

Indikator 3.6:

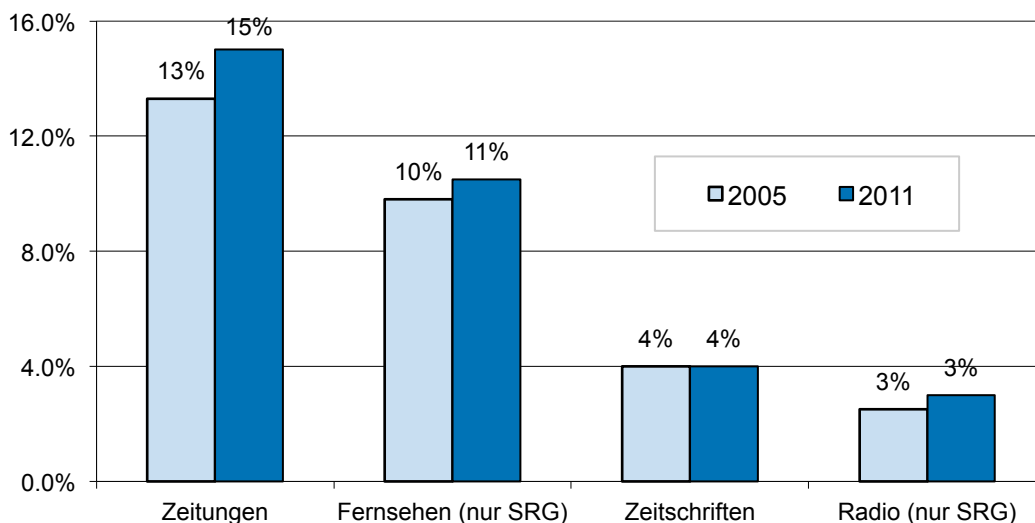
Sportberichterstattung in den Medien

In dem Masse, wie der Sport zu einem Massenphänomen wurde, ist er auch zu einem wichtigen Gesprächsthema und einem bedeutenden Gegenstand der Berichterstattung in den Medien geworden. Die Berichterstattung beeinflusst ihrerseits unsere Wahrnehmung des Sports und hat eine Reihe von wirtschaftlichen Effekten, die in verschiedenen Projekten und Studien des Forschungsnetzwerks Sport und Wirtschaft (ITW Luzern, Rütter Soceco, FIF Bern) untersucht wurden.

Die ökonomische Relevanz der Sportberichterstattung zeigt sich im direkten Gesamtumsatz von 550 Mio. CHF, welcher im Jahr 2011 über das Fernsehen, die Zeitungen, die Sportzeitschriften und das Radio erwirtschaftet wurde. Die Bruttowertschöpfung lag bei 240 Mio. CHF und die Beschäftigung bei 1920 Vollzeitstellen (vgl. Rütter et al. 2014 und Abbildung D).

Der Anteil der Sportberichterstattung ist in den Zeitungen gemäss Abbildung A am höchsten und zwischen 2005 und 2011 zudem leicht auf über einen Siebentel des redaktionellen Teils angestiegen. Auch das Fernsehen (SRF) verzeichnete einen geringfügigen Anstieg. Hier beträgt der Sportanteil gegenwärtig rund ein Neuntel der gesamten Sendezeit. Dagegen war und ist der Anteil der Sportberichterstattung in Zeitschriften und am Radio vergleichsweise bescheiden (vgl. auch Abbildungen B und C). Mit Blick auf die Zeitschriften gilt es allerdings festzuhalten, dass einigen spezialisierten Sportpublikationen eine Vielzahl an Zeitschriften gegenübersteht, die nicht oder nur ganz am Rande über den Sport berichten.

3.6A) Anteil der Sportberichterstattung in verschiedenen Medien, 2005 und 2011



Quelle: ITW HSW Luzern (2010), Rütter et al. (2014).

Hinweis: Die Angaben basieren beim Radio auf den Sendezeiten ohne Musik. Der Anstieg beim Radio trotz identischer Prozentangaben ist auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen (2005: 2.5%: 2011: 3.0%).

Datenbasis

Abbildungen A, C und D: Rütter, Heinz, Christian Schmid, Christian Höchli, Corina Rieser, Oliver Hoff, Tonio Schwehr, Ladina Gartmann und Pino Hellmüller (2014): Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz – 2011. Rüschlikon: Rütter Soceco.

Abbildung A: ITW HSW Luzern (2010): Sport und Wirtschaft Schweiz: Sport und Medien – Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in den Medien und Medienwirkungen von Sportveranstaltungen.

Abbildung B: Daniel Beck (2006): Der Sportteil im Wandel – Die Entwicklung der Sportberichterstattung in Schweizer Zeitungen seit 1945.

Abbildung E: Lamprecht, Markus, Adrian Fischer und Hanspeter Stamm (2014): Sport Schweiz 2014. Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung. Magglingen: BASPO.

Die Abbildungen A bis C zeigen den Umfang der Sportberichterstattung in den Medien, während Abbildung D eine Reihe ökonomischer Kennzahlen und Abbildung E zusätzliche Angaben zur Popularität verschiedener Sportarten in den Medien aus "Sport Schweiz 2014" enthält

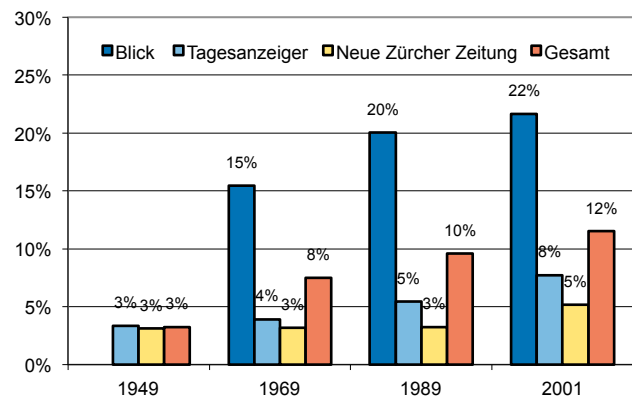
Resultate

Die Sportberichterstattung in den Tageszeitungen hat seit 1949 deutlich an Umfang zugelegt (Abbildungen A und B). Dass der Sport in Boulevardzeitungen wie dem Blick einen hohen Stellenwert besitzt, zeigt sich im verhältnismässig umfangreichen Sportanteil. Auch der Tagesanzeiger hat seine Sportberichterstattung über die Jahre ausgebaut. Dagegen erhöhte die Neue Zürcher Zeitung den Umfang erst in jüngerer Zeit (2001) und weist durchgehend den knappsten Sportanteil auf.

Für die dargestellten Zeitungen existieren keine neueren Detailangaben. Aus den Angaben in Abbildung A lässt sich jedoch schliessen, dass sich der Trend zu einem höheren Anteil der Sportberichterstattung in den Tageszeitungen auch in der Gegenwart fortsetzt.

Abbildung C zeigt demgegenüber die Entwicklung der Sportanteile im Fernsehen und Radio (SRG) zwischen 2000 und 2012. Beim Radio zeigt sich langfristig ein leichter Rückgang von über drei zu rund zwei Prozent, während die Sendeanteile beim Fernsehen seit 2006 immer über zehn Prozent lag. Die in der Abbildung dargestellten Fluktuationen in der Fernsehberichterstattung sind insbesondere auf Grossanlässe die Olympische Spiele und Fissball-Weltmeisterschaften zurückzuführen.

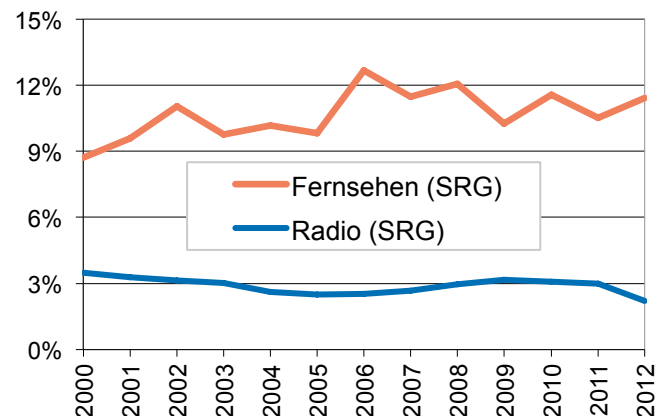
3.6B) Alltagsstichproben zum Umfang der Sportberichterstattung in Tageszeitungen, 1949-2001



Quelle: Beck (2006).

Hinweise: Dargestellt ist der Anteil der Sportberichterstattung am Gesamtumfang der entsprechenden Zeitungen. Der Blick wird erst seit 1959 herausgegeben, deshalb existieren für 1949 keine Werte.

3.6C) Anteil der Sportberichterstattung in Fernsehen und Radio (SRG), 2000-2012 (Sendezeiten)



Quelle: Rütter et al. (2014). Die Angaben basieren beim Radio auf den Sendezeiten ohne Musik.

Aus Abbildung D geht die Dominanz der Zeitungen bezüglich verschiedener wirtschaftlicher Kennzahlen hervor, welche gemäss den zugrunde liegenden Studien mit dem hohen Anteil an Sportberichterstattung, dem geringen Vorleistungsanteil und der hohen Personalintensität zusammenhängt. Bei den Zeitungen fällt über die Hälfte der gesamten sportspezifischen Beschäftigung, Bruttowertschöpfung und des Umsatzes der Medien an.

Im Gegensatz dazu bezieht das Fernsehen mehr Drittleistungen und hat somit eine tiefere Personalintensität sowie eine höhere Produktivität pro Mitarbeiter. Bei Radio und Fernsehen schlägt vor allem die SRG zu Buche, während die privaten Sendeanstalten – ebenso wie die Zeitschriften – eine vergleichsweise geringe Rolle spielen.

Neben dem Umfang und der Wertschöpfung der Sportberichterstattung ist auch von Interesse, ob das Publikum die Berichterstattung überhaupt zur Kenntnis nimmt und schätzt.

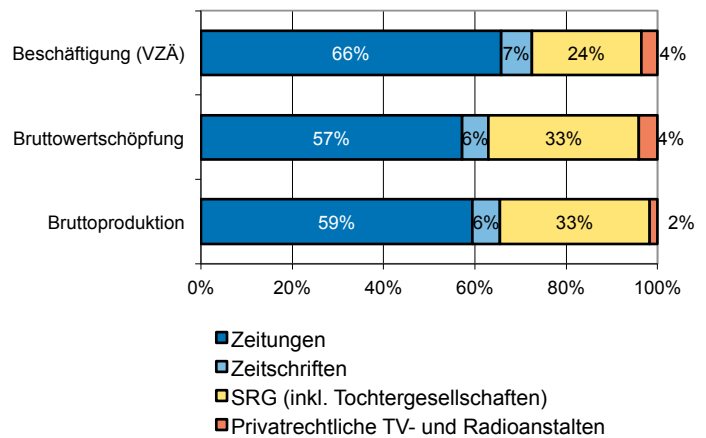
Der Studie Sport Schweiz 2014 lässt sich entnehmen, dass knapp 80 Prozent der Schweizer Bevölkerung ein mittleres (47%) oder gar hohes Interesse (31%) an Medienberichten über den Sport haben. Diese Anteile sind seit der Befragung des Jahres 2000 relativ stabil geblieben.

Wie Abbildung D zeigt, sind Fussball, Ski alpin, Tennis und Eishockey die mit Abstand populärsten Sportarten, welche in den Medien verfolgt werden. Nur vier weitere Sportarten werden von mindestens fünf Prozent der Befragten genannt, während alle anderen Sportarten nur von einer kleinen Minderheit der Bevölkerung erwähnt werden (es sind nur Sportarten dargestellt, die von mindestens 2% der Befragten genannt wurden).

Dabei scheint das Angebot die Präferenzen relativ gut zu widerspiegeln, gibt es doch mit dem Fussball nur gerade eine ohnehin schon sehr populäre Sportarten, die von mehr als fünf Prozent der Befragten erwähnt wird, wenn sie gefragt werden, worüber sie sich mehr Berichte wünschen würden.

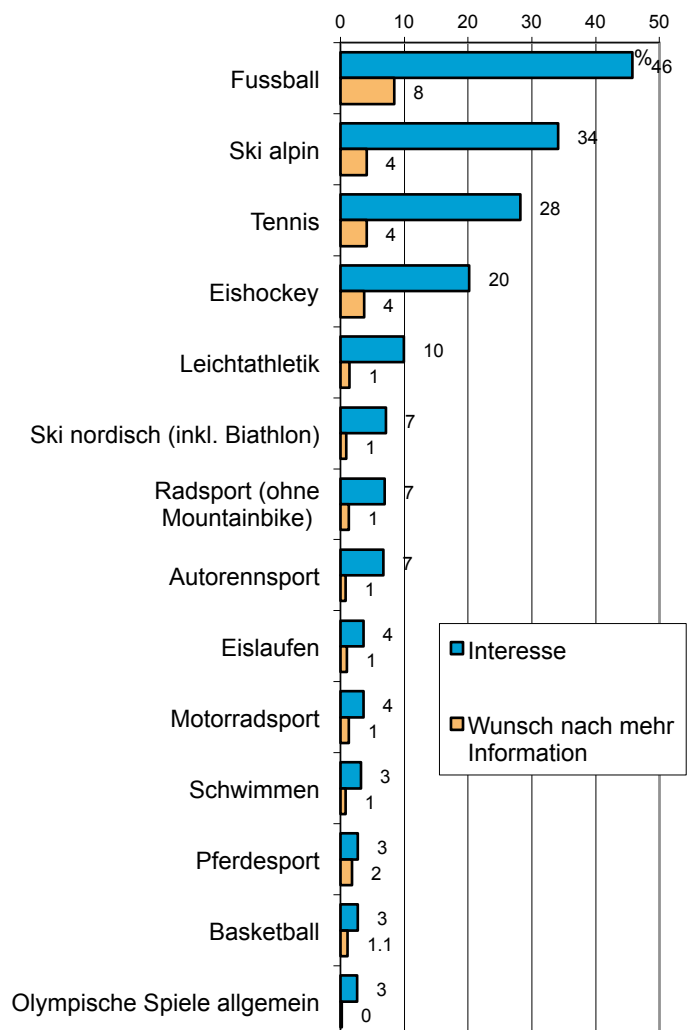
Erwähnenswert ist schliesslich der hier nicht dargestellte Befund, dass sich die Rangliste der beliebtesten Mediensportarten zwischen 2008 und 2014 nur geringfügig verändert hat: Seit 2008 ist der nordische Skilauf – wohl als Folge von Schweizer Erfolgen – neu in die Gruppe derjenigen Sportarten vorgedrungen, an denen fünf oder mehr Prozent der Befragten interessiert ist.

3.6D) Vergleich der ökonomischen Kennzahlen verschiedener Medien bezogen auf den Sport, 2011 (Anteile in Prozent)



Quelle: Rütter et al. (2014).

3.6DE) Interesse an verschiedenen Sportarten in den Medien (Anteile in Prozent, Mehrfachnennungen möglich), 2014



Quelle: Sport Schweiz 2014.