

**Zeitschrift:** Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research

**Herausgeber:** Swiss Association of Communication and Media Research; Università della Svizzera italiana, Faculty of Communication Sciences

**Band:** 7 (2007)

**Heft:** 1

**Artikel:** Männer, Mythen, Medien : "Tour de France"-Berichterstattung in Deutschland

**Autor:** Ihle, Holger / Scharf, Wilfried

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-791074>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 10.08.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

HOLGER IHLE & WILFRIED SCHARF\*

## MÄNNER, MYTHEN, MEDIEN – «TOUR DE FRANCE»-BERICHTERSTATTUNG IN DEUTSCHLAND

The qualitative and the quantitative analysis of the Tour de France news coverage in Germany for the years 2004 and 2005 shows structures and functions of cycling coverage. All together, 1153 newspaper articles, as well as over 40 hours of television material were analysed. The results of the quantitative part show a high degree of personalisation within the coverage of sporting events. The trans-media comparison reveals the different modes of operation of press and television, which can be described as complementary. The evaluation of the qualitative part clearly shows how strongly value-related discourses influence sport news. In particular, the topic of ‘doping’ is used to affirm moral concepts. Also ascertained is the use of historical references that mould the news coverage of the “Tour de France” to this day.

*Keywords:* television, content analysis, discourse analysis, nation, personalization, sports & mass-media.

\* Universität Göttingen, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, [hihle@gwdg.de](mailto:hihle@gwdg.de); [wscharf@gwdg.de](mailto:wscharf@gwdg.de)

## 1. Einleitung

«Endlich wieder ein deutscher Held!», titelte BILD am 11.7.2005, als Jens Voigt das Gelbe Trikot der «Tour de France» erobert hatte. Darin drückt sich ein Bedürfnis nach Helden aus: «Endlich wieder ein deutscher Held!», heisst die Erfüllung eines lange gehegten Wunsches. Um so schwerer wiegt nun – 2006 – der Absturz des deutschen Rad-Helden Jan Ullrich in die Tiefen eines Dopingskandals.

Die Tour de France bedient als medial konstruiertes Ereignis das Bedürfnis nach Helden. Durch die technisch immer bessere Übertragung via Fernsehkamera ist sie heute näher an ihren Wurzeln als sie es zu Beginn ihrer Geschichte war. Wir sehen den Fahrern ins Gesicht, wenn sie sich steile Pyrenäenrampen hinauf quälen. Voyeuristische Bedürfnisse werden gestillt, wenn Stürze und Verletzungen in Nahaufnahme gezeigt werden. Vor und nach der Etappe stehen Fahrer in Interviews Rede und Antwort. Die Konstruktion findet vor allem in der Art der Inszenierung des Ereignisses statt. Und zu diesem wird es erst durch die medial vermittelte Nähe.

In den Anfangsjahren der Tour reproduzierten erst ausführliche Reportagen in der veranstaltenden Zeitung «L'Auto» das Geschehen. Die Nähe der Reporter überbrückte die Entfernung der Leser. Heute befindet sich der Zuseher durch Live-Bilder der Fernsehkameras quasi selbst im Fahrerfeld. Durch diese scheinbare Nähe, die den Produktionsprozess der Fernsehübertragung ausblendet, entsteht erst «die Tour». Mit dem Beobachten des Rennens an der Strecke hat das – obwohl das gleiche tatsächliche Geschehen zu Grunde liegt – nicht viel gemein.

Mit dem Dopingskandal 2006 hat unsere Studie über die Tour-Berichterstattung 2004 und 2005 unerwartet an Brisanz gewonnen. Aufgrund der Ausmasse und vor allem der Verwicklungen von Stars wie Ullrich, Basso, Jaksche und Mancebo ist die Berichterstattung in einen Aktionismus bezüglich des Themas Doping verfallen, der bisher so nicht zu beobachten war. Selbst über die Einstellung der Berichterstattung über den Radsport wird laut nachgedacht. Noch im April 2006 hatte das Münchner Landgericht festgestellt, dass die ARD in ihrer Radsport-Berichterstattung «das Thema Doping ausklammert, beziehungsweise nicht ausreichend» erörtert, und sich damit an einem System beteilige, «welches insgesamt dem Doping günstig ist» (SZ vom 04.07.2006: 15). Wir haben

in unserer Untersuchung festgestellt, dass die Berichterstattung nicht nur des Fernsehens sondern auch die der Presse mit dem Thema Doping in einer Weise umgeht, die den jetzigen Skandal als grosse Überraschung erscheinen lassen muss. Vorherrschend ist vor allem die These vom Einzelfall. Insbesondere die deutschen Rad-Stars schienen im Zeitraum unserer Untersuchung für die Jahre 2004 und 2005 über jeden Verdacht erhaben. Insofern spiegeln sich in der Doping-Berichterstattung auch die wechselseitigen Funktionen von Sportjournalismus und Sportereignis.

## 2. Vorgehensweise und Gegenstand der Untersuchung

Grundlage unserer Arbeit ist eine quantitative Inhaltsanalyse der Fernseh- und Presseberichterstattung über die Tour de France in den Jahren 2004 und 2005. Untersuchungszeitraum ist hier jeweils der Monat Juli. Die Analyse der Fernsehberichterstattung wurde auf die drei Wochen der Tour und die entsprechenden Übertragungen beschränkt. Erhoben wurden die Berichterstattung von ARD («Das Erste») und ZDF sowie von BILD, «Süddeutsche Zeitung» (SZ), «Frankfurter Allgemeine Zeitung» (FAZ), «Frankfurter Rundschau» (FR) und «die tageszeitung» (taz). Darüber hinaus haben wir für den Teilaspekt der nationalen Sichtweise auf das Sportereignis die österreichische Tageszeitung «Der Standard» als Vergleichsgrösse in die Untersuchung einbezogen.

Zur Analyse der fast 220 Stunden umfassenden Fernsehberichterstattung musste eine untersuchungsfähige Auswahl getroffen werden. Da wir die Tour in ihrem gesamten Verlauf erfassen wollten, sind als Untersuchungseinheiten «redaktionelle Beiträge» erfasst worden. Als solche gelten journalistisch aufbereitete Film- oder Live-Einspielungen, die nicht zur Moderation der Sendungen oder dem Live-Kommentar gehören. Sie sind durch einen Umschnitt von diesen anderen Teilen getrennt. Füllteile wie Trailer, Vorspann, Sponsorenhinweise und Werbung sind nicht berücksichtigt worden. Sowohl «Sportschau live» (Das Erste) als auch «Sport extra» (ZDF) lassen sich in drei Teile gliedern: «Vorberichterstattung», «Live-Berichterstattung» und «Nachberichterstattung».

Von der Presseberichterstattung sind zunächst alle Artikel erfasst worden, die sich mit der Tour de France auseinandersetzten oder sie auch nur erwähnten. Anschliessend wurde unterschieden, in welchen dieser

Artikel die Tour Hauptthema oder Nebenthema ist, oder ob sie ohne thematischen Bezug nur erwähnt wird.

Die Fernsehbeiträge haben wir in ihrer zeitlichen Länge erfasst, die Zeitungsartikel nach ihrem Umfang in Zeichen. In beiden Fällen wurde die journalistische Darstellungsform erfasst. In den Zeitungsartikeln haben wir zudem die Anzahl der Nennung der Namen von Rennfahrern gezählt, die an der Tour de France des jeweiligen Jahres teilnahmen. Damit wollten wir der Frage nachgehen, ob eine nationale Sichtweise in der Berichterstattung vorherrscht. Berücksichtigt wurden dabei Fahrer aus Deutschland, Österreich und Spanien. Deutsche und Österreicher wurden wegen der zum Vergleich herangezogenen Zeitungen aus diesen Ländern aufgenommen. Die spanischen Fahrer dienen als Vergleichsgrösse. Sie bieten sich insbesondere deshalb an, weil sie im Radsport traditionell eine grosse und erfolgreiche Gruppe bilden. Darüber hinaus ist in beiden untersuchten Jahren kein Spanier auf das Podium in Paris gelangt, so dass dadurch bedingte Verzerrungen hier auszuschliessen sind. Die Nennungen Jan Ullrichs und für das Jahr 2004 zusätzlich Andreas Klödens sind getrennt gezählt worden. Damit soll Verzerrungen, die sich aus deren Podiumsplatzierungen ergeben, begegnet werden. Die Auswertung ergab, dass diese Verzerrungen so deutlich sind, dass damit auch Aussagen über die starke Personenzentrierung der Berichterstattung getroffen werden können.

Aufbauend auf der strukturellen Erhebung der Tour-Berichterstattung haben wir eine Diskursanalyse zu einzelnen Aspekten der Tour durchgeführt. Hierbei haben wir auf Themen zurückgegriffen, die in den meisten untersuchten Medien behandelt wurden, und die auf Grund ihres Umfangs genügend Material zur Freilegung von Diskurssträngen versprochen. Hier haben uns sowohl medienübergreifende aktuelle Redeweisen von dem Ereignis interessiert, als auch historische Bezüge, die darin zum Ausdruck kommen oder fortleben und spezifische Diskurse über die Tour de France konstituieren.

### 3. Umfang der Fernsehberichterstattung

Der Umfang der hier untersuchten redaktionellen Beiträge beträgt im Juli 2004 rund 11:45 Stunden im Ersten und ca. acht Stunden im ZDF. 2005 sendete das Erste innerhalb der Tour-Sendungen 11:35 Stunden redaktio-

nelle Beiträge, das ZDF 8:25 Stunden. Das redaktionelle Angebot ist also in beiden untersuchten Zeiträumen etwa gleich umfangreich. Der Schwerpunkt der redaktionellen Beiträge liegt 2004 in beiden Programmen im Bereich der Vorberichterstattung. Allerdings haben die Reporter des Ersten auch mehr Sendezeit zur Verfügung, da das ZDF seine Live-Sendung meist etwa eine Stunde später als das Erste beginnt. 2005 verlagerte das ZDF seinen Schwerpunkt auf die Nachberichterstattung. Das zeigt sich nicht nur am grösseren Gesamtumfang der dazugehörigen redaktionellen Beiträge, sondern auch an deren durchschnittlicher Länge (Abb. 1 und 2). Die Anzahl der Beiträge in der Vorberichterstattung bleibt allerdings grösser als in der Nachberichterstattung (2004: 73 und 65; 2005: 93 und 79).

Die häufigste journalistische Darstellungsform ist der Bericht. Er ist die wichtigste Form der Vorberichterstattung. Das erklärt sich aus produktionstechnischen Zwängen. Vorbereitung und Produktion der Berichte kann am Vortag erfolgen. Sie werden durch die Ereignisse der laufenden Etappe nicht in Aktualität und Relevanz beeinträchtigt. Der tägliche Wechsel zwischen ARD und ZDF begünstigt das noch. Dementsprechend sind in der Vorberichterstattung hauptsächlich Hintergrundberichte und Porträts zu finden.

Die häufigste Darstellungsform innerhalb der Live-Berichterstattung ist das Statement, hinzu kommen diverse Interviews. Trotz der grossen Anzahl ist deren Gesamtdauer aber recht gering. Dies liegt an der Struktur der Live-Berichterstattung, in deren Mittelpunkt eben das aktuelle Renngeschehen steht. Die eingespielten Statements und kurzen Interviews dienen lediglich der Auflockerung und Zusatzinformation. Sie werden häufig in Form von Splitscreens eingespielt (105 von insgesamt 128 Statements). Splitscreens werden beinahe ausschliesslich im Rahmen der Live-Berichterstattung eingesetzt. Zumeist handelt es sich um vorproduzierte Einschätzungen einzelner Fahrer zur aktuellen Etappe. Sie werden der Rennsituation entsprechend eingespielt, etwa wenn der betreffende Fahrer gerade im Bild ist.

In der Nachberichterstattung dominieren Interviews. Sie sind recht kurz, weswegen sich ihre Anzahl nicht in der Dauer niederschlägt (2004 bilden die Interviews hier zwar die umfangreichste Form, verglichen mit der deutlich geringeren Anzahl an Berichten ist die Gesamtdauer aber nur geringfügig länger; siehe Abb. 3 und 4). Da es sich zumeist um

Abbildung 1: Durchschnittliche Beitragslänge in den einzelnen Sendungsteilen, Tour-Sendungen Juli 2004

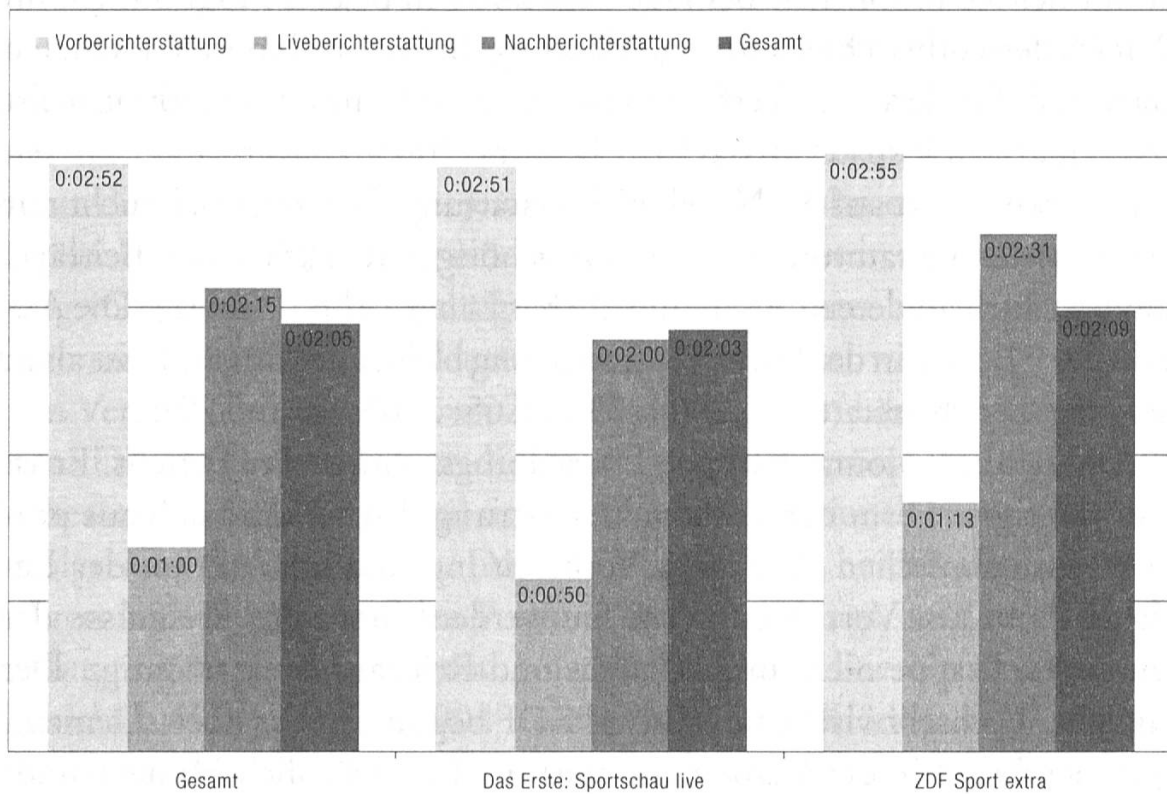


Abbildung 2: Durchschnittliche Beitragslänge in den einzelnen Sendungsteilen, Tour-Sendungen Juli 2005

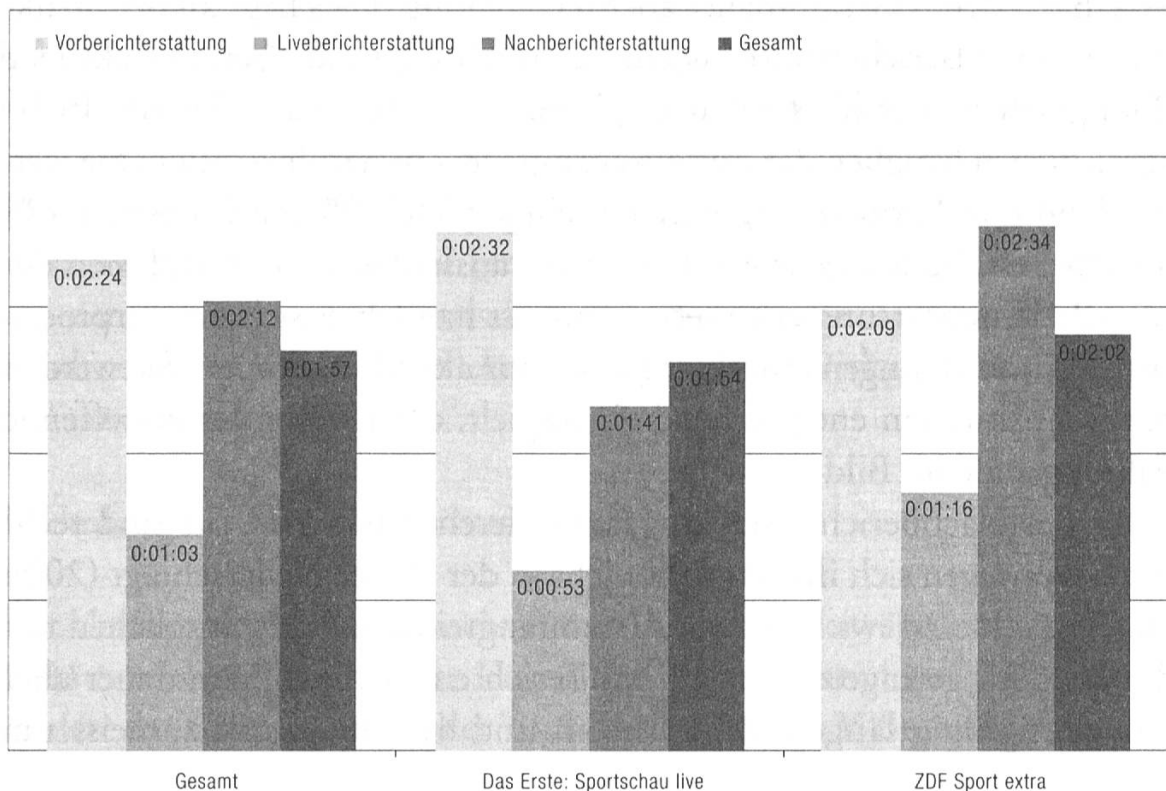


Abbildung 3: Sendedauer journalistischer Darstellungsformen, Tour-Sendungen Juli 2004

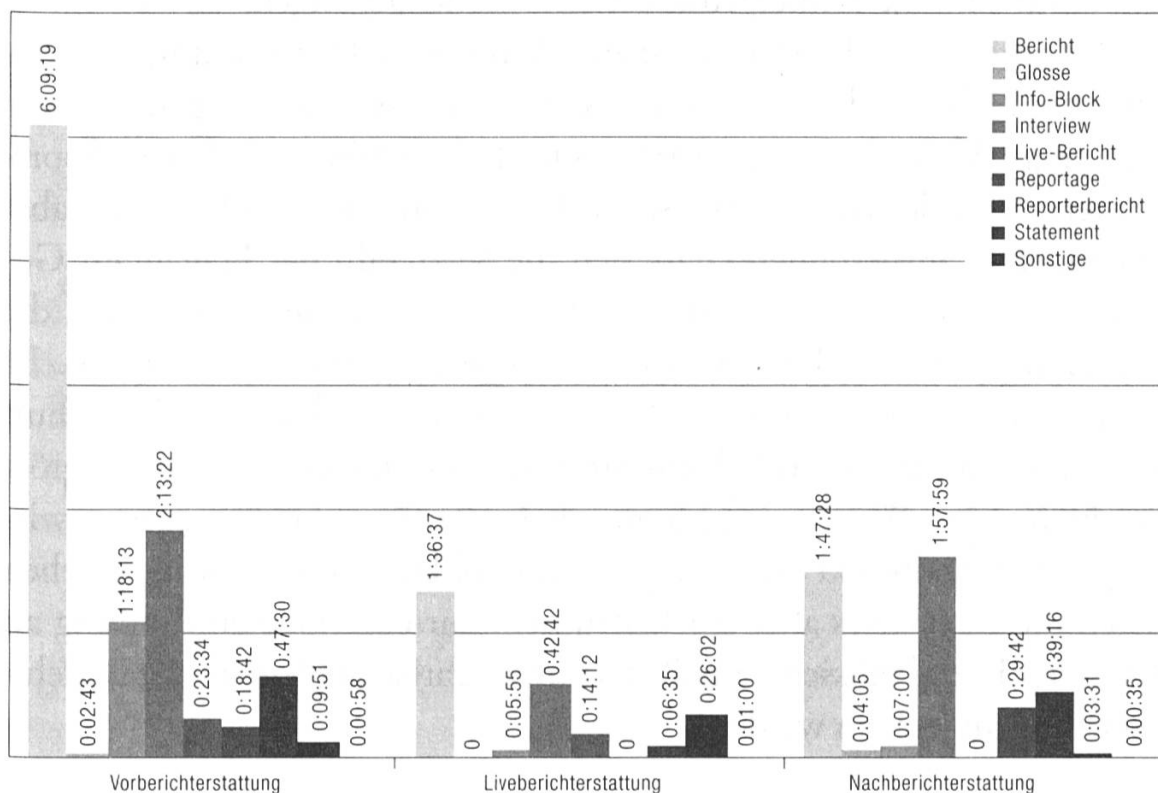
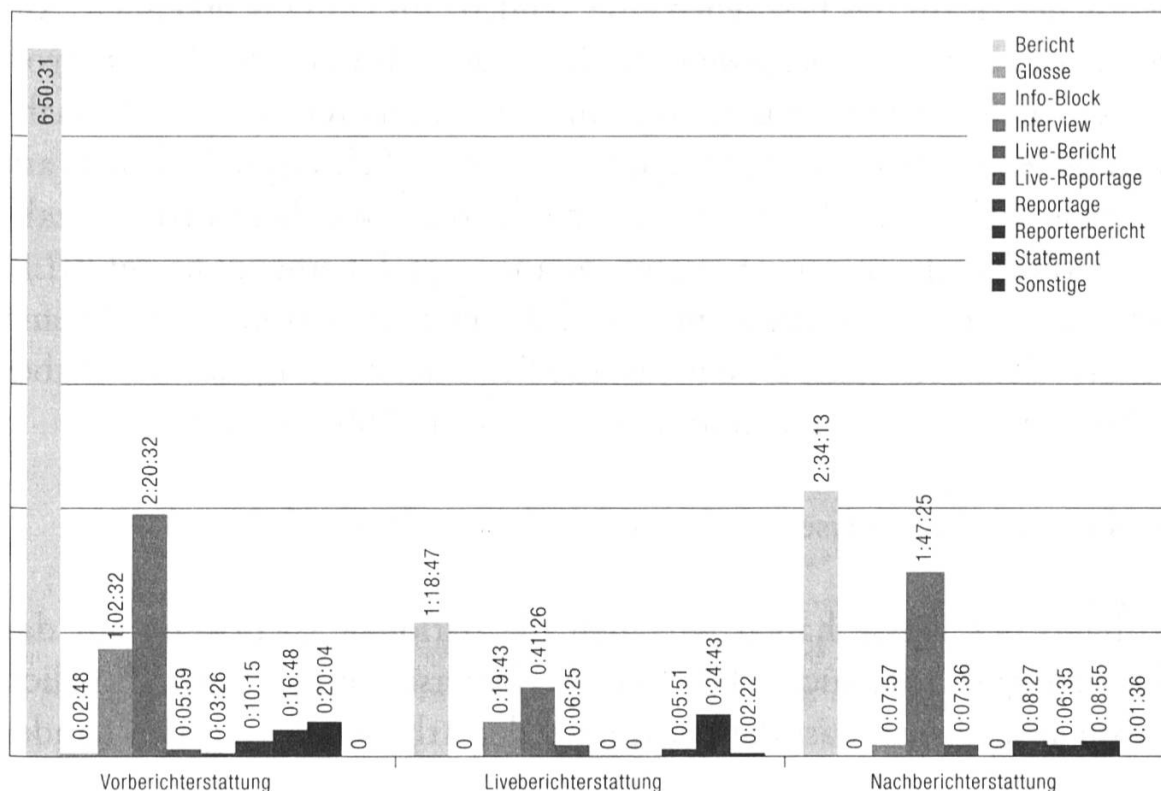


Abbildung 4: Sendedauer journalistischer Darstellungsformen, Tour-Sendungen Juli 2005





Interviews mit gerade im Ziel angekommenen Fahrern handelt, sind diese meist wenig ausführlich. 2005 ist der Anteil dieser Zielinterviews gestiegen, dafür sind die Hintergrundberichte zurückgegangen.

Der grosse Anteil von Interviews scheint einer Inszenierung von persönlicher Nähe zu den Athleten zu dienen. Dieser Form gegenüber kritisch fragt Altdorfer bereits 1989: «Der Informationsgehalt von Sportlerinterviews oder viele Worte um nichts?» (Altdorfer 1989: 107). Dabei bemängelt er insbesondere, dass sich die Mehrzahl der Fragen auf Gefühle und Meinungen zur Situation beschränkt, sowie die Tendenz, die Interviews immer näher am Wettkampfgeschehen durchzuführen. Er bemängelt auch, dass immer mehr Athleten in Interviewtechnik geschult werden, worunter die Ehrlichkeit ihrer Antworten leide. Die immer grössere Nähe zum Wettkampf könnte dem allerdings auch entgegen wirken. Vom Standpunkt grösstmöglichen Publikumsinteresses aus gesehen bieten die Interviews aber ein Instrument zur emotionalen Bindung an das Ereignis und müssen deshalb als unverzichtbares Element der Berichterstattung angesehen werden.

#### 4. Presseberichterstattung

Über den Verlauf des Umfangs der Presseberichterstattung lässt sich viel deutlicher als für das Fernsehen eine Tendenz im Umfang erkennen. Am deutlichsten sticht dabei jeweils der Montag nach Ende der Tour hervor, an dem die Berichterstattung insgesamt am umfangreichsten ist. Ausnahmen bilden hierbei nur BILD und taz, die ihren Schwerpunkt bereits am Samstag vor Tour-Ende setzten, was sich allerdings vor allem an der Anzahl der Artikel, nicht an deren Gesamtumfang zeigt. Überhaupt bringt BILD beinahe an allen Untersuchungstagen die meisten Artikel zum Thema «Tour». Bemessen nach Zeichen ist die Berichterstattung von BILD aber neben der taz am wenigsten umfangreich (siehe Abb. 5 und 6).

#### 5. Nationale Sichtweise

Anhand der Presse haben wir auch die nationale Sichtweise auf das Sportereignis untersucht. Für Sportberichterstattung ist grundsätzlich davon auszugehen, dass die Leistungen der Athleten des eigenen Landes

Abbildung 5: Umfang der Berichterstattung zur Tour de France, Juli 2004

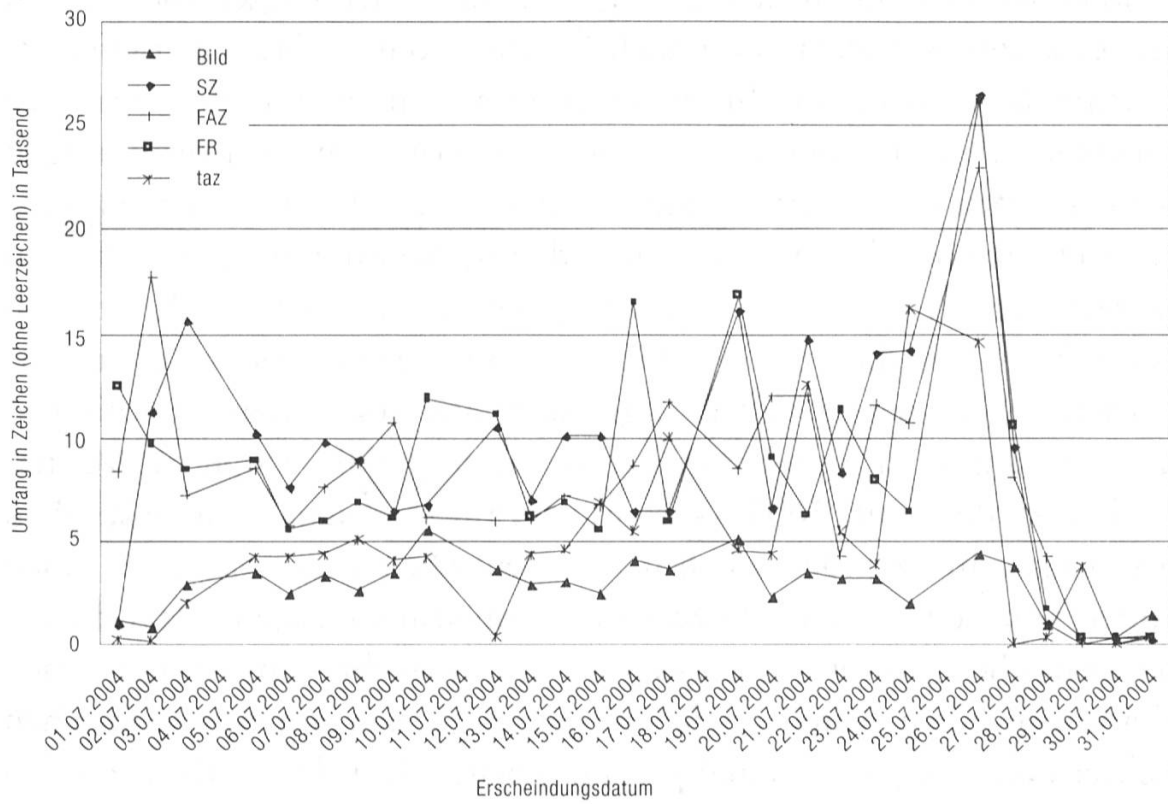
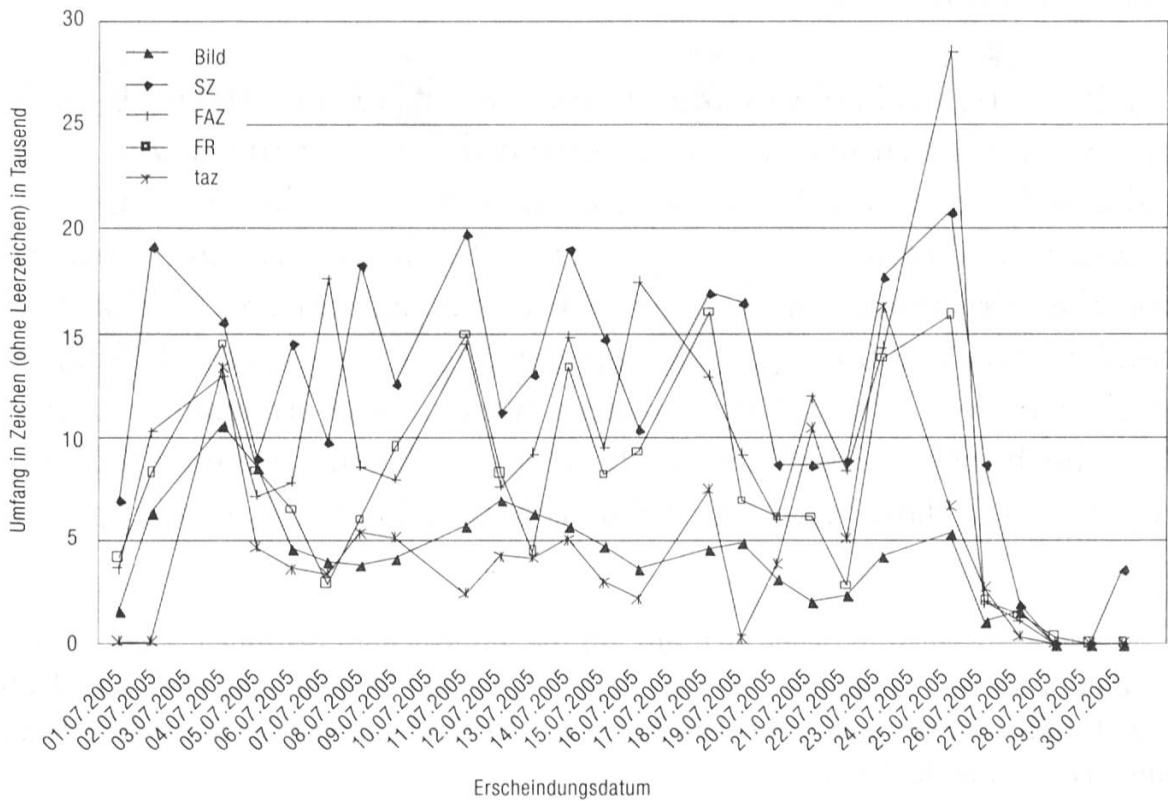


Abbildung 6: Umfang der Berichterstattung zur Tour de France, Juli 2005



in den Mittelpunkt gerückt werden (vgl. Gleich 2000: 513). Diesen Befund können wir durch Auszählung der Namensnennungen von Fahrern ausgewählter Nationen (s.o.) auch für die «Tour de France»-Berichterstattung bestätigen. Sowohl im Durchschnitt, als auch in den einzelnen untersuchten deutschen Tageszeitungen überwiegen die Erwähnungen der deutschen Fahrer ganz eindeutig (Abb. 7 und 8).<sup>1</sup> Deutlich wird die Diskrepanz vor allem wenn man bedenkt, dass die Spanier in beiden Jahren über 30 Fahrer im Tour-Aufgebot hatten, aber nur 15 bzw. 16 deutsche Fahrer die Tour bestritten. Diese Zentrierung auf die eigene Nation wird an der als Vergleichsgrösse herangezogenen österreichischen Tageszeitung «Der Standard» noch deutlicher. 2004 waren fünf Österreicher bei der Tour, 2005 waren es vier. Im «Standard» haben sie aber, wie umgekehrt die Deutschen in den deutschen Tageszeitungen, einen Anteil von über fünfzig Prozent der Namensnennungen. Dass die österreichischen Fahrer – gemessen an ihrer Anzahl – in den deutschen Zeitungen einen Anteil erreichen, der verglichen mit den spanischen Fahrern als überproportional gross erscheint, liegt daran, dass von den fünf gestarteten Österreichern 2004 gleich drei für das deutsche Team Gerolsteiner fuhren.

## 6. Personenzentrierung

Da die deutschen Podiumsfahrer Ullrich und Klöden (2005 nur Ullrich) gesondert erhoben wurden, wird anhand der Auswertungen zur nationalen Sichtweise auch die personenzentrierte Sicht auf die Person Ullrichs deutlich. In allen untersuchten deutschen Zeitungen zusammen machen von allen Erwähnungen deutscher Fahrer die Nennungen Ullrichs 2004 rund 57 % aus, 2005 sogar 61 %. Klöden wird dagegen, obwohl er 2004 zwei Plätze vor Ullrich Paris auf dem zweiten Platz erreichte, mit rund 15 % noch nicht einmal halb so oft erwähnt. Das findet seine Erklärung nur zum Teil darin, dass sich Klödens bessere Form erst relativ spät im

<sup>1</sup> Diese Aussagen beziehen sich nur auf die untersuchten Nationen, nicht auf die absolute Zahl von erwähnten Namen. Die Zahlen und Verteilungen dürfen deshalb nur als Indikator verstanden werden. Aufgrund der Eindeutigkeit des Befundes scheint uns das aber unschädlich.

Abbildung 7: Anzahl Namensnennungen der erhobenen Nationen im Vergleich, Juli 2004

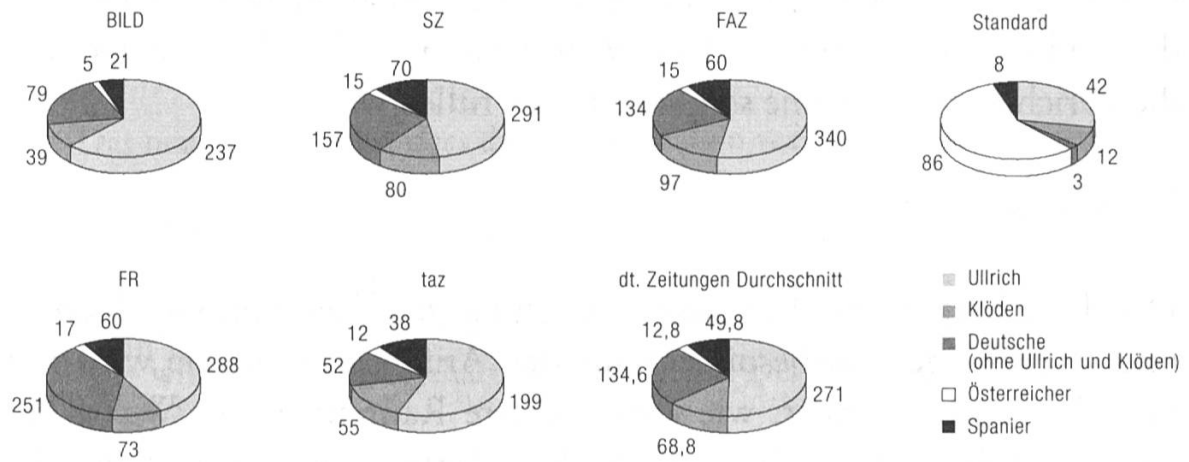
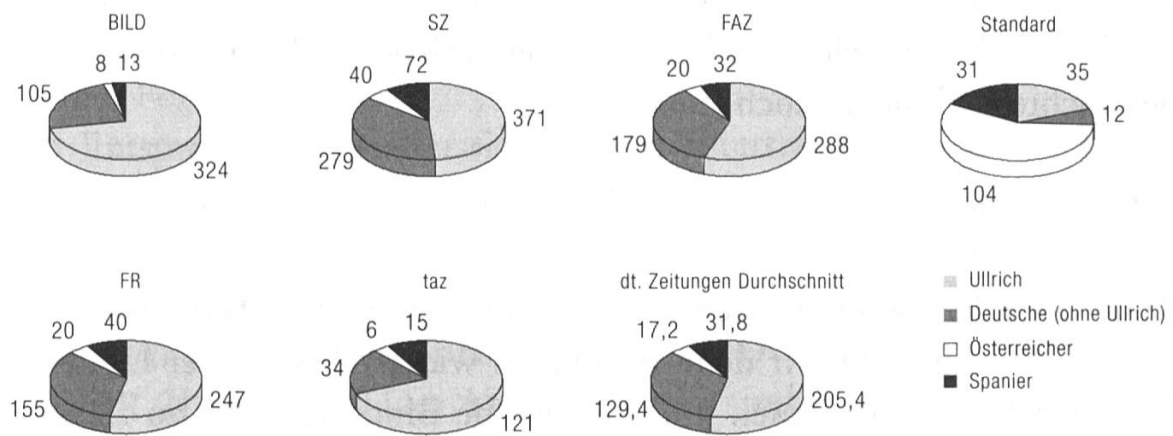


Abbildung 8: Anzahl Namensnennungen der erhobenen Nationen im Vergleich, Juli 2005



Verlauf der Tour herauskristallisierte und er zunächst wie alle anderen Ullrich-Helfer vernachlässigt wurde. Der erste deutsche Tour-Sieger bleibt auch ohne die Wiederholung dieses Erfolgs der bekannteste deutsche Radsportler. Vor dem Hintergrund des Dopingskandals 2006, der das Ende der Karriere Ullrichs bedeuten kann, stellt sich die Frage, wie die Berichterstattung eine so grosse Lücke füllen wird.

## 7. Epos Tour de France

Der Tour haften viele Legenden an, ein ganzer Kreis von Geschichten und Erzählungen, insbesondere aus den Anfangsjahren. Sie wird mit Superlativen bezeichnet, wie «das härteste Radrennen der Welt», das «grösste mobile Sportereignis der Welt», «drittgrösstes Sportereignis der Welt» und so weiter. Der ständige Bezug auf die eigene Historie wird im Glanz der Superlative zu einem Sagenschatz heldenhafter Erzählungen. Die gleichzeitige Fortsetzung des Ereignisses in der Gegenwart lässt auch die derzeitigen Fahrer im Licht dieser Heldenverehrung erscheinen. So wird der Mythos perpetuiert. Roland Barthes hat die Tour als Epos bezeichnet und herausgestellt, wie das Sportereignis «Tour» den literarischen Gesetzmässigkeiten des Genres Epos folgt (Barthes 1986 [1957]). Im Folgenden zeigen wir, wie diese Inszenierung der Tour de France als Heldengeschichte auch heute noch funktioniert.

### 7.1. *Geographie*

Tour-Gründer Desgrange schrieb über den topographischen Aspekt der Tour: «Wie könnten wir dem Vergnügen widerstehen, unser Land auf der Tour kennen zu lernen und mit ihr die Bindung enger zu ziehen.» (zit. nach Altwegg 2003: 2). Die Tour folgt einer, wie Barthes es nennt, Homerischen Geographie. Wie die Odyssee ist das Rennen zugleich eine Rundreise. Über die topographische Landvermessung hinaus soll die Tour aber auch eine «vollständige Erforschung der irdischen Grenzen» sein. Das macht die Tour zur «enzyklopädische[n] Erfassung der menschlichen Räume» (Barthes 1986 [1957]: 28). Diese Räume sind von der Schwere der Prüfung abhängig. Deshalb sind es vor allem schwere Bergetappen, denen besondere Bedeutung zugeschrieben wird.

Eine solche Etappe ist die Etappe nach Alpe d'Huez. Dieser Anstieg wurde 2004 erstmals als Einzelzeitfahren bewältigt. Diese «Erstmaligkeit» zeigt, dass die Tour auf der Höhe der Zeit ist. Denn das Verhältnis von (Sport-)Held und Mythos hat sich laut Gebauer seit der massiven Präsenz des Fernsehens im Leistungssport verkehrt.

Das neue Element ist, dass die Mythen schon vor dem Helden entstehen. Nach dem alten Heldenschema waren die Ereignisse zuerst da. [...] Das neue Schema kehrt die Reihenfolge um: Am Anfang ist der Mythos. Eine ganze Mythenmaschinerie konfektioniert Mythen von der Stange. [...] Wenn der Mythos erfüllt wird, ist das Unerhörte, das Noch-nie-Dagewesene wirklich. Die Botschaft des Helden ist: Der Mythos lebt. (Gebauer 1997: 304f.)

Das Versprechen der 16. Etappe der Tour 2004 lautet: Der Gewinner geht als erster Sieger eines Einzelzeitfahrens nach Alpe d'Huez in die Geschichte ein. Trotz des hier stattfindenden Tauschs in der Legendenbildung enthält der in Aussicht gestellte Mythos ein regressives Element. Es spiegelt sich in den nach früheren Etappensiegern rücklaufend benannten und nummerierten Serpentinien. Erst durch die bestehende Legende, die bereits Mythos ist, kann auch der moderne Held in die Erzählung eingehen. Die Erfüllung des Mythos wird so gleichzeitig zu seiner Fortsetzung.

Entsprechend gestaltet sich die Berichterstattung zu dieser Etappe. Wie bei keiner anderen Etappe wird bereits vor dem Ereignis umfangreich darüber berichtet. Fast alle Zeitungen brachten am Tag der Etappe einen Hintergrundbericht, der die Geschichte und vor allem die Schwierigkeit dieses Anstiegs darstellt (BILD 21.7.04: 12; FAZ 21.7.04: 30; SZ 21.7.04: 31; FR 21.7.04: 22). Der Ankündigungs- und Einstimmungscharakter auf die aktuelle Tagesetappe steht im Vordergrund. Die Einstimmung bedient die Anforderungen an die Erzeugung und Perpetuierung des Mythos. BILD greift dafür zum unüberbietbaren Superlativ: «Heute die spektakulärste Etappe aller Zeiten!» (BILD 21.7.04: 12). «Der Mythos lebt.» beginnt der Bericht der SZ (21.7.04: 21). In der FAZ wird der Mythos wiederbelebt, indem Fausto Coppis Triumphfahrt von 1952 zum ersten Sieg in Alpe d'Huez in der Manier früherer blumig geschilderter Reportagen nacherzählt wird.

Der Schotter unter den Fahrradreifen knirschte, und Jean Robic japste nach Luft. Fausto Coppi, der Campionissimo aus Italien, Tour-Sieger von 1949, brauchte sich nicht umzudrehen, um zu hören, wie der kleine Dickkopf, 1947 Gewinner der ersten Nachkriegstour, sich hinter ihm quälte. [...] Sechs Kilometer lang fuhr Coppi die einsame Strasse entlang, allein dem Etappensieg und seinem zweiten Tour-Sieg entgegen – «uomo solo», der Mann, einsam an der Spitze. (FAZ 21.7.04: 30).

Darin spiegelt sich die enge Verbindung des sportlichen Ereignisses mit der medialen Inszenierung. Ohne die Schilderungen aus vergangenen Tagen, auf die heute noch zurückgegriffen wird, wäre der Mythos unvollständig. Das Einzelzeitfahren wird damit nicht einfach nur zur Fortsetzung der vielen Ankünfte in Alpe d'Huez, sondern es wird eine direkte Verbindung zum ersten Sieger von Alpe d'Huez gezogen.

Auch im Fernsehen werden die Mythologie und die Fortschreibung des Epos bedient. Das Erste blickte dafür gar in Reimform auf die Tour-Geschichte von Alpe d'Huez zurück (Sportschau live 20.7.2004). Geschichtsschreibung in Versen war bisher den Dichtern klassischer Epen vorbehalten. Auch sie dienten der Überlieferung der Vergangenheit und der Mythen einer Gesellschaft. Hier wird an diese Tradition angeknüpft. Das ZDF betrachtete dagegen den Schöpfungsakt der Legende und porträtierte Georges Rajon, einen früheren Hotelier aus Alpe d'Huez, der die Idee für die Fahrt hinauf in den Skiort hatte (ZDF Sport extra 21.7.2004). Dass er das Renngeschehen, heute als Pensionist, vom Balkon seines hoch oben gelegenen Hauses beobachtet (und dabei von der Kamera gezeigt wird) macht den Schöpfungsakt als mythische Geschichte erst vollständig: Der Schöpfer betrachtet sein fertiges Werk. So wird Alpe d'Huez zum Sinnbild der Tour überhaupt, es «steht exemplarisch für die Tour» (ZDF Sport extra 21.7.2004).

Auch die Zuschauer an der Strecke sind in die Inszenierung des Mythos fest eingebunden. Einerseits erscheinen sie so zahlreich an der Strecke um dem Mythos zu huldigen, andererseits bestätigt ihre Begeisterung erst dessen Fortdauer und schreibt ihn weiter. Dabei prägen sie das Bild der Etappe ähnlich stark, wie es Profil und Umgebung tun.

Gestern das Zeitfahren nach L'Alpe d'Huez. Fast eine Million Fans an der 15,5 Kilometer langen Strecke. Armstrong *fliegt durch die 21 Serpentin*en. (BILD 22.7.04: 10b, eigene Hervorhebungen)

Im Einzelzeitfahren *durch ein Meer* von begeisterten Zuschauern nach L'Alpe d'Huez hat Lance Armstrong [...] triumphiert. (FAZ 22.7.04: 30, eigene Hervorhebungen)

Eine Million Menschen! Was für eine Vorstellung. Die Fahrer *bahnen sich durch schmale Gassen inmitten von Menschenmassen* ihren Weg. Geschrei und Anfeuerungen. Manche schütten ihrem Favoriten Wasser über den Kopf. (taz 24.7.04: 13, eigene Hervorhebungen)

Insbesondere das «Eintauchen» in die Menschenmasse zeigt, dass die Fans heute zur «Substanz» der Etappe gehören. Die begeisterte Zuschauermasse und der zu bewältigende Berg erscheinen hier als untrennbare Einheit. Wird der in Aussicht gestellte Mythos erfüllt, wird das schliesslich auch entsprechend goutiert:

Lance Armstrong (32) – *der Überirdische, der Unschlagbare, der gelbe Gigant*. Der Mann aus Texas auf dem Weg zum *besten Radfahrer aller Zeiten*. Sein sechster Tour-Sieg in Folge steht praktisch fest. Das hat *noch nie ein Mensch geschafft*. (BILD 22.7.04: 10b, eigene Hervorhebungen)

Hieran wird gleichzeitig deutlich, dass direkt im Anschluss an die Erfüllung der Prüfung schon der nächste zu erfüllende Mythos (vgl. Gebauer 1997: 304f.) in Aussicht gestellt wird. Ohne den im Superlativ begründeten Mythos kommt die Berichterstattung nicht mehr aus.

## 7.2. Heldenerzählungen

In unserer Untersuchung haben wir überdies festgestellt, dass die Darstellung einzelner Radsportler durch Stilisierung zu Helden geprägt ist. Wie Gebauer für moderne Sportler allgemein festgestellt hat, ist das zu Grunde liegende Erzählmodell das des frühchristlichen Märtyrers. In der Rückschau auf die Lebensgeschichte der Sporthelden offenbart sich dessen «Berufung» bereits in der Kindheit, und im Erwachsenenalter ist er mit seiner «Wundertätigkeit» beschäftigt, die er einem Höheren widmet: «Gott, seinem Land oder den BILD-Lesern.» (Gebauer 1997: 299). Im Helden offenbaren sich aber auch menschliche Schwächen, die Grundlage für Identifikation mit und Faszination für den Helden sind (Gebauer 1997: 299).



Im Jahr 2004 wurde vor allem der junge Franzose Thomas Voeckler als Held dargestellt. Ganz im Sinne von Gebauer, der den Sporthelden als eine «Idol-Person» bezeichnet, die «gleichsam ihre Biografie mit sich [transportiert]» (Gebauer 1988: 133) wird Voeckler in der taz beschrieben: «In nur fünf Tagen ist der 25 Jahre junge Mann zu einem Symbol geworden.» (taz 15.07.04: 19). Das angesprochene Erzählmuster spiegelt sich vor allem in zahlreichen Porträts, die über Voeckler geschrieben und gesendet wurden. Das Erste sendete insgesamt an drei Tagen Porträts über Voeckler (Gesamtdauer: 5:37 min), das ZDF nur an einem (2:39 min), brachte darüber hinaus aber einen Bericht über Voecklers elsässische Grosseltern sowie ein Gespräch mit Voeckler und den Grosseltern (Das Erste: Sportschau live 10.7.2004, 13.7.2004, 20.7.2004; ZDF Sport extra 24.7.2004, 14.7.2004). Auch FAZ und SZ widmeten sich Voecklers Werdegang:

Als er 13 Jahre alt war, verlor er seinen Vater – er ertrank im Meer. Voeckler möchte in der Öffentlichkeit nicht darüber reden, dieser Schicksalsschlag allerdings – das scheint ausser Zweifel zu stehen – prägte seinen Charakter. Didier Rous, einer seiner Kollegen bei Brioches La Boulangère, verweist auf die Härte Voecklers. «Wenn man seine Geschichte kennt, versteht man es.» (FAZ 10.7.04: 34)

Dagegen schilderte die SZ:

Inzwischen wissen seine Landsleute fast alles über den 25-jährigen Aufsteiger mit dem Goldknopf im linken Ohr, obwohl die Zeitungen hier immer noch schreiben, er habe mit 13 seinen Vater an das Meer vor Martinique verloren. Beweise für ein tödliches Unglück auf hoher See gab es jedoch nie, doch Thomas Voeckler redet es sich seit zwölf Jahren so ein. «Denn sonst müsste ich mir ja sagen, dass er mich nicht geliebt hat.» (SZ 17.7.04: 35)

Diese beiden Beispiele zeigen, wie die Kindheitsgeschichte im Sinne der Erzählung über den Radsporthelden (bzw. -heiligen) stilisiert wird. Dass hier zwei unterschiedliche Darstellungen eines Ereignisses vorkommen, bekräftigt die Legende, da vielen Legenden nebulöse Züge anhaften.

Auch das Widmen der Erfolge für ein Grösseres wird inszeniert. In allen Porträts, die im Ersten über Voeckler gesendet wurden, wird da-

rauf verwiesen, dass er für den französischen Radsportnachwuchs insgesamt steht. Es wird ein Auszug aus einem Interview gezeigt, das Voeckler nach dem Gewinn der französischen Meisterschaft gegeben hatte. Darin machte er sich zum Stellvertreter dieses Nachwuchses «in dieser für den französischen Radsport so schwierigen Zeit» (Voeckler in *Das Erste: Sportschau live* 10.7.2004). In der taz weist Moll auf die junge Mannschaft und das höhere Ziel dem sie dient hin:

Sie war eine Neugründung nach dem Dopingskandal von 1998 und sollte für einen Neubeginn im Radsport stehen, für einen Bruch mit den verkrusteten Strukturen und der Kultur des Betrugs. [...] Voeckler hingegen verkörpert Frische, Jugend und Unschuld. (taz 15.7.04: 19)

Auch in der FR erscheint Voeckler als die Verkörperung dieser Intention: «Voeckler steht für eine neue Generation im französischen Radsport. Jung und unbekümmert – vor allem aber unbelastet von der Dopingvergangenheit ihrer älteren Kollegen [...]» (FR 13.7.04: 21). So sieht es auch FAZ-Reporter Seele: «Voeckler also, erst 25 Jahre alt, [...] steht damit, wie Sandy Casar, für die neue, aufstrebende Generation im französischen Profiradsport.» (FAZ 10.7.04: 34). Der Kampf und das Leiden des Helden sind also kein Selbstzweck. Obwohl Voeckler keine Chancen auf den Gesamtsieg eingeräumt werden, «entzückt» er die «Grande Nation» gerade weil er zeigt, dass die grosse Aufgabe erfüllbar ist und er eine «Option auf die Zukunft» (FR 13.7.04: 21) ist.

## 8. Doping

Indem vom Radsportler als einem Helden erzählt wird, öffnet sich durch die Berichterstattung zwischen Radprofis und Zusehern eine Kluft. Moderner Leistungssport bewegt sich weg vom Alltagsleben, «die Wettkämpfe [werden] zunehmend abstrakter, die Athleten aus ihren sozialen und regionalen Bezügen herausgetrennt [...], ihre Leistungen haben utopische Züge erhalten.» (Gebauer 1988: 131). Die Kluft wird zudem vergrößert, wenn die Leistungen der Sportler als quasi übermenschlich und unerreichbar dargestellt werden. Das passiert auch, indem in vielen Zeitungs- und Fernsehbeiträgen die Ernährung der Profis vorgestellt oder die Leistung,

die sie erbringen, mit anschaulichen Beispielen verdeutlicht wird (so in: FR 2.7.04: 16; FR 17.7.04: 24; Standard 16.7.04: 13; FAZ 16.7.05: 30; Standard 18.7.05: 2; ZDF Sport extra 8.7.2004; Das Erste: Sportschau live 6.7.2004; Das Erste Sportschau live 8.7.2005). In allen diesen Berichten bleibt das Fazit im Raum stehen, dass während einer Etappe der Tour de France mehr Energie verbraucht wird, als durch Nahrung allein aufgenommen werden kann. «Veranstaltungen wie die Tour pressen aus den Teilnehmern mehr heraus, als drin ist. [...] Um sie für die Massen attraktiv zu machen, werden Spitzensportler systematisch über das «menschliche Mass» hinaus getrieben.» (Standard 26.7.04: 24). Dadurch wird die Kluft noch vergrößert und es entsteht ein Hohlraum, der unausgefüllt bleibt. Denn es sind offenbar nicht Training und Ernährung allein, die den Unterschied vom Zuseher zum Tour-Helden ausmachen. Weil damit der Spekulation Tür und Tor geöffnet werden, verwundert es nicht, dass Doping immer wieder mit Radsport in Verbindung gebracht wird.

2004 wurde das Thema Doping in 53 Artikeln der hier untersuchten (deutschen) Zeitungen behandelt, 2005 in 37. Die Fernsehberichterstattung ging (ausserhalb von Bemerkungen der Reporter während der Live-Übertragung) 2004 insgesamt fünfmal in insgesamt 11:47 Sendeminuten auf das Thema Doping ein, 2005 in vier Beiträgen und 33:14 Sendeminuten.<sup>2</sup> Der Rückgang dieser Berichte in der Presse einerseits und die Zunahme im Fernsehen andererseits ist vor dem Hintergrund des Dopingskandals 2006 besonders interessant, weil in der Vergangenheit insbesondere die schreibenden Journalisten ihren Kollegen vom Fernsehen einen undifferenzierten Umgang mit der Problematik vorwarfen.

### *8.1. Gesellschaftlicher Rahmen, gesellschaftliche Bedeutung*

Sportereignisse werden als Theatralisierung der Gesellschaft gesehen (vgl. Gebauer 1997: 316). «Sport steht stellvertretend für Verhältnisse, Zustände, Veränderungen und Entwicklungen in der Gesellschaft.» (Ehalt & Weiss 1993: 10). Das bedeutet, dass sportliche Ereignisse als

<sup>2</sup> Die umfangreiche Berichterstattung des Fernsehens 2005 geht hauptsächlich auf einen über zwanzig Minuten langen Bericht des Ersten Programms im Rahmen der Vorberichterstattung zur dritten Etappe zurück.

ein Teilsystem der Gesellschaft funktionieren, das Vorstellungen anderer gesellschaftlicher Systeme nicht nur spiegelt, sondern konzentriert. In der Schnittmenge, die dabei mit anderen Teilsystemen besteht, reproduzieren diese Ereignisse grundlegende Vorstellungen von der Welt. Der Sport trägt zur Reproduktion der Sozialordnung bei (vgl. Alkemeyer 1997: 48f.). Durch solche Mechanismen wird das Auseinanderdriften der aufeinander angewiesenen Teilsysteme verhindert (vgl. Holtz-Bacha 1997: 15, hier bezogen auf die Integrationsfunktion von Medien allgemein). Dem Sport wird immer wieder ein Bezug zu gesellschaftlich anerkannten Werten unterstellt. Dabei wird der Sport wahlweise als «Schule des Lebens» gesehen oder er «lebt die Ideale der Gesellschaft vor – Chancengleichheit und Fairness» (Bürkert 1999: 11). Allerdings ist die ethische Relativierung zwingende Voraussetzung für die Unterstellung des Sports unter allgemein-humanistische ethische Kriterien. «Werte werden nicht gleichsam ‹von selbst› vom Sport vermittelt; sie sind bestenfalls im Sport (mit Hindernissen) zu vermitteln.» (Mieth 1997: 184). Insofern sind die ethisch-moralischen Massstäbe im Sport pädagogischer Natur (Neumann 1989: 93). Von besonderer Bedeutung ist dabei insbesondere die Formulierung der olympischen Idee durch Pierre de Coubertin, der den Sport als eine «Schule für edle Gesinnung und moralische Reinheit» (Ortkemper 1999: 41) bezeichnete. Coubertins Grundsätze beziehen sich zunächst auf die Ausübung des Sports. Da aber insbesondere der Leistungssport ein Zuschauersport ist, beeinflussen diese Grundsätze auch die Sicht auf den Sport. Diese ideologische Basis wurde dem Wettkampf innerhalb olympischer Spiele und damit auch den darin ausgetragenen Sportarten unterlegt. Da die Popularität diverser Sportarten überhaupt erst mit der immer grösser werdenden Bedeutung der olympischen Spiele einherging, wurde der sportliche Wettkampf auch zunehmend unter der Prämisse der darin gesehenen Wertvorstellungen gesehen.<sup>3</sup>

Sport und Sportberichterstattung erfüllen also die Funktion der Reproduktion und Affirmation von Werten, auf denen die Gesellschaft (oder Teile davon) beruht, die sich den Sportereignissen zuwendet. Darüber

<sup>3</sup> In der Rezeption modernen Sports werden diese Werte auf den (Zuschauer-)Sport übertragen und der Sport übernimmt nurmehr eine Vorbildfunktion, ohne die Reproduktion dieser Werte selbst aktiv zu betreiben.

hinaus werden auch parasoziale Beziehungen zu den Sportlern ermöglicht (Gleich 2000: 515), die im einfachsten Fall als Vorbilder anerkannt werden. Vorbildcharakter zugesprochen bekommen dabei vor allem Sportler, die bei der Ausübung ihres Sports bestimmten Wertvorstellungen gerecht werden.<sup>4</sup>

Dem Radsport wurde die olympische Idee jedoch erst ex post angehängt, ohne dass er sich aus ihr heraus formiert hätte. Das liegt zum großen Teil an seiner Entstehungsgeschichte. Von Beginn an wurde Radsport von Männern betrieben, die damit Geld verdienen wollten. Schon um 1900 formierten sich in Paris die ersten «professionels», die mit der wachsenden Popularität der Distanzrennen<sup>5</sup> ein Berufsfeld entdeckt hatten. Dass etwa die Tour de France schon in den 1910er Jahren nicht von Nationalmannschaften, sondern Werksteams bestritten wurde,<sup>6</sup> unterstreicht dieses andere Selbstverständnis des Radsports. Dass dieses sich in der Radsportgeschichte auch fortgesetzt hat, zeigt etwa der immer wieder zitierte Ausspruch Rudi Altigs, der 1966 gegen die Einführung von unangemeldeten Dopingkontrollen schimpfte: «Wir sind Profis und keine Sportler!» (zit. nach Siemes 2003). Die von Coubertin formulierte Idee des Amateursports findet also schon traditionell im Radsport keine Entsprechung. Sobald aber mit dem Sport nicht nur Wettkampfsieg und Anerkennung verbunden sind, sondern der Lebensunterhalt, steigt der Druck auf die Athleten, beständig gute Leistungen abzuliefern (vgl. Bette & Schimank 1995: 107ff.). Von dieser Perspektive aus wäre es dann schon als fahrlässig anzusehen, die Leistungsfähigkeit nicht gezielt zu beeinflussen.

<sup>4</sup> So wurde Jan Ullrich etwa 2003 mit dem World Award ausgezeichnet, weil er, als Armstrong auf einer entscheidenden Bergetappe gestürzt war, keinen Vorteil daraus zog, sondern wartete, bis Armstrong wieder zu ihm aufgeschlossen hatte. Das wurde als Ausdruck von Fairness betrachtet.

<sup>5</sup> Etwa Paris – Roubaix seit 1896 oder Mailand – San Remo seit 1907.

<sup>6</sup> Zuvor stand der Mannschaftsaspekt überhaupt im Hintergrund (vgl. etwa Schoeller 2003: 37 über die ersten «Domestiken»). Auch in den Jahren, in denen die Tour von Nationalmannschaften bestritten wurde (1930 bis 1961 sowie 1967 und 1968) war die Nation weniger wichtig als das Berufsradfahrertum. Das zeigt etwa das Beispiel der luxemburgischen «Nationalmannschaft» von 1956. Sie wurde wegen ihrer Zusammenstellung als «Fremdenlegion» bezeichnet (vgl. Schröder & Dahlkamp 2003: 115f.).

Dem Radsport haftet nicht erst seit der Skandal-Tour 1998<sup>7</sup> und auch nicht erst seit dem neuerlichen Skandal 2006, in den die gesamte Riege der Top-Favoriten verwickelt scheint, das Image einer Doping-intensiven Sportart an. Vielmehr «war Doping ein Jahrhundert lang fast eine Selbstverständlichkeit.» (Hénard 2001). Bereits vor Austragung der ersten Tour de France gab es den ersten Dopingtoten – im Radsport. Arthur Linton, «Ein Walliser, dem sein Manager beim Nonstop-Radrennen über 600 Kilometer von Bordeaux nach Paris das Stärkungsmittel falsch dosiert hatte. 1896.» (Hénard 2001). Der deutsche Radstar Dietrich Thurau selbst sagte 1978 öffentlich, «wer nichts nimmt, der bringt auch nichts», und sein Kollege Altig wurde als «rollende Apotheke» bezeichnet wegen der grossen Menge verschiedener Medikamente, die in seinem Urin identifiziert werden konnten (vgl. Hénard 2001; Schoeller 2003: 138).

Daraus ergibt sich ein Dilemma: Einerseits gilt es als offenes Geheimnis, dass im Radsport (wie in vielen anderen Sportarten) gedopt wird. Andererseits soll der Sport bestimmten Wertvorstellungen entsprechen und ihnen damit Geltung verschaffen. Wie dieser Spagat gelingt, soll im Folgenden gezeigt werden.

## 8.2. Was ist «sportlich»?

Berichterstattung über Doping kommt in den beiden hier untersuchten Zeiträumen eher am Rande vor. In den Zeitungen beschränkt sie sich zum grossen Teil auf kleine Meldungen. Im Fernsehen kommt sie beinahe nur in unvermeidlichen Fällen vor. Berichte über touristische Attraktionen Frankreichs nehmen dagegen viermal soviel Zeit in Anspruch.<sup>8</sup> Das erweckt den Eindruck, dass Doping im Radsport zwar auftritt, aber keineswegs ein grundlegendes Element oder Problem desselben ist. Dieser Eindruck wird verstärkt, wenn die Moderatorin der Sportschau, Monica Lierhaus, im Anschluss an Beiträge zu aktuellen Dopingfällen den Anschluss an die weiteren Themen der Sendung jeweils mit dem Hinweis,

<sup>7</sup> Damals kamen durch zahlreiche Polizeimassnahmen viele Dopingfälle ans Licht. Wegen Verhaftungen und Tourausschlüssen sowie Abreisen aus Protest fuhr gerade mal die Hälfte der gestarteten Fahrer bis nach Paris (vgl. dazu insbes. Knobbe 2000: 165ff.).

<sup>8</sup> Bezogen auf die Berichterstattung zur Tour de France in den hier untersuchten Zeiträumen.

sich nun wieder dem «Sportlichen» zuwenden zu wollen, vollzieht. 2004 zum Ausschluss der beiden Profis Hvastija und Casagranda:

Es ist schwer da Licht ins Dunkel zu bringen. Wir werden diese Entwicklung auf jeden Fall weiter für Sie beobachten, *wenden uns jetzt aber doch erstmal wieder den sportlichen Dingen zu.* (Lierhaus in Sportschau live vom 13.7.2004, eigene Hervorhebung)

2005 zur Verhaftung Frigos:

Es wird zumindest etwas getan und das ist die gute Nachricht dabei. Es sind schon weit über einhundert Fahrer getestet worden bei dieser Tour. *Jetzt aber zurück zum Sportlichen.* (Lierhaus in Sportschau live vom 13.7.2005, eigene Hervorhebung)

Als sportlich gilt nur der faire Wettkampf, Doping dagegen gilt als unerlaubter Wettbewerbsvorteil und damit als unsportlich. Diese Unterscheidung wird aber mit der Hinwendung zum «Sportlichen» nicht getroffen. Vielmehr heisst es, dass Doping mit dem Sport – mit der Tour – nichts zu tun hat und der sportliche Wettkampf davon unabhängig zu betrachten ist.

### 8.3. Schwarze Schafe

Aber auch ein weiterer wichtiger Aspekt wird in den zitierten Worten Lierhaus' deutlich: Dopingvergehen werden in der Regel als Einzelfälle dargestellt (vgl. hierzu auch Bürkert 1999: 11). Am deutlichsten wird dies in den Äusserungen des Tour-Direktors Leblanc über den Fall Frigo während der Tour 2005. Auf einer diesbezüglichen Pressekonferenz sagte er: «Er gehört praktisch zu einer marginalen Spezies in Hinblick auf das neue Verhalten das wir von allen erwarten.» (Leblanc in Sportschau live 13.7.2005). Sein designierter Nachfolger Prudhomme gab dann auch gleich zu verstehen: «Ein Schlag für die Tour ist es nicht. Derzeit ist es ein Einzelfall.» (FAZ 14.7.04: 28).

Dass die Einzelfalltheorie nicht plausibel ist (Bürkert 1999: 11), spielt für die Berichterstattung keine Rolle. Nur Einzelfälle fügen sich in die Funktionsweise des Wertediskurses im Sport ein. «Der Kampf gegen Doping hat etwas Zweideutiges: Er darf, um des Effekts willen, nie ganz

gelingen.» (Schoeller 2003: 140). Ein vollkommen von Betrug durchzogenes System wäre aber, unabhängig von der Akzeptanz die es dennoch erlangen könnte, auch nicht geeignet zur Darstellung, Vermittlung und Bestätigung von Werten.

Vor dem Hintergrund dieses Befundes bleibt abzuwarten, wie die Sportberichterstattung nach dem Dopingskandal von 2006 mit Doping umgehen wird. Der Aktionismus in den sie verfallen ist (allerdings mit dem Tour-Beginn erst sehr spät, immerhin war das spanische Dopinglabor bereits im Mai ausgehoben worden und standen Vorwürfe gegen die nun verwickelten Fahrer auch seither im Raum), wird sich nicht aufrecht erhalten lassen, da er das Sportereignis in den Hintergrund drängt. Gleichzeitig ist die Einzelfallbetrachtung genau dadurch nun unglaublich geworden.

#### *8.4. Dopingtests*

Eine ebenfalls wichtige Funktion um dem Generalverdacht zu begegnen, haben die Auskünfte über die stattgefundenen Dopingtests. In BILD etwa entfielen sieben Meldungen (beide Jahre zusammen) nur auf die Mitteilung, dass Fahrer getestet wurden.

Kontrollen: 33 Rennfahrer aus den vier Rennställen RAGT, Domina Vacanze, Lotto-Domo und Euskaltel mussten sich Doping-Kontrollen unterziehen. Keine Probleme. (BILD 9.7.04: 8)

73 Fahrer getestet: Der Weltverband UCI hat an den letzten beiden Tagen 73 Fahrer aus 13 Teams auf Doping untersucht. Alle sauber! (BILD 22.7.04: 10a)

Dabei ist diese Information selbst wenig aussagekräftig. Das Publikum erfährt nicht, wie die Tests stattgefunden haben, wie zuverlässig sie sind oder auf welche Substanzen überhaupt getestet wurde. Wichtig erscheint vielmehr die erlösende Botschaft: «Alle sauber!».

Wie wenig Substanz diese Hinweise haben, wird wiederum an einigen Einzelfällen deutlich. Frigo wurde 2005 von der Tour ausgeschlossen, weil sein Frau dem Zoll mit einer Wagenladung medizinischer Präparate aufgefallen war. Die Cofidis-Affäre speiste sich hauptsächlich aus polizei-



lichen Ermittlungen und den anschliessenden umfassenden Einlassungen einiger Fahrer und nicht aus positiven Dopingtests (vgl. OQ sowie taz 4.7.05: 5). Bestätigt wird dies nun durch den grössten Dopingskandal des Radsports 2006: Grundlage für den Ausschluss der betroffenen Fahrer waren keine positiven Tests, sondern die Ermittlungen der spanischen Behörden. Positiv getestet wurde nur der Tour-Sieger Landis. Nur eine einzige der vielen von ihm abgegebenen Proben war positiv.

Die Rede von den umfangreichen und abschreckenden Dopingtests benötigt aber andererseits gerade die Einzelfälle derer, die ertappt werden. Sie dienen der Bestätigung der Zuverlässigkeit der Testmethoden. Erst die Übertretung der Regel kann geächtet werden. Die Affirmation der Wertvorstellungen geschieht gerade durch den Ausschluss derer, die sich nicht nach ihnen richten. Indem auf die Einzelfälle mit Fingern gezeigt werden kann, wird die moralische Integrität des Radsports bestätigt. So besteht hier ein Paradoxon: Der Radsport hat genau so lange kein Doping-Problem, so lange er einzelne Doping-Fälle hat. So ist zu erwarten, dass der Skandal von 2006 als eine grosse Reinigung des Radsports in Erinnerung bleiben wird, vor deren Hintergrund die Zuschauer sich guten Gewissens den neuen Stars zuwenden können.

### *8.5. Status quo beibehalten*

Die «Tour de France»-Berichterstattung befindet sich in einem Dilemma. Einerseits entspricht die Dopingproblematik dem Nachrichtenfaktor Negativismus (vgl. hierzu etwa Loosen 1998: 83f., 133f.) und erhöht damit die Aufmerksamkeit des Publikums. Andererseits besteht die Gefahr, dass sich das Publikum von der Sportart abwendet, wenn sie vom Betrug bestimmt zu sein scheint. Zudem fördert jeder Skandal «letztendlich die Aufmerksamkeit und bündelt sie auf das Ereignis. [...] Der Skandal dopt das Ereignis. Seht her, wie scharf der Wettkampf zwischen Dopingfachleuten und Dopingaufklärern ist und wie offen der Ausgang» (Schoeller 2003: 140).

Insofern ist der Status quo ein ausgewogener. Da Doping verboten bleibt, besteht ein Minimalkonsens über die Geltung im Sport dargestellter und gültiger Werte. Ihre Darstellung und Rezeption über den Sport kann im Publikum affirmativ wirken. Diese Affirmation ist aber auf die

Ächtung derer, die sich nicht an diesen Werten orientieren, angewiesen. Gleichzeitig entbinden solche Fälle von dem beständigen Hinweis auf «saubere Leistungen», wodurch nur der Verdacht verstärkt würde. Das Publikum wird in die Lage versetzt, sich auch auf weitere im Sport dargestellte Werte wie Einsatzbereitschaft, Askese, Zielstrebigkeit und Teamgeist (vgl. Schröder & Dahlkamp 2003: 11) zu konzentrieren. Doping wird im Stillen akzeptiert, aus Realitätssinn und als Preis des Heldentums (Altwegg 2003: 2). Schliesslich sind Werte nicht die zunächst gesuchte Gratifikation des Publikums. Im Vordergrund steht der hohe Unterhaltungsfaktor, der durch einen spannenden Wettkampf entsteht (vgl. Gleich 2000: 512). Dieser soll allerdings auch «echt» sein. Und zu diesem Echtheitsempfinden gehört auch die Geltung bestimmter Werte im Sport. Diese aufrecht zu erhalten, gehört zur Funktionsweise der «Tour de France»-Berichterstattung. Damit bleibt die Tour de France für den Zuseher vor allem Aufführungsort des sportlichen Dramas, des Kampfes und der Bewährung des Helden.

## Literatur

- ALKEMEYER, THOMAS (1997). «Sport als Mimesis der Gesellschaft». In: Hildenbrandt, Eberhard (1997). Sport als Kultursegment aus Sicht der Semiotik, Hamburg: Czwalina.
- ALTDORFER, HANS (1989). Der Informationsgehalt von Sportlerinterviews oder Viele Worte um nichts?. In: ALTENBERGER, HELMUT (Hrsg.) (1989). Das Bild des Sports in den Massenmedien, Erlensee: SFT: 107–113.
- ALTENBERGER, HELMUT (1989). Das Bild des Sports in den Massenmedien. Bericht über einen Workshop der Forschungsgruppe Unterrichtsmedien im Sport in Sion/Schweiz, Erlensee: SFT.
- ALTWEGG, JÜRIG (2003). Hundert Jahre Herz und Stahl. Frankreichs «grosse Schleife» als Epos seiner Geschichte und Geographie. *FAZ* 5.7.2003: 1–2.
- BARTHES, ROLAND (1986 [1957]). Die Tour de France als Epos. In: HORTLEDER, GERT & GEBAUER, GUNTER (Hrsg.) (1986). Sport – Eros – Tod, Frankfurt: 25–36.
- BETTE, KARL- HEINRICH & SCHMIMANK, UWE (1995). Doping im Hochleistungssport. Anpassung durch Abweichung, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- BÜRKERT, JOACHIM (1999). Auf der Strecke geblieben. Was die Idee vom Fair Play im Sport so beschädigt hat. *FAZ* 3.7.1999: 11.
- EHALT, HUBERT CH. & WEISS, OTMAR (1993). Sport als kulturelles und gesellschaftliches Gebilde. In: dies. (Hrsg.) (1993). Sport zwischen Disziplinierung und neuen sozialen Bewegungen, Wien/Köln/Weimar: Böhlau.

- GEBAUER, GUNTER (1997). Die Mythen-Maschine. In: CAYSA, VOLKER (1997). Sportphilosophie, Leipzig: Reclam.
- GEBAUER, GUNTER (1988). Die Masken und das Glück. Über die Idole des Sports. In: GEBAUER, GUNTER (Hrsg.) (1988). Körper- und Einbildungskraft. Inszenierungen des Helden im Sport, Berlin: Reimer.
- GLEICH, ULI (2000). Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. *Media Perspektiven* 11/2000: 511–516.
- HÉNARD, JAQUELINE (2001). Wer nichts nimmt, der bringt auch nichts. *ZEIT* 28.6.2001: 45
- HOLTZ-BACHA, CHRISTA (1997). Das fragmentierte Medien-Publikum. Folgen für das politische System. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 42/1997: 13–21.
- KNOBBE, THORSTEN (2000). Spektakel Spitzensport. Der Moloch aus Stars, Rekorden, Doping, Medienwahn, Sponsorenmacht, Münster: Lit.
- LOOSEN, WIEBKE (1998). Die Medienrealität des Sports: Evaluation und Analyse der Printberichterstattung, Wiesbaden: DUV.
- MIETH, DIETMAR (1997). Jenseits aller Moral – Ersatzreligion Sport. *Sportwissenschaft* 27/1997: 180–185.
- MOLL, SEBASTIAN (2003). Die Ereignismaschine. Zeitungsreporter haben einst die Tour de France erfunden – heute müssen sie sich gegen das Fernsehen behaupten. *FR* 26.07.2003: 15.
- NEUMANN, HERBERT (1989). Problemfelder zur besonderen Verantwortung der Massenmedien im Hinblick auf ethisch-moralische Massstäbe im Sport. In: ALTENBERGER, HELMUT (Hrsg.) (1989). Das Bild des Sports in den Massenmedien, Erlensee: SFT: 93–95.
- ORTKEMPER, HUBERT (1999). Ein Leben wie die Schweine. Gedopte Vorbilder: Schon in der Antike zeigte der Leistungssport sein wahres Gesicht. Schön ist es nicht. *ZEIT* 24.6.1999: 41.
- SCHOELLER, WILFRIED F. (2003). Kleines Lexikon der Tour-Mythen. Triumphe, Kuriositäten und Rekorde, Frankfurt a.M.: Eichborn.
- SCHRÖDER, RALF & DAHLKAMP, HUBERT (2003). Nicht alle Helden tragen Gelb. Die Geschichte der Tour de France (2., aktualisierte Auflage), Göttingen: die Werkstatt.
- SIEMES, CHRISTOF (2003). Sklaven der Presse. 100 Jahre Tour de France: Von Anfang an war das Radrennen fest in der Hand der Medien. *Zeit* 27/2003: 76.

### *Onlinequellen*

OQ: <http://www.stern.de/sport-motor/sportwelt/?id=519308> [23.11.2005].

### *Primärquellen*

(Da die zitierten Primärquellen häufig einfache Meldungen oder Berichte ohne Autorenangabe sind, wird auf Namensangaben verzichtet. Alle Artikel sind nach Zeitung geordnet und jeweils Datum, Titel und Seite angegeben. Bei mehreren Artikeln auf einer Seite ist zusätzlich ein Index angegeben.)

## BILD

- 09.07.04: Kontrollen: 8
- 21.07.04: Der Berg der Qualen: 12
- 22.07.04: 73 Fahrer getestet: 10 (a)
- 22.07.04: Der gelbe Gigant: 10 (b)
- 11.07.05: Endlich wieder ein deutscher Held!: 1

## FAZ

- 10.07.04: Gelbträger Voeckler entzückt Frankreich: 34
- 14.07.04: «Radprofis sind nicht die Kanalaratten im Sport»: 28
- 16.07.04: Vom Rennpferd zum Packesel: 32
- 21.07.04: Höhenrausch auf der D 211: 30
- 22.07.04: «Keine gute Idee»: Und doch ist Armstrong unbesiegbar: 30
- 16.07.05: Das grosse Fressen: 30

## FR

- 02.07.04: Mit einfachem Rezept zum Tour-Sieg – auch am heimischen Grill: 16
- 13.07.04: Die Lust am Augenblick» 21
- 17.07.04: Der pure Genuss: 24
- 21.07.04: Nichts für Klaustrophobiker: 22

## Standard

- 16.07.04: Wer viel isst, wird trotzdem weniger: 13
- 18.07.05: Was die Verbrennungsmaschinen tanken: 2
- 26.07.04: Rübezahl hat auch nicht gedopt: 24

## SZ

- 17.07.04: Das Lächeln der Tour: 35
- 21.07.04: Angst vor der Fahrt zur Insel der Sonne: 31
- 14.07.05: Signora Frigos kriminelles Gepäck: 31

## taz

- 15.07.04: Gelber Betriebsunfall: 19
- 24.07.04: Verfluchter Berg!: 13
- 04.07.05: Gewinner auf die krumme Tour: 5

