



OLYMPIA | report

02109

OLYMPIAreport ist das offizielle Magazin des Österreichischen Olympischen Comités



MARKETING MIT DEN RINGEN

Ein Beitrag in Kooperation mit den offiziellen nationalen Partnern des Österreichischen Olympischen Comités

OLYMPIAZENTREN

Der gemeinsame Weg zum Erfolg

OLYMPISCHE SPIELE UND FERNSEHEN

Wechselbeziehungen zwischen Sport und Fernsehen

Wo werden Sportler beflügelt?



Unter den Flügeln des Löwen.

Sport braucht Sponsoren – ob Spitzensport, Nachwuchs- oder Breitensport. Deshalb unterstützt die Generali das Österreichische Olympische Comité, das Generali Ladies Linz sowie das ÖFB Nationalteam. Und viele weitere Sportevents unter den Flügeln des Löwen.



Editorial



Werte Sportfreunde!

Die Olympische Bewegung steht vor interessanten Herausforderungen. Die XXI. Olympischen Winterspiele in Vancouver sowie die ersten Olympischen Welt-Jugendspiele in Singapur sind die Höhepunkte des kommenden Jahres 2010.

Die Nationalen Olympischen Komitees – so auch das Österreichische Olympische Comité - sind stets bemüht, den Olympischen Fachverbänden sowie deren Sportlerinnen und Sportler eine bestmögliche Unterstützung in der Vorbereitung sowie am Schauplatz der Spiele zu gewährleisten.

Grundlage für eine professionelle Arbeit und Schaffung diverser Voraussetzungen ist vor allem die gute und erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Sponsoren, welchen wir in dieser Ausgabe unserer Zeitschrift einen besonderen Platz eingeräumt haben.

Ein weiteres Anliegen des ÖOC ist die strategische Planung und Entwicklung des Spitzensports in Österreich in partnerschaftlicher Kooperation mit Bund, Land und olympischen Bundes-Fachverbänden. Das Projekt Olympiazentrum, welches derzeit die Olympiazentren IMSB Austria/Südstadt, Sportland Oberösterreich, Sportservice Vorarlberg Universitäts- und Landessportzentrum Salzburg/Rif beinhaltet, ist auf einem gesunden und erfolgreichen Weg.

Sportereignisse wie die Olympischen (Winter)Spiele sind zu einem wichtigen Programmpunkt der TV-Stationen geworden. Die Vielfalt der Sportarten und die Anzahl der teilnehmenden Nationen machen die Olympischen Spiele einzigartig und in ihrer Dimension unerreicht. In einem kurzen wissenschaftlichen und historischen Beitrag wollen wir Ihnen in diesem Heft auch das Netzwerk und die Bedeutung „Olympische Spiele und Fernsehen“ näherbringen.

Wir möchten Sie darauf hinweisen, dass das ÖOC neben der bekannten Homepage www.olympia.at, unserer Zeitschrift „Olympia-Report“ und seit April dieses Jahres auch einen Newsletter per Mail ausschickt. Wir hoffen Ihnen damit zu Ihrer Zufriedenheit auf verschiedene Art und Weise einen informativen Überblick über die Entwicklungen der nationalen und internationalen Olympischen Bewegung zu geben.

Mit sportlichen Grüßen,

Dr. Leo Wallner

Inhalt

Editorial 1

Olympiazentren in Österreich 2
Der gemeinsame Weg zum Erfolg

Marketing mit den Ringen 7
Ein Beitrag in Kooperation mit den offiziellen nationalen Partnern des Österreichischen Olympischen Comité

Olympische Spiele und Fernsehen 13
Wechselbeziehungen zwischen Sport und Fernsehen

IMPRESSUM

Medieninhaber: Österreichisches Olympisches Comité, 1030 Wien, Marxerg. 25.
T: 01/799 55 11, F: 01/799 55 11-20, office@oeoc.at, www.olympia.at
Für den Inhalt verantwortlich: Manuela Kovarik, Michael Wenzel
Redaktion: Michael Wenzel, Mag. Madeleine Weiss
Produktion: Österreichisches Olympisches Comité
Fotos: GEPA, Partner
Graphic&Design: Jörg Robl
Druck: Holzhausen Druck und Medien GmbH
Blattlinie: Überparteiliche und überregionale Zeitschrift, die in unregelmäßigen Abständen herausgegeben wird.
Informationsschrift für den Olympischen Sport in Österreich.



THE WORLDWIDE OLYMPIC PARTNERS



DIE NATIONALEN PARTNER



Das Österreichische Olympische Comité verleiht qualitativ besonders hochwertigen Sportzentren, die sich zur Zusammenarbeit hinsichtlich Weiterentwicklung, Datenvernetzung mit anderen ausgewählten Sportzentren und Einhaltung von definierten Geräte- und Teststandards mit dem ÖOC vertraglich binden, das Qualitätssiegel „Olympiazentrum“.

Olympiazentren in Österreich

Der gemeinsame Weg zum Erfolg

Spitzenathleten benötigen zur verbesserten Vorbereitung auf Olympische Spiele sowie auf Welt- und Europameisterschaften eine professionelle, den höchsten Qualitätsansprüchen gerecht werdende, sportmedizinische und sportwissenschaftliche Betreuung. Überregionale Sportzentren mit umfassender Sportinfrastruktur in Verbindung mit sportmedizinischen Untersuchungs-, Betreuungs- und Vermittlungsstellen bieten in diesem Zusammenhang beste Voraussetzungen. Dem Österreichischen Olympischen Comité (ÖOC) ist die enge Kooperation mit derart qualitativ hochwertigen Sportzentren wichtig und verleiht ausgewählten Partnern, die sich mit dem ÖOC hinsichtlich Einhaltung von definierten Geräte- und Teststandards, Datenvernetzung sowie Weiterentwicklung vertraglich binden, das Prädikat „Olympiazentrum“.

Die Auszeichnung erfolgt im Sinne der Qualitätssicherung und aufgrund der vorgegebenen Entwicklungsorientierung ausschließlich für die jeweils laufende Olympiade (Sommerspiele bis Sommerspiele). Eine anschließende, neuerliche Siegelverleihung ist bei Erfüllung der dann neu vorgegebenen Standards möglich.

Im Mittelpunkt steht der Athlet

Im Mittelpunkt eines derart ausgezeichneten Sportzentrums stehen der Athlet und sein Trainer, die neben genormten und gepflegten Trainings- und Wettkampfstätten (inklusive Raum für Kraft-Fitness-training) vor Ort auch alle Diagnose- und Betreuungsmöglichkeiten erhalten. Angewandte wissenschaftliche Erkenntnisse sowie die professionelle Beurteilung wissenschaftlich erhobener, leistungsrelevanter

Kenndaten verbunden mit der praktischen Erfahrung höchst qualifizierter Sportwissenschaftler und Trainer sollen Nachwuchs- und Spitzenathleten zu internationalen Spitzenleistungen verhelfen. Olympiazentren bieten daher nicht nur erstklassigen Support, sondern üben gleichzeitig durch die regelmäßig wiederkehrende, vergleichende Diagnostik eine nicht minder bedeutende Controllingfunktion aus.

Sportwissenschaftliches Kernstück

Das Kernstück eines Olympiazentrums ist die sportwissenschaftliche Einheit zur komplexen Athletenanamnese mit den Teilbereichen Sportmedizin (Erhebung Gesundheitsstatus), Leistungsdiagnostik (äußere Belastung – innere Beanspruchung), Trainingssteuerung und -beratung, Ernährungsberatung, sportpsychologische Testung und Physiotherapie.

Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen

Zur Ergänzung der umfassenden Athletenbetreuung sind allfällig notwendige Kooperationen insbesondere mit Universitäten beziehungsweise mit wissenschaftlichen Forschungszentren ebenso wie mit Laboren und Kliniken einzugehen.

Für einen fairen und sauberen Spitzensport

Mit dem Siegel „Olympiazentrum“ ausgezeichnete Sportzentren sind Anti-Doping Sicherheitszonen. Mitarbeiter sind in der Materie Anti-Doping geschult und bekennen sich uneingeschränkt zum fairen Spitzensport – Doping wird in jeder Form strikt abgelehnt!



Das Wichtigste bei uns an Bord ist ein Lächeln: Ihres.

Genießen Sie das ausgezeichnete Service von Austrian Airlines auf unseren Flügen in über 120 Destinationen weltweit.



Buchung auf www.austrian.com, bei Buchungen über 05 1766 1000 oder im Reisebüro kann es zu unterschiedlichen Servicegebühren kommen. Sammeln Sie Meilen mit Miles & More.



„Längerfristig möchte das ÖOC mit dem Projekt Olympiazentrum die Entstehung von territorial regionalen Zentralstellen des Spitzensports forcieren und somit einen Beitrag zur strategischen Planung und Entwicklung des Spitzensports in Österreich in partnerschaftlicher Kooperation mit Bund, Land und olympischen Bundes-Fachverbänden leisten“, so Wallner, Präsident des ÖOC.

Nachfolgend angeführte, administrativ wie wirtschaftlich eigenständige Institutionen/Einrichtungen wurden für die Olympiade 2009-2012 mit dem Prädikat Olympiazentrum ausgezeichnet:



Experten aus der Sportmedizin und Sportwissenschaft – Prof. Hans Holdhaus mit seinem Team.

IMSB Austria - Südstadt

Institut für medizinische und sportwissenschaftliche Beratung
 Johann-Steinböck-Str. 5
 2344 Maria Enzersdorf
 Tel.: 02236/229 28
 Fax: 02236/418 77
 E-Mail: office@imsb.at
 Internet: www.imsb.at

Erstes Olympiazentrum Österreichs:

In Anerkennung der langjährigen Mitarbeit der IMSB Austria-Experten bei den Vorbereitungen und auch bei der Betreuung des österreichischen Olympiateams erhielt das IMSB Austria 1999 vom ÖOC die Auszeichnung zum ersten „Olympiazentrum“ Österreichs.

Bedeutung:

Die Serviceleistungen des IMSB Austria - Olympiazentrum Südstadt werden von vielen österreichischen Fachverbänden nicht zuletzt Dank der Komplexität des praxisrelevanten Angebotes regelmäßig genutzt. Die Daten aus langjähriger Test-Erfahrung werden laufend wissenschaftlich aufgearbeitet und zur Entwicklung neuer Methoden oder Maßnahmen zur Leistungsoptimierung verwendet. Die enge Kooperation mit ausländischen Spitzensporteinrichtungen in Europa aber auch Australien, Nordamerika und Asien sichern zudem noch weiteres wissenschaftliches Knowhow.

Seit kurzem ist im IMSB Austria auch eine Hypoxie-Kammer im Einsatz. Sie wird einerseits zu Forschungszwecken, andererseits aber auch zur Trainingsoptimierung verwendet.

Seit über 15 Jahren betreut das IMSB Austria auch die Nachwuchssportler des Österreichischen Leistungssportzentrums Südstadt. Eine umfassende sportmedizinische und sportwissenschaftliche Betreuung begleitet die zukünftigen Spitzensportler auf ihrem langen Weg mit dem Ziel international erfolgreich zu werden.

Eine umfassende wissenschaftliche Hilfestellung ist auch die Alternative zu Doping. Das IMSB Austria hat mehrfach bewiesen, dass absolute Weltklasseleistungen auch ohne Doping möglich sind. Und darauf ist das IMSB besonders stolz.

Betreuung:

Derzeit betreut das IMSB Austria-Team A-Kader-Sportler, aber auch Nachwuchssportler (rund 362) folgender österreichischer Fachverbände: Badminton, Basketball, Boxen, Eishockey, Eiskunstlauf, Faustball, Fechten, Fußball, Handball, Landhockey, Judo, Kanu, Karate, Leichtathletik, Rad (Straße, Bahn, MTB + BMX), Ringen, Rudern, Schwimmen, Segeln, Taekwondo, Tanzen, Tennis, Triathlon, Volleyball (Halle, Beach), Wasserschi, Wasserspringen, sowie Sportler des Österr. Behindertensportverbandes.

Statement:

„Das IMSB Austria – Institut für medizinische und sportwissenschaftliche Beratung – wurde 1982 mit dem Ziel gegründet, eine umfassende wissenschaftliche Hilfestellung für den österreichischen Sport aufzubauen. Heute kann man durchaus mit Stolz behaupten, dass die damalige Vision, ein Institut aufzubauen, das höchsten internationalen Ansprüchen gerecht wird, Realität geworden ist. Prof. DDR. Wildor Hollmann, der Doyen der deutschen Sportmedizin hat anlässlich eines Besuches im Institut gemeint, dass das IMSB Austria sogar ein Modell für ganz Europa wäre, welches zeigt, wie wichtig die komplexe fächerübergreifende Betreuung des Sports ist.

Derzeit sind im IMSB Austria – das im Areal des Bundessport- und Freizeitzentrums Südstadt beheimatet ist – auf rund 1.000 m² mehr als 30 Mitarbeiter aus allen für den Sport relevanten Wissenschaftsbereichen für Sportler und Trainer praktisch rund um die Uhr im Einsatz. Die IMSB-Experten (Sportmediziner, Sportwissenschaftler, Leistungsdiagnostiker, Ernährungswissenschaftler, Masseur und Physiotherapeuten und sogar eine Sportanthropologin) bieten ihr Service aber nicht nur im Institut, sondern auch weltweit auf Trainingslagern und bei Wettkämpfen an.

Seit 1995 können aber nicht nur ausschließlich Nationalmannschaften und Spitzensportler, sondern alle Sportinteressierten die Leistungen des IMSB Austria in Anspruch nehmen. Eine Übersicht über die zahlreichen Angebote finden Sie auf www.imsb.at“

Prof. Hans Holdhaus, Direktor



„Sportland Oberösterreich“ steht für eine qualitativ- und quantitativ-hochwertige Förderung, so Landessportdirektor Alfred Hartl.

Landessportzentrum Sportland Oberösterreich

Auf der Gugl 30
4020 Linz
Tel.: 0732/653000
Fax: 0732/653000-66
E-Mail: office@olympiazentrum-ooe.at
Internet: www.olympiazentrum-ooe.at

Bedeutung:

Das Landessportzentrum Sportland Oberösterreich ist eine moderne Drehscheibe für den Spitzensport Oberösterreichs. Das Land OÖ gewährleistet mit dem Olympiazentrum zielorientierte Strukturen für den Leistungssport und optimale Betreuung der SpitzensportlerInnen. Der hohe internationale Standard wird sichergestellt durch die Kooperation mit dem ÖOC und strategischen Partnern aus dem Spitzensport, der Forschung und Wirtschaft. Das Sportland OÖ Olympiazentrum stellt den Athleten umfassende Sportstätten-Infrastruktur und hochwertige Betreuung in den Servicebereichen Sportmedizin, Sportwissenschaft/-biomechanik, Sportphysiotherapie/Massage und Sportpsychologie zur Verfügung. Die Mitarbeiter des Olympiazentrums sind kompetent, nehmen regelmäßig an Fortbildungen teil und bieten vielfältige, den modernsten wissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechende Unterstützung. Durch Innovation, Kompetenz und Qualität ist das Olympiazentrum eine Betreuungseinrichtung und Servicestelle für SpitzensportlerInnen und TrainerInnen. Durch qualitative und quantitative Förderung soll eine große Anzahl von oberösterreichischen SportlerInnen zu Olympischen Spielen und Paralympics entsendet werden, um Medaillen für Österreich zu gewinnen.

Betreuung:

Derzeit werden rund 54 SportlerInnen - Olympia-A-Kader (28), Olympia-Hoffnungskader (21) sowie Paralympics-Kader (5) - in den 20 Sportarten Badminton, Judo, Kanu/Kajak, Leichtathletik, Rad,

Reiten, Rodeln (Kunsthahn), Rudern, Schießen, Schwimmen, Segeln, Tennis, Tischtennis, Triathlon, Volleyball (Beach) sowie Bob, Ski (Alpin, Langlauf, Nordische Kombination, Skispringen) unterstützt und gefördert.

Statement:

„Bei den vergangenen Olympischen Sommerspielen in Peking 2008 konnten bereits die ersten Früchte geerntet werden – Oberösterreich war mit 21 Sportlerinnen und Sportlern im 70 Personen umfassenden Kader des Österreichischen Olympischen Comités vertreten, was einen 30 % Oberösterreich-Anteil bedeutete. Damit war unser Bundesland einsamer Spitzenreiter und auch die Erfolge mit der Bronzemedaille von Mag. Violetta Oblinger-Peters sowie weiteren 9 Top-Ten-Platzierungen der oberösterreichischen Sportlerinnen und Sportler können sich sehen lassen. Dieses gute Abschneiden bei den Olympischen Spielen in Peking bestätigt, dass Oberösterreich mit der Installierung des Olympiazentrums auf dem richtigen Weg ist. Nunmehr laufen bereits wieder die Vorbereitungen auf die kommenden Olympischen Spiele in London 2012, wo das Bundesland Oberösterreich seinen Erfolgsweg weiterführen möchte“

Alfred Hartl, Landessportdirektor

SPORTSERVICE VORARLBERG



„Sportler erfolgreicher machen“ steht im Mittelpunkt von Sportservice Vorarlberg, betont Martin Keßler.

Sportservice Vorarlberg

Höchster Strasse 82
6850 Dornbirn
Tel.: 05572/24465-400
E-Mail: info@sportservice-v.at
Internet: www.sportservice-v.at

Bedeutung:

„Wer etwas verändern will, muss neue Wege gehen“ Diesem Prinzip folgend hat das Land Vorarlberg ein einzigartiges Sportkonzept entwickelt. Herzstück in der Umsetzung der daraus geplanten Maßnahmen bildet der Sportservice Vorarlberg mit den vier Geschäftsbereichen Trainingsmanagement, Aus- und Weiterbildung, Strukturmanagement & Gesundheitsmanagement. Ziel ist es, in den

nächsten Jahren eine neue, den Anforderungen gerechte Sportkultur in Vorarlberg zu etablieren. Im Mittelpunkt der strategischen Planungen stehen die Athleten/innen mit ihrem Umfeld. Deshalb arbeitet das Team des Sportservice Vorarlberg mit Hochdruck daran, allen Beteiligten die bestmöglichen Rahmenbedingungen zur Erreichung der hoch gesteckten sportlichen Ziele zu bieten.

Betreuung:

Derzeit werden rund 40 SportlerInnen in den olympischen Sportarten Badminton, Bob, Bogensport, Eiskunstlauf, Leichtathletik, Rad (MTB, Straße), Ringen, Schießen, Segeln, Ski (Cross, Langlauf, Snowboard), Tennis, Triathlon, Turnen (Kunstturnen, Rhythmische Gymnastik) unterstützt und gefördert. Außerdem kommen rund 22 SportlerInnen in den nicht-olympischen Sportarten/Disziplinen Berglauf, Inline-Skaten, Karate, Klettern, Kunstrad, sowie Radball zu einer Unterstützung.

Statement:

„Mit der Positionierung des Olympiazentrums in Dornbirn wurde eine neue Drehscheibe für den Vorarlberger Sport geschaffen. Sie ist die kompetente Anlaufstelle für Sportler, Funktionäre und Interessierte in den Bereichen Trainingsmanagement, Bildung und Strukturmanagement. Im Zentrum des Handelns des ganzen Teams stehen die AthletInnen und ihr sportliches Umfeld. Ganz nach unserem Motto „Wer etwas verändern will muss neue Wege gehen“ suchen wir nach Optimierung für unsere Partner.“

Martin Keßler



„Gemeinsam für den Erfolg“ – Sportreferent und LH-Stv. Mag. David Brenner, Dr. Leo Wallner und die beiden Geschäftsführer Univ.-Prof. Dr. Erich Müller sowie Mag. Walter Pfaller.

**Universitäts- und Landes-
sportzentrum Salzburg/Rif**

Hartmannweg 4-6
5400 Hallein
Tel.: 06245-87035
Fax: 06245/7636115
E-Mail: ulsz-rif@sbg.ac.at
Internet: www.ulsz-rif.at

Bedeutung:

Am 12. Dezember 2008 wurde mit der Unterschrift von ÖOC-Präsident Dr. Leo Wallner und Landeshauptmann Stv. Mag. David Brenner das Universitäts- und Landessportzentrum Salzburg/Rif mit dem Gütesiegel „Olympiazentrum“ ausgezeichnet. Am 31. März 2009 erfolgte im Beisein zahlreicher Vertreter aus Sport, Politik und Wissenschaft die offizielle Eröffnung. Auf europaweit einzigartige Weise sind im Universitäts- und Landessportzentrum Rif Breitensport, Leistungssport, Sportwissenschaften und Sportphysiologie sowie Sportmedizin unter einem gemeinsamen Dach miteinander vereint. Gemeinsam stellen das Land Salzburg und die Universität Salzburg die für den Betrieb des Olympiazentrums erforderlichen personellen und materiellen Ressourcen zur Verfügung. Das Kernstück des Olympiazentrums ist somit die sportwissenschaftliche Einheit mit ihren Teilbereichen Sportmedizin (Erhebung des Gesundheitsstatus), Leistungsdiagnostik (äußere Belastung, innere Beanspruchung), Trainingssteuerung und -beratung (Trainerbetreuer), Ernährungsberatung sowie sportpsychologische Testung und Physiotherapie. Die operativen Geschäfte im Olympiazentrum werden von den beiden Geschäftsführern Landessportdirektor Mag. Walter Pfaller und Univ.-Prof. Dr. Erich Müller geführt.

Betreuung:

Derzeit werden rund 30 SportlerInnen in den 14 olympischen und nicht-olympischen Sportarten Behindertensport, Eiskunstlauf, Fechten, Flugsport, Judo, Leichtathletik, Motorsport, Radsport, Ringen, Rudern, Segeln, Ski Alpin, Snowboard und Triathlon, unterstützt und gefördert.

Statement:

„Das Olympiazentrum Salzburg ist ein weiterer Meilenstein in Salzburgs Sportlandschaft. Es kombiniert und koordiniert die wichtigsten Salzburger Institutionen im Leistungssportbereich mit der hervorragenden Infrastruktur des Universitäts- und Landessportzentrums Salzburg/Rif. Gerade im Sommersportbereich erwarte ich mir daher wesentliche neue Impulse zur qualitativen Verbesserung der Trainingsrahmenbedingungen und somit auch ein weiteres Heranrücken an die internationale Spitze.“

Landessportdirektor Mag. Walter Pfaller

Statement:

„Forschung, Lehre und Praxis rücken durch das neue Olympiazentrum noch enger zusammen. Davon werden die AthletInnen und BetreuerInnen gleichermaßen profitieren. Durch viele neue Synergien wird das ULSZ Salzburg Salzburg/Rif weiter an Attraktivität gewinnen und somit auch interessante internationale Kooperationen ermöglichen, von denen wir nur profitieren können.“

Univ.-Prof. Dr. Erich Müller

Marketing mit den Ringen

„Offizielle Partner des Österreichischen Olympischen Comités“
 „Offizielle Partner der Österreichischen Olympia-Mannschaft“

Ein Beitrag in Kooperation mit den nationalen Partnern/ Sponsoren.

Die Vertragsverhandlungen mit den Partnern/Sponsoren der XXX. Olympiade (2009-2012) nähern sich dem Ende. In diesem Sonderbeitrag beschreiben die ÖOC Partner wofür ihr Unternehmen steht und was sie mit den olympischen Idealen verbindet.

Als eines von über 200 Nationalen Olympischen Komitees weltweit, hat das ÖOC die Befugnis in freien Branchen die nicht mit den Partnern des TOP Programms (IOC) belegt sind, österreichische Unternehmen als Förderer des Sports im Sinne der olympischen Bewegung zu gewinnen. Es ist gelungen, einige Unternehmen die bereits eine langjährige Tradition mit dem ÖOC verbindet

wieder zu gewinnen, und neue Partnerschaften zu schließen.

Im Vordergrund stehen die Förderung der österreichischen Athleten im Spitzensport und die mit der olympischen Idee verbundenen Werte wie Fairplay, Leistung, Miteinander, Tradition. Im Sinne eines positiven Imagetransfers können die Ringe - als Symbol der olympischen Werte - in Form des AUSTRIA Logos in die Marketingaktivitäten integriert werden. Das ÖOC-Logo ist gesetzlich geschützt und hat ein Alleinstellungsmerkmal, das nur den Partnern der olympischen Bewegung vorbehalten ist.

Das ÖOC freut sich auf eine erfolgreiche und partnerschaftliche Zusammenarbeit!



OFFIZIELLER PARTNER

Österreichische Lotterien

Für die Zukunft des Sports

Österreich ist eine Sportnation – eine überaus erfolgreiche. Viele hunderttausend Sportler betreiben in mehr als 12.300 Vereinen regelmäßig Sport.

Die Österreichischen Lotterien sehen die Unterstützung des Sports als Teil ihrer gesellschaftspolitischen Verantwortung. Gerade der Sport bringt immer wieder Persönlichkeiten hervor, deren Leistung und Charisma Ansporn geben. Sportliche Vorbilder sind für alle Altersgruppen, insbesondere aber für

Kinder und Jugendliche sehr wichtig. Sie werden durch erfolgreiche Athleten zu sportlicher Betätigung animiert und somit in ihrem Freizeitverhalten positiv beeinflusst. Sportliche Erfolge sind außerdem wichtig für das Image eines Landes. Die Österreichischen Lotterien helfen durch die Sportförderung (2009 sind es 71,3 Mio. Euro) und durch Sport-Sponsoring bei der Aufbringung der nötigen Mittel und tragen durch die Unterstützung des Österreichischen Olympischen Comité zum positiven Image Österreichs bei.

Dem Sport in Österreich geht es gut. Er könnte aber in diesem Umfang und auf diesem Niveau ohne die Österreichischen Lotterien als seinem wichtigsten Financier wohl nicht existieren.

Die Österreichische Lotterien Ges.m.b.H. wurde 1986 gegründet, um Lotto „6 aus 45“ in Österreich einzuführen und Toto zu übernehmen. In weiterer Folge kamen die Spiele Torwette, Joker, Zahlenlotto, Brieflos, Klassenlotterie, Rubbellos, win2day, Bingo, ToiToiToi, WINWIN und EuroMillionen dazu.

Die Gesellschafter sind Casinos Austria AG (68%) sowie die Lotto-Toto-Holding Ges.m.b.H. (32%). Das Unternehmen erzielt mit rund 480 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von mehr als 2,3 Mrd. Euro.



Austrian
OFFIZIELLER PARTNER



Austrian Airlines

Kooperation mit einer langen Tradition

Die enge Kooperation zwischen Austrian Airlines und dem ÖOC hat eine lange Tradition. Dank des dichten, globalen Streckennetzes der Austrian Airlines, das weltweit 120 Städte umfasst,

war und ist der komfortable Flug mit der heimischen Fluglinie für die österreichischen Sportler die optimale Anreise zu den Wettbewerben.



OFFIZIELLER PARTNER



ERIMA

ERIMA und das ÖOC setzen auf „GEMEINSAM GEWINNEN“

Ganz nach dem ERIMA-Leitspruch „GEMEINSAM GEWINNEN“ gehen die traditionsreiche Sportmarke und das ÖOC in Zukunft gemeinsame Wege: ERIMA ist ab sofort offizieller Textil-Ausrüsterpartner des Österreichischen Olympischen Comités.

In einer langfristig konzipierten Partnerschaft liefert ERIMA die offizielle Sport- Freizeitbekleidung der österreichischen Sportler für die Olympischen Spiele. Die jeweilige Olympia-Kollektion wird dabei extra für das ÖOC designt und produziert. „Aufgrund unserer Flexibilität und der effizienten Strukturen im Unternehmen können wir sehr individuell auf die Wünsche unserer Partner reagieren. Damit stehen wir ebenso voll im Dienste der Olympischen Bewegung wie mit den bewährten ERIMA Vorzügen in Sachen Lieferfähigkeit, Qualität und Design“ sagt ERIMA Österreich-Geschäftsführer Willy Grims über die neue Partnerschaft mit dem ÖOC.

ERIMA ist ein leistungsstarkes, serviceorientiertes Unternehmen mit Niederlassungen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, in Frankreich, in Belgien und in den Niederlanden. Das Unternehmen entwickelt sich in den letzten Jahren ausgezeichnet, seit dem Jahr 2000 hat ERIMA den Umsatz mehr als verdoppelt, die Zahl der Mitarbeiter wurde im gleichen Zeitraum sogar verdreifacht. Die Sportmarke liefert alles aus einer Hand: Mit dem Spezialgebiet Teamsport zählen Textilien wie Trainingsbekleidung, Trikots, Sweatshirts oder Shorts ebenso zum Angebot wie Taschen, Bälle und das notwendige Zubehör.

Der Vertrieb der Produkte erfolgt ausschließlich über den Sportfachhandel. Dieser weiß die Bemühungen von ERIMA in Sachen Qualität und Service zu schätzen und wählte die authentische Sportmarke in den letzten Jahren gleich drei Mal zum besten Hersteller der Branche.



EVN

OFFIZIELLER PARTNER

EVN

Energie für den Sport

Die EVN ist ein führendes, internationales, börsennotiertes Energie- und Umweltdienstleistungsunternehmen mit Sitz in Niederösterreich, dem größten österreichischen Bundesland. Ihren Kunden bietet die EVN hier auf Basis modernster Infrastruktur Strom, Gas, Wärme, Wasser, thermische Abfallverwertung und

EVN

damit verbundene Dienstleistungen „aus einer Hand“. Mit ihrem Angebot sichert und verbessert die EVN die Lebensqualität von über 3 Millionen Kunden in 18 Ländern.

In der Energiewirtschaft konnte sich die EVN neben Österreich erfolgreich in Bulgarien und Mazedonien positionieren. Im Umweltsegment ist die EVN über Tochtergesellschaften in den Bereichen Wasserversorgung, Abwasserentsorgung, sowie thermische Abfallverwertung erfolgreich.

Die Förderung junger Menschen ist der EVN ein besonderes Anliegen. Deshalb unterstützt das niederösterreichische Energie- und Umweltunternehmen gerne die Jungendarbeit des ÖOC.



OFFIZIELLER PARTNER

Generali Gruppe Österreich

Generali beflügelt österreichische Olympiamannschaft

Die Generali Gruppe Österreich ist seit 1997 Partner der österreichischen Olympia-Mannschaft. Nun wird die Generali das Österreichische Olympische Comité (ÖOC) auch bei den Olympischen Spielen 2010 in Vancouver als offizieller Versicherer und Partner unterstützen.

„Mit unserem Engagement bieten wir den Athleten, Trainern und Begleitern des Österreichischen Olympischen Comité ein umfassendes Versicherungspaket, damit sie sich voll und ganz auf ihre sportlichen Aktivitäten konzentrieren können“, so Luciano Cirinà, Vorstandsvorsitzender der Generali Gruppe Österreich.

Cirinà: „Die österreichische Olympiamannschaft steht für einen fairen und engagierten sportlichen Wettkampf. Genau diese Zielstrebigkeit, Fairness und die Bereitschaft zu Höchstleistungen

Dr. Luciano Cirinà,
Vorstandsvorsitzender der
Generali Gruppe Österreich.



Foto: Doris Kucera

sind jene olympischen Werte, mit denen auch wir uns bei der Generali identifizieren. Nicht zuletzt deshalb sind wir aus voller Überzeugung dabei und fiebern nun den kommenden Spielen in Vancouver 2010 entgegen“.

Die Generali Gruppe Österreich ist ein Teil der weltweit tätigen Gruppe der Assicurazioni Generali S.p.A., die 1831 in Triest gegründet wurde. Mit einem Prämienaufkommen von rund 69 Milliarden Euro ist die internationale Generali Group die drittgrößte Versicherungsgruppe in Europa. Sie ist in 64 Ländern tätig, mehr als 84.000 MitarbeiterInnen betreuen 60 Millionen Kunden. Auch in Österreich ist die Generali die drittgrößte Versicherungsgruppe. Sie bietet ein komplettes Spektrum an Versicherungs- und Vorsorgeprodukten, die durch umfassende Assistance-Leistungen ergänzt werden.



OFFIZIELLER PARTNER

Jetalliance

Hoch hinaus im Zeichen der fünf Ringe

Das olympische Motto „citius, altius, fortius“ charakterisiert treffend das Leistungsvermögen von Business-Jets, um die sich bei Jetalliance alles dreht. Im Besonderen trifft es aber auf die sportlichen Ambitionen des eigenen Rennteams zu.

Das Jetalliance Racing Team ist in mehreren Rennserien im Kampf um die Spitze vertreten und hat nach zahlreichen Erfolgen in der FIA GT-Serie diesjährig sogar beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans einen Podiumsplatz erreicht. Alle Rennwagen ziert das prominent platzierte Emblem des Österreichischen Olympischen Comité. Eine Zusammenarbeit, über die ich sehr glücklich bin“, sagt Teameigner und CEO der Jetalliance Holding AG, Lukas Lichtner-Hoyer, „denn sie setzt ein deutliches Zeichen. Sport unterstützt Sport. Eine Tatsache die zeigt, dass wir die Innovativsten sind.“

Und der olympische Leitspruch ist auch für uns richtungweisend. Denn auch Jetalliance versucht permanent, sich zu verbessern um den Kunden ein noch besseres Service bieten zu können.“ Professionalität, Präzision, Dynamik und Leistung sind Werte, die im Hochleistungssport beheimatet sind und die Verbindung zwischen Jetalliance und dem ÖOC unterstreichen.

Unter der Dachmarke Jetalliance befinden sich mehrere Unternehmen, welche eine breite Servicekette rund um den Betrieb eines Business-Jets bilden. Zu den Leistungen der Jetalliance Gruppe zählen: Verkauf neuer Cessna Jets und Propellerflugzeuge, Flugzeugfinanzierung, gewerblicher Flugbetrieb und Charter von mehr als 30 Jets, Wartung und Instandhaltung, Ausbildungszentrum für Piloten und Flugbegleiter, Kostenmanagement-Programm für Wartungsaufwendungen sowie Verkauf gebrauchter Jets.



OFFIZIELLER PARTNER

Jet Set Sports

Offizieller Ticket Agent des Österreichischen Olympischen Comité

Als Offizieller Ticket Agent des Österreichischen Olympischen Comité bietet Jet Set Sports/CoSport die einmalige Gelegenheit, Österreich's beste Athleten an den Wettkampfstätten zu unterstützen und außergewöhnliche Hospitality-Pakete zu genießen. Das Unternehmen legt das Hauptaugenmerk seit mehr als 20 Jahren ausschließlich auf die Olympischen Spiele, und bietet individuelle

Einzeltickets zu den Olympischen Spielen sowie Hospitality-Pakete an, die Veranstaltungstickets, Unterkunft und akkreditierten Transport-vor-Ort, hochwertige Dinner, persönliche Gästebetreuung und einzigartige Unterhaltungsangebote, wie den Zugang zu Hospitality-Suiten und VIP-Parties, beinhalten.

Jet Set Sports/CoSport ist ein kundenorientiertes Service-Unternehmen, bei welchem der Komfort, die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Kunden an oberster Stelle stehen. Jedes einzelne Hospitality-Paket wird von den Mitarbeitern mit größter Sorgfalt für alle Details sowie mit Freude und Enthusiasmus, betreut.

Zusätzlich ist Jet Set Sports/CoSport bestrebt, ein engagiertes Mitglied der Olympischen Gemeinschaft zu sein, welches sicherstellt, dass all seine strategischen Initiativen die Olympische Bewegung und die jeweiligen Organisationskomitees fördert und voranbringt.

Neben Kunden in Österreich hat das Unternehmen das exklusive Recht, seine olympischen Dienstleistungen den Kunden in Australien, Bulgarien, Kanada, Schweden und den USA anzubieten und zu verkaufen.

www.cosport.at



OFFIZIELLER PARTNER

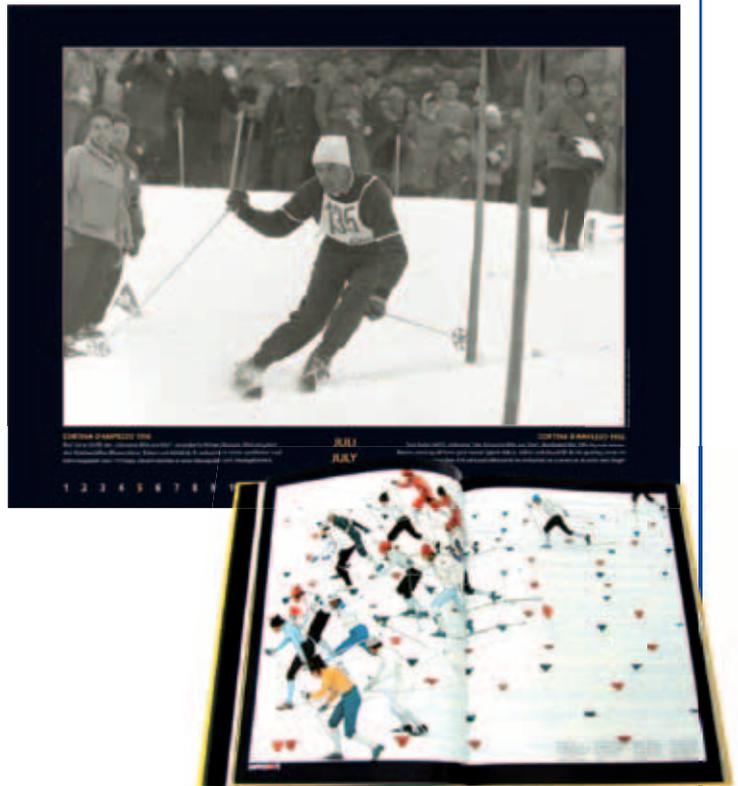
Olympische Sportbibliothek

Seit 40 Jahren Partner der Wirtschaft – Partner des Sports

Am Anfang stand eine ebenso kühne wie einfache Idee: Ein Weltereignis des Sports – die Olympischen Spiele 1972 in München und Sapporo – sollten in spektakulären Bildbänden dokumentiert werden. Der Vertrieb dieser Werke durch die extra dafür gegründete Olympische Sport Bibliothek (OSB) sollte Fördergelder für den Sport generieren. Diese Vorgabe bestimmt das unternehmerische Handeln der OSB. Seit 1972 garantiert die OSB dem ÖOC auf Jahre hinaus vertraglich festgeschriebene Zuwendungen. Gerade in diesen Tagen wurde ein neuer, anknüpfender Kooperationsvertrag von Rosemarie Höller (OSB) und Leo Wallner vertrauensvoll unterzeichnet.

Dieses Sponsoring gewährt dem ÖOC vor allem Planungssicherheit. Gewinner sind damit in jedem Fall der Sport und seine Aktiven. Für die OSB gilt: Ein Rückzug aus diesen Verpflichtungen ist nicht möglich. Auszüge aus dem Leitbild der innovativen Firma verdeutlichen dieses Statement:

„Unabhängig von Zeitgeist und Marketingstrategien ist es das Anliegen der OSB, junge Athleten zu fördern. Wir präsentieren hochwertige Firmenpräsentate, die unsere Kunden in der Geschäftswelt unterstützen, nachhaltig in Erinnerung zu bleiben. Maßgeschneiderte Serviceleistungen schaffen den entscheidenden Wettbewerbsvorteil für diese kundenorientierten Unternehmen.“



Toni Sailer in einem historischen Olympiakalender der OSB... Eine Doppelseite aus dem Erstlingswerk Sapporo 72.

Offizieller Herausgeber der Standardwerke des ÖOC

Die Marke OSB genießt großes Vertrauen und Sympathie und ist das Synonym für exklusive Sportdokumentationen und außergewöhnliche Geschenkideen im B2B-Sektor. „Die offizielle Dokumentation der Winterspiele in Vancouver wird das kommende Highlight werden, in dem Momente voller Emotionen in einem edlen Bildband festgehalten sein werden. Die limitierte Goldausgabe, die durch den Subskriptionsverkauf bereits jetzt zur Hälfte verkauft wurde, ist schon jetzt ein weiterer großer Erfolg in der OSB-Historie. www.olympischesportbibliothek.com

NEWSLETTER



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Sportfreunde,

das Österreichische Olympische Comité informiert seit April 2009 seine Partner, Sponsoren und Sportinteressierte mittels Newsletter über bedeutende Inhalte der nationalen und internationalen Olympischen Bewegung. Der ÖOC-Newsletter beinhaltet in Kurzform vermehrt aktuelle Informationen und Ereignisse aus dem Tätigkeitsfeld des ÖOC, der Vereinigung der Europäischen Olympischen Komitees (EOC) sowie des Internationalen Olympischen Comité (IOC). Das ÖOC gibt Ihnen die Möglichkeit, sich auf unserer Homepage unter Presse /Newsletter für die regelmäßige elektronische Zusendung der aktuellen Ausgabe anzumelden. Wir hoffen, damit ein nützliches Service anzubieten und verbleiben mit sportlichen Grüßen.

Österreichisches Olympisches Comité



DB SCHENKER

OFFIZIELLER PARTNER

Schenker

DB Schenker: Logistik für Höchstleistungen

Ob Fußball-Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele, ob Ironman in Klagenfurt oder ÖSV: Kein internationales Sportevent und kaum ein großer Sportverband kommt ohne perfekte Logistik aus – und oft heißt der Partner dabei DB Schenker.

DB Schenker zählt mit rund 90.000 Mitarbeitern an 2.000 Standorten weltweit zu den führenden Anbietern von Speditions- und Logistikdienstleistungen. Zum Servicespektrum des Unternehmens zählt neben dem Landverkehr (DB Schenker ist in dieser Disziplin die weltweite Nr. 1) die Seefracht (Nr. 3), die Luftfracht (Nr. 2) sowie die Kontraktlogistik (Nr. 6) samt aller Zusatzdienstleistungen.

Abseits der klassischen Speditionsprojekte vollbringt DB Schenker seit vielen Jahren auch auf einem speziellen Gebiet Höchstleistungen: Mit dem Produkt DB SCHENKERSportevents zieht ein Expertenteam im Hintergrund vieler herausragender Sportereignisse die Fäden. Vom Volvo Ocean Race und den Leichtathletik-Weltmeisterschaften über die UEFA EURO™ 2004 und 2008 bis



hin zur FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft™ 2002 und 2006 sowie den Olympischen (Winter) Spielen 2000 bis 2008 reicht der Bogen an Referenzen, auf die DB Schenker verweisen kann. Die österreichische Landesgesellschaft lagert und transportiert außerdem als „Offizieller Logistikpartner“ die Ausrüstung der ÖSV-Stars. Olympische Spiele stellen an die Logistik ganz besondere Anforderungen, aufgrund der Größe der Veranstaltung und der Bandbreite der zu befördernden Güter. Lebensmittel für die nationalen Häuser (wie das Österreich Haus) zählen dazu ebenso wie die Sportgeräte der Athleten, die Ausrüstung der TV-Stationen und Sponsoren sowie die Sendungen der nationalen Olympischen Comités. In Österreich arbeitet DB Schenker seit mehr als 25 Jahren für das Österreichische Olympische Comité.

Das Streben nach besonderen Leistungen hat DB Schenker zu einem weltweit präsenten Logistiker mit eigenem globalem Netzwerk werden lassen und bestimmt bis heute das Handeln des 1872 gegründeten Dienstleisters: In der Sportlogistik ebenso wie im klassischen Speditionsgeschäft.



WKÖ
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

OFFIZIELLER PARTNER

Wirtschaftskammer Österreich

Starke Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Sport

Kernaufgabe der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) ist es, die Interessen ihrer Mitglieder, der österreichischen Unternehmerinnen und Unternehmer, auf nationaler und internationaler

Ebene zu vertreten. Als starke Stimme der Unternehmen setzt sich die WKÖ für eine zukunftsorientierte Wirtschaftspolitik ein, welche die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe fördert und den Standort Österreich stärken soll.

Die WKÖ verbindet eine langjährige Partnerschaft mit dem ÖOC. Während der Olympischen Spiele stehen die Spitzenleistungen unserer SportlerInnen international als Aushängeschild für den Wirtschaftsstandort Österreich im Vordergrund.

Nicht nur der konkrete wirtschaftliche Nutzen, der aus den außergewöhnlichen Leistungen unserer Spitzensportler resultiert, begründet die starke Partnerschaft zwischen Sport und Unternehmertum. Auch die Gemeinsamkeiten wie überdurchschnittlicher Mut oder kompromissloser Einsatz legen diese Verbindung nahe. In beiden Bereichen sind Spitzenleistungen zu erbringen und Rückschläge zu verkraften. In beiden Bereichen steht harter Wettbewerb auf der Tagesordnung.

Erstmals wurden alle Sendeinhalte der olympischen TV-Übertragungen des ARD und ZDF zwischen 1996 und 2006 in redaktionellen Kategorien erfasst und verantwortliche TV-Programmgestalter dazu befragt, wie im Netz olympischer Interessen das öffentlich-rechtliche Programmangebot entsteht.

Olympische Spiele und Fernsehen

Wechselbeziehungen zwischen Sport und Fernsehen



Alle zwei Jahre verdrängen für rund zwei Wochen die Olympischen Spiele fast alle anderen Sendungen aus den TV-Programmen. Der Sport im Fernsehen ist zu einer wichtigen Ware geworden, so dass die Sportberichterstattung, der Sportjournalismus, somit die Sportjournalisten zu den Aufsteigern der letzten Jahre zu zählen sind.

Die Fernsehsender kaufen die Übertragungsrechte der Olympischen Spiele, die rund die Hälfte der Einnahmen der Olympischen Bewegung ausmachen. Für die amerikanischen Senderechte an den Spielen 2000 bis 2008 legte der Fernsehsender NBC immerhin 3,57 Milliarden (!) US \$ auf den Tisch.

Was senden die Programmgestalter?

Grundlage einer jeden Weiterentwicklung des TV-Programmes ist die ausführliche Beschreibung und Erfassung eines olympischen Sendekonzeptes (Kategorien und Programmelemente). Die folgende Programmanalyse zeigt die empirischen Ergebnisse der olympischen TV-Programmübertragungen 1996-2006 der TV-Sender ARD und ZDF. Die Sendetage von sechs aufeinander folgenden Olympischen Spielen im Untersuchungszeitraum von 1996 bis 2006 bilden die Grundgesamtheit der quantitativen Inhaltsanalyse. Nicht enthalten sind Programmunterbrechungen sowie die

Tage der Eröffnungs- und Abschlussfeiern, um eine Verzerrung der Untersuchungsergebnisse zu verhindern.

Ergebnisse:

(1) Live-Berichterstattung

Die Live-Berichterstattung dominiert eindeutig die olympischen Übertragungen. Seit 1996 liegt der Anteil von „Sport live/aktuell“ immer über 60%. Der Wert der Olympischen Winterspiele von Turin liegt deutlich unter dem Durchschnittswert von 69% (Tabelle 1).

Tabelle 1

	„Sport live/aktuell“	„Moderation“	„Live-Sport-Experten-Interviews“
1996	70,2%	5,3%	0%
1998	71,4%	4,5%	1,4%
2000	77,4%	4,3%	0%
2002	63,7%	5,2%	3,1%
2004	69,6%	4,8%	1,0%
2006	61,8%	4,4%	7,2%
Ø	69%	4,7%	2,1%

Historische Meilensteine

OS 1936: In Berlin kam es erstmals zu Live-Übertragungen der Wettkämpfe in sogenannten „Fernsehstuben“, in einem sehr begrenzten Umfang haben darin 25 bis 30 Personen Platz gefunden.

OS 1948: Eine größere Anzahl an Kameras ermöglichte in London die Übertragung der Wettkämpfe aus unterschiedlichen Perspektiven, erstmals zahlte das BBC Geld (1.500 Pfund) für Fernsehrechte an das IOC.

OS 1956: Rund 1.000 Journalisten reisten nach Melbourne.

Nachdem seit 1958 Magnetaufzeichnungen (MAZ) zur Verfügung standen, war es möglich, „Konserven“ zu senden und das Programmangebot preiswert auszudehnen.

OS 1960: In Rom war erstmals das US-Fernsehen mit dabei und zahlte für die Übertragung der Sommerspiele 394.000 US \$. Die erste europaweite Übertragung in 18 europäische Staaten sowie das erstmalige Einsetzen von programmbegleitenden Grafiken wird heute als „olympische Fernsehende“ bezeichnet. Jedoch, die Arbeitsrealität war eine andere: 1.400 Schreibmaschinen sowie ein Fuhrpark von 50 Motorrädern standen in Rom den Journalisten zur Bewältigung der Arbeit zur Verfügung.

OS 1964: In Tokio wurde nicht nur erstmals mit der digitalen Zeiterfassung experimentiert, sondern auch die elektronische Zeitlupe eingeführt. Unterstützung gab es ebenso durch den Beginn des Zeitalters der TV-Satelliten. Olympische Spiele wurden und werden zum Teil als Testfeld neuer technologischer Entwicklungen verwendet.

OS 1968: Mit den Spielen in Mexiko begann in Europa das Zeitalter des Farbfernsehens. Von 938 Stunden Bildmaterial in Farbqualität, wurden 720 Stunden international übertragen. Die Etablierung von unterschiedlichen Fernsehsystemen (USA/NTSC, Europa/PAL, FRA/SECAM) führte zu produktionsmäßigen Schwierigkeiten. Die Forderung nach innovativen Lösungen begünstigte jedoch in den folgenden Jahrzehnten Entwicklungsschübe in den elektronischen Medien.

OS 1972: In München waren bereits 98 Fernsehkameras (50 in Rom, 70 in Mexiko) im Einsatz. Zum ersten Mal wurden die Spiele in alle fünf Kontinente übertragen, so dass rund 900 Millionen Zuschauer weltweit die Fernsehaussendungen verfolgen konnten.

OS 1984: Bei den Spielen in Los Angeles setzte sich die elektronische Kamera (Ablöse der Filmentwicklungsabteilungen) durch – außerdem kam es zur Einführung der optisch spektakulären Superzeitlupe.

OS 1992: Ein weiterer Quantensprung: Einsatz von 578 (!) Kameras. Sie wurden außerdem immer kleiner und mobiler, sodass die Bildführung an Flexibilität gewann. Eine neue Entwicklung kündigte der erstmals verfügbare Videotext an.

OS 1996: Bei den Spielen von Atlanta wurde erstmals das Internet eingesetzt.

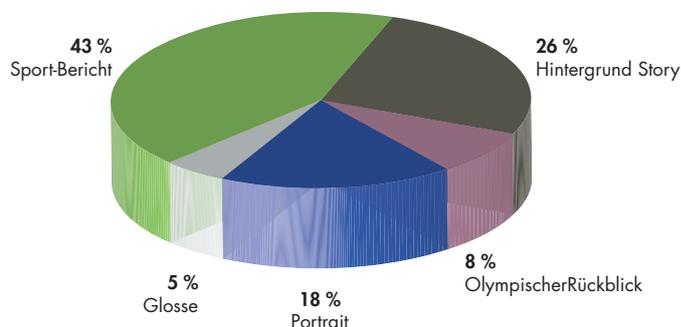
OS 1998: Der Trend des Internets verstärkte sich, so dass die offizielle Olympia-Seite bei den Spielen in Nagano mehr als 634 Millionen Hits in 16 Tagen zu verzeichnen hatte. Das erstmals erprobte Internetfernsehen erregte großen Widerstand der übertragenden Fernsehsender.

Das hochauflösende Fernsehen (HDTV) und die fortschreitende Digitalisierung bestimmen die Diskussion der letzten Jahre.

(5) „Stories und Berichte“:

In der Tradition olympischer Berichterstattung wird die Position vertreten, dass zu einem journalistischen Übertragungskonzept mehr gehört als reine Ergebnis- und Live-Berichterstattung. In Turin 2006 verzeichnete die Kategorie „Stories und Berichte“ mit den Teilbereichen Hintergrund-Stories, Olympischer Rückblick, Portrait, Glosse und Sport-Bericht mit 10,9% den höchsten Wert. Zwischen 1996 und 2004 bewegte sich diese Kategorie mit einer Ausnahme bei insgesamt 6,9 bis 8,3%.

Das folgende Kreissegment zeigt, dass fast die Hälfte der Kategorie Sport-Bericht fällt, die Hintergrund-Stories mit 26% und die Portraits mit 18% setzen sich noch einmal deutlich von den Olympischen Rückblicken 8% und den Glossen 5% ab.



(6) „Studio-Aktionen“:

Der Anteil von Studio-Aktionen am olympischen Gesamtprogramm ist verschwindend gering.

(7) „Besonderheiten der Programmstruktur“:

Die bisher vorgestellten Ergebnisse berücksichtigen die kompletten Olympia-live-Sendungen, sozusagen von der ersten bis zur letzten Minute. Dies ist notwendig um einen Überblick über das redaktionelle Sendekonzept zu erhalten. Um Besonderheiten der Programmstruktur zu erkennen, muss man sich jedoch auch verschiedene Phasen der Berichterstattung anschauen (Tabelle 2).

Tabelle 2

	Erste 30 Min.	Erste 60 Min.	Restzeit
Moderation	18,03%	12,24%	5,15%
Interviews	24,38%	19,38%	10,19%
Sport live/aktuell	19,88%	39,14%	71,12%
Präsentation	6,07%	4,28%	2,95%
Stories und Berichte	31,08%	24,50%	6,24%
Sport-Nachrichten	0,58%	0,48%	4,36%

(8) Zusammenfassung:

Live-Sport dominiert die olympische Berichterstattung mit gut zwei Drittel des Gesamtvolumens. Mit anderen Worten: Pro Stunde werden dem Zuschauer im Schnitt 41:24 Minuten „Sport live/aktuell“ angeboten (Tabelle 3).

Neben den Olympia-Live-Sendungen sind die olympischen High-

(2) Moderation und Interviews im Studio

Der Anteil der Moderationen am Gesamtprogramm liegt von 1996 bis 2006 zwischen 4,3% und 5,3% (Tabelle 1). Die Interviews im Studio (Summe aus „Nationales Studio-Interview“, „Internationales Studio-Interview“ und „Studio-Interview national/international“) erzielen einen Gesamtanteil von 4,5%. Moderationen und Interviews machen somit insgesamt immerhin annähernd ein Zehntel (9,2%) der Gesamtübertragungszeit aus.

(3) Nationales und internationales Studio-Interview

In den Olympiastudios kommen nationale Interviewpartner (Ø 3,9%) eindeutig mehr zu Wort als internationale Gäste (Ø 0,5%).

(4) Live-Sport-Experten-Interview

Experten gehören mittlerweile fest zur Programmphilosophie der olympischen Berichterstattung. Die Streuung von 0% bis zu immerhin 7,2% ist ungewöhnlich groß (Tabelle 1).

Tabelle 3

	%	Min./Std.
Moderation	5,6	9:50
Interviews	10,8	
Sport live/aktuell	69	41:24
Präsentation	3	01:30
Stories und Berichte	7,4	04:26
Sport-Nachrichten	4,1	02:28

light-Sendungen ein redaktionell bedeutender Bestandteil der olympischen Berichterstattung von ARD und ZDF. In der Regel wird hier nicht aus einem gemeinsamen Studio gesendet, sondern man versucht eigene Akzente zu setzen (z.B. Dachterrasse vor der Akropolis). Das Bewusstsein der Zuschauer wird jedoch vermehrt von den Olympia-Live-Sendungen geprägt, da es sich dabei um eine 14 bis 16-stündige Berichterstattung handelt. Erst anschließend kommt es ergänzend zu einer 1-stündigen Highlight-Sendung mit eigenen Schwerpunkten.



Programmphilosophie und olympische Grenzerfahrungen aus Sicht der ZDF-Programmgestalter

Die Übertragung von Olympischen Spielen stellt an die Vorbereitung und Umsetzung höchste redaktionelle und produktionsne Ansprüche. Keine andere sportliche Großveranstaltung fordert so viel Koordination und Flexibilität. Reporterplätze müssen gebucht und logistisch vorbereitet werden, hinzu kommt die logistische und redaktionelle Vorbereitung der Rahmenbedingungen für eigene Kameralente, Moderatoren, Interviewer, Filmemacher, Regisseure, Redakteure, Cutter und vielen weiteren parallel beschäftigten Berufsgruppen.

Mit den Programmgestaltern (Hauptredaktionsleiter, Programmchef, Teamchef, „Leiter an der Wand“) wurden ausführliche Leitfaden- oder Tiefeninterviews durchgeführt. Aufbauend auf die gesamte Arbeit wurden verschiedene Themenblöcke angesprochen und ausgewertet. In der folgenden komprimierten thematischen Ausrichtung der Befragung wird es zum ersten Mal im Detail möglich, das Netzwerk der Entscheidungskriterien zu verdeutlichen, die das Handeln der ZDF-Programmgestalter bestimmen.

Olympische Assoziationen

Die Olympischen Spiele haben für die Programmgestalter nicht an Faszination verloren. Bei den Programmgestaltern ist eine Ambivalenz zwischen Begeisterung und skeptischer Realitätsbetrachtung festzustellen. Einerseits haben die Spiele eine besondere, einzigartige Dimension, andererseits seien idealistische Vorstellungen mittlerweile doch hinter Kommerz und Gewinnstreben zurückgetreten.

Fernsehen und die olympische Idee

Die mögliche Inszenierung der olympischen Idee spaltet die Programmgestalter. Einerseits wird nur „das, was passiert, abgelichtet“, andererseits will man mehr von der olympischen Idee transportieren, scheitert aber meist an Sachzwängen. Die Etablierung kleinerer Sportarten scheitert meist auch an der Umsetzung des Wettkampfes aus Mangel an Erfahrung mit der gewohnten Qualität. Das friedliche Miteinander werde wohl im Zuge der Eröffnungs- und Schlussfeier transportiert, danach konzentrierte man sich hauptsächlich auf die sportlichen Wettkämpfe, da man die Besonderheit der Olympischen Spiele, wie die Begegnungen der Sportler aus aller Welt im olympischen Dorf, aus den Augen verliere.

Sport und Werte

Fairness, Vorbildcharakter, Gemeinschaftsdenken ist den TV-Verantwortlichen nicht fremd. Jedoch könne der Sport nur das transportieren, „was die Athleten bieten“. Aufmerksamkeit ist vor allem jenen Sportlern zuteil, die einen besonderen Marktwert besitzen. Zu oft steht nicht die Leistung im Mittelpunkt, sondern der Erfolg des Athleten, unabhängig davon, ob er mehr leiste oder mehr Opfer bringe.



Programmgestalter als Verkäufer?

Im Zuge des dualen Systems und des entsprechenden Wettbewerbs habe sich das Fernsehen von einem Angebots- zu einem Nachfragemedium entwickelt. Für die Berichterstattung der Olympischen Spiele heißt das, „ein optimales Produkt für so viel wie möglich Menschen“. Orientierung bietet hierbei vor allem die Leistung der Athleten. Andererseits habe man gegenüber den kommerziellen Sendern einen bestimmten Spielraum, um z.B. außergewöhnliche Sportarten oder Inhalte medial zu transportieren.

Olympisches Programmkonzept

Die Beschreibung des Programmkonzeptes soll insgesamt „informativ, sportlich, begleitend, aber auch begeisternd“ sein. Die deutschen Sender geben sich also sportlich, live, journalistisch und hintergründig. Bei der Konzeption von „Olympia live“ ist die Absicht zu beobachten, den Zuschauer an der Vielfalt der Wettbewerbe teilhaben zu lassen. Das schnelle Umschalten zum jeweils attraktivsten Wettbewerb im Sinne des cross-medialen Denkens scheint zum Prinzip erhoben worden zu sein.

Welche Sportart kommt in das Programm?

Wie kommt es nun aber zur konkreten Programmgestaltung, welche Sportart kommt letztlich in das Programm? Dabei geht es nicht nur um die Unzufriedenheit der Fachreporter, sondern dahinter stehen auch Funktionäre, Athleten und Fans, die auf die Präsenz „ihrer“ Sportart im Programm hoffen. Bereits langfristig wird die Struktur des Sendetages (über 13 bis 15 Stunden), abhängig von den stattfindenden Wettbewerben, festgelegt. Über den optischen Eindruck durch die geschalteten Monitore und die ständige Kommunikation mit den Fachreportern schafft sich der Programmleiter die inhaltliche Basis für die notwendigen, schnellen Entscheidungen und Adaptierungen. Hauptkriterien sind meist der Stellenwert der Sportart und nationale Bezüge. Darüber hinaus gelte das Kriterium der Emotionalität, das sich nicht nur an nationalen Athleten festmachen lasse, und die Relevanz der Sportart, gemessen am vermuteten öffentlichen Interesse – wie sie vor allem die Superstars hervorrufen. Basis einer erfolgreichen Programmgestaltung ist die Erfahrung sowie das richtige Entscheiden und Abschätzen der Programminhalte!

Personalisierung und nationale Helden

Der Personalisierung wird von den Programmgestaltern allgemein eine große Bedeutung zugeschrieben. Personalisierung müsse vielschichtig sein und das Besondere am Menschen (Athleten) berücksichtigen. Der Reiz von Olympia ist aber – im Gegensatz zu Welt- und Europameisterschaften – „das große Ganze“, der Mythos als solcher wirke nach wie vor. Einigkeit herrsche jedoch in der Ansicht, dass der Akzeptanz-Erfolg einer Sportart mit dem sportlichen Erfolg nationaler Athleten korrespondiere.

Kann man Sportarten „machen“?

Die Bedingungen für die Akzeptanz von Sportübertragungen hängt nach Ergebnissen der ZDF-Medienforschung von den Faktoren Sportart, Erfolgchancen, Tradition, fernsehgerechte Umsetzung, Tageszeit der Ausstrahlung, dem eigenen Programmumfeld, der Persönlichkeit der Akteure, dem Eventcharakter der Übertragung und dem Fernsehsender selbst ab. Einerseits wird betont, dass es nicht die Aufgabe sei, olympische Sportarten zu machen, andererseits



gebe es Sportarten (Biathlon), die sich selbst gemacht haben und Sportarten, die olympische Erfolgsgeschichten geschrieben haben (Curling, Beach-Volleyball).

Braucht der Fernsehsport Rekorde?

So einig sich die Programmgestalter in vielen Punkten sind, so unterschiedlich interpretieren sie die Relevanz von Rekorden für den Fernsehsport. Der (olympische) Sport lebt zum Teil von Rekorden, aber auch von Duellen. Wird ein Rekord in der Leichtathletik nicht erreicht, sind Zuschauer und Reporter enttäuscht, gewinnt jedoch der beste Athlet das Ruderduell und somit Gold, ist er ein Held.

Diskussion ausgewählter Programmkategorien

Live-Sport-Experten erfahren eine erhöhte Bedeutung, wobei diese vor allem die längeren Sport-Übertragungen im Winter ergänzen. Sportarten, welche von weniger Menschen betrieben werden (Skispringen, Bob, Rodeln, Biathlon, Eisschnelllauf,...) müssen kompetent begleitend werden. Betont wird die Aufgabe des Moderators, durch das Programm zu führen und den Zuschauern über einen langen olympischen Tag hinweg Orientierung zu bieten. Studiogespräche sollen keinen Live-Sport verdrängen. Beim Einsatz von Studiogästen wird jedoch eine gewisse Eloquenz erwartet. Bevorzugt werden nationale Studio-Gäste (Interesse, Verfügbarkeit, Qualität).

Olympische Grenzerfahrungen und das Netz olympischer Abhängigkeiten

(Grenzen, Politik, Kommerzialisierung, Doping)

- Für viele ZDF-Programmgestalter stößt der olympische Sport derzeit an Grenzen. Am häufigsten genannt werden der Umgang mit den Leistungsgrenzen des menschlichen Körpers, sowie mit der Dimensionierung (Anzahl der Teilnehmer und Wettbewerbe) der Olympischen Spiele.
- Um die politischen Themen (Peking 2008) kompetent darstellen zu können, werden Mitarbeiter auf verschiedene Art und Weise (Seminare, Recherchen,...) auf die Spiele vorbereitet. Seit Jahrzehnten gibt es eine kontroverielle Diskussion darüber, „wie national ist die Berichterstattung, wie international sollte sie sein?“
- Die Kommerzialisierung bestimme nicht den Ablauf der Olympischen Spiele, aber ist ein ganz wesentlicher Faktor. So sind die Übertragungsschwerpunkte abhängig von den Zeitplänen der olympischen Wettkämpfe.
- Aufgrund der zahlreichen Doping-Geständnisse und –Enthüllungen müssen sich die TV-Verantwortlichen konzeptionelle Gedanken darüber machen, wie sie mit dem Thema Doping umgehen wollen oder müssen. Eine besondere Task-Force vor Ort soll sich auf das Thema konzentrieren. In den ausführlichen Begründungen ihrer Position setzen die Programmgestalter auf unterschiedliche Akzente und Umgangsformen mit der Dopingfrage.

Olympische Spiele der Zukunft?

In Zukunft werden die Zuschauer mehr und mehr die Möglichkeit nutzen, sich über diverse Empfangsoptionen ihr persönliches Programm zusammenzustellen. Gefahr sieht man darin, dass die Spiele durch eine Rechtevergabe an mehrere Sender „aufgesplittert“ werden, und dass der Zuschauer durch die individuelle Nutzung nicht

mehr die Vielfalt Olympias konsumiere, die immer noch den Reiz der Spiele ausmache. Andererseits wird das Vollprogramm weiterhin Alltagsbegleiter der Menschen sein, jedoch eine Diskussion über die Perspektiven olympischer Berichterstattung – auch kontroverser Positionen – wird und muss weiter geführt werden.

Märkte sowie Medienlandschaft der Zukunft?

Wie schon die Geschichte der letzten 50 Jahre gezeigt hat, wird der Markt sich mit jeder technischen Innovation aufs Neue in Bewegung setzen. Die klassische Aufteilung ist überholt, das Internet hat sich längst etabliert und ein cross-mediales Denken ist selbstverständlich, jedoch kann mit zunehmender Digitalisierung ein Wandel der Ausgangsposition der Sportberichterstattung beobachtet werden.

- Gab es früher vergleichsweise geringe Übertragungskapazitäten für ein großes Sportangebot, gibt es mittlerweile eine Verknappung der verfügbaren Sendeinhalte für ein immer größer werdendes Volumen an Übertragungskapazitäten.
- In der heutigen Zeit sind manche Sportverbände bemüht, ihr Regelwerk den Attraktivitätsgesetzen des Fernsehens anzupassen. Biathlon und Langlauf haben neue Wettbewerbe ins Leben gerufen, die nicht mehr den Kampf gegen die Uhr, sondern den direkten Vergleich der Athleten in den Vordergrund rücken. Andere Sportarten – außer dem Fußball – scheinen Erfolgskonjunkturen unterworfen zu sein, d.h. sie sind Quotenbringer solange es nationale Idole gibt.

Welche Zutaten braucht der Sport im Fernsehen, um erfolgreich zu sein?

Sportliche Wettbewerbe werden häufig live ausgestrahlt und der Sport lebt von einer für den Zuschauer nachvollziehbaren Spannung. Das Fernsehen versucht alles, um dem Zuschauer mit Hilfe modernster Technologien die emotionale Bandbreite der Sportler zu vermitteln. Wichtig dabei ist aber auch eine adäquate Lösung, damit die Intimität und der Schutz und Eigenraum des Sportlers nicht durch die Präsenz der Kameras missachtet wird. Nationale Sender können nach Verhandlungen mit dem IOC zusätzliche Kameras installieren, mit denen zum Beispiel nationale Athleten besonders intensiv beobachtet werden können. Diese nationale Nutzung der olympischen Fernsehberichterstattung hat sich großteils in Europa durchgesetzt. Man werde, ob man will oder nicht, zum „nationalen“ Schlachtenbummler gemacht.

Literatur:

Michael Steinbrecher, Olympische Spiele und Fernsehen. Programmgestalter im Netz olympischer Abhängigkeiten? Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2009

Hinweis:

ORF SPORT

Im Heft 3/2009 wird das Thema „Olympische Spiele und Fernsehen“ aus der Sicht des ORF behandelt und zusätzlich eine Vorschau auf die kommenden Olympischen Spiele 2010 in Vancouver gegeben.

71,3 Mio. Euro

Sportförderung 2009

Für Spitzensport,
für Breitensport,
für den Nachwuchs.

Talent und Disziplin, optimale Trainingsbedingungen und Betreuung sind Voraussetzungen für den Sprung an die Spitze. 2009 erhält die Sportförderung von den Österreichischen Lotterien rund EUR 71,3 Millionen.

