

Wandel der Geschlechterverteilung beim Lesen von Sportzeitschriften

Jörg Hagenah¹
Universität zu Köln

Schlüsselwörter: Fußball, Medien, Frauen, Berichterstattung, Mediensport

Einleitung

Die Sportpresse erfreut sich großer Beliebtheit. Besonders reichweitenstark sind die überwiegend fußballorientierten Zeitschriften „Sport Bild“, „Kicker Sportmagazin“ und „Bravo Sport“. Untersucht wird, ob die Fußball-Großereignisse der letzten Jahre auch zu einer Neustrukturierung des Fußballpublikums geführt haben (vgl. Hagenah, 2007). Insbesondere die 2006 (Männer) und 2011 (Frauen) in Deutschland ausgerichteten Weltmeisterschaften wurden von beiden Geschlechtern gleichermaßen intensiv vor dem Fernseher oder beim Public Viewing verfolgt (vgl. Dahms-Kießling et al., 2011). Geprüft wird, ob das bei der WM gestiegene Fußballinteresse der Frauen auch Auswirkungen auf deren Rezeption der „alltäglichen“ Bundesliga hat. Das sollte daran erkennbar sein, dass die wichtigsten Sportzeitschriften in der Folgezeit Leserinnen dazugewonnen haben.

Methode

Mit den Media-Analysen liegen repräsentative Befragungen zur Mediennutzung vor, die zur Kalkulation der Werbepreise bei Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Onlinemedien erhoben werden (vgl. agma-mmc.de, 2012). Anhand von Zeitreihen wird der sportmediale Bindungseffekt der Fußballgroßereignisse analysiert, indem die geschlechtsspezifischen Reichweiten der drei Sportzeitschriften von 1990 bis 2011 miteinander verglichen werden.

Ergebnisse

Die Publika der drei Zeitschriften entwickelten sich unterschiedlich: Bei Sport Bild und Kicker ist bis 2004 ein leichter und danach ein deutlicher Leseranstieg zu erkennen, während die Reichweite an Leserinnen eher konstant geblieben ist. Dagegen hat die Bravo Sport durchgehend an Reichweite verloren, sogar überproportional bei den Leserinnen, deren Anteil von einem Drittel auf ein Fünftel zurückgegangen ist.

Diskussion

Das Fußballpublikum hat im Umfeld der Heim-WM 2006 und 2011 zugenommen. Mittlerweile sind es noch mehr Männer, die sich regelmäßig in Sportzeitschriften über die Fußballbundesliga informieren. Die Zahl der Leserinnen ist dagegen eher konstant geblieben (Sport Bild, Kicker Sportmagazin) oder gesunken (Bravo Sport). Diskutiert werden die Gründe für die unterschiedlichen Entwicklungen. Kann die Sportberichterstattung nach wie vor als überwiegend männlich konnotiert bezeichnet werden?

Literatur

- Dahms-Kießling, H., Gutweiler, S., Kessler, B. & Schneider, L. (2011). Die Frauenfußball-Weltmeisterschaft 2011 im Fernsehen, *Media Perspektiven*, 11, 210-524.
- Hagenah, J. (2007). Packt Kicker-Leser das WM-Fieber? Zur Bindungswirkung der Fußball-WM an die Bundesliga: In T. Horky (Hrsg.). *Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006: Analysen zum Mediensport*, Sport & Kommunikation Bd. 3. (S. 119-135). Books on Demand GmbH: Norderstedt.