechtern in der Berichterstattung. In vorangegangene Studien konnte festgestellt werden, dass die Körper von Frauen und Männern in der Sportpresse, insbesondere bei fotografischen Inszenierungen, different dargestellt werden.[26] Bei männlichen Sportlern werden oft die Attribute Größe, Kraft und Athletik betont, bei weiblichen Sportlerinnen häufig das Aussehen und eine erotische Ausstrahlung. Es soll der Frage nachgegangen werden, wie sich die Darstellung von Sportlerinnen in Boulevard- und Qualitätsmedien unterscheiden. Hierfür sind folgende Hypothesen formuliert worden:

Hypothese 12: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung mehr Männer abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

[26] Vgl. Kap. 6.

Hypothese 13: Es wird erwartet, dass die Sportlerinnen auf den Fotos der BILD-Zeitung häufiger in passiven Situationen dargestellt werden und in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung häufiger in aktiven Situationen.

Hypothese 14: Es wird erwartet, dass die weiblichen Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung häufiger in privatem Kontext abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Hypothese 15: Es wird erwartet, dass die weiblichen Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung häufiger in sexualisierten Posen abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

3.7 Thematisierung von Geschlechterstereotypen in der Sportberichterstattung

Wie bereits beschrieben worden ist, werden Frauen in den Medien in einem anderen Kontext dargestellt als Männer. In der Berichterstattung über Frauen steht oft das Private über dem Öffentlichen. Privatleben, Gefühle und Persönlichkeit werden bei weiblichen Akteuren stärker thematisiert als bei männlichen Akteuren. Frauen werden von den Medien stärker als Privatpersonen inszeniert und auch psychologische Aspekte erscheinen häufiger in der Berichterstattung über Frauen. Auch Aussehen bzw. äußeres Erscheinungsbild und Sexualität sind häufiger ein Thema. In der vorliegenden Arbeit sollen stereotype Darstellungsmuster und geschlechterstereotype Kontexte in der Berichterstattung über Frauensport herausgearbeitet und untersucht werden. Die Inhaltsanalyse der Artikel soll untersuchen, inwieweit von den Journalisten Geschlechterstereotype ganz bewusst thematisiert werden. Frauenfußball hat noch immer mit Ressentiments zu kämpfen und ein Ereignis wie die Frauenfußball-WM bietet den Zeitungen die Gelegenheit, gezielt gängige Geschlechterstereotype zu thematisieren und eine kritische, aufklärerische Berichterstattung zu liefern. Es soll die Frage beantwortet werden, wie die Zeitungen in ihrer Berichterstattung Geschlechterstereotype inhaltlich behandeln. Schaffen sie es durch ihre Berichterstattung Stereotype abzubauen oder

werden klassische, stereotype Ansichten noch weiter verstärkt. Es lässt sich vermuten, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung diese Thematik kritischer auffasst und in der BILD-Zeitung eher klassische Stereotype bedient werden. Folgende Hypothesen sind formuliert worden:

Hypothese 16: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung häufiger Geschlechterstereotype in Frage gestellt werden als in der BILD-Zeitung.

Hypothese 17: Es wird erwartet, dass in der BILD-Zeitung häufiger Aussagen getätigt werden, die Geschlechterstereotype bestätigen, als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

4. Die soziale Konstruktion von Geschlecht

In unserer Gesellschaft bedeutet die Zugehörigkeit zu einem Geschlecht mehr als ein individuelles Merkmal einer jeden Person. Dem männlichen oder weiblichen Geschlecht anzugehören bedeutet (noch) immer einen bestimmten Platz in unserer Gesellschaft einzunehmen, unter bestimmten Bedingungen. Denn Frauen und Männer nehmen in Politik, Gesellschaft oder Wirtschaft unterschiedliche Rollen ein. Männern wird hierbei meist die öffentliche Ebene zugestanden, Frauen werden oftmals auf eine private Ebene reduziert. Weiblichen Leistungen wird häufig weniger Beachtung geschenkt, sie erhalten erwiesenermaßen eine geringere öffentliche Wertschätzung und sind auf der Entscheidungs- und Machtebene kaum vertreten.

Häufig kommen uns diese Unterscheidungen als natürlich gegeben vor. Aber sind sie das tatsächlich? Sind gesellschaftliche Ungleichheiten zwischen Mann und Frau allein mit der Begründung von biologischen Unterschieden zu erklären? Sind diese natürlich gegebenen Unterschiede nicht viel mehr ein Konstrukt unserer Gesellschaft, in der wir von Kindertagen an unterschiedliche Verhaltensweisen und Eigenschaften gelehrt und präsentiert bekommen? Sind sie nicht vielmehr schon so verinnerlicht und manifestiert,

dass sie uns als natürlich gegeben erscheinen?
Die Erkenntnis, dass Geschlechterrollen nur soziale Konstrukte sind, ist daher als wichtig zu erachten, da uns dieser Standpunkt die Möglichkeit offen legt, gesellschaftlich konstruierte Unterschiede zu erkennen und zu durchbrechen.

4.1 Die Gender Debatte

In den 1960er und frühen 1970er Jahren entstand in der feministischen Sozialwissenschaft ein Denkmuster, das eine Unterscheidung zwischen den Begriffen Sex und Gender vornahm. Dies war die Grundlage für konstruktivistische Geschlechtertheorien, die sich in den kommenden Jahren zum zentralen Paradigma der sozialwissenschaftlichen Genderforschung entwickeln sollten. Es entstand der Denkansatz, dass die Geschlechter nicht aufgrund ihrer Biologie wie Mann und Frau agierten, sondern dass Geschlecht auch immer sozial geprägt ist.

In der englischen Sprache gibt es zwei Möglichkeiten den Begriff „Geschlecht“ zu übersetzen, nämlich mit „sex“ und „gender“. Eine Differenzierung zwischen diesen beiden Begriffen ist für das Verständnis der Gender Debatte und als Basis für das Verständnis von feministischen Theorien unabdingbar. Erstmals wurde eine Unterscheidung der Begriffe im Jahre 1975 von Rubin in den feministischen Diskurs eingebracht. Das Bemühen, das biologische Geschlecht (sex) von seiner gesellschaftlichen Interpretation (gender) zu lösen, entstand aus feministischen Motivationsgründen.[27]

„Sex“ bezeichnet die körperlichen Geschlechtsmerkmale und damit verbundene körperliche Funktionen. Bei dem Begriff „Sex“ wird zwischen primären und sekundären Geschlechtsmerkmalen unterschieden. Als primäre Geschlechtsmerkmale werden die angeborenen Geschlechtsmerkmale bezeichnet. Sekundäre Geschlechtsmerkmale müssen sich erst entwickeln.
Der Begriff „Gender“ führt nun noch eine dritte Ebene, die tertiären Geschlechtsmerkmale, ein. Tertiäre Geschlechtsmerkmale beschreiben die

[27] Vgl. Moser 2003 , S.224 f.

kulturspezifischen, sozialen und sich in bestimmten Verhaltensmustern äußernden Geschlechtsmerkmale.

„Das biologische Geschlecht (Sex) bezeichnet den biologischen Unterschied zwischen weiblichen und männlichen Körpern. Das soziale Geschlecht (Gender) bezeichnet die gesellschaftlichen Geschlechterrollen – die Vorstellungen und Erwartungen darüber, wie Frauen und Männer sind bzw. sein sollen. Weibliche und männliche Rollen ändern sich im Laufe der Zeit und sind sowohl innerhalb als zwischen den Kulturen sehr unterschiedlich.“ [28]

Gender, das soziale Geschlecht, ist im Gegensatz zum biologischen Geschlecht erlernt und bietet somit die Möglichkeit einer Veränderung.

In den 1980er Jahren hat sich der Diskurs um Geschlecht als soziale Kategorie weiter verändert und ist radikaler geworden. Nun werden oftmals auch die biologischen Merkmale der Geschlechter als soziale Konstruktionen verstanden. Hieraus entwickeln sich die Ansätze der konstruktivistischen Geschlechtertheorien, die im weiteren Verlauf dieser Arbeit näher erläutert werden(Vgl. hierzu Kap. 4.1.3).

Des Weiteren wird die Zugehörigkeit zu einem Geschlecht als interaktiver Prozess beschrieben, an dem die Individuen selbst Teil haben. Hatte man zuvor Geschlechterkategorien primär nach rein biologischen Merkmalen definiert, hat sich nun die Vorstellung etabliert, dass Geschlecht ein soziales Konstrukt ist. Dieser Vorstellungswandel ist deshalb so bedeutend, weil er sich aus dem Alltagsverständnis heraus nur schwer ableiten lässt und einer der Kernpunkte der modernen konstruktivistischen Geschlechtertheorien darstellt.[29]

„Die Zugehörigkeit zu einer von zwei Geschlechtergruppen wird als natürlich wahrgenommen, sie ist aber ein Effekt eines fortwährenden Klassifikationsvorganges, der sozial, kulturell und historisch bedingt ist.“[30]

---

28 Bergmann/Pimminger 2004, S.18

29 Rulofs 2003, S.4

30 Rulofs 2003, S.4 f.

4.2 Die Zweigeschlechtlichkeit als eine soziale Konstruktion

In den meisten Kulturen und auch in unserer Gesellschaft ist die Unterscheidung und somit die Klassifizierung nach Geschlechtern selbstverständlich. Unsere Gesellschaft ist ein System der Zweigeschlechtlichkeit, in dem es für Frauen und Männer verschiedene Lebensumstände und Entfaltungsmöglichkeiten gibt.[31]

Unmittelbar nach der Geburt werden Babys als männlich oder weiblich klassifiziert. Dies ist sogar dann der Fall, wenn sie mit zweideutigen Genitalien zur Welt kommen. In der westlichen Welt, mit modernen medizinischen Möglichkeiten, müssen die Eltern in einem solchen Fall ihr Kind einem Geschlecht zuordnen und einer Operation unterziehen.

Diese Ordnung der Zweigeschlechtlichkeit entspricht jedoch nicht dem realen Verhaltensrepertoire von Männern und Frauen. Das Verhaltensrepertoire ist nämlich interkulturell variabel und unabhängig vom biologischen Geschlecht (Vgl. Hartmann-Tews, in Konstruktion von Geschlecht im Sport, in Soziale Konstruktion von Geschlecht: Neue Perspektiven der Geschlechterforschung in der Sportwissenschaft, S. 14f.) Als Beispiel, dass auch das System der Zweigeschlechtlichkeit ein soziales Konstrukt ist, führt Bettina Rulofs Kulturkreise an, die auch ein drittes Geschlecht akzeptieren.[32] Dieses Geschlecht kann aus biologischer Sicht als männlich bezeichnet werden, verhält sich sozial jedoch wie eine Frau.

Auch in unserer Gesellschaft gibt es Menschen, die sich nicht klar einem Geschlecht zuordnen wollen oder können und mit dem dritten Geschlecht vergleichbar sind. Transsexuelle oder Transvestiten gestalten ihr Aussehen und ihre Verhaltensweisen so, dass sie nicht klar einem Geschlecht zuzuordnen sind. Sie wechseln zwischen den beiden Geschlechtern.[33]

---

31 Vgl. ebd. S.4

32 Es gibt Volksstämme in Indien und amerikanische Indianer, bei denen Mitglieder des dritten Geschlechts als „Berdachen“ bezeichnet werden.

33 Vgl. ebd. S.5

4.3Die Prinzipien der sozialen Konstruktion von Geschlecht

Der Herstellung von sozialem Geschlecht liegen miteinander verbundene Konstruktionsprozesse zugrunde. Im englischsprachigen Raum ist für diesen Prozess 1991 von West und Zimmermann der Begriff „doing gender“ geprägt worden.
Den meisten deutschen Übersetzungen fehlt es an Deutlichkeit. Gemeint ist mit „doing gender“, dass „*Männlichkeit/Weiblichkeit als Produkte andauernder sozialer Konstruktionsprozesse zu verstehen sind, an denen die Individuen ihren Anteil haben“*.[34]
Das bedeutet, dass *„Geschlecht nicht etwas ist, was wir `haben` oder `sind`, sondern etwas, was wir tun. Begleitend und verwoben mit unserem täglichen Handeln, unserem Umgang mit uns selbst und anderen, stellen wir – meist unbewusst und selbstverständlich, daher umso wirksamer – eine Ordnung der Geschlechtszugehörigkeit her.“*[35]

Die moderne Theorie der Genderforschung ist an die Idee des Konstruktivismus angeknüpft. Es gibt keine Wirklichkeit, diese entsteht erst durch unsere Handlungen. Geschlechter existieren nicht von Natur aus, sondern sie werden konstruiert. Weiblichkeit und Männlichkeit existiert nur dann, wenn Individuen sich in den für das jeweilige Geschlecht typischen Verhaltensmustern präsentieren und dies von der Umwelt auch so wahrgenommen wird.
Geschlecht entsteht durch Interaktion. Das bedeutet, dass sich ein Geschlecht immer durch die Differenz zum anderen Geschlecht erklärt. Dies spiegelt sich in den unterschiedlichen Geschlechterstereotypen wieder. Es ist offensichtlich, dass die klassischen Geschlechterstereotype von Mann und Frau konträre Attribute aufweisen. Diese klassischen, konträren, charakteristischen Eigenschaften von Mann und Frau haben oftmals über kulturelle Grenzen hinaus Bestand.
Eine in 25 verschiedenen Ländern durchgeführte Umfrage von William und Best aus dem

---

34 Bilden 1991, S.290f. zit. nach Rulofs 2003, S.4

35 Hagemann-White 1995, S.183 zit nach Rulofs 2003, S.4

Jahre 1990 kam zu dem Ergebnis, dass Eigenschaften, die als typisch männlich bezeichnet wurden, sich deckten. Genannt wurden hier u.a. Abenteuerlust, Dominanz, Aggressivität, Mut, Aktivität, Unabhängigkeit, Stärke, Weisheit. Eigenschaften, die als typisch weiblich gelten sind: Sentimentalität, Sensibilität, Emotionalität, Attraktivität, Ängstlichkeit, Schwäche, Aberglaube, Herzlichkeit. Die Befunde von William und Best haben bestätigt, dass in verschiedenen Kulturen und in allen 25 untersuchten Ländern ein Kern an Geschlechterstereotypen wiederzufinden ist.[36]

Es ist jedoch in weiteren Studien bewiesen worden, dass der tatsächliche Unterschied zwischen Mann und Frau geringer ist als zumeist vermutet. Psychologische Unterschiede zwischen Mann und Frau sind bei weitem nicht so ausgeprägt, wie es die gängigen stereotypen Annahmen vermuten lassen. Es erweist sich die Variation innerhalb der Geschlechter als größer, als die Differenz zwischen den Mittelwerten für Frauen und Männer. Die klassischen Eigenschaften, die Mann und Frau zugeschrieben werden, sind demnach keine Tatsache, sondern vielmehr ein Ergebnis andauernder sozialer und kultureller Differenzierungsvorgänge zwischen den Geschlechtern. Durch fortwährende Herstellung von Geschlecht, werden die Differenzen erhalten und erscheinen uns als natürlich.[37]

4.4 Die Bedeutung von Sport bei der sozialen Konstruktion von Geschlecht

In diesem Abschnitt soll die Bedeutung des Sports bei der Konstruktion von Geschlechterrollen betrachtet werden.

Im Sport wird strikt zwischen männlich und weiblich unterschieden. Ein Fakt, der schon jedem Kind im Schulalter auffallen dürfte, wenn es z.B. um die Leistungsbeurteilung von Jungen und Mädchen im Schulsport geht. Pfister merkt hierzu an *„die Schule ist als Rädchen im komplexen Getriebe der Sozialisation zum Sport zu verstehen.“*[38]

---

36 Vgl. Magnin/Stark 2010, S.386

37 Vgl. Rulofs 2003, S.7

38 Pfister 2001, S.154

Der ausgeprägte Sozialisationscharakter von Sport in unserer Gesellschaft hat auch in der Geschlechterforschung in den vergangen Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen und ist dort vielfach kritisiert wurde. Guido Zurstiege merkt hierzu an:

„Sport erscheint neben den Sphären Arbeit, Ausbildung, Medien, Erziehung und Beziehung eines der Reproduktionszentren des Geschlechterverhältnisses.“[39]

Das Wort Geschlechterverhältnis beschreibt hierbei schon einen Konflikt in sich. Denn wenn etwas in einem Verhältnis zueinander steht, dann impliziert dies immer die Annahme, dass es einen Unterschied gibt, wie z.B. in verschiedenen Gesellschaftsklassen. Bei derartigen Unterscheidungen steht auch immer die Frage nach Macht und Herrschaftsverhältnissen im Raum.[40]
Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Geschlechterverhältnissen im Sport hat in den letzten Jahren auch in der Sportwissenschaft an Bedeutung gewonnen. Die Disziplin der sportwissenschaftlichen Frauenforschung beschäftigt sich dabei mit der Frage, wie soziale Geschlechterzuschreibungen zu benachteiligten Erziehungspraktiken führen können.
Sport ist immer verbunden mit körperlicher Leistung; sportliche Aktivität bedeutet auch Stärke, Leistungsfähigkeit und Wettkampf. Dies sind Konnotationen, die mit männlichen Stereotypen in Verbindung gebracht werden. Das wiederum führt dazu, dass viele Mädchen und Frauen im Sport nachrangige Positionen erhalten und ihren Entwicklungen und Möglichkeiten der Verwirklichung im Sport häufig eingeschränkt werden. Im Sport wird besonders häufig eine Hierarchie zwischen Mann und Frau hergestellt. Jungs werden von ihren Eltern oftmals häufiger zum Sporttreiben animiert und unterstützt als Mädchen. Rulofs erkennt hierbei einen Konflikt, in dem sich viele Mädchen befinden, denn sie müssen in unserer Gesellschaft ihre Identität zwischen Frau-sein und sportlich-sein entwickeln. Ein Problem, das nicht zu unterschätzen ist, ganz besonders Leistungssportlerinnen betrifft und sich mittlerweile zu einem weiteren Schwerpunkt in der sportwissenschaftlichen Frauenforschung entwickelt hat.[41]

---

39 Zurstiege 2004, S.97

40 Vgl. ebd. S.97

41 Vgl. Rulofs 2003, S.13

Wie sehr unsere Gesellschaft auch im Sport von bestimmten Rollenvorstellungen geprägt ist, zeigt ein Beispiel aus dem Jahr 2010, das in den Medien international für Aufsehen sorgte. Der Sport erscheint aufgrund bestimmter Aspekte besonders stark der Konstruktion von Geschlecht unterworfen. Hierbei spielt nicht zuletzt auch das Regelwerk im Leistungssport eine Rolle, in dem strikt zwischen männlichen und weiblichen Leistungen unterschieden wird. Das bereits beschriebene Modell der Zweigeschlechtlichkeit scheint im gesellschaftlichen Bereich Sport besonders gut zu greifen, da beim Sport die Biologisierung des Geschlechts von besonderer Bedeutung ist. Kommt es beim Sport zu unscharfen Definitionen des Geschlechtes, so bewirkt dies stets einen großen Diskurs in der Öffentlichkeit und führt zu Unsicherheit.

Einen bekannten Fall stellt die erst 18jährige Sportlerin Caster Semenya dar, die im Sommer 2010 Weltmeisterin über 800m wurde. Ihre maskuline Erscheinung sorgte schon kurz nach ihrem Triumph für Schlagzeilen und so ordnete der Leichtathletik-Verband (IAAF) zwei Geschlechtstests an.[42]

Infolgedessen wurde die junge Sportlerin für 11 Monate gesperrt, denn der Verband wusste selber nicht, wie er nun mit den gewonnenen Testergebnissen umzugehen hat. Nach äußeren Merkmalen war Semenya eine Frau und nahm daher auch seit ihrer Kindheit an Wettbewerben für Mädchen teil.

Die IAAF gab in den Pressekonferenzen keine genaueren Begründungen für die Sperre ab. Es drang jedoch die Information zu den Medien durch, dass ihre Testosteronwerte über dem üblichen Niveau für Frauen lagen und der „Daily Telegraph“ berichtete, dass Semenya statt Gebärmutter und Eierstöcken innenliegende Hoden hat.

Foto 1: Caster Semenya (Kleinezeitung am 19.11.2009, Foto: GEPA)

42 http://www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,648412,00.html (Zugriff am 05.03.2011)

Der Leichtathletik-Weltverband war mit dieser Situation schlichtweg überfordert und wusste nicht, wie er mit Erscheinen eines dritten Geschlechts umzugehen hat.[43] Mittlerweile ist Semenyas Sperre wieder aufgehoben worden und sie darf offiziell an Frauenwettkämpfen teilnehmen. Dass die junge Sportlerin und ihre Familie ohne ihr eigenes Zutun öffentlich gedemütigt und sportlich schwer geschädigt wurde, sei an dieser Stelle nur am Rande erwähnt.

5. Genderforschung

In diesem Kapitel soll die Entwicklung der Frauen- und Geschlechterforschung näher betrachtet werden. Es sollen theoretische Ansätze der Genderforschung vorgestellt und Begriffe, die im Laufe dieser Arbeit immer wieder Verwendung finden, geklärt werden. Zunächst soll ein Blick auf die Entwicklung der Genderforschung als Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft geworfen werden.

5.1 Genderforschung in der Kommunikationswissenschaft

Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft kann als kritische Analyse der Geschlechterverhältnisse in Bezug auf sämtliche Forschungsfelder des Fachs verstanden werden. Die Kritik und Forschung richtet sich hierbei einerseits auf den Prozess der öffentlichen Kommunikation in den Gebieten der Produktion, Medieninhalte und Medienrezeption, andererseits auf weitere Teilgebiete der Kommunikationswissenschaft, wie Mediengeschichte, Medientheorien, Öffentlichkeitstheorien, Medienpädagogik und Medienpsychologie. Da die Verhältnisse der Geschlechter in allen Gebieten der öffentlichen Kommunikation wirksam sind, kann feministische Kommunikationswissenschaft nicht als abgrenzbarer Forschungsbereich angesehen werden, sondern er umfasst und überlagert sämtliche kommunikationswissenschaftlichen

43 Vgl. http://www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,712894,00.html (Zugriff am 05.03.2011)

Fragestellungen.[44]

Ein bedeutender Ansatz in der feministischen Kommunikationswissenschaft ist die Frage, wie Frauen in der Realität der Medien ausgeklammert werden. Im Forschungsinteresse steht somit auch die Frage, welche geschlechterspezifischen Stereotypisierungen durch Medien transportiert werden. Ein weiteres häufig untersuchtes Feld der Genderforschung ist die Rolle der Frauen in den Medienorganisationen.

Die Etablierung der feministischen Kommunikationswissenschaft als Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft erfolgte auf zwei Ebenen. Zum einen auf der inhaltlichen Ebene über die Wissensproduktion, die sich durch interdisziplinär ausgerichtete Theorien und Modelle, aber auch durch die Entwicklung eigener Modelle und Theorien etablieren konnte. Zum anderen auf der strukturell/institutionellen Ebene über die Anbindung in den universitären Institutionen .[45]

Wissensproduktion spiegelt sich in inhaltlicher Vielfalt an Fragestellungen, Sichtweisen und methodischen Annäherungen wider. Standen zu Beginn der feministischen Kommunikationswissenschaft noch Fragen nach der medialen Repräsentation von Geschlecht im Mittelpunkt der Forschung, so erweiterte sich das Forschungsinteresse nach und nach. Die Forschung interessierte sich schon bald für Rezeptionsstudien, Internetstudien und weitere Berufsfelder der Kommunikation. Für die Herausbildung einer eigenen Teildisziplin der Kommunikationswissenschaften waren und sind wissenschaftliche Produktionen und Distributionen unbedingt notwendig. Ein Anhaltspunkt für die Entwicklung einer Teildisziplin sind die Veröffentlichungszahlen von Büchern und Artikeln in Fachzeitschriften. Betrachtet man sich diese Zahlen, so ist der Output an Themen über feministische Kommunikationswissenschaft enorm gesteigert worden. Das Themenspektrum von Diplomarbeiten und Dissertationen erstreckt sich mittlerweile von der Journalismusforschung zum Cyberfeminismus, bis hin zur Anwendung feministischer Methoden in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung.

Ein weiteres Indiz für die Etablierung einer neuen Teildisziplin stellen Tagungen und Kongresse dar. So gibt es jährliche Tagungen der „Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in der DGPuK (Deutsche Gesellschaft für Publizistik und

---

44 Vgl. Dorer 2002, S.11

45 Vgl. ebd. S.24 f.

Kommunikationswissenschaft e.V.)“ in Deutschland oder Fachtagungen im Umfeld der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft mit Diskussionen zu Themen wie geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten, Körper und Geschlecht, Frauen und Internet oder auch Identität und Queer-Studies.
Von einer institutionellen Verankerung spricht man, wenn für einen Wissensbereich finanzielle und personelle Ressourcen zur Verfügung gestellt werden und wenn die Teildisziplin in die Lehre und Lehrpläne übernommen wird. Viele deutschsprachige, kommunikationswissenschaftliche Institute verfügen mittlerweile über ein solches Lehrangebot. An der Universität Wien wurden solche Lehrveranstaltungen bereits in den 1980er Jahren angeboten, wenngleich auch von externen Lektoren und Gastprofessoren. 1995 wurden am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft „Gender-Workshops“ eingerichtet, bei denen Lehrende und Studenten zusammentrafen und an strategischen Zielen für feministische Forschung und Lehre arbeiteten.

5.2 Entwicklung der feministischen Kommunikationswissenschaft

Es besteht eine analoge Beziehung zwischen der Disziplin der Kommunikationswissenschaft und dem Feminismus. Aufgrund der Interdisziplinarität wird sie oftmals auch als Teildisziplin des Feminismus bezeichnet.[46] Erste kommunikationswissenschaftliche Arbeiten im deutschsprachigen Raum, die sich näher mit dem Frauenbild in den Medien und den Rollen von Frauen in den Medienbetrieben auseinandersetzen, sind Studien von Erich Küchenhoff (1975) und von Christine Schmerl (1984). Schmerl formulierte zu jener Zeit auch Kritik bezüglich des Forschungsstandes in der deutschsprachigen, kommunikationswissenschaftlichen Frauenforschung:

„Selbst die Mehrzahl der renommierten und anspruchsvollen Medienwirkungsforscher hält es nicht für nötig, eine grundlegende Variable wie `Geschlechtsspezifische Inhalte und Wirkungen von Massenmedien` in ihre Fragestellungen mit einzubeziehen und in ihren dickleibigen Handbüchern und Sammelreferaten abzuhandeln.“[47]

46 Vgl. Dorer 2002

47 Schmerl 1984, S.122

2002 veröffentlichte Johanna Dorer ihren Aufsatz „Entwicklung und Profilbildung feministischer Kommunikations- und Medienwissenschaft“. Hierin spezifiziert und unterscheidet sie drei wesentliche Entwicklungsphasen, die dazu beigetragen haben, dass sich die feministische Kommunikationswissenschaft als eigenständige Teildisziplin etabliert hat.

Bis in die 1980er Jahre setzten sich fast ausschließlich Wissenschaftler aus angrenzenden Fachdisziplinen mit kommunikationswissenschaftlichen, feministischen Fragestellungen auseinander. Wegweisend waren hier insbesondere die von dem Juristen Erich Küchenhoff durchgeführte „Küchenhoff-Studie“ zur Darstellung der Frau im Fernsehen, die Untersuchungen der Psychologin Christiane Schmerl zur Darstellung der Frau in Werbung und Printmedien, sowie umfangreiche Analysen zum geschlechtsspezifischen Sprachgebrauch von Luise Pusch und Senta Trömel-Plötz.

Ab den 1980er Jahren verstärkte sich auch das Interesse der Kommunikationswissenschaftler für bestimmte feministische Themen. 1984 entstand die bis heute wegweisende Studie von Irene Neverla und Gerda Kanzleiter, die erstmals die Rolle der Frauen im Beruf Journalismus untersuchten. In der österreichischen Forschung sei die groß angelegte Untersuchung zur Darstellung der Frau im Fernsehen von Christine Leinfeller angemerkt.

Zu Beginn der 1990er Jahre entwickelte sich die feministische Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum zunehmend zu einer eigenen Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft. Es entstehen Einführungswerke, Bibliographien und eine viel beachtete Aufarbeitung des Forschungsstandes durch Elisabeth Klaus (1998), die oftmals als Standardwerk für die feministische Kommunikationswissenschaft bezeichnet wird. 1991 erfolgt die Gründung der „Fachgruppe Frauenforschung“, eine Institution, die 2001 von der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in „Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ umbenannt worden ist. Somit hielt die Geschlechterforschung auch thematischen Einzug in die Jahrestagungen der DGPuK.[48]

[48] Vgl. Dorer 2002, S.23 f.

5.3 Drei bedeutende Paradigmen der Genderforschung

Gleichheits-, Differenzansatz und der Ansatz des (De)Konstruktivismus sind drei unterschiedliche Perspektiven, von denen aus sich die Kommunikationswissenschaft ihrem Untersuchungsgegenstand nähert.
Elisabeth Klaus spricht in diesem Zusammenhang von drei unterschiedlichen Paradigmen der Wissenschaft, weil sie grundlegenden Einfluss auf die jeweilige Forschungsaktivität nehmen.
In der Kommunikationsforschung führen diese drei Ansätze somit auch zu unterschiedlichen Forschungsfragen und Schwerpunkten, da sie *„unterschiedliche Fragen nach dem Verhältnis von Geschlecht und Journalismus, von Geschlecht und Medien aufwerfen und teilweise andere kommunikationswissenschaftliche Problemfelder bearbeiten.“*[49]
Die Übergänge dieser Paradigmen sind fließend und schließen sich untereinander nicht aus. Klaus betont hierbei, dass die drei unterschiedlichen Ansätze gerade wegen ihrer *„gleichzeitigen Existenz und parallelen Forschungsbemühungen produktiv sind“* und eine gegenseitige *„Kontroll- und Kritikfunktion füreinander wahrnehmen können.“*[50]

Die egalitätsorientierte Frauenforschung oder auch der Gleichheitsansatz setzt an der gesellschaftlichen Ungleichheit der Geschlechter setzt. Hierbei sollen die durch wissenschaftliche Beobachtung bewiesenen Differenzen durch eine so genannte feministische Korrektur aufgehoben werden. Die Forschung erkennt die Verzerrungen in der Realität und kann dann regulierend Ungerechtigkeiten zwischen Mann und Frau auflösen. Die egalitätsorientierte Forschung kritisiert in erster Linie eine unrealistische Darstellung der sozialen Realität in den Medien und eine zumeist unkritische Übernahme dieser Darstellung in der wissenschaftlichen Beobachtung.[51]
Aus der Idee der absoluten Gleichstellung der Geschlechter entwickelte sich die differenzorientierte Frauenforschung. Dieser Ansatz entfernte sich von der Idee der

[49] Klaus 1998, S.16
[50] Ebd. S.16
[51] Vgl. Moser 2003, S. 227

Egalität und davon, dass Mann und Frau als absolut gleich anzusehen seien. Der differenzorientierte Ansatz kritisiert an der egalitätsorientierten Frauenforschung, dass sich diese unkritisch an männlichen Maßstäben orientiere und daher geschlechtsspezifische Unterschiede ignoriere.
Die kommunikationswissenschaftliche, differenzorientierte Frauenforschung befasste sich vor allem mit den Feldern des geschlechtstypischen Mediennutzungsverhaltens und den Berufssphären der Kommunikation. Sie analysiert ökonomische, kulturelle und psychische Faktoren, die Ursache geschlechtlicher Unterschiede sein könnten. Im Zentrum der Forschung steht die *„explizite Berücksichtigung von Unterschieden zwischen den Geschlechtern".*[52]Die Forschung geht der Frage nach, warum Frauen bestimmte Medien rezipieren, bestimmte Medienangebote bevorzugen und welche Rezeptionsstrategien sie verfolgen.[53] Dies waren neue Forschungsansätze der Kommunikationswissenschaft, die zuvor bei Fragen bezüglich der Medienrezeption nicht zwischen den Geschlechterkategorien unterschieden hat.

Im Laufe der neunziger Jahre sind postmoderne, feministische Positionen in Politik und Forschung entstanden und die Kritik an einer differenzorientierten Frauenforschung wurde immer lauter. Denn Frauen haben unterschiedliche Interessen und Identitäten, die sich nur schwer zu einer Einheit zusammenfassen lassen. Welche objektiven Eigenschaften können Menschen zugeordnet werden, die als weiblich klassifiziert werden? Feministische Forscher stellten die Frage, ob es denn tatsächlich spezifische weibliche Erfahrungen gäbe. Der differenzorientierte Ansatz erschienen in diesem Zusammenhang als zu vereinfachend.

Aus der Skepsis heraus und um beobachtungsunabhängige Erkenntnisse gewinnen zu können, entwickelt sich der konstruktivistische und dekonstruktivistische Ansatz in der feministischen Theorie. Die postmoderne Position hinterfragt einen fundamentalen Ansatzpunkt der feministischen Beobachtung: *„Die zentrale Differenz der Forschung, die Unterscheidung der Geschlechter, soll durch ebendiese Forschung aufgelöst werden."*[54] Diese Neupositionierung führte auch zu einer Umorientierung auf politischer Ebene und spiegelt sich auch bei der Entstehung des Feldes Gender Studies wider.

---

52 Moser 2003, S.228

53 Vgl. ebd. S.228

54 Klaus 1998, S.26

Das Bild, dass Frauen eine homogene Einheit bilden, wird aufgelöst und die Forschung orientiert sich *„an der Vielfalt möglicher Identitäten und Prozesse der Geschlechterkonstruktion“*. Die moderne *„Genderforschung konzipiert Geschlecht als Relation männlicher und weiblicher Identitäten im Schnittpunkt vielfältiger gesellschaftlicher Differenzlinien.“*[55]
Geschlechterwirklichkeiten werden bei diesem Ansatz als konstruiert erachtet und Kommunikationsprozesse nehmen bei diesem Vorgang eine fundamentale Rolle ein. Die aktuelle Genderforschung pendelt zwischen empirischen Forschungen und wissenschaftlichen Reflexionen, die die Konstruktion der Geschlechter diskutiert.

Eine genauere Auseinandersetzung mit den theoretischen Grundlagen des Gleichheitsansatzes, Differenzansatz und dem Ansatz des (De)Konstruktivismus folgt im kommenden Kapitel.

5.4 Gleichheits-, Differenzansatz und (De)Konstruktivismus

Viele feministische Theorien unterliegen keiner klaren zeitlichen Abfolge, sondern entwickelten sich vielmehr parallel zueinander. Eine genaue historische Anordnung erweist sich daher als durchaus kompliziert. Um die Debatte um die Konstruktionen von Geschlecht zu verstehen, ist eine Systematisierung der unterschiedlichen Forschungsansätze unerlässlich.

Eine viel beachtete Möglichkeit der Einteilung liefert Elisabeth Klaus (1998), die die feministische Debatte in drei wesentliche Paradigmen unterteilt.
In den folgenden Kapiteln sollen die drei bedeutenden Ansätze der Frauenforschung näher beschrieben werden und im Anschluss die Bedeutung der Ansätze zur Disziplin der Kommunikationswissenschaft dargestellt werden. Die verschiedenen Blickwinkel führen auch zu unterschiedlichen empirischen Fragestellungen.[56]

[55] Moser 2003, S.230
[56] Karwecka 2008, S.31

5.4.1 Der Gleichheitsansatz

Der Fokus des Gleichheitsansatzes liegt auf der Gleichberechtigung von Mann und Frau, der theoretische Hintergrund liegt somit im Liberalismus und war vor allem in 1970er und frühen 1980er Jahren ein populärer Ansatz in der Frauenforschung.[57] Die Betonung dieser Theorie liegt in der Gleichheit zwischen den Geschlechtern. Der Ansatz beruht auf der Annahme, dass das biologische und soziale Geschlecht voneinander getrennt betrachtet werden kann. Ihm liegt die Überzeugung zugrunde, dass alle Individuen die gleichen Rechte und Zugangschancen zu allen Bereichen unseres gesellschaftlichen Lebens haben sollen. Die Differenz zwischen Männern und Frauen im Gleichheitsansatz ist vor allem deshalb gegeben, weil sich Frauen noch nicht in den männlichen Domänen durchsetzen konnten. Eine Unterdrückung des weiblichen Geschlechts kann daher nur beendet werden, wenn das weibliche Geschlecht es schafft, sich die durch Männer geprägten Norme und Werte anzueignen.
Diese Annahme liefert zugleich den Grundstock für die Kritik der nachkommenden Ansätze, denn der Gleichheitsansatz beinhaltet eine Idealisierung des männlichen Geschlechts. Möchten Frauen in unserer Gesellschaft Gleichberichtigung erlangen, so müssen sie sich nach diesem Ansatz den männlichen Vorgaben anpassen und diese übernehmen.[58]

Ausgehend vom Gleichheitsansatz wurden die ersten deutschsprachigen empirischen Geschlechterstudien durchgeführt, die sich besonders mit Medieninhalten und Medienschaffenden befasst haben, wie beispielsweise die bereits erwähnten Forschungsarbeiten von Küchenhoff und Schmerl.
Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht steht beim Gleichheitsansatz die Annullierung und Trivialisierung von Frauen durch Medien im Mittelpunkt der Forschung. Medien wird hierbei eine Rolle als Sozialisationsagenten zugeschrieben, die in der Lage sind, Leitbilder zu entwerfen und Rollenverständnisse vorzugeben. Das Forschungsinteresse liegt hier zumeist bei den medial vermittelten Frauenbildern. Frauen

[57] Vgl. Klaus 1998, S.14
[58] Vgl. Karwecka 2008, S.7

werden in diesem Zusammenhang oft als Opfer eines von Männern dominierten Mediensystems gesehen. Es wird die meist stereotype Darstellung von Frauen in den Medien kritisiert.[59] Eine der wesentlichen Erkenntnisse aus den empirischen Studien, denen der Gleichheitsansatz zugrunde liegt, wird von Klaus wie folgt resümiert:

„Journalistinnen sind eine Minderheit in ihrem Beruf und dort vielfach Diskriminierungserfahrungen ausgesetzt.(…)Medieninhalte spiegeln und verstärken die gesellschaftliche Benachteiligung der Frauen, indem sie Frauen trivialisieren.“.[60]
Zu einem ähnlichen Schluss kommt Christiane Schmerl: *„Insgesamt muß festgehalten werden, daß die Medien nicht nur Frauen unterrepräsentieren und einseitig darstellen, sondern daß insbesondere die positive Darstellung eines menschlichen Frauenbildes nicht stattfindet.“*[61]

Empfehlungen, wie ein befriedigendes Frauenbild in den Medien auszusehen habe, blieben jedoch aus. Vielmehr kam es in dieser Phase, ähnlich wie in anderen Teilfeldern der feministischen Forschung, zu einer Anpassung an das vorherrschende Männerbild. Politisch gesehen hatte dies Frauenförderprogramme, Gleichberechtigungsbeauftragte und die Einführung von Frauenquoten zur Folge.
Bemerkenswert ist, dass die ersten Studien des Gleichheitsansatzes die Grundbasis für eine differenzierte Betrachtungsweise des Verhältnisses von Frauen und Medien schufen. Das dargebotene Machtverhältnis der Medien berücksichtigte jedoch nicht die Rezipientinnen. Die Frau als Rezipientin kam in den damaligen Forschungsaktivitäten quasi nicht vor. Sie erschien als passive Konsumentin, die sich den Medien ungeschützt und unreflektiert ausliefert.
Erst im später aufkommenden differenzorientierten Ansatz der Geschlechterforschung sind Frauen als eigenständig handelnde Gruppen in Erscheinung getreten.[62]
Die Ergebnisse der am Gleichheitsansatz orientierten Studien bringt Klaus aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht wie folgt auf den Nenner:
Journalistinnen sind in ihrem Beruf in klarer Minderheit und sie sind in ihrem Beruf und am Arbeitsplatz oftmals Diskriminierung ausgesetzt.

[59] Vgl. ebd. 2008, S.32
[60] Klaus 1998, S.36

[61] Ebd. 1998, S.35
[62] Vgl. Karwecka 2008, S.32

Medieninhalte spiegeln die Benachteiligung der Frauen durch unsere Gesellschaft wider und verstärken diese noch dazu, indem Frauen trivialisiert werden und ihnen symbolisch ein geringer Wert zugesprochen wird.[63]

5.4.2 Der Differenzansatz

In den 1980er Jahren entwickelte sich ausgehend von der Kritik am Gleichheitsansatz, der als hierarchisch und gewaltförmig angesehen wird,[64] der differenzorientierte Ansatz. Der Differenzansatz hat seinen Schwerpunkt in der Frage nach den Unterschieden zwischen den Geschlechtern. Es stehen nicht länger Defizite und Nachholbedarf des weiblichen Geschlechts im Mittelpunkt, sondern vielmehr werden jetzt die Unterschiede zwischen den Geschlechtern unterstrichen. Blieb im Gleichheitsansatz die Verdrängung und Abwertung des Weiblichen in einem patriarchalen System noch relativ unreflektiert, findet nun eine Aufwertung der weiblichen Andersartigkeit statt. Da Frauen an der Entstehung der menschlichen Gesellschaft durch ihre Mutterschaft maßgeblicher beteiligt sind, haben sie sich in ihrer Entwicklung eine Vielzahl an Kompetenzen angeeignet, die sie gegenüber Männern auszeichnet. So meint z.B. die feministische Philosophin Erika Wisselinck[65], dass Frauen anders denken als Männer, die Folgen ihres Handels klarer bedenken und Unterschiede stärker beachten. Diese besonderen Fähigkeiten der Frauen führt Wisselinck auf die Nähe der Frauen zum menschlichen Leben zurück.[66]

Die Überlegungen des differenztheoretischen Ansatzes basieren somit auf der Annahme, dass es einen realen Unterschied zwischen Mann und Frau gibt, der in der körperlichen bzw. biologischen Ebene zu finden ist. Die These geht davon aus, dass die natürliche Geschlechterdifferenz durch patriarchale Verhältnisse und Sozialisationsprozesse manifestiert wird. Die Gesellschaft werde von Männern dominiert und somit werde Frauen eine untergeordnete Rolle zugewiesen. Ausgehend von dieser Annahme, wird an

63 Vgl. Klaus 1998, S.36

64 Vgl. Karwecka 2008, S.7

65 Wisselinck 1991, S.101 ff. zit. nach Klaus 1998, S.40

66 Vgl. Klaus 1998, S.33

der strikten Polarisierung von männlich und weiblich festgehalten. Die Identität über das weibliche Geschlecht wird als eine Verbindung aller Frauen angesehen und daraus wird die Annahme bestimmter weiblicher Interessenslagen abgeleitet.

Die Forschung konzentriert sich in diesem Zusammenhang somit besonders auf die weiblichen Lebenszusammenhänge und stellt diese in Differenz zu den männlichen.
Die differenzorientierte Forschung macht es sich zur Aufgabe, die unterschiedlichen Formen des Ausdrucks von Mann und Frau herauszuarbeiten und ihre geschlechtergebundenen Kommunikations- und Lebensstile zu beschreiben. Es wird erstmals positiv attribuiert, dass Frauen und Männer unterschiedlich sind und Besonderheiten und Stärken der Frauen werden hervorgehoben.[67] Hartmann-Tews und Rulofs formulieren diese Einsicht folgendermaßen:

„Der Differenzansatz ist von der Einsicht getragen, dass die soziale und kulturelle Fassung von Geschlechtlichkeit im Rahmen der patriarchalen Vergesellschaftung unterschiedliche Stile und Orientierungen der Geschlechter hervorgebracht hat.(...) Studien dieser Art haben in der sportwissenschaftlichen Frauenforschung insbesondere auch den Weg für eine fundierte Anwendung qualitativer Forschungsmethoden geöffnet.“[68]

Die Ergebnisse aus den differenzorientierten Forschungen haben das Ziel der Gleichheit und Emanzipation. Die traditionelle Geschlechterdisposition wird hierbei nicht in Frage gestellt, sondern das Geschlechterverhältnis soll enthierarchisiert werden. Der Ansatz der Differenztheorie richtet sich auf das Verhältnis der Geschlechter. Viele Frauenförderprogramme auf institutioneller Ebene entstanden auf der Basis eines differenztheoretischen Diskurses.
Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht bedeutete dies, dass nun von der Annahme ausgegangen wird, dass Rezipientinnen Medien anders nutzen und Journalistinnen anders arbeiten als Männer.[69] In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung kann in diesem Zeitraum ein Wechsel des Forschungsinteresses weg von der Medienwirkungsforschung hin zur Rezeptionsforschung festgestellt werden. Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses stand nicht länger die Frage danach, was die Massenmedien mit den Frauen machen, sondern vielmehr was Frauen mit und in den

67 Vgl. Prinz 2010, S.10
68 Hartmann-Tews/Rulofs 2004, S.565
69 Vgl. Karwecka 2008, S.32

Massenmedien machen.[70] Es werden in der Forschung somit neue Fragen auf Medieninhalte und Journalistinnen aufgeworfen. Diese lauten nun in etwa: Hat sich das Bild der Frau in den letzten Jahren verändert? Spiegelt sich der gesellschaftliche Wandel im Lebensstil vieler Frauen auch in den Medieninhalten wider? Orientieren sich Journalistinnen bei ihrer Berichterstattung an anderen Kriterien als ihre männlichen Kollegen? Wird von Journalistinnen ein anderer inhaltlicher Akzent gesetzt? Was erwarten Frauen von Medieninhalten? Wie gehen Frauen mit Medienangeboten um?
Mit dem Paradigmenwechsel vom Gleichheitsansatz zum Differenzansatz traten Frauen erstmals bewusst als Rezipientinnen in den Vordergrund. Es kann festgehalten werden, dass die Medienbedürfnisse von Frauen erstmals im Differenzansatz einen bewussten, zentralen Stellenwert in der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung zugesprochen bekamen.[71]

5.4.3 Der (De)Konstruktivistische Ansatz

In den 1990er Jahren häuft sich die Kritik an einem differenzorientierten Ansatz und es lässt sich die Entwicklung postmoderner Ansätze beobachten. Vertreter der Genderforschung kritisierten zunehmend, dass die Differenztheorie den Geschlechterdualismus weiter verstärke.

„Frauen werden jetzt nicht nur im Verhältnis zum Mann als Differenzwesen sichtbar, sondern Differenzierungen zeigen sich auch innerhalb der einstmals homogenen Gruppe der Opfer einer geschlechtsspezifisch strukturierten Gesellschaft.“[72]

Mit dem Aufkommen (de)konstruktivistischer Ansätze kann man von einem Umbruch in der feministischen Theorie sprechen. Im Fokus der Debatte liegt ab nun vielmehr die Differenz zwischen den Frauen als die Differenz zwischen Frau und Mann. Die Kritik des neuen Ansatzes an den bisherigen Denkmustern kann anhand drei wesentlicher Punkte

70 Vgl. Klaus 1998, S.26
71 Vgl Ebd. S.33 ff.
72 Klaus 1998, S.34

festgemacht werden.

Erstens wurde die generelle Homogenisierung der Frau, ein wesentlicher Denkansatz in der Differenztheorie, hinterfragt. Forscher[73] merkten an, dass es multiple Formen der Differenz gäbe. Es stand die Frage im Mittelpunkt, ob tatsächlich eine weibliche Erfahrungswelt existiere, die zu einer weiblichen Wahrnehmung führt, oder ob unterschiedliche Wahrnehmungen von Realitäten nicht viel mehr der Klassenzugehörigkeit, der ethnischen Zugehörigkeit und der sexuellen Orientierung zuzuordnen sind.[74]

Zweitens wurde gefordert, dass Differenzen innerhalb des Geschlechts anerkannt werden. Nach der Kritik der Homogenität der Geschlechterkategorie sollen Differenzen innerhalb eines Geschlechts betont werden. Es wurde also ein Schritt weg von der Homogenisierung der Frau hin zur Anerkennung der Heterogenität gefordert. Zuvor unterdrückte oder nicht beachtete Andersartigkeit (z.B. Homosexualität oder Frauen ethnischer Minderheiten) innerhalb eines Geschlechts sollte nun anerkannt werden, sich selbst artikulieren können und somit einen Weg zur Befreiung aus sämtlichen sozialen Zwängen finden.[75]

In einem dritten Schritt kommt erstmals die Forderung auf, auch das biologische Geschlecht als sozial konstruiert zu erachten. Forscher[76] behaupteten nun, dass auch das biologische Geschlecht sozial konstruiert sei. Vertreter der Frauenforschung betonen besonders, dass das biologische Geschlecht von seiner gesellschaftlichen und kulturellen Sozialisation abzugrenzen ist. Somit soll erzielt werden, dass eine ungleiche Behandlung von Mann und Frau in unserer Gesellschaft nicht durch das biologische Geschlecht gerechtfertigt werden kann.[77]

Eine Weiterentwicklung der Genderforschung liegt darin begründet, dass die Kritik an einer Konzentration auf Frauen als Untersuchungsgegenstand zunehmend lauter wurde. Denn werden Frauen als Untersuchungsgegenstand angesehen, so werden sie zugleich als

---

73 Vgl. Mohanty 1991, Hooks 1981, Spelman 1988

74 Vgl. Moser 2003, S.229

75 Vgl. Karwecka 2008, S.9f.

76 Eine besondere Vorreiterrolle fällt hierbei Judith Butler zu, deren Buch gender trouble (1991) die Gender Debatte radikalisierte.

77 Vgl. Karwecka 2008, S.9f.

Subjekte aus der Norm ausgeklammert, die es zu erforschen gilt. Dieser Prozess kann jedoch wiederum bewirken, dass Frauen noch stärker als von der männlichen Norm abweichendes Geschlecht definiert werden.[78] Die fundierte Forschung innerhalb der Kategorie Geschlecht stand somit vor einem Paradoxon, denn das, was sie untersuchen möchte, besteht als Voraussetzung. Indem sich die feministische Forschung auf Männer und Frauen als zentralen Untersuchungsgegenstand bezieht, besteht gleichzeitig die Gefahr, selber die binären Vorstellungen von männlich und weiblich und somit den Geschlechterdualismus zu reproduzieren.[79]Im Dekonstruktivismus zeigt sich das Dilemma: die empirische Forschungsarbeit in Genderforschung setzt voraus, was sie eigentlich dekonstruieren will.[80]

(De)konstruktivistische Theorien gehen also nicht von einer natürlichen Geschlechterdifferenz aus, sondern bauen auf der Annahme auf, dass ebendiese Differenzen durch soziale, kulturelle und alltägliche Interaktionsprozesse konstruiert werden.

Für die Kommunikationswissenschaft bedeutet dies, nicht die Frage nach der Rolle der Frau in patriarchalen Medienstrukturen ist von Interesse, sondern die Frage mittels welcher Strategien Geschlechterdifferenzen immer wieder hergestellt und bestätigt werden. Sei es in TV-Shows oder eben auch in der Sportberichterstattung.

In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung äußert sich dieser Ansatz konkret in der Bemühung die Dekonstruktion von Geschlechterpolaritäten einzuleiten. Wenn es der Forschung gelingt aufzuzeigen, wie Geschlechterdifferenzen konstruiert werden, so liefert sie zugleich auch Möglichkeiten dieser Konstruktion entgegenzuwirken.[81] Geht man davon aus, dass die Geschlechteridentitäten konstruiert und instabil sind, dann räumt man zugleich die Möglichkeit ein, mit Konventionen zu brechen und einen Rollentausch zu ermöglichen. Wenn die Kategorien männlich und weiblich nur konstruiert sind und wir dieses Konstrukt als ungleich erachten, dann kann in diesen Prozess eingegriffen werden.

Das zentrale Forschungsinteresse gilt in der (de)konstruktivistischen Theorie dem Erkenntnisinteresse. Es wird nach Konstrukt-Mechanismen gefragt und Abstand

78 Vgl. Leitner 2009, S.17

79 Vgl. Klaus 1998, S.46

80 Vgl. Karwecka 2008, S.33

81 Vgl. Angerer/Dorer 1994, S.10

genommen von der Annahme, dass lediglich zwei Geschlechter existieren. Der Fokus liegt auf der Annahme von multiplen Geschlechteridentitäten und stellt den Geschlechterdualismus generell in Frage.[82]

6. Geschlechterkonstruktionen in der Sportberichterstattung

Betrachtet man Sport aus einer professionellen Perspektive als Leistungssport und Wettkampfsport, so wirkt Sport als ein System in unserer Gesellschaft, in dem Produktion und Demonstration von Differenzen von entscheidender Bedeutung sind. Das System Leistungssport ist auf Geschlechtertrennung aufgebaut. Sporttreiben ist somit auch immer „doing gender".

Wie bereits erwähnt, ist die vorliegende Untersuchung theoretisch der konstruktivistischen Geschlechterforschung zuzuschreiben. Teil der konstruktivistischen Geschlechterforschung ist es, Konstruktionsprozesse der Geschlechterdifferenzierungen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Teilsystemen zu hinterfragen. Es sollen nicht geschlechtsspezifische Merkmale im Fokus der Untersuchung stehen, sondern vielmehr die soziale Herstellung von Geschlecht und deren Bedeutung.

Unterschiede zwischen Mann und Frau werden im Sport nicht hinterfragt, sondern sind vielmehr ein Beweis für die Leistungsunterschiede zwischen den Geschlechtern. Die Unterscheidung von Mann und Frau gilt in fast allen Sparten des Sports, selbst in Disziplinen, in denen körperliche Unterschiede keine Rolle spielen, wie z.B. beim Schach. Diese strikte Trennung bekräftigt die Annahme, dass es ein natürliches Ungleichgewicht zwischen den Geschlechtern gibt und legitimiert diese Ungleichheit zugleich.[83] Ilse Hartmann-Tews formulierte die treffende Aussage, dass Sport damit eine Art der visuellen Empirie der natürlichen Geschlechterunterschiede darstellt:

---

82 Vgl. Klaus 1998, S.19

83 Rulofs 2003, S.15

„Die Körper der Sportler und Sportlerinnen und deren unterschiedliche Leistungsfähigkeit sind eine visuelle Empirie der – scheinbar – natürlichen Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Allzu leicht wird damit eine natürliche Ordnung zwischen den Geschlechtern als erwiesen angesehen und immer wieder als Referenzpunkt für die Aktualisierung der sozialen Geschlechterdifferenz und der Legitimierung von Exklusion hervorgebracht.“[84]

Mit jedem körperlichen Auftritt eines Sportlers oder einer Sportlerin wird eine Anschaulichkeit der Geschlechterordnung hergestellt, die meistens nicht in Frage gestellt wird. Es ist offensichtlich, dass Männer größer, stärker und athletischer sind und somit höher springen, schneller laufen oder härter schießen können. Die Autorinnen erkennen die Gefahr, dass die Zuschauer von Sportereignissen allzuleicht eine natürliche Klassifizierung zwischen den Geschlechtern im Sport erkennen, diese ihnen legitim erscheint und diese Einstellung letztlich auch auf andere Ebenen unserer Gesellschaft übertragen wird.

Die beim Sport gezeigten Handlungen, Bewegungen und Merkmale werden von den Rezipienten als Geschlechterdualität wahrgenommen und geschlechterspezifisch interpretiert. Das heißt, Zuschauer betrachten eine sportliche Leistung, die nach bestimmten festgelegten Regeln und Definitionen durchgeführt werden und bewerten diese. Das bedeutet wiederum, dass jede Beurteilung von sportlicher Aktivität sozial konstruiert ist. Geschlechteridentitäten und gesellschaftlich manifestierte Geschlechterordnungen nehmen so Einfluss auf Sportarten und ihre Entwicklungen. Es kann auch von „geschlechtertypischer Sportkultur“ gesprochen werden, die durch das Image in den Medien und die eigene Inszenierung der Sportler gestaltet wird. Deutlich wird dies, wenn man sich als Beispiel vergleichend anschaut, wie Fußballerinnen und Gymnastinnen agieren und sich präsentieren bzw. durch die Medien präsentiert werden. So treten Fußballerinnen für gewöhnlich weniger klassisch weiblich auf und werden von den Rezipienten auch dementsprechend wahrgenommen und bewertet.[85]

---

84 Hartmann-Tews/Rulofs 2004, S. 566

85 Vgl. Pfister 2006, S. 49f.

Doch es sind nicht nur die Interaktionen der Sportler miteinander, sondern auch die Medienberichterstattung, die das Handeln und die Strukturen im Sport mitbestimmen. Wie bereits ausgeführt wurde (Vgl. Kap.2.5), wird nur in ca. 21 % der Nachrichten über Frauen berichtet, in den übrigen 79 % geht es um männliche Akteure. Die im Kapitel Forschungsstand vorgestellte Studie hebt hierbei die Sportberichterstattung besonders hervor, da sie zu jenen Bereichen gehört, in denen die Quote sogar noch unter 21 % liegt. Die Berichterstattung über Sportlerinnen ist so selten, dass in dem Bericht zu lesen ist: *„women´s sport is completely ignored"*[86]. Weiter wird in dem Bericht der Studie aus dem Jahre 2005 festgestellt, dass Nachrichten im Zusammenhang mit Sport sehr häufig sexistische Darstellungen bieten. In der globalen Medienanalyse des Global Media Monitoring Project [87] wird stets die Frage gestellt, ob in den analysierten Nachrichten Stereotype angefochten oder verstärkt werden. Es zeigt sich, dass Sportnachrichten, zusammen mit Berichten über Stars und Prominenz, an erster Stelle bei der Verstärkung von Stereotypen zu finden sind.

Die Kommunikationswissenschaftlerin mit dem Fokus auf Genderforschung, Johanna Dorer, kommt zu dem Schluss, dass *„Sportstars (...) den Gipfel der medialen Repräsentation maskuliner Hegemonie bilden."*[88]Sie führt auch eine sehr anschauliche Rechnung mit Hilfe einer amerikanischen Studie durch.[89] In den drei großen US-Networks hat sich die Berichterstattung über Sportlerinnen wie folgt entwickelt:

1989 waren es 5 %, 1993 waren es 5,1 %, 1999 waren es 8,7 %, 2004 waren es 6,3 %. Nimmt man die Entwicklung dieser Zahlen und rechnet sie hoch, so würde es noch 504 Jahre dauern, bis Sportlerinnen in gleichem Maße in der amerikanischen TV-Berichterstattung erscheinen wie ihre männlichen Kollegen.[90]

Neben der Frage, wie häufig über Sportlerinnen berichtet wird, ist die Frage nach dem Inhalt der Berichterstattung und der Darstellung der Sportlerinnen von besonderem Interesse.

Besonders auffällig ist hierbei, dass bei Sportlerinnen die Rolle als Mutter und Frau

---

86 Vgl. Global Media Monitoring Project, Global Report, S.67

87 Zu finden unter www.whomakesthenews.com

88 Dorer 2006, S.89

89 Durchgeführt von Duncan und Messner 2005 und abrufbar unter: http://www.aafla.org/11pub/over_frmst.htm, (Zugriff am 22.04.2012)

90 Vgl. Dorer 2006, S. 89

häufig thematisiert wird. Die Rolle der Sportler als Väter wird dagegen fast nie thematisiert. Fragen nach Familienplanung, Elternrolle und den Kindern sind bei Berichterstattungen über Sportlerinnen dagegen nichts Unübliches. Auffällig sind auch Verniedlichung der Sportlerinnen, Infantilisierungen und Sexismus in der gewählten journalistischen Ausdrucksweise. So werden Sportlerinnen häufig als Mädels oder Mädchen bezeichnet, das Alter spielt hierbei keine Rolle. Auch das Aussehen wird bei Sportlerinnen wesentlich häufiger thematisiert. So erforschte Klein 1986 in ihrer wegweisenden Untersuchung, dass in 15 % aller Berichte über Sportlerinnen eine Beschreibung des Aussehens enthalten ist.[91]

Spielt bei Männern meist Gewicht und Größe eine wichtige Rolle, so wird bei den Frauen Schönheit und Attraktivität betont. Bei Männern steht das Aussehen zudem meist in einem sportlichen Kontext wie z.B. *„Sehen sie sich diese Muskelpakete an, da sieht man, dass er hart trainiert hat.“*[92] Bei den Berichten über die Frauen geht es oftmals nur um das Aussehen, ohne jeglichen sportlichen Bezug. So war zum Beispiel in der Kronenzeitung unter einem Bild der Schwimmerin Martina Nemec zu lesen: *„Unsere Girls glänzen auch ohne Gold. Und wenn sie wieder aus dem Wasser steigt, wird ihre Traumfigur sicher bewundernde Blicke ernten.“*[93]

In Frauensportartikeln finden sich zudem häufig nähere Beschreibungen der Gesichtskonturen, der Augen oder des Nasenprofils. Es gibt zahlreiche Beispiele, bei denen Beschreibungen des Aussehens keine sachbezogene Information darstellen, sondern als Attribute wie selbstverständlich in die Personenbeschreibung von Sportlerinnen mit einfließen.

Die Beschreibungen des Aussehens von Sportlerinnen zeigen auch eine stärkere Bewertungskomponente auf als die der männlichen Kollegen. In über 50 % aller untersuchten Artikel von Marie-Luise Klein, die eine Beschreibung des Aussehens von Sportlerinnen enthielten, fließt auch eine Bewertung des Aussehens mit ein.[94] Zumeist äußert sich dies sprachlich mit Adjektiven wie „hübsch“ oder „schön“. Solche bewertenden Beschreibungen fließen in der Sportberichterstattung häufig wie

---

91 Vgl. Hartmann-Tews 2003, S. 55

92 Bachmann 1998, S.317 zit. nach Dorer 2006, S.92

93 Dorer 2006 S.92

94 Vgl. Klein 1986, S.168 f.

selbstverständlich in die Darstellung der Sportlerinnen mit ein.[95]

6.1 Die Fotografie in der Sportberichterstattung

Fotografien nehmen in der Sportberichterstattung eine wichtige Rolle ein, dienen sie in der Presse doch häufig als so genannte Eye-Catcher. In der Tagespresse haben Fotos vor allem den Sinn der Dokumentation und Information, indem sie bestimmte Ereignisse darstellen. Welche Fotos letztendlich in der Zeitung landen, entscheiden die Redakteure. Vor allem bei Sportfotografien steht hierbei nicht immer der künstlerische Wert oder die Information im Vordergrund, sondern es soll die Aufmerksamkeit der Leser auf die Artikel gelenkt werden. Die Abbildung der Wirklichkeit ist hierbei eine Bedingung in der Sportfotografie. Oftmals geht es jedoch weniger um die Abbildung der Wirklichkeit, als vielmehr um die Erzeugung und Prägung eines bestimmten Bildes vom Sport bei den Rezipienten.[96] Wenn in der Sportberichterstattung Bilder nicht den Sinn der einfachen Abbildung des Sportgeschehens haben, sondern immer eine bestimmte Sportrealität abgebildet wird, so kann man bei diesem Prozess die konstruktivistische Ebene der bildlichen Sportberichterstattung erkennen.[97]

Es kann festgehalten werden, dass Sportfotografien den Sport immer inszenieren, denn eine genaue bildliche Darstellung aller Einzelheiten der Ereignisse ist technisch nicht möglich. Somit müssen Redakteure immer eine Bildselektion vornehmen und die Auswahl der Fotos nach bestimmten Kriterien ist entscheidend für die Konstruktion der Medienwirklichkeit. Mit der Auswahl ihrer Fotos möchten die Redakteure Emotionen bei den Rezipienten auslösen und das Interesse an ihren Artikeln erhöhen. Sportfotos bieten den Lesern die Möglichkeit sich mit den abgebildeten Athleten zu identifizieren.[98] Stellen Sportfotografien jedoch Männer in verherrlichenden Posen und Frauen in passiven bzw. dominierten Positionen dar, wie dies bereits in zahlreichen Studien u.a. von Klein (1986), Pfister (2011), Rulofs/Hartmann-Tews (2006) nachgewiesen werden konnte, so müssen die Auswahlkriterien der Sportredaktionen kritisch hinterfragt werden. Denn in diesen

95 Vgl. ebd. 192 f.

96 Vgl. Prinz 2010, S.32

97 Vgl. Scherer 2004, S. 215

98 Vgl. Prinz 2010, S.32

Fällen konstruieren und manifestieren Sportfotografien ungleiche Geschlechterverhältnisse.

Im Verhältnis finden Sportlerinnen in Bildform eine stärkere Berücksichtigung, als in der Form der schriftlichen Berichterstattung. Dennoch sind sie auch hier unterrepräsentiert. Interessant ist zudem die Tatsache, dass das Bild-Text-Verhältnis sich bei der Berichterstattung von Männern und Frauen unterscheidet. Bei weiblichen Sportlern gibt es mehr Bild und weniger Text, bei männlichen Sportlern verhält es sich genau umgekehrt. Auffallend ist auch, dass Sportlerinnen häufig in passiven Aktionen dargestellt werden. Das bedeutet, sie werden selten bei der Ausführung von sportlichen Aktionen abgebildet und häufig vor bzw. nach einem Wettkampf, also in inszenierten Posen. Männer dagegen werden meist in Aktion gezeigt, das heißt z.B. beim Laufen, Springen oder Schießen. Die Aussage solcher Bilder strahlt Kraft, Aktion und Handlungsfähigkeit aus, die der Frauen häufig Passivität.[99] Eine spezielle Analyse von Sportfotografien, durchgeführt von Hartmann-Tews und Bettina Rulofs, bekräftigt geschlechtsbezogene Differenzen auf Sportfotos. Männliche Sportler werden häufiger in kämpferischen Auseinandersetzungen gezeigt als Frauen, also z.B. beim Foulspiel beim Fußball, beim Boxschlag oder beim Zweikampf um einen Ball. Diese Fotomotive visualisieren bedeutende Aspekte des leistungsorientierten Sports. Es geht um Kampf und darum, den Gegner zu schlagen. Solche Bilder von Sportlerinnen, die eine sportliche Auseinandersetzung zeigen, sind jedoch seltener zu finden. Sie werden meistens nur bei gemäßigten sportlichen Handlungen gezeigt. Hartmann-Tews und Rulofs konnten auch nachweisen, dass Frauen überproportional häufig bei Individualsportarten dargestellt werden.

Weitere Geschlechterunterschiede konnten bei der visuellen Darstellung von Sieg und Triumph nachgewiesen werden. Siegerinnen werden nur selten in ausgelassenen Jubelposen dargestellt. Viel häufiger werden sie als faire, bescheidene Siegerinnen gezeigt, die ihren Kontrahentinnen gratulieren, nett lächeln und fast schüchtern in die Kamera winken.[100]

---

99 Vgl. ebd. 91f.

100 Vgl. Hartmann-Tews/Rullofs 2004, S. 118 f.

„Kurzum sind die Fotografien von Siegern eindrucksvolle Inszenierungen von mächtigen Sportlern, die die Emotionen der BetrachterInnen unmittelbar ansprechen, während die Fotos der Siegerinnen eher lautlos sind und wenig beeindruckend.“[101]

Es lässt sich also beobachten, dass wichtige Elemente des (Leistungs-)Sports, nämlich körperbetontes Handeln und erbrachte Leistung, bei der bildlichen Darstellung überproportional oft von Sportlern und nur selten von Sportlerinnen repräsentiert werden. Eine solche Darstellungsform konstruiert Geschlechterdifferenzen und wirkt als Zeichen für ein ungleiches Geschlechterverhältnis.

6.2 Bildliche Darstellung körperlicher Attraktivität

Im Sport spielt der Körper eine besondere Rolle und somit kommt der Inszenierung des Körpers in der Sportpresse auch eine besondere Bedeutung zu.
Die bereits erwähnte, aktuelle Studie von Hartmann-Tews und Rulofs (2004) untersucht die Darstellung von Sportlern in der Presse. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass auf 13 % aller Fotos gezielt ein Fokus auf „erotisch konnotierte Körperpartien“ (Brust, Gesäß, Beine) gelegt wurde.[102] Auffallend ist hierbei, dass auf einem Großteil dieser Bilder Frauen inszeniert werden. 21 % der untersuchten Sportlerinnen-Fotos zeigen die abgebildeten Frauen in einer Art und Weise, die von den beiden Forscherinnen als sexualisiert bezeichnet wird.[103] Vergleichbare Fotomotive von männlichen Sportlern kommen dagegen nur bei 5 % der untersuchten Fotos vor.

Allerdings muss man auch bei dieser Studie eine Differenzierung der Mediengattungen vornehmen, denn die meisten der Fotos, die körperliche Attraktivität unterstreichen, sind in Boulevardzeitungen zu finden.

---

101 Ebd. S.119

102 Vgl. ebd., S.123

103 Vgl. Hartmann-Tews/Rulofs 2003, S. 53

Wie plakativ so etwas aussehen kann, soll ein aktuelles Beispiel (Stand Januar 2012) aus der österreichischen Boulevardzeitung „Österreich“ veranschaulichen. Die folgenden Fotos sind Abbildungen einer Doppelseite aus dem Sportteil der Zeitung Österreich. Die beiden Artikel über zwei Sportstars aus Österreich vom 11.01.2012 verdeutlichen anschaulich stereotype Darstellungen von Geschlechtern in der Sportberichterstattung .

Foto 2: Berichterstattung über Marcel Hirscher (Österreich, am 11.01.2012, Foto: APA)

Foto 3: Berichterstattung über Anna Fenninger (Österreich, am 11.01.2012, Foto: APA)

Man kann zu dem Schluss kommen, dass Sportlerinnen in den Medien sowohl quantitativ unterrepräsentiert sind, als auch ihre sportlichen Leistungen nicht in gleichem Maße gewürdigt werden, wie die der Männer. In der Berichterstattung über Sportlerinnen werden häufig nicht sportrelevante Details wie Aussehen, Verniedlichungen oder Familienstand thematisiert. Männlichen Sportlern wird mehr textlicher Raum eingeräumt und ihre sportlichen Leistungen stehen meist im Kontext mit Attributen wie Kraft, Stärke, Power oder Ausdauer. In den Medien dominiert eindeutig eine Berichterstattung über männliche Sportler und somit wird ein Bild vom Sport präsentiert, dass einen Fokus auf männliche Körperkraft und Aktivität legt.

Die stereotype Sportberichterstattung und die hier dargestellten Phänomene sind besonders stark in Boulevardmedien zu finden, dennoch zeigen einige Studien auf, dass geschlechterstereotype Berichterstattung weit verbreitet ist und nicht mit der tatsächlichen, realen Situation und Sportpraxen übereinstimmt.[104] In der medialen Inszenierung von Sportereignissen wird sich nach wie vor stereotyper Geschlechterunterscheidung bedient.

104 Klein 1985, Pfister 1986, Bachmann 1998, Rullofs 2003

7. Geschlechterstereotype

Um zu verstehen, wie es zur Konstruktion von Geschlechterdifferenzen kommen kann, ist es wichtig sich die Bedeutung von Stereotypen in unserer alltäglichen Wahrnehmung bewusst zu machen.
Beim Prozess von sozialer Konstruktion von Geschlecht spielen vorherrschende Geschlechterstereotype eine entscheidende Rolle. Eckes erklärt, dass es sich bei dem Vorgang um kognitive Strukturen handelt, die Wissen über Charakteristika von Männern und Frauen beinhalten.[105] Sie sind einerseits das persönliche Wissen eines jeden Individuums, andererseits Bestandteil eines gemeinschaftlichen, kulturell geteilten Wissens. Stereotype beschreiben in vereinfachter Form angeblich klassische Eigenschaften eines Geschlechtes und lösen somit auch bestimmte Erwartungshaltungen gegenüber Personen aufgrund ihrer Geschlechterzugehörigkeit aus. Wie bereits erwähnt, stehen hierbei Geschlechterstereotype und Geschlechterrollen, also die von einem Geschlecht erwarteten Verhaltensmuster, in einem Wechselverhältnis. Geschlechterstereotype beschreiben einerseits Attribute und Eigenschaften, die einem Geschlecht zugeschrieben werden, nehmen aber gleichzeitig Einfluss auf die als angemessen geltenden Rollenerwartungen.[106]

Geschlechterstereotype sind Teil einer jeden Kultur und werden schon in frühkindlichen Entwicklungsphasen erworben. Stereotype können ganz allgemein und vereinfacht als das Wissen eines Individuums über die Welt beschrieben werden. Dieses Wissen hat sich das Individuum aus vergangenen Erfahrungen zusammengestellt. Aus diesen Erfahrungen heraus ordnet das Individuum die Angehörigen bestimmter Merkmale in sozialen Kategorien ein. Geschlechterstereotype sind keine genauen Beschreibungen des Verhaltens des jeweiligen Geschlechts, sondern abstrakte und allgemein formulierte Merkmalsbeschreibungen. Diese Beschreibungen sind ganz entscheidend für den Sozialisationsprozess, denn sie legen die Erwartungen fest, die wir an das Verhalten des jeweiligen Geschlechts stellen. Sie sind auch mitverantwortlich für die Konstruktion

105 Vgl. Eckes 2008, S.165
106 Vgl. Magnin/Stark 2010, S.386

unseres eigenen Selbstbildes.[107]

Die Unterscheidung zwischen Mann und Frau konnte mit Hilfe von Versuchen schon bei einjährigen Kindern nachgewiesen werden. Bereits dreijährige Kinder zeigen Ansätze von Geschlechterstereotypisierungen. Diese Kenntnis erweitert sich in den kommenden Jahren und bereits im Alter von zehn Jahren haben Kinder weitgehend abgeschlossene Stereotype der Geschlechter erworben, die sich über die gesamte Lebensspanne als relativ stabil erweisen.[108] Geschlechterstereotype werden in Lernprozessen erworben und resultieren letztlich aus eigenen Erfahrungen und aus Informationen durch Dritte. Die eigenen Erfahrungen und Beobachtungen werden in die von der Gesellschaft aufgestellten Kategorien eingeordnet und verändern sich so zu Stereotypen. Diese selbst gemachten Erfahrungen werden zusätzlich durch Informationen von außen untermauert. Eine wichtige Bedeutung als zusätzlichem Informationsträger kommt hierbei den Medien zu. Die von den Medien vermittelten Informationen untermauern die Stereotypenbildung und die Rollenerwartung an ein Geschlecht. Medien präsentieren den Rezipienten Rollenbilder, die gespeichert werden. Wie bereits in Untersuchungen, u.a. Küchenhoff (1975) und Schmerl (1984), nachgewiesen werden konnte, vermittelt besonders das Medium Fernsehen Rollenbilder, die die Aufrechterhaltung von Stereotypen bekräftigt.
Aber auch Untersuchung von Jugendmagazinen und Zeitungen haben ergeben, dass mit Geschlechterstereotypen gearbeitet wird.[109]

7.1 Stereotype als Kategorisierungsmerkmal

Das Geschlecht ist ein auffälliges Kategorisierungsmerkmal. Wir benutzen es um uns selbst und unsere Umwelt in Gruppen einzuteilen. Diese Kategorisierung ist ein Ausgangspunkt für weitere Wahrnehmungen über Personen. Wir verbinden die Kategorie mit unserem erworbenen Wissen über typische Merkmale der jeweiligen Gruppe, hier spricht man von Stereotypisierung, bringen diesen positive oder negative Gefühle und

107 Vgl. Eckes 1997, S. 17 ff.
108 Vgl. Alfermann 1996, zit. nach Karwecka 2010, S.21
109 Vgl. Karwecka 2008, S.22

Einstellungen entgegen, hier spricht man von Vorurteilen, und verhalten uns dann in der Folge diesen Gruppenmitgliedern gegenüber positiv oder negativ.[110]

Frauen werden oft mit Merkmalen beschrieben wie warmherzig, fürsorglich, abhängig oder emotional. Männern spricht man Eigenschaften zu wie durchsetzungsfähig, risikofreudig, aggressiv oder unabhängig. Geschlechterstereotype gehen jedoch weiter. Sie umfassen nicht nur Persönlichkeitseigenschaften. Sie implizieren auch Annahmen über kognitive Fähigkeiten, Einstellungen, Berufe, Rollenverhalten, Werte und physische Fähigkeiten. Weiter kann man zwischen deskriptiven und präskriptiven Anteilen von Geschlechterstereotypen unterscheiden. Deskriptive Stereotype zeigen wie typische Männer und Frauen von einer Gesellschaft wahrgenommen werden. Präskriptive Stereotype enthalten so genannte normative Komponenten, das heißt sie beschreiben, wie ein Mann oder eine Frau sich in unserer Gesellschaft zu verhalten hat. Der präskriptive Stereotyp sagt, dass Frauen nett und bescheiden zu sein haben. Tritt eine Frau zu bestimmt und selbstbewusst auf, beispielsweise in einer Führungsposition, kann dies zu Problemen in ihrer Umwelt führen.
Studien belegen, dass sich geschlechterspezifische stereotype Bilder von Männern und Frauen in vielen Kulturen gleichen. Meistens werden sie von beiden Geschlechtern geteilt und erweisen sich über einen längeren Zeitraum hinweg als stabil. Ich möchte an dieser Stelle anmerken, dass Geschlechterstereotype nicht falsch sein müssen. Männer und Frauen nehmen in der Gesellschaft unterschiedliche Rollen ein und verhalten sich dementsprechend auch unterschiedlich. Es ist davon auszugehen, dass Frauen und Männer unterschiedliche Fähigkeiten und Eigenschaften besitzen und somit bestimmte Rollenverhältnisse nicht zufällig entstehen. Oftmals sind solche Unterschiede jedoch wesentlich geringer als angenommen. Stereotype überzeichnen und übergeneralisieren eben solche Unterschiede und können dazu führen, dass die Unterschiede überschätzt und auf die einzelnen Individuen in zu grober und verfälschter Weise übertragen werden.[111]

110 Vgl. Stahlberg/Dieckenberger/Szillis 2008, S.195

111 Vgl. ebd. S.196 f.

7.2 Geschlechterstereotype in den Medien

Medien durchdringen auf vielfältige Weise unsere Gesellschaft und ihre Institutionen. Es kommt ihnen eine zentrale Rolle in der Konstitution von Öffentlichkeit, der Bildung öffentlicher Meinungen, dem öffentlichen Diskurs und der gesellschaftlichen Kommunikation zu. Medien bilden die Wirklichkeit ab und beeinflussen die Selbstwahrnehmung vieler Menschen. Sie vermitteln Werte, Verhaltensmuster und dienen oftmals als Orientierungshilfen. Sie bieten den Rezipienten eine Anschauung der Welt und konstruieren Wirklichkeitsentwürfe.[112] Medien sind Bestandteil von Zirkulation und Konstruktion von Wahrheiten, die von Rezipienten oft als gültig angesehen werden. Sie sind Vermittler und Produzent von Wissen, dass in einer bestimmten Zeit als „gesellschaftliche Wahrheit“ angesehen wird. Medien als Institutionen stabilisieren dominante Diskurse und bestätigen hegemoniale Strukturen. In diesem Umfeld werden Konzeptionen von Weiblichkeit und Männlichkeit von Medien oftmals stereotypisiert und als geltende gesellschaftliche Normen veröffentlicht.

Sylwia Karwecka kommt in ihrer empirischen Untersuchung zum Bild der Frau in der Presse zu dem Ergebnis, dass mediale Inhalte Wissen über Zweigeschlechtlichkeit reproduzieren, welches anschließend von den Rezipienten decodiert und verarbeitet wird. Geschlechterdiskurse werden von den Medien nicht nur beeinflusst, sondern die Medien konstruieren diese mit. Medien können in diesem Zusammenhang auch als „Co-Produzent“ im Prozess der Geschlechterkonstruktion verstanden werden. Als „Co-Produzent“ liefern Medien Regeln der Zuordnung von Eigenschaften und bestimmte rollenspezifische Verhaltensweisen zur männlichen oder weiblichen Geschlechterkategorie. Medien sind ein wichtiger Faktor, der das Rollenverständnis mit prägt, indem sie Klischees der Geschlechterrollen manifestieren.

Medien als Sozialisationsinstanzen können als Ursprung der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung angesehen werden und spielen eine bedeutende Rolle bei der Verbreitung und Verfestigung von Vorstellungen und Bewertungen, die unsere Gesellschaft prägen.

---

112 Vgl. Karwecka 2008, S.26

Vereinfacht ausgedrückt transportieren Medien stereotype Vorstellungen. Ganz besonders offensichtlich geschieht dies in der Werbung. Bis in die 1970er Jahre sind Frauen hier generell unterrepräsentiert gewesen und in sehr klassischen Frauenrollen gezeigt worden. Einige aktuelle Studien belegen, dass sich die Darstellung von Frauen im TV, besonders in der Werbung, im Laufe der Jahrzehnte verändert hat. Andere Studien wiederum belegen, dass Frauen immer noch sehr traditionell dargestellt werden, es noch immer weniger weibliche Protagonistinnen im Fernsehen gibt als männliche und die Attraktivität von Frauen in der Werbung noch immer explizit betont wird.
Aber auch Männer werden in den Medien stereotypisiert, man denke hier nur beispielhaft an den Marlboro-Mann. Es sind allerdings Tendenzen zu erkennen, dass diese stereotypen Darstellungsformen in der Werbung aufweichen und Frauen und Männer auch in untypischen Rollen zu sehen sind. Es ist auch ein Anstieg von Darstellungen von Männern unter ästhetischen Gesichtspunkten festzustellen. Neben den offensichtlichen Unterschieden bei der Darstellung von Mann und Frau, gibt es auch subtilere Variationen der Darstellung. Zum Beispiel die Körperhaltungen, der Gesichtsausdruck oder Kleidungsstil. Interessant ist auch die Beobachtung, dass bei Darstellungen von Frauen generell öfter der gesamte Körper gezeigt wird, bei Männern jedoch eine stärke Betonung auf dem Gesicht liegt, hierbei spricht man von Kopf- bzw. Gesichtsprominenz.[113]
Neben der bildlichen Darstellung zeigt sich Geschlechterstereotypisierung auch in der geschriebenen Sprache.

7.3 Stereotypisierung von Psyche und Charakter

Marie-Luise Klein spricht in ihrer Untersuchung „Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Tagespresse.“ (1989) von einer „Psychologisierung der sportbetreibenden Frau“ und meint damit, dass emotionale Gefühlsäußerungen wie Jubel, Freude, Erstaunen oder Weinen bei weiblichen Sportlern häufiger beschrieben werden, als bei männlichen.[114]
Auch der Gesamtauftritt einer Sportlerin und ob sie sympathisch oder freundlich wirkt,

113 Vgl. Stahlberg/Dieckenberger/Szillis 2008
114 Vgl. Klein 1989, S.274

wird beim weiblichen Geschlecht häufiger thematisiert. Bei den Sportlerinnen wird häufig versucht, eine menschliche Komponente zu unterstreichen und mit Einblicken in die Gefühlswelt und die Persönlichkeit, diese den Rezipienten näher zu bringen.
Als Beispiel führt sie folgendes Zitat an:

„Das war ein sympathisches weil natürliches Mädchen, dem in der Stunde des Erfolgs die Tränen liefen, und das die Freude der anderen mit einem herzlichen Lachen und blitzenden Augen belohnte.“[115]

Aus Kleins Untersuchung geht auch hervor, dass Sportler häufig mit stereotyp männlichen Eigenschaften beschrieben werden, wie „selbstbewusst“, „kämpferisch“ oder „mutig“. Die Befunde ihrer Untersuchung weisen darauf hin, dass psychische und charakterliche Attribute von männlichen und weiblichen Sportlern häufig an klassische Geschlechterstereotype angelehnt sind.[116]

8. Beschreibung der Untersuchung

Die Forschungsfragen sollen mit Hilfe einer Inhaltsanalyse von deutschen Tageszeitungen beantwortet werden. Da bei dieser Untersuchung die Frauenfußball-WM 2011 untersucht wird und somit weibliche Hauptakteure im Mittelpunkt stehen, liegt das primäre Interesse bei dieser Untersuchung nicht bei der Präsenz von männlichen und weiblichen Sportlern. Es ist vielmehr von Interesse, wie Sportlerinnen bei der Ausführung eines Sports, der üblicherweise von Männern dominiert wird, in der Tagespresse dargestellt und wie ihre Leistungen beurteilt werden. Hierfür erschien es sinnvoll ein einzelnes Ereignis herauszugreifen. Dies hat den Vorteil, dass faktische Gegebenheiten über das Ereignis bekannt sind, z.B. die Erfolge oder Misserfolge der Sportlerinnen, und daraufhin untersucht werden kann, ob die tatsächlich erbrachten Leistungen der Sportlerinnen in den Medienberichten berücksichtigt werden. Des Weiteren bietet ein einzelnes

115 WAZ 6.12.1979 zit. nach Klein 1989, S.274
116 Rulofs 2003, S.38

Sportereignis den Vorteil eines abgeschlossenen Zeitraumes, in dem ein aussagekräftiger Vergleich zwischen den beiden Analyseeinheiten (F.A.Z. und BILD-Zeitung) bezüglich dieses Ereignisses getroffen werden kann. Des Weiteren erscheint die Möglichkeit bei der Untersuchung zur Berichterstattung eines bestimmten Ereignisses größer, mediale Konstruktionsprinzipien erfassen zu können.
Gleichzeitig hat die Analyse eines bestimmten Ereignisses den Nachteil, dass sie nicht repräsentativ für die Sportberichterstattung herangezogen werden kann.

8.1 Frauenfußball in Deutschland

Die ersten Anzeichen einer Verbreitung von Frauenfußball in Sportvereinen sind in Deutschland in den 1960er Jahren zu finden. Damals titelte die BILD-Zeitung noch „Sturmlauf in Stöckelschuhen".
Der Deutsche Fußballbund (DFB) erließ zur selben Zeit ein Wettkampfverbot für weibliche Mannschaften und drohte allen Vereinen mit Lizenzentzug. Es wäre folglich auch die Herrenmannschaft aus dem Ligabetrieb verbannt worden, wenn ein Verein seine Frauenmannschaft an Wettkämpfen hätte teilnehmen lassen. Erst im Jahr 1970, nachdem die Frauen planten einen eigenen Verband zu gründen, gestattete der DFB die Gründung weiblicher Wettkampfligen. Die Aufhebung des Verbotes ging jedoch mit bestimmten Auflagen einher, die der DFB als Schutzmaßnahmen begründete.
So waren Stollenschuhe verboten, es gab eine Winterpause von sechs Monaten und eine Halbzeit dauerte nur 40 statt der üblichen 45 Minuten.
Dennoch gelang ab diesem Zeitpunkt dem Frauenfußball, zumindest in Deutschland, der Durchbruch zum Breitensport. Im Jahr 2011 gab es bereits 1.058.990 weibliche Mitglieder beim DFB.[117] Die Frauenmannschaft des DFB ist mittlerweile siebenfacher Europa- und zweifacher Weltmeister (Stand 2012).
Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Anerkennung ist dennoch nicht mit der Herrenmannschaft vergleichbar. Für den WM-Sieg von 2003 erhielten die Frauen vom DFB eine Prämie in Höhe von 15.000 Euro. Im Falle des Gewinns der Weltmeisterschaft hätten die Herren im Jahr 2006 und 2010 jeweils 250.000 Euro erhalten, also 16-mal so

[117] Vgl. Mitglieder-Statistik DFB 2011

viel. Der Einkommensunterschied zwischen Männern und Frauen liegt in Deutschland für gewöhnlich bei ca. 22 %. Von einer Gleichberechtigung zwischen Frauen und Herrenmannschaften kann zumindest beim DFB aus finanzieller Sicht nicht gesprochen werden.[118]

8.2 Der Untersuchungsgegenstand – Die Berichterstattung zur Frauenfußball-WM 2011

Die Frauenfußball-WM wurde 2011 zum sechsten Mal ausgetragen und stand unter dem Motto „20elf von seiner schönsten Seite!“.[119]

In Deutschland wurden alle 32 Turnierspiele live von ARD und ZDF übertragen. Das Eröffnungsspiel Deutschland gegen Kanada sahen in Deutschland ca. 15,37 Mio. Menschen und es erlangte somit einen Marktanteil von ca. 60,1 %. Das bedeutet, dass knapp 20 % der deutschen Gesamtbevölkerung dieses Spiel angeschaut haben. Dies ist die höchste Zuschauerzahl, die jemals in Deutschland bei einem Frauenfußballspiel gemessen wurde.[120] Die Quoten der anderen Vorrundenspiele, ohne deutsche Beteiligung, erreichten einen Marktanteil zwischen 19,6 und 25 %.[121] Das Finale des Turniers, ausgetragen zwischen dem späteren Sieger Japan und den U.S.A., sahen ca. 15,6 Mio. Menschen in Deutschland, das entspricht einem Marktanteil von ca. 46,6 %.[122]

Nicht nur in Deutschland erreichte die Frauen-Fußball-WM 2011 Rekordeinschaltquoten. In den U.S.A. sahen im Durchschnitt 14,6 Mio. Menschen das Finale ihrer Nationalmannschaft, die höchste Quote die ESPN jemals für ein Fußballspiel verzeichnet hat und der zweithöchste Wert für ein Tagesprogramm im U.S.- Kabelfernsehen.

---

118 Vgl. Alfermann 2011, S.6

119 http://www.dfb.de/index.php?id=500014&no_cache=1&tx_dfbnews_pi1[showUid]=17956&cHash=c13461c3cc

120 http://de.fifa.com/womensworldcup/news/newsid=1463199/index.html

121 http://www.dfb.de/index.php?id=500014&tx_dfbnews_pi1[showUid]=28211&tx_dfbnews_pi4[cat]=167

122 http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/32057/ber_15_millionen_sahen_das_finale_der_frauenwm/

Auch in Japan brach das Finalspiel alle Rekordquoten. Obwohl das Finale auf einen Montagmorgen fiel, schalteten bis zu 15 Mio. Japaner ein. Das war über 50 % mehr als beim Finale der Männer Fußball-WM 2010 in Südafrika.[123]

Die Frauenfußball-WM 2011 kann ohne Übertreibung als globales Medienereignis bezeichnet werden und war in jenem Jahr die bedeutendste sportliche Veranstaltung in Deutschland.

8.3 Zusammensetzung des Untersuchungsmaterials

Gegenstand der Untersuchung ist ausschließlich die Berichterstattung der Printmedien zur Frauenfußball-WM 2011. Die Auswahl von Presseberichten versichert eine wissenschaftliche Erfassung von schriftlichen Texten sowie dazugehöriger Fotos. Ein Vorteil einer Untersuchung von Printberichten gegenüber TV Berichten ist pragmatischer Art, so muss nicht zwischen bewegten Bildern und kommentierenden Texten vermittelt werden.

Es wurden alle Berichte, die in Zusammenhang mit der Frauenfußball-WM stehen, in die Untersuchung mit einbezogen. Es handelt sich bei der hier vorliegenden Untersuchung somit um eine Vollerhebung. Zu Grunde gelegt wurde der Zeitraum der Veranstaltung, die vom 26. Juni bis zum 17. Juli 2011 in Deutschland stattfand. Zusätzlich zu diesem Zeitraum ist eine Woche vor Beginn der Veranstaltung sowie eine Woche nach Ende der Veranstaltung in die Erhebung mit einbezogen worden. Der vollständige Untersuchungszeitraum liegt somit zwischen dem 19. Juni 2011 und 24. Juli 2011.

8.4 Artikel und Fotos unterteilt nach Zeitungen

Insgesamt sind 381 Texteinheiten und 469 dazugehörige Bildeinheiten untersucht worden. Von den 381 untersuchten Artikeln erschienen 163 Artikel oder ca. 43% in der BILD-Zeitung und 218 Artikel oder ca. 57% in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

---

123 http://de.fifa.com/womensworldcup/organisation/media/newsid=1477959/index.html

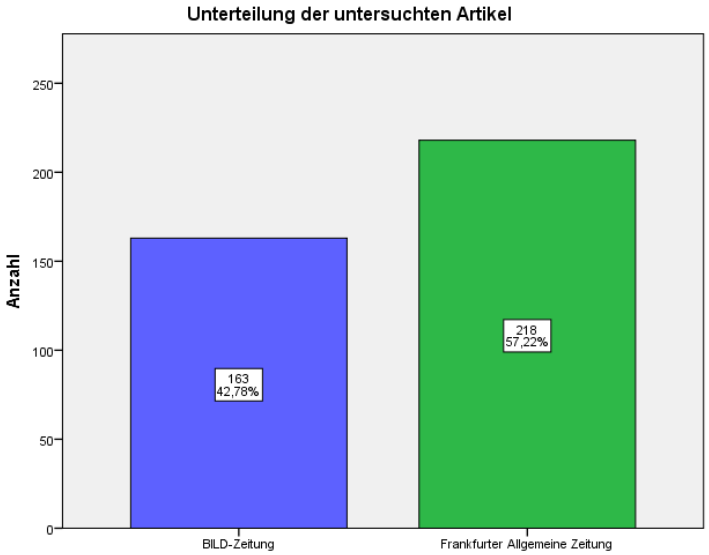


Abbildung 3: Übersicht aller untersuchten Artikel in BILD-Zeitung und F.A.Z. (N=469)

Von den 469 untersuchten Bildern erschienen 296 Stück oder ca.63% in der BILD-Zeitung und 174 oder ca. 37% in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

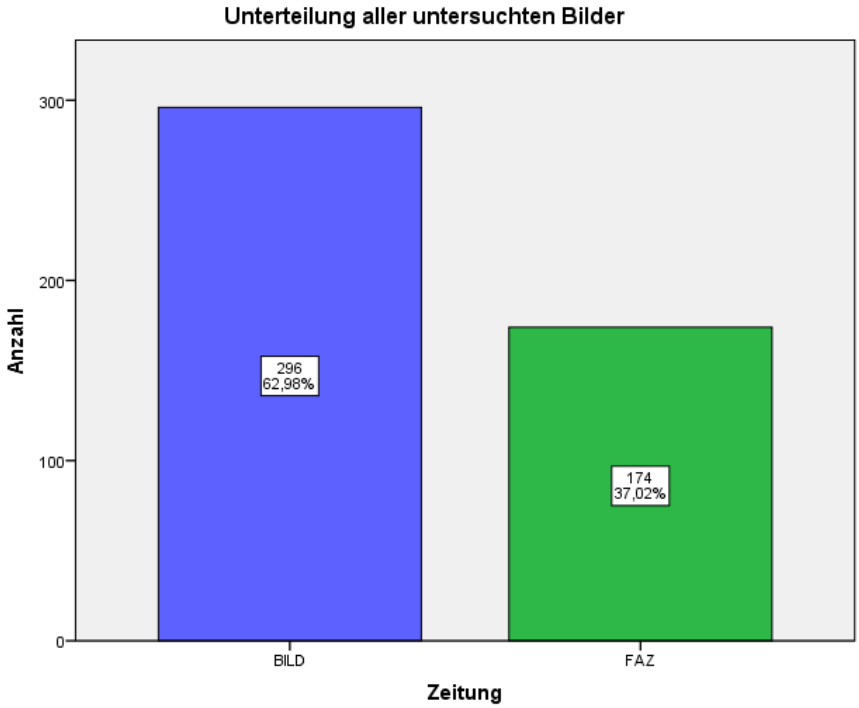


Abbildung 4: Übersicht aller untersuchten Bilder in BILD-Zeitung und F.A.Z. (N=296)

Die genaue Raumaufteilung der einzelnen Zeitungen in Bild und Text wird in Kapitel 8.1 näher betrachtet.

In der BILD-Zeitung sind insgesamt 163 Artikel erschienen, die von 296 Bildern begleitet wurden. Das entspricht 1,8 Bildern pro Artikel.
In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sind insgesamt 218 Artikel erschienen, die von 174 Bildern begleitet wurden. Das entspricht 1,25 Bildern pro Artikel.

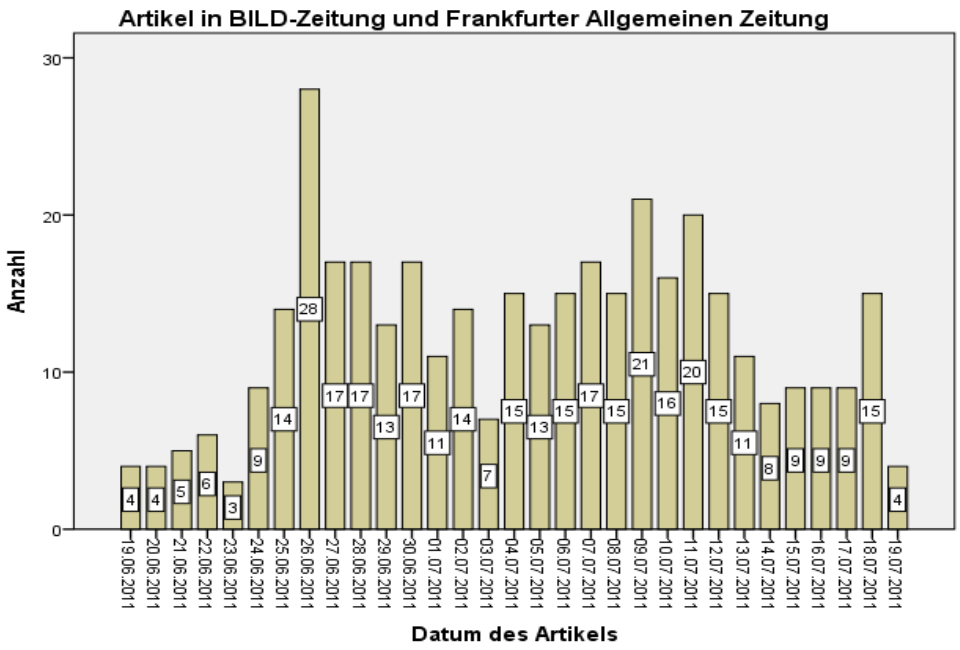
	Artikel		**Fotos**	
	%	**Anzahl**	**%**	**Anzahl**
BILD-Zeitung	43	163	63	296
F.A.Z.	57	218	37	174
Gesamt	100	381	100	469

Tabelle 1: Übersicht aller untersuchten Artikel und Bilder

8.5 Unterteilung der untersuchten Artikel nach Datum

Die untersuchten Artikel über die Frauenfußball-WM unterteilen sich auf die Tage wie in Abbildung 5 zu sehen ist:

Abbildung 5: Übersicht über die Anzahl der Artikel und deren Erscheinungstag



Aus dem Balkendiagramm lässt sich ablesen, dass die Vorberichterstattung deutlich unter der Berichterstattung während des Turniers lag. Der quantitative Höhepunkt der Berichterstattung befindet sich am 26.06.2011, dem Beginn des Turniers. Danach zeigt sich eine konstant hohe Berichterstattung mit einem kleinen Einbruch am 03.07.2011. Ab dem 14.07.2011 ist die Berichterstattung etwas zurückgegangen. Das Finale fand am 17.07.2011 statt, somit ist wiederum der Anstieg am 18.07.2011 zu erklären. Interessant ist, dass in beiden Zeitungen lediglich an einem Tag Nachberichterstattung stattfand. Bereits zwei Tage nach dem Finale berichteten weder die BILD-Zeitung noch die Frankfurter Allgemeine Zeitung nochmals über das Ereignis.

8.6 Beschreibung der Analyseeinheiten

In der Untersuchung werden zwei deutsche Tageszeitungen, die Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.) und die BILD-Zeitung analysiert. Die Auswahl fiel auf deutsche Medien, da die Weltmeisterschaft in Deutschland veranstaltet wurde und somit mit einer hohen Anzahl an Presseberichten zu rechnen war.
Die Auswahl fiel auf die Frankfurter Allgemeine Zeitung, da sie eine der auflagenstärksten und renommiertesten Tageszeitungen in Deutschland ist.
Die BILD-Zeitung dient zur Analyse der Berichterstattung in Boulevardzeitungen.
Der Vergleich dieser beiden Zeitungen eignet sich auch deshalb so gut, da beide Zeitungen für den Zeitraum der Weltmeisterschaft einen extra Frauen-WM-Teil eingerichtet haben und somit von einer umfangreichen Berichterstattung über das Ereignis ausgegangen werden kann.

<u>Frankfurter Allgemeine Zeitung</u>

Auflage: Rund 442.000 Stück

Die FAZ erscheint seit 1949 und betitelt sich selbst auf ihrer Internetseite als eine der besten Tageszeitungen der Welt. Sie verfügt über ein dichtes, weltweites Netzwerk an Korrespondenten und kann somit eine Berichterstattung garantieren, die international ist und von Nachrichtenagenturen unabhängig.

Die FAZ gilt als eher konservativ und sympathisiert im Politik-Ressort mit den Positionen von CDU/CSU. In wirtschaftlichen Fragen vertritt sie häufig das Interesse von Unternehmen.[124]

Die Sportredaktion der FAZ gilt als eine der besten Deutschlands und hat schon vielfache Auszeichnungen erhalten.[125]

Im Hauptsport wird nur selten auf Agenturberichte zurückgegriffen. Es wird versucht, viele Sportarten zu berücksichtigen und berichtet wird in der Regel kritisch-analytisch.[126]

Die BILD-Zeitung

Auflage: Rund 4.609.400

Die BILD-Zeitung erscheint im Axel-Springer-Verlag. Aufgrund der Auflagenstärke und Größe der Zeitung nimmt sie in Deutschland eine herausragende Position ein. Die Meinungen zur BILD-Zeitung gehen weit auseinander. Leser sagen, dass die Artikel kurz, prägnant und aktuell seien, dass die Zeitung einen einfachen Stil pflegt und einen hohen Grad an Unterhaltung bietet.

Kritiker werfen der Zeitung vor, dass Themen zu vereinfacht dargestellt werden, unwichtigen Ereignissen zu viel Aufmerksamkeit geschenkt wird, Emotionen entfacht werden und so die einfachen Instinkte der Leser geweckt werden.

In Deutschland verfügt die Bildzeitung über die größte Sportredaktion im Printbereich und hat somit einen sehr umfangreichen Sportteil. Rulofs bezeichnet den Sportteil der BILD-Zeitung als Sensationsware, da die Zeitung Sportler zu Heldinnen und Helden hochstilisiere.[127]

---

[124] Vgl. Meyn 1999, S.108f., zit. nach Rulofs 2003, S.60

[125] u.a. mehrfache Auszeichnung als Sportredaktion des Jahres durch die Jury des Branchendienstes „Sport intern“ und Erhaltung des HERBERT-Award als bester Sportteil einer Tageszeitung 2005 und 2007.

[126] Vgl. Schulz 1995 S.202, zit. nach Rulofs 2003 S.60

[127] Vgl. ebd. S.61

8.7 Methodische Vorgehensweise und Arbeitsschritte

Diese Forschungsarbeit untersucht am Beispiel der Printberichterstattung zur Frauenfußball-WM 2011, ob und wie in der Sportberichterstattung Konstruktionen von Geschlechterdifferenzen vorgenommen werden. Die gewählte Untersuchungsmethode ist eine Inhaltsanalyse.

Die methodische Vorgehensweise dieser Studie orientiert sich an bereits durchgeführten Studien zur Untersuchung von Geschlechterkonstruktionen in der Tagespresse. Besonders sei an dieser Stelle nochmals die Studie von Bettina Rulofs (2003) erwähnt, deren Kategoriensystem als Inspiration und Vorlage diente und das für das Forschungsinteresse dieser Studie modifiziert und an das Sportereignis Frauenfußball-WM angepasst wurde.

Die gewählte Methode der Inhaltsanalyse soll quantitative und qualitative Elemente miteinander verbinden. Ein Teil der Befunde wird in Form von quantifizierten Ergebnissen präsentiert.

Einige Befunde dieser Untersuchung werden nicht in Form von quantifizierten Ergebnissen dargestellt, da hier die Interpretation bestimmter geschlechterkonstruierender Berichterstattung im Vordergrund steht. In diesen Fällen sollen im Sinne der qualitativen Sozialforschung, bestimmte Beobachtungen in ihrem Zusammenhang beschrieben und interpretiert werden. Ziel soll nicht die reine Textanalyse sein, sondern der Schluss, der von dem analysierten Material auf die soziale Realität gezogen werden kann.

„Inhaltsanalyse ist eine Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nicht manifesten Kontextes geschlossen wird.“[128]

Die Methode der Inhaltsanalyse ermöglicht es, Befunde über Kommunikatoren und Rezipienten zu erhalten, auch wenn man mit diesen nicht in direkter Kommunikation steht.

---

128 Merten 1983, S.57

Die Methode der Inhaltsanalyse wird zur Untersuchung von Massenkommunikationsmitteln wie Zeitungen, Zeitschriften oder Rundfunk – und Fernsehbeiträge benutzt. Vorrangig werden mit Inhaltsanalysen Texteinheiten untersucht, es gibt jedoch keine festgelegten Grenzen für den Anwendungsbereich der Inhaltsanalyse. Die Methode der Inhaltsanalyse erlaubt es dem Forscher auch „*symbolisches Material in all seiner Ausprägung“* zu analysieren.[129] Auch in dieser Untersuchung findet eine Anwendung der Inhaltsanalyse sowohl für Texteinheiten als auch für fotografische Abbildungen statt.

Eine korrekte, wissenschaftliche Anwendung der Inhaltsanalyse äußert sich durch die Einhaltung von Objektivität, Systematik, Reliabilität und Validität. Im folgenden Absatz soll kurz erläutert werden, wie diese Anforderungen eingehalten werden sollen.
Die festgelegten Kategorien leiten sich aus der Fragestellung der Untersuchung ab. Eine eindeutige Zuordnung der untersuchten Merkmale soll eine subjektive Einschätzung durch den Kodierer nach Möglichkeiten ausschließen.
Die Systematik leitet sich aus den zuvor festgelegten Operationalisierungsschritten ab. Es wurde der Umfang der Analyseeinheit festgelegt, die genaue Vorgehensweise beschrieben, alle relevanten Merkmale in Kategorien eingeteilt und ein eindeutiges System zum Messen, Zählen und Auswerten der Daten entwickelt.
Die Reliabilität oder auch Zuverlässigkeit einer Untersuchung äußert sich durch die Reproduzierbarkeit der Messergebnisse bei einer erneuten Untersuchung unter gleichen Bedingungen. Eine zuverlässige Untersuchung liegt demnach vor, wenn zu einem späteren Zeitpunkt ein anderer Auswerter die gleichen Resultate erzielt. Dies ist ein bedeutender Punkt um die Validität bzw. Gültigkeit einer wissenschaftlichen Untersuchung sicherzustellen.
Diesem Schritt wurde versucht durch wiederholte Pre-Tests gerecht zu werden.[130]

Durch die Untersuchung in Form einer Inhaltsanalyse tritt keine Form der Veränderung des Untersuchungsmaterials ein und Analysen können wiederholt, modifiziert oder

129 Ritsert 1972, S.16 zit. nach Klein/Pfister 1985, S.37
130 Vgl. Klein/Pfister 1985, S.40

reproduziert werden.[131] Nachdem sich diese Untersuchung an schon durchgeführte Untersuchungen anlehnt, stehen auch hierbei der Kommunikationsvorgang und die mediale Vermittlung von Sport im Mittelpunkt der Forschung, mit dem Fokus auf der Frage, wie Medien bei der Inszenierung von Sportereignissen die Geschlechter darstellen.
Bei der Interpretation der Ereignisse sollen dann Rückschlüsse auf die jeweiligen Zeitungsredaktionen gezogen werden können. Es soll die Frage beantwortet werden, welche Absichten der Redaktion bei der Mitteilungsauswahl erkennbar sind.

Die durchgeführte Inhaltsanalyse versucht quantitative und qualitative Vorgehensweisen miteinander zu verknüpfen. Die Ergebnisse sind ein Resultat der Untersuchung, die mit Hilfe eines standardisierten Kategoriensystems durchgeführt wurde.
Um den Vorgang der Forschung nachvollziehbar und transparent zu gestalten, werden die Befunde mit Beispielen aus den Zeitungsartikeln und mit ausgewählten Bildern veranschaulicht.
Bei der Entwicklung des Kategoriensystems ist theoriegeleitet und empirisch geleitet vorgegangen worden. So ist mit Hilfe des aktuellen Forschungsstandes und bereits durchgeführter Studien ein erstes Kategoriensystem entworfen worden, welches dann mit der Durchführung von Pre-Tests fertiggestellt wurde.
Das Ergebnis ist ein Kategoriensystem, dass feste Kategorien enthält, die keinen Interpretationsspielraum ermöglichen und somit direkt quantifizierbar sind. Beispielsweise die Größe der untersuchten Texteinheiten und Bilder oder auch die Häufigkeit von männlichen und weiblichen Hauptakteuren.
Weiter hat das Kategoriensystem einige offene Kategorien. Dies ist wichtig um eine offene, qualitative Interpretation zu ermöglichen. Es soll mit dem Kategoriensystem nicht nur festgestellt werden, ob ein gewisser Inhalt thematisiert wird (z.B. das Aussehen), sondern auch wie dieser beschrieben und wie intensiv er zum Thema gemacht wird.
Eine ausschließlich quantifizierbare Vorgehensweise lässt nach Meinung des Forschers dieser Untersuchung keine zusammenhängende Interpretation der untersuchten Texteinheiten und somit eine zielführende Beantwortung der Forschungsfragen zu. Daher ist die Entscheidung auf eine komplementäre Anwendung von quantitativen und qualitativen Elementen der Inhaltsanalyse gefallen. Laut Merten ist gerade ein „fruchtbares Wechselspiel zwischen quantitativen und qualitativen Vorgehensweisen

131 Vgl. Früh 2007, S.42

anzustreben“.[132]

Die Forschungsarbeit beschäftigt sich mit der Darstellung von Sportlerinnen in der Boulevard- bzw. Qualitätspresse und analysiert hierfür das Sportereignis Frauenfußball-WM 2011. Es sollen Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung der Qualitäts- und Boulevardpresse herausgearbeitet, zum Vergleich herangezogen und geschlechterkonstruierende Elemente identifiziert werden. Bei der Interpretation sollen nicht nur Differenzen betont werden, sondern auch Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung herausgearbeitet werden.

8.8 Untersuchungsbereich Fotografien

Einen wesentlichen Bestandteil dieser Forschungsarbeit stellt die Inhaltsanalyse der Fotografien dar.
Im Vergleich zur Analyse von Texten ist die Analyse von Fotografien komplexer und somit schwerer zu kategorisieren. So können Farbe, Perspektive oder auch Belichtung die Wahrnehmung und Interpretation von Bildern beeinflussen. Daher sind die Anforderungen an die Kategorienbildung bei der Bildanalyse besonders anspruchsvoll. Es sei an dieser Stelle aber angemerkt, dass auch bei einer systematischen Bildanalyse der Kodierer immer aus der Sicht des Rezipienten agiert. Daher sind hierbei subjektive Wahrnehmung und Interpretationen bei der Dateneingabe nie ganz ausgeschlossen.
Formale Kategorien wie Platzierung und Größe sind leicht zu erfassen. Absichten der Fotografen oder Journalisten, die die Bilder ausgewählt haben, sind oftmals durch beschreibende Bildunterschriften besser zu verstehen.
Einige Kategorien wie Größe, Anzahl der abgebildeten Frauen bzw. Männer und Platzierung werden quantitativ erfasst. Andere Kategorien werden qualitativ untersucht, um die Art der Darstellung der Sportlerinnen und deren Bedeutung zu erörtern und den Gesamtkontext, in dem das Foto erscheint, herstellen zu können.
Bei der methodologischen Vorgehensweise zur Untersuchung von Sportfotografien ist sich an bereits durchgeführten Studien orientiert worden (Klein/Pfister 1985, Rulofs 2003, Hartmann-Tews/Rulofs 2004).

---

132 Merten 1983, S.51

Alle Artikel und Fotos dieser Untersuchung werden von dem Verfasser dieser Arbeit analysiert und kodiert.
Zur Analyse und Eingabe aller Daten dieser Untersuchung ist das Programm SPSS benutzt worden. Hierbei wurden die Daten elektronisch erfasst und von der Datenbank verarbeitet. Das Programm SPSS bietet auch eine quantifizierbare Auswertung der Daten.
Die erhobenen Daten der quantifizierbaren Kategorien bestehen in Form von nominalskalierten und metrischen Variablen. Die offenen Kategorien bestehen aus sogenannten String-Variablen und können den untersuchten Texteinheiten zugeordnet werden.

8.9 Das Kategoriensystem zur Analyse der Artikel und Fotos

Im Kategoriensystem wird festgelegt, auf welche Merkmale das Untersuchungsmaterial analysiert werden soll. Das genaue Kategoriensystem befindet sich in Form eines Bogens und Kodieranleitung im Anhang der Arbeit.
Die Ausarbeitung des Kategoriensystems erfolgte auf Basis des Forschungstandes und des zentralen Forschungsinteresses der Arbeit. Mit einem ersten entworfenen Kategoriensystem sind dann Pre-Tests durchgeführt worden und das Kategoriensystem ist angepasst bzw. erweitert worden.
Das Kategoriensystem ist darauf angelegt worden, Differenzen in der Berichterstattung zwischen zwei Zeitungsgattungen feststellen zu können. Hierbei wurden Elemente, die zur Konstruktion von Geschlechterstereotypen führen, anhand des Forschungstandes und der Theorie ermittelt und in das Kategoriensystem eingebettet (z.B. die Beurteilung von Leistung, oder die Darstellung außersportlicher Elemente der Akteure) und es wurde analysiert, wie häufig solche Merkmale in den unterschiedlichen Zeitungen zu finden sind. Somit kann nach der empirischen Erhebung ein Vergleich zwischen den untersuchten Zeitungen vorgenommen werden und es können Differenzen in der Berichterstattung über Frauen aufgedeckt werden.
Das Kategoriensystem verfügt über quantifizierbare Kategorien (z.B. Umfang der Berichte, Anzahl männlicher und weiblicher Akteure) und offene Kategorien. Somit sollte die Möglichkeit einer qualitativen Interpretation gegeben werden. Viele Formulierungen konnten wörtlich aus den Artikeln übertragen und bei der Auswertung interpretiert

werden.

Das Kategoriensystem zur Analyse der Fotos ist weniger umfangreich. Auch hier gibt es quantifizierbare Kategorien (Größe der Bilder, Anzahl der Männer und Frauen) und offene Kategorien (stereotypisierende Darstellungen). Mit Hilfe des Kategoriensystems soll ermittelt werden, wie die Frauen in den jeweiligen Zeitungen dargestellt werden (aktive und passive Situationen, privates Umfeld).

9. Darstellung und Interpretation der Forschungsergebnisse

Die Ergebnisse sollen in der Reihenfolge vorgestellt werden, in denen die Hypothesen in Kapitel 3 aufgestellt wurden.

Die meisten Ergebnisse basieren auf quantifizierten Befunden. Einige Forschungsergebnisse sind jedoch als Resultate einer qualitativen Inhaltsanalyse zu betrachten, die interpretatorisch die Konstruktion von Geschlechtern in der Berichterstattung darstellen soll.

In diesem Kapitel werden zunächst die Ergebnisse dargestellt, um im Anschluss eine Interpretation vorzunehmen und die Hypothesen zu beantworten. Es ist aus Gründen der Übersicht entschlossen worden, dass die Darstellung und Interpretation der Ergebnisse gemeinsam erfolgen soll.

9.1 Darstellung der Ergebnisse –Raumanalyse

Zu Beginn der Darstellung der Forschungsergebnisse soll eine Raumanalyse vorgenommen werden. Hierbei soll ein erster Überblick über das erhobene Datenmaterial gegeben werden.

Eine Raumanalyse bietet eine erste Einschätzung der Ergebnisse und einen Vergleich, welchen grundsätzlichen Stellenwert ein Thema von den analysierten Zeitungen

zugesprochen bekommen hat. Weiter bietet es einen ersten Überblick darüber, wie sich die Berichterstattung bezüglich des Verhältnisses von Bild- und Texteinheiten verhält.

9.1.1 Raumaufteilung nach Umfang in cm²

Die 381 untersuchten Artikel entsprechen einer Gesamtfläche von 157.977 cm². Davon fallen 62.675 cm² oder ca. 40% auf die BILD-Zeitung und 95.302 cm² oder knapp 60% auf die Frankfurter Allgemeine Zeitung.

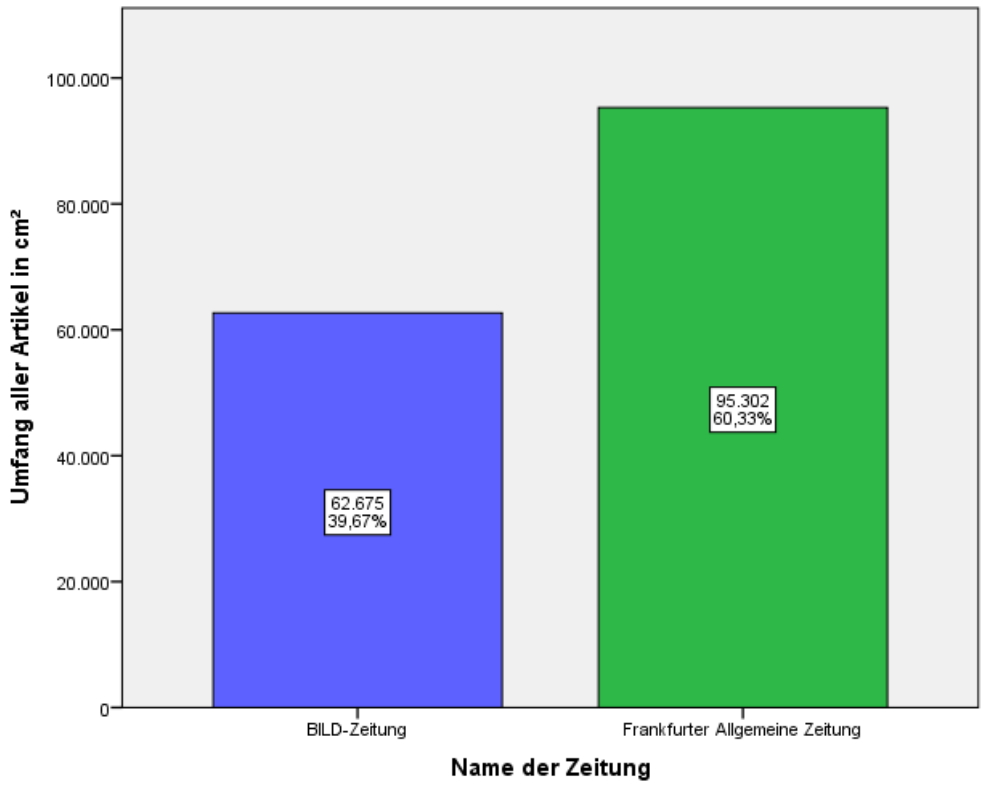


Abbildung 6: Aufteilung des Umfangs der gesamten Berichterstattung nach Zeitung (in cm²)

Es kann somit bestätigt werden, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung im selben Zeitraum rund 20% mehr Gesamtfläche mit der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM füllt.

Das folgende Diagramm zeigt die Aufteilung der Gesamtfläche in Text- und Bildeinheiten.

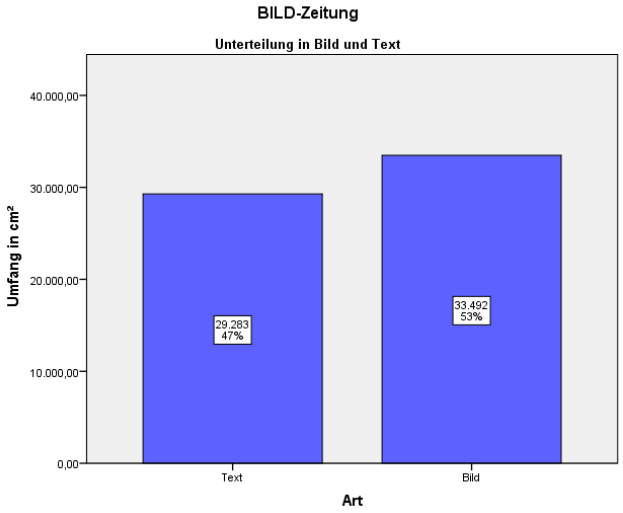


Abbildung 7: Unterteilung der Gesamtberichterstattung der BILD-Zeitung in Text- und Bildeinheit

Das Verhältnis zwischen Text und Bild entspricht bei der BILD-Zeitung in etwa 47% zu 53%. Es sollte bei der Interpretation dieser Ergebnisse allerdings erwähnt werden, dass die Überschriften, die zur Texteinheit dazugerechnet werden, in der BILD-Zeitung zumeist sehr groß gewählt sind.
Der Mittelwert eines Artikels über die Frauenfußball-WM 2011 in der BILD-Zeitung entspricht somit 385,12 cm². Ein durchschnittlicher Artikel unterteilt sich hierbei in 179,65 cm² Texteinheit und 205,47 cm² Bildeinheit.

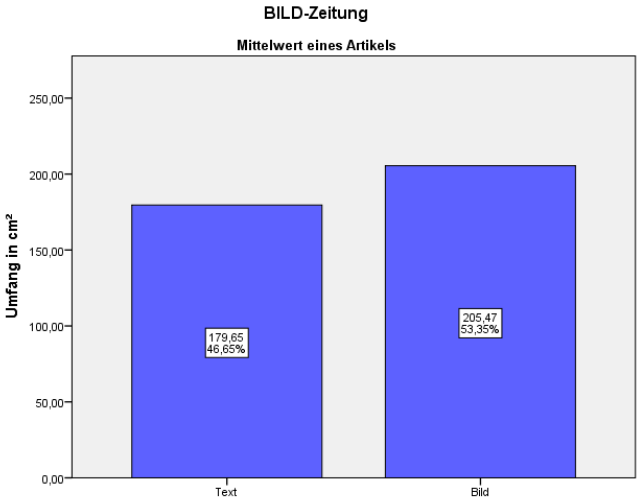


Abbildung 8: Text- und Bildgröße eines durchschnittlichen Artikels über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung

In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung unterteilt sich das Verhältnis von Texteinheit und Bildeinheit wie folgt:

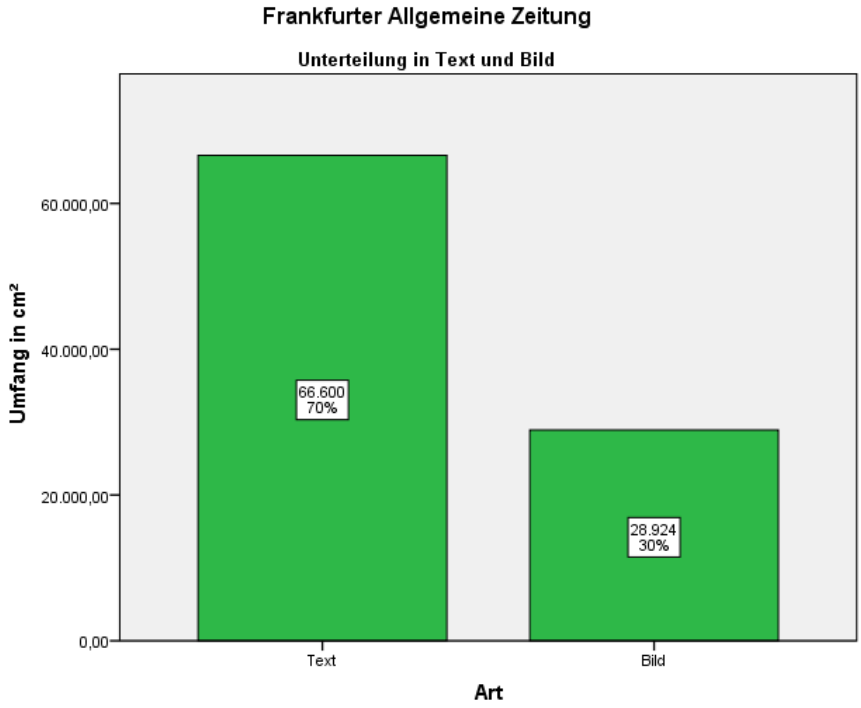


Abbildung 9: Unterteilung der Gesamtberichterstattung der F.A.Z. in Text- und Bildeinheit

Das Verhältnis in einem Artikel zwischen Text und Bild entspricht in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in etwa 70% Texteinheit zu 30 % Bildeinheit.

Im Vergleich zur BILD-Zeitung sei an dieser Stelle angemerkt, dass der Informationsgehalt pro cm² Texteinheit hier höher einzustufen ist, da in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung die Überschriften wesentlich kleiner ausfallen.

Die Berechnung des Mittelwertes ergibt, dass ein durchschnittlicher Artikel über die Frauenfußball-WM 2011 in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung 438,30 cm² hat und sich aus 305,50 cm² Textfläche und 132,68 cm² Bildfläche zusammenstellt.

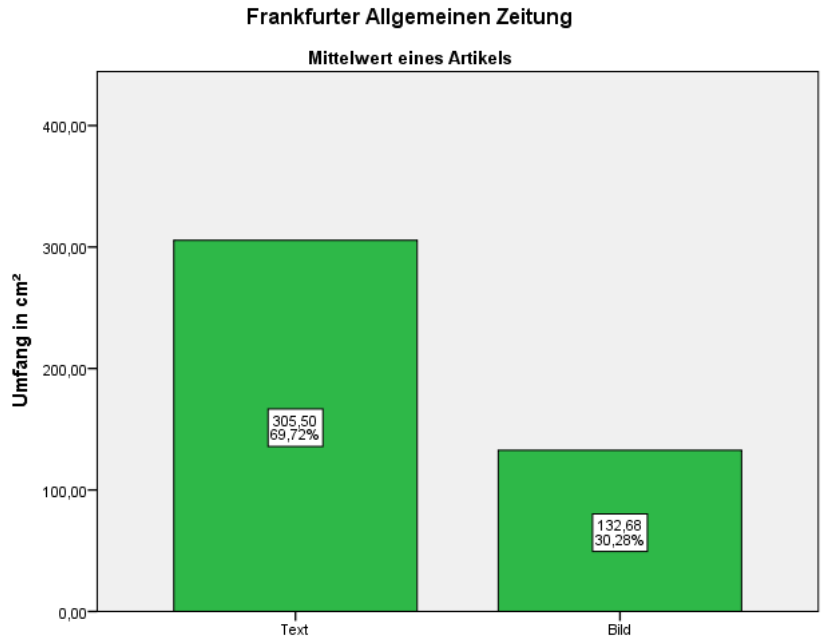


Abbildung 10: Text- und Bildgröße eines durchschnittlichen Artikels über die Frauenfußball-WM in der F.A.Z.

Das folgende Balkendiagramm soll die Flächenaufteilung der Berichterstattung der beiden Zeitungen nochmal vergleichend darstellen:

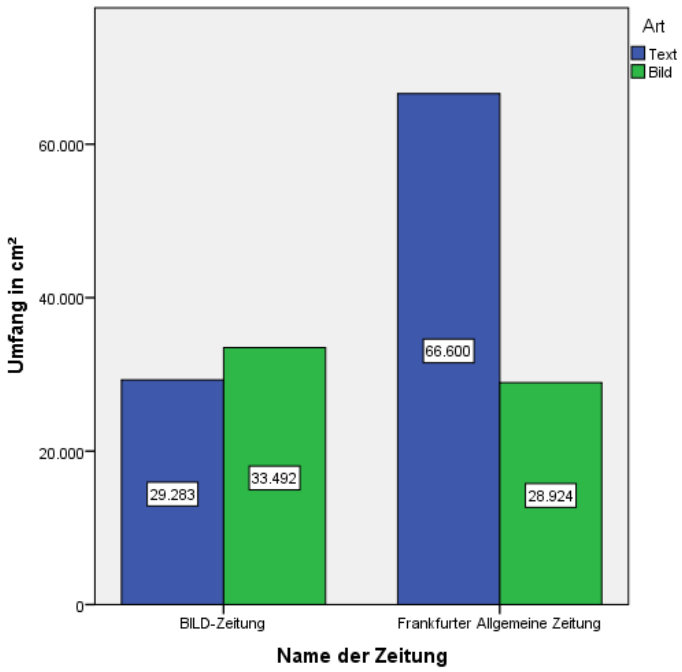
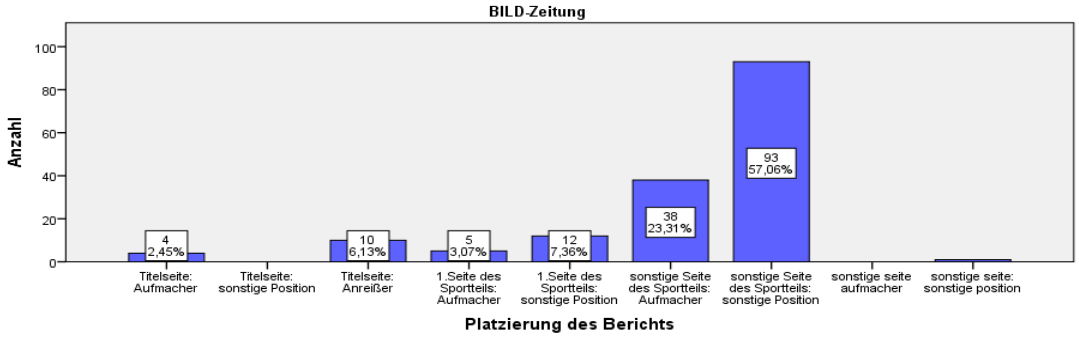


Abbildung 11: Übersicht aller untersuchten Text- und Bildeinheiten unterteilt nach Zeitung (in cm²)

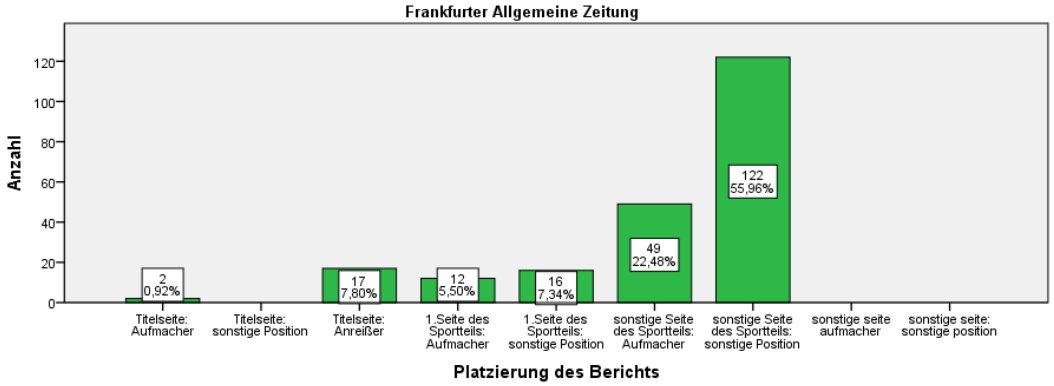
9.1.2 Platzierung der Artikel

Abbildung 12: Platzierung der Artikel in der BILD-Zeitung



In der BILD-Zeitung schaffte es die Frauenweltmeisterschaft insgesamt 14-mal auf die Titelseite, was insgesamt ca. 9 % aller Artikel ausmacht. Von diesen 14 Artikeln war die Frauenfußball-WM viermal die Titelstory des Tages. Ansonsten schafften es die Artikel in nur knapp 10% aller Fälle auf die erste Seite des Sportteils. In über 80% aller Fälle nahmen Berichte über die Frauenfußball-WM einen hinteren Platz in der Sportberichterstattung ein.

Abbildung 13: Platzierung der Artikel in der F.A.Z.



In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung schafften es 19 Berichte oder ca. 9% aller Artikel auf die Titelseite. Allerdings dienten nur zwei dieser Artikel als Aufmacher und waren somit auch von einem Bild begleitet. Die anderen Berichte auf der Titelseite sind sehr klein gehalten und verweisen mit wenigen Zeilen auf das WM-Spezial im Sportteil. Insgesamt schafften es ca. 13% der Berichte auf die erste Seite des Sportteils, ca. 79 % aller Artikel sind im hinteren Teil des Sports zu finden.

Tabelle 2: Platzierung der Artikel über der Berichterstattung der Frauenfußball-WM in BILD und F.A.Z.

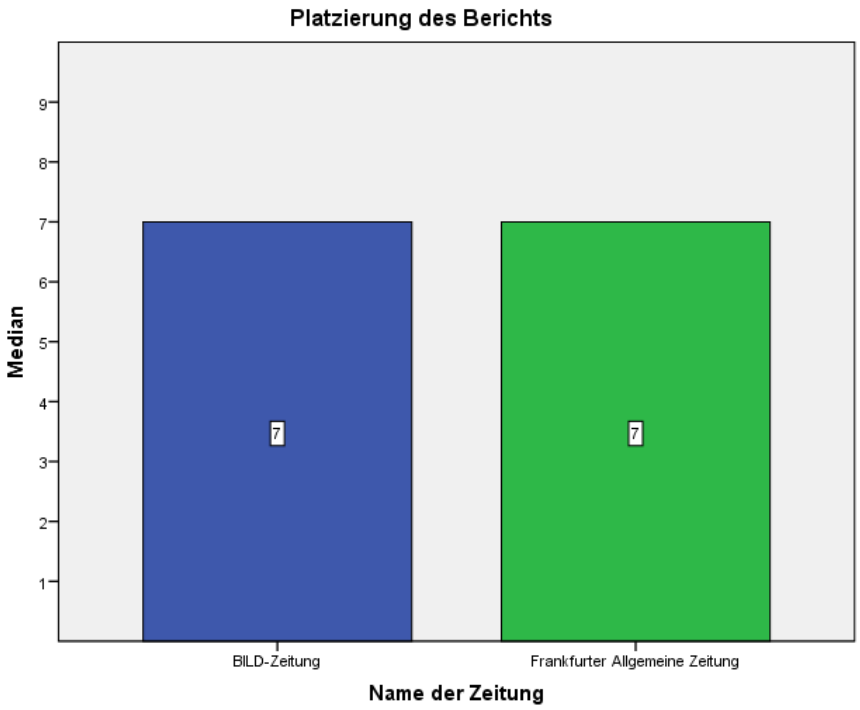
			Name der Zeitung		**Total**
			BILD-Zeitung	**F.A.Z.**	
	Titelseite: Aufmacher	Anzahl	4	2	6
		Prozent	2,5%	0,9%	1,6%
	Titelseite: Anreißer	Anzahl	10	17	27
		Prozent	6,1%	7,8%	7,1%
	1.Seite des Sportteils: Aufmacher	Anzahl	5	12	17
		Prozent	3,1%	5,5%	4,5%
	1.Seite des Sportteils: sonstige Position	Anzahl	12	16	28
		Prozent	7,4%	7,3%	7,3%
	sonstige Seite des Sportteils: Aufmacher	Anzahl	38	49	87
		Prozent	23,3%	22,5%	22,8%
	sonstige Seite des Sportteils: sonstige Position	Anzahl	93	122	215
		Prozent	57,1%	56,0%	56,4%
	sonstige Seite: sonstige Position	Anzahl	1	0	1
		Prozent	0,6%	0,0%	0,3%
		Anzahl	163	218	381
		Prozent	100,0%	100,0%	100,0%

Die Tabelle zeigt, dass es nur marginale Abweichungen in der Platzierung der Artikel in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung gibt. Beide Zeitungen

platzieren den Großteil ihrer Artikel über die Frauenfußball-WM in hinteren Teilen des Sports. Und auch hier nehmen Artikel über die WM nur in ca. 23 % aller Fälle eine Rolle als Aufmacher ein. 57 % (BILD) bzw. 56 % (F.A.Z.) der Artikel sind im hinteren Sportteil zu finden und nehmen somit eine eher untergeordnete Rolle im Tagessportgeschehen ein.

Dass die Platzierung der Artikel über die Frauenfußball-WM 2011 in beiden Zeitungen gleich ist, lässt sich auch anhand des Median errechnen. Die Berechnung des Median ist in diesem Fall deshalb sinnvoll, da es sich bei der Platzierung um eine Rangfolge handelt. Eine Platzierung auf der Titelseite bedeutet mehr Aufmerksamkeit für den Artikel als eine Platzierung im hinteren Teil des Sports.

Abbildung 14: Der ermittelte Median von der Platzierung der Artikel in BILD und F.A.Z.



Die Berechnung des Median ergibt in beiden Fällen 7, dieses Ergebnis bestätigt, dass es so gut wie keine Unterschiede in der Platzierung der Artikel gibt.

Eine weitere Möglichkeit der Überprüfung besteht mit der Berechnung des Qui-Quadrat-Tests. Da es sich bei der Platzierung der Artikel um eine Rangordnung handelt, kann zur Überprüfung der Hypothese 2 der Chi-Quadrat-Test hinzugezogen werden. Wie aus dem Chi-Quadrat-Test abzulesen ist, ist die Unterscheidung der Platzierung nicht signifikant.

Abbildung 15: Der Qui-Quadrat-Test über die Platzierung der Artikel in der BILD und F.A.Z.

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,390[a]	6	,624
Anzahl der gültigen Fälle	381		

Foto 4: Die Frauenfußball-WM auf dem Titelblatt der BILD am Sonntag

9.1.3 Interpretation der Ergebnisse - Raumanalyse

Hypothese 1: Es wird erwartet, dass die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mehr Raum erhält als in der BILD-Zeitung.

Hypothese 2: Es wird erwartet, dass die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung besser platziert ist als in der BILD-Zeitung.

Es lässt sich grundsätzlich festhalten, dass in beiden Zeitungen der Frauenfußball-WM viel Platz eingeräumt wurde. Sowohl Anzahl als auch Größe der Artikel haben die Erwartungen der Forschung übertroffen. Motiviert durch die Tatsache, dass die WM im eigenen Land stattfindet, hat es in beiden Zeitungen eine ausgesprochen umfangreiche Berichterstattung gegeben.

Insgesamt hat die Frankfurter Allgemeine Zeitung auf 32.627 cm² mehr Raum über die Frauenfußball-WM berichtet als die BILD-Zeitung. Beide Zeitungen haben in etwa die gleiche Fläche für Fotos benutzt. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung bietet dem Rezipienten mehr Textfläche und somit mehr geschriebene Information an, sowohl in der Gesamtheit als auch im Verhältnis zwischen Text und Bild. Die Beurteilung der Ergebnisse sollte auch im Verhältnis zur Gesamtfläche einer Zeitung betrachtet werden. Da die Berichterstattung in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in allen Ressorts umfangreicher ist, sprich die Gesamtfläche der Zeitung größer ist als in der BILD-Zeitung, kann anhand dieses Ergebnisses nicht zwangsläufig davon ausgegangen werden, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung der Frauenfußball-WM einen höheren Stellenwert zugeschrieben hat als die BILD-Zeitung. Um diesen Rückschluss ziehen zu können, bräuchte man die genauen Zahlen jeder einzelnen Zeitungsausgabe, um diese Größe dann in Verhältnis zur Artikelgröße stellen zu können. Diese Daten liegen bei dieser Auswertung allerdings nicht vor.

Die Platzierung der Artikel ist in beiden Zeitungen vergleichbar. In der BILD-Zeitung hat es die Frauenfußball-WM innerhalb ihres dreiwöchigen Verlaufes immerhin 4-mal als Aufmacher auf das Titelblatt geschafft. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung hat es die

Frauenfußball-WM dafür tendenziell etwas häufiger auf die 1. Seite des Sportteils geschafft.
Hypothese 1, die besagt, dass die Berichterstattung in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mehr Raum erhält als in der BILD-Zeitung, kann angenommen werden.
Hypothese 2, die besagt, dass die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung besser platziert ist als in der BILD-Zeitung, kann nicht angenommen werden. Es konnte bewiesen werden, dass die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung keinen höheren Stellenwert zugesprochen bekommt als in der BILD-Zeitung.

9.2 Geschlechterverhältnis

In diesem Kapitel soll untersucht werden, wie das quantitative Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM ist.
Hierbei wird zwischen Nebenakteuren und Hauptakteuren unterschieden. Eine genaue Definition von Akteur und Hauptakteur ist in der Kodieranleitung (vgl. Kap.14) zu finden

9.2.1 Darstellung der Ergebnisse - Akteure in der Berichterstattung

Teil der Untersuchung ist die Analyse des Geschlechterverhältnisses der Akteure in den Berichten der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Hierbei soll das quantitative Verhältnis von männlichen und weiblichen Akteuren und Hauptakteuren in den jeweiligen Zeitungen betrachtet werden.

Abbildung 16: Überblick über alle weiblichen Akteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung

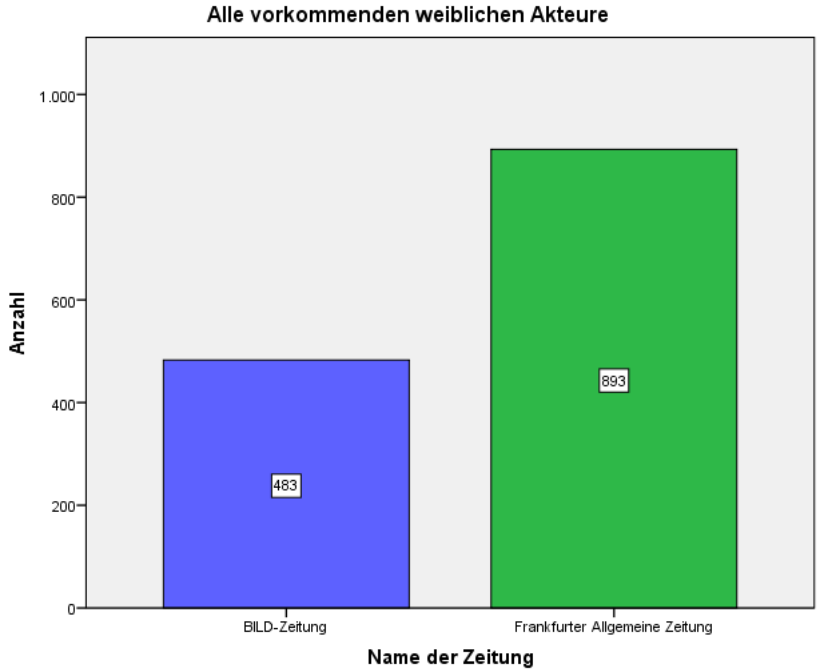
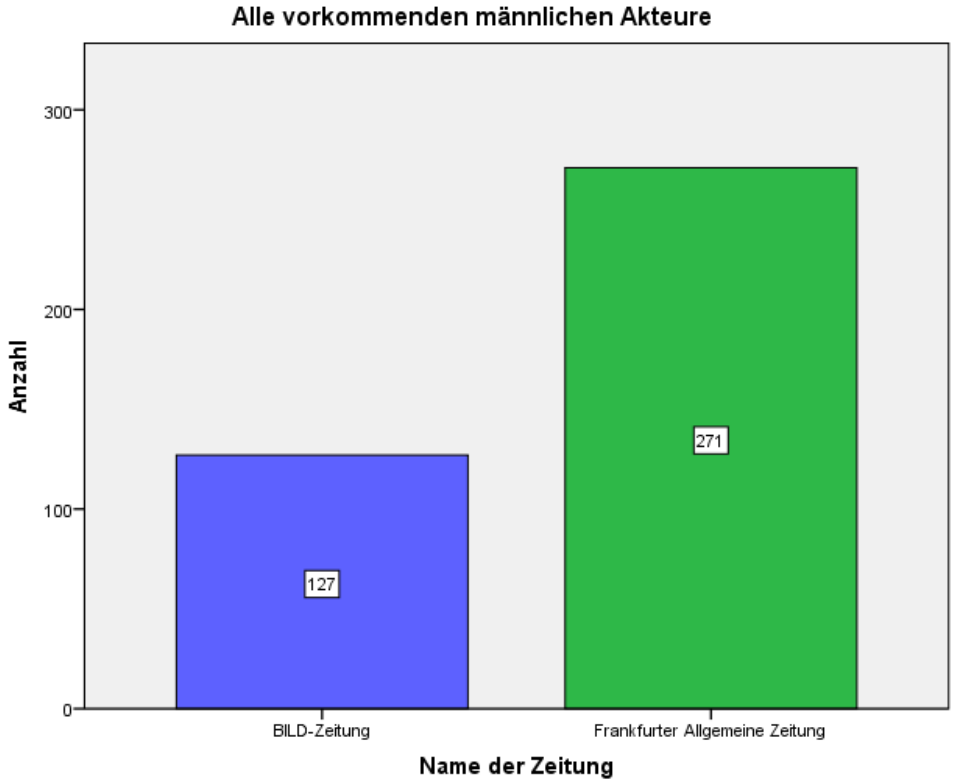


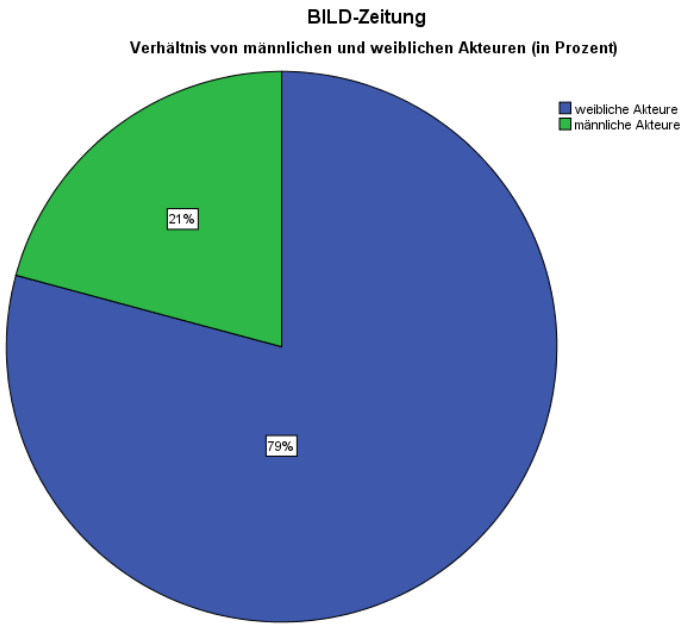
Abbildung 17: Überblick über alle männlichen Akteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung



Insgesamt werden in der Berichterstattung der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung über die Frauenfußball-WM 1376 weibliche Akteure und 398 männliche Akteure erwähnt.
Wird die Anzahl der Akteure auf die jeweilige Zeitung aufgeteilt, so kann das Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren der beiden Zeitungen vergleichend betrachtet werden. Zusätzlich kann der Median Auskunft darüber geben, wie viele männliche bzw. weibliche Akteure pro Artikel und Zeitung vorkommen.

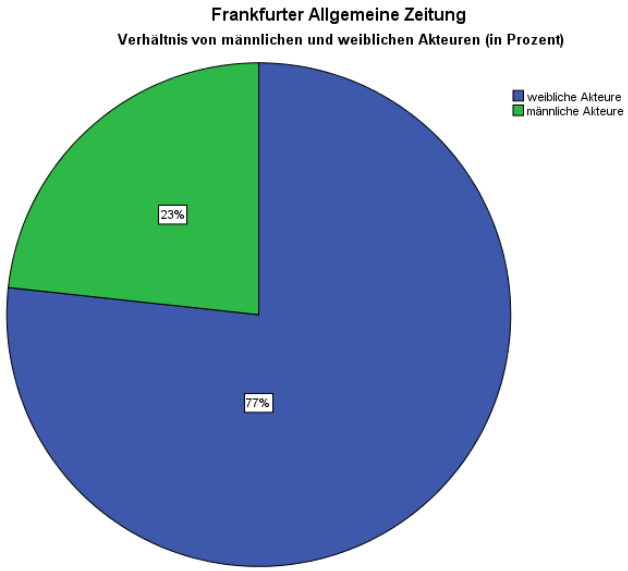
In der BILD-Zeitung liegt das Verhältnis bei 21 % männlichen Akteuren zu 79 % weiblichen Akteuren.

Abbildung 18: Männliche und weibliche Akteure in der BILD (in%)



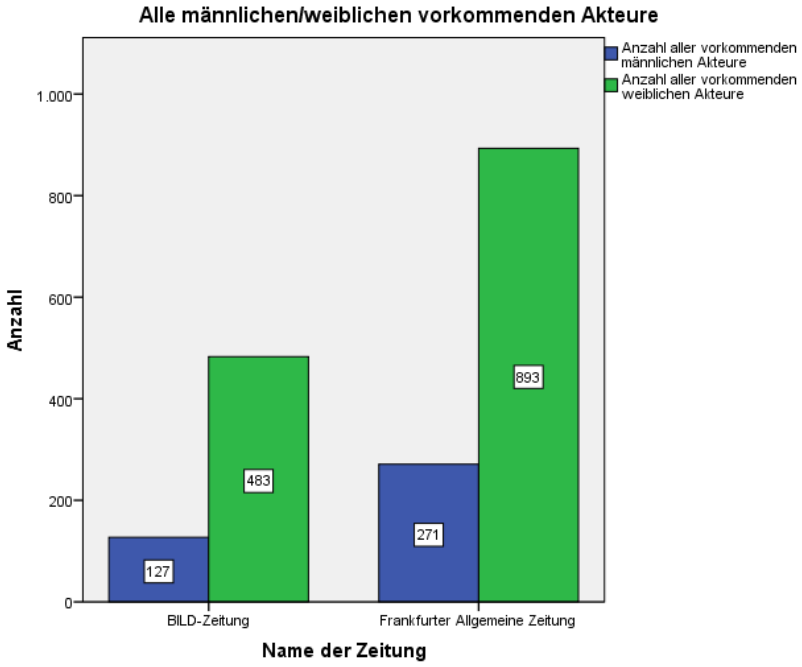
In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung liegt das Verhältnis bei 23 % männlichen Akteuren zu 77 % weiblichen Akteuren.

Abbildung 19: Männliche und weibliche Akteure in der F.A.Z. (in %)



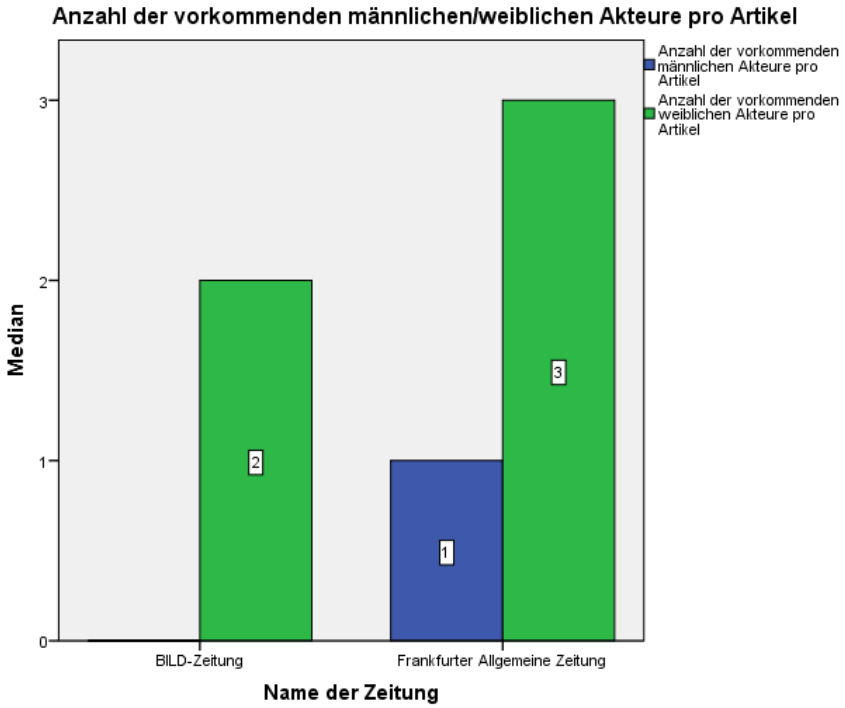
Die beiden Kreisdiagramme zeigen anschaulich, dass das Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren in der BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung annähernd gleich ist. Der prozentuale Anteil männlicher Akteure unterscheidet sich zwischen BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung nur in zwei Prozentpunkten nämlich in 21 % (BILD-Zeitung) zu 23 % (F.A.Z.).

Abbildung 20: Männliche und weibliche Akteure unterteilt nach Zeitung



Da während der Erhebung der Daten aufgefallen ist, dass es in beiden Zeitungen einige wenige Artikel gab, in denen es zu überdurchschnittlich vielen Angaben von männlichen Akteuren gibt, ist es sinnvoll sich für eine Beurteilung den bereinigten Mittelwert, den Median, vergleichend anzuschauen.

Abbildung 21: Der Median der männlichen und weiblichen Akteure pro Artikel unterteilt nach Zeitung



Aus diesem Diagramm lässt sich der bereinigte Mittelwert, der Median, ablesen. Es ist zu erkennen, dass bei der BILD-Zeitung im bereinigten Durchschnitt zwei weibliche Akteure pro Artikel vorkommen und kein männlicher Akteur. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung kommen im bereinigten Durchschnitt drei weibliche Akteure und ein männlicher Akteur pro Artikel vor.

Dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung im Durchschnitt kein männlicher Akteur vorhanden ist, lässt sich mit der Tatsache erklären, dass in einigen wenigen Artikeln eine sehr hohe Anzahl an männlichen Akteuren vorkommen, die in der Berechnung des Median herausfallen.

9.2.2 Interpretation der Ergebnisse - Akteure in der Berichterstattung

Hypothese 3: Es wird erwartet, dass die BILD-Zeitung in ihrer Berichterstattung über die Frauenfußball-WM mehr männliche Akteure platziert als die Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Ein auffallendes, wiederkehrendes Ergebnis bisheriger Geschlechterstudien in der Sportberichterstattung ist die geringe Präsenz weiblicher Sportler und die Überpräsenz männlicher Sportler. Ausgehend von dieser Erkenntnis ist es interessant zu betrachten, welche Rolle männliche Akteure in der Berichterstattung über eine Frauensportveranstaltung einnehmen.
In insgesamt 381 Texteinheiten sind 1376 weibliche Akteure und 398 männliche Akteure erwähnt worden. Das Gesamtverhältnis zwischen männlichen (ca. 22%) und weiblichen Akteuren (ca. 78%) ist in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vergleichbar. Der bereinigte Mittelwert zeigt, dass in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in jedem Artikel zumindest ein männlicher Akteur vorkommt. Dagegen gibt es in der BILD-Zeitung viele Artikel ohne jegliches Vorkommen männlicher Akteure und einige wenige Artikel, in denen sehr viele männliche Akteure vorkommen.
Es ist festzuhalten, dass in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM weibliche Akteure den Großteil der Akteure stellen. Da aber auch Männer als Trainer, Funktionäre oder Experten in den Ablauf der WM eingebunden sind, überrascht es nicht, dass diese ca. ein Fünftel aller Akteure ausmachen. Die Befunde vorangegangene Studien, die besonders in der Sportberichterstattung der Boulevardzeitung eine Überrepräsentanz von männlichen Akteuren feststellen konnten, können in diesem Fall nicht bestätigt werden. Die Annahme von Hypothese 3, dass in der BILD-Zeitung mehr männliche Akteure platziert sind als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, kann nicht bestätigt werden. Sowohl in der Gesamtsumme, als auch im Durchschnitt pro Artikel, kommen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung nicht mehr männliche Akteure vor als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

9.2.3 Darstellung der Ergebnisse - Hauptakteure in der Berichterstattung

Im folgenden Kapitel sollen die Akteure differenziert betrachtet werden. Um zu verstehen, wie Geschlechterstereotype konstruiert werden, sind die Hauptakteure der Berichterstattung genauer untersucht worden.

Abbildung 22: Vorkommen alle weiblichen Hauptakteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung (N=498)

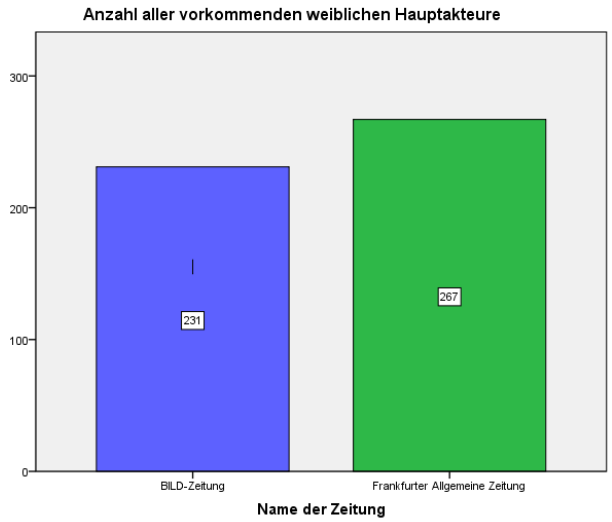
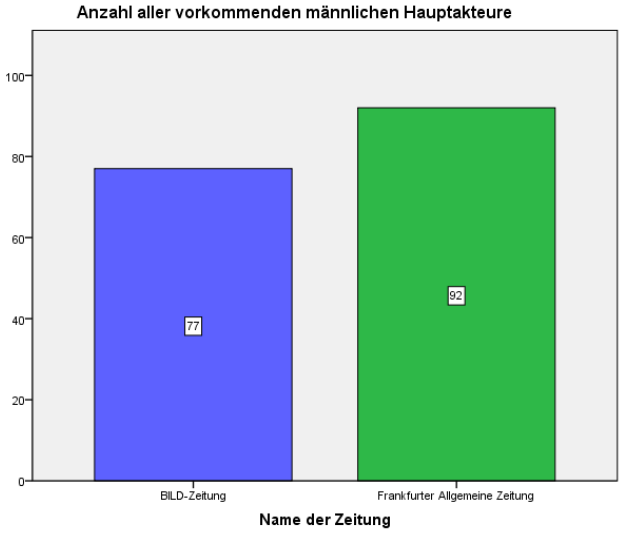


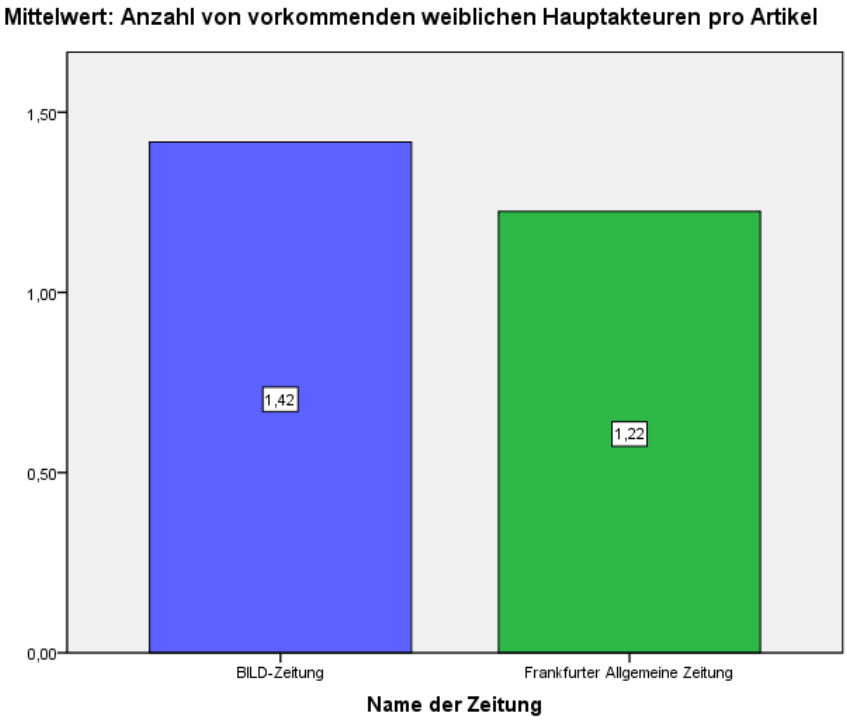
Abbildung 23: Anzahl aller männlichen Hauptakteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung (N=167)



Insgesamt kamen in allen untersuchten Texteinheiten 498 weibliche Hauptakteure und 167 männliche Hauptakteure vor (vgl. Kodieranleitung, Kapitel 14). Von den weiblichen Hauptakteuren kamen 231 in der BILD-Zeitung und 267 in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vor, von den männlichen Hauptakteuren kamen 77 in der BILD-Zeitung und 92 in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vor.

Der abgeleitete Mittelwert ergibt, dass in der BILD-Zeitung pro Artikel 1,42 weibliche Hauptakteure Inhalt der Berichterstattung sind. Der Mittelwert in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung beläuft sich auf 1,22 weibliche Hauptakteure pro Artikel. Der Median, der bereinigte Mittelwert, würde bei beiden Zeitungen 1 ergeben. Es kann also die Aussage getätigt werden, dass in der Berichterstattung beider Zeitungen im Durchschnitt gleichviel weibliche Akteure involviert sind.

Abbildung 24: Mittelwert der weiblichen Hauptakteure pro Artikel unterteilt nach Zeitung



Der Mittelwert für die männlichen Hauptakteure, die pro Artikel vorkommen, beträgt für die BILD-Zeitung 0,47 und für die Frankfurter Allgemeine Zeitung 0,42. Der bereinigte Mittelwert, der Median, würde in diesem Fall 0 betragen.

Abbildung 25: Mittelwert der männlichen Hauptakteure pro Artikel unterteilt nach Zeitung

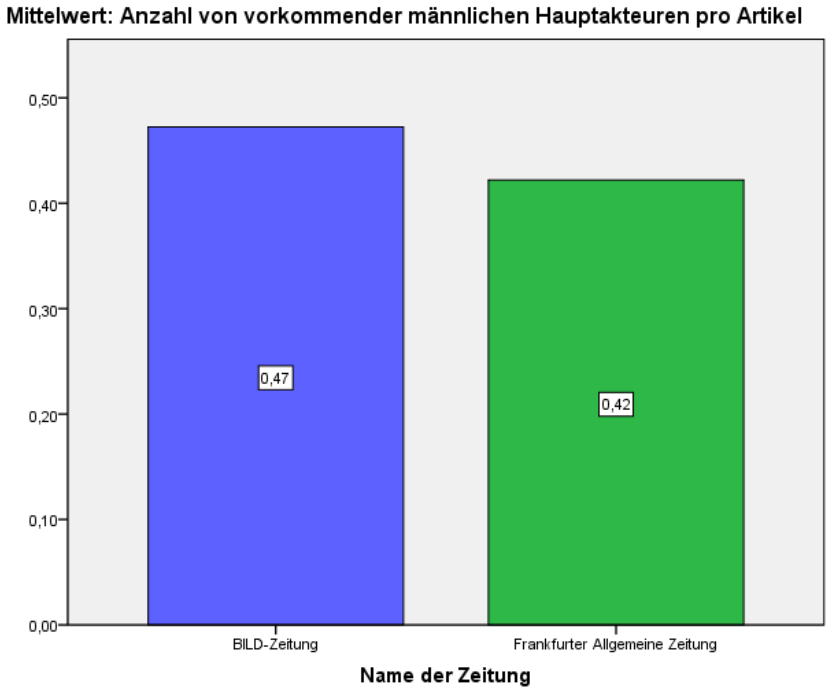
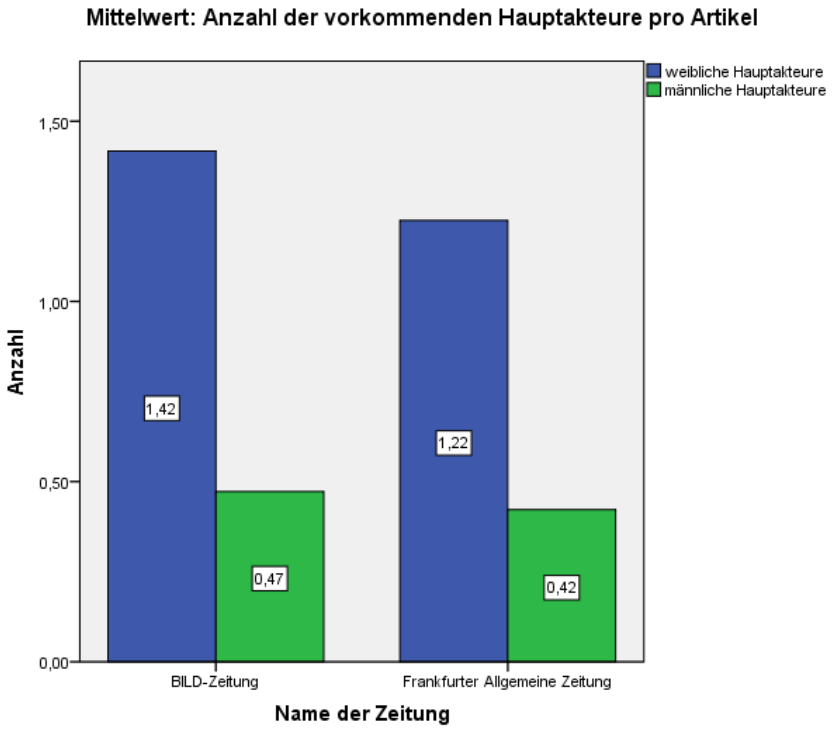


Abbildung 26: Mittelwert der Hauptakteure pro Artikel, unterteilt nach Zeitung und Geschlecht



9.2.4 Interpretation der Ergebnisse - Hauptakteure in der Berichterstattung

Hypothese 4: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung, mehr männliche Hauptakteure vorkommen als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung weist in der Gesamtzahl sowohl mehr männliche Hauptakteure als auch mehr weibliche Hauptakteure auf. Bei den Mittelwerten der weiblichen Hauptakteure pro Artikel liegt die BILD-Zeitung etwas über der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Das bedeutet, dass die BILD-Zeitung ihren weiblichen Akteuren tendenziell etwas mehr Bedeutung zuschreibt.
Die Mittelwerte der männlichen Hauptakteure pro Artikel sind annähern gleich. Das bedeutet, dass in beiden Zeitungen gleich oft männlichen Akteuren eine wichtige Rolle in der Berichterstattung zugeschrieben wird.

Die Annahme von Hypothese 4, die besagt, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung mehr männliche Hauptakteure vorkommen als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, kann nicht bestätigt werden. Sowohl in der Gesamtzahl der männlichen Hauptakteure als auch beim Mittelwert männlicher Hauptakteure pro Artikel sind keine signifikanten Unterschiede festgestellt worden.

9.3 Human Interest in der Berichterstattung

In dem folgenden Kapitel wird die Berichterstattung daraufhin untersucht, wie häufig nicht sportrelevante Elemente über die weiblichen Akteure thematisiert wurden.

9.3.1 Darstellung der Ergebnisse - Beschreibung des Aussehens

Tabelle 3: Thematisierung des Aussehens in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011

Wird das Aussehen oder äußere Erscheinungsbild in der Berichterstattung thematisiert?					
			Wird das Aussehen oder äußere Erscheinungsbild thematisiert?		Total
			nein	ja	
	BILD-Zeitung	Anzahl	199	29	228
		Prozent	87,3%	12,7%	100,0%
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Anzahl	281	9	290
		Prozent	96,9%	3,1%	100,0%
Total		Anzahl	480	38	518
		Prozent	92,7%	7,3%	100,0%

Insgesamt erfolgen Beschreibungen des Aussehens in 7,3 % aller untersuchten Texteinheiten.

Die Untersuchung hat ergeben, dass bei der BILD-Zeitung das Aussehen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM signifikant häufiger thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. In der BILD-Zeitung wird in 29 Artikeln oder 12,7 % aller Fälle das Aussehen eines weiblichen Hauptakteurs inhaltlich beschrieben. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung dagegen nur in 9 Artikeln oder 3,1 % aller Fälle.

Bei den Sportlerinnen geschieht dies häufig sehr beiläufig:

„Der schönen Lira droht die Bank.“[133]

„Fußball-Lady Bajramaj gilt als die Schönste in der Nationalmannschaft.“[134]

[133] BILD-Zeitung, 23.06.2011
[134] BILD-Zeitung, 25.06.2011

„Ich finde die Bajramaj schon sehr süß - auch sehr attraktiv. Diese Schwärmerei stammt von Schauspielerin Maria Fürtwängler.“[135]

„An ihrem durchtrainierten, sehnigen Körper und den entschlossenen Augen.“[136]

„Die Mädels sind hübsch, erfolgreich und sympathisch.“[137]

„Kim Kulig ist nicht nur hübsch, sie organisiert auch das Mittelfeld.“[138]

„Ab in den Shop im schicken Top: sexy gekleidet gingen Lira Bajramaj und Lena Goeßling auf Einkaufs-Tour“[139]

„Sie gilt den Werbern als schön, aber nicht zu schön, als sexy, aber nicht zu sexy.“[140]

Das Aussehen wird in der BILD-Zeitung aber auch sehr gezielt thematisiert, wie beispielsweise in einer Kolumne von Sylvie van der Vaart, die feststellt:

„Der Auftaktsieg der Deutschen über Kanada war nicht nur ein sportlicher Erfolg. Es war auch eine Werbeveranstaltung für die deutsche Frau. Ganz besonders gut gefallen hat mir Abwehrspielerin Babett Peter. Sie sieht natürlich aus, weiblich und sexy. Sie würde nicht nur auf dem grünen Rechteck ihre Frau stehen, sondern auch mit High-Heels, Make-Up und einem frech geschlitzten Kleid auf dem Laufsteg für Furore sorgen.“[141]

„Heute steigen die Halbfinals. Da gibt es garantiert schönen Fußball. Denn die Teams sind gespickt mit bildhübschen Spielerinnen. Bei Frankreich - USA kämpfen Spielmacherin Necib und Hope Solo um den Titel der Schönheitskönigin.“[142]

Bezüglich der Thematisierung des Aussehens weist der Qui-Quadrat einen signifikanten Unterschied in der Berichterstattung von BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung auf :

[135] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 24.06.2011
[136] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 27.06.2011
[137] BILD-Zeitung, 02.07.2011
[138] BILD-Zeitung, 26.06.2011
[139] BILD-Zeitung, 25.06.2011
[140] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 26.06.2011
[141] BILD-Zeitung, 29.06.2011
[142] BILD-Zeitung, 13.07.2011

Tabelle 4: Chi-Qhadrat-Test zur Beschreibung des Aussehens in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung und F.A.Z.

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	17,363[a]	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	518		
a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 16,73.			

9.3.2 Interpretation der Ergebnisse - Beschreibung des Aussehens

Hypothese 5: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung das Aussehen der Sportlerinnen häufiger thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Das Aussehen von Frauen wird in den Medien häufiger thematisiert als das Aussehen von Männern. Wird das Aussehen von Frauen ohne wirklichen Zusammenhang zum Thema gemacht, so kann man sagen, dass eine Reduzierung der jeweiligen Frau auf deren Äußeres stattfindet. Es konnte in Studien nachgewiesen werden, dass auch in der medialen Darstellung des Sports das Aussehen von Sportlerinnen häufiger thematisiert wird als das von Sportlern. Dies geschieht zumeist dadurch, dass die Attraktivität besonders hübscher Sportlerinnen häufig betont wird.
Es ist auffällig, dass das Aussehen in der BILD-Zeitung signifikant öfter thematisiert wird als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Ganz besonders bei der deutsche Nationalspielerin Lira Bajramaj wird immer wieder auf deren Attraktivität verwiesen. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ist das Aussehen der Spielerinnen nur in 3,1 % aller Fälle thematisiert worden. Auch wenn darauf verwiesen werden kann, dass das Aussehen von Sportlerinnen in einer seriösen Sportberichterstattung grundsätzlich nie thematisiert werden sollte, so kann festgehalten werden, dass das Aussehen in der

Sportberichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung keine Rolle spielt. In den meisten der neun Fälle, in denen Aussehen thematisiert wurde, geschah dies in Interviews. Die Attraktivität einiger Spielerinnen ist somit nicht von den Journalisten thematisiert worden, sondern von Interviewpartnern oder Experten.
In der Bild-Zeitung spielt das Aussehen eine wichtigere Rolle, in 12,7% aller Artikel ist es zu einer Beschreibung des Aussehens gekommen. Oftmals geschehen die Beschreibungen eher beiläufig und orientieren sich an konventionellen Schönheitsattributen für Frauen, wie in etwa „hübsch“, „schön“ oder „attraktiv“.

Während der Erhebung der Daten ist der Unterschied in der Berichterstattung bezüglich des Aussehens zwischen BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung durchaus aufgefallen. Dennoch kann nicht behauptet werden, dass Sportlerinnen in der BILD-Zeitung nur auf ihr Äußeres reduziert werden. Es ist auffällig, dass einige wenige Sportlerinnen überdurchschnittlich häufig beschrieben werden. Zum Großteil der Sportlerinnen findet man jedoch keine Angaben bezüglich ihres Erscheinungsbildes.

Hypothese 5, die besagt, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung das Aussehen der Sportlerinnen häufiger thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, kann somit bestätigt werden.

9.4 Darstellung der Ergebnisse - Beschreibung des Beziehungsstatus

Tabelle 5: Thematisierung des Beziehungsstatus der Sportlerinnen in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011

Wird der Beziehungsstatus thematisiert?					
			Bezugnahme auf Partnerschaft		Total
			nein	ja	
Name der Zeitung	BILD-Zeitung	Anzahl	215	13	228
		Prozent	94,3%	5,7%	100,0%
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Anzahl	282	7	289
		Prozent	97,6%	2,4%	100,0%
Total		Anzahl	497	20	517
		Prozent	96,1%	3,9%	100,0%

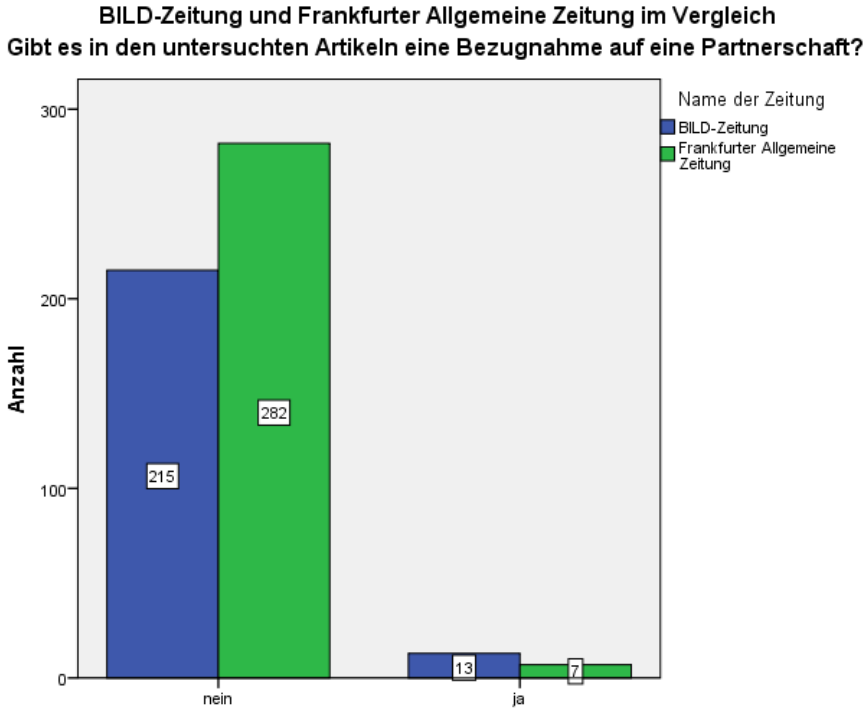
Der Beziehungsstatus der weiblichen Akteure wurde insgesamt in 3,9% aller Fälle inhaltlich angesprochen. In der BILD-Zeitung in 5,7% aller Fälle und in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in 2,4% aller Fälle. Man kann somit sagen, dass der Beziehungsstatus der weiblichen Akteure kein ständiger Bestandteil in der Sportberichterstattung ist.
Die meisten Meldungen, die sich mit einer Partnerschaft befasst haben, waren über einige wenige, deutsche Nationalspielerinnen wie z.B. Lira Bajramaj.
So titelte die BILD-Zeitung etwa:

„LIRA IN LOVE! Unsere Nationalspielerin ist verliebt - in einen Zweitliga Spieler.“[143]
„Ein Mann hält fest zu ihr.“[144]
„Gute Nachricht: Solo ist derzeit solo!“[145]
„Im Hotel warten bereits die Freunde von Alexandra Popp, Celia Okoyino da Mbabie und Lira Bajramaj, deren Schatz Enis Alushi (Zweitliga Profi bei Paderborn) mit ihrer ganzen Familie da war.“[146]
„Sie gab ihrer Ursula, die sie 2009 heiratete, gestern vor dem Hotel ein Küsschen.“[147]
„2006 geriet Inka Grings jedoch als erste Fußballspielerin mit ihrem Privatleben in die Schlagzeilen des Boulevards, weil sie eine Beziehung zu einer Mitspielerin für eine Liaison mit einem Männer-Bundesligatrainer beendet hatte.“[148]

„Ihre öffentliche Präsenz ist ungebrochen: ob auf Plakaten, wo sie einer Integrationskampagne ihr Gesicht verleiht, in den Boulevardmedien, wo ihre Beziehung zu einem Zweitligaprofi zur Titelstory taugte (Lira in Love), oder im Fernsehen, wo sie zum Opfer eines Schabernacks für die Sendung "Verstehen sie Spaß?" wurde.“[149]

[143] BILD-Zeitung, 30.06.2011
[144] BILD-Zeitung, 10.07.2011
[145] BILD-Zeitung, 13.07.2011
[146] BILD-Zeitung, 11.07.2011
[147] BILD-Zeitung, 26.06.2011
[148] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 07.07.2011
[149] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 04.07.2011

Abbildung 27: Thematisierung des Beziehungsstatus in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung



Es lässt sich festhalten, dass die Partnerschaft der weiblichen Hauptakteure in der BILD-Zeitung ca. doppelt so häufig thematisiert wird wie in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Wie die Auswertung des Chi-Quadrat-Tests bestätigt, ist der Unterschied in der Berichterstattung über den Beziehungsstatus der Sportlerinnen in BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung signifikant.

Abbildung 28: Chi-Quadrat-Test zur Thematisierung des Beziehungsstatus in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung und F.A.Z.

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,686[a]	1	,055

Die Annahme, dass der Beziehungsstatus in der BILD-Zeitung häufiger ein Thema ist als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung kann bestätigt werden. Allerdings sind die Unterschiede zu gering, um als signifikant angesehen zu werden. Hypothese 5 kann somit nicht verifiziert werden.

9.4.1 Interpretation der Ergebnisse – Beschreibung des Beziehungsstatus

Hypothese 6: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung der Beziehungsstatus der Sportlerinnen häufiger thematisiert wird, als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Beziehungsstatus der Sportlerinnen in der Sportberichterstattung eine untergeordnete Rolle spielt. Er wird in der BILD-Zeitung ca. doppelt so oft erwähnt wie in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Es kann nicht davon gesprochen werden, dass das Liebesleben der Akteure fester Bestandteil der Sportberichterstattung ist.
Auch in diesem Fall ist Lira Bajramaj überdurchschnittlich oft genannt worden, da sie mit einem Fußballprofi zusammen ist, der der Öffentlichkeit ebenfalls bekannt ist.
Somit kann Hypothese 6 nicht bestätigt werden. In der Berichterstattung der BILD-Zeitung wird der Beziehungsstatus der Sportlerinnen zwar häufiger thematisiert als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, die Unterschiede sind jedoch zu gering um als signifikant angesehen werden zu können.
Die Befunde vorangegangener Studien, die belegen, dass der Beziehungsstatus weiblicher Sportler in den Boulevardmedien auffallend häufig thematisiert wird, kann in dieser vorliegenden Analyse nicht bestätigt werden.

9.5 Darstellung der Ergebnisse - Beschreibung der Familiensituation

Tabelle 6: Beschreibung der Familiensituation der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011

Wird ein Bezug zur Familie hergestellt?					
			Bezugnahme auf die Familie		Total
			nein	ja	
	BILD-Zeitung	Anzahl	204	24	228
		Prozent	89,5%	10,5%	100,0%
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Anzahl	285	5	290
		Prozent	98,3%	1,7%	100,0%
Total		Anzahl	489	29	518
		Prozent	94,4%	5,6%	100,0%

Insgesamt ist in 5,6 % aller untersuchten Fälle die Familie von weiblichen Akteuren Thema in der Berichterstattung. In der BILD-Zeitung wird in 10,5 % aller Fälle ein Bezug zur Familie hergestellt. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung nur in 1,7 % aller Fälle.
So titelt die BILD-Zeitung beispielsweise:

„Tochter gegen Vater! Zoff bei Familie Prinz.“[150]

„Stürmerin Josefine Öquvist widmet den Sieg ihrer toten Schwester Caroline.“[151]

„Es ist wie nach dem Tod meines Vaters vor fünf Jahren.“[152]

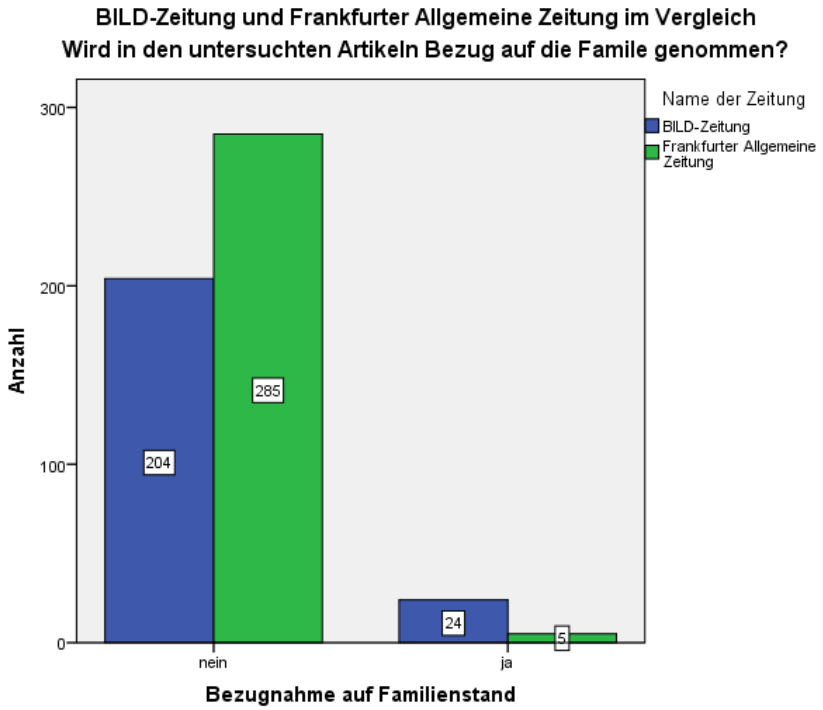
„Bei diesem Jubel dachte ich an meinen Vater.“[153]

„Ihr Vater kommt aus Kamerun, ihre Mutter ist Französin.“[154]

„Sie ist die Jüngste von sieben Kindern.“[155]

[150] BILD-Zeitung, 12.07.2011
[151] BILD-Zeitung, 11.07.2011
[152] BILD-zeitung, 11.07.2011
[153] BILD-zeitung, 07.07.2011
[154] BILD-Zeitung, 26.06.2011
[155] BILD-Zeitung, 16.07.2011

Abbildung 29: Thematisierung der Familie der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011



Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in der BILD-Zeitung in jedem zehnten Fall ein Bezug zwischen dem weiblichen Hauptakteur und dessen Familie hergestellt wird. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung kommt es dagegen nur in 1,7 % aller Fälle vor.

Wie der Chi-Quadrat-Test bestätigt, kann der Unterschied in der Berichterstattung zwischen der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung als signifikant erachtet werden.

Tabelle 7: Qui-Quadrat-Test zur Thematisierung der Familie der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	18,713[a]	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	518		

9.5.1 Interpretation der Ergebnisse: Beschreibung der Familiensituation

Hypothese 7: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger ein Bezug zur Familie der Sportlerinnen hergestellt wird als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

In der BILD-Zeitung ist in 24 Fällen ein Bezug zur Familie eines weiblichen Akteurs hergestellt worden. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung nur in 5 Fällen.
Es kann festgehalten werden, dass die Familiensituation von weiblichen Akteuren in der Sportberichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung keine Rolle spielt. In der Berichterstattung der BILD-Zeitung wird in 10% aller Fälle ein Hinweis auf den familiären Hintergrund gegeben. Auch in diesem Fall ist erneut auffällig, dass der Bezug zur Familie bei einigen Sportlerinnen wiederholt hergestellt wird. So wird beispielsweise mehrfach darauf hingewiesen, dass die amerikanische Torhüterin Hope Solo ihren geliebten Vater verloren hat und nun die Erfolge ihm widme. Beim Lesen der Artikel der BILD-Zeitung stellt sich das Gefühl ein, dass bei einigen wenigen Sportlerinnen Informationen über die Familiensituation bekannt sind und diese dann wiederholt thematisiert werden.
Es lässt sich die Annahme bestätigen, dass in der Berichterstattung über Sportlerinnen der Bezug zur Familie in der BILD-Zeitung signifikant häufiger vorkommt als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, in der sich kaum Hinweise finden. Hypothese 7 kann somit bestätigt werden.

9.6 Darstellung der Ergebnisse - Thematisierung der Sexualität der weiblichen Akteure

Tabelle 8: Thematisierung der Sexualität der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011

Wird die Sexualität der weiblichen Akteure thematisiert?			Sexualität		Total
			nein	ja	
	BILD-Zeitung	Anzahl	221	7	228
		Prozent	96,9%	3,1%	100,0%
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Anzahl	289	0	289
		Prozent	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Anzahl	510	7	517
		Prozent	98,6%	1,4%	100,0%

In 7 Fällen oder 1,7 % aller Fälle wird die Sexualität der weiblichen Hauptakteure thematisiert. Alle Artikel, die sich mit der Sexualität der Sportlerinnen beschäftigen, sind in der BILD-Zeitung zu finden:

„Ende letzten Jahres hat sie sich als bisexuell geoutet.“[156]

„Gehört zur perfekten Vorbereitung auch Sex vor dem Spiel? Ich habe kein Problem damit. Aber mit wem soll ich hier Sex haben?“[157]

„Kein Sex vor dem Spiel.“[158]

Es lässt sich festhalten, dass bei der BILD-Zeitung in 3,1 % aller Fälle die weiblichen Akteure mit ihrer Sexualität in Verbindung gebracht wurden. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ist die Sexualität der weiblichen Hauptakteure kein einziges Mal thematisiert worden.

[156] BILD-Zeitung, 26.06.2011
[157] BILD-Zeitung, 29.06.2011
[158] BILD-Zeitung, 30.06.2011

Der Chi-Quadrat-Test bestätigt, dass es einen signifikanten Unterschied in der Berichterstattung der BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung gibt.

Tabelle 9: Qui-Quadrat-Test zur Thematisierung der Sexualität der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,115[a]	1	,003
Anzahl der gültigen Fälle	514		

Foto 5: Interview mit der brasilianischen Fußballspielerin Marta (BILD-Zeitung am 29.06.2011, Foto: GES)

9.6.1 Interpretation der Ergebnisse - Sexualität der weiblichen Akteure

Hypothese 8: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger die Sexualität der Sportlerinnen thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Bemerkungen, die der Dimension Sexualität zugeordnet werden können, kommen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM sehr selten vor. In insgesamt sieben Fällen kommt es zu solchen Anmerkungen, das entspricht nur 1,4% aller untersuchten Fälle. Alle diese Fälle kommen in der BILD-Zeitung vor.
Es kann somit festgehalten werden, dass die Sexualität in der Berichterstattung der BILD-Zeitung tatsächlich häufiger thematisiert wird. Dieser Unterschied kann als signifikant erachtet werden. Dies belegt auch der Qui-Quadrat-Test.
Dennoch sollte an dieser Stelle angemerkt werden, dass in der BILD-Zeitung keine übermäßige Sexualisierung innerhalb der Texteinheiten vorkommt. Die von anderen Studien erwiesene Sexualisierung von Sportlerinnen kann die hier vorliegende Analyse somit nur bedingt bestätigen. Die Annahme von Hypothese 8, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger die Sexualität der Sportlerinnen thematisiert wird als in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, kann dennoch bestätigt werden.

9.7 Machtverhältnis zwischen männlichen und weiblichen Akteuren

Es ist untersucht worden, wie oft männliche Akteure Teil der Berichterstattung waren und welche Rolle sie dabei eingenommen haben. Es soll die Frage geklärt werden, ob es ein Machtgefälle zwischen männlichen und weiblichen Akteuren gibt. Weiter soll die Frage beantwortet werden, ob in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM eine klassische Rollenverteilung stattfindet oder ob auch weibliche Akteure in Machtpositionen dargestellt worden sind. Es soll aufgezeigt werden, welche Machtstrukturen zwischen den Geschlechtern in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zu finden sind

9.7.1 Darstellung der Ergebnisse – Zuschreibung von Macht

In der BILD-Zeitung werden 25 von 184 analysierten weiblichen Hauptakteuren in einer Machtposition dargestellt. Dagegen wird 14 von 44 männlichen Hauptakteuren eine Position mit Entscheidungsmacht zugeschrieben. Um die Frage zu beantworten, ob männliche Hauptakteuren somit häufiger in Machtpositionen dargestellt werden, muss man sich beide Geschlechter im Verhältnis zueinander anschauen.

Abbildung 30: Beschreibung der Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Geschlecht

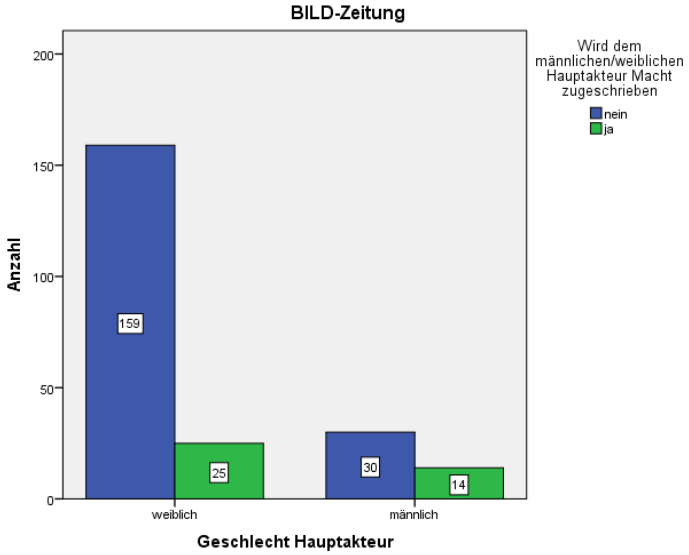
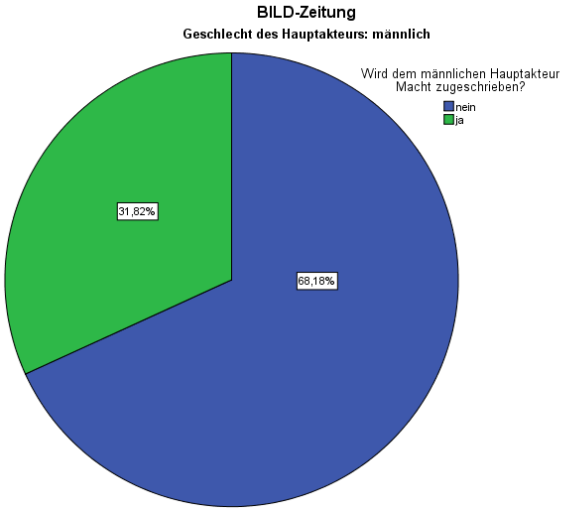
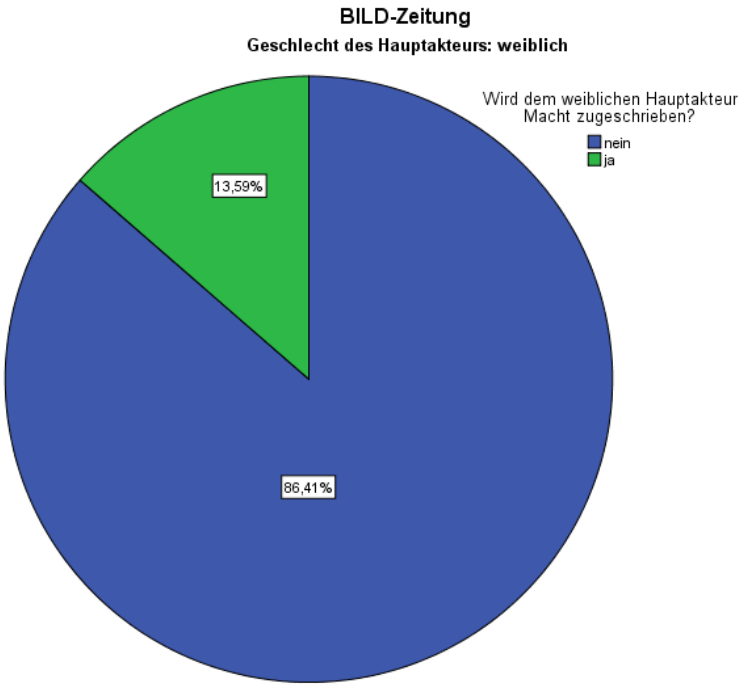


Abbildung 31: Beschreibung der männlichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011



In diesem Kreisdiagramm wird ersichtlich, dass ca. 32 % aller männlichen Hauptakteure in der BILD-Zeitung in einer Machtposition dargestellt werden. Im Vergleich dazu werden nur ca. 14 % aller weiblichen Hauptakteure in entscheidungstragenden Positionen dargestellt.

Abbildung 32:Beschreibung der männlichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011



In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung werden 56 der 211 analysierten weiblichen Hauptakteure in einer Machtposition dargestellt. 48 der 79 analysierten männlichen Hauptakteure in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung werden in entscheidenden Positionen dargestellt.

Abbildung 33: Beschreibung der männlichen und weiblichen Hauptakteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Geschlecht

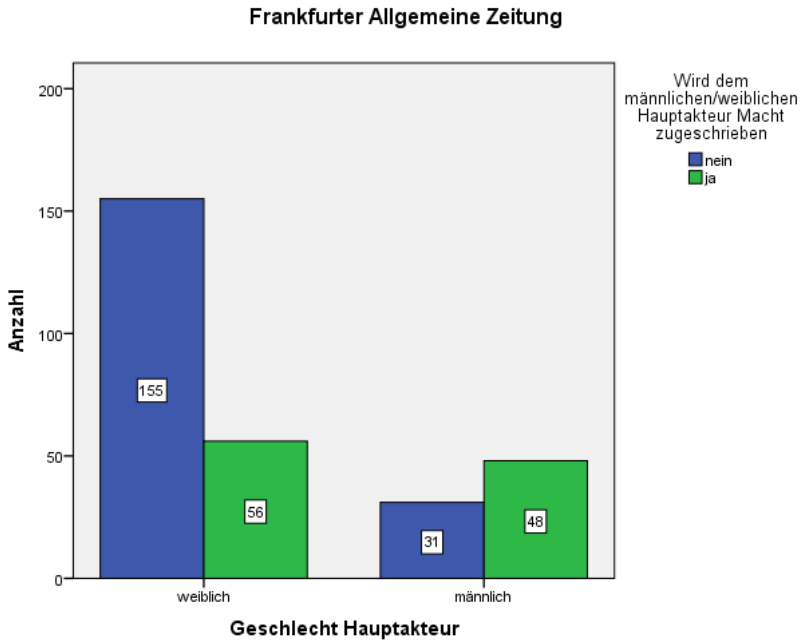
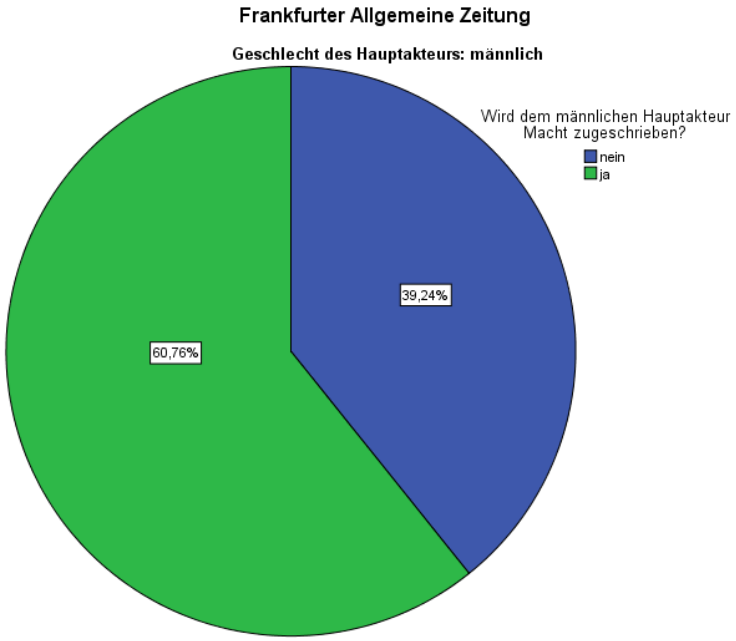


Abbildung 34: Beschreibung der männlichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011



Wie in Abbildung 34 bildlich dargestellt, werden 61 % der männlichen Hauptakteure in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in einer Machtposition dargestellt.

Dagegen werden nur ca. 27 % der weiblichen Hauptakteure in Machtpositionen dargestellt.

Abbildung 35: Beschreibung der weiblichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011

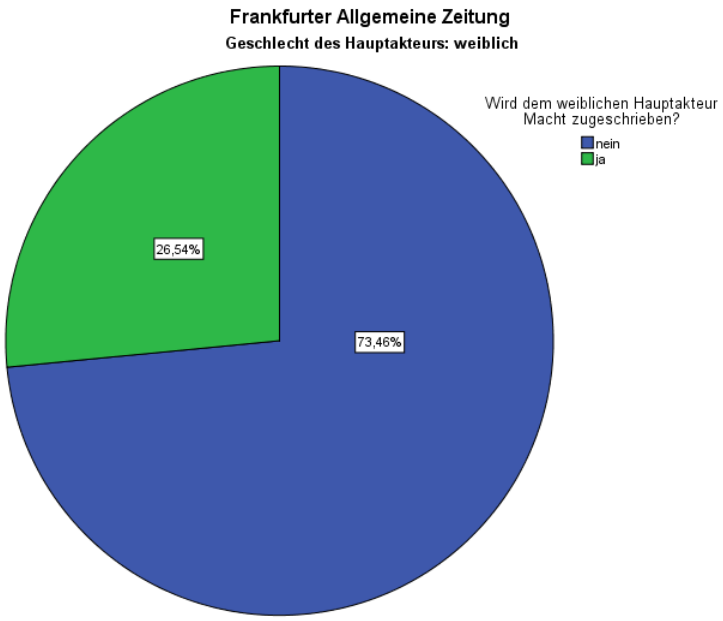


Tabelle 10: Darstellung der Hauptakteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011

BILD-Zeitung					
			Wird dem Akteur Macht zugeschrieben?		Gesamt
			nein	ja	
Geschlecht Hauptakteur	weiblich	Anzahl	159	25	184
		Prozent	86,4%	13,6%	100%
	männlich	Anzahl	30	14	44
		Prozent	68,2%	31,8%	100%
Gesamt		Anzahl	189	39	228
		Prozent	100%	100%	100%

Tabelle 11: Darstellung der Hauptakteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011

Frankfurter Allgemeine Zeitung					
			Wird dem Akteur Macht zugeschrieben?		Gesamt
			nein	ja	
Geschlecht Hauptakteur	weiblich	Anzahl	155	56	211
		Prozent	73,5%	26,5%	100%
	männlich	Anzahl	31	48	79
		Prozent	39,2%	60,8%	100%
Gesamt		Anzahl	186	104	290
		Prozent	100%	100%	100%

9.7.2 Interpretation der Ergebnisse – Zuschreibung von Macht

Hypothese 9: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung männliche Akteure häufiger in einer Machtposition dargestellt werden als in der Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Auffallend ist, dass in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sowohl den weiblichen als auch den männlichen Hauptakteuren mehr Macht zugesprochen wird als in der BILD-Zeitung.
Dies lässt sich auch auf die Tatsache zurückführen, dass in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung die Hauptakteure und deren Aufgabengebiete allgemein genauer beschrieben werden. So werden beispielsweise Beziehungen innerhalb der Sportverbände und dortige Entscheidungsprozesse wesentlich detaillierter skizziert. In der BILD-Zeitung wird die Aufgabenverteilung der Hauptakteure dagegen wesentlich seltener im Detail beschrieben.
Dass den männlichen Hauptakteuren sowohl in der BILD-Zeitung als auch in der F.A.Z. verhältnismäßig häufiger Macht zugesprochen wird als den weiblichen Hauptakteuren ist auch damit zu erklären, dass es sich bei den meisten männlichen Hauptakteuren um Männer in leitenden Positionen handelt, wie in etwa Trainer, Präsidenten des jeweiligen nationalen Sportverbandes oder Akteure der FIFA. Und es ist eine Tatsache, dass die meisten leitenden Positionen im Sport, auch im Frauenfußball, noch immer von Männern

bekleidet werden.
Es ist dennoch sehr auffällig, dass in der F.A.Z. den männlichen Hauptakteuren besonders häufig eine entscheidungstragende Rolle zugesprochen wird, nämlich in knapp 61 % aller Fälle. In der BILD-Zeitung liegt dieser Wert bei ca. 32 %. Die Annahme, dass besonders in der BILD-Zeitung männlichen Hauptakteuren eine mächtige Rolle in der Berichterstattung zugesprochen wird, kann somit nicht bestätigt werden. Tatsächlich werden männliche Hauptakteure in der Berichterstattung der F.A.Z. fast doppelt so oft in Machtpositionen dargestellt wie in der Berichterstattung der BILD-Zeitung.
Die Annahme von Hypothese 9 kann somit nicht bestätigt werden.

9.7.3 Darstellung der Ergebnisse - Machtgefälle zwischen den Hauptakteuren

Im vorangegangenen Kapitel ist die Machtposition der männlichen und weiblichen Hauptakteure untersucht worden. In diesem Kapitel soll nun das Machtverhältnis zwischen den Hauptakteuren untersucht werden, um eine Beurteilung der Geschlechterverhältnisse zwischen Hauptakteuren vornehmen zu können.
Hierbei wurde untersucht, wie sich das Machtverhältnis zwischen männlichen und weiblichen Hauptakteuren verhält. Es wurden somit alle Artikel, bei denen ein männlicher und weiblicher Hauptakteur vorkamen, daraufhin untersucht, welches Verhältnis diese zueinander haben. In 91,3 % aller Artikel gab es kein zu erkennendes Geschlechterverhältnis zwischen den Hauptakteuren. In den verbleibenden 33 Artikel (8,7 %) gab es zwischen den Hauptakteuren ein Machtgefälle. Das genaue Verhältnis ist in Tabelle 12 dargestellt.
Zum Verständnis, was unter Machtgefälle zu verstehen ist, soll folgendes Beispiel dienen. In diesem Fall ist ein Machtgefälle vom männlichen zum weiblichen Akteur erkennbar:

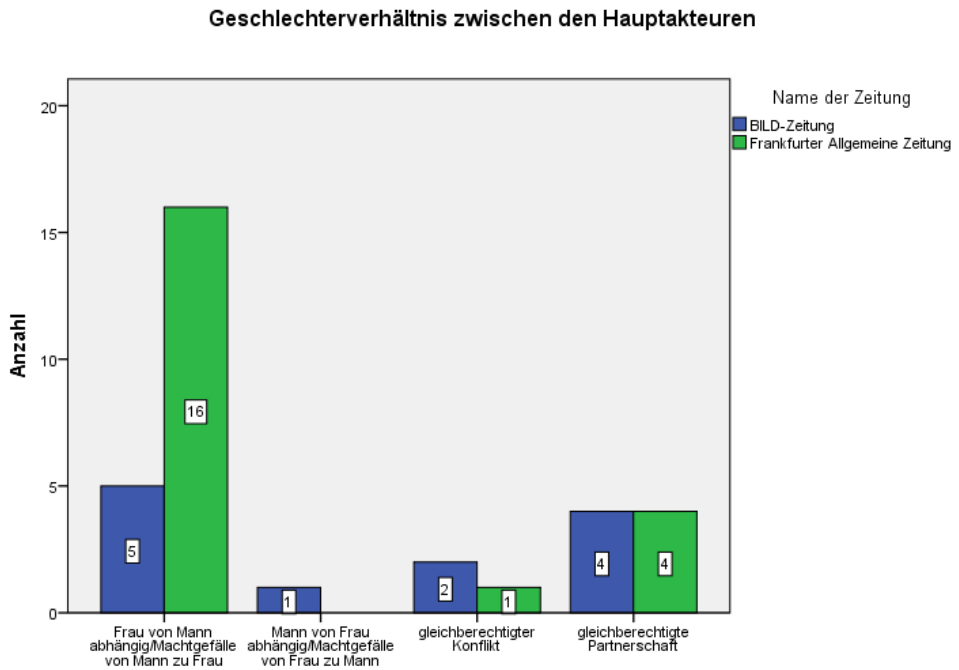
„Wenn Silvia Neid ihrem obersten Chef trauen darf, dann muss sie sich um ihren Job nicht im Geringsten sorgen.“[159]

[159] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 13.07.2011, S.28

Tabelle 12: Beschreibung des Geschlechterverhältnisses zwischen den Hauptakteuren in der Berichterstattung von BILD-Zeitung und F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011

Geschlechterverhältnis zwischen den Hauptakteuren			Name der Zeitung		Total
			BILD-Zeitung	Frankfurter Allgemeine Zeitung	
Geschlechterverhältnis zwischen den Hauptakteuren	Frau von Mann abhängig/ Machtgefälle von Mann zu Frau	Anzahl	5	16	21
		Prozent	23,8%	76,2%	100,0%
	Mann von Frau abhängig/ Machtgefälle von Frau zu Mann	Anzahl	1	0	1
		Prozent	100,0%	0,0%	100,0%
	gleichberechtigter Konflikt	Anzahl	2	1	3
		Prozent	66,7%	33,3%	100,0%
	gleichberechtigte Partnerschaft	Anzahl	4	4	8
		Prozent	50,0%	50,0%	100,0%
Total		Anzahl	12	21	33
		Prozent	36,4%	63,6%	100,0%

Abbildung 36: Darstellung des Geschlechterverhältnisses zwischen den Hauptakteuren in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung



9.7.4 Darstellung der Ergebnisse - Machtgefälle zwischen den Hauptakteuren

Hypothese 10: Es wird erwartet, dass es in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger zu einem Machtgefälle zwischen männlichen und weiblichen Akteuren kommt als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Es lässt sich festhalten, dass in jedem zehnten untersuchten Artikel ein direkte Beziehung zwischen männlichen und weiblichen Hauptakteuren zu finden ist.
In 21 Fällen oder 63 % aller Fälle ist hierbei ein Machtgefälle von Mann zu Frau festgestellt worden. In diesen Fällen wird die Position des weiblichen Hauptakteurs in der Berichterstattung erkennbar unter die Position des männlichen Hauptakteurs gestellt. Sehr häufig handelt es sich in solchen Fällen um ein berufliches Verhältnis, in dem der männliche Hauptakteur eine Entscheidungsposition innehat und über die berufliche Zukunft des weiblichen Hauptakteurs entscheiden kann. Auffällig ist, dass eine solche Machtkonstellation in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung 16-mal zu finden ist, in der BILD-Zeitung dagegen nur 5-mal. Das bedeutet, dass in ca. 76 % aller Fälle, in denen ein Machtgefälle von Mann zu Frau festgestellt werden konnte, dies in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung war.
Nur in einem einzigen Fall in der BILD-Zeitung kam es vor, dass ein männlicher Hauptakteur von einem weiblichen Hauptakteur abhängig war. In drei Fällen, zwei in der BILD-Zeitung und einem in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, gab es einen gleichberechtigten Konflikt. In acht Fällen, jeweils vier Fälle in beiden Zeitungen, gab es zwischen männlichem und weiblichem Hauptakteur eine gleichberechtigte Partnerschaft.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in über 90 % aller Fälle keine klaren Machtverhältnisse zwischen männlichem und weiblichem Geschlecht zu finden waren. Jedoch verläuft in ca. 63 % aller Fälle, in denen ein Machtgefälle zwischen den Geschlechtern festgestellt werden konnte, das Machtgefälle von Mann zu Frau.
Es kann also bestätigt werden, dass im Falle von klaren Machtverhältnissen zwischen den Hauptakteuren, den männlichen Hauptakteuren die übergeordnete Position zugeordnet werden konnte.
Jedoch kann die Annahme, dass dies in der BILD-Zeitung häufiger der Fall sein wird,

nicht bestätigt werden. Die empirische Untersuchung hat ergeben, dass in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ca. dreimal so häufig der männliche Hauptakteur über dem weiblichen Hauptakteur positioniert ist. Die Annahme aus Hypothese 10, dass es in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger zu einem Machtgefälle zwischen männlichen und weiblichen Akteuren kommt, kann nicht bestätigt werden.

9.8 Beurteilung der Leistung der Hauptakteure

Es ist untersucht worden, wie die sportlichen Leistungen der Athletinnen in den einzelnen Artikeln bewertet worden ist. Weiter ist untersucht worden, ob Leistungen häufiger positiv oder negativ bewertet worden sind. Am Schluss wird dargestellt, in welchen Bereichen die beurteilten Leistungen erbracht worden sind.

9.8.1 Darstellung der Ergebnisse

In diesem Kapitel soll die Leistungsbeurteilung der Hauptakteure näher betrachtet werden.
Hierfür soll zunächst die Leistung aller Hauptakteure dargestellt werden, um im Anschluss die Beurteilung der Leistung geschlechterbezogen zu betrachten.

Abbildung 37: Darstellung der Beurteilung der Leistungen der Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung

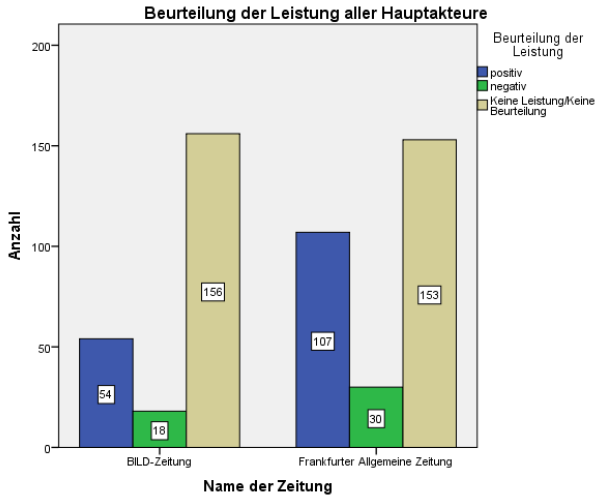


Tabelle 13: Darstellung der Beurteilung der Leistungen der Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung

Beurteilung der Leistung aller Hauptakteure			Beurteilung der Leistung			Total
			positiv	negativ	Keine Leistung/ Keine Beurteilung	
Name der Zeitung	BILD-Zeitung	Anzahl	54	18	156	228
		Prozent	23,7%	7,9%	68,4%	100,0%
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Anzahl	107	30	153	290
		Prozent	36,9%	10,3%	52,8%	100,0%
Total		Anzahl	161	48	309	518
		Prozent	31,1%	9,3%	59,7%	100,0%

Es fällt auf, dass bei einem Großteil der Berichterstattung, nämlich 59,7 % bei BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung, keine Leistung bei den Hauptakteuren thematisiert wurde oder bei erbrachter Leistung keine Beurteilung stattgefunden hat.
Schaut man sich die beiden Zeitungen getrennt voneinander an, so wird deutlich, dass in der BILD-Zeitung mit 68,4 % in den meisten Fällen die Leistung der Akteure kaum eine Rolle spielt. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, in der in 52,8 % aller Fälle die Leistung der Akteure nicht thematisiert wird, fällt diese Quote doch erheblich niedriger aus. Es kann also festgehalten werden, dass in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung die Beurteilung der Leistung von höherer Bedeutung ist als in der BILD-Zeitung.
Im folgenden Abschnitt soll nun die Bewertung der Leistung genauer betrachtet werden. Es soll der Frage nachgegangen werden, wie kritisch im Falle einer Beurteilung die Leistung der Akteure eingestuft wird. Weiter soll untersucht werden, ob es Unterschiede in der Leistungsbeurteilung von Männern und Frauen gibt.

Tabelle 14 zeigt die 209 Fälle (40,4 %), in denen es zu einer Beurteilung der Leistung der Hauptakteure kommt.

Tabelle 14: Darstellung aller positiven und negativen Leistungsbeurteilungen der Akteure in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011

Im Falle einer Beurteilung der Leistung			Beurteilung der Leistung		Gesamt
			positiv	negativ	
Name der Zeitung	BILD-Zeitung	Anzahl	54	18	72
		Prozent	75,0%	25,0%	100,0%
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Anzahl	107	30	137
		Prozent	78,1%	21,9%	100,0%
Gesamt		Anzahl	161	48	209
		Prozent	77,0%	23,0%	100,0%

Wie zu sehen ist, kommt es in 77 % aller Beurteilungen zu einer positiven Bewertung der Leistung der Hauptakteure. In 23 % der Fälle ist die Leistung negativ beurteilt worden. Die Beurteilung der Hauptakteure fällt in den meisten Fällen somit positiv aus. Auch zwischen der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung kann kein signifikanter Unterschied festgestellt werden. Es kann festgehalten werden, dass in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung die Leistungen der Hauptakteure häufiger einer Beurteilung unterliegen. Die Beurteilung der Leistungen ist jedoch in beiden Zeitungen vergleichbar.

Im folgenden Abschnitt soll nun untersucht werden, ob auffallende Unterschiede bei der Beurteilung der Leistung von männlichen und weiblichen Hauptakteuren zu finden sind.

Tabelle 15: Darstellung aller positiven und negativen Leistungsbeurteilungen der Akteure in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011

Frankfurter Allgemeine Zeitung					
Beurteilung der Leistung unterteilt nach Geschlecht			Beurteilung der Leistung		Total
			positiv	negativ	
Geschlecht	weiblich	Anzahl	86	27	113
		Prozent	76,1%	23,9%	100,0%
	männlich	Anzahl	21	3	24
		Prozent	87,5%	12,5%	100,0%
Total		Anzahl	107	30	137
		Prozent	78,1%	21,9%	100,0%

Tabelle 16: Darstellung aller positiven und negativen Leistungsbeurteilungen der Akteure in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011

BILD-Zeitung					
Beurteilung der Leistung unterteilt nach Geschlecht			Beurteilung der Leistung		Total
			positiv	negativ	
Geschlecht	weiblich	Anzahl	52	16	68
		Prozent	76,5%	23,5%	100,0%
	männlich	Anzahl	2	2	4
		Prozent	50,0%	50,0%	100,0%
Total		Anzahl	54	18	72
		Prozent	75,0%	25,0%	100,0%

Die beiden Kreuztabellen zeigen auf, dass die Leistung der weiblichen Akteure in beiden Zeitungen gleich häufig positiv und negativ beurteilt worden sind. In beiden Fällen wird die Leistung von weiblichen Hauptakteuren mit ca. 76 % positiv und ca. 24 % negativ beurteilt.

Die Leistungen der männlichen Hauptakteure werden in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in 87,5 % der Fälle positiv beurteilt. Nur in drei Fällen (12,5 %) kommt es zu einer negativen Beurteilung der Leistung eines männlichen Hauptakteurs.

9.8.2 Interpretation der Ergebnisse

Hypothese 11: Es wird erwartet, dass die Leistungen der weiblichen Hauptakteure in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger negativ beurteilt werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Es ist bemerkenswert, dass für die Berichterstattung der Frauenfußball-WM in knapp 60% aller Fälle die Leistung der Hauptakteure entweder nicht beurteilt wurde oder überhaupt nicht darüber berichtet wurde. Ein wesentliches Element in der Sportberichterstattung stellt eine kritische Auseinandersetzung mit den erbrachten Leistungen der Sportler dar. In den 40% der Fälle, in denen die Leistung der Hauptakteure der Frauenfußball-WM beurteilt wurde, kam es bei 77% zu positiven und bei 23% zu negativen Beurteilungen.

Vorausgegangene Studien haben nachgewiesen, dass die Leistungen von Sportlerinnen oftmals sehr kritisch beurteilt werden, in der Literatur wird dies auch als „Entsportlichung“ der Frau bewertet. Im Rahmen dieser Untersuchung lässt sich diese Erkenntnis zumindest bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung teilweise bestätigen. Wird die Leistung weiblicher Hauptakteure hier mit ca. 76% positiv bewertet und die Leistung der Männer mit ca. 88%.

In der BILD-Zeitung kommt es dagegen nur äußerst selten zu einer Beurteilung von männlichen Hauptakteuren. Es kann in diesem Fall gesagt werden, dass in der Berichterstattung der BILD-Zeitung die Leistung der Sportlerinnen im Mittelpunkt stand.

Weibliche Hauptakteure werden von der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung gleichermaßen beurteilt, jeweils mit ca. 76% positiver Bewertung. Die Feststellung vorangegangener Studien, die eine kritischere Beurteilung der Leistungen weiblicher Sportler in Boulevardzeitungen gegenüber Qualitätszeitungen feststellen konnten, kann im Falle der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 nicht bestätigt werden.

Die Annahme von Hypothese 11, die besagt, dass die Leistungen der weiblichen Hauptakteure in der BILD-Zeitung negativer beurteilt werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, kann nicht bestätigt werden.

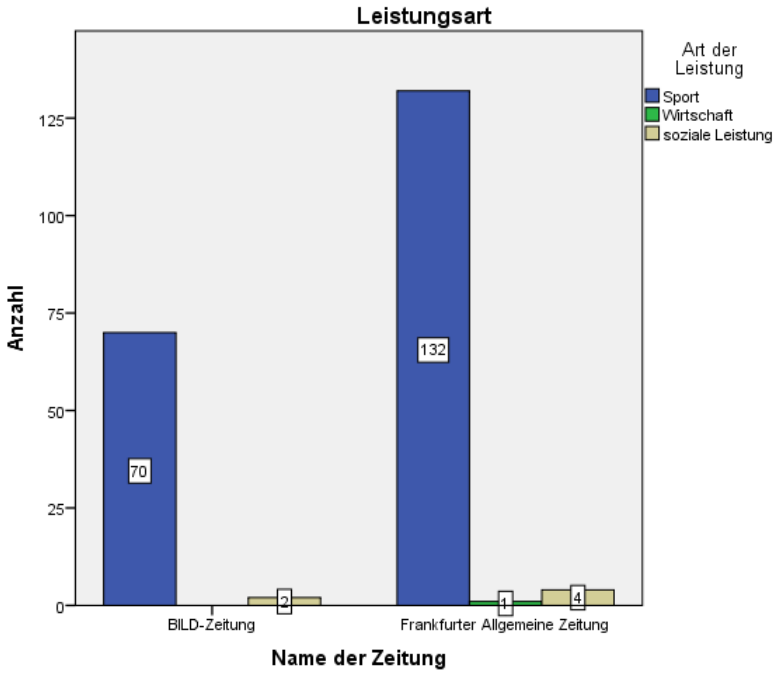
9.8.3 Art der Leistung

Aufgrund der Vollständigkeit und Nachvollziehbarkeit der Untersuchung soll in diesem Abschnitt die Leistungsart, nach denen die Hauptakteure beurteilt wurden, dargestellt werden.
Diesbezüglich sind keine Hypothesen aufgestellt worden.

Tabelle 17: Darstellung der Art der Leistung der Akteure unterteilt nach Kategorien

			Art der Leistung			Gesamt
			Sport	Wirtschaft	soziale Leistung	
	BILD-Zeitung	Anzahl	70	0	2	72
		Prozent	97,2%	0,0%	2,8%	100,0%
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Anzahl	132	1	4	137
		Prozent	96,4%	0,7%	2,9%	100,0%
Gesamt		Anzahl	202	1	6	209
		Prozent	96,7%	0,5%	2,9%	100,0%

Abbildung 38: Darstellung der Art der Leistung der Akteure unterteilt nach Kategorien

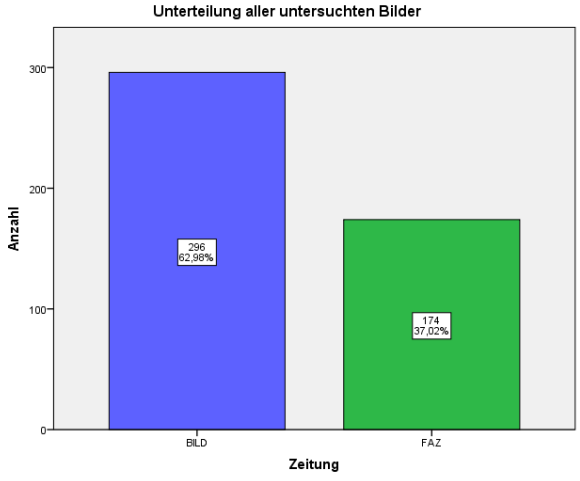


Es ist wenig überraschend, dass hierbei ca. 97 % aller Fälle auf die Kategorie Sport zutreffen. In einem Fall wurde eine Leistung aus der Kategorie Wirtschaft beurteilt und in sechs Fällen handelte es sich um soziale Leistungen, wie z.B. eine betont positive Bewertung des Verhaltens einer Sportlerin gegenüber ihren Teamkollegen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Journalisten bei ihren Beurteilungen in der Berichterstattung auf das Sportliche konzentriert haben.

9.9 Präsentation der Akteure auf den Fotos

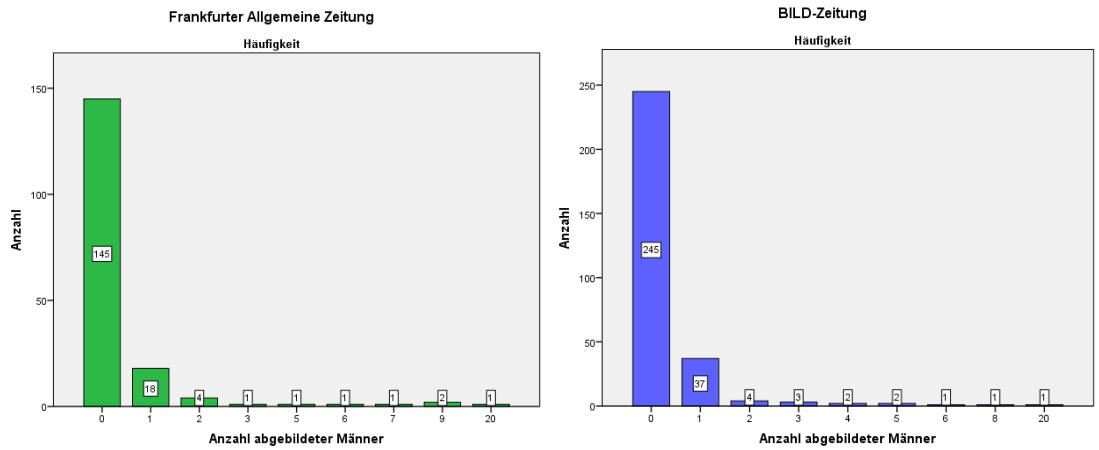
Die Fotos der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM sind zunächst auf quantitative Kategorien untersucht worden. Es wurden alle abgebildeten Akteure gezählt und es wurde untersucht, wie viele männliche und weibliche Hauptakteure (dargestellte Personen, die eindeutig im Mittelpunkt des Geschehens stehen) in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung abgebildet worden sind. Überdies wurde untersucht, in welchen Posen die Hauptakteure dargestellt wurden, welchen Gesichtsausdruck sie haben und welche Kleidung von ihnen getragen wird. Aufgrund dieser detaillierten Untersuchung kann eine umfangreiche Analyse und ein Vergleich der Auswahl der Sportfotos der Redaktion der BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung vorgenommen werden.

Abbildung 39: Darstellung der aller vorkommenden Akteure in den Bildeinheiten, unterteilt nach Zeitung (N= 470)



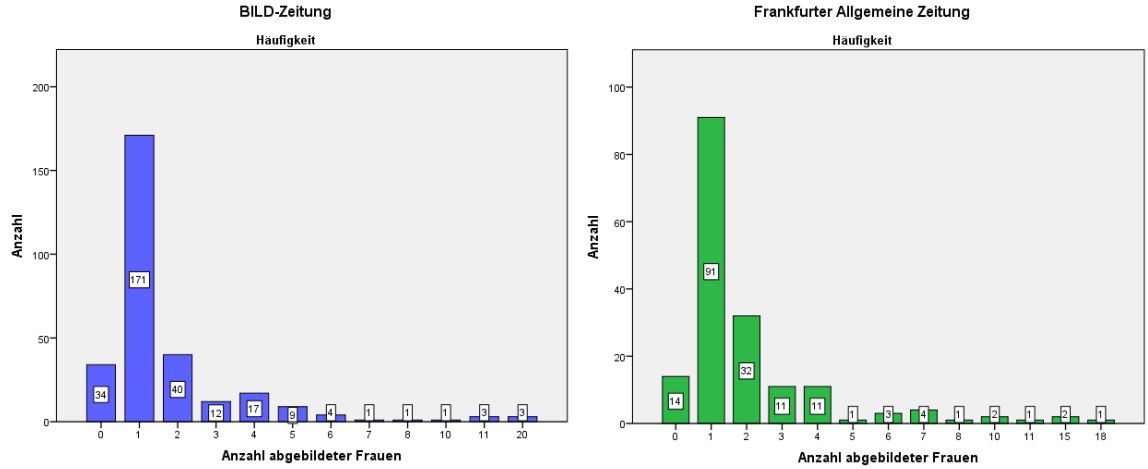
9.9.1 Darstellung der Ergebnisse – Anzahl männlicher und weiblicher Akteure

Abbildung 40: Häufigkeit von männlichen Akteuren auf den Fotos in der F.A.Z. und BILD-Zeitung



Insgesamt sind in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung auf 174 Fotos 85 Männer abgebildet worden. Dies entspricht einem Mittelwert von 0,49 Männern pro Bild. In der BILD-Zeitung sind auf 296 Fotos 106 Männer abgebildet worden. Dies entspricht einem Mittelwert von 0,36 Männern pro Bild.

Abbildung 41:Häufigkeit von weiblichen Akteuren auf den Fotos in der F.A.Z. und BILD-Zeitung



Insgesamt sind in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung auf 174 Fotos 370 Frauen abgebildet worden. Dies entspricht einem Mittelwert von 2,13 Frauen pro Bild. In der BILD-Zeitung sind auf 296 Fotos 542 Frauen abgebildet worden. Dies entspricht einem Mittelwert von 1,83 Frauen pro Bild.

Tabelle 18: Darstellung aller abgebildeten Akteure auf Fotos in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011

BILD-Zeitung	Artikel	Anzahl	Mittelwert
Anzahl abgebildeter Frauen	296	542	1,83
Anzahl abgebildeter Männer	296	106	,36

Tabelle 19: Darstellung aller abgebildeten Akteure auf Fotos in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011

F.A.Z.	Artikel	Anzahl	Mittelwert
Anzahl abgebildeter Frauen	174	370	2,13
Anzahl abgebildeter Männer	174	85	,49

9.9.2 Interpretation der Ergebnisse – Darstellung von männlichen und weiblichen Akteuren

Hypothese 12: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung mehr Männer abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

In absoluten Zahlen gesehen bildet die BILD-Zeitung mehr Männer und Frauen ab als die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Die Berechnung des Mittelwerts pro Bild ergibt jedoch, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung im Durchschnitt sowohl mehr Frauen als auch Männer auf ihren Fotos abgebildet hat. Die Ergebnisse vorangegangener Studien, die herausgefunden haben, dass in der Sportberichterstattung von Boulevardzeitungen häufiger Männer abgebildet werden als in der Sportberichterstattung von Qualitätszeitungen, können in diesem konkreten Fall nicht bestätigt werden. Damit kann die Annahme von Hypothese 12, dass auf den Abbildungen der BILD-Zeitung häufiger Männer abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, nicht bestätigt werden.

9.9.3 Darstellung der Ergebnisse – Darstellung von Sportlerinnen in aktiven und passiven Situationen

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Darstellung der Sportlerinnen vorgestellt. Die abgebildeten Hauptakteure sind in der Forschungsarbeit daraufhin untersucht worden, in welchem Umfeld sie dargestellt worden sind.

In diesem Kapitel soll genauer untersucht werden, wie oft Sportlerinnen in aktiven und passiven Situationen abgebildet wurden.

Abbildung 42: Dargestellte Situationen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in der BILD-Zeitung

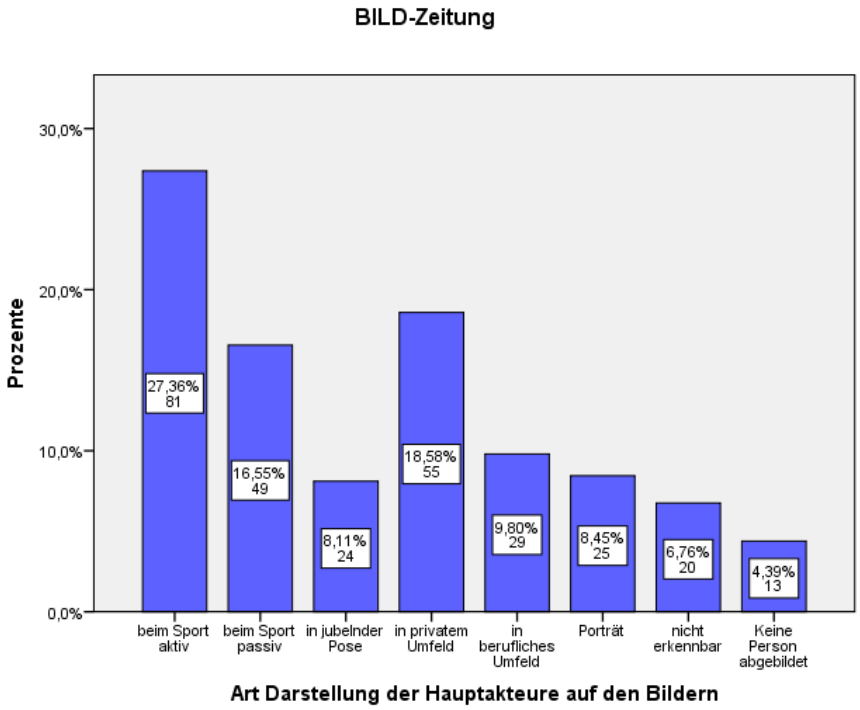
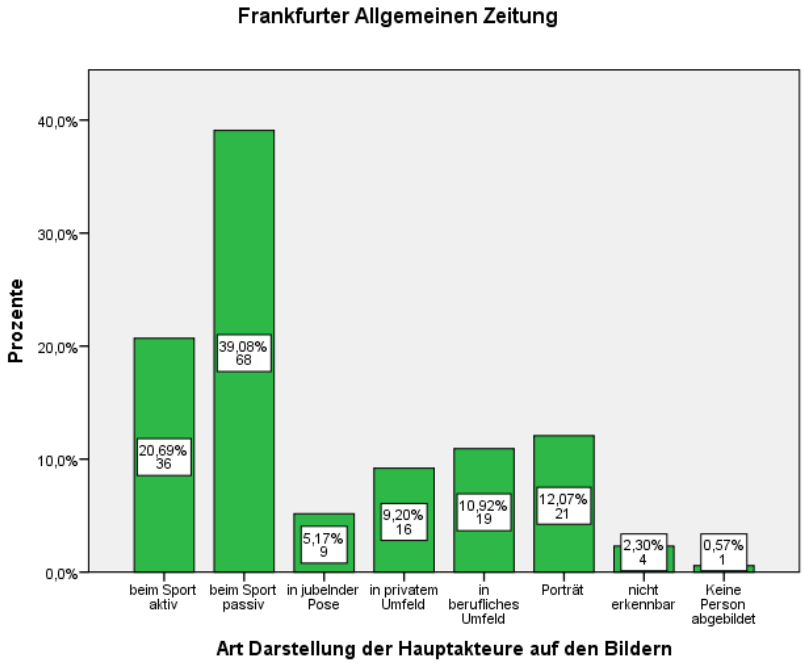


Abbildung 43:Dargestellte Situationen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in der F.A.Z.



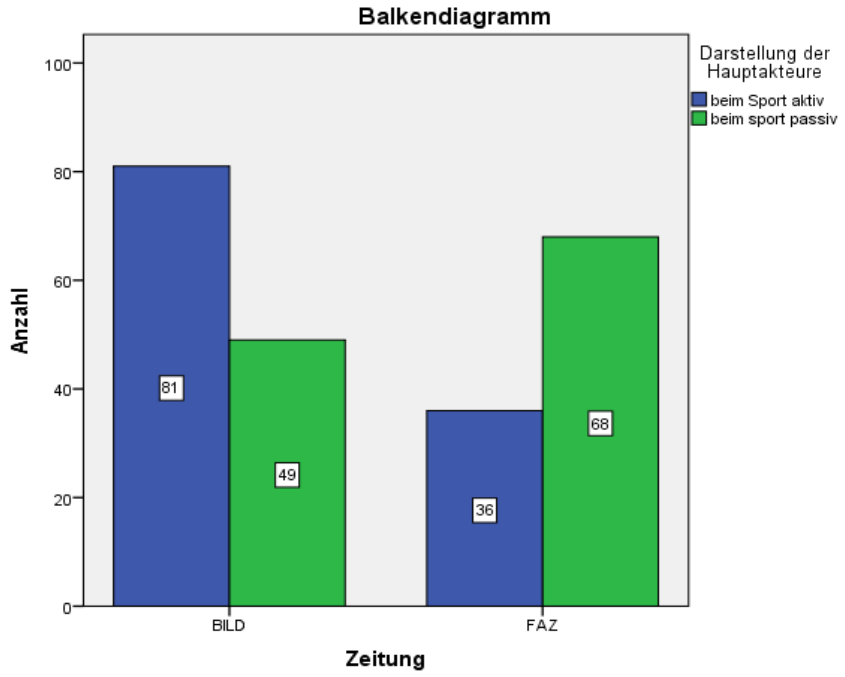
Die beiden vorangegangenen Balkendiagramme geben einen ersten Überblick über die verschiedenen Darstellungsformen auf den Bildern und deren Häufigkeit. Zur Beantwortung der Hypothese sollen nun die Wertelabels „beim Sport aktiv“ und „beim Sport passiv“ näher betrachtet werden. Siegesfotos sind in dieser Kalkulation nicht mit einberechnet, da sie unter dem Wertelabel „in jubelnder Pose“ kodiert wurden.

Ein sehr großer Teil der Sportfotos zeigt die Akteure in ihrem sportlichen Umfeld unmittelbar nach Siegen oder aber auch in einem sportlichen Umfeld, jedoch sind die abgebildeten Akteure nicht aktiv am Sport treiben.

Tabelle 20: Darstellung der Sportlerinnen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in aktiven und passiven Situationen

			Darstellung der Sportlerinnen		Gesamt
			beim Sport aktiv	beim Sport passiv	
Zeitung	BILD	Anzahl	81	49	130
		Prozent	62,3%	37,7%	100,0%
	FAZ	Anzahl	36	68	104
		Prozent	34,6%	65,4%	100,0%
Gesamt		Anzahl	117	117	234
		Prozent	50,0%	50,0%	100,0%

Abbildung 44: Darstellung der Sportlerinnen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in aktiven und passiven Situationen



Wie in der Kreuztabelle und dem Balkendiagramm abzulesen ist, werden die weiblichen Hauptakteure bei der BILD-Zeitung, wenn sie in einem sportlichen Umfeld dargestellt werden, in 62,3 % aller Fälle in aktiven und in 37,7 % in passiven Situationen gezeigt.

In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung werden die Akteure beim Sport in 34,6 % aller Fälle in aktiven und in 56,4 % aller Fälle in passiven Situationen abgebildet.

Die Berechnung des Chi-Quadrats bestätigt, dass ein signifikanter Unterschied in der Darstellung der Sportlerinnen in passiven und aktiven Situationen in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung besteht.

Tabelle 21: Qui-Quadrat-Test zur Darstellung der Sportlerinnen in aktiven und passiven Situationen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung und F.A.Z.

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	17,723[a]	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	234		

Foto 6: Simone Laudher beim Schuss(BILD-Zeitung am 01.07.2011; Foto.GES)

Foto 7: Kerstin Garefrekes verzweifelt (F.A.Z. am 30.06.2011, Foto: M.i.S./Imago sport)

Vielseitig – im defensiven Bereich wie in der Offensive ist die 31 Jahre alte Kerstin Garefrekes gefragt. Fotos M.i.S./Imago sport

Foto 8: deutsche Spielerinnen nach einer Niederlage (F.A.Z. am 10.07.2011, Foto:Reuters)

9.9.4 Interpretation der Ergebnisse - Darstellung von Sportlerinnen in aktiven und passiven Situationen

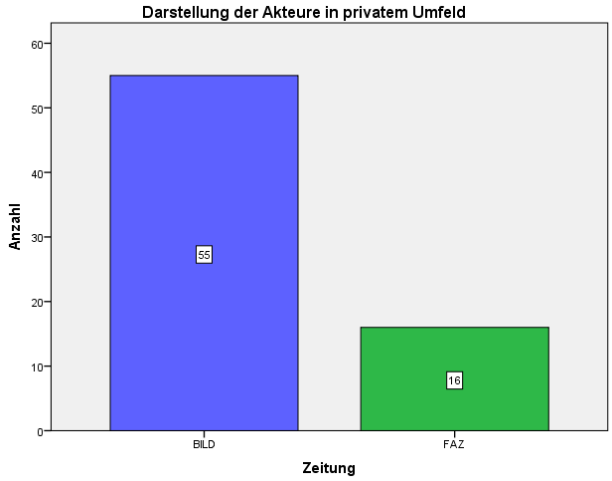
Hypothese 13: Es wird erwartet, dass die Sportlerinnen auf den Fotos der BILD-Zeitung häufiger in passiven Situationen dargestellt werden und in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung häufiger in aktiven Situationen.

Bezüglich der Präsentation der Sportlerinnen auf den Fotos lassen sich eindeutige Unterschiede zwischen der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung feststellen. Entgegen den Erwartungen sind die die Sportlerinnen in der BILD-Zeitung wesentlich häufiger in aktiven Situationen des Fußballspiels dargestellt worden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. In der BILD-Zeitung sind die Sportlerinnen z.B. häufig beim Zweikampf oder Schießen gezeigt worden. Rein ästhetisch sind solche Fotos für die Sportlerinnen nicht immer vorteilhaft, da sie verkrampfte Gesichter und Mimik zeigen, die oft als unweiblich angesehen werden. Entgegen den Erwartungen sind solche Bilder dennoch vermehrt in der BILD-Zeitung gefunden worden.
In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung werden die Sportlerinnen in den meisten Fällen in passiven Situationen, also z.B. beim Gespräch mit der Trainerin gezeigt. Fotos, bei denen die Frauen z.B. beim Zweikampf gezeigt werden, sind nur äußerst selten zu finden. Es finden sich dafür viele Fotos, auf denen verzweifelte und enttäuschte Sportlerinnen, z.B. nach verlorenen Spielen, dargestellt werden.
Die Befunde vergangener Studien, die belegen, dass besonders in Boulevardzeitungen Frauen verstärkt in passiven Situationen zu sehen sind, kann für die Sportberichterstattung der Frauenfußball-WM nicht bestätigt werden. Daher kann die Annahme von Hypothese 13, dass die Sportlerinnen in der BILD-Zeitung häufiger in passiven Situationen dargestellt werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung nicht bestätigt werden.

9.9.5 Darstellung der Ergebnisse -Darstellung der Akteure in privatem Umfeld

In der BILD-Zeitung werden die weiblichen Akteure auf 18,58% aller Fotos in ihrem privatem Umfeld gezeigt. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in 9,25% aller Fälle. In absoluten Zahlen drückt sich dies wie in folgenden Diagramm aus:

Abbildung 45: Darstellung der Sportlerinnen auf Fotos in privatem Umfeld in der Berichterstattung der BILD-Zeitung und F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011



Es lässt sich somit ganz eindeutig feststellen, dass in der BILD-Zeitung die Sportlerinnen signifikant öfter in privaten Situationen abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung

Foto 9: Deutsche Spielerinnen beim Shoppen (BILD am 25.06.2011, Foto: Action Press)

9.9.6 Interpretation der Ergebnisse – Darstellung der Akteure in privatem Umfeld

Hypothese 14: Es wird erwartet, dass die weiblichen Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung häufiger in privatem Kontext abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Sportlerinnen werden in der Berichterstattung häufiger in privaten Situationen dargestellt als ihre männlichen Kollegen. Dieser Befund liest sich immer wieder in Studien, die die Sportberichterstattung über Männer und Frauen vergleichen. Ein Bezug zum privaten Umfeld von Sportlerinnen führt zur Trivialisierung der Athleten und lenkt von eigentlich erbrachten Leistungen ab.
Im Rahmen dieser Untersuchung lässt sich festhalten, dass in der BILD-Zeitung Sportlerinnen eindeutig häufiger in privaten Situationen abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Auf den Fotos der BILD-Zeitung werden die Akteure fast doppelt so oft in privaten Situationen gezeigt wie in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Es kann jedoch nicht gesagt werden, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung gänzlich auf private Fotos verzichtet, denn immerhin zeigt fast jedes zehnte Foto die Sportlerinnen in privatem Umfeld. Dennoch kann die Annahme, die sich auf die Befunde vorangegangener Studien bezieht, dass in einer Boulevardzeitung Sportlerinnen häufiger in privaten Situationen dargestellt werden, bestätigt werden. Hypothese 14 kann somit bestätigt werden.

9.9.7 Darstellung der Ergebnisse - Darstellung der Sportlerinnen in sexualisierten Posen

Auf 8 Fotos oder in 3,35% aller Fälle sind Sportlerinnen in der BILD-Zeitung in Unterwäsche abgebildet worden. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung hingegen sind die Sportlerinnen auf keinem einzigen Bild in Kleidung zu sehen gewesen, die die Geschlechtsmerkmale betont.
Folgendes Balkendiagramm zeigt an, wie die abgebildeten Personen angezogen waren.

Abbildung 46: Bekleidung der Sportlerinnen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in BILD-Zeitung und F.A.Z.

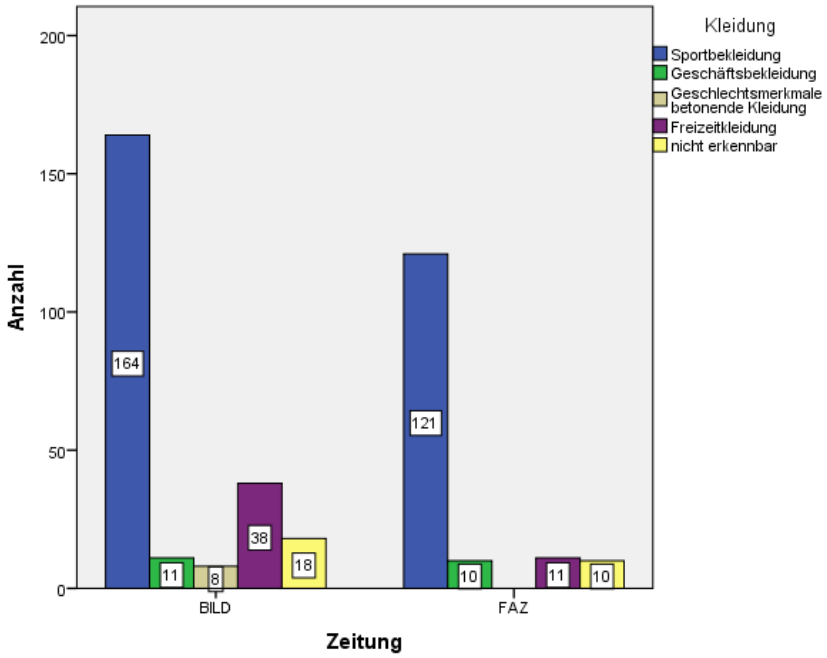


Foto 10:Kaylyn Kyle, "süß wie eine Barbie-Puppe"

(BILD am 22.06.2011, Foto:Heike Delmore)

Foto 11: Heather Mitts (BILD am 11.07.2011, Foto: Getty Images)

Foto 12: Hope Solo (BILD am 19.07.2011, Foto: DDP Images)

9.9.8 Interpretation der Ergebnisse – Darstellung der Sportlerinnen in sexualisierten Posen

Hypothese 15: Es wird erwartet, dass die weiblichen Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung häufiger in sexualisierten Posen abgebildet werden als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

Das Aussehen von Frauen wird in den Medien stärker inszeniert als das Aussehen von Männern. Medien wird dadurch oftmals vorgeworfen, dass Frauen damit auf ihr Äußeres reduziert werden und ihre Kompetenzen nicht gewürdigt werden. In Studien zur bildlichen Darstellung von Sportlerinnen wurde ermittelt, dass speziell das attraktive Äußere von weiblichen Akteuren in Szene gesetzt wird (vgl. Kap. 5.2). Häufig findet hierbei auch eine Erotisierung der Sportlerinnen statt.[160] Diese Art der Berichterstattung lässt sich auch in dieser Untersuchung wiederfinden, wenn auch nur in geringem Maße.
Es ist zu erkennen, dass die Sportlerinnen sowohl in der BILD-Zeitung als auch in der F.A.Z. in den meisten Fällen in ihrer Sportbekleidung abgelichtet wurden. In der BILD-

[160] Vgl. Rulofs 2001, S. 169 f.

Zeitung sind die Spielerinnen in absoluten Zahlen 38-mal in Freizeitbekleidung gezeigt worden. Dieses Ergebnis überrascht nicht, da die Sportlerinnen ja auch signifikant häufiger in privatem Umfeld dargestellt werden. Die Werte der Auftritte in Geschäftsbekleidung, also z.B. in Hosenanzug oder Jackett, sind in beiden Zeitungen vergleichbar.
Darstellungen in Kleidung, die die Geschlechtsmerkmale betont (hiermit sind primär Unterwäschefotos gemeint), kommen nur in der BILD-Zeitung vor. Der Unterschied kann als signifikant betrachtet werden. Die Annahme von Hypothese 15, dass Sportlerinnen in der BILD-Zeitung häufiger in sexualisierten Posen abgebildet werden, kann somit bestätigt werden.

9.10 Darstellung und Interpretation der Ergebnisse – Thematisierung von Geschlechterstereotypen in der Sportberichterstattung

Die Darstellung und Interpretation der Ergebnisse soll in diesem speziellen Fall zusammen dargestellt werden, da es sich um qualitative Aspekte der Inhaltsanalyse handelt. Dieses Kapitel versucht Tendenzen von geschlechterkonstruierender Berichterstattung aufzuzeigen und verweist auf wesentliche Unterschiede im Umgang mit Geschlechterstereotypen in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.
Vorab sind folgende Hypothesen aufgestellt worden:

Hypothese 16: Es wird erwartet, dass in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung häufiger gängige Geschlechterstereotype in Frage gestellt werden als in der BILD-Zeitung.

Hypothese 17: Es wird erwartet, dass in der BILD-Zeitung häufiger Aussagen getätigt werden, die Geschlechterstereotype bestätigen als in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung

Viele Stereotype über Männer und Frauen können als universell angesehen werden.[161]

[161] Vgl. Kap.6.1

Zum Beispiel werden Frauen häufig als irrational, schwach oder abhängig beschrieben. Männern werden Eigenschaften wie ehrgeizig, rational, stark oder unabhängig zugesprochen.

Es wurde nun untersucht, ob Artikel solche klassischen Stereotype bestätigen oder herausfordern.

Artikel, die Stereotype herausfordern, weisen z.B. Inhalte auf, die Annahmen über gängige Eigenschaften von Männern und Frauen in Frage stellen. In der Sportberichterstattung kann dies zum Beispiel in gezielter Unterscheidung von Männerfußball und Frauenfußball geschehen. Oder wenn Frauen in Positionen dargestellt werden, die zuvor nur Männern vorbehalten waren, wenn z.B. eine Frau erstmals als Vorsitzende des WM-Organisationskomitees vorgestellt wird.

Es wurde in diesem Schritt der Analyse aber auch untersucht, ob Artikel möglicherweise gezielt vorherrschende Stereotype bekräftigen. In dieser Untersuchung kann dies zum Beispiel dadurch geschehen, dass betont wird, dass Frauen schwächer, langsamer oder schlechter Fußball spielen als Männer und somit die Daseinsberechtigung von Frauenfußball bzw. die mediale Berichterstattung über Frauenfußball in Frage gestellt wird.

Zur Beantwortung der hier untersuchten Hypothesen ist eine qualitative Vorgehensweise angewendet worden. Es sind alle Artikel daraufhin untersucht worden, ob sie beim Rezipienten möglicherweise neue Denkanstöße, neue Blickwinkel oder Perspektiven über Frauenfußball anstoßen können. Falls dies geschieht, so kann man sagen, dass der Artikel versucht gängige Stereotype über Frauenfußball aufzulösen.

Bei der Erhebung der empirischen Daten ist aufgefallen, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung einen eher offensiven Stil in der Berichterstattung gewählt hat. Deutschland ist eine Fußball begeisterte Nation und der Frauenfußball wird hierzulande von Zuschauern und Presse durchaus kritisch betrachtet und oftmals auch hinterfragt. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat das Ereignis der Frauenfußball-WM im eigenen Land genutzt und die Berichterstattung über Frauenfußball aus der Sicht der Rezipienten auf einen neuen Level gehoben. Es ist im WM-Spezial qualitativ hochwertige Sportberichterstattung angeboten worden, die sich von der Berichterstattung über Männerfußball kaum unterscheidet. Es standen zumeist die Spiele, die Ergebnisse und die Leistung der Protagonisten im Vordergrund. Aber auch die Probleme, die viele Zuseher mit Frauenfußball haben, sind offen thematisiert worden. So ist in einigen Artikeln der Unterschied zwischen Männerfußball und Frauenfußball herausgearbeitet worden und die

F.A.Z. hat es geschafft, die Vorzüge des Frauenfußballs bewusst zu betonen und dem Frauenfußball somit einen eigenen Charakter verliehen. Es ist einigen Artikeln bewusst darauf eingegangen worden, warum es nicht zielführend, sondern vielmehr unfair sei, Männerfußball und Frauenfußball miteinander zu vergleichen. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat versucht, Frauenfußball als eigenständige Sportart, losgelöst vom Männersport zu betrachten, so wie es in anderen Sportarten üblich ist. So würde es wohl fast jeder Leser als irritierend empfinden, wenn z.B. in der Tennis-Berichterstattung über Wimbledon die Schlagkraft und das Tempo von Frauenbegegnungen mit denen von Männern verglichen würde. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat in ihrer Berichterstattung mehrfach betont, die Frauenfußball-WM als das zu betrachten, was sie sein möchte: Ein Kräftemessen der besten fußballspielenden Frauen der Welt.
Da es schwer ist solche Aussagen quantitativ zu messen, sollen hier ein paar Auszüge aus Artikeln der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zitiert werden, die sich mit den Geschlechterrollen im Sport befasst haben und einen Eindruck über die Art der Berichterstattung ermöglichen.

„Die Freude der Frauen über drei Wochen währende „Eroberung" einer Fußballnation steht ein wenig im Gegensatz zu den teils polemischen männlichen Reaktionen in Deutschland, die sich die Fußballspielerinnen gefallen lassen müssen. In Internetforen liest man dümmliche Chauvi-Witze und erstaunlich abfällige und verallgemeinernde Bemerkungen über das Niveau der Spiele. Dabei gerät schnell in Vergessenheit, dass auch Männerweltmeisterschaften und sogar das deutsche Sommermärchen schon zur Genüge „Aufreger" erlebt haben wie beispielsweise das unvergesslich langweilige Achtelfinale des Turniers 2006 zwischen der Schweiz und der siegriechen Ukraine. Eine Boulevard-Zeitung gibt in einer „Macho-Ecke" zudem noch Mario Basler Platz für sinnfreie Kommentare (...) Dann könnte der Begriff Fußball-Nation irgendwann einmal womöglich auch eine weibliche Konnotation erhalten."[162]

In einem weiteren Artikel wird die neu Rolle der jungen, deutschen Nationalspielerinnen und deren Präsentation in der Öffentlichkeit diskutiert:

„*Mutig und leidenschaftlich sind die jungen Fußballerinnen, wild und gleichzeitig weiblich. Sie tragen Gloss auf den Lippen und Lack auf den Fingernägeln. Sie tauschen ganz selbstverständlich die Fußballschuhe gegen Highheels. (...)Sie sind selbstbewusste*

[162] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 01.07.2011, S.34

Mädels, wie sie sich selber nennen, die rein zufällig eben nicht Ballett-Tanzen, sondern Fußball spielen. (...) Zumindest sind die Pioniere des medial durchaus schon erfolgreichen deutschen Frauenfußballs wie Birgit Prinz, Kerstin Garefrekes und Ariane Hingst bisher ohne Schminke und Accessoires in Erscheinung getreten. (...) Sex-sells oder selbstbewusst feminin? Die Inszenierung der neuen Weiblichkeit ist ein Marketingexperiment, das auf einem schmalen Grat wandert. (...) Trotzdem bleibt ein gewisses Unbehagen angesichts der aufgehübschten Frisuren, der taillierten Trikots und der aufdringlich selbstbewussten Attitüde. Der neue Frauenfußball erscheint zeitgeistig, aber seine Verfechter bedienen sich zugleich hemmungslos altbekannter Weiblichkeitsbilder. (...)Wir sind es in den deutschen Medien gewohnt, Spielerinnen vor allem in passiven oder freundschaftlichen Posen abgebildet zu sehen, zum Beispiel wenn sie sich nach dem Spiel umarmen.(...) Es ist falsch zu glauben, im Frauenfußball gehe es immer zu wie auf dem sprichwörtlichen Ponyhof. (...) Mit der Projektion friedlicher Fußball-Weiblichkeit im Kopf könnten wir weniger friedliche Szenen nur als unpassend verurteilen. (...) Nehmen wir den Frauenfußball als ernsthaften, männlich geprägten Hochleistungssport mit entsprechenden angepassten Spielerinnen wahr, so gilt er als unweiblich und unattraktiv. Wird Frauenfußball aber als Sphäre neuer Weiblichkeit inszeniert, könnte er zwar populär werden, doch dann muss er sich innerhalb der Grenzen bewegen, die durch Weiblichkeitsstereotype definiert werden. (...) Es sind Assoziationsketten, die sich automatisch bilden, werden Geschlechterstereotype zur Profilbildung genutzt.“[163]

Christian Kamp und Daniel Meuren setzen sich in einem anderen Artikel mit der Terminologie des Frauenfußballs auseinander und kommen zu dem Schluss, dass die ewige Betonung, dass es sich um **Frauen**fußball handelt, die Geschlechterdifferenz nur vergrößert:

„Wieso überhaupt Frauenfußball? Diese Frage ist auch nach drei Wochen noch nicht so richtig beantwortet. Ist das wirklich eine eigene Disziplin, um die es hier geht? Oder ist es nicht einfach so, dass es sich um Fußball handelt, der von Frauen gespielt wird? Die terminologische Verwirrung hat zwei Ursachen: erstens, dass die Medien immer alles verkürzen, so dass für komplexe Sachverhalte kein Platz ist. Zweitens – und vor allem -,

[163] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 28.06.2011, S.26

dass die Frauenfußballverantwortlichen das Anders und Irgendwie-Sympathischer-Sein zur Marke erhoben haben und sich dabei nicht darum scheren, dass sie sich begrifflich genau damit in die anti-emanzipative Falle begeben: „Frauenfußball" betont die Geschlechterdifferenz."[164]

In einem weiteren Artikel geht der Journalist Helmut Digel der Frage nach der Rolle des Geschlechts im Hochleistungssport nach und analysiert, welche Rolle Männer bei der Inszenierung der Frauenfußballweltmeisterschaft spielen:

„Selten wurde die Frage nach der Rolle des Geschlechts im Hochleistungssport so engagiert diskutiert wie aus Anlass der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen in Deutschland. Durch welche Qualität zeichnet sich der weibliche Fußball im Vergleich zum männlichen Fußball aus? Unterscheiden sich beide Spiele? Was sind ihre Gemeinsamkeiten?
Noch nie wurde ein weibliches Sportereignis zu einem nationalen Großevent stilisiert und weibliche Körper in den massenmedialen Mittelpunkt gerückt wie dies gerade der Fall war. Was bedeutet dies für die Rolle der Frau im Sport? Welches Bild der Frau rückt in den Fokus? Welche Rolle spielen die Frauen bei der Inszenierung und welche die Männer? (...)
In einigen Disziplinen haben weibliche Leistungen längst ihren Eigenwert, und sie werden allenfalls am Rande mit männlichen Leistungen verglichen. (...) Schwierigkeiten bereiten uns die Mannschaftssportarten. Frauenfußball und Frauenhandball unterscheiden sich unter Leistungsgesichtspunkten nach wie vor ganz wesentlich vom Männerfußball und Männerhandball, wenn wir Kraft, Schnelligkeit und Ausdauer als Kriterien für Vergleichsmaßstäbe heranziehen. (...)Diese Unterschiede verweisen auf biologische Differenzen zwischen Mann und Frau. Sie sind auch dann vorhanden, wenn sie aus Gründen zweifelhafter politischer Korrektheit gern negiert werden. Im Zusammenhang mit der Frauenfußball-WM ist bemerkenswert, wie diese biologischen Unterschiede zum ideologischen Fundament einer erfolgreichen Vermarktung werden konnten. (...)
Der Männerfußball ist der ideologische Nährboden für die gelungene deutsche Ökonomisierung der weiblichen Variante. Die Macher des Männersportes, Blatter und

[164] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.07.2011, S.17

Zwanziger, präsentieren sich daher auch als Macher des Frauensports. Die Frauen lassen sich auf einer eigens für sie geschaffenen Bühne vorführen, weil sie kurzfristig nur auf diese Weise ihre eigenen wirtschaftlichen Interessen realisieren können. Nachhaltig kann dies gewiss nicht sein.“[165]

„Wir sind Fußballspielerinnen und keine Mädchen, die Fußball spielen.“[166]

„Wir haben ganz viele hübsche Mädchen, die gut Fußball spielen. Das ist normal. Bei Männern wird das auch nie so gesehen, außer bei David Beckham. Ansonsten wird bei Männern doch immer über Leistung gesprochen und nicht darüber, ob sie sehr männlich sind.“[167]

„Der Frauenfußball sei ein weiterer Beitrag zur Gleichberechtigung der Frauen, zur Entwicklung ihrer Rechte, so die Bundeskanzlerin - allerdings "längst noch nicht überall auf der Welt so, wie wir uns das vorstellen".“[168]

Dies sind nur einige Beispiele aus der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, in denen die Geschlechterrolle thematisiert wird und die Redakteure versuchen, stereotype Denkmuster gegenüber dem Frauenfußball zu brechen.
Die folgenden Abbildungen sollen verdeutlichen, in welchem quantitativen Ausmaß in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung genderspezifische Themen Inhalt der Berichterstattung waren.

[165] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.07.2011, S.19
[166] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 13.06.2011, S.23
[167] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 19.07.2011, S.14
[168] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 26.06.2011, S.26

Abbildung 47: Thematisierung von Geschlechterfragen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011

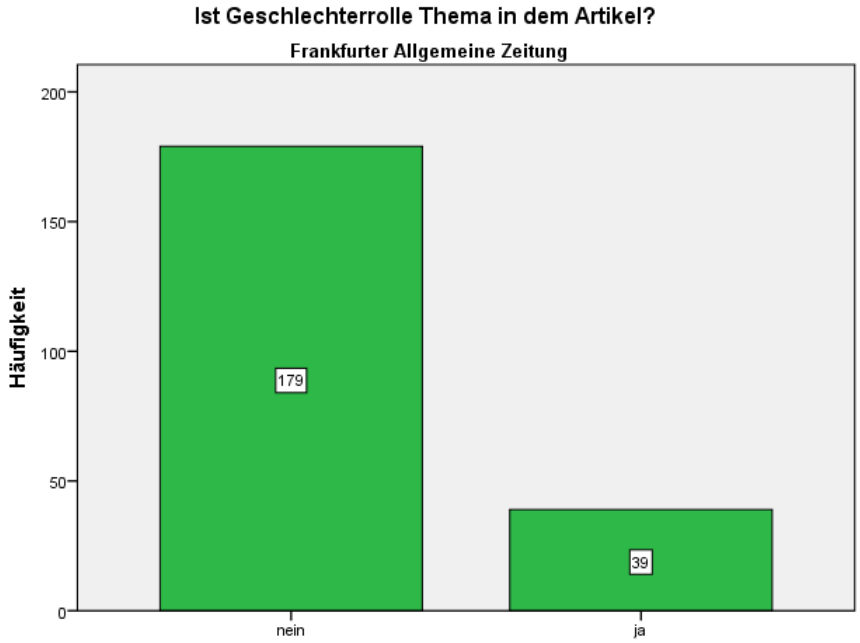


Tabelle 22: Thematisierung von Geschlechterfragen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011

Ist die Geschlechterrolle Thema in dem Artikel?			
		Häufigkeit	Prozent
	nein	179	82,1
	ja	39	17,9
	Total	218	100,0

Geschlechterstereotype werden in insgesamt 39 Artikeln oder ca. 18 % aller Artikel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung thematisiert. Zumeist erfolgt hierbei eine bewusste und kritische Auseinandersetzung. Die Betonung von klassischen Stereotypen war in keinem Artikel zu finden. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat versucht durch ihre Berichterstattung eine Atmosphäre zu schaffen, in der es zu einer kritischen Konfrontation mit den gängigen Vorurteilen, die es gegenüber Frauenfußball gibt, kommt. Auch ist die Berichterstattung anderer Medien, die durchaus auf Stereotype zurückgegriffen haben, kritisiert worden. Klassische Stereotype wie z.B. Frauenfußball

sei zu langsam, technisch schwach und den Männern unterlegen, sind kritischer reflektiert und hinterfragt worden. Dem Rezipienten ist somit eine möglicherweise neue Sichtweise auf das Spiel geboten worden, indem gezielt auf einen Vergleich zum Männersport verzichtet wurde. Jene Artikel, die sich nicht mit der Geschlechterrolle beschäftigt haben, lieferten qualitativ hochwertige Berichterstattung, die sich in nicht von der Berichterstattung über Fußballspiele der Männer unterscheidet.

In der Berichterstattung der Bild ist das Thema Geschlechterstereotype nicht bewusst Inhalt der Berichterstattung gewesen. Kritische Artikel zu diesem Thema sind nicht gefunden worden.

In der Bildzeitung ist sich in der Berichterstattung vielmehr klassischer Stereotype bedient worden. So ist in sehr vielen Fällen von den deutschen „Mädels“ oder „Girls“, manchmal sogar von den „National-Elfen“ die Rede, eine Beschreibung oder Verniedlichung der Frauennationalmannschaft, die in der Frankfurter Allgemeinen nicht ein einziges Mal zu finden ist. Konkret kann sich dies wie in folgenden Beispielen äußern:

„In einer Woche starten unsere DFB-Mädels gegen Kanada in die WM.“[169]

„Unsere Mädels beginnen ihren großen Tag ganz cool (...) Und zudem ist das Selbstvertrauen unserer Mädels riesengroß (...) Den Höhepunkt werden unserer Mädels in der Kabine erleben. (...) Unsere Mädels würden beim Titelgewinn eine Prämie von 60000 Euro kassieren. (...) Mädels, heute ist euer Tag.“[170]

Mann, frauen wir uns auf die WM! Unsere National-Elfen. (...) Ab morgen regiert Königin-Fußball. Fast 80000 Zuschauer drücken unseren National-Elfen die Daumen. Denn unsere Mädels sind nicht nur schön, sondern auch stark. Mann frauen wir uns.“[171]

„Ja, Mädels! ...Ja Mädels! ...Million Zuschauer am TV verlieben sich in unserer National-Elfen.“[172]

[169] BILD-Zeitung, 19.06.2011, S.64
[170] BILD-Zeitung, 26.06.2011, S.54
[171] BILD-Zeitung, 25.06.2011, S.12
[172] BILD-Zeitung, 27.06.2011, S.11

„Merci, Mädels...Mädels das hat riesen Spaß gemacht“[173]

„Unsere Mädels stecken die Japanerinnen doch ins Täschchen“[174]

„Gegner Kanada kommt mit einem ganz scharfen Schuss! (...) Kanadas Mittelfeldspielerin Kaylin Kyle, Spitzname Barbie. Auf privaten Fotos schaut sie aus wie eine Lady (...) Als erfolgloses Blondchen wie Anna Kournikova will sie nicht gesehen werden: "Ich möchte nicht, dass ich erst nach dem Aussehen und dann nach meiner Leistung beurteilt werde. Ich bin in dieser Hinsicht eher wie Maria Scharapowa." Heißt: erfolgreich und sexy!“[175]

„Trikot-Tausch, X-Beine, Unterwäsche. Bild klärt die pikantesten Fragen zur Frauen-WM.“[176]

Die Benutzung solcher stereotypen Stilmittel erfolgt häufig sehr subtil, dennoch wird im Vergleich zur Berichterstattung deutlich, dass eine permanente Verniedlichung der weiblichen Akteure vorgenommen wird.
In einigen Artikeln wird sogar bewusst mit stereotypen Meldungen gespielt. So hat die BILD-Zeitung mit dem ehemaligen Fußballprofi Mario Basler im Laufe der WM mehrmals eine so genannte „Macho-Ecke“ eingeführt, in der sich der ehemalige Fußballer abfällig über Frauenfußball äußern darf. Hier einige Auszüge daraus:

„Mädels lasst den Rasen heil. Ich bin ehrlich: Fußball ist nichts für Frauen. Wenn Mädels auf dem Rasen rumtoben wollen, dann sollen sie ein Netz aufstellen und Tennis spielen. So wie in Wimbledon. Das ist sexy!“[177]

„ Sorry das war "frauenhaft". War das langweilig, war das schlimm, war das "frauenhaft". Die Mädels sind ja erfolgreich, hübsch und sympathisch. Doch ich kann das alles nicht lange ansehen. Ich bin auf dem Platz Tempo und Power gewöhnt. “[178]

[173] BILD-Zeitung, 06.07.2011, S.13
[174] BILD-Zeitung, 06.07.2011, S.12
[175] BILD-Zeitung, 22.06.2011,S.9
[176] BILD-Zeitung, 23.06.2011,S.12
[177] BILD-Zeitung, 25.06.2011,S.12
[178] BILD-Zeitung, 02.07.2011,S.10

„ Da treten sich die Mädels kaputt - und es wird fast nie gepfiffen. (...) Die Torhüterin darf Bettlaken über die Latte hängen. So trocknet die Wäsche - und das Tor bleibt dicht. (…) und wünscht stattdessen allen Mädels noch einen schönen Sonntagabend.“[179]

Abbildungen 48 soll verdeutlichen, in welchem Maße in der Berichterstattung in der BILD-Zeitung Geschlechterstereotype aufgegriffen worden sind.

Abbildung 48: Stereotype Beschreibungen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011

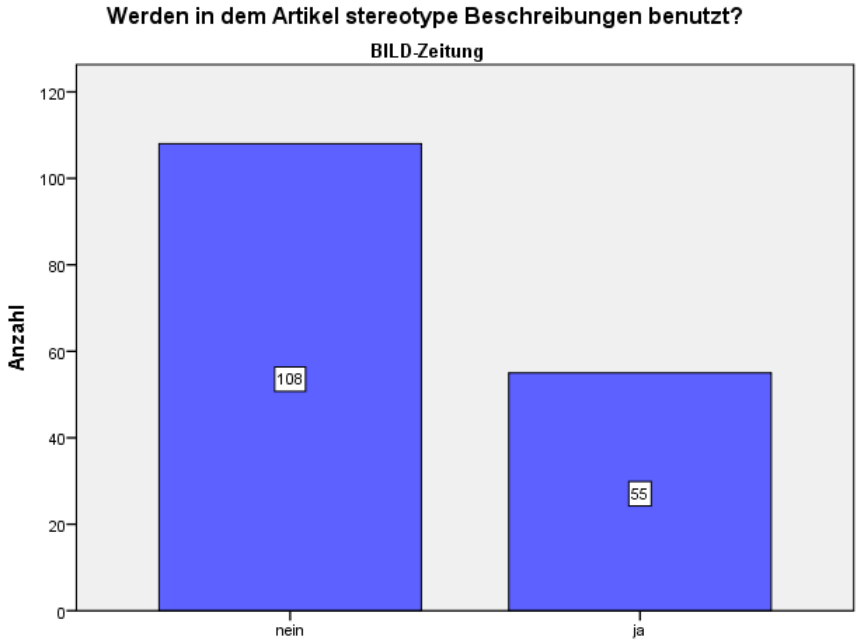


Tabelle 23: Stereotype Beschreibungen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011

Werden in dem Artikel stereotype Beschreibungen benutzt?			
		Häufigkeit	Prozent
	nein	108	66,3
	ja	55	33,7
	Total	163	100,0

[179] BILD-Zeitung, 05.07.2011,S.12

Insgesamt kommen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung in 55 Artikeln oder 33,7% aller Fälle geschlechterstereotype Beschreibungen vor. Die Ausprägung ist hierbei unterschiedlich und vielschichtig und reicht von subtilen Bemerkungen bis hin zu Kolumnen mit der Überschrift „Macho-Ecke“. Es ist auffallend, dass solche stereotype Beschreibungen in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung gar nicht zu finden sind. In der BILD-Zeitung ist dagegen keine kritische Auseinandersetzung zu finden, die Geschlechterstereotype thematisiert und somit gezielt zum Abbau von Stereotypen beiträgt.

Die Annahme von Hypothese 16, die besagt, dass in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung häufiger klassische Geschlechterstereotype in Frage gestellt werden, kann bestätigt werden.
Die Annahme von Hypothese 17, die besagt, dass es in der Berichterstattung der BILD-Zeitung häufiger zu Aussagen kommt, die geschlechterspezifische Stereotype bestätigen, kann ebenfalls bestätigt werden.

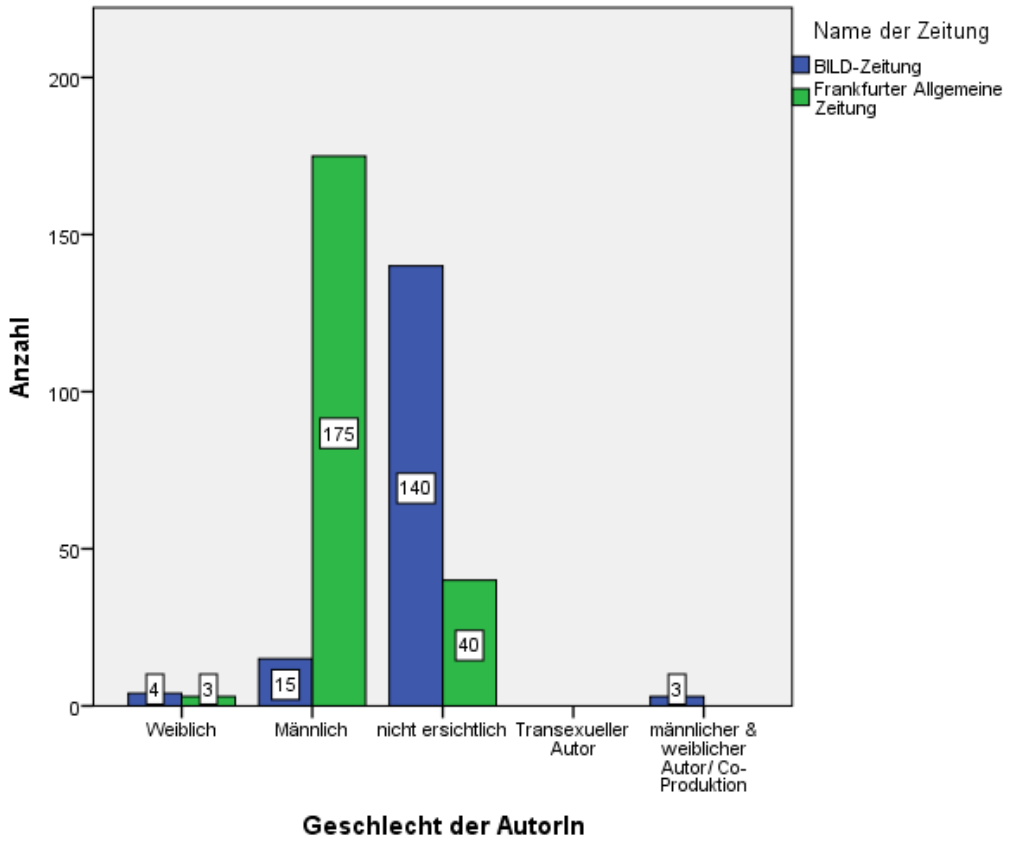
9.11 Quellen bzw. Autor in der Berichterstattung

Für das Forschungsanliegen kann es von Interesse sein, wer die einzelnen Berichte verfasst hat. Schließlich können Unterschiede in der Berichterstattung über die Sportlerinnen auch mit dem Geschlecht der Verfasser zusammen hängen. Daher wurde in der Inhaltsanalyse versucht festzuhalten, ob der Autor eines Artikels männlich oder weiblich ist.
Dies stellte sich als schwierigeres Unterfangen heraus als angenommen. In der BILD-Zeitung sind die meisten Artikel nicht mit dem Kürzel des Autors versehen. Es befindet oftmals zu Beginn des Frauen-WM-Spezial ein Kasten in dem alle beteiligten Autoren genannt werden: Nils Suling, Mathias Sonnenberg, Kai Traemann, Ursula Vielberg und Peter Müller. Es ist somit eine Frau in die Berichterstattung über die Frauenfußball-WM involviert, wie viele Artikel letztlich von ihr verfasst wurden, kann leider nicht ermittelt werden. Sie ist jedoch für zumindest 7 Artikel verantwortlich. Somit übertrifft die BILD-

Zeitung die Frankfurter Allgemeine Zeitung in Bezug auf die Beteiligung weiblicher Quellen bei der Berichterstattung, da bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung nur drei Quellen eindeutig einer Frau zugewiesen werden konnte

Bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ist die Zuordnung etwas einfacher, da hier die Artikel zumeist mit einem Kürzel versehen sind und somit einem Autor zugeordnet werden können. Artikel, die als Quelle die DPA angeben, können keinem Geschlecht als Autor zugeordnet werden.

Abbildung 49: Quellen der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 in der BILD-Zeitung und F.A.Z:



10. Fazit und Ausblick

Die Kernfrage dieser Untersuchung ist, ob und in welcher Form in der Sportberichterstattung Geschlechterstereotype konstruiert werden. Um diese Frage zu beantworten, ist eine Inhaltsanalyse der Frauenfußball-WM vorgenommen worden. Somit sollte untersucht werden, welche Konstruktionsprinzipien des Geschlechts in der Sportpresse angewendet werden.
Das Ereignis einer Frauensportveranstaltung erschien als sinnvolles Forschungsfeld, da Fußball spielende Frauen, die sich in Wettkämpfen messen, nicht in die klassische Geschlechterordnung hineinpassen.
Bisherige Studien, die die Darstellung von weiblichen und männlichen Sportlern in den Medien untersuchen, haben ergeben, dass in der Berichterstattung klassische Geschlechterrollen unberührt bleiben. Über Sportlerinnen wird grundsätzlich seltener berichtet und ihre Leistungen werden weniger gewürdigt. Sportlerinnen werden häufiger in außersportlichem Kontext dargestellt und somit häufiger in die Ecke der Unterhaltung gedrängt.
Im Rahmen dieser Untersuchung sollte nicht der direkte Vergleich zwischen männlichen und weiblichen Sportlern im Mittelpunkt stehen, sondern der Vergleich zwischen Boulevardzeitung und Qualitätszeitung und wie in diesen Zeitungen ein Frauensportereignis inszeniert wird. Die Ergebnisse dieser Untersuchung repräsentieren somit nicht die tägliche Sportberichterstattung dieser beiden Zeitungen und sind nicht auf die generelle mediale Inszenierung von Sport übertragbar. Die Untersuchung liefert dennoch aufschlussreiche Kenntnisse über die mediale Präsentation von weiblichen Sportlern und analysiert ein Ereignis, das zuvor noch nicht in der deutschsprachigen Forschung untersucht wurde. Mit dieser Studie soll ein Beitrag zur Forschung von Geschlechterkonstruktionen in deutschsprachigen Printmedien geleistet werden.

Ein wesentlicher Befund dieser Studie ist, dass in beiden Zeitungen eine äußerst umfangreiche Berichterstattung über die Frauenfußball-WM stattgefunden hat. Der häufig angebrachte Vorwurf gegenüber den Medien, dass diese dem Frauensport keine Beachtung schenken, konnten in diesem Fall nicht bestätigt werden.
Männlichen Akteuren ist in beiden Zeitungen nicht auffallend häufig eine besonders

wichtige Rolle in der Berichterstattung zugeschrieben worden. Es ist zwar auffällig, dass Männer oft in Machtpositionen dargestellt werden, dies lässt sich aber auf die Tatsache zurückführen, dass auch im Frauenfußball noch immer die Männer in den meisten Führungspositionen zu finden sind. In diesem Fall zeigt die Berichterstattung vielmehr einen Mangel an gleichberechtigten Strukturen in den nationalen Fußballverbänden auf. Eine positive Ausnahme bildet hier Deutschland, dessen Mannschaft von einer weiblichen Trainerin und Managerin geleitet werden. Die Annahme, dass in der Boulevardzeitung mehr Männer wichtige Rollen in der Berichterstattung einnehmen konnte nicht bestätigt werden.

„Der Trend des Sports liegt in der Boulevardisierung“, so lautet eine These des Sportwissenschaftlers Helmut Digel.[180] Eine These, die diese Untersuchung nur bedingt bestätigen kann. Es finden sich in der Berichterstattung der BILD-Zeitung, wenig überraschend, einige boulevardisierende Elemente. So wird das Aussehen einiger Spielerinnen durchaus öfter zum Thema gemacht, Familienhintergründe beleuchtet oder auch Details über Beziehungen preisgegeben. Es muss jedoch angemerkt werden, dass diese Nebeninformationen nicht in einem solchen Maße vorkommen, dass man behaupten könnte, die Sportlerinnen in der BILD-Zeitung werden trivialisiert und in einen privaten Kontext zurückgedrängt. Auffällig ist auch die Tatsache, dass sich die BILD-Zeitung in diesen Fällen auf einige wenige Sportlerinnen konzentriert. Es lässt sich die Aussage tätigen, dass in der BILD-Zeitung bei einigen wenigen Sportlerinnen überdurchschnittlich oft über private Umstände berichtet wird. Eine Generalisierung auf die gesamte Sportberichterstattung ist im Falle der Frauenfußball-WM aber nicht passend. Auch kann nicht von einer erotisierenden bzw. sexualisierten Berichterstattung über Sportlerinnen gesprochen werden. So finden sich zwar einige Fotos in der BILD-Zeitung, die Sportlerinnen in Unterwäsche ablichten und durchaus kritisch hinterfragt werden sollten, betrachtet man diese Fotos aber im Verhältnis zum Gesamtumfang der Berichterstattung, so sind diese Fotos doch eher Ausnahme als Regel. In der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sind boulevardisierende bzw. sexualisierende Elemente in der Berichterstattung überhaupt nicht bzw. nur sehr vereinzelt zu finden.
Ein weiterer zentraler Befund ist, dass in der Wahl der Fotos Unterschiede zwischen der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung gefunden werden konnten. Die

[180] Pfister 2002, S.50

Annahme, dass Frauen nur selten in aktiven Situationen abgebildet werden, bestätigte sich nur in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Überraschenderweise sind die Sportlerinnen in der BILD-Zeitung in vielen kampfbetonten Situationen abgebildet. Auch der Befund vorangegangener Studien, der besagt, dass Frauen nur selten in stürmischem Jubel und triumphierenden Posen abgebildet werden, kann nur bedingt bestätigt werden. Auch hier zeigt die BILD-Zeitung die Sportlerinnen häufig in eben solchen Szenen.
In der Auswahl der Fotos lassen sich in der BILD-Zeitung überhaupt ambivalente Elemente finden. Einerseits zeigen sie die Fußballerinnen in ansonsten typisch männlichen, aktiven Szenen und brechen somit mit der klassischen, stereotypen Darstellung von Sportlerinnen. Andererseits sie zeigen auch Fotos von Spielerinnen in Unterwäsche oder beim Einkaufen bzw. in privatem Umfeld und bekräftigen damit wieder klassische Klischees.
Die Frankfurter Allgemeine Zeitung verhält sich in ihrer Auswahl der Fotos eher traditionell, zeigt die Sportlerinnen vermehrt in passiven Situationen und verzichtet fast gänzlich auf Fotos in privatem Umfeld. Sexualisierende Fotos sind in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung überhaupt nicht zu finden.

Auf der inhaltlichen Ebene zeigen sich schließlich doch erhebliche Unterschiede in der Berichterstattung. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung überzeugt durch eine anspruchsvolle Berichterstattung, in der sie die Geschlechterfrage im Sport bewusst offensiv angeht. So wird zum Beispiel die Marketingkampagne des Deutschen Fußball Bundes mehrfach kritisch hinterfragt. Vor Beginn der WM versuchte der DFB den deutschen Fußballspielerinnen und der WM Glanz zu verleihen und versuchte einige Spielerinnen als Popstars in den Medien zu positionieren: jung, hübsch und erfolgreich. Es wurden sogar tatsächlich vom DFB lizenzierte Barbie-Puppen mit dem Dress der deutschen Mannschaft auf den Markt gebracht. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung verwies nicht nur in diesem Fall auf die Stereotypisierung der Sportlerinnen durch den eigenen Fußball-Verband. Denn die Körper von Barbie-Puppen und Hochleistungssportlerinnen weisen nicht wirklich viele Gemeinsamkeiten auf.

Foto 13: Die offizielle DFB-Barbie (F.A.Z: am 25.06.2011, Foto: obs/Mattel)

Neben solch kritischen Artikeln ist in der F.A.Z betont worden, dass eine Emanzipation im Sport nur dann gelingen kann, wenn die Leistungen der Frauen abseits männlich ausgerichteter Strukturen und Vergleiche bewertet wird:

„In diesen drei Wochen spielen die Besten ihres Faches und es gibt keinen Goldstandard, der festlegt, von welchem Vergleichsniveau an sich das Publikum interessieren darf.“[181]

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat versucht, in ihrer Berichterstattung dem Frauenfußball eine weibliche Identität zu verschaffen, die neue Inhalte und Sichtweisen impliziert. Es kann festgehalten werden, dass in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung im Bereich des Fußballs klassische Geschlechterstereotypen hinterfragt wurden.

In der Berichterstattung der BILD-Zeitung finden sich dagegen wesentlich häufiger stilistische Mittel, mit denen die Sportlerinnen stereotyp dargestellt werden. So werden die Fußballspielerinnen sehr häufig als „Mädels“, „Girls“ oder sogar „National-Elfen“

[181] Frankfurter Allgemeine Zeitung, 25.06.2011, S.32

bezeichnet. Einige Artikel („Macho-Ecke“) sind sehr bewusst provokativ geschrieben und sollten auch nicht zu ernst genommen werden. Dennoch wird hier ganz bewusst mit klassischen Stereotypen gespielt. Es sei an dieser Stelle nochmals die etwas ambivalente Berichterstattung der BILD-Zeitung erwähnt. Einerseits werden klassische stereotype Elemente der Berichterstattung nicht oder nur dezent angewendet. So werden z.B. die Leistungen der Sportlerinnen gleichermaßen gewürdigt wie in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, Männern werden keine bedeutenderen Rollen in den Artikeln zugeschrieben oder die Frauen werden in vielen aktiven Situationen abgebildet. Andererseits werden wiederum auch die klassischen Klischees bedient.
Es sollten daher für das wirkliche Verständnis der Untersuchung die einzelnen Kategorien getrennt voneinander betrachtet werden.

Es bleibt durchaus interessant zu beobachten, wie sich die Sportberichterstattung über Frauen weiter entwickelt. Betrachtet man sich die Befunde der ersten, deutschsprachigen Analysen der Sportberichterstattung aus den 1980er Jahren (z.B. Klein und Pfister), so ist die Entwicklung doch beachtenswert. Wurde damals in der BILD-Zeitung nur 4,3% der Sportfläche für Frauensport verwendet, so erscheint die umfangreiche Berichterstattung über die Frauenfußball-WM, die es sogar mehrfach auf die Titelseite schaffte, als positive und richtige Entwicklung. Dennoch ist der Weg zu einer gleichberechtigten Berichterstattung nicht beendet und es bleibt auch in Zukunft ein spannendes Forschungsfeld.

Mit dem Forschungsdesign dieser Studie und dem Kategoriensystem, das mit Hilfe vorangegangener Studien entwickelt wurde, liegt ein Forschungsinstrument vor, das sich für weitere Untersuchungen von Sportereignissen anwenden lässt

11. Quellenverzeichnis

Alfermann, Dorothee (2011): Geschlechterunterschiede im Sport.

Alfermann, Dorothee (2011): Geschlechterrollen und geschlechtertypisches Verhalten. Stuttgart: Kohlhammer.

Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (1994): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation: Ein Textbuch zur Einführung. Wilhelm Braumüller: Wien.

Bergmann, Nadja/Pimminger, Irene (2004): Gender Mainstreaming im ESF. Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Wien.

Bilden, Helga (1991): Geschlechtspezifische Sozialisation. In: Hurrelmann, Klaus/Ulig, Dieter (Hrsg.): Neues Handbuch der Sozialisationsforschung. Beltz: Weinheim, 279-301.

Dorer, Johanna (2002): Entwicklung und Profilbildung feministischer Kommunikations- und Medienwissenschaft. In Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Dorer, Johanna (2006): Sportjournalismus und die Konstruktion von Geschlecht. In: Marschik, Matthias/ Spitaler, Georg (Hrsg.): Helden und Idole. Sportstars in Österreich. Innsbruck: Studienverlag.

Duncan, M. C. & Messner, M. A. (1998). The Media Image of Sport and Gender. In L. A. Wenner (Ed.), MediaSport. London: Routledge, 170 – 185.

Eckes, Thomas (1997): Geschlechterstereotype. Frau und Mann in sozialpsychologischer Sicht. Band 5. Centaurus: Pfaffenweiler.

Eckes, Thomas (2008): Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Becker/Kortendieck (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie(2., erw. u. akt. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 171 – 182.

Früh, W. (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis (6., überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Hagemann-White, Carol (1995): Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen aus einer theoretischen Einsicht. In: Pasero, Ursula/Braun, Friederike (Hrsg.): Konstruktion von Geschlecht. Frauen, Männer, Geschlechtsverhältnisse, Schriftreihen des Zentrums für interdisziplinäre Frauenforschung der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, Bd.1. Centaurus: Pfaffenweiler, 182-198.

Hartmann-Tews, Ilse (2003): Sport in den Medien – ein Feld semiotischer Markierung von Geschlecht. In: Hartmann-Tews, Ilse/Gieß-Stüber, Petra/Klein, Marie -Luise/Petry Karen (Hrsg.): Soziale Konstruktion von Sport. Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport: Neue Perspektiven der Geschlechterforschung in der Sportwissenschaft. Opladen: Leske + Budrich.

Hartmann-Tews, Ilse/Gieß-Stüber, Petra/Klein, Marie -Luise/Petry Karen (2003): Soziale Konstruktion von Sport. Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport: Neue Perspektiven der Geschlechterforschung in der Sportwissenschaft. Opladen: Leske + Budrich.

Hartmann-Tews, Ilse/Rulofs, Bettina (2002b): Die Bedeutung von Geschlechterkonstruktionen in der Sportberichterstattung. In J. Schwier (Hrsg.): Mediensport. Ein einführendes Handbuch. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren GmbH, 125 – 150.

Hartmann-Tews, Ilse/Rulofs, Betina (2003): Sport in den Medien – ein Feld semiotischer Markierung von Geschlecht? In: Hartmann-Tews/Gieß-Stüber/Klein/Kleindienst-Cachay/Petry (Hrsg.): Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport. Opladen:Leske und Budrich, 29 - 68.

Hartmann-Tews, Ilse/Rulofs, Bettina (2004): Sport: Analyse der Mikro- und Makrostrukturen sozialer Ungleichheit. In: Becker,Ruth/Kortendiek, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 564 – 570.

Hartmann-Tews, Ilse/Rulofs, Bettina (2004): Die Konstruktion von Geschlecht im Rahmen der visuellen Sportkommunikation. In Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: Halem Verlag, 111 – 135.

Karwecka, Sylwia (2008): Das Bild der Frau in der Boulevardpresse. Wie Axel Springers BILD-Zeitung und FAKT Frauen zeigen. VDM Verlag: Saarbrücken.

Klein, Marie-Luise/Pfister, Gertrud (1985): Goldmädel, Rennmiezen und Turnküken: Die Frau in der Sportberichterstattung der BILD-Zeitung. Berlin: Bartels & Wernitz.

Klein, Marie-Luise (19989): Frauensport in der Tagespresse. Eine Untersuchung zur sprachlichen und bildlichen Präsentation von Frauen in der Tagespresse. Bochum: Brockmeyer.

Klaus, Elisabeth (1998): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Leitner, Sandra (2009): Die Konstruktion von geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Sportberichterstattung : eine Erhebung des Forschungsstands zur medialen Darstellung von Sportlerinnen, zur Situation der Sportjournalistinnen und zu geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Rezeption von Sportberichterstattung. Diplomarbeit: Wien.

Magnin, Melanie/Stark, Birgit (2010): Mediale Geschlechterstereotype. Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. In: Publizistik 2010, Band 4. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiebaden, 383 – 404.

Mayring, P. (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken(7. Auflage). Weinheim: Deutscher Studien Verlag.

Merten, Klaus (1983): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Meyn, Hermann (1999): Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin.

Moser, Sybille (2003): Feministische Medientheorien. Überblick über Gender Studies – Geschlecht als Konstruktion. In: Weber, Stefan (Hrsg.): Theorien der Medien. UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz.

Nieland, Jörg Uwe (2011). Die Sexualisierung des Sports in den Medien. Herbert von Halem Verlag: Köln.

Magin, Melanie/Stark, Birgit (2010): Mediale Geschlechterstereotype. Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen. In: Publizistik 2010, S.383 – 404.

Meyn, Hermann (1999): Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin.

Pfister, Gertrud (2001): Frauen und Geschlechterforschung im Sport. In: Hoppe, Heidrun/Kampshoff, Marita/Nyssen, Elke (Hrsg.): Geschlechterperspektiven in der Fachdidaktik. Gefälligkeitsübersetzung: Gender aspects in subject didactics. Beltz: Weinheim, 145 – 172.

Pfister, Gertrud (2004): Gender, Sport und Massenmedien. In C. Kugelmann, G. Pfister & C. Zipprich (Hrsg.): Geschlechterforschung im Sport (Schriften der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft). Hamburg: Czwalina, 59-88.

Pfister, Gertud (2006): Sportstars und „doing gender“. In: Marschik, Matthias/ Spitaler, Georg (Hrsg.): Helden und Idole. Sportstars in Österreich. Innsbruck: Studienverlag.

Prinz, Christian (2010): Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in österreichischen Tageszeitungen. Analyse der Berichterstattung zu den Olympischen Winterspielen 2010 in Vancouver und Konsequenzen für die Diskussion mit Schülerinnen und Schülern. Diplomarbeit: Wien.

Ritsert, Jürgen (1972): Inhaltsanalyse und Ideologiekritik: ein Versuch über kritische Sozialforschung. Frankfurt a. M.: Athenäum Fischer.

Rulofs, Betina & Hartmann-Tews, Ilse (2006): Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht in der medialen Vermittlung von Sport. In: Hartmann-Tews, Ilse/Rulofs, Bettina (Hrsg.): Handbuch Sport und Geschlecht. Schorndorf: Hofmann-Verlag, 230 - 242.

Rulofs, Betina (2003): Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der Sportpresse? Eine Analyse der Berichterstattung zur Leichtathletik WM 1999.Butzbach: Afra-Verl.

Scherer, H. (2004): Die Darstellung von Emotionen in der Sportberichterstattung. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: Halem Verlag, 214 - 240.

Schierl, Thomas/Ludwig, M. (2007):Visualisierung und Ästhetik des Sports in den Medien. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): Handbuch Medien, Kommunikation und Sport. Schorndorf: Hofmann-Verlag, 94 - 110.

Schmerl, Christine (1984): Das Frauen- und Mädchenbild in den Medien. Leske + Budrich: Opladen.

Schrutek, Claudia (2010): Face-ism und Unterrepräsentation von Frauen auf Pressefotos in den österreichischen Qualitätstageszeitungen. Diplomarbeit: Wien.

Stahlberg, Dagmar/Dieckenberger, Dorothee/Szillis, Ursula (2008): Geschlechterdiskriminierung. In: Beelmann/Jonas (Hrsg.): Diskriminierung und Toleranz VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden, 194 - 210.

Wisselinck, Erika (1991): Frauen denken anders. Zur feministischen Diskussion als Einführung zum Weiterdenken. (Überarbeitete Neuauflage der Ausgabe von 1984), Frankfurt a. M.

Zurstiege, Guido (2004): Was soll es bedeuten? Frauen, Männer und Medien-Sport. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: Halem, 96 – 111.

11.1 Internetquellen

Ahrens, Peter (2010): Umstrittene Läuferin Semenya. „eine Zeit des Ausruhens“. http://www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,712894,00.html (Zugriff am 22.04.2012).

Der Spiegel (2009): Läuferin Semenya. Südafrikas Sportminister droht mit dem „dritten Weltkrieg.“ http://www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,648412,00.html, (Zugriff am 22.04.2012).

Deutscher Fußball Bund (2009): WM-Slogan 2011: 20Elf von seiner schönsten Seite! http://www.dfb.de/index.php?id=500014&no_cache=1&tx_dfbnews_pi1[showUid]=17956&cHash=c13461c3cc, (Zugriff am 22.04.2011).

Deutscher Fußball Bund (2011): ARD und ZDF: Tolle WM-Quoten werden noch steigen. http://www.dfb.de/index.php?id=500014&tx_dfbnews_pi1[showUid]=28211&tx_dfbnews_pi4[cat]=167, (Zugriff am 22.04.2011).

DWDL (2011): Sensations-Quote. Über 15 Millionen sahen das Finale der Frauen-WM. http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/32057/ber_15_millionen_sahen_das_finale_der_frauenwm/, (Zugriff 22.04.2012).

FIFA (2011): Eröffnungsspiel mit Rekordquote. http://de.fifa.com/womensworldcup/news/newsid=1463199/index.html, (Zugriff 22.04.2012).

GMMP (2010): Global Media Monitoring Project. GMMP Reoport. http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_en.pdf, (Zugriff am 22.04.2012) .

GMMP (2010): Austria. Global Media Monitoring Project. National Report. http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/national/austria.pdf, (Zugriff am 22.04.2012).

GMMP (2010): Global Media Monitoring Project. Highlights. http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/highlights/highlights_en.pdf, (Zugriff am 22.04.2012).

12. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Global Media Monitoring Project, Übersicht über zentrale Ergebnisse 9

Abbildung 2: Stereotype in der globalen Berichterstattung.....10

Abbildung 3: Übersicht aller untersuchten Artikel in BILD-Zeitung und F.A.Z. (N=469) 63

Abbildung 4: Übersicht aller untersuchten Bilder in BILD-Zeitung und F.A.Z. (N=296) 63

Abbildung 5: Übersicht über die Anzahl der Artikel und deren Erscheinungstag.....64

Abbildung 6: Aufteilung des Umfangs der gesamten Berichterstattung nach Zeitung (in cm²) 73

Abbildung 7: Unterteilung der Gesamtberichterstattung der BILD-Zeitung in Text- und Bildeinheit.....74

Abbildung 8: Text- und Bildgröße eines durchschnittlichen Artikels über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung 74

Abbildung 9: Unterteilung der Gesamtberichterstattung der F.A.Z. in Text- und Bildeinheit.....75

Abbildung 10: Text- und Bildgröße eines durchschnittlichen Artikels über die Frauenfußball-WM in der F.A.Z. 76

Abbildung 11: Übersicht aller untersuchten Text- und Bildeinheiten unterteilt nach Zeitung (in cm²) 76

Abbildung 12: Platzierung der Artikel in der BILD-Zeitung.....77

Abbildung 13: Platzierung der Artikel in der F.A.Z. 77

Abbildung 14: Der ermittelte Median von der Platzierung der Artikel in BILD und F.A.Z. 79

Abbildung 15: Der Qui-Quadrat-Test über die Platzierung der Artikel in der BILD und F.A.Z. 80

Abbildung 16: Überblick über alle weiblichen Akteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung.....83

Abbildung 17: Überblick über alle männlichen Akteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung.....83

Abbildung 18: Männliche und weibliche Akteure in der BILD (in%) 84

Abbildung 19: Männliche und weibliche Akteure in der F.A.Z. (in %) 85

Abbildung 20: Männliche und weibliche Akteure unterteilt nach Zeitung..... 85

Abbildung 21: Der Median der männlichen und weiblichen Akteure pro Artikel unterteilt nach Zeitung..... 86

Abbildung 22: Vorkommen alle weiblichen Hauptakteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung (N=498) 88

Abbildung 23: Anzahl aller männlichen Hauptakteure in der Berichterstattung unterteilt nach Zeitung (N=167)..... 88

Abbildung 24: Mittelwert der weiblichen Hauptakteure pro Artikel unterteilt nach Zeitung 89

Abbildung 25: Mittelwert der männlichen Hauptakteure pro Artikel unterteilt nach Zeitung 90

Abbildung 26: Mittelwert der Hauptakteure pro Artikel, unterteilt nach Zeitung und Geschlecht..... 90

Abbildung 27: Thematisierung des Beziehungsstatus in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung 97

Abbildung 28: Chi-Quadrat-Test zur Thematisierung des Beziehungsstatus in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung und F.A.Z. 97

Abbildung 29: Thematisierung der Familie der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011..... 100

Abbildung 30: Beschreibung der Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Geschlecht..... 105

Abbildung 31: Beschreibung der männlichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011..... 105

Abbildung 32:Beschreibung der männlichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011..... 106

Abbildung 33: Beschreibung der männlichen und weiblichen Hauptakteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Geschlecht..... 107

Abbildung 34: Beschreibung der männlichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011..... 107

Abbildung 35: Beschreibung der weiblichen Akteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011 108

Abbildung 36: Darstellung des Geschlechterverhältnisses zwischen den Hauptakteuren in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung 111

Abbildung 37: Darstellung der Beurteilung der Leistungen der Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung..... 113

Abbildung 38: Darstellung der Art der Leistung der Akteure unterteilt nach Kategorien 118

Abbildung 39: Darstellung der aller vorkommenden Akteure in den Bildeinheiten, unterteilt nach Zeitung (N= 470) 119

Abbildung 40: Häufigkeit von männlichen Akteuren auf den Fotos in der F.A.Z. und BILD-Zeitung 120

Abbildung 41:Häufigkeit von weiblichen Akteuren auf den Fotos in der F.A.Z. und BILD-Zeitung 120

Abbildung 42: Dargestellte Situationen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in der BILD-Zeitung 122

Abbildung 43:Dargestellte Situationen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in der F.A.Z. 123

Abbildung 44: Darstellung der Sportlerinnen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in aktiven und passiven Situationen..... 124

Abbildung 45: Darstellung der Sportlerinnen auf Fotos in privatem Umfeld in der Berichterstattung der BILD-Zeitung und F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011..... 128

Abbildung 46: Bekleidung der Sportlerinnen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in BILD-Zeitung und F.A.Z. 130

Abbildung 47: Thematisierung von Geschlechterfragen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011 138

Abbildung 48: Stereotype Beschreibungen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011..... 141

Abbildung 49: Quellen der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 in der BILD-Zeitung und F.A.Z: 143

13.Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht aller untersuchten Artikel und Bilder 64

Tabelle 2: Platzierung der Artikel über der Berichterstattung der Frauenfußball-WM in BILD und F.A.Z. 78

Tabelle 3: Thematisierung des Aussehens in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 92

Tabelle 4: Chi-Qhadrat-Test zur Beschreibung des Aussehens in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung und F.A.Z. 94

Tabelle 5: Thematisierung des Beziehungsstatus der Sportlerinnen in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011 95

Tabelle 6: Beschreibung der Familiensituation der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011.....99

Tabelle 7: Qui-Quadrat-Test zur Thematisierung der Familie der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 100

Tabelle 8: Thematisierung der Sexualität der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011.....102

Tabelle 9: Qui-Quadrat-Test zur Thematisierung der Sexualität der Sportlerinnen in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 103

Tabelle 10: Darstellung der Hauptakteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011 108

Tabelle 11: Darstellung der Hauptakteure in Machtpositionen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011 109

Tabelle 12: Beschreibung des Geschlechterverhältnisses zwischen den Hauptakteuren in der Berichterstattung von BILD-Zeitung und F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011.....111

Tabelle 13: Darstellung der Beurteilung der Leistungen der Akteure in der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM 2011 unterteilt nach Zeitung.....114

Tabelle 14: Darstellung aller positiven und negativen Leistungsbeurteilung der Akteure in der Berichterstattung der Frauenfußball-WM 2011.....115

Tabelle 15: Darstellung aller positiven und negativen Leistungsbeurteilung der Akteure in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011.....116

Tabelle 16: Darstellung aller positiven und negativen Leistungsbeurteilung der Akteure in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011.....116

Tabelle 17: Darstellung der Art der Leistung der Akteure unterteilt nach Kategorien 118

Tabelle 18: Darstellung aller abgebildeten Akteure auf Fotos in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011 121

Tabelle 19: : Darstellung aller abgebildeten Akteure auf Fotos in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011 121

Tabelle 20: Darstellung der Sportlerinnen auf den Fotos zur Frauenfußball-WM 2011 in aktiven und passiven Situationen.....123

Tabelle 21: Qui-Quadrat-Test zur Darstellung der Sportlerinnen in aktiven und passiven Situationen in der Berichterstattung der BILD-zeitung und F.A.Z.....125

Tabelle 22: Thematisierung von Geschlechterfragen in der Berichterstattung der F.A.Z. über die Frauenfußball-WM 2011.....138

Tabelle 23: Stereotype Beschreibungen in der Berichterstattung der BILD-Zeitung über die Frauenfußball-WM 2011.....141

14. Bilderverzeichnis

Foto 1: Caster Semenya (Kleinezeitung am 19.11.2009, Foto: GEPA).....31

Foto 2: Berichterstattung über Marcel Hirscher Foto 3: Berichterstattung über Anna Fenninger.....53

Foto 4: Die Frauenfußball-WM auf dem Titelblatt der BILD am Sonntag 80

Foto 5: Interview mit der brasilianischen Fußballspielerin Marta (BILD-Zeitung am 29.06.2011, Foto: GES) 103

Foto 6: Simone Laudher beim Schuss(BILD-Zeitung am 01.07.2011; Foto.GES).....125

Foto 7: Kerstin Garefrekes verzweifelt (F.A.Z. am 30.06.2011, Foto: M.i.S./Imago sport) 126

Foto 8: deutsche Spielerinnen nach einer Niederlage (F.A.Z. am 10.07.2011, Foto:Reuters).....126

Foto 9: Deutsche Spielerinnen beim Shoppen (BILD am 25.06.2011, Foto: Action Press) 128

Foto 10:Kaylyn Kyle, “süß wie eine Barbie-Puppe“ 130

Foto 11: Heather Mitts (BILD am 11.07.2011, ...130

Foto 12: Hope Solo (BILD am 19.07.2011, Foto: DDP Images) 131

Foto 13: Die offizielle DFB-Barbie (F.A.Z: am 25.06.2011, Foto: obs/Mattel).....147

15. Anhang

15.1 Analysebogen Artikel

A. Rahmendaten zum Artikel

A1: Nummer des Artikels:

A2: Zeitung:
- BILD-Zeitung □
- Frankfurter Allgemeine Zeitung □

A3: Erscheinungstag:

A4: Seitenzahl des Artikels:

A5: Ressort:
- Sport □
- Kultur □
- Politik □
- Wirtschaft □
- Wissenschaft □
- Feuilleton □
- Unterhaltung □
- Titelblatt □

A6: Typ des Artikels?
- Meldung □
- Nachricht □

Bericht □
Kommentar □
Glosse □
Leitartikel □
Kritik □
Reportage □
Dokumentation □
Interview □

A7: Geschlecht der AutorIn?
Männlich □
Weiblich □
Nicht klar ersichtlich □
AutorIn unbekannt □

A8: Anzahl der begleitenden Bilder:

A9: Umfang des gesamten Artikels inkl. Bilder (in cm^2):

A10: Umfang der Texteinheit (in cm^2):

A11: Umfang der Bildeinheit (in cm^2):

A12: Platzierung des Artikels:
Titelseite: Aufmacher □
Titelseite: Sonstige Position □
Titelseite: Anreißer □
1.Seite des Sportteils: Aufmacher □
1.Seite des Sportteils: Sonstige Position □
Sonstige Seite des Sportteils: Aufmacher □
Sonstige Seite des Sportteils: Sonstige Position □
Sonstige Seite: Aufmacher □
Sonstige Seite: Sonstige Position □

B. Inhaltliche Aspekte

B1: Werden in dem Artikel Geschlechterstereotype thematisiert?
Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notieren:

B2: Werden in dem Artikel stereotype Beschreibungen benutzt?
Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notieren:

B3: Anzahl der weiblichen Akteure in dem Artikel:

B4: Anzahl der männlichen Akteure in dem Artikel:

B5: Anzahl der weiblichen Hauptakteure in dem Artikel:

B6: Anzahl der männlichen Hauptakteure in dem Artikel:

B7: Geschlechterverhältnis zwischen den Hauptakteuren:

Frau von Mann abhängig/ Machtgefälle von Mann zu Frau	□
Mann von Frau abhängig/ Machtgefälle von Frau zu Mann	□
Gleichberechtigter Konflikt	□
Gleichberechtigte Partnerschaft	□
Anders	□
Kein Geschlechterverhältnis/ Zu viele Hauptakteure	□

B8: Art des Geschlechterverhältnisses:

Partnerschaft/Ehe	□
Verwandtschaft	□
Politisches	□
Berufliches	□
Dienstleistung	□
KonsumentInnen	□
Anderes	□
Keines	□

C. Darstellung der Hauptakteure

C1: Geschlecht des 1. Hauptakteurs:

Männlich □ 1
Weiblich □ 2

C2: Name des 1. Hauptakteurs:

C3: Funktion in der Geschichte:

Es gibt keinen Hauptakteur	□
Subjekt	□
SprecherIn	□
ExpertIn	□
Persönliches Erlebnis	□
Augenzeugin	□
Andere	□

C4: Wird das Aussehen oder äußere Erscheinungsbild beschrieben?

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C5: Bezugnahme auf die Familiensituation:

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C6: Bezugnahme auf Partnerschaft:

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C7: Wird Sexualität thematisiert:

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C8: Beurteilung der Leistung:

Positiv □ 1
Negativ □ 2
Keine Leistung/Keine Beurteilung □ 3

C9: Art der Leistung:

Politik □
Sport □
Wirtschaft □
Soziale Leistung □
Sonstige □
Keine Leistung □

C10: Wird dem Hauptakteur Macht zugeschrieben?

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C11: Geschlecht des 2. Hauptakteurs:

Männlich □ 1
Weiblich □ 2

C12: Name des 1. Hauptakteurs:

C13: Funktion in der Geschichte:

Es gibt keinen Hauptakteur □
Subjekt □
SprecherIn □
ExpertIn □
Persönliches Erlebnis □
Augenzeugin □
Andere □

C14: Bezugnahme auf Partnerschaft:

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C15: Bezugnahme auf die Familiensituation:

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C16:Wird das Aussehen oder äußere Erscheinungsbild beschrieben?

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C17: Wird Sexualität thematisiert:

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

C18: Beurteilung der Leistung:

Positiv □ 1
Negativ □ 2
Keine Leistung/Keine Beurteilung □ 3

C19: Art der Leistung:

Politik □
Sport □
Wirtschaft □
Soziale Leistung □
Sonstige □
Keine Leistung □

C20: Wird dem Hauptakteur Macht zugeschrieben?

Nein □ 1
Ja □ 2 → wenn ja, dann notiere:

15.2 Analysebogen Fotos

A: Nummer des Fotos:

B: Zeitung:

BILD-Zeitung: □
Frankfurter Allgemeine Zeitung: □

C: Erscheinungstag:

D: Umfang des Fotos (in cm^2):

E: Anzahl der abgebildeten Frauen:

F: Anzahl der abgebildeten Männer:

G: Welche Situation wird auf dem Foto dargestellt?

Beim Sport aktiv □
Beim Sport passiv □

Jubelnd □
In privatem Umfeld □
In beruflichem Umfeld □
Porträt □
Nicht erkennbar □
Keine Person abgebildet □

H: Geschlecht des abgebildeten Hauptakteurs:
Männlich □
Weiblich □
Nicht klar erkennbar □
Hauptakteur ist nicht auszumachen □
Keine Person abgebildet □

I: Gesichtsausdruck des Hauptakteurs:
Lachend □
Enttäuscht □
Weinend □
Verärgert □
Konzentriert □
Erschöpft □
Nachdenklich □
Zornig □
Lächelnd □
Angestrengt □
Schreiend □
Sprechend □
Jubelnd □
Nicht erkennbar □
Zu viele Hauptakteure □
Keine Person abgebildet □

J: Welche Kleidung trägt der Hauptakteur?
Sportbekleidung □
Geschäftsbekleidung □
Geschlechtsmerkmal betonende Kleidung □
Freizeitbekleidung □
Nicht erkennbar □
Keine Person abgebildet □
Zu viele Hauptakteure □

K: Notizen zum Foto:

15.3 Kodieranleitung Artikel

Grundsätzliches:

- Pro Artikel wird ein Analysebogen ausgefüllt
- In Teil A geht es um die Rahmendaten in dem Artikel. Teil B und C analysiert den Artikel auf inhaltlicher Ebene.
- Die Kodieranleitung enthält nicht zu allen Kategorien eine Anleitung, da einige Kategorien selbsterklärend sind.
- In einigen Kategorien sollen zusätzliche Notizen gemacht werden, hierbei ist darauf zu achten, dass die Passagen wörtlich zitiert werden.

A4: Seitenzahl des Artikels:
Anm.: Als Seitennummer wird die Seitenzahl genannt, auf der der Artikel beginnt.

A6: Typ des Artikels?
Anm.:
Meldung: Kurze Nachricht, für gewöhnlich weniger als 25 gedruckte Zeilen. Hier sind zentrale Informationen enthalten: faktenorientiert, objektiv, unparteiisch und ohne eigne Meinung.
Bericht: Der Bericht ist länger und ausführlicher als die Meldung. Über die reinen Fakten hinaus werden Zusammenhänge, Hintergründe, Vorgeschichten und ähnliches geschildert.
Reportage: Oftmals länger als der Bericht. Eine Nachricht wird auf anschauliche und interessante Weise präsentiert. Der Rezipient gewinnt den Eindruck in das geschilderte Geschehen involviert zu sein.

A9: Umfang des gesamten Artikels inkl. Bilder (in cm^2):
Anm.: Es wird die gesamte Fläche des Artikels gemessen inkl. Aller Bilder und Überschriften. Es soll ab der Oberkante der Überschrift bis zur Unterkante der letzten Zeile des Artikels gemessen werden und vom linken bis zum rechten Rand.

A10: Umfang der Texteinheit (in cm^2):
Anm.: Hier wird nur dem Umfang der Texteinheit inkl. Überschrift gemessen.

B1: Werden in dem Artikel Geschlechterstereotype thematisiert?
Es werden in dem Artikel Geschlechterrollen gezielt thematisiert. In dem Artikel wird beschrieben, worin sich Männer- und Frauensport unterscheidet?
Der Artikel beschreibt die Rolle von Frauenfußballverband?
Der Artikel thematisiert klassische Stereotype und stellt diese in Frage.

B2: Werden in dem Artikel stereotype Beschreibungen benutzt?
Männer gelten als stark, rational und unabhängig – Frauen eher als irrational, zerbrechlich
und abhängig. Es gibt zahlreiche Stereotype über Männer und Frauen. Artikel können diese anfechten oder bestärken.

B3: Anzahl der weiblichen Akteure in dem Artikel:
Anm.: Es interessiert wie viele Frauen und Männer in dem Artikel namentlich genannt werden. Kommt eine Person mehrmals vor, wird sie nur einmal gezählt.

B4: Anzahl der männlichen Akteure in dem Artikel:
Anm.: Es interessiert wie viele Frauen und Männer in dem Artikel namentlich genannt werden. Kommt eine Person mehrmals vor, wird sie nur einmal gezählt.

B5: Anzahl der weiblichen Hauptakteure in dem Artikel:
Anm.: Als Hauptakteure werden in Kategorie nur Personen gezählt, die eigenständig handeln, d. h. das Geschehen dominieren, lenken oder verursachen. Der Hauptakteur muss elementarer Bestandteil des Geschehens sein, so dass der Artikel das Geschehen nicht ohne die Erwähnung des Hauptakteurs oder der Hauptakteurin darstellen kann. Ein Hauptakteur liegt vor, wenn die Person:
1. handelt und nicht nur betroffen ist oder
2. in Überschrift oder Untertitel erwähnt ist
Trifft es zu, dass der Akteur handelt, sein Handeln den Geschichtsverlauf entscheidend prägt und er aus der Geschichte kaum eliminierbar ist, dann handelt es sich um einen Hauptakteur. Wenn Bedingung 2 zutrifft, handelt es sich jedenfalls um einen Hauptakteur.

B6: Anzahl der männlichen Hauptakteure in dem Artikel:
Anm.: siehe Beschreibung B5

B7: Geschlechterverhältnis zwischen den Hauptakteuren:
Anm.: Ein Geschlechterverhältnis zwischen Hauptakteuren liegt vor, wenn genau eine Frau und ein Mann als Hauptakteur ermittelt werden konnten. Bei mehreren Akteuren, kann das Geschlechterverhältnis nur beurteilt werden, wenn es eindeutig ist.
Inwiefern ein Machtgefälle oder eine Abhängigkeit besteht, hängt davon ab, wie das Verhältnis in dem Artikel dargestellt wird. Häufig kommt es darauf an, wessen Position in einer Verhandlungs- oder Konfliktsituation als aussichtsreicher oder besser dargestellt wird. Gewisse Beziehungen implizieren meist schon ein Machtgefälle.

Die hier folgenden Beschreibungen gelten sowohl für den ersten, als auch für den zweiten Hauptakteur.

C. Darstellung der Hauptakteure:
Anm.: Gibt es mehr als zwei Hauptakteure, werden hier die zwei für die Geschichte dominanten Hauptakteure näher bestimmt. Lassen sich diese nicht ausmachen, werden die zwei Hauptakteure näher bestimmt, die den meisten Platz im Artikel eingeräumt bekommen.
Kommen die Akteure im gleichen Umfang vor, werden die zwei erstgenannten Hauptakteure näher bestimmt.

C4: Wird das Aussehen oder äußere Erscheinungsbild beschrieben?
Anm.: In dem Artikel wird das Aussehen des Akteurs beschrieben. Hier sollen Wörter, Sätze und Phrasen kodiert werden. Kodierbeispiel: „die hübsche Stürmerin“, „die elegant gekleidete Trainerin.“

C5 – C7:
Anm.: Es soll hier angegeben werden, ob die privaten Lebensumstände des Akteurs oder der Akteurin erwähnt werden, es ist jeweils zu beantworten, ob auf die Partnerschaft, die

Familiensituation oder die Sexualität Bezug genommen wird oder diese erwähnt wird. Kommt eine solche Erwähnung vor, so soll die entsprechende Passage zitiert werden.

C8: Beurteilung der Leistung:
Anm.: Leistung kann hier sehr weit gefasst werden (siehe Art der Leistung). Wird eine Leistung genannt, wird diese meistens auch beurteilt. Indizien für eine positive Beurteilung sind Wörter wie z. B. „geschafft", „vollbringt", „feiert" (einen Sieg oder Erfolg), „erreicht", etwas ist „gelungen" oder „vollbracht", etc. Beispiele für negative Beurteilungen wären „erfolglos", „verloren", „versagt", „Schiffbruch erlitten", etc.

C9: Art der Leistung:
Anm.: Soziale Leistung meint z. B. Leistungen innerhalb eines Mannschaftsgefüges, in dem die Handlung eines Akteurs besonders betont wird, z.B. „durch ihre rücksichtsvolle Art hat sie sich in die Herzen ihrer Mitspielerinnen gebracht." Treffen zwei Arten zu, kommt es darauf an, worauf der Fokus im Artikel liegt bzw. welcher Leistung mehr Umfang eingeräumt wird.

C10: Wird dem Hauptakteur Macht zugeschrieben?
Anm.: Es geht darum, ob die Person als mächtig dargestellt wird. Dies muss explizit passieren, es soll auch nicht die Einschätzung des Coders codiert werden. Beispiele für die
Zuschreibung von Macht sind Formulierungen wie „hat Macht",„ist mächtig", „ist einflussreich", „hängen von ihr oder ihm ab", „hängen von ihrer oder seiner Entscheidung ab", „tanzen nach seiner Pfeife", „herrscht", etc.

15.4 Kodieranleitung Fotos

Grundsätzliches:
- Pro Foto wird ein Analysebogen ausgefüllt.
- Diese Kodieranleitung enthält nicht zu allen Kategorien Anleitungen, da einige Kategorien selbsterklärend sind.

D:Umfang des Fotos:
Anm.: Es wird die gesamte Fläche des Fotos inkl. Bildunterschrift gemessen.

G: Welche Situation wird auf dem Foto dargestellt?
Anm.:
Beim Sport aktiv: Der Sportler wird in Aktion gezeigt. Beispiele: Beim Schuß, beim Kopfball, beim Zweikampf.
Beim Sport passiv: Das Foto zeigt zwar eindeutig ein sportliches Umfeld, es ist aber keine Aktion zu sehen. Beispiele: Im Gespräch mit dem Trainer, auf dem Spielfeld nach dem Schlusspfiff.
Porträt: Das Foto zeigt nur den Kopf oder das Gesicht des Akteurs.
In privatem Umfeld: Das Foto zeigt den Akteur eindeutig in privatem Umfeld. Beispiel: Ein Akteur mit seiner Familie, Ein Akteur beim Einkaufen.
In beruflichem Umfeld: Das Foto zeigt den Akteur in beruflichem Umfeld. Beispiel: Der Verbandschef in Gesprächen mit FIFA-Funktionären, der Trainer bei der Unterschrift

eines Vertrages.

I: Gesichtsausdruck des Hauptakteurs:
Anm.:
Lächelnd: Der Akteur lächelt freundlich, der Mund ist dabei maximal leicht geöffnet, die Zähne gar nicht oder wenig sichtbar.
Lachend: Der Akteur lacht, der Mund ist weiter geöffnet,
Erschöpft: Das Gesicht ist von Anstrengung gezeichnet, z. B. durch starke Augenringe oder schweißnasse Haare.
Konzentriert: Die Stirn kann gerunzelt sein, ein konzentrierter Gesichtsausdruck kann verbissen wirken.
Weinend: Tränen sind zumindest in den Augen zu erkennen.
Nachdenklich: Der Blick ist zumeist in die Ferne gerichtet.

J: Welche Kleidung trägt der Hauptakteur?
Anm.:
Geschäftsbekleidung: Anzug, Kostüm, Hosenanzug etc.
Geschlechtsmerkmal betonende Kleidung: Unterwäsche, Bikini, Minirock, Hotpants

Abstract

Mit dieser Forschungsarbeit wird ein Beitrag zum Thema Konstruktion von Geschlecht in der Printberichterstattung geleistet. Es ist untersucht worden, ob in der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung bzw. der BILD-Zeitung Geschlechterstereotypen konstruierende Elemente benutzt worden sind.

Hierfür ist eine Inhaltsanalyse in den beiden Zeitungen durchgeführt worden.

Die zentralen Ergebnisse dieser Arbeit besagen, dass in der Quantität der Berichterstattung über die Frauenfußball-WM in der BILD-Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung

keine beutenden Unterschiede festgestellt werden konnten. Beide Zeitungen berichten, entgegen den Ergebnissen vorangegangener Studien, in einem äußerst umfangreichen Rahmen über Frauenfußball-WM 2011. Zudem präsentieren beide Zeitungen in gleichem Ausmaß männliche und weibliche Akteure in ihrer Berichterstattung.

Auf inhaltlicher Ebene zeigen sich größere Unterschiede in der Berichterstattung. In der Berichterstattung der Frankfurter Allgemeine Zeitung werden bewusst Geschlechterstereotype angefochten. In der Berichterstattung der BILD-Zeitung finden sich häufig stereotype Beschreibungen der Sportlerinnen.

In der Bildauswahl zeigen sich ebenfalls größere Differenzen zwischen BILD-Zeitung und Frankfurter Allgemeinen Zeitung, so zeigt die BILD-Zeitung aktivere Sportlerinnen als die Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Ergebnisse nicht in allen Fällen die Hypothesen bestätigen konnten, die auf der Grundlage von Befunden vorangegangener Studien zur Geschlechterkonstruktion in der Sportpresse aufgestellt wurden. Die Untersuchung kann nicht bestätigen, dass Frauen in der Berichterstattung „Entsportlicht“ und „Trivialisiert“ werden.

Es bleibt daher interessant zu beobachten, wie sich die Geschlechterdarstellung in den Medien weiterentwickeln wird.

Lebenslauf

Christian Achatzi

Zur Person

Geburtsdaten	09.07.1985 in Offenbach am Main
Staatsbürgerschaft	deutsch
Kontakt	Christian.Achatzi@gmx.net

Studium und Schule

Seit 2006	Publizistik und Kommunikationswissenschaft in Wien
2004	Abitur an der Heinrich-Mann-Schule, Dietzenbach

Praktika

Februar 2010	Kronen Zeitung, Wien
Oktober 2009 bis August 2010	Ballesterer Fußballmagazin, Wien

Sprachen

Deutsch	Muttersprache
Englisch	fließend in Wort und Schrift

April 2012, Wien