

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis	XII
Diagrammverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
1 Einleitung.....	1
1.1 Sportberichterstattung in den Massenmedien.....	1
1.2 Das Untersuchungsvorhaben.....	5
1.2.1 Sportereignisse als Forschungsgegenstand.....	5
1.2.2 Gegenstand der Arbeit.....	8
1.2.3 Vorgehensweise und Gesamtüberblick	10
1.2.4 Quellenlage.....	13
2 Das Sportereignis Formel 1	16
2.1 Ein Rückblick in die frühen Jahre des Motorsports	16
2.2 Organisation und Regeln der Formel-1-Weltmeisterschaft.....	18
2.3 Ablauf eines Rennwochenendes.....	20
2.4 Die Formel 1 im Blickpunkt der Medien	24
2.4.1 Entwicklung der Formel-1-Übertragung in Deutschland	24
2.4.2 Organisation der internationalen Fernsehübertragung	26
2.5 Die Formel 1 als lukrativer Werbe- und Imageträger	28
2.5.1 Wirtschaftliches Engagement der Automobilhersteller.....	29
2.5.2 Sponsoren als zentrale Geldgeber	32
2.5.3 Turbulenzen um die Formel-1-Vermarktungsrechte	33
3 Die Formel 1 aus Perspektive der Mediatisierungstheorie.....	38
3.1 Der Begriff des Medienereignisses	38
3.1.1 Definition und Formen von Medienereignissen	40
3.1.2 Eigenschaften von Medienereignissen	43
3.2 Der Inszenierungscharakter der Formel 1	45
3.2.1 Diskussion verschiedener Ereigniskategorien.....	45
3.2.2 Präzisierung des Ereignisbegriffs.....	49

4 Zuschauerinteresse an Formel 1 im deutschen Fernsehen	52
4.1 Positionen zum Thema Fernsehzuschauer und Einschaltquoten	52
4.1.1 Der Zuschauer als Spielball der Medien	52
4.1.2 Fahrerdominanz killt Einschaltquoten	53
4.2 Detailanalysen der Einschaltquoten	57
4.2.1 Zuschauerzahlen von 1992 bis 2006	57
4.2.2 Deutsche Fahrerfolge von 1980 bis 2006	58
4.2.3 Schätzung der durchschnittlichen Einschaltquoten 1980 bis 1991	61
4.2.4 Trendlinienvergleich Einschaltquoten vs. Fahrerfolge	65
4.2.5 Weiterführung des Kriteriums „Nationalitäts-Zugehörigkeit“	70
4.2.6 Kritik am System des Trendlinienvergleichs	74
4.2.7 Variablensuche auf Grundlage der Mediennutzungstheorie	75
4.2.8 Spannung als zentraler Faktor für die Einschaltquoten	78
4.2.9 Sättigungseffekte	81
5 Bildliche und verbale Präsentation der Formel-1-Liveübertragungen	85
5.1 Gesamtüberblick zur Formel 1 im deutschen Fernsehen	87
5.2 Ansatzpunkte zur Erzielung von Erkenntnisfortschritten	90
5.3 Komplexitätsreduktion durch Transkription	94
5.4 Systematische Untersuchung von Bild- und Tonmaterial	100
5.4.1 Fahrer- und Teamnamenzählung	100
5.4.1.1 Ausgangssituation und Datenbasis	100
5.4.1.2 Statistische Auswertungen an Hand von Regressionsanalysen	104
5.4.2 Analyse der Kommentarzeiten	114
5.4.2.1 Ausgangssituation und Datenbasis	114
5.4.2.2 Statistische Auswertungen mit Hilfe von Häufigkeitsverteilungen	116
5.4.3 Text-Bild-Scheren im Rahmen von Formel-1-Übertragungen	131
5.4.3.1 Unvorhersehbare Ereignisse im Fokus der Fernsehbilder	132
5.4.3.2 Wirkung des Nationalitätsfaktors auf die Bildauswahl	137
5.4.4 Übertragungsmittel im Wandel der Zeit	149
5.4.4.1 Technische Neuerungen aus Zuschauer- und Moderatorensicht	151
5.4.4.2 Analyse der übertragungstechnischen Veränderungen	156
6 Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse	174
Anhang	185
Hinweise zum Online-Anhang (OnlinePlus)	217
Literaturverzeichnis	219

Die Formel 1 als mediatisiertes Sportereignis
Organisation, Präsentation und Rezeption

Boi, K.

2015, XVII, 235 S. 52 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-09305-1