

Bildpräsenz von Sportlerinnen und Sportlern in ausgewählten, reichweitenstarken Medien

Medienanalyse zu Sichtbarkeit & Präsenz

Medienanalyse im Zeitraum von 15. Oktober 2023 bis 15. September 2024

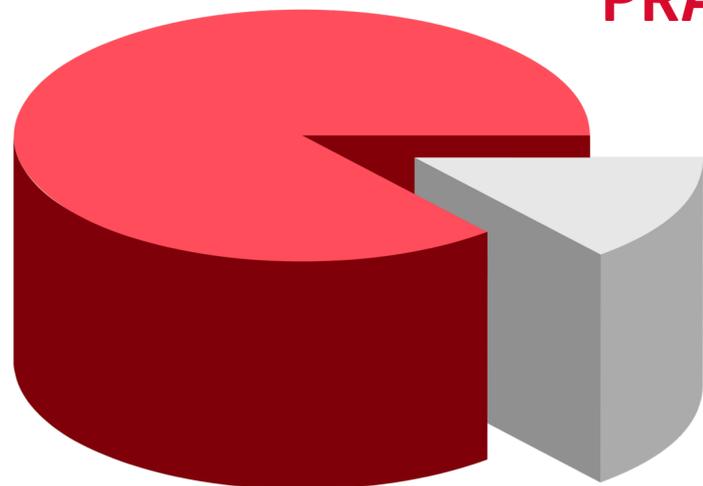
Extra: Fokus auf Olympische Spiele

Untersuchte Medien: Kronen Zeitung, Kurier, Kleine Zeitung, derStandard, ORF1, ServusTV

MEDIALE SICHTBARKEIT VON SPORTLER:INNEN

OHNE OLYMPISCHE SPIELE

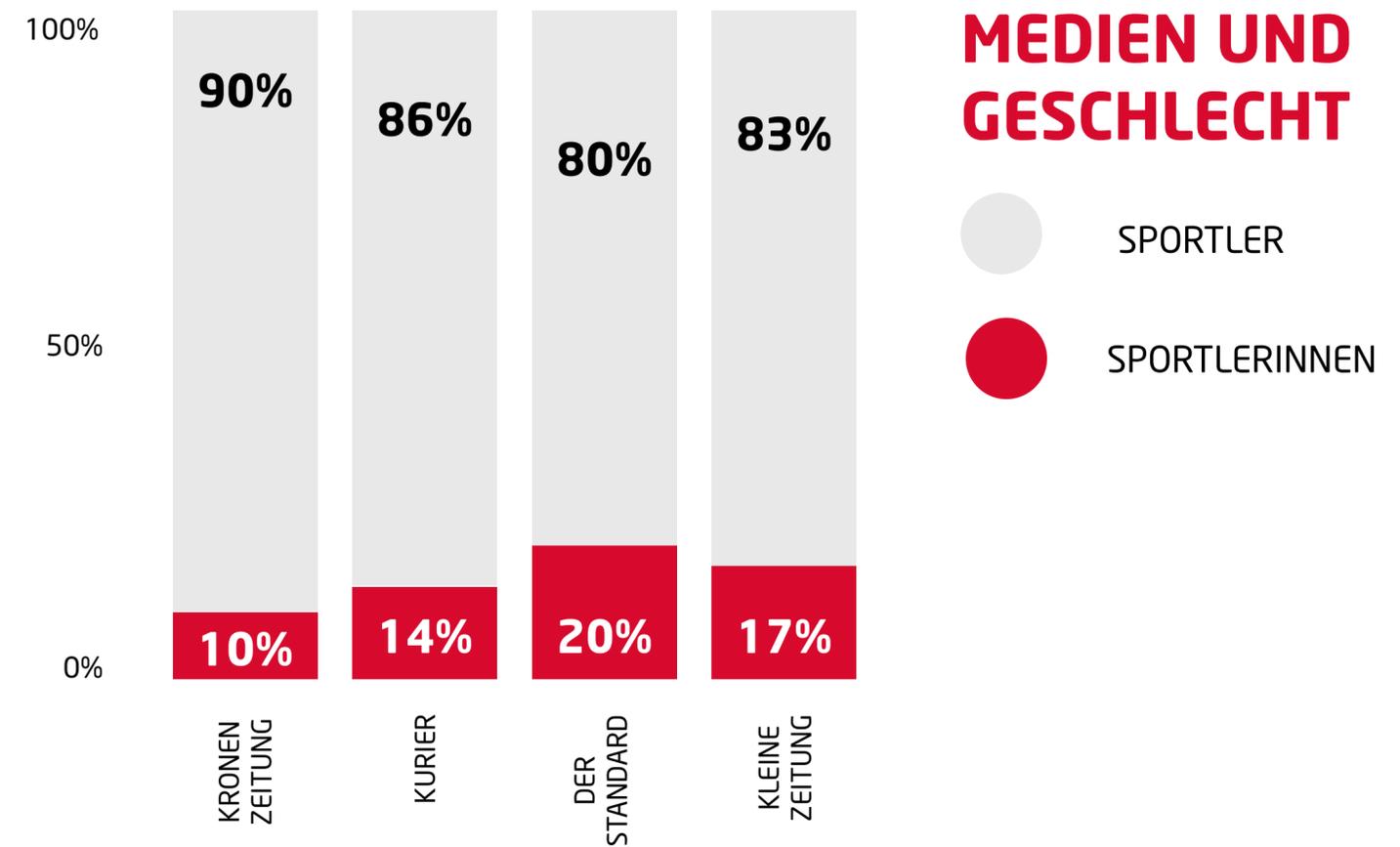
PRÄSENZ GESAMT



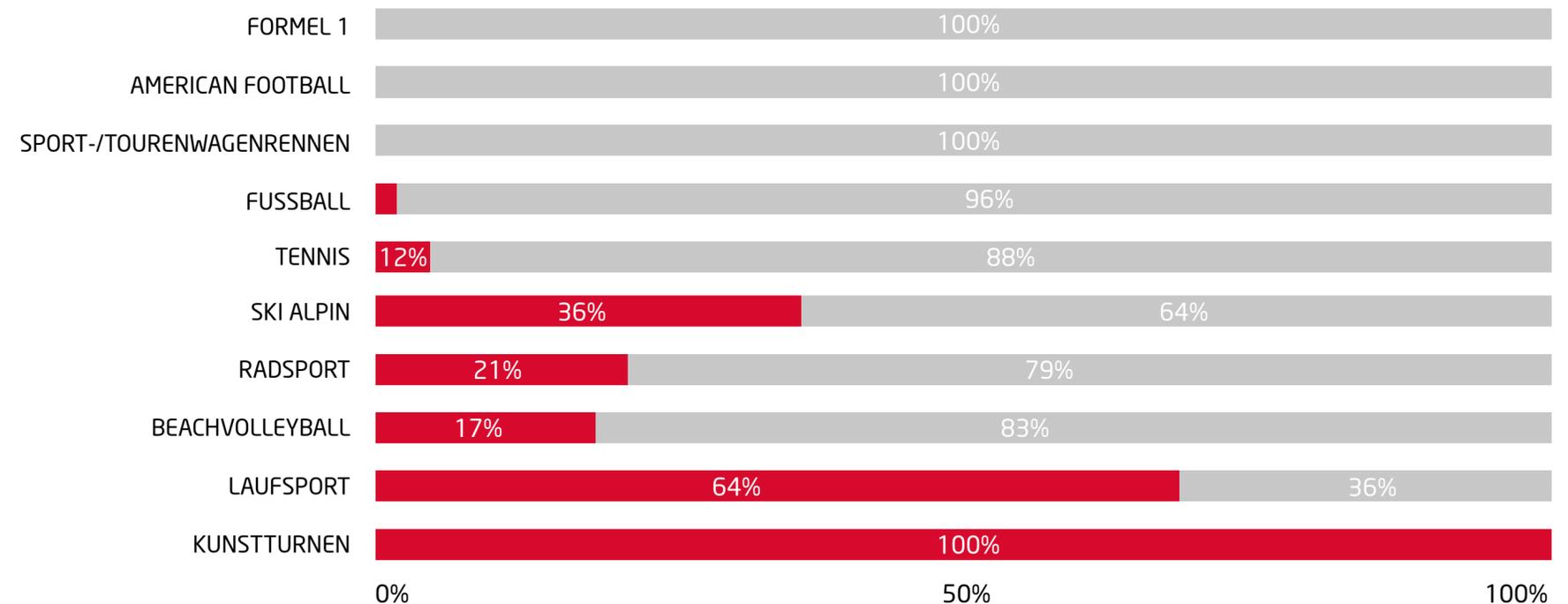
14%
Sportlerinnen

Die Agentur MediaAffairs hat im Zeitraum von **15. Oktober 2023 bis 15. September 2024** ausgewählte, reichweitenstarke Medien hinsichtlich Sichtbarkeit von Sportlerinnen und Sportlern untersucht. Im Zuge der Untersuchung wurden knapp 12.000 Bilder in Printmedien analysiert. Neben der Anzahl der Bilder ist vor allem die Bildgröße und damit das Bildvolumen (hier in cm²) für die Sichtbarkeit im Sport ausschlaggebend. Die Analyse zeigt bei der medialen Sichtbarkeit von Sportlerinnen und Sportlern ein markantes Gefälle.

Auf den Sportseiten **dominieren mit einem Anteil von 86 Prozent Abbildungen** männlicher Sportler und deren Erfolge und Karrieren. Im Vergleich dazu kommen Athletinnen auf einen Bildpräsenzanteil von nur **14 Prozent** in der Sport-Coverage.



SPORTARTEN UND GESCHLECHT | TOP 10

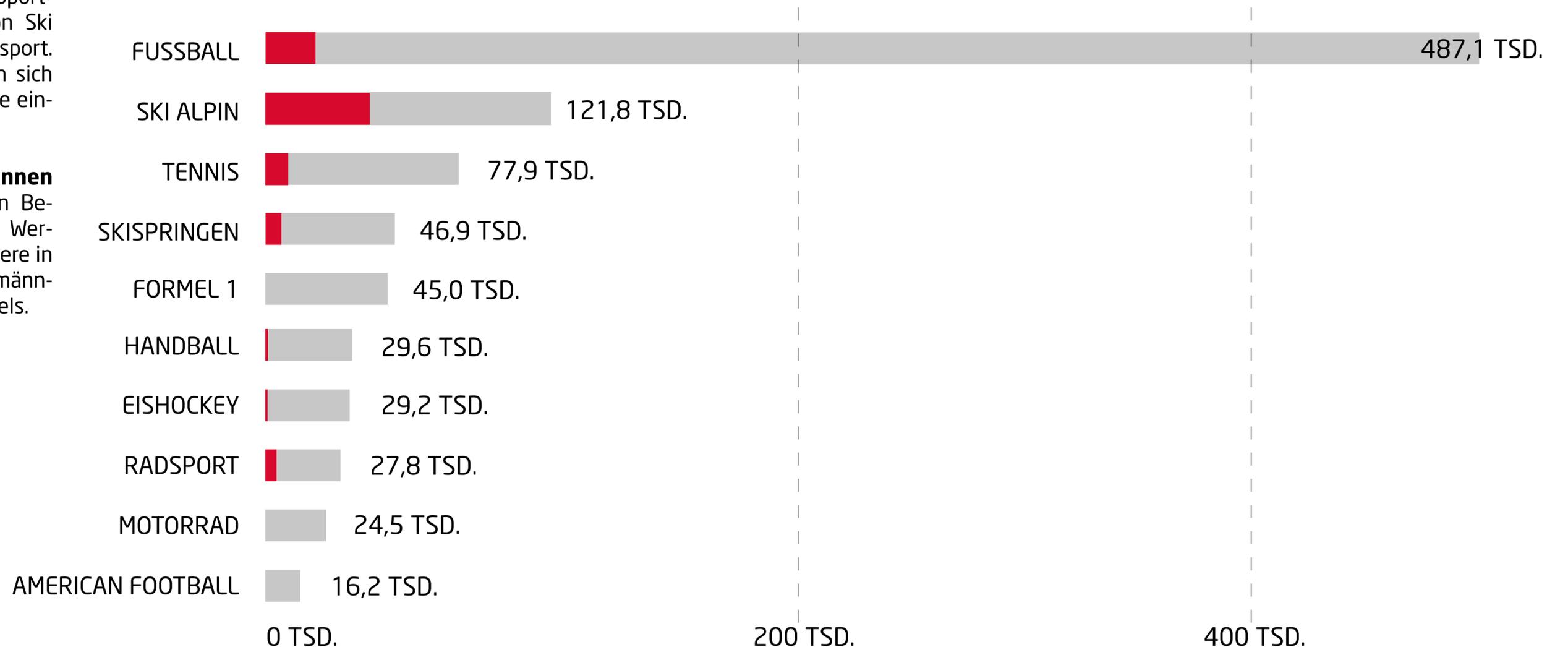


MEDIALE SICHTBARKEIT VON SPORTLER:INNEN | PRINTMEDIEN

- BILDVOLUMEN IN CM²

Nur wenige Sportarten dominieren die Berichterstattung in einem Sportjahr - abseits der Olympischen Spiele. Allen voran (Herren-) Fußball, der einen übergroßen Teil der Sportberichterstattung einnimmt, gefolgt von Ski Alpin, Tennis, Skispringen und Formelsport. In all diesen Top-Disziplinen fokussieren sich Medien primär auf männliche Sportler, die einzige Ausnahme stellt Ski Alpin dar.

Die **fehlende Sichtbarkeit Sportlerinnen** hat enorme Auswirkungen auf deren Bekanntheitsgrad, finanzielle Absicherung, Werbeverträge, etc. Zudem fehlen insbesondere in jenen Sportarten, die als stereotypisch männlich gelten, sichtbare weibliche Role Models.



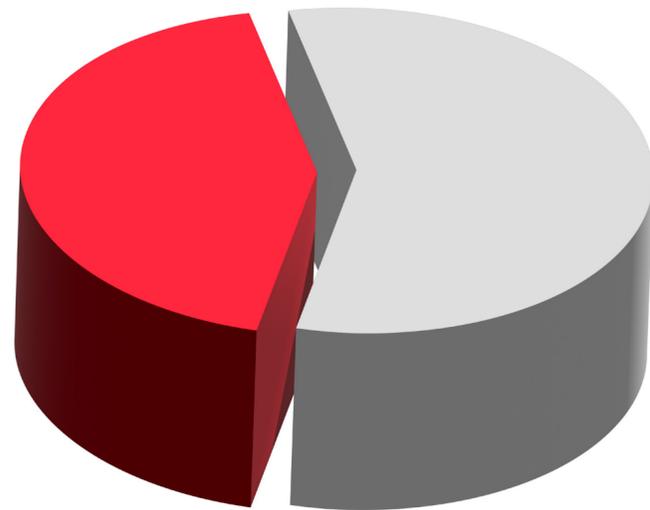
MEDIALE SICHTBARKEIT VON SPORTLER:INNEN | OLYMPISCHE SPIELE

OLYMPISCHE SOMMERSPIELE IN HEIMISCHEN MEDIEN

PRÄSENZ GESAMT

43%

Sportlerinnen



57%

Sportler

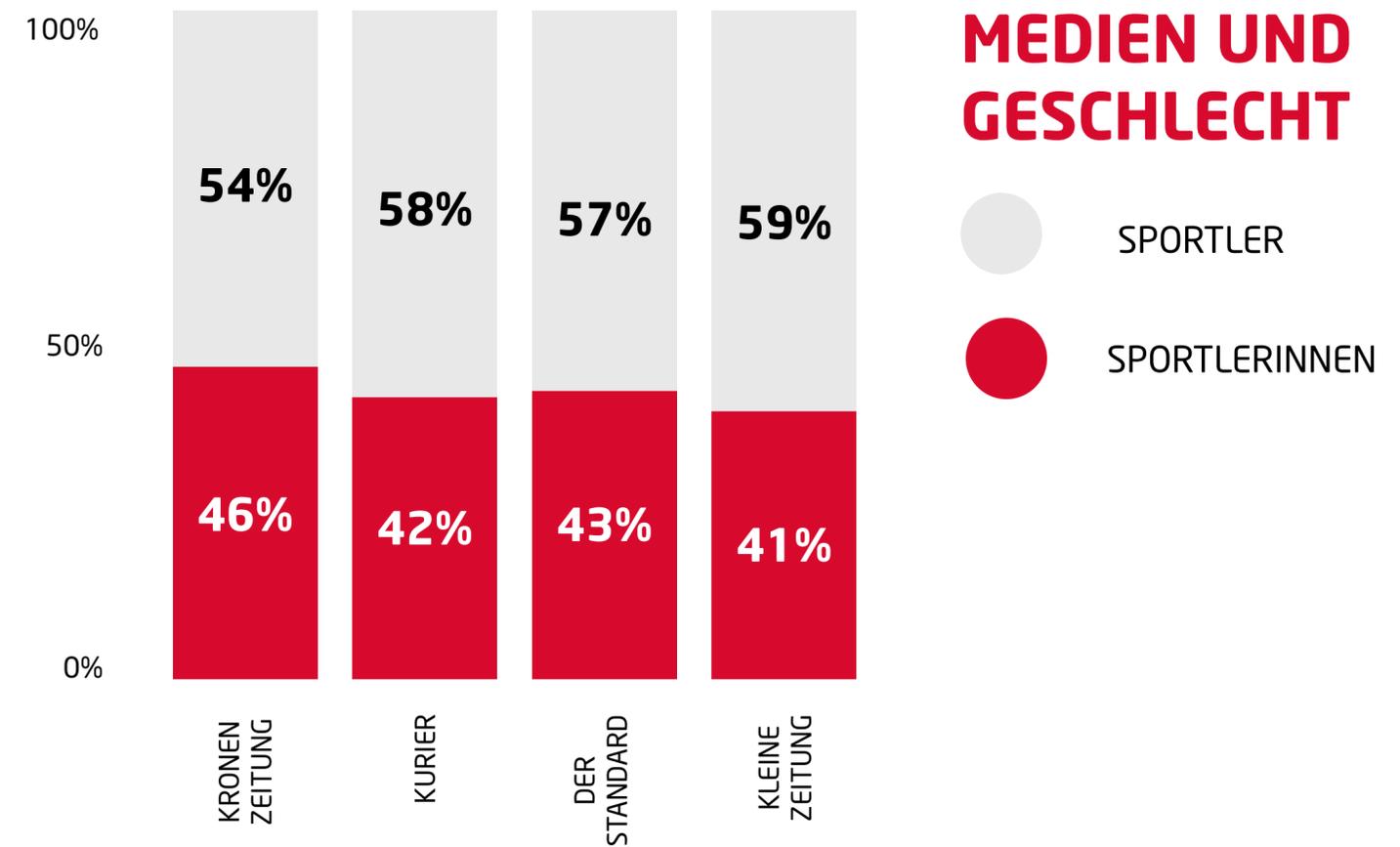
Olympische Sommerspiele gehören zu den größten Sportereignissen der Welt und sorgen für entsprechendes Publikums- und Medieninteresse. Im Zeitraum der Olympischen Spiele gelingt etwas, das sonst kaum zu beobachten ist:

– Raum für die **Vielfalt von Sportarten & Breite in der Berichterstattung**

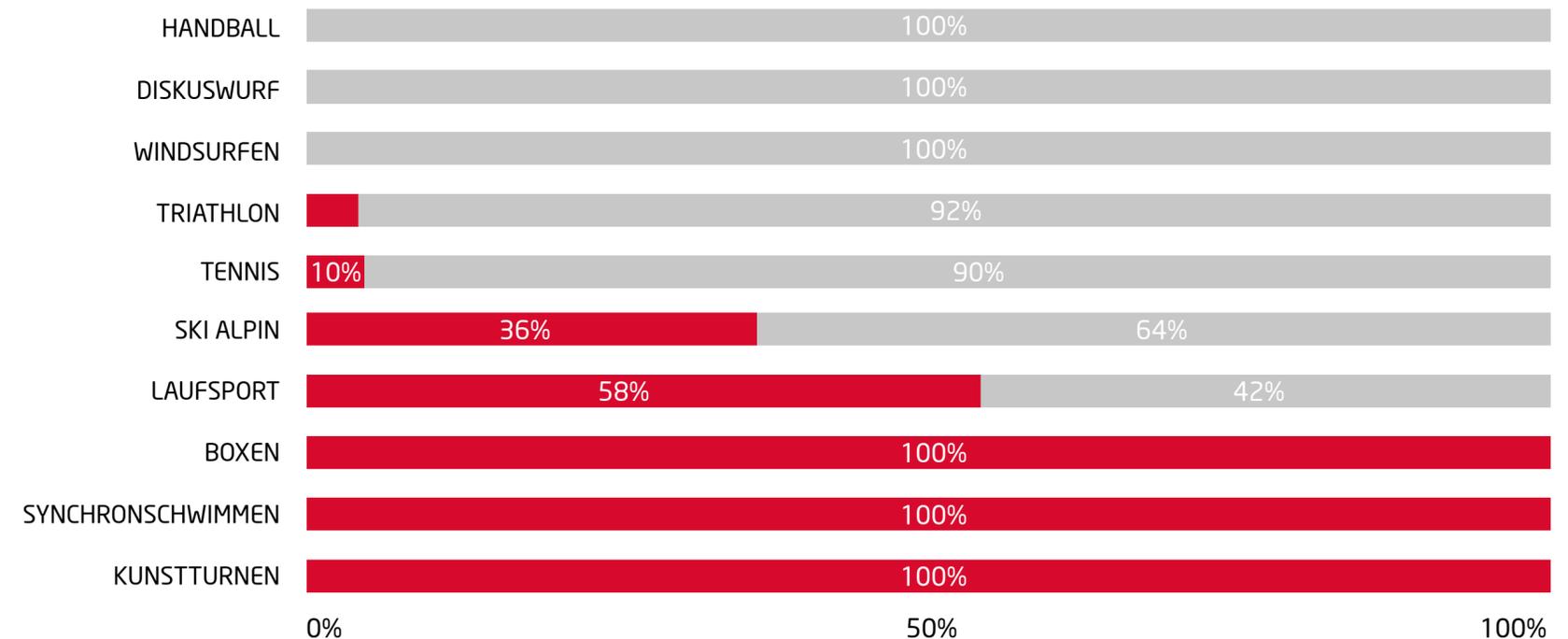
Bei Olympischen Spielen bekommen Sportarten abseits von sehr präsenten Sportarten (z. B. Fußball oder Formelsport) plötzlich eine breite Bühne, die sonst fehlt.

– Ein **stärkerer Fokus auf Athletinnen** und deren Erfolge

Der mediale Scheinwerferkegel sorgt aber auch für eine wesentlich höhere Sichtbarkeit von Sportlerinnen. Erreichen Athletinnen in der Sport-Coverage unterjährig nur einen Anteil von 14 Prozent der Bildpräsenz, so sind es in der Olympia-Berichterstattung 43 (!) Prozent - ein Wert, der medienübergreifend in etwa stabil ist.



SPORTARTEN UND GESCHLECHT | TOP 10

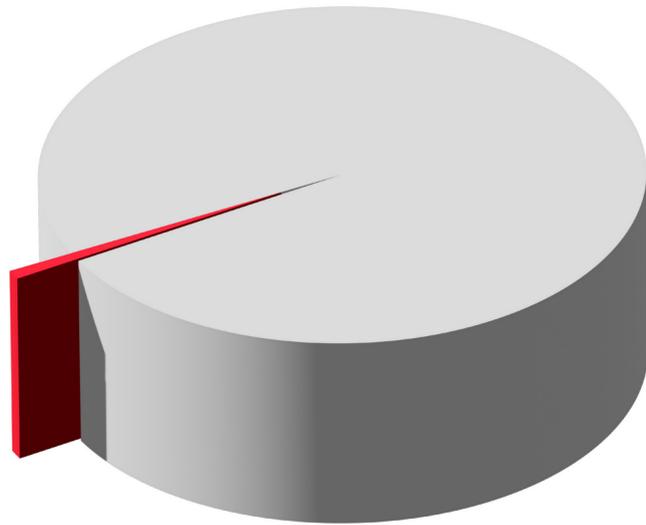


MEDIALE SICHTBARKEIT VON BEHINDERTENSPOURT

ANTEIL BEHINDERTENSPOURT

1%

Behinderten-
sport



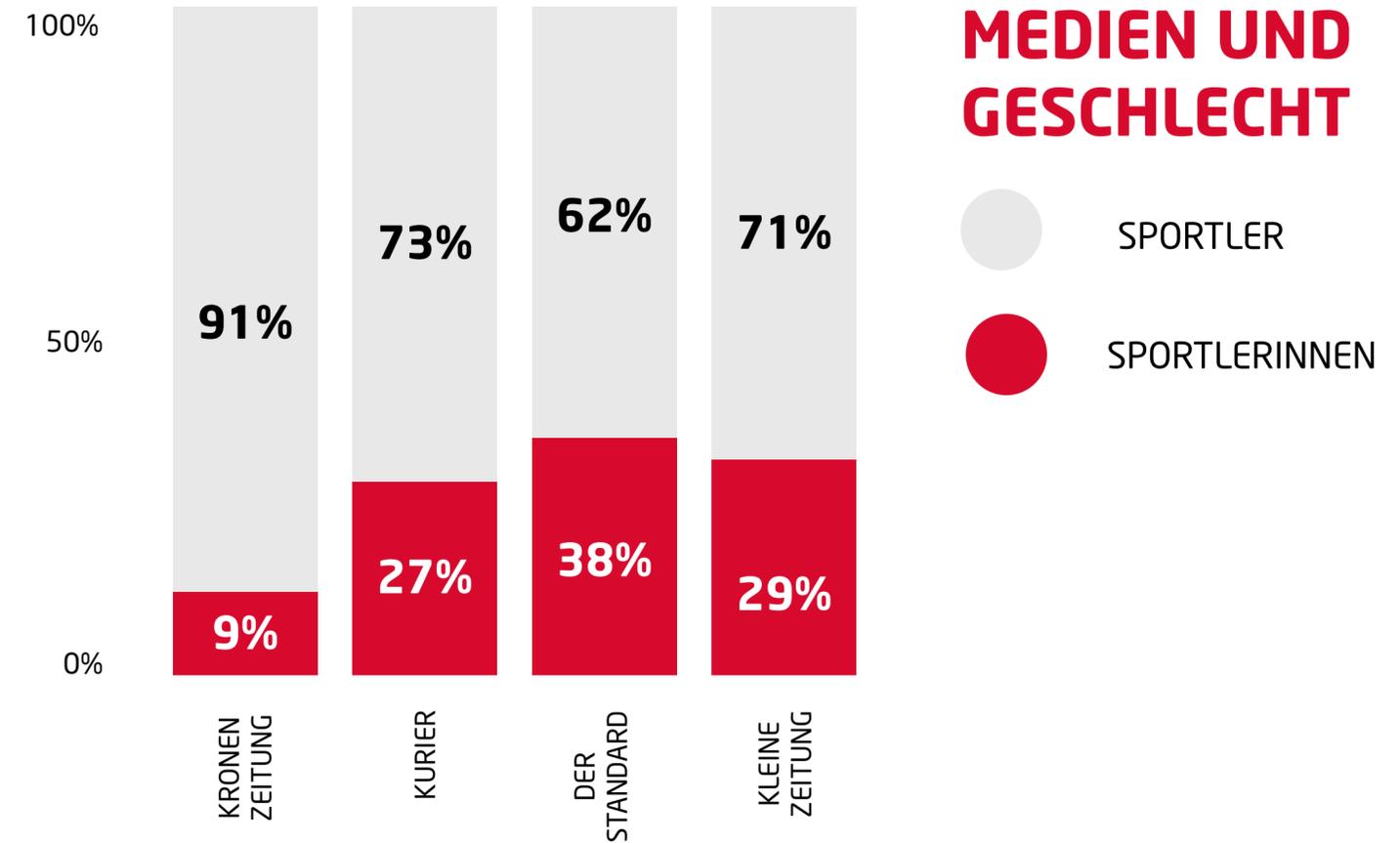
99%

Sonstiges

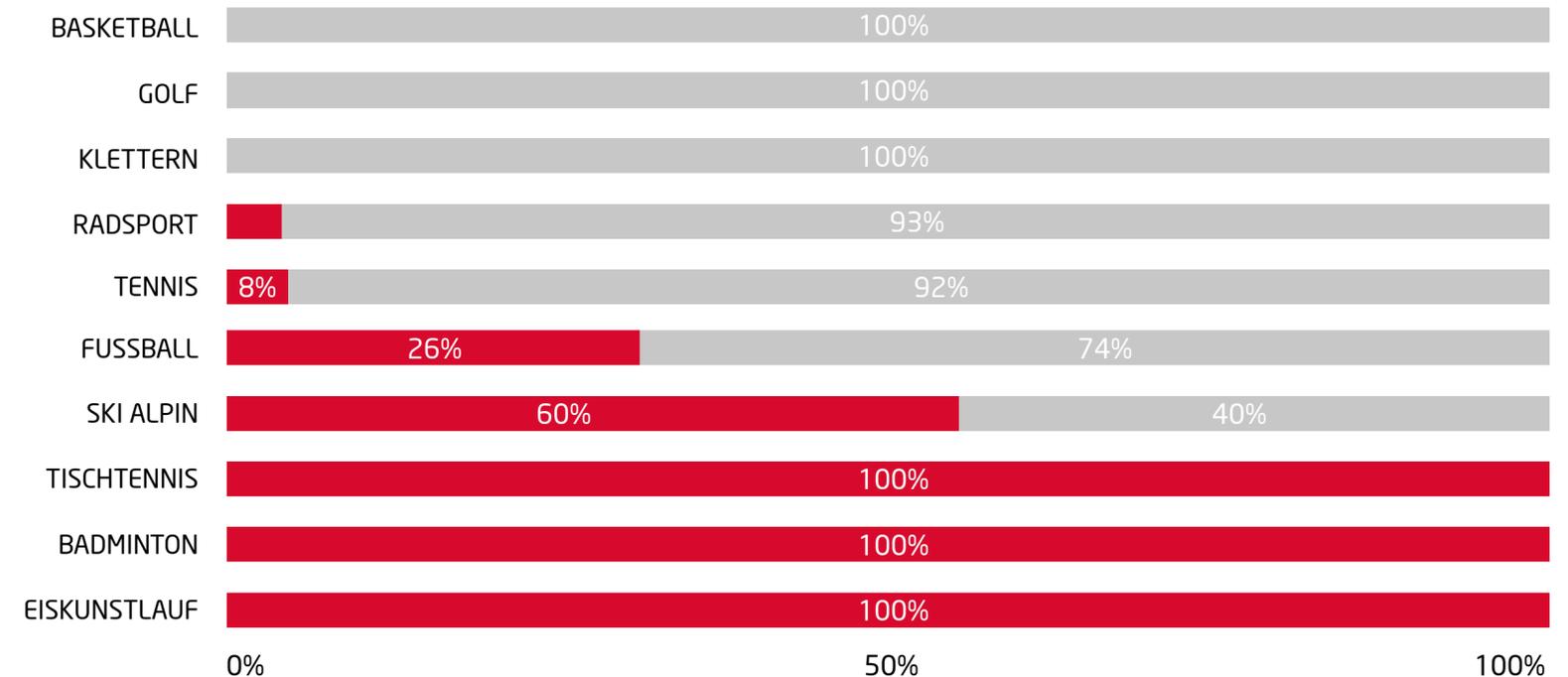
Profisportlerinnen und Profisportler mit Behinderung bleiben in Massenmedien üblicherweise fast unsichtbar. Nur **1 (!) Prozent** der Bilder in der Sportberichterstattung zeigen Geschichten, Erfolge und Karrieren von Behindertensportler:innen. Das sind im gesamten Zeitraum eines Jahres in den vier untersuchten Printmedien in Summe unter 150 Bilder, von denen der Großteil zudem auf die Paralympischen Spiele entfällt.

Würde man dieses Großereignis für Behindertenprofisport, welches im Anschluss an die Olympischen Spiele stattfindet, herausrechnen, bekämen Behindertensportler:innen in Massenmedien **unterjährig nur einen Anteil von 0,5 Prozent** der medialen Bühne.

Die fehlende Sichtbarkeit wirkt sich auch hier auf Bekanntheitsgrad, Sponsoring oder finanzielle Situation der Sportler:innen aus, aber auch auf die Sichtbarkeit der Leistungen von Sportler:innen mit Behinderung und damit letztlich auch auf das gesellschaftliche Bild über Menschen mit Behinderung.



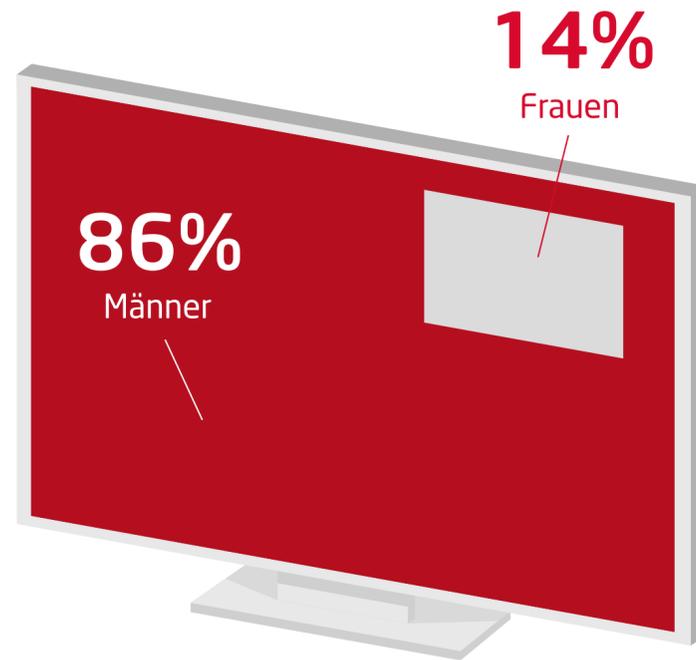
SPORTARTEN UND GESCHLECHT | TOP 10



SPORTBERICHTERSTATTUNG ORF1 & SERVUSTV

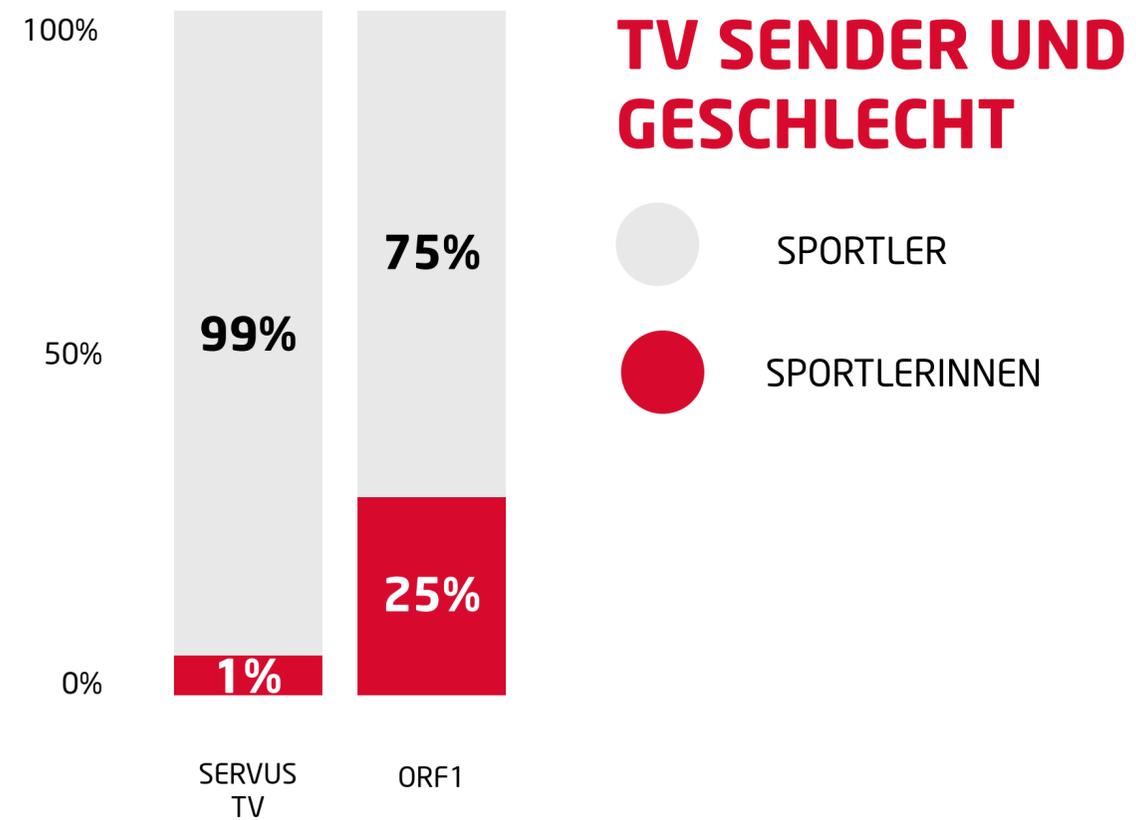
OHNE OLYMPISCHE SPIELE

PRÄSENZ GESAMT

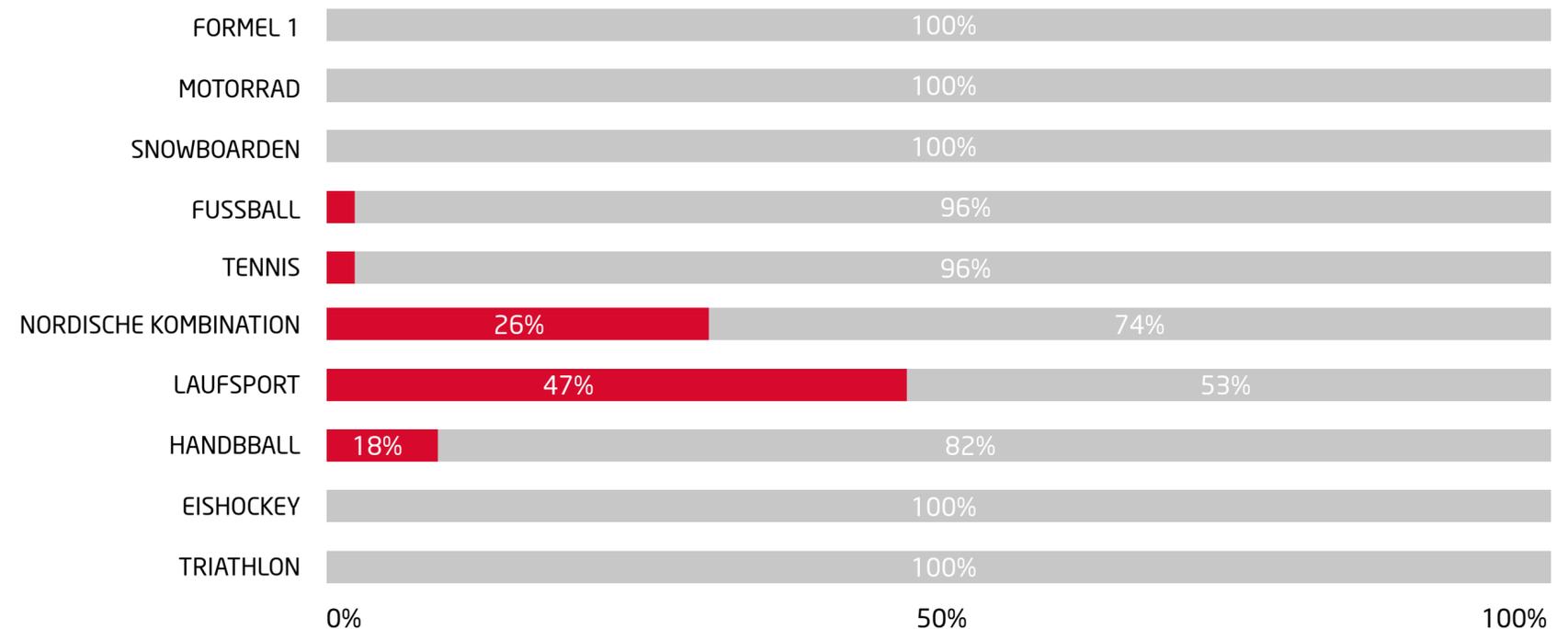


Im Zuge der Untersuchung wurde auch die Verteilung von 1.550 Stunden Sportübertragung im TV analysiert. Die **Sportberichterstattung im TV** wird sehr stark von Männersport dominiert, wobei es große Unterschiede zwischen den beiden untersuchten Sendern ORF1 und ServusTV gibt. Während im **ORF ein Viertel der Sport-Liveübertragungszeit** auf Events mit Frauen entfällt, sind es bei den Live-Sendungen auf **ServusTV nur 1 Prozent** Frauensport. Berücksichtigt man auch die **Olympischen Spiele, kommt der ORF in Summe auf einen Frauenanteil von 31 Prozent** bei Live-Übertragungen.

In erster Linie prägen die sehr langen Übertragungen von Männersportdomänen - wie Formel 1 oder Motorradsport - das medial transportierte Sportbild und somit dieses Ergebnis. Es gibt **wenige Sportarten, in denen Frauen eine hohe mediale Sichtbarkeit über TV-Übertragungen** erreichen. Dazu gehört in erster Linie **Ski Alpin**, aber auch **Biathlon und Skispringen** haben die letzten Jahre bei der medialen Sichtbarkeit, dank Übertragung des ORF, stark aufgeholt.



SPORTARTEN UND GESCHLECHT | TOP 10



Rückfrage

MediaAffairs

Altgasse 20/8

1130 Wien

Projektleitung: Mag. Maria Pernegger

Kontakt: office@mediaaffairs.at

www.mediaaffairs.at