

## Die Konstruktion nationaler Identität in der österreichischen und Schweizer Sportberichterstattung: eine qualitative Inhaltsanalyse zur Fussball-Europameisterschaft 2008

Kneidinger, Bernadette

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Zeitschriftenartikel / journal article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kneidinger, B. (2010). Die Konstruktion nationaler Identität in der österreichischen und Schweizer Sportberichterstattung: eine qualitative Inhaltsanalyse zur Fussball-Europameisterschaft 2008. *SWS-Rundschau*, 50(2), 164-186. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-321220>

### Nutzungsbedingungen:

*Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.*

*Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.*

### Terms of use:

*This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.*

*By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.*

# Die Konstruktion nationaler Identität in der österreichischen und Schweizer Sportberichterstattung

## Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Fußball-Europameisterschaft 2008

Bernadette Kneidinger (Wien)

Bernadette Kneidinger: *Die Konstruktion nationaler Identität in der österreichischen und Schweizer Sportberichterstattung – eine qualitative Inhaltsanalyse zur Fußball-Europameisterschaft 2008* (S. 164–186)

Nationale Identitäten haben auch im Zeitalter einer zunehmenden Globalisierung nicht an Bedeutung verloren. Besonders deutlich wird dies bei sportlichen Großveranstaltungen wie Olympischen Spielen oder Fußball-Weltmeisterschaften bzw. -Europameisterschaften. Die Medienberichterstattung über diese Ereignisse ist von einer starken Betonung nationaler Identität geprägt, der sportliche Wettkampf wird zu einem Wettkampf zwischen den Nationen, die SportlerInnen werden zu nationalen HeldInnen hochstilisiert. Im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse der medialen Berichterstattung in einer österreichischen und einer Schweizer Boulevardzeitung zur Fußball-Europameisterschaft 2008 wird gezeigt, wie in den beiden Ländern auf unterschiedliche Weise nationale Identität aktualisiert wird und welchen Stellenwert dabei der Aspekt des Multikulturalismus der eigenen Nation einnimmt.

*Schlagworte: nationale Identität, Multikulturalismus, Sportberichterstattung, Fußball-Europameisterschaft 2008, Inhaltsanalyse*

Bernadette Kneidinger: *National Identity Construction in Austrian and Swiss Sports Media Coverage – a Qualitative Content Analysis of the European Football Championship 2008* (pp. 164–186)

National identities have not lost their importance, even not in an era of globalization. This is particularly obvious for major sport events like the Olympic Games or the Football World Cup, respectively the European Football Championship. Media coverage of these events incorporates a major emphasis focusing on national identity, sportive competition turns into a competition between nations and athletes receive a status of national heroes. The qualitative content analysis of media coverage of an Austrian and a Swiss popular newspaper during the European Football Championship 2008 shows how media, in these two countries, construct national identity differently and what the status of multiculturalism is for the own nation.

*Keywords: national identity, multiculturalism, sports media coverage, European Football Championship 2008, content analysis*

## 1. Einleitung

Dass sportliche Wettbewerbe mehr als nur das reine Kräfteressen zwischen unterschiedlichen SportlerInnen bzw. Mannschaften sind, wird besonders bei Großereignissen wie der Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika 2010 und der Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich und der Schweiz eindrucksvoll vor Augen geführt. Alte Rivalitäten, wie etwa die jahrzehntelange »Hass-Liebe« zwischen Österreich und Deutschland werden von den Medien im Vorfeld eines sportlichen Aufeinandertreffens regelmäßig mit einer gegenseitigen nationalen Charakterisierung begleitet: So werden etwa die Deutschen als fleißig, aber auch als humorlos beschrieben, während die Österreicher als gemütlich, aber auch etwas distanziert dargestellt werden (Reiterer 1988, Paier 1996). Diese gegenseitigen Charakterisierungen zeigten sich beispielsweise auch in der Reaktion einer österreichischen Boulevardzeitung auf die von der deutschen »Bild Zeitung« angeführten »30 Gründe, warum Ösis oft auch Dösis sind« (Bild Zeitung, 14. 6. 2008), auf die wenige Tage später mit den »20 Gründen, warum Deutsche Piefke bleiben« (Österreich, 17. 6. 2008) gekontert wurde.

Genau an diesem Punkt setzt dieser Artikel an, der aufzeigen soll, wie während der Fußball-Europameisterschaft 2008 in den beiden auflagenstärksten Boulevardzeitungen der Austragungsländer Österreich und Schweiz nationale Identität thematisiert, konstruiert und inszeniert wird. Es wird dabei die Selbstdarstellung der jeweiligen Nation auch vor dem Hintergrund der Charakterisierung der jeweiligen Fußballgegner analysiert. Weiters wird gezeigt, welchen Stellenwert der Faktor des Multikulturalismus innerhalb der eigenen Gesellschaft für die Konstruktion eines Nationenbildes in der Berichterstattung hat. Dies soll Aufschluss darüber geben, wie innerhalb der Medienberichterstattung nationale Identität einerseits durch Abgrenzung, andererseits aber auch durch Integration von anderen Kulturen und Nationen zum Ausdruck kommen kann.

Die inhaltsanalytische Untersuchung erfolgte im Februar 2009 im Rahmen des Drittmittel-Projekts »Medien – Patriotismus – Integration«, das seit Juni 2008 unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Jürgen Grimm am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien und unter Förderung des Vereins für »Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF)« sowie des »Verein(s) zur Förderung der Medienforschung e. V. (VFM)« durchgeführt wird. Dieser Aufsatz stellt dabei das nationale Selbstbild Österreichs und der Schweiz in den Mittelpunkt und demonstriert, inwiefern ausgewählte Medien nationale Identifikationsangebote im Umfeld eines sportlichen Großereignisses vermitteln.

Die Sportberichterstattung bietet sich für die Analyse nationaler Identität besonders an, da im Rahmen sportlicher Veranstaltungen ganz im Sinne des »banal nationalism« (Billig 1995) nationale Symbole nahezu unbemerkt in den Alltag integriert werden. Die Medien erfüllen dabei in der modernen Kommunikationsgesellschaft eine zusätzliche Verstärkerfunktion, indem sie die nationalen Symbole nicht nur in die Berichterstattung aufnehmen, sondern sie (größtenteils) sogar in den Fokus der medialen Darstellung nehmen bzw. selbst aktiv nationale Bilder konstruieren. Somit bieten sie den Menschen

eine breite Palette an Identifikationsmöglichkeiten mit der Nation. Auf diese Weise wird Benedict Andersons Konzept der »imagined community« (Anderson 2005) im Bereich der Sportberichterstattung besonders offensichtlich: Eine Gemeinschaft, die sich auch ohne Face-to-Face-Kontakt zwischen Personen eines Landes entwickelt und die allein auf einem geistig-emotionalen Zugehörigkeitsgefühl beruht.

Der Artikel geht zunächst der Frage nach, was »nationale Identität« ausmacht und wie sie sich im Alltag des Menschen ausdrückt (Kap. 2.1). In der Folge wird gezeigt, welche Bedeutung der Sport bei der Vermittlung nationaler Identitäten hat und wie die Medienberichterstattung nationale Symbole konstruiert (Kap. 2.2 und 2.3). Anschließend werden die Fragestellungen, das Datenmaterial und die Methodik der durchgeführten inhaltsanalytischen Untersuchung erläutert (Kap. 3) sowie die Auswertungsergebnisse präsentiert (Kap. 4). Den Schluss bildet ein Resümee, das auf mögliche weiterführende Analysen zur Bedeutung der Sportberichterstattung für die nationale Identitätskonstruktion hinweist.

## 2. Theoretischer Hintergrund

### 2.1 Nationale Identität

Nationale Identität stellt einen wichtigen Teil der sozialen Identität jedes Menschen dar: Sie entwickelt sich im Rahmen des Sozialisationsprozesses in der Interaktion mit anderen Personen, Gruppen und Nationen. Was aber macht die »nationale Identität« nun konkret aus? Was entscheidet, ob wir uns als ÖsterreicherIn, EngländerIn oder US-AmerikanerIn sehen?

Heyder und Schmidt definieren »nationale Identität« folgendermaßen:

*»Nationale Identität bezieht sich demnach auf den Aspekt der Identifikation mit einer Gruppe, hier mit einer Nation. Sie drückt zunächst die Stärke des Zugehörigkeitsgefühls zur Nation aus, so wie es individuell wahrgenommen wird. Die Emotionen, die der einzelne mit der Nation als Ganzes verbindet bzw. mit einzelnen Aspekten, wie der Geschichte, der Kultur, der Wirtschaft, gehören zur Bewertung der Nation«*  
(Heyder/Schmidt 2002, 72–73).

Wie bei jeder Form der Identitätsbildung ist auch nationale Identität immer mit einer Abgrenzung von anderen (Individuen oder Gruppen) verbunden, indem über Gleichheiten innerhalb der eigenen Gruppe sowie über Unterschiede zu anderen Gruppen die Zugehörigkeit zu einer nationalen Identität festgelegt wird (Jenkins 1996, 4, Morley/Robins 1995, 45). Bei diesem Vergleichsprozess zeigt sich häufig das menschliche Bestreben nach einer möglichst positiven Selbstbewertung im Vergleich mit den anderen Gruppen bzw. Nationen. Dieser Aspekt ist auch in der medialen Sportberichterstattung immer wieder zu beobachten (Haller 1996, 41, Lehtonen 2005, 61, Mielke 2000, 22–23).

Der Vergleichsprozess im Sinne einer Gegenüberstellung von nationalem Selbstbild und Fremdbild spielt für die Einbettung bzw. Darstellung von MigrantInnen und

Minderheiten innerhalb der eigenen Nation eine Rolle. Diese können entweder als Fremdanteil innerhalb der eigenen Gruppe dargestellt werden oder aber als integraler Bestandteil einer multikulturellen nationalen Identität. Dieser Faktor soll im Rahmen der durchgeführten Inhaltsanalyse berücksichtigt werden, indem untersucht wird, wie Nationalspieler mit Migrationshintergrund in der Fußball-Berichterstattung präsentiert werden.

## 2.2 Sport als Transporteur nationaler Identität

Sportliche Wettkämpfe stellen in der Gegenwart eine der wenigen Gelegenheiten dar, bei denen noch sehr offensiv nationale Zugehörigkeit gezeigt wird (Horak/Marschik 1996). Sportliche Wettbewerbe hatten im Zeitalter von Vielvölkerstaaten bis zum Ersten Weltkrieg noch die primäre Funktion, durch die Zusammenführung einzelner Völker die Einheit des Gesamtstaats zu stärken bzw. ein Sicherheitsventil für Spannungen zwischen den Gruppen zu bieten. Diese Funktion des Sports wandelte sich zwischen den beiden Weltkriegen schnell zum Ausdruck nationaler Kämpfe, die über SportlerInnen ausgetragen wurden (Hobsbawm 2005, 168). Erklären lässt sich die nach wie vor große Bedeutung des Sports als Vermittler bzw. Ausdruck nationaler Identität in erster Linie durch »die Mühelosigkeit, mit der sich selbst die politisch oder öffentlich uninteressierten Individuen mit der Nation identifizieren können« (ebd., 169), indem das eher abstrakte Konzept der Nation von erfolgreichen SportlerInnen repräsentiert und greifbarer gemacht wird. Die Menschen fiebern mit den AthletInnen mit, identifizieren sich mit ihnen und damit auch leichter mit der Nation selbst, die von den SportlerInnen vertreten wird.

Besonders gut funktioniert dies bei Fußball:

*»Die vorgestellte Gemeinschaft von Millionen scheint sich zu verwirklichen als eine Mannschaft aus elf Spielern, die alle einen Namen tragen. Der einzelne, und wenn er nur die Spieler anfeuert, wird selbst zu einem Symbol seiner Nation« (Hobsbawm 2005, 168).*

Nicht zuletzt eignet sich vor allem die Atmosphäre eines Fußballstadions hervorragend, um diese »imaginierten Gemeinschaften« herzustellen:

*»Die Stimmung auf den Rängen, die Zusammensetzung der Mannschaft oder auch ihr Spielstil stellen Metaphern der realen und imaginären Identität der Heimatstadt des jeweiligen Klubs dar« (Bromberger 1991, 23).*

Dieses Zitat zeigt das Potenzial von Fußballspielen auf nationaler Ebene für die Ausbildung regionaler Identitäten und Zusammengehörigkeitsgefühle auf. Findet das sportliche Aufeinandertreffen jedoch auf internationaler Ebene statt, wie etwa bei Fußball-Europameisterschaften oder -Weltmeisterschaften, so rücken die vormals teilweise feindlich gesinnten AnhängerInnen unterschiedlicher nationaler Klubmannschaften zusammen und bilden gemeinsam eine nationale Identität aus. Dies entspricht auch den sozialpsychologischen Befunden aus den Ferienlagerexperimenten von Sherif et al. (1961/1954), die zum Ergebnis kamen, dass zwischen vormals feindlichen Gruppen die Abneigung und Konflikte durch ein gemeinsames übergeordnetes Ziel verschwinden,

was bei einem Fußball-Länderspiel bei AnhängerInnen unterschiedlicher nationaler Klubs der Fall ist.

Fußball wird einerseits ein völkerverbindendes Element nachgesagt, andererseits können auf diesem sportlichen Wege aber auch nationale und internationale Rivalitäten ausgetragen werden.

So wurde etwa bereits 1932 die Fußballnationalmannschaft von Italien, die für ein Länderspiel nach Wien kam, als »Mussolinische Propagandaburschen« betitelt und wenig freundlich empfangen, ebenso wie später Austrofaschismus und Nationalsozialismus sportliche Ereignisse zu einem zentralen Verbreitungs- und Förderinstrument ihrer Propaganda machten. Diese politisch-propagandistische Instrumentalisierung sportlicher Ereignisse wurde durch die Medienberichterstattung häufig zusätzlich verstärkt und für eigene Zwecke benutzt – sei es, um Auflagen zu steigern, staatliche Unterstützung nicht zu verlieren oder patriotische bzw. nationalistische Meinungsbilder zu vermitteln, die den Ansichten der VerlegerInnen oder JournalistInnen entsprachen (Horak/ Marschik 1995, 54).

Der Zusammenhang zwischen politisch motivierten nationalen Konflikten und sportlichen Wettkämpfen wird besonders am Beispiel des »Fußballkrieges« zwischen El Salvador und Honduras im Jahr 1969 deutlich. In diesem Fall war ein Fußballspiel der endgültige Auslöser für einen mehrtägigen Nachbarschaftskrieg. Nach einem WM-Qualifikationsspiel kam es zu gewalttätigen Ausschreitungen zwischen den Anhängern der beiden Nationalmannschaften, bei denen nicht nur die jeweiligen Nationalflaggen verbrannt wurden, sondern es auch zu Todesopfern kam. Der eigentliche politisch-wirtschaftliche Hintergrund für die Eskalation dieses nationalen Konflikts waren jedoch rund 300.000 Wirtschaftsflüchtlinge aus El Salvador, die in Honduras ohne Genehmigung brachliegendes Land in Besitz nahmen. Die gewalttätigen Auseinandersetzungen nach dem Fußballspiel sind somit vor dem Hintergrund einer politisch-wirtschaftlichen nationalen Selbstbehauptung bzw. -rechtfertigung zu interpretieren (Duke/ Crolley 1996, 4, Kapuscinski 1991), wurden aber dennoch allein vom Namen her dem Fußball zugeschrieben.

### *2.3 Nationale Symbole in der Sportberichterstattung*

Die Bedeutung der nationalen Herkunft wird beim sportlichen Aufeinandertreffen im Rahmen von internationalen Großereignissen vor allem durch die Verwendung nationaler Symbole, wie etwa Fahnen, Wappen, Kleidung in den Nationalfarben und nicht zuletzt durch die Nationalhymne unterstrichen. Die SportlerInnen werden dabei zu den RepräsentantInnen einer ganzen Nation und vor allem bei siegreichem Antreten von den Medien oftmals regelrecht zu NationalheldInnen hochstilisiert (Dolic 2001). Durch die kollektive Freude über den Sieg eines nationalen Vertreters/ einer nationalen Vertreterin, aber auch bereits durch das kollektive Mitfiebern während eines sportlichen Wettkampfs wird das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Nation gestärkt.

Die Medien spielen bei dieser Vermittlung sportiver Diskurse eine wichtige Rolle und helfen mit, Bedeutungen und Sichtweisen über die Nation zu konstruieren, mit denen sich die Menschen identifizieren können. Diese mediale (und vielfach auch live)

stattfindende Vermittlung von Aspekten sportlicher nationaler Identität verbreitet sich zudem durch Geschichten, die über die Nation und ihre RepräsentantInnen erzählt werden. Beispiele dafür sind etwa die Lebensgeschichten nationaler Sportstars wie über den Skifahrer Toni Sailer oder den Formel 1-Fahrer Jochen Rindt, die Nationalmythen gleich vermittelt werden und die SportlerInnen zu zentralen Bezugs- und Identifikationspersonen einer ganzen Nation werden lassen.

Maguire argumentiert sogar, dass manchmal die nationale Identität eines Landes untrennbar mit den Erfolgen der jeweiligen Nationalmannschaft in einer bestimmten Sportart zusammenhängt: Bestimmte Sportarten stellen dabei den Nationalcharakter eines Landes besonders gut dar, indem sie jene Eigenschaften hervorheben, die im jeweiligen Land besonders hoch geschätzt sind (Maguire 1999, 178–179). Maguire nennt in diesem Zusammenhang Cricket als englische Nationalsportart, die diesen Status vor allem dadurch erhielt, weil sie sich in Süd-England im 16. Jahrhundert entwickelt hatte. Der englische Ursprung lässt sich bis heute auch daran erkennen, dass Cricket die einzige Sportart ist, bei der es nach wie vor Teepausen gibt, was die britische Vorliebe für den Nachmittagstee widerspiegelt – dies kann als Indiz dafür gelten, dass in diesem Sport ein Element des Nationalcharakters zum Ausdruck kommt. Welche Bedeutung die Medienberichterstattung für den Status eines Nationalsports hat, zeigt ein Artikel des »Daily Telegraph« mit dem Titel »Cricket Losing Status as National Sport« (Daily Telegraph, 9. 4. 2009) auf. Der Status als Nationalsportart wird dabei für Cricket in Frage gestellt, da über diese Sportart mittlerweile in frei empfangbaren Sendern überhaupt nicht mehr berichtet wird und sie somit im Vergleich mit anderen Sportarten wie Fußball, Rugby, Golf, Tennis und Formel 1 regelrecht verschwindet. Dieses Schicksal bleibt der österreichischen Nationalsportart der Wintermonate, dem alpinen Skisport bisher erspart, ist er doch nach wie vor zentraler Bestandteil von nationaler Sportberichterstattung und in diesem Zusammenhang von nationaler Identitätskonstruktion.<sup>1</sup> Jahreszeitlich bedingt wird der Skisport jedoch im Frühling, Sommer und Herbst vom Fußball abgelöst, der zu den beliebtesten Breitensportarten gehört und vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg einen wichtigen Beitrag für die Ausbildung einer nationalen Identität Österreichs geleistet hat (Penz/Spitaler 2004, 209).

Für die massenkulturelle Bedeutung einer Sportart sind ihre Integration in den Alltag und eine Verknüpfung zu politischen, ökonomischen und kulturellen Bereichen ausschlaggebend. Auf diese Weise kann Sport auch außerhalb rein sportlicher Ereignisse identitätsstiftend wirken (Marschik 1998, 21).

Aus diesem Grund kann die Analyse von bei sportlichen Großereignissen vermittelten Nationenbildern weitreichende Erkenntnisse über die Beschaffenheit nationaler Identität innerhalb eines Landes liefern. Vor allem Großereignisse wie Olympische Spiele oder Fußball-Europameisterschaften bzw. -Weltmeisterschaften sind daher auch wichtige sozialwissenschaftliche Forschungsthemen.<sup>2</sup>

1 Für Studienergebnisse zur Bedeutung des Skisports siehe u. a. Dimitriou/ Mortsch (2007), Müllner (2005), Penz/ Spitaler (2004).

2 Exemplarisch zu nennen sind hier: Brauer/ Brauer (2006), Carniel (2006), Boyle/ Monteiro (2005), Alabarces et al. (2001), Maguire et al. (1999).

### 3. Konzeption, Datenmaterial und Methodik

#### 3.1 Zentrale Fragestellung und weitere Forschungsfragen

Im Zentrum der inhaltsanalytischen Untersuchung steht die Frage, wie in einer österreichischen (»Kronen Zeitung«) und in einer Schweizer Boulevardzeitung (»Blick«), d. h. in ausgewählten Tageszeitungen der beiden Austragungsländer der Fußball-Europameisterschaft EURO 08 Österreich und Schweiz, die eigene Nation dargestellt wird und welche nationalen Symbole dabei eingesetzt werden. Zudem wird auch die Darstellung der jeweiligen fußballerischen »Gegner« Österreichs und der Schweiz analysiert, da gemäß der Theorie der sozialen Identität (Tajfel 1982) das nationale Selbstbild immer im Spiegel eines Fremdbildes gesehen werden muss.

Konkret werden folgende Forschungsfragen behandelt:

- Wie stellen die beiden Boulevardblätter die jeweils eigene Nation dar?
- Wie stellen die Zeitungen die fußballerischen »Gegner« ihrer Nation dar?
- In welchem Verhältnis stehen Selbstbild und Beschreibung anderer Nationen? Kommt es zu einer Überhöhung der eigenen Nation und/oder einer Abwertung anderer Nationen?
- Welche nationalen Symbole werden als Identifikationsmöglichkeiten mit der eigenen Nation angeboten?
- Welche Rolle spielt in der Berichterstattung der Multikulturalismus der eigenen Gesellschaft für die Konstruktion einer nationalen Identität?

Die Ergebnisse können einerseits Aufschluss darüber geben, welche Sichtweisen diese beiden Boulevardzeitungen für ihr eigenes Land konstruieren und an ihre LeserInnen vermitteln, und sie geben andererseits Hinweise auf die medial vermittelte Einstellung gegenüber anderen Nationen bzw. auf deren Wahrnehmung. Diese Faktoren sind auch Indizien dafür, wie Gesellschaften mit MigrantInnen bzw. Minderheiten innerhalb der eigenen Gemeinschaft umgehen.

#### 3.2 Untersuchungsmaterial

Die Auswahl der Untersuchungsmedien bzw. die Beschränkung auf die beiden Boulevardzeitungen »Kronen Zeitung« und »Blick« lässt sich wie folgt begründen: Erstens sind beide Zeitungen in ihrem jeweiligen Erscheinungsland die auflagenstärksten Kaufzeitungen.<sup>3</sup> Zweitens hat das Sportressort in Boulevardzeitungen einen im Vergleich zur Qualitätspresse deutlich höheren Stellenwert, was sich neben dem Seitenumfang auch in der redaktionellen Ausstattung, d. h. in der größeren Anzahl an SportredakteurInnen widerspiegelt.

Im Zeitraum der EURO 08 (Juni bis Juli 2008) richteten sowohl die österreichische »Kronen Zeitung« als auch der Schweizer »Blick« jeweils Sonderbeilagen bzw. Sonderrubriken zur Fußball-Europameisterschaft ein. Neben den reinen Spielberichten bzw.

3 In der Schweiz wird der »Blick« an Auflagenzahlen nur von der Gratiszeitung »20 Minuten« übertroffen, in Österreich ist die »Kronen Zeitung« auch vor sämtlichen Gratiszeitungen das auflagenstärkste Blatt.



sportlichen Aspekten wurden auch Beiträge über die Fußballfans bzw. Hintergrundinformationen über die Organisation vermittelt, in denen ein sehr facettenreiches Bild der EURO 08 gezeichnet wurde: Daher umfasste die Auswahl der untersuchten Artikel auch diese Sonderbeilagen bzw. -rubriken.

Es gingen somit die Inhalte aller Artikel in die Untersuchung ein, die einen Bezug zur jeweils einheimischen Nationalmannschaft hatten, also in der »Kronen Zeitung« alle Beiträge, die sich im weitesten Sinne mit der österreichischen Nationalmannschaft beschäftigten, und im »Blick« all jene, die sich mit dem Schweizer Team auseinandersetzen.

Diese Einschränkung war notwendig, um gezielt die medienspezifische Konstruktion nationaler Identität des jeweiligen Erscheinungslandes erfassen zu können. Die Charakterisierung aller anderen teilnehmenden Nationen interessiert in diesem Fall nur insofern, als es sich dabei um die fußballerischen Gegner von Österreich (Deutschland, Kroatien, Polen) und der Schweiz (Türkei, Portugal, Tschechien) handelt und sie in direkten Bezug zur Heimatnation gesetzt werden.

### *3.3 Methode und Untersuchungsaufbau*

Die mediale Konstruktion nationaler Identität in der Sportberichterstattung von »Kronen Zeitung« und »Blick« wurde mit einer zweistufigen Inhaltsanalyse untersucht: In einem ersten Schritt wurden auf quantitativer Ebene formale Kriterien (Umfang, Berichterstattungsform etc.) und eine grobe Kategorisierung der Artikel in Hinblick auf die Verwendung nationaler Identifikationsaspekte erfasst. Auf diese Weise können Aussagen über die redaktionelle Einbettung bzw. Darstellungsweise der nationalen Identitätsthematik formuliert werden, also ob etwa nationale Symbole eher in Berichten oder aber eher in Kommentaren eingesetzt werden. In einem zweiten explorativ angelegten Schritt wurden die in den Artikeln vorkommenden Äußerungen zu nationaler Selbst- und Fremdbeschreibung sowie zu nationalen Symbolen zunächst wortwörtlich extrahiert, um sie anschließend gemäß der inhaltsanalytischen Methode von Mayring (2003) zusammenzufassen, zu strukturieren und daraus Kategorien der Selbst-/ Fremddarstellung sowie Ausdrücke nationaler Symbole abzuleiten. Diese Kategorien wurden abschließend in Hinblick auf ihre Auftretenshäufigkeit wiederum quantitativ ausgewertet: Dies ermöglicht es, die qualitativ ermittelten Kategorien gemäß ihrer Bedeutung in der Berichterstattung der beiden analysierten Zeitungen – in Form von absoluten Zahlen- und Prozentangaben – einzustufen. Auf diese Weise lässt sich zeigen, welche nationalen Symbole besonders häufig in der Berichterstattung verwendet werden bzw. ob bei der Selbst- bzw. Fremddarstellung eher positive oder negative Charakterisierungen überwiegen.

### *3.4 Analyseeinheiten der Untersuchung*

Gemäß diesem zweistufigen Analyseaufbau unterscheiden sich auch die Analyseeinheiten der beiden inhaltsanalytischen Auswertungsschritte: Während für die formale, rein quantitativ angelegte Untersuchung jeweils auf Artekelebene kodiert wurde, setzte die explorative, eher qualitative Analyse auf der Aussageebene an, um so die tatsäch-

lich innerhalb eines Artikels vorhandenen unterschiedlichen Facetten der medialen Darstellung von Nation erfassen zu können. Als Aussage wurde in diesem Zusammenhang jeweils eine Sinneinheit verstanden, d. h. eine »zusammenhängende Textpassage (...), in der zum selben Gegenstand etwas ausgesagt wird« (Früh 2007, 94). Einbezogen wurden in diesen zweiten Analyseschritt nur jene Aussagen, die entweder eine Selbst- oder Fremdbeschreibung von Österreich bzw. der Schweiz oder von deren unmittelbaren fußballerischen Gegnern während der EURO 08 boten, sowie jene Aussagen, die nationale Symbole, d. h. Hinweise auf nationale Identifikationsmerkmale, enthielten.

Insgesamt gingen somit 179 Artikel der »Kronen Zeitung« und 136 Artikel des »Blick« in die Analyse ein. Innerhalb dieser Artikel wurden bei der »Kronen Zeitung« insgesamt 200 Aussagen extrahiert, die eine Äußerung zum Selbstbild und/ oder zum Bild der jeweils gegnerischen Nationen und/ oder nationale Symbole enthielten, beim Schweizer »Blick« waren es insgesamt 113 Aussagen. Die in Bezug zur Gesamtzahl der analysierten Artikel eher gering erscheinende Anzahl an extrahierten Aussagen erklärt sich dadurch, dass häufig innerhalb einer relevanten Aussage (= Sinneinheit) sowohl Äußerungen zum nationalen Selbstbild als auch die Verwendung von nationalen Symbolen vorkamen. Ebenso wird das nationale Selbstbild oft innerhalb ein und derselben Aussage mit dem nationalen Bild des fußballerischen Gegners kombiniert, sodass aus einer Aussage oft mehrere Kategorien abgeleitet werden konnten.

## 4. Ergebnispräsentation

### 4.1 Journalistische Berichterstattungsformen

Der Großteil der Berichterstattung erfolgt in beiden Medien in Form von Berichten (Kronen Zeitung: 59 Prozent; Blick: 63 Prozent). Bei der Berichterstattungsform fällt vor allem der relativ hohe Anteil von Kommentaren in der »Kronen Zeitung« auf (31 Prozent), die zudem oft von Gastautoren verfasst sind. Beim »Blick« spielen Kommentare und im Speziellen Gastkommentare keine so große Rolle (18 Prozent), dafür erscheinen im Vergleich mit dem österreichischen Medium deutlich mehr Interviews (Blick: zehn Prozent, Kronen Zeitung: zwei Prozent). Andere Berichterstattungsformen wie Reportagen (Kronen Zeitung: drei Prozent, Blick: vier Prozent), Kurzmeldungen (Kronen Zeitung: drei Prozent, Blick: keine) und Glossen (Kronen Zeitung: drei Prozent, Blick: fünf Prozent) spielen eine eher untergeordnete Rolle.

Bei der formalen Gestaltung der Artikel wurde auch erhoben, ob Fotos/ Bilder, Farben, Grafiken oder Blocküberschriften<sup>4</sup> verwendet wurden. Dabei ergeben sich zwischen den beiden Medien nur geringe Unterschiede: So setzt etwa die »Kronen Zeitung« in 86 Prozent der analysierten Artikel Bilder bzw. Fotos ein, beim »Blick« ist dies bei 82 Prozent der Artikel der Fall. Ein ähnliches Bild zeigt sich beim Einsatz von farblichen Hervorhebungen in den Artikeln bzw. bei den Fotos, welche die »Kronen

<sup>4</sup> Blocküberschriften sind grafisch hervorgehobene, größere und dickere Überschriften, die meist für den Hauptartikel einer Seite als Überschriften verwendet werden.

Zeitung« in 93 Prozent aller untersuchten Artikel und der »Blick« sogar in 96 Prozent der Artikel verwenden. Auch bei den Blocküberschriften (Kronen Zeitung: 49 Prozent der Artikel, Blick: 47 Prozent) sowie beim Einsatz von Grafiken (Kronen Zeitung: vier Prozent der Artikel, Blick: zehn Prozent) zeigen sich ähnliche formale Gestaltungsprinzipien der beiden Boulevardblätter.

#### *4.2 Anlass der Berichterstattung und thematische Schwerpunkte*

Aus welchem konkreten Anlass erfolgt die Berichterstattung? Für die analysierten Artikel wurde jeweils der dominante Anlass der Berichterstattung erfasst, der sich entweder durch eine explizite Nennung in der Überschrift bzw. in den Unter-/Oberüberschriften oder in der eventuell vorangestellten Zusammenfassung des Artikels ablesen lässt. Auffällig ist zunächst, dass beide Zeitungen nicht ausschließlich über die Spielergebnisse berichten, sondern den Ausgang eines Spiels immer ausführlich analysieren. Zudem zeigt sich, dass im »Blick« vergleichsweise häufig eine allgemeine sportliche Hintergrundberichterstattung stattfindet, die eben keinen unmittelbaren Bezug zu einem bevorstehenden oder gerade stattgefundenen Spiel aufweist: Dies trifft etwa für Berichte über die sportliche Entwicklung eines Spielers oder über mögliche Auswirkungen der Fußball-Europameisterschaft auf Spielertransfers im Rahmen der nationalen Ligen zu. 59 Prozent aller analysierten »Blick«-Artikel bieten eine derartige allgemeine sportliche Hintergrundberichterstattung, bei der »Kronen Zeitung« sind es hingegen nur 43 Prozent.

Das österreichische Blatt greift dafür stärker auf die analysierende Nachberichterstattung (Kronen Zeitung: 14 Prozent der Artikel, Blick: neun Prozent) sowie auf die explizite Vorberichterstattung zu einem konkretem Spiel (Kronen Zeitung: 14 Prozent, Blick: sieben Prozent) zurück. Die nichtsportliche Hintergrundberichterstattung, in der z. B. Fußballspieler in ihrem privaten Umfeld dargestellt werden, hat in beiden Zeitungen den gleichen Stellenwert und erfolgt in der »Kronen Zeitung« in 26 Prozent und im »Blick« in 25 Prozent der Artikel.

In Bezug auf die thematischen Schwerpunkte spiegelt sich sehr klar die Auswahl des Untersuchungsmaterials wider: Vier Fünftel aller Beiträge in beiden Zeitungen beschäftigen sich mit sportlichen Aspekten der EURO 08, weit abgeschlagen folgen solche über das Fantum in Österreich und in der Schweiz (Kronen Zeitung: 13 Prozent, Blick: 14 Prozent). Andere Aspekte wie Kriminalität, Wirtschaft/Sponsoring, Politik oder Migration spielen nur eine geringe Rolle.

#### *4.3 Die nationale Selbstdarstellung in der formalen quantitativen Analyse*

Bei einer ersten quantitativen Auswertung der Selbstdarstellung zeigen sich interessante Unterschiede zwischen der österreichischen und der Schweizer Boulevardzeitung: Während die »Kronen Zeitung« in der Hälfte aller Artikel (50 Prozent), die österreichische Akteure thematisieren, die heimische Nationalmannschaft ins Zentrum rückt, ist dies beim Schweizer »Blick« nur bei einem Drittel aller Beiträge (32 Prozent) der Fall, die Schweizer Akteure behandeln. Umgekehrt konzentrieren sich im Schweizer Blatt mehr als die Hälfte der Artikel über Schweizer Akteure (51 Prozent) auf Einzel-

spieler der Nationalmannschaft, in der »Kronen Zeitung« gilt dies nur für rund 30 Prozent aller Beiträge über österreichische Akteure.

Während also in Österreich die Nationalmannschaft eher als Kollektiv dargestellt wird, werden in der Schweiz verstärkt einzelne Spieler aus der Mannschaft für die Berichterstattung gesondert herausgegriffen. Der Rest der Berichterstattung bezieht sich einerseits auf »andere amorphe Gruppen«, d. h. etwa auf Fangruppen: Diese sind in der »Kronen Zeitung« in 15 Prozent der Artikel, die österreichische Akteure thematisieren, die Hauptfiguren, im »Blick« jedoch nur in acht Prozent der Artikel, die sich auf Schweizer Akteure beziehen. Andererseits machen Artikel, die »die Nation insgesamt«, also die Nation Österreich bzw. Schweiz ins Zentrum rücken, fünf Prozent der Beiträge in der »Kronen Zeitung« und zehn Prozent im »Blick« aus.

Bei der Funktion der thematisierten Akteure spiegelt sich die Dominanz der sportlichen Leistung wider. Auch hier wurden jeweils nur jene Personen (-gruppen) kodiert, die in den analysierten Artikeln im Zentrum stehen. Als Indikatoren für eine zentrale Stellung einer Person/ Personengruppe innerhalb eines Artikels wurden neben den bereits oben genannten Aspekten der (Unter-/ Ober-)Überschriften sowie der Nennung im Vorspann auch die Anzahl der Namensnennungen bzw. die Darstellung in Fotos herangezogen. In beiden Zeitungen bezieht sich die Mehrheit der Berichte, die Äußerungen zum Selbstbild, d. h. zu österreichischen bzw. Schweizer Akteuren enthalten, auf Fußballspieler (Kronen Zeitung: 70 Prozent, Blick: 73 Prozent), gefolgt von Trainern/ Betreuern (Kronen Zeitung: zwölf Prozent; Blick: 13 Prozent). Erwähnenswerte Akteursgruppen sind im Übrigen noch Fans (Kronen Zeitung: acht Prozent, Blick: sieben Prozent) sowie Prominente (Kronen Zeitung: sieben Prozent, Blick: vier Prozent).

#### *4.3.1 Bedeutung des Multikulturalismus in der nationalen Selbstdarstellung*

Beachtenswert ist vor dem Hintergrund der nationalen Identitätskonstruktion auch, inwiefern der Migrationshintergrund der Spieler in der medialen Berichterstattung behandelt wird. Es zeigt sich, dass in der Schweizer Boulevardzeitung mehr Artikel auf den Migrationshintergrund eines Spielers hinweisen: 26 Prozent aller Beiträge, in denen Schweizer Einzelpersonen die Hauptakteure waren, enthalten derartige explizite Hinweise. In der »Kronen Zeitung« wird nur in 18 Prozent aller Artikel mit einer österreichischen Einzelperson als Hauptakteur der Migrationshintergrund dieses Spielers explizit thematisiert. Diese Ergebnisse sollten vor dem Hintergrund der tatsächlichen Anzahl von Spielern mit Migrationshintergrund im österreichischen bzw. Schweizer Nationalkader interpretiert werden: In der Schweizer »Nati« waren während der EURO 08 neun Spieler mit Migrationshintergrund, womit die Schweizer Nationalmannschaft nach Frankreich das Team mit dem höchsten Migrantanteil war. Für die österreichische Nationalmannschaft waren während der Europameisterschaft fünf Spieler mit Migrationshintergrund nominiert (Schwarz 2008). Bei einem Kader von insgesamt 23 Spielern pro Nationalmannschaft hatten somit im Schweizer Team 39 Prozent der Spieler einen Migrationshintergrund, im österreichischen Team nur 22 Prozent. Damit zeigt sich, dass diese Personengruppe im Rahmen der Fußballberichterstattung im Schweizer »Blick« gemessen an ihrem realen Anteil innerhalb der Mannschaft eher

unterrepräsentiert ist. Dies kann einerseits als Zeichen dafür gelten, dass der »Blick« die Berichterstattung über Spieler mit Migrationshintergrund für weniger wichtig hält als über jene ohne derartigen Hintergrund. Andererseits kann es aber auch als Indiz dafür interpretiert werden, dass die Herkunft eines Spielers in der stärker multikulturell orientierten Schweiz (traditionelle Viersprachigkeit, über 20 Prozent Anteil ausländischer Bevölkerung an der Wohnbevölkerung) eine geringere Rolle spielt als in Österreich und dass daher diese Herkunft nicht mehr explizit thematisiert wird.

#### 4.4 Die nationalen Fremddarstellungen in der formalen quantitativen Analyse

Vergleicht man die Ergebnisse zur Selbstdarstellung mit jenen zur Thematisierung der jeweiligen fußballerischen »Gegner«, so werden einige Parallelen, aber auch nationenspezifische Unterschiede deutlich: Analog zur Analyse bei der Selbstdarstellung wurde auch hier jeweils nur der »Hauptakteur«<sup>5</sup> eines Beitrags kodiert. Zudem beziehen sich die Prozentangaben jeweils nur auf jene Artikel, die Äußerungen zur Darstellung des fußballerischen Gegners enthalten, und nicht auf die Gesamtzahl aller Artikel: Diese umfasst auch Beiträge, die sich ausschließlich mit der österreichischen bzw. Schweizer Nationalmannschaft beschäftigen. Es zeigt sich, dass sich beide Zeitungen bei der Berichterstattung über die »gegnerischen« Nationen in erster Linie auf die Mannschaft insgesamt konzentrieren – dies gilt für 57 Prozent der Artikel in der »Kronen Zeitung« und für 49 Prozent der Beiträge im »Blick«, in denen eine gegnerische Nation genannt wird. Bei der Fremddarstellung rangieren somit die Einzelsportler beim »Blick« ebenfalls erst an zweiter Stelle (Kronen Zeitung: 26 Prozent der Artikel, Blick: 40 Prozent). In der »Kronen Zeitung« ist auch noch die Darstellung »anderer amorpher Gruppen« (16 Prozent der Artikel) von Bedeutung, vor allem Berichte über Fangruppen oder ausländische JournalistInnen.

Bei den Funktionen der Akteure zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der Selbstdarstellung, da auch bei der Fremddarstellung die Fußballspieler mit großem Abstand vor den Trainern/Betreuern die meist genannten Personengruppen sind. Die Fußballspieler werden in 70 Prozent all jener Beiträge in der »Kronen Zeitung« und in 75 Prozent all jener »Blick«-Artikel genannt, die Äußerungen zum fußballerischen »Gegner« Österreichs bzw. der Schweiz enthalten. An zweiter Stelle liegen die Trainer/Betreuer, die in jeweils zehn Prozent der Artikel von »Kronen Zeitung« und »Blick« vorkommen.

Es wurde zudem untersucht, über welche fußballerischen »Gegner« Österreichs bzw. der Schweiz am häufigsten berichtet wurde. Dafür wurde jeweils die nationale Herkunft des in einem Beitrag thematisierten Hauptakteurs ermittelt. Auf diese Weise wurde bei Artikeln, die mehrere fußballerische »Gegner« nannten, immer nur der »Hauptakteur« kodiert, da dieser auch die detaillierteste Charakterisierung erfuhr.

Die Länderverteilung im Rahmen der Fremddarstellung zeigt, dass die »Kronen Zeitung« im Zusammenhang mit den österreichischen »Gegnern« in der Europa-

---

5 Zu Indikatoren für »Hauptakteur« siehe die beiden Teilkapitel über »Selbstdarstellung« (Kap. 4.5.1 und 4.5.2).

meisterschaftsgruppe am häufigsten über Deutschland (48 Prozent) berichtet, gefolgt von Kroatien (36 Prozent) und Polen (16 Prozent).

Diese unterschiedliche Berichterstattungsfrequenz dürfte einerseits mit der Dramaturgie des Turnierablaufs verbunden sein, wobei das Spiel gegen Deutschland in den österreichischen Medien oft als »vorgezogenes Finale« betitelt wurde, bei dem es allerdings um den Einzug in das Viertelfinale ging. Andererseits sind vor allem aufgrund des »Cordoba-Mythos«<sup>6</sup> Duelle mit Deutschland stets mit einer verstärkten Berichterstattung verbunden.

Bei der Fremddarstellung im Schweizer »Blick« liegt der Fokus bei den Gruppengegnern eindeutig auf der Türkei (44 Prozent), gefolgt von Tschechien (33 Prozent) und Portugal (23 Prozent). Die umfangreichen Berichte im Zusammenhang mit dem Spiel gegen die Türkei lassen sich mit einer verstärkten Berichterstattung über Schweizer Nationalspieler mit türkischen Wurzeln erklären. Zudem waren zu diesem Zeitpunkt die Chancen für einen Schweizer Aufstieg in das Viertelfinale der EURO 08 noch intakt, was beim späteren Spiel gegen Portugal nicht mehr der Fall war.

#### 4.5 Die explorative qualitative Analyse

Diese deskriptiven quantitativen Befunde zur Selbst- bzw. Fremddarstellung bilden den notwendigen Rahmen, um die Ergebnisse der nun folgenden Analyse mit der jeweiligen Berichterstattungssituation in Beziehung setzen zu können. Wie bereits in den Kapiteln »Methode und Untersuchungsaufbau« (Kap. 3.3) und »Analyseeinheiten der Untersuchung« (Kap. 3.4) erläutert, beziehen sich die folgenden Ausführungen auf die zunächst qualitative Extraktion von Sinneinheiten aus den formal bereits beschriebenen Artikeln. Diese extrahierten Aussagen wurden anschließend zu Kategorien zusammengefasst, die in der Folge quantitativ ausgezählt wurden, um bessere Aussagen über den Stellenwert unterschiedlicher Selbst- bzw. Fremdcharakterisierungen sowie über die Spannbreite medial vermittelter nationaler Symbole zu ermöglichen.

Als erster analyseleitender Aspekt wurden alle Äußerungen zur Beschreibung des Selbstbildes von Österreich bzw. der Schweiz herangezogen. Damit wurden sowohl Aussagen zu Charaktereigenschaften, Wertvorstellungen als auch sportliche Stärken und Schwächen sowie spezielle Namensnennungen einzelner Akteure (Spitznamen) erhoben, die das medial vermittelte nationale Selbstbild während der EURO darstellten.

Diese wurden gemäß der qualitativen Auswertungstechnik nach Mayring (2003) zunächst wortwörtlich als Sinneinheit aus den Artikeln extrahiert, schrittweise geordnet, reduziert und in Kategorien zusammengefasst. Mehrfachnennungen, d. h. wenn ein Spieler sowohl mit einem Spitznamen als auch mit einer Beschreibung seines Spielverhaltens Erwähnung fand, zählten als zwei Sinneinheiten, von denen eine der Kategorie »Spitzname« und die andere der Kategorie »entschlossene Spieler« zugeordnet wurde.

6 Der »Cordoba-Mythos« bezieht sich auf die Erinnerung an das Fußball-Weltmeisterschaftsspiel zwischen Deutschland und Österreich im Jahr 1978, in dem »der große Bruder« Deutschland als amtierender Weltmeister dem »Fußballzwerger« Österreich 2:3 unterlag.

#### 4.5.1 Die Selbstdarstellung Österreichs

Zusammenfassend ergaben sich für die Selbstdarstellung Österreichs folgende Gruppierungen von Äußerungen.

**Tabelle 1: Selbstbild Österreichs in der »Kronen Zeitung« (absolute Zahlen, Anteile in Prozent)**

Kategorien	Absolute Anzahl der kodierten Sinneinheiten	Anteile an der Gesamtzahl der Sinneinheiten
Entschlossene, kampfbereite, einsatzfreudige Spieler	22	11
Fußballbegeisterung der Österreicher	21	11
Trainer-Charakterisierung*	20	10
Chance für Österreich als »Fußballzwerge«	15	8
Spielerische Qualitäten der Spieler	13	7
Enttäuschung nach Niederlage, aber Zufriedenheit mit Leistung	12	6
Negative Leistungsbeurteilung der österreichischen Mannschaft	10	5
Spitznamen Spieler, Mannschaft	10	5
Österreicher als Patrioten	9	5
Physische Merkmale österreichischer Spieler	9	5
Ruhiges, bedachtes, faires Verhalten der Spieler	8	4
Aggressive, impulsive Spieler	7	4
Gastfreundschaft Österreichs, kulturelle Highlights etc.**	5	3
Lächerlich-Machen der österreichischen Mannschaft	5	3
Multikulturalismus in Österreich	4	2
Religiöse Anspielungen, Spiritualität***	4	2
Verhalten der Spieler gegenüber den Fans und Medien	4	2
Gefühle der österreichischen Spieler	4	2
Optimismus der Österreicher	3	2
Privatleben der Spieler	3	2
Überheblichkeit der österreichischen Mannschaft	3	2
Unfares, unprofessionelles Verhalten der Österreicher	3	2
Freizeit in Österreich, Lebenssituation****	2	1
Hängen an der Vergangenheit	1	1
Pessimismus der Österreicher	1	1
Korrektheit der Österreicher	1	1
Zwiespältiges Verhalten der Fans	1	1
Summe (unter Berücksichtigung von Rundungsfehlern)	200	100

Anmerkungen:

\* Aussagen, die den österreichischen Teamchef Josef Hickersberger beschreiben.

\*\* Unter »kulturelle Highlights« werden alle Äußerungen kodiert, die österreichische kulturelle Leistungen und Besonderheiten darstellen, wie etwa musikalische Leistungen, Theater etc.

\*\*\* Im Rahmen der Berichterstattung wird etwa erwähnt, dass die österreichischen Spieler vor einem Spiel in der Kirche um himmlischen Beistand beteten, oder es ist von der »Heiligen Johanna von Cordoba« die Rede, die beim Spiel gegen Deutschland helfen sollte.

\*\*\*\* Die Lebenssituation in Österreich wird thematisiert und Österreich als »Wohlstandsgesellschaft« dargestellt.

Quelle: eigene Erhebung

Die Mehrheit der Äußerungen und Charakterisierungen bezieht sich auf die österreichischen Teamspieler bzw. ihre Betreuer. In elf Prozent der Aussagen zum Selbstbild in der »Kronen Zeitung« werden die österreichischen Kicker als entschlossene, kampfbereite, einsatzfreudige Spieler dargestellt. Ähnlich häufig (elf Prozent der Aussagen) wird auch die Fußballbegeisterung der österreichischen Fans thematisiert sowie Teamchef Josef Hickersberger als zentrale Leitfigur der österreichischen Fußballkultur präsentiert (zehn Prozent), »von dem sogar die deutschen Journalisten als ›duften Typen‹ in Hochform schwärmten« (Kronen Zeitung, 15. 6. 2008).

Interessant ist der Umgang der »Kronen Zeitung« mit dem Dasein der österreichischen Mannschaft als »Fußballzwergerl«. Diese Position als »Underdog«, d. h. als jene Mannschaft, der kaum Chancen für einen Erfolg bei der EURO 08 eingeräumt wurden, greift das Boulevardblatt aktiv auf und zeichnet nach dem Vorbild eines Kampfes David gegen Goliath ein durchaus positives Bild der österreichischen Mannschaft. Dies spricht für das Anheizen der Fußball-Euphorie bzw. für einen Appell an den Optimismus der österreichischen Fußballfans, trotz negativer Chanceneinschätzung nicht den Glauben an den Erfolg der Mannschaft bzw. den Stolz auf das »eigene« Team zu verlieren.

Insgesamt dominieren bei der österreichischen Selbstdarstellung positive Aspekte, dennoch sind auch die negativ konnotierten Aspekte für die Charakterisierung einer (Fußball-) Nation wichtig, um ein umfassendes Bild zu erhalten.

Als negativ werden in der Selbstdarstellung Österreichs die spielerischen Leistungen der Nationalmannschaft (fünf Prozent der Aussagen) thematisiert, die trotz aller herrschenden Euphorie aufgrund der Spielergebnisse eingestanden werden mussten. Zudem wird die Aggressionsbereitschaft bzw. die Impulsivität (vier Prozent der Aussagen) mancher Spieler als negativ wahrgenommen. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch der Umgang mit Pressestimmen zu Österreich aus anderen Ländern, allen voran aus Deutschland. In der österreichischen »Kronen Zeitung« werden immer wieder Zitate oder Schlagzeilen aus deutschen Medien aufgegriffen, in denen die ÖsterreicherInnen allgemein oder die Fußballer im Speziellen in gewisser Weise lächerlich gemacht werden. Zwar versucht das österreichische Medium, diese »Angriffe« zu entkräften bzw. zu entwerten, doch weist allein die Nennung bzw. Zitierung derartiger negativer Äußerungen die LeserInnen auf die Existenz einer negativen Außenbewertung der eigenen Nation hin.

#### *4.5.2 Die Selbstdarstellung der Schweiz*

Die Selbstdarstellung der Schweiz im »Blick« macht ebenfalls Charakterisierungen der Spieler sowie allgemeine Merkmalszuschreibungen zur Schweiz deutlich (siehe Tab. 2).

Auch die Schweizer Fußballer werden als zielstrebige, entschlossene Spieler beschrieben, die im Team zusammenhalten. Zusätzliche Beachtung findet aber auch eine gewisse Sensibilität der Spieler – besonders in Berichten über die Rückzugsankündigung von Marco Streller bzw. über die Enttäuschung von Alex Frei nach seiner Verletzung im ersten Spiel des Turniers.



Tabelle 2: Selbstbild der Schweiz in der Zeitung »Blick« (absolute Zahlen, Anteile in Prozent)

Kategorien	Absolute Anzahl der kodierten Sinneinheiten	Anteile an der Gesamtzahl der Sinneinheiten
Multikulturalismus in der Schweiz	13	12
Zielstrebige und entschlossene Schweizer Fußballer, Zusammenhalt des Teams	13	12
Sensible Schweizer Spieler	13	12
Physische Merkmale Schweizer Spieler	12	11
»Europhorie« in der Schweiz	10	9
Enttäuschung nach Niederlage, aber zufrieden mit spielerischer Leistung	8	7
Schweizer emotional zurückhaltend, wenig begeisterungsfähig, allgemein zurückhaltend	7	6
Überheblichkeit Schweizer Fußballer	5	4
Aggressive, impulsive Spieler	5	4
Unfares Spiel Schweizer Fußballer	4	4
Trainer-Charakterisierung	4	4
Schweizer sind fleißig, arbeitsam, genau (Präzision)	3	3
Gläubigkeit Schweizer Fußballer, religiöser Bezug	3	3
Fehlende Kaltblütigkeit, Abschlussfähigkeit der Schweizer Spieler	3	3
Zwiespältiges Publikumsverhalten	3	3
Spielerfrauen der Schweizer	2	2
Spielerqualitäten	2	2
Schweiz zeigte starke fußballerische Leistung	1	1
Negative Einstellung der Spieler gegenüber Journalisten	1	1
Wohltätige Schweizer Spieler	1	1
Summe (unter Berücksichtigung von Rundungsfehlern)	113	100

Quelle: eigene Erhebung

Bemerkenswert im Vergleich mit Österreich ist der höhere Stellenwert des Multikulturalismus in der Schweizer Selbstdarstellung. In mehr als jeder zehnten Äußerung zur Schweiz (zwölf Prozent) wird im Rahmen der EURO-Berichterstattung über das Zusammenleben von Schweizern und Migranten berichtet, in der Berichterstattung der »Kronen Zeitung« nur in zwei Prozent der Aussagen: Der »Blick« thematisiert hier aktiver die integrative Kraft von Fußball bzw. Sport im Allgemeinen.

Relativ starke Beachtung finden in der Selbstdarstellung der Schweiz auch physische Merkmale der Spieler sowie bezogen auf die Allgemeinbevölkerung die im gesamten Land herrschende »Europhorie«.

Insgesamt fällt auf, dass es vor allem positiv konnotierte Äußerungen zur Selbstdarstellung der Schweiz gibt.

Als negative Charakterisierung der Schweizer allgemein führen sieben Prozent der extrahierten Aussagen an, dass der typische Eidgenosse emotional zurückhaltend, d. h.

wenig begeisterungsfähig sei. Bezogen auf die Spieler wird von einer gewissen Überheblichkeit und Aggressionsbereitschaft berichtet (je fünf Prozent).

### 4.5.3 Fremddarstellungen der »Gegner« Österreichs bzw. der Schweiz

#### 4.5.3.1 Fremddarstellungen der österreichischen »Gegner«

Bei der Analyse der Darstellung der »Gegner« Österreichs in der Europameisterschaftsgruppe fällt zunächst auf, dass sich die meisten Äußerungen nicht (wie bei der Akteursanalyse ermittelt) auf Deutschland (32 Prozent der Aussagen) beziehen, sondern auf Kroatien (47 Prozent der Aussagen). Polen liegt jedoch auch bei dieser Erhebung an letzter Stelle (21 Prozent der Aussagen).

Die Analyse der Fremddarstellungen nach Aussagengruppen zeigt, dass bei allen drei Ländern Äußerungen zu den spielerischen Qualitäten der Mannschaft bzw. Sportler überwiegen, wobei im Fall von Polen auch negative Einschätzungen des spielerischen Könnens vorhanden sind.

Insgesamt fällt auf, dass bei allen drei »Gegnern« negative Aspekte gegenüber positiven Aspekten (siehe dazu unten) in der Darstellung dominieren: So werden bei Deutschland etwa die Unaufrichtigkeit und Arroganz der Spieler (neun Prozent aller Äußerungen über Deutschland), negative spielerische Bewertungen und die »Feindschaft« zu Österreich (jeweils sechs Prozent) genannt.

Im Fall von Kroatien werden vor allem die Überheblichkeit der Spieler (19 Prozent aller Aussagen über Kroatien) sowie ihr unfaires, unehrliches bzw. unaufrichtiges Verhalten (14 Prozent) thematisiert. Allgemeine Bewertungen wie »Disziplinlosigkeit« (acht Prozent), »schlechte Laune« und »schlechte Lebensbedingungen« (jeweils zwei Prozent) werden zwar weniger häufig, aber ebenfalls genannt.

Bei Polen wird neben den negativen spielerischen Leistungen (17 Prozent aller Aussagen über Polen) ebenfalls auf gewisse Unaufrichtigkeiten (9 Prozent) hingewiesen. Insgesamt gibt es allerdings nur wenige Äußerungen.

Die drei »Gegner-Nationen« werden kaum positiv beschrieben – als Ausnahmen können die Erwähnung so genannter »deutscher Tugenden« wie Gründlichkeit und Fleiß (sechs Prozent der Aussagen über Deutschland) bzw. das kroatische Fantum und die Partylaune der kroatischen Fans gelten (zehn Prozent der Aussagen über Kroatien). Insgesamt zeichnet sich somit eine deutlich negative Darstellung bis hin zur Abwertung der österreichischen »Gegner« ab.

#### 4.5.3.2 Fremddarstellungen der Schweizer »Gegner«

Die Analyse der Darstellung der Schweizer »Gegner« kommt hingegen zu einem ähnlichen Ergebnis wie die Akteursanalyse: Die meisten Aussagen beziehen sich auf die Türkei (48 Prozent), gefolgt von Tschechien (37 Prozent) und Portugal (16 Prozent).

In der Schweizer Fremddarstellung zeigt sich nur bei der Türkei eine eindeutig negativ orientierte Tendenz, bei Tschechien lässt sich eine leicht negative Tendenz erkennen. Lediglich bei Portugal liegt eine eher ausgewogene Mischung positiver und negativer Aussagen vor.

So wird etwa bei den tschechischen Spielern einerseits ihre ruhige Mentalität (17 Prozent aller Aussagen über Tschechien) thematisiert, andererseits werden aber auch die eher schlechte Laune der Tschechen (17 Prozent) oder Disziplinlosigkeiten und Aggressionen der Spieler erwähnt (je sieben Prozent).

Bei den insgesamt eher wenigen Äußerungen zu Portugal werden die spielerischen Qualitäten (23 Prozent aller Aussagen über Portugal) und die Entschlossenheit der Spieler (acht Prozent) positiv beschrieben, ihre Aggressionsbereitschaft (15 Prozent) und Überheblichkeit (acht Prozent) sind negativ dargestellt.

Die meisten Äußerungen gibt es in Bezug auf die Türkei: Hier werden vor allem die Aggressionsbereitschaft und Brutalität der Spieler (15 Prozent aller Aussagen über die Türkei) thematisiert, ebenso wie die stark ausgeprägte Vaterlandsliebe der Türken (zehn Prozent). Besonders der Trainer Fatih Terim wird als rücksichtslos und hinterhältig (15 Prozent) geschildert – ein Bild, das sich unter Umständen auch auf die Einschätzung der gesamten Mannschaft negativ auswirken kann.

Insgesamt charakterisiert die Berichterstattung im »Blick« ausschließlich den türkischen »Gegner« durchgängig negativ, während bei Tschechien und Portugal auch positive Eigenschaftszuschreibungen erfolgen.

#### 4.5.4 Verwendung nationaler Symbole

Neben dem Verhältnis von Selbstcharakterisierung und Charakterisierung zukünftiger Kontrahenten ist für die mediale Konstruktion nationaler Identitäten vor allem auch die Erwähnung nationaler Symbole wichtig. Diese Symbole sollen einerseits die eindeutige Identifikation einer Nation für ihre Mitglieder, aber auch für Außenstehende ermöglichen. Andererseits haben sie die Funktion, das Zusammengehörigkeitsgefühl, das »Wir-Gefühl« der Angehörigen einer Nation zu stärken. Aus diesem Grund wurden aus den quantitativ analysierten Artikeln jene Aussagen (Sinneinheiten) herausgearbeitet, die Aspekte nationaler Identität enthalten. Die folgenden Analysen erfolgen somit auf Ebene der extrahierten Aussagen.

Tabelle 3 (S. 182) vermittelt einen Vergleich von Indikatoren nationaler Identität in der Berichterstattung von »Kronen Zeitung« und »Blick«. Hier lässt sich bereits gut erkennen, dass es durchaus landestypische Wege gibt, die nationale Identität auszudrücken bzw. zu aktualisieren.

In der Berichterstattung der »Kronen Zeitung« spielen die Landesfarben rot-weiß-rot eine zentrale Rolle. Diese Farbkombination macht mehr als die Hälfte (56 Prozent) aller verwendeten nationalen Symbole aus.

In der Berichterstattung von »Blick« liegen die Landesfarben rot-weiß erst an vierter Stelle des Rankings. Primäres Mittel zum Ausdruck nationaler Identität im Zusammenhang mit Fußball ist die Bezeichnung »Nati« für die Nationalmannschaft. Dieses Wort wird sämtlichen mit dem Team verbundenen Personen, Funktionen und Objekten vorangestellt, z. B. Nati-Star, Nati-Trainer, Nati-Car, Nati-Hotel. Es ist somit das Schweizer Äquivalent für das österreichische Rot-Weiß-Rot, das ebenfalls häufig in Kombination mit Funktionen, Objekten, Personen verwendet wird.

**Tabelle 3: Vergleich von Indikatoren nationaler Identität: Österreich vs. Schweiz**  
(absolute Zahlen, Anteile in Prozent)

»Kronen Zeitung«/Österreich			»Blick«/Schweiz		
Indikatoren nationaler Identität	Absolute Zahlen	Prozent	Indikatoren nationaler Identität	Absolute Zahlen	Prozent
Rot-weiß-rot (in Kombination)	44	56	Nati (in Kombination)	47	44
Personalpronomina (wir, unser)	19	24	Personalpronomina (wir, unser)	19	18
Anfeuerungsrufe (»Immer wieder Österreich!« etc.)	6	8	Anfeuerungsrufe (»Hopp Schwiiz!« etc.)	13	12
Fahne, inkl. Autofahnen	6	8	Rot-weiß	9	8
Hymne	2	3	Fahnen, inkl. Autofahnen	5	5
Sonstiges (Cordoba-Hemd, K&K Hoffnung * etc.)	2	3	Schweizer Kreuz	5	5
Summe (inkl. Rundungsfehler)	79	100	Landestypisches**	4	4
			Nationalhymne	4	4
			Sonstiges (Schweizer Leibchen)	1	1
			Summe (inkl. Rundungsfehler)	107	100

Anmerkungen:

\* K&K Hoffnung: Anspielung auf die »K&K-Zeit« Österreichs in der kaiserlichen und königlichen Österreichisch-Ungarischen Monarchie.

\*\* Landestypisches: Im Zusammenhang mit der Schweiz wurden dabei Jodler, Fondue bzw. Raclette und das »Schwyzerdütsch« genannt.

Quelle: eigene Erhebung

Deutlich abgeschlagen folgt der Einsatz von Personalpronomina wie etwa »wir« oder »unser«, mit denen den LeserInnen vermittelt wird, dass sie selbst ein Teil des Geschehens sind, dass sie – um es überspitzt auszudrücken – selbst die Nation sind. In der österreichischen »Kronen Zeitung« machen Personalpronomina knapp ein Viertel aller eingesetzten Symbole aus, im Schweizer »Blick« sind es immerhin 18 Prozent.

An dritter Stelle dieser Symbol-Rangliste finden sich nationaltypische Anfeuerungsrufe für die Fußballmannschaft. Das österreichische »Immer wieder Österreich!« trifft auf das kurze Schweizer »Hopp Schwiiz!«. Diese große Bedeutung von Anfeuerungsrufen ist deswegen besonders interessant, weil die hier analysierten Printmedien zwangsläufig ohne jede Form von Ton auskommen müssen. Dennoch werden diese mündlichen Anfeuerungsrufe in den beiden Tageszeitungen sogar verschriftlicht zu wichtigen Symbolen für die nationale Identität. Die Sonderstellung dieser fußballerischen Schlachtrufe wird auch dadurch ersichtlich, dass im Vergleich damit die jeweiligen Nationalhymnen in der Berichterstattung eher untergeordnete nationale Symbole darstellen.

## 5. Resümee

Die Analyse der EURO 08-Berichterstattung in der österreichischen »Kronen Zeitung« und im Schweizer »Blick« zeigt, dass beide Boulevardblätter ein durchwegs patriotisches Bild »ihrer« Nationalmannschaften bzw. ihrer Nation im Allgemeinen vermitteln, indem sie die eigene Nation im Vergleich mit den jeweiligen fußballerischen »Gegnern« durchwegs positiver charakterisieren.

Im nationenbezogenen Vergleich fällt auf, dass in der Schweizer Boulevardzeitung im Vergleich mit dem österreichischen Blatt die gegnerischen Nationen nicht so negativ dargestellt werden – und sogar durchaus in beachtlichem Umfang positive Charakterisierungen bzw. Bewertungen gegnerischer Teams bzw. Länder erfolgen. Dies spricht dafür, dass der »Blick« die nationale Identität der Schweiz nicht so stark durch die Abgrenzung zu bzw. den Vergleich mit (als schlechter dargestellten) anderen Nationen konstruiert wie die »Kronen Zeitung« im Fall von Österreich.

Ein weiterer Aspekt der medialen nationalen Identitätskonstruktion ist der gezielte Einsatz von nationalen Symbolen in beiden Boulevardblättern. Diese dienen den Zeitungen einerseits dazu, die Identifikation mit dem »eigenen« Land verstärkt zum Ausdruck zu bringen, andererseits stellen sie damit den LeserInnen auch gezielt nationale Identifikationssymbole zur Verfügung, die von diesen wiederum mit dem eigenen Bild der Nation kombiniert, adaptiert oder modifiziert werden können. Bei den eingesetzten nationalen Symbolen zeigen sich zwischen Österreich und der Schweiz nationenspezifische Unterschiede: Während in der Schweiz der Spitzname der Nationalmannschaft (»Nati«) das am meisten verwendete nationale Symbol ist, greift das österreichische Medium vor allem die Landesfarben (»rot-weiß-rot«) als vielfach eingesetztes nationales Identifikationssymbol auf. Eine vergleichsweise geringere Bedeutung spielen schließlich noch Personalpronomina (»wir«, »unser« etc.), die für die Schweiz und Österreich ähnlich häufig angewendet werden. Durch diese persönliche Form sollen die LeserInnen direkt angesprochen und gleichzeitig das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Nation gestärkt werden.

In Hinblick auf den Umgang mit anderen Nationen und Kulturen zeigen beide Zeitungen insofern relativ große Offenheit, als sie die Multikulturalität innerhalb der eigenen Nation zumindest am Beispiel der Fußballspieler mit Migrationshintergrund bewusst thematisieren. 18 Prozent der Artikel der österreichischen »Kronen Zeitung« präsentieren dabei Spieler mit Migrationshintergrund in der heimischen National-Elf als Hauptakteure – dies entspricht nahezu dem realen Anteil (22 Prozent) innerhalb des Teams. Beim Schweizer »Blick« werden Spieler mit Migrationshintergrund zwar häufiger genannt (26 Prozent) als im österreichischen Boulevardblatt, anteilmäßig sind jedoch die Spieler ohne Schweizer Wurzeln, die 39 Prozent der Mannschaft ausmachen, unterrepräsentiert. Hingegen wird der Multikulturalismus im Schweizer »Blick« als zentraler Bestandteil der nationalen Selbstcharakterisierung thematisiert: Gründe dafür können die traditionelle kulturelle Vielfalt der Schweiz mit Deutsch, Französisch, Italienisch und Rätoromanisch sprechenden Regionen sowie ein höherer ausländischer Bevölkerungsanteil sein. Insgesamt lässt sich aber festhalten, dass Multi-

kulturalismus sowohl von der »Kronen Zeitung« als auch vom »Blick« im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft insofern positiv vermittelt wird, als Spieler mit Migrationshintergrund als Bestandteil des eigenen Teams bzw. der eigenen Nation präsentiert werden.

Dieser Befund der positiven Darstellung von Migranten bzw. von kultureller Durchmischung wiegt umso schwerer, da Boulevardmedien normalerweise eher zu einer Überhöhung und Abschottung der eigenen Nation gegenüber fremden Kulturen und Nationen neigen und Multikulturalismus eher als Bedrohung denn als Befruchtung für das eigene Land präsentieren (Wassermann 1997, Ruhrmann/Demren 2000, Müller 2005). Welche Wirkung diese mediale Darstellungsweise auf die LeserInnen haben kann, wiesen etwa Plasser/Ulram (1992) auf Basis einer repräsentativen Umfrage nach. Diese zeigte, dass Personen, die überwiegend Boulevardzeitungen lesen, eine »überdurchschnittliche Angst vor Ausländern« (Plasser/Ulram 1992, 17) haben. Grund genug, eben die Berichterstattung der meist sehr auflagenstarken Boulevardzeitungen eines Landes einer Analyse zu unterziehen.

Im Rahmen der Berichterstattung zur EURO 08 fällt der Befund für die österreichische »Kronen Zeitung« und den Schweizer »Blick« allerdings recht positiv aus: Eine typisch boulevardeske Darstellung der Migrationsthematik lässt sich in keiner der beiden Zeitungen erkennen. Vielmehr wird im Rahmen des sportlichen Großereignisses eher eine integrative Absicht verfolgt, indem die Spieler mit Migrationshintergrund als wichtiger Bestandteil der eigenen Fußball-Nationalmannschaften charakterisiert werden.

Eine gewisse Distanzierung und Abhebung der eigenen Nation von anderen Ländern und Kulturen erfolgt nur in Hinblick auf die nationale Identität: Hier wird die eigene Nation in der allgemeinen Charakterisierung verglichen mit der Darstellung »gegnerischer« Nationen sehr wohl positiver präsentiert – in der österreichischen Boulevardzeitung in etwas stärkerem Ausmaß als im Schweizer Boulevardmedium. Es lässt sich somit zwar eine Abgrenzung der eigenen Nation nach außen erkennen, die aber mit einer integrativen Ausrichtung nach innen einhergeht, indem Spieler mit Migrationshintergrund als in die eigene Nation integriert präsentiert werden.

Inwiefern sich diese integrationsfreundliche mediale Thematisierung von Fußballspielern ohne österreichische bzw. Schweizer Wurzeln auch auf die Darstellung anderer MigrantInnengruppen in Österreich und der Schweiz auswirkt, bleibt jedoch eine offene Frage: Diese kann wohl nur im Rahmen einer thematisch breiteren und stärker quantitativ orientierten Analyse der gesamten Print- und Rundfunkmedienlandschaft beider Länder beantwortet werden.

## Literatur

- Alabarces, Pablo et al. (2001) *Argentina versus England at the France '98 World Cup: Narratives of Nation and the Mythologizing of the Popular*. In: Media Culture Society, Nr. 23, 547–566.
- Anderson, Benedict (2005) *Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines erfolgreichen Konzepts*. Frankfurt a. M./New York (3., erweiterte Auflage).
- Billig, Michael (1995) *Banal Nationalism*. London.
- Boyle, Raymond/Monteiro, Claudia (2005) »A Small Country with a Big Ambition«: Representations of Portugal and England in Euro 2004 British and Portuguese Newspaper Coverage. In: European Journal of Communication, Nr. 2, 223–244.
- Brauer, Saskia/Brauer, Gernot (2006) *Sport and National Reputation. The 2006 FIFA World Cup and Germany's Image World Wide*. Keine Ortsangabe, auch verfügbar unter: <http://img.fifa.com/mm/document/afmarketing/marketing/83/31/80/sportverlagenglisch-trackchanges.doc>, 20.10.2009.
- Bromberger, Christian (1991) *Die Stadt im Stadion: Olympique Marseille als Spiegel der kulturellen und sozialen Topographie Marseilles*. In: Horak, Roman/Reiter, Wolfgang (Hg.) *Die Kanten des runden Leders: Beiträge zur europäischen Fußballkultur*. Wien, 23–34.
- Carniel, Jessica (2006) *Bipolar (Un) patriots: National Identity, Ethnic Identity and the 2006 FIFA World Cup*. Beitrag für »The Cultural Studies Association of Australasia's Annual Conference«, 6.–8. 12. 2006, verfügbar unter: <http://www.unaustalia.com/proceedings.php>, 18.9.2008.
- Dimitriou, Minas/Mortsch, Christian (2007) »Wir sind wieder Ski-Nation Nr. 1«. *Zur sprachlichen Transformation nationaler Stereotype in der österreichischen Sportberichterstattung am Beispiel der Ski Alpin WM (Aare 2007)*. In: Medien Impulse, Nr. 62, 36–40.
- Dolic, Dubravko (2001) *Die Fußballnationalmannschaft als »Trägerin nationaler Würde«? Zum Verhältnis von Fußball und nationaler Identität in Kroatien und Bosnien-Herzegowina*. In: Lösche, Peter u. a./Zentrum für Europa- und Nordamerika-Studien (Hg.) *Fußballwelten. Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft*. Opladen, 155–174.
- Duke, Vic/Crolley, Liz (1996) *Football, Nationality and the State*. New York.
- Früh, Werner (2007) *Inhaltsanalyse*. Konstanz.
- Haller, Max (1996) *Identität und Nationalstolz der Österreicher. Gesellschaftliche Ursachen und Funktionen. Herausbildung und Transformation seit 1945. Internationaler Vergleich*. Wien u. a.
- Heyder, Aribert/Schmidt, Peter (2002) *Deutscher Stolz. Patriotismus wäre besser*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hg.) *Deutsche Zustände. Folge 1*. Frankfurt a. M., 71–82.
- Hobsbawm, Eric (2005) *Nationen und Nationalismus. Mythos und Realität seit 1780*. Mit einem aktuellen Vorwort des Autors und einem Nachwort von Dieter Langewiesche. Aus dem Englischen von Udo Rennert. Frankfurt a. M./New York (3. Auflage).
- Horak, Roman/Marschik, Matthias (1995) *Vom Erlebnis zur Wahrnehmung. Der Wiener Fußball und seine Zuschauer 1945–1990*. Wien.
- Horak, Roman/Marschik, Matthias (1996) *Football, Racism and Xenophobia in Austria. »If you let them, they behave like the Mafia«*. In: Merkel, Udo/Tokarski, Walter (eds.) *Racism and Xenophobia in European Football*. Aachen, 41–56.
- Jenkins, Richard (1996) *Social Identity*. London/New York.
- Kapuscinski, Ryszard (1991) *Der Fußballkrieg. Berichte aus der Dritten Welt*. Aus dem Polnischen von Martin Pollack. Frankfurt a. M.
- Lehtonen, Jaakko (2005) *Stereotypes and Collective Identification*. In: Petkova, Diana/Lehtonen, Jaakko (eds.) *Cultural Identity in an Intercultural Context*. Publication of the Department of Communication, University of Jyväskylä, 61–85.
- Maguire, Joseph (1999) *Global Sport. Identities, Societies, Civilizations*. Oxford.
- Maguire, Joseph et al. (1999) *The War of the Words? Identity Politics in Anglo-German Press Coverage of EURO 96*. In: European Journal of Communication, Nr. 1, 61–89.
- Marschik, Matthias (1998) *Österreich und Europa – Österreich im Sport. Anmerkungen zum Beitrag des Sportes zur nationalen Identität*. In: Medien Impulse, Nr. 24, 19–26.
- Mayring, Phillip (2003) *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim u. a. (8. Auflage).

- Mielke, Rosemarie (2000) *Soziale Kategorisierung und Vorurteil*. In: Gallenmüller-Roschmann, Jutta u. a. (HgInnen) *Ethnisches und nationales Bewusstsein. Studien zur sozialen Kategorisierung*. Frankfurt a. M. u. a., 11–42.
- Morley, David/Robins, Kevin (1995) *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London/New York.
- Müller, Daniel (2005) *Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien*. In: Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hg.) *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss. Forschungsstand. Bibliographie*. Bielefeld, 83–126.
- Müllner, Rudolf (2005) *Skirennläufer als »Heimatmacher«*. *Sportpolitische Narrative in Österreich nach 1995*. In: *Spectrum der Sportwissenschaften*, Nr. 1, 88–108.
- Paier, Günter (1996) *Menschen im Übergang. Österreichbilder und nationale Identität von Ex- und NeoösterreicherInnen*. In: Haller, Max (Hg.) *Identität und Nationalstolz der Österreicher. Gesellschaftliche Ursachen und Funktionen. Herausbildung und Transformation seit 1945. Internationaler Vergleich*. Wien u. a., 149–208.
- Penz, Otto/Spitaler, Georg (2004) *The Austrian Sportscape and National Identity*. In: Anders, Georg (ed.) *European Integration and Sport. Selected papers of the 1st Conference of the European Association for Sociology of Sport*. Münster u. a., 209–218.
- Plasser, Fritz/Ullrich, Peter A. (1992) *Ausländerangst als partei- und medienpolitisches Problem*. Forschungsbericht des Fessel+GfK-Instituts und des Zentrums für angewandte Politikforschung. Wien.
- Reiterer, Albert F. (1988) *Nation und nationales Bewusstsein*. Wien.
- Ruhrmann, Georg/Demren, Songül (2000) *Wie Medien über Migranten berichten*. In: Schatz, Heribert u. a. (HgInnen) *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Wiesbaden, 69–81.
- Schwarz, Valentin (2008) *Wie bunt sind Europas Fußballteams?* In: *Integration im Fokus*, Nr. 3, auch verfügbar unter: [http://www.integrationsfonds.at/wissen/integration\\_im\\_fokus/integration\\_im\\_fokus\\_ausgabe\\_32008/international/wie\\_bunt\\_sind\\_europas\\_fussballteams/](http://www.integrationsfonds.at/wissen/integration_im_fokus/integration_im_fokus_ausgabe_32008/international/wie_bunt_sind_europas_fussballteams/), 19.10.2009.
- Sherif, Muzaffer et al. (1961/Orig. 1954) *Intergroup Conflict and Cooperation: The Robbers Cave Experiment*. Norman, OK.
- Tajfel, Henri (1982) *Gruppenkonflikt und Vorurteil*. Bern u. a.
- Wassermann, Heinz P. (1997) *»Das Fremde«, »Die Fremden« und »Die Medien« – Einige Beobachtungen zum »grauen« Forschungsstand*. In: *Medien Impulse*, Nr. 20, 4–10.

**Kontakt:**

*bernadette.kneidinger@univie.ac.at*