



Bachelorarbeit

Die Entwicklung der Berichterstattung über die Tour de France im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

Vorgelegt von:

Felix Spilker

Nelkenstraße 11 32825 Blomberg

felix.spilker@stud.th-owl.de

Matrikel-Nr. 15474037

Betreut durch:

Prof. Dr. phil. Frank Lechtenberg

Prof. Dr. Rer. nat. Guido Falkemeier

Abgabe: 08.10.2025

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	4
1.1 Themenvorstellung	4
1.2 Zielsetzung.....	6
1.3 Methodik	7
2. Historischer Überblick.....	8
2.1 Entstehung des Rennens.....	8
2.2 Frühe mediale Berichterstattung in Deutschland	10
3. Mediale Sportberichterstattung in Deutschland.....	11
3.1 Printmedien.....	11
3.2 Hörfunk.....	14
3.3 Fernsehen	15
3.4 Digitale Medien.....	16
4. Analyse	17
4.1 Kriterien zur Bewertung	17
4.1.1 Perspektiven / Position der Kameras	17
4.1.2 Kommentar	17
4.1.3 Grafische Elemente	18
4.1.4 Interviews	18
4.1.5 Zusätzliche Elemente	18
4.2 Analyse der einzelnen Etappen	19
4.2.1 Tour de France 1977 Etappe 17	20
4.2.2 Tour de France 1986 Etappe 18.....	23
4.2.3 Tour de France 1997 Etappe 13.....	27
4.2.4 Tour de France 2011 Etappe 19.....	31
4.2.5 Tour de France 2022 Etappe 12.....	35
4.2.6 Analytische Zusammenfassung der Etappen.....	40
4.3 Vergleich der Jahrzehnte.....	44
4.3.1 Heldeninszenierung.....	44
4.3.2 Krisenbewältigung in Bezug auf das Thema Doping	45
4.3.3 Kommerzialisierung.....	47
4.3.4 Nationale Perspektive	47

4.3.5 Fazit.....	48
5. Abbildungsverzeichnis	50
6. Literaturverzeichnis	51
7. Eigenständigkeitserklärung.....	53

1. Einleitung

1.1 Themenvorstellung

Die Tour de France ist eines der traditionsreichsten und bedeutendsten Sportereignisse der Welt. Seit ihrer ersten Austragung im Jahr 1903 zieht sie jährlich Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer in ihren Bann und wird in zahlreichen Ländern live übertragen. Neben dem sportlichen Wettkampf sind es vor allem die mediale Inszenierung und die Berichterstattung, welche das Bild der Tour de France in der Öffentlichkeit prägen. Gerade das öffentlich-rechtliche Fernsehen, dass in Deutschland seit Beginn der Übertragung der zentrale Anbieter ist, trägt dabei wesentlich zur Wahrnehmung dieses Großereignisses bei.

Die vorliegende Arbeit untersucht die Entwicklung der Berichterstattung der Tour de France im deutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehen über einen Zeitraum von mehreren Jahrzehnten. Ziel ist es, Veränderungen in der Darstellung, Kommentierung und journalistischen Einordnung zu analysieren und einzuordnen. Hierbei stehen sowohl technische und gestalterische Entwicklungen als auch inhaltliche Schwerpunkte im Fokus. Die Berichterstattung zur Tour de France spiegelt nicht nur den Wandel sportjournalistischer Praxis wider, sondern auch gesellschaftliche und sportpolitische Rahmenbedingungen, etwa im Hinblick auf nationale Perspektiven oder den Umgang mit dem Thema Doping.

Um eine hohe Vergleichbarkeit der ausgewählten Beispiele zu gewährleisten, konzentriert sich die Analyse auf Etappen, die alle denselben Zielort haben: Alpe d'Huez. Dieser legendäre Zielanstieg in den französischen Alpen zählt zu den symbolträchtigsten und spektakulärsten Zielorten der Tour de France. Die Berichterstattung über Etappen nach Alpe d'Huez eignet sich daher in besonderem Maße, um Dramaturgie, Bildsprache und Kommentierung über die Jahre hinweg zu vergleichen.

Untersucht werden die Übertragungen von fünf Etappen mit Ziel in Alpe d'Huez aus den Jahren 1977, 1986, 1997, 2011 und 2022.

Die Etappe von 1977 ist die älteste in den Archiven des Saarländischen Rundfunks (SR) verfügbare Übertragung einer Etappenankunft in Alpe d'Huez und bietet die Möglichkeit, die Berichterstattung mit einem besonderen Fokus auf die deutsche Perspektive zu analysieren, da der deutsche Fahrer Dietrich Thurau damals das weiße Trikot des besten Jungprofis trug.

Die Etappe von 1986 erlaubt es, die Berichterstattung der 1980er-Jahre exemplarisch zu untersuchen und die Entwicklung sowohl technischer als auch inhaltlicher Aspekte zu bewerten.

Die Etappe von 1997 ist aus mehreren Gründen von besonderem Interesse. Damals trug der deutsche Fahrer Jan Ullrich das gelbe Trikot des Führenden der Gesamtwertung und war auf dem Weg zum ersten deutschen Gesamtsieg. Während der italienische Fahrer Marco Pantani die Etappe gewann und ihm dabei die bis heute schnellste Zeit für den Anstieg nach Alpe d'Huez gelang. Ein Ergebnis, das auch im Kontext der später bekannt gewordenen Dopingpraktiken kritisch betrachtet werden muss.

Die Etappe von 2011 bietet die Möglichkeit, zu analysieren, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk nach den großen Dopingskandalen der 2000er-Jahre den Radsport betrachtete, zumal nach der Tour de France 2011 der Vertrag der Übertragungsrechte vorerst auslief.

Die Etappe von 2022 schließlich steht für die aktuelle Berichterstattung und ermöglicht es, die Entwicklungen im digitalen Zeitalter und den gegenwärtigen journalistischen Umgang mit der Tour de France darzustellen.

Die ausgewählten Etappen werden anhand der Archivaufnahmen des Saarländischen Rundfunks (SR) analysiert.

In der restlichen Arbeit stütze ich mich auf bereits existierende Bachelorarbeiten von Linus Bruhn, Pamela Holzenleuchter und Christian Thieme und auf die Masterarbeit von Sebastian Dirschl. Hinzu kommen Online-Artikel von Axel Buchholz, Sabine Gruler u. Kirsten Wagner und Christoph Gunkel, sowie auf Ausschnitte aus der Literatur von Erik Eggers, Wolfgang Jelkmann, Alain Pagès, Marcel Reinold und Eugen Weber.

1.2 Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit ist es, die Entwicklung der Berichterstattung über die Tour de France im deutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehen über einen Zeitraum von rund 45 Jahren vergleichend darzustellen und zu analysieren. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie sich technische, inhaltliche und journalistische Elemente der Übertragung verändert haben und welche Rolle gesellschaftliche und sportpolitische Kontexte – insbesondere nationale Perspektiven und der Umgang mit dem Thema Doping – in der Darstellung gespielt haben.

Die Arbeit soll herausarbeiten, welche gestalterischen und technischen Mittel (z. B. Kameraperspektiven, Grafiken) in den verschiedenen Jahrzehnten eingesetzt wurden, wie sich der Stil und die Inhalte des Kommentars gewandelt haben, in welcher Form der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit den sportlichen Erfolgen deutscher Fahrer sowie mit Krisenthemen wie Doping umgegangen ist.

Darüber hinaus wird angestrebt, die Ergebnisse in einen größeren Zusammenhang der Entwicklung des Sportjournalismus im öffentlich-rechtlichen Fernsehen einzuordnen und mögliche Ursachen für die beobachteten Veränderungen zu diskutieren. Die Arbeit möchte so einen Beitrag zum Verständnis der medialen Inszenierung von Sportgroßereignissen und deren Wandel leisten.

1.3 Methodik

Die Analyse dieser Arbeit basiert auf einer vergleichenden qualitativen Inhaltsanalyse von Übertragungen ausgewählter Tour de France-Etappen, die alle das Ziel Alpe d'Huez hatten. Untersucht werden die Berichterstattungen der Jahre 1977, 1986, 1997, 2011 und 2022. Diese Etappen wurden bewusst gewählt, um verschiedene Phasen der Tour-Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen abzudecken und sowohl sportlich als auch mediengeschichtlich relevante Kontexte einzubeziehen.

Die Analyse erfolgt anhand von fünf zentralen Kriterien, die die Struktur der Übertragungen systematisch erfassbar machen:

Perspektiven / Position der Kameras: Erfassung und Einordnung der Bildgestaltung undameratechnik.

Kommentar: Analyse der Inhalte, Schwerpunkte und des Stils der Kommentierung.

Grafische Elemente: Untersuchung der eingeblendeten Informationen und deren visueller Gestaltung.

Interviews: Auswertung von Art, Umfang und inhaltlicher Ausrichtung der geführten Interviews.

Zusätzliche Elemente: Betrachtung von weiteren Bestandteilen wie Hintergrundberichten, historischen Rückblicken oder Einspielern. Die Analyse wird auf Basis von Archivmaterial durchgeführt, das aus den Mediatheken und Archiven des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (insbesondere des Saarländischen Rundfunk) stammt. Die ausgewählten Sendungen werden systematisch gesichtet und die genannten Kriterien in Form eines Kategorienschemas erfasst. Die Ergebnisse werden in vergleichender Form dargestellt, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Berichterstattung über die Jahre sichtbar zu machen. Die Arbeit erhebt keinen Anspruch auf quantitative Vollständigkeit, sondern verfolgt das Ziel einer vertieften qualitativen Betrachtung ausgewählter Etappenübertragungen als Fallstudien.

2. Historischer Überblick

2.1 Entstehung des Rennens

Die Tour de France entstand im Jahr 1903 aus einem Auflagenkrieg zwischen zwei konkurrierenden Sportzeitschriften (vgl. Weber 2012: S.11-12).

Schuld hierfür war ein politischer Streit, die sog. Dreyfus-Affäre (vgl. Weber 2012: S.11-12).

In einem vom französischen Militär manipulierten Verfahren wurde der französische Artilleriehauptmann Alfred Dreyfus im Jahr 1894 angeklagt und des Hochverrats verurteilt. Für einen Spionagefall innerhalb des Militärs erschien Dreyfus als idealer Sündenbock. Nicht nur weil er im Grenzgebiet zum deutschen Reich dem Elsass geboren war, sondern vor allem, weil er jüdischer Konfession war.

Der Fall spaltete die Nation Frankreich in zwei Lager. Die einen, die an die Unschuld von Alfred Dreyfus glaubten und diejenigen die das Verfahren für rechtens ansahen. Im späteren Verlauf stellte sich heraus, dass er zu Unrecht verurteilt worden war auch weil Regierung, Armee und Richter das Verfahren zu Ungunsten von Dreyfus beeinflussten (vgl. Pagès 2022: S.15-18).

Der spätere Begründer der Tour de France der Franzose Marquis Albert de Dion gehörte dem Lager an, welches an die Schuld von Dreyfus glaubte (vgl. Weber 2012: S.11-12). Hauptsächlich konstruierte der Automobilpionier Dampfmaschinen, finanzierte nebenbei aber außerdem die Tageszeitung *Vélo*. Diese richtete sich an die Radsportamateure des Landes, rivalisierende Fahrradhersteller und Interessierte, die bei Bahn- und Straßenrennen selbst an der Strecke stehen (vgl. Weber 2012: S.11-12). Im Jahr 1899, als die Dreyfus-Affäre ihren Höhepunkt erreichte, war de Dion bei den Pferderennen von Auteuil mit seinen Anti-Dreyfus-Freunden in eine politische Auseinandersetzung geraten. Diese gipfelte darin, dass der Stock eines royalistischen Barons den Zylinder des Präsidenten der Republik eindellte. Für die Geschichte der Tour de France ist allerdings wichtiger, dass Marquis Albert de Dion wegen seiner Beteiligung zu 15 Tagen Haft und einer Geldstrafe von 100 Francs verurteilt wurde. Dieser Vorfall löste kritische Kommentare der Dreyfus wohlgesonnenen Zeitschrift *Vélo* aus. Aus

Empörung darüber gründeten Dion und weitere seiner Anti-Dreyfus-Freunde wie Edouard Michelin eine Zeitschrift als Konkurrenz, die *L'Auto-Vélo*, sofort gerieten beide Parteien in einen Plagiatsstreit. Nach diesem musste sich *L'Auto-Vélo* in *L'Auto* umbenennen. Um sich von dieser Niederlage wirtschaftlich zu erholen, brauchte Henri Desgrange, Herausgeber der *L'Auto*, ein großes Werbeprojekt, um die Zahl seiner Leserschaft zu vergrößern (vgl. Weber 2012: S.11-12; Gunkel (2023)). Er selbst hatte als begeisterter Radfahrer erlebt, wie die Einführung von Stoppuhren rund um das Jahr 1870 den Radsport für Zuschauer wieder interessant gemacht hatte. So belebte er zunächst das Straßenradrennen Paris-Brest-Paris wieder, welches zuletzt 1891 stattgefunden hatte. Obwohl bereits in den ersten Auflagen dieses Rennens sportliche Fortschritte sichtbar wurden und auch viele Interessierte sich den Fortschritt des Rennens auf der großen Karte an der Fassade der Redaktion ansahen, die erhoffte große Begeisterung und Umsätze kamen nicht (vgl. Weber 2012: S.11-12).

Ein größeres Radsportrennen sollte die Lösung sein, ein Rennen, das sich um ganz Frankreich erstreckt und teilweise die Strecke des zu der Zeit beliebten Schulbuch „*Le Tour de la France par deux enfants*“ beinhaltet. Die großen Distanzen der neuen Tour erregten Erstaunen in der Öffentlichkeit. Rückblickend eine erfolgreiche Strategie, um Interesse an der Tour zu wecken. Die Frage, ob diese Tour durch Frankreich im Bereich der menschlichen Leistungsfähigkeit liegt, erregte die Menschen (vgl. Weber 2012: S.11-12).

Allerdings drohte ein Fiasko. Bis Ende April 1903 hatten sich nur 15 Radrennfahrer für die neuartige Tour angemeldet. Henri Desgrange reagierte und „*verkürzte das Rennen auf 19 Tage, reduzierte das Antrittsgeld auf zehn Francs, erhöhte die Tagesprämie auf fünf Francs*“ (Gunkel (2023)). Außerdem bemühte er sich darum, dass Hoteliers den Fahrern Sonderpreise für ihre Unterkünfte während der Tour anbieten sollten (vgl. Gunkel (2023)). Diese Maßnahmen zeigten Wirkung und so startete die erste Tour de France mit einem Fahrerfeld von 60 Radsportlern. Aus diesem Feld beendeten 21 Fahrer die Erstausgabe der Tour de France, welche ein großer Erfolg war. Während sich die Auflage der *L'Auto* verdoppelte, brachen die Verkaufszahlen von *Le Vélo* ein. Toursieger wurde der Franzose Maurice Garin, bei der nächsten Ausgabe im Jahr 1904 wurde dieser, wie auch andere Fahrer, wegen verschiedener Verstöße disqualifiziert. Nach dieser

2. Ausgabe der Tour de France bezweifelte der Organisator Henri Desgrange das Ausrichten einer weiteren Tour. Grund dafür waren gemeldete Drohungen von Anhängern rivalisierender Rennfahrer, die Gruppen von Schlägern, welche Straßen entlang der Strecke blockierten, Pistolenschüsse am Straßenrand und davon angegriffenen und verletzten Radfahrer. Genau das hierdurch entstandene Drama, ließ dann aber die Verkaufszahlen der Zeitung sprunghaft steigen. So setzte sich die Geschichte der Tour de France trotz anfänglicher Schwierigkeiten als Erfolgsgeschichte fort (vgl. Weber 2012: S.11-12).

Seither findet jährlich die Tour de France als bekanntestes Radrennen der Welt statt. Einzig die beiden Weltkriege zwangen die Ausrichter zu einer Aussetzung der Rundfahrt (vgl. Gruler/Wagner o.D.).

2.2 Frühe mediale Berichterstattung in Deutschland

„Der Saarländische Rundfunk ist der „Tour-Sender“. Genauer gesagt: Der SR ist der „Federführer“ für die ARD-Berichterstattung von der „Tour de France“. Das war er, egal ob mit oder ohne Live-Übertragungen, von Anfang an. Zuerst nur im Radio, dann auch im Fernsehen. Diese lange Tradition begann bereits bei Radio Saarbrücken¹“ (Buchholz (o.D.)).

Nach dem Ende des 2. Weltkrieges fand die Tour de France erstmalig seit 1939 wieder im Jahr 1947 statt. Ein Jahr später bereits feierte *Radio Saarbrücken* seine Übertragungs-Premiere bei der Tour. Grund hierfür war auch die Streckenplanung dieser 35. Tour de France, denn diese führte bei der 18. Etappe am 22. Juli 1948 durch das Saarland. Für dieses besondere Event brachte *Radio Saarbrücken* sogar eine „Ringsendung“². Im Jahr 1950 fand eine Reportage der ersten Tour-Etappe statt, diese lief erst im Verlauf des Abends um 20:05 Uhr (vgl. Buchholz (o.D.)).

¹ „Radio Saarbrücken“ gilt als Vorgänger des heutigen Saarländischen Rundfunk (SR)

² Eine Sendung bei der mehrere Sender für eine Sendung zusammengeschaltet werden

3. Mediale Sportberichterstattung in Deutschland

3.1 Printmedien

„Erfindungen wie die Dampflokomotive und die Rotationspresse revolutionierten im 19. Jahrhundert nicht nur den weltweiten Verkehr und den Zeitungsdruck, sondern ließen die Welt enger zusammenrücken und machten Information und Bildung für eine breitere Masse zugänglich“ (Thieme (2011): S. 8) Die ersten zaghaften Sportberichterstattungen fanden im frühen 18. Jahrhundert statt. Ab ca. 1724 berichtete die Breslauer Zeitung über Pferderennen (vgl. Groth 1928: S.588 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S.11). Zu den Berichten über Pferderennen gesellten sich in den 1840er Jahren erste Berichte über den Turnsport vor allem in der Erlanger Allgemeine Turn-Zeitung (vgl. Kirchner 1959 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 11). Allerdings dauerte es, bis die Sportberichterstattung auch in den allgemeinen Tageszeitungen Platz fand. Die erste alleinstehende Sportrubrik in einer Tageszeitung war am 23. Mai 1886 in der Münchner Neuesten Nachrichten zu finden. Hauptsächlich ging es hierbei um Pferde- und Schießsport, erst ein paar Jahre später drängten Radsport, Fußball, Wintersport und weitere in diesen Teil der Zeitung (vgl. Rupprecht 1936 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 12). Eine weitergehende Entwicklung wurde zudem durch die Gründung der Sport im Wort angetrieben. Der Erfolg dieser Berliner Sporttageszeitung fußte darauf, dass sie neben den Berichten auch als offizielles Organ vieler Sportverbände und Vereine fungierte (vgl. Bollmann 1938: S.5 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 12). So stieg die Nachfrage an Sportmedien kontinuierlich, daraus resultierte die Entstehung der Sportlichen Rundschau am 01. Dezember 1904 als erste Sport-Nachrichtenagentur (vgl. Bollmann 1938 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 13). Im Jahr 1881 erschien mit Das Velociped die erste Radsportzeitung Deutschlands (vgl. Gillmeister 1993 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 13). *„Der Radfahrer (1885) und die Rad-Welt (1887) dokumentieren schließlich den unaufhaltsamen Aufstieg des Radsports.“* (Beyer 1936 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 13). Allerdings war es für eine lange Zeit herausfordernd die bewegten Aktionen für die Berichterstattung zu dokumentieren. So mussten als Begleitmaterial häufig gestellte Posen und Mannschaftsfotos herhalten (vgl. Egger 2000: S.9 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 13f). Trotzdem entwickelte sich die deutsche Sportberichterstattungslandschaft

rasant weiter, bereits bei den Olympischen Spielen 1912 in Stockholm waren 42 Personen für die deutsche Sportpresse akkreditiert (vgl. Doerry 1930: S.575 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S.14). Zudem trugen die immer wieder stattfindenden Sensationen und die Weiterentwicklung der technischen Möglichkeiten dazu bei, dass viele Tageszeitungen in den 1920er Jahren von der Sportberichterstattung profitieren konnten (vgl. Ernst 1925a zitiert nach Eggers (2007) A.1, S.15). Daraus resultierte eine Welle an neugegründeten Sportzeitschriften (vgl. Ernst 1925b: S.274 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S.15). Diese wollten von den Entwicklungen profitieren, hinzukam, dass die Sportfotografie, wenn auch technisch anspruchsvoll ihren Anfang nahm (vgl. Schirner 1927 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 16). Dieser Zugewinn für die Sportberichte trieb die Verkaufszahlen von Tageszeitungen aber auch Fachzeitschriften in die Höhe (vgl. Eggers (2007) A.1, S. 16).

Als die Nationalsozialisten am 30. Januar 1933 die politische Macht bekamen bedeutete dies für jegliche Medien eine tiefe Zäsur, beinahe alle kommunistischen und sozialdemokratischen Organe wurden verboten (vgl. Frei/Schmitz 1989: S. 23 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 17f.).

Ebenso zogen sich bekannte Sportjournalisten wie der Gründer und Herausgeber des Kickers Walter Bensemann in seinem Fall in die Schweiz zurück (vgl. Beyer 2003 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 18).

Allerdings wurden die nicht diskriminierten Sportredakteure für das Regime nahe zu unersetzbar. Das Prestige-Projekt die Olympischen Spiele von 1936 sollten in Berlin und Garmisch-Partenkirchen stattfinden und selbstverständlich wirksam in den Medien propagiert werden (vgl. Bollmann 1938: S. 11 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 18f.). *„Im Zweiten Weltkrieg wurde der Sport in Deutschland immer mehr zur Nebensache und spätestens mit dem Beginn des „Totalen Krieges“ 1943 ganz aufgegeben“* (vgl. Eggers (2007) S.21 zitiert nach Thieme (2011): S. 11)

Nach dem Ende des 2. Weltkrieges folgte eine erneute Zäsur der Medienlandschaft, dieses Mal durch die vier Besatzungsmächte (vgl. Wilke 1999: S. 15f. zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 26). Die Entnazifizierung der Medien verlief in den vier Besatzungszonen nahezu gleich (vgl. Dussel 2004: S. 187 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 26). Erst mit der Zeit entwickelten sich Unterschiede, von einer freien und unabhängigen Presse im amerikanischen Sektor nach dem Vorbild der US-Presse bis hin zu einer „Presse des

neuen Typs“ in der sowjetischen Besatzungszone (vgl. Dussel 2004: S. 210f. zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 26).

In den 1960er Jahren machte die Sportberichterstattung einen großen Schritt in Richtung des aktuellen Stils. Man entfernte sich vom reinen Vortrag der Geschehnisse und Resultate hin zu einem „*analytischen Bericht*“ (vgl. Krebs 1969: S. 254-258 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 28). Vermutlich auch durch diese Entwicklung bewegte sich die Sportberichterstattung in den Folgejahren in der Nachrichtenhierarchie in den Vordergrund und steht seitdem nicht selten vor politischen Neuigkeiten (vgl. Krebs 1978: S. 104 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 29f.).

3.2 Hörfunk

„Neben der Presse etabliert sich ab Mitte der 1920er Jahre der Hörfunk als Komplementärmedium. Das Radio wurde kontrolliert von der Reichspost und anderer staatlicher Einrichtungen, und seine Gestalter verfolgten zunächst rein volkspädagogische Ziele.“ (Lersch/Schanze (2004) zitiert nach Eggers (2007) A.1, S.16). Bereits am 13. Juni 1924 konnte das erste Livesportereignis im Radio gehört werden, als live von einer Regatta auf der Hamburger Alster berichtet wurde (vgl. Holzenleuchter (2012): S. 8). Darauf folgte mit Preußen Münster gegen Arminia Bielefeld am 1. November 1925 das erste Fußballspiel, welches über die volle Distanz reportiert wurde (vgl. Drescher 1937: S. 11 zitiert nach Eggers (2007) A.1, S. 17).

Allgemeine Sportmeldungen finden in der Nachkriegszeit meist am Ende der Nachrichtensendungen im Hörfunk ihren Platz (vgl. Gödeke 1976: S. 17-44 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 27).

In den Folgejahren gaben die Alliierten schrittweise die regionalen Rundfunkanstalten wieder in deutsche Hände. Diese schlossen sich am 5. August 1950 in der Arbeitsgemeinschaft öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammen (vgl. Diller 1999: S. 146-152 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 30).

Der womögliche Höhepunkt der Sportberichterstattung im Hörfunk ereignete sich während des Endspiels der Fußball-Weltmeisterschaft am 4. Juli 1954. Die Reportage von Herbert Zimmermann soll in der Spitze 50 Millionen Hörer erreicht haben. Mit dem Endspiel der Weltmeisterschaft 1966, zwölf Jahre später verlor das Radio die Vorherrschaft der Sportberichterstattung und ist seither das Medium für *„für autofahrende Rezipienten“* (vgl. Digel 1983: S.23 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 31).

3.3 Fernsehen

Ebenfalls von den Olympischen Spielen 1936 profitierte das deutsche Sportfernsehen, welches im Zuge dieser seine Geburt fand. Damals konnten Interessierte die Sportereignisse noch in sog. „*Fernsehtuben*“ mit verfolgen (vgl. Hackforth 1975: S. 36f. zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 31).

Die Sportberichterstattung wurde sowohl für den Hörfunk als auch für das Fernsehen ein zentrales Zugpferd, welches maßgeblich zur Popularität und Reichweite der jeweiligen Programme beitrug (vgl. Moreno 1957: S. 220 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 32). Bereits 1952 fanden erste Tests für Live-Übertragungen statt, welche die Bedeutung sportlicher Ereignisse für die technische und inhaltliche Weiterentwicklung des Mediums Fernsehen unterstrichen (vgl. Hackforth 1975: S. 40f. zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 32). Auch die Einführung neuer Übertragungstechnologien wie des Farbfernsehens und der Satellitentechnik war eng mit sportlichen Großereignissen verbunden, da beide erstmals im Rahmen der Olympischen Spiele 1968 zum Einsatz kamen (vgl. Eggers (2007) A.2, S. 32).

Aber nicht nur die ARD belebt die Sportberichterstattung im Fernsehen. Das 1963 ins Leben gerufene Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) trägt mit seinen Sendungen „*Der Sport-Spiegel*“ und „*Das aktuelle Sportstudio*“ seinen Anteil dazu bei (vgl. Eggers (2007) A.2, S. 32).

„*Die Massenwirksamkeit des Fernsehens beschleunigte die Ökonomisierung des Sports: 1961 richtete sich eine Sportart (Boxen) erstmals nach dem deutschen Fernsehen und nicht umgekehrt.*“ (Hackforth 1975: S. 66 zitiert nach Eggers (2007) A.2, S. 32). Das immer größer werdende öffentliche Interesse an Sportereignissen und Sportpersönlichkeiten trug maßgeblich dazu bei, dass der Mediensport einen enormen Bedeutungsgewinn erfuhr und sich zu einem milliardenschweren Wirtschaftszweig entwickelte. (vgl. Thieme (2011): S. 12)

Zusätzlich nutzten auch Unternehmer außerhalb des Sports die Reichweite von Sportberichterstattungen. Günter Mast, 1973 Geschäftsführer der Mast-Jägermeister AG, ließ für Werbezwecke das Logo seines Unternehmens auf dem Trikot von Eintracht Braunschweig flocken (vgl. Eggers (2007) A.2, S. 32). Als 1988 RTL die TV-Rechte für die

Fußball Bundesliga erwirbt. Ist dies der endgültige Startschuss der Boulevardisierung der Sportberichterstattung, die bis heute anhält (vgl. Eggers (2007) A.2, S.33).

3.4 Digitale Medien

In der Mitte der 1990er Jahre bewegten sich die Sportberichterstattung weiter in ein neues Medium, das Internet. So entstanden z.B. 1996 *ran.de* oder ein Jahr später *kicker.de* (Mittasch (2007) zitiert nach Dirschl (2016): S. 26). In der Folge fing nahezu jedes Print-Medium selbständig an seine Inhalte im Internet anzubieten (Dirschl (2016): S. 26), wodurch der Grundstein für die digitale Sportberichterstattung gelegt wurde. Dieser läutete einen Umbruch ein. So ging die Reichweite des traditionellen Fernsehens ein wenig zurück, während Portale im Internet, welche Sport in Bewegtbild zeigten einen Aufschwung erlebten (vgl. Heinecke /Meyen (2018) zitiert nach Bruhn (2020): S.13). Dieser Aufschwung wird durch jede weitere technische Errungenschaft gefördert. Zudem werden auch klassische TV-Inhalte, wie Spielberichte aus der Sportschau in den Mediatheken konsumiert. (vgl. Dirschl (2016): S. 4).

„Mittlerweile gibt es für die sportinteressierten Menschen ein vielfältiges Medienangebot, auf welches sie zurückgreifen können. Neben den klassischen Medienangeboten wie Liveübertragungen von Sportereignissen in Radio und Fernsehen oder Berichten in Zeitungen und Zeitschriften sind weitere Kanäle wie Online-Sportportale, soziale Netzwerke wie Facebook und Instagram oder Online Streaming-Dienste mittlerweile selbstverständlich.“ (Horky/ Schierl/ Stiehler (2018) zitiert nach Bruhn (2020): S.12)

Viel mehr werden (Sport-) Vereine und auch Sportler selbst über verschiedenste Plattformen (Instagram, TikTok, YouTube, Twitch, etc.) zu ihrem eigenen Medium (vgl. Bruhn (2020): S.13).

Außerdem hat sich die gesamte Sportwelt mittlerweile weit aufgeächert neben den klassischen Sportarten gibt es *„eine Vielzahl von Trend-, Rand-, und Denksportarten“*. So entscheidet heutzutage die Sportberichterstattung, welche Sportarten in welcher Form präsentiert werden (vgl. Thieme (2011): S. 13).

4. Analyse

4.1 Kriterien zur Bewertung

Um die Entwicklung der Berichterstattung der Tour de France im öffentlich-rechtlichen Fernsehen vergleichend analysieren zu können, werden fünf zentrale Bewertungskriterien herangezogen. Diese Kriterien erlauben es, die Gestaltung der Übertragung einheitlich unter gleichbleibenden Aspekten systematisch zu erfassen. Sie ermöglichen zudem Rückschlüsse auf den Wandel der medialen Berichterstattung der Tour de France sowie auf den Umgang des öffentlich-rechtlichen Fernsehens mit sportlichen und außersportlichen Kontexten rund um die Rundfahrt.

4.1.1 Perspektiven / Position der Kameras

Hierbei wird untersucht, welche Kameraperspektiven in der Übertragung dominieren und wie die Kameraführung eingesetzt wird, um das Renngeschehen darzustellen. Relevant sind beispielsweise die Anzahl und Art der eingesetzten Kameras (stationär, Helikopter, Motorradbegleitung) sowie die Auswahl der Bildausschnitte und deren Wirkung auf die Dramaturgie der Etappe. Der Fokus liegt dabei auch auf möglichen Unterschieden in der Visualisierung, wie etwa die Darstellung des Etappenziels Alpe d'Huez.

4.1.2 Kommentar

Unter diesem Aspekt wird der Stil und Inhalt des Kommentators bzw. der Kommentatoren während der Übertragung analysiert. Im Mittelpunkt steht hierbei, wie der Kommentator das Renngeschehen einordnet, welche Schwerpunkte gesetzt werden (z. B. taktische Analyse, emotionale Dramaturgie, nationale Perspektive) und inwiefern auf aktuelle sportpolitische Themen, wie etwa Doping, Bezug genommen wird.

4.1.3 Grafische Elemente

Grafische Elemente beinhalten jegliche eingeblendeten Informationen wie Zeitabstände, Höhenprofile, Renndaten oder Statistiken. Untersucht wird der Umfang, die visuelle Gestaltung und die Informationsdichte dieser grafischen Mittel sowie deren Beitrag zum Verständnis des Renngeschehens. Zudem wird betrachtet, wie sich die technischen Möglichkeiten und der Einsatz solcher Elemente über die Jahre verändert haben.

4.1.4 Interviews

Dieser Gesichtspunkt der Analyse umfasst die in die Berichterstattung integrierten Interviews mit Fahrern, Teamverantwortlichen oder weiteren Akteuren. Bewertet wird, in welchem Umfang und mit welchen Schwerpunkten Interviews geführt werden und welche Fragestellungen dominieren. Zudem wie in ihnen nationales Interesse bedient wird, kritische Themen wie Doping angesprochen werden und welchen Einblick man durch sie in Interna wie Teamtaktik bekommt.

4.1.5 Zusätzliche Elemente

Unter diesem Punkt werden alle weiteren Bestandteile der Übertragung berücksichtigt, die über die reine Live-Berichterstattung hinausgehen. Dazu zählen z. B. historische Rückblicke, Einspieler über Land und Leute, Hintergrundberichte zur Tour oder spezifische Beiträge über technische Neuerungen, Sicherheitsaspekte oder gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen der Tour de France. Außerdem fallen unter diesen Punkt auch die Berichterstattungen innerhalb von großen Nachrichtensendungen (z.B.: Tagesschau).

Diese Kriterien dienen als Grundlage für die vergleichende Analyse der ausgewählten Etappen (1977, 1986, 1997, 2011, 2022) und ermöglichen es, den Wandel der Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen inhaltlich und formal zu erfassen und einzuordnen.

4.2 Analyse der einzelnen Etappen

Um die für die Analyse notwendigen Daten zu den Etappen der Tour de France zu erhalten, habe ich zunächst Kontakt mit der ARD aufgenommen. Von dort wurde ich an den zuständigen Bereich beim Südwestrundfunk (SWR) bzw. Saarländischen Rundfunk (SR) weitergeleitet. Im anschließenden Austausch stellte sich heraus, dass mir die umfangreichen Datenmengen aus organisatorischen Gründen nicht direkt zur Verfügung gestellt werden konnten. Stattdessen wurde vereinbart, dass ich die relevanten Etappen am 24. und 25. Juni vor Ort am Standort des SR in Saarbrücken einsehen kann. Auf diese Weise war es möglich, die notwendigen Informationen für die weitere Bearbeitung meiner Arbeit zu sichten und zu dokumentieren.

Die im folgenden eingebauten Grafiken sind Auszüge aus den Übertragungen 1977, 1986, 1997 und 2022, diese sind ausschließlich aus dem Archiv des SR. Die 19. Etappe der Tour de France 2011 lag zwar für meine Analyse im Archiv des SR allerdings konnte ich hieraus kein Begleitmaterial erstellen und verwenden, da die Rechte hierfür beim Sender der damaligen Übertragung dem ZDF liegen.

4.2.1 Tour de France 1977 Etappe 17

Der ausführliche Bericht zur 17. Etappe der Tour de France 1977 wurde am 19. Juli 1977 im „ARD Sport Extra“ ausgestrahlt. Dieser hat eine Länge von 12:29 Minuten und setzte kurz vor dem Etappenende im Livebild ein. Ergänzend lief ein 44-sekündiger Bericht in der Tagesschau um 20 Uhr.

Perspektiven / Position der Kameras

Die Übertragung beginnt mit einem ruhigen Kameraschwenk auf das Ziel am Alpe d'Huez, gefolgt von einem weiteren Schwenk aus einem Helikopter (siehe Abb. 1). Auffällig dabei ist, dass der Helikopter-Pilot zu Beginn nahezu vollständig im Bild zu sehen ist. Ein wohl eher unbeabsichtigtes Detail,



Abb. 1 ARD Sport Extra 19.07.1977

das die damaligen Schnittmöglichkeiten und die technischen Voraussetzungen, für einen reibungslosen Zusammenschchnitt der Einstellungen auf das Livebild, zeigt. Während des Rennens dominierten Motorradaufnahmen, dies ist durch die Einblendungen am oberen linken Bildrand erkennbar. Abgesehen vom Beginn des Beitrags, gab es lediglich eine weitere kurze Helikopteraufnahme.



Abb. 2 ARD Sport Extra 19.07.1977

Der Großteil des gesendeten Beitrags besteht dementsprechend aus Nahaufnahmen, welche von einem Motorrad aus gefilmt wurden. Ein besonderes Highlight ist die Gegenüberstellung der beiden Fahrer Lucien van Impe und Hennie Kuiper. Hierbei teilt die Bildregie das Bild dynamisch ein. Die Trennkante zwischen beiden Fahrern verschiebt sich dynamisch je nach Position der

Fahrer im Bild der für sie abgestellten Kamera. So schwankt die Trennung zwischen $\frac{1}{2}$ zu $\frac{1}{2}$ und $\frac{1}{3}$ zu $\frac{2}{3}$ (siehe Abb. 2).

Kommentar

Der Kommentator lässt sich als sachlich und unaufgeregt beschreiben. Bei besonderen Momenten, wie dem Angriff von Hennie Kuiper sechs Kilometer vor dem Ziel, erhebt sich die Stimme jedoch kurz bei dem Ausruf: „*Angriff von Hennie Kuiper*“, beruhigte sich aber sofort wieder beim zweiten Teil des Ausrufs zur Standortbestimmung bei: „*Sechs Kilometer vor dem Ziel.*“ Ebenfalls beim Sturz von Lucien van Impe und dem dramatischen Zieleinlauf blieb die Stimme ruhig und bringt von außen keine Hektik in die Szenerie. Selbst der Sturz des deutschen Dietrich Thurau in der letzten Kurve wird ebenso sachlich nüchtern begleitet. Seine Leistung wird dennoch mit dem Satz „*Lehrjahre sind keine Herrenjahre*“ gewürdigt und in einen positiven Kontext gesetzt.

Grafische Elemente

Grafische Elemente werden in diesem Bericht wenige eingesetzt. Die Motorradbilder werden mit „MOTO 2“ gekennzeichnet, dieser Schriftzug erscheint am oberen linken Bildrand (siehe Abb. 3). Ebenso die Einblendungen der Namen der Fahrer im aktuellen Bild (siehe Abb. 4). Hier erscheinen an derselben Stelle die Namen in Großbuchstaben. Weitere Grafiken wie z.B. der Streckenverlauf oder Zeitabstände, werden in diesem Bericht nicht gezeigt.



Abb. 3 ARD Sport Extra 19.07.1977



Abb. 4 ARD Sport Extra 19.07.1977

Interviews

Interviews mit Fahrern, Sportlichen Leitern oder Offiziellen waren weder im „ARD Sport Extra“ noch im Tagesschaubeitrag enthalten. Die gesamte Berichterstattung konzentrierte sich ausschließlich auf das Renngeschehen.

Zusätzliche Elemente

Der Tagesschaubeitrag um 20 Uhr dauerte 44 Sekunden und zeigte ausschließlich Motorradaufnahmen aus dem Zielbereich. Joachim Brauner kommentierte in diesem in einem sehr monotonen, neutralen Stil. Bemerkenswert ist, dass auch Momente

unkommentiert blieben und die Bilder für sich wirken. Beispielsweise als Dietrich Thureau nach seinem Sturz in der letzten Kurve wieder auf sein Fahrrad steigt.

4.2.2 Tour de France 1986 Etappe 18

Die 30-minütige Liveübertragung der 18. Etappe nach Alpe d'Huez wurde im Rahmen eines „ARD-Sport Extra“ am 21. Juli 1986 ausgestrahlt. Die Moderation übernahm Werner Zimmer, die Reportage wurde von Jürgen Emig kommentiert.

Perspektiven / Position der Kameras

Die Übertragung beginnt mit eindrucksvollen Aufnahmen aus der Vogelperspektive, die von einem Helikopter aus gemacht wurden (siehe Abb. 5). Während des Rennens kamen verschiedene Kamerapositionen zum Einsatz: Neben den beweglichen Motorradkameras, deren Bilder nun mit einem modernen blauen Schriftzug gekennzeichnet wurden, waren auch fest installierte Kameras im Einsatz. Eine davon sieht man sogar in der Übertragung auf einem speziell für die Tour errichteten Podest am Berg im Einsatz (siehe Abb. 6). Diese sorgen für stabile und gut einsehbare Bilder des Renngeschehens (siehe Abb. 7). Das Bild bleibt über weite Strecken bei der Spitzengruppe der Radrennfahrer um



Abb. 5 ARD Sport Extra 21.07.1986



Abb. 6 ARD Sport Extra 21.07.1986

Bernard Hinault und Greg LeMond und dokumentierte deren Zweikampf detailliert. Als sich der deutsche Fahrer Urs Zimmermann, fahrend in der Verfolgergruppe, nach vorne löst und attackiert kommt der Bildwechsel zur entscheidenden Szene etwas verzögert.

So sieht man bei dem Schnitt auf die Kamera, die seine Gruppe zeigt, bereits das entstandene Loch zur Verfolgergruppe, welches bereits gut zu sehen ist.



Abb. 7 ARD Sport Extra 21.07.1986

Kommentar

Jürgen Emigs Kommentarstil ist überwiegend sachlich und unaufgeregt. Er beschreibt das Renngeschehen präzise und verzichtete weitgehend auf emotionale Ausschmückungen. Ein Beispiel dafür ist die sachliche Ankündigung der Attacke von Urs Zimmermann: *„Und da haben wir auch schon die Attacke von Urs Zimmermann.“* Mehr als dieser Satz wird dem Zuschauer nicht gegeben, um eventuell Empathie zu dem deutschen Fahrer aufzubauen. Auch die Leistungen von Hinault und LeMond wird anerkennend, aber mit neutralem Ton hervorgehoben. Emig vermeidet übersteigerte Begeisterung, wodurch die Fahrer eher indirekt als *„Helden“* der Etappe inszeniert wurden: *„Viele meinten, LeMond hätte letztes Jahr die Tour gewinnen müssen, doch wenn man das hier sieht, bekommt man seine Zweifel.“* In diesem Tonus lobt er die Leistung von Bernard Hinault. Allerdings fällt er gelegentlich auch aus seinem Muster und verwendet Floskeln wie *„Warten auf den Rest vom Schützenfest“*, um Lücken im Renngeschehen zu füllen. Ein akustisches Problem ergab sich durch die Position des Kommentators im Zielbereich, so hört man mehrfach laute Durchsagen und auch eine Sirene aus dem Zielbereich. Dies schadet dem Kommentar, allerdings bleibt dieser trotzdem zu jeder Zeit für den Zuschauer verständlich.

Grafische Elemente

Im Vergleich zu der Etappe neun Jahre zuvor wurde der Einsatz grafischer Elemente deutlich ausgeweitet. So wurden mehrfach das Streckenprofil sowie die aktuelle Position der Spitze eingeblendet (siehe Abb. 8).

Zudem informieren Einblendungen über die Fahrzeiten (siehe Abb. 9) und bei der Überquerung einer Bergwertung³ auch über die Geschwindigkeit der Fahrer (siehe Abb. 10). Eine kleine Uhr am unteren rechten Bildrand zeigte in Echtzeit an, wie lange es her war, dass die Spitze bestimmte Punkte, wie z.B. die Bergwertung, passiert hat.

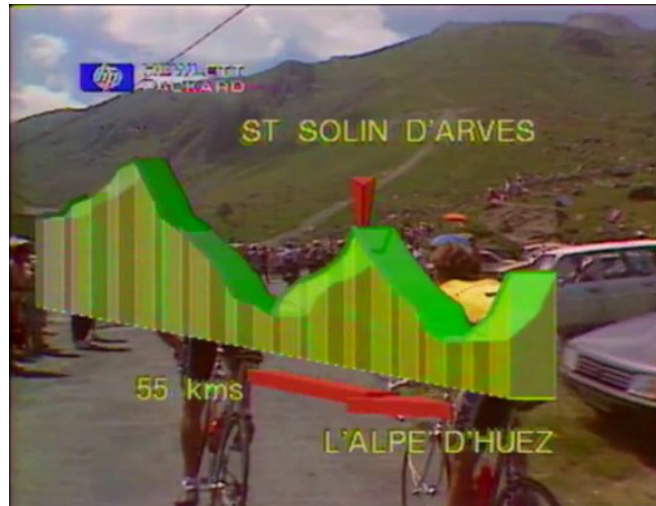


Abb. 8 ARD Sport Extra 21.07.1986



Abb. 9 ARD Sport Extra 21.07.1986



Abb. 10 ARD Sport Extra 21.07.1986

³ Während der Tour sammeln Fahrer Punkte an den Anstiegen der Strecke. Diese sind in die Schwierigkeitsstufen 4 bis 1 und der höchsten Kategorie „Hors Catégorie“ (HC) eingeteilt. Je schwieriger ein Anstieg, desto mehr Punkte gibt es für die ersten Fahrer, die den Gipfel erreichen. Der Fahrer, welcher die Tour de France mit den meisten Punkten beendet, gewinnt diese Wertung. Der Führende dieser Wertung trägt das rot gepunktete Trikot

Einblendungen wie „*Tête de la course*“, welche die Fahrer(-gruppe) kennzeichnet die auf der aktuellen Etappe in Führung liegen, werden im gleichen Stil wie die Angaben zu Fahrern und Motorrädern, am oberen linken Bildrand, gestaltet und sorgten für ein einheitliches, modernes Erscheinungsbild (siehe Abb. 11).



Abb. 11 ARD Sport Extra 21.07.1986

Interviews

Interviews mit Fahrern, Teamchefs oder Offiziellen wurden in dieser Übertragung nicht gezeigt. Der Fokus lag vollständig auf der Liveberichterstattung und dem unmittelbaren Renngeschehen.

Zusätzliche Elemente

In der Liveberichterstattung gab es wenig zusätzliche Elemente, allerdings sind die Hintergrundgeräusche vom Platz des Kommentators im Ziel spannend, sie geben unfreiwillig Einblicke in die Atmosphäre und die Hektik, die auch schon weit vor der Zieleinfahrt im Ziel herrscht.

4.2.3 Tour de France 1997 Etappe 13

Die 13. Etappe der Tour de France 1997 fand am 19. Juli 1997 statt und wurde live in der ARD übertragen, die Sendezeit betrug insgesamt 2:30 Stunden. Kommentiert wurde die Etappe von Hubert Watterott und Jürgen Emig. Ergänzend gab es Beiträge in den Tagesthemen, die den Etappensieg und insbesondere Jan Ullrich in den Fokus rückten. Ullrich wurde dabei als überragende Figur des deutschen Radsports inszeniert.

Perspektiven / Position der Kameras

Die Bildregie setzte auf viele weite Kameraeinstellungen, die sowohl den Verlauf der Strecke als auch die umliegende Landschaft eindrucksvoll einfingen (siehe Abb.12). Die Übertragung beinhaltete deutlich mehr offene Helikopteraufnahmen als in früheren Jahren. Dadurch wurde die Größe des Ereignisses und die Kulisse der Alpen betont.



Abb. 12 ARD Sport Extra 19.07.1997

Kommentar

Das Kommentatoren Duo Watterott und Emig brachte viel Dynamik in die Berichterstattung. Sie lieferten nicht nur sachliche Informationen, sondern fügten auch lebhaft Anekdoten und Hintergrundwissen ein. In weniger spannenden Rennphasen erlaubten sie sich Ausflüge zu verwandten Themen, wie z. B. dem Ausgang des Critérium du Dauphiné, dem neben der Tour de Suisse wichtigsten Vorbereitungsrennen auf die Tour de France. Ebenso sind die sogenannten Frühjahrsklassiker, eine Reihe renommierter Eintagesrennen, die meist im Frühjahr stattfinden, ein Thema. Auch wurde Bezug auf vergangene Tourjahre genommen, etwa bei der Zieleinfahrt von Ullrich, wo an den Sturz Dietrich Thuraus 1977 erinnert wurde. Ein typisches Beispiel des lockeren Stils: Das kommentierte „Herausfahren“ von Udo Bölts zum Wasser lassen, das mit einem entspannten „Was soll er denn machen“ und dem Hinweis auf die kleine Strafe versehen wurde. Bei der Zieleinfahrt von Ullrich fiel auf, dass die Kommentatoren keinen übertriebenen Jubel anstimmten, sondern eher sachlich nüchtern blieben.

Grafische Elemente

Die grafische Aufbereitung der Etappe war deutlich weiterentwickelt im Vergleich zu früheren Jahren. So wurden beispielsweise die zurückliegenden Sprintwertungen nicht einfach starr eingeblendet, sondern flogen dynamisch von links nach rechts in den unteren Bildbereich, ein gestalterisches Element, das den Livemoment stärker betonte (siehe Abb. 13).



Abb. 13 ARD Sport Extra 19.07.1997

Ebenfalls wurden während der Übertragung permanent aktuelle Renndaten visualisiert: Neben farbigen Einblendungen zur Position der Kameras zeigten Grafiken die Live-Abstände zwischen Spitzengruppe und Verfolgern sowie den Abstand bis zum Ziel. Die Darstellung wirkte deutlich moderner und ist in einem Design, welches speziell für die Tour de France angefertigt wurde (siehe Abb. 14).

Besonders bei prominenten Fahrern wie Marco Pantani kam eine neu gestaltete Fahrer-Grafik zum Einsatz. Sie zeigt sowohl den Namen des Fahrers, die Nationalität des Fahrers samt Flagge, seine Startnummer, sein Team und das Trikot seines Teams (siehe Abb. 15). Bemerkenswert ist zudem, dass Zwischenzeiten inzwischen regelmäßig in Verbindung mit Sponsorenlogos eingeblendet werden, ein klarer Hinweis darauf, wie sich die Tour zunehmend auch als medial-kommerzielles Produkt inszenierte (siehe Abb. 16).



Abb. 14 ARD Sport Extra 19.07.1997



Abb. 15 ARD Sport Extra 19.07.1997



Abb. 16 ARD Sport Extra 19.07.1997

Interviews

Die Berichterstattung beinhaltete Interviews mit den beiden deutschen Fahrern Jan Ullrich (siehe Abb. 17) und Erik Zabel (siehe Abb. 18), die sowohl sportliche Einschätzungen als auch persönliche Eindrücke gaben. Beide von ihnen fahren für das deutsche Team Telekom und tragen ein Trikot eines Führenden, Ullrich das Gelbe des Führenden im Gesamtklassement und Zabel das Grüne des Gesamtführenden der Sprintwertung.



Abb. 17 ARD Sport Extra 19.07.1997



Abb. 18 ARD Sport Extra 19.07.1997

Zusätzliche Elemente

Die Berichterstattung ist stark auf Jan Ullrich fokussiert. Bereits in den Tagesthemen wird eine Großaufnahme von ihm zum Einstieg gewählt und die Heldeninszenierung um seine Person weitergeführt:

samedi 19 juillet		
classement général		provisoire
1	Ullrich	66h26'10"
2	Virenque	à 6'22"
3	Pantani	8'24"
4	Riis	9'42"
5	Olano	10'38"
6	Casagrande	12'56"
7	Escartin	14'36"



Abb. 19 ARD Tagesthemen 19.07.1997

„Er überstrahlt alle, weil sein Gelbes Trikot leuchtet und er mit großartigen Leistungen glänzt.“

Die Zuschauermassen vor Ort wurden positiv dargestellt („*Riesenparty*“) und es wurde der bekannte Spruch zitiert:

„Wer Alpe d’Huez in Gelb verlässt, gewinnt die Tour.“ Dies sollte den Hype um Ullrich weiter befeuern.

Auch Rückbezüge zur vorherigen Etappe, etwa Jan Ullrichs loyales Verhalten gegenüber seinem Teamkapitän Bjarne Rijs bei der Etappe in Andorra, als er, statt für sich selbst im Gesamtklassement zu fahren lieber seinen schwächeren Kapitän half wurden thematisiert. Ebenso findet die Geschichte der Tour de France den Weg in die Live-Berichterstattung. Die Übertragung wurde kurz vor dem entscheidenden Anstieg für die Ausstrahlung der Tagesschau im Ersten unterbrochen, lief aber in den dritten Programmen weiter.

4.2.4 Tour de France 2011 Etappe 19

Bei der Tour de France 2011 übertrug das ZDF am 22. Juli 2011 die 19. Etappe. Nach der Anmoderation von Yorck Polus folgt ein Rückblick zum Vortag und einige Interviews. Anschließend berichten die beiden Kommentatoren Peter Leissl und Michael Pfeffer über den Etappenstart, ehe sie ins Live-Bild einsteigen.

Perspektiven / Position der Kameras

Die Kameraführung während dieser Etappe nutzt neben weiteren Perspektiven vor allem die der Kameras auf den Motorädern, die das Renngeschehen aus unterschiedlichen Blickwinkeln einfangen. Die Arbeit dieser Kameramänner wird später noch in einem Einspieler thematisiert. Dazu kommt der Blick aus Helikopterkameras, die insbesondere am Schlussanstieg nach Alpe d’Huez eindrucksvolle Panoramaaufnahmen liefern. Ein bemerkenswerter Moment ist ein Zoom aus großer Höhe, bei dem zunächst nur zwei der berühmten 21 Spitzkehren, der Serpentina, die sich den Anstieg nach Alpe d’Huez hochziehen, zu sehen sind, bevor das Bild schrittweise die gesamte Dimension des Anstiegs preisgibt.

Ein weiterer intensiver Moment entsteht durch die Perspektive aus dem Teamfahrzeug des Teams „*Leopard Trek*“, unmittelbar bei einem Angriff ihres Fahrers Andy Schleck. Dort zeigt eine fest installierte Kamera die Reaktion des sportlichen Leiters, wodurch der Zuschauer strategische Kommunikation hautnah miterlebt. Diese Kameraposition wird erneut genutzt, als der Funkspruch „*Es wird in Alpe d’Huez entschieden*“ an Andy Schleck gesendet wird, dieses Bild schafft für den Zuschauer Nähe und Authentizität. Ergänzt werden diese Bilder durch Splitscreen-Einstellungen, in denen sowohl Live-Bilder als auch Interviews oder Grafiken parallel laufen.

Auch im späteren Verlauf zeigt sich die Regie aufmerksam, etwa als die Kamera am Fahrer Laurens ten Dam vorbeifährt und direkt im Anschluss seinen Sturz aus einer vorherigen Etappe eingeblendet. Eine kluge Verbindung zwischen Live-Bild und archiviertem Material. Die Tagesschau-Zusammenfassung startet mit einem Kameraschwenk über den kompletten Anstieg von Alpe d’Huez, was erneut die visuelle Strahlkraft dieses Etappenorts betont.

Kommentar

Die Kommentatoren Peter Leissl und Michael Pfeffer prägen die Etappe mit einem emotional aufgeladenen, oft auch meinungsstarken Kommentar. Gleich zu Beginn wird der Rückblick auf den Vortag genutzt, um das Brüderpaar Schleck in den Mittelpunkt zu rücken. Fränk Schleck fährt wie sein Bruder für das Team „*Leopard Trek*“, beide fahren bei der Tour de France 2011 auf die Plätze zwei und drei im Gesamtklassement. Sie werden als „*Bruder-Dreamteam*“ dargestellt, eine Erzählung, die sich durch die gesamte Etappe zieht. Bereits früh im Rennen, als sich sportlich noch wenig tut, nutzen die Kommentatoren den Freiraum, um Hintergründe zu Fahrern zu liefern, etwa über frühere Siege oder Verletzungen.

Sobald sich das Rennen zuspitzt, passt sich auch ihr Sprachduktus an. Angriffe werden mit erhöhter Lautstärke und schneller werdender Sprache begleitet, die aber zu keinem Moment unverständlich wird. Die Kommentatoren dramatisieren auch kleinere Ereignisse, wie das Aufreißen einer Lücke zwischen den Fahrern Evans und Voeckler, und holen so das Maximum aus einzelnen Szenen heraus.

Immer wieder schwingt Kritik mit, etwa in Bezug auf den spanischen Fahrer und Gewinner der Tour de France 2010 ⁴Alberto Contador. Der Kommentar greift die anstehende Verhandlung vor dem CAS⁵ auf und stellt spekulative Zusammenhänge her, etwa dass die Tour-Organisatoren ein Podium für den Spanier möglicherweise nicht wünschen. Ein besonders scharfer Kommentar ist der Rückblick, auf den des Dopings überführten Fahrer, Floyd Landis, als Contadors scheinbar „*spielerische*“ Fahrweise thematisiert wird: „*Natürlich muss man solche Gedanken hegen ... bei der Geschichte, die der Radsport hat.*“ Gleichzeitig betonen sie dessen fahrerische Klasse und versuchen, eine Balance zwischen journalistischer Distanz und sportlicher Anerkennung zu wahren.

Im Finale steigert sich der Kommentar zur Höchstform. Als Evans attackiert, wechselt die Kamera mit und sofort wird die Stimme deutlich lauter und emotionaler. Der Zielmoment wird schließlich mit einem starken Bild versehen, als Pierre Rollands Sieg als „*Sieg im Wembley des Radsports*“ bezeichnet wird. Ein Vergleich von Alpe d’Huez mit einem der höchstangesehenen Fußballstadien der Welt in London. Eine Formulierung, die die symbolische Bedeutung des Etappenorts auf den Punkt bringt.

Grafische Elemente

Die Etappe ist visuell reich gestaltet. Bereits vor dem Start gibt es eine animierte Streckenvorschau, die noch etwas comichaft wirkt, aber die Streckenführung und Höhenprofile anschaulich macht. Später folgen detaillierte 3D-Animationen, unter anderem vor dem Anstieg zum ersten Berg der Etappe dem Col du Galibier sowie später erneut bei dem Anstieg hoch nach Alpe d’Huez. Diese Einspieler strukturieren das Rennen und bereiten den Zuschauer auf die entscheidenden Passagen vor.

⁴ Dieser Titel wurde ihm später auf Grund von Dopingvergehen aberkannt

⁵ Der Internationale Sportgerichtshof, englisch Court of Arbitration for Sport (CAS)

Interviews

Bereits am Start wird Andy Schleck in einem kurzen Interview befragt, was dem Zuschauer einen persönlichen Einstieg in die Etappe ermöglicht. Später folgt ein bereits vor der Etappe aufgezeichnetes Gespräch mit dem deutschen Ex-Profiradfahrer Jens Voigt, eingebettet im Splitscreen während des Renngeschehens.

Ein besonderer Interviewmoment liefert der Live-Schaltung zu Thorsten Schmidt, dem sportlichen Leiter von Leopard-Trek. Direkt aus einem Begleitfahrzeug seines Teams gibt er Einschätzungen zur Rennsituation, zunächst im Vollbild, später im Splitscreen ab. Dadurch wird dem Zuschauer ein authentischer Einblick in die Teamtaktik vermittelt. Diese Form der Live-Kommunikation unterstreicht den Anspruch, den Rennverlauf nicht nur zu zeigen, sondern es auch strategisch einzuordnen.

Zusätzliche Elemente

Die Übertragung integriert zahlreiche Inhalte, die über das Rennen hinausgehen. Ein kurzer Einspieler beleuchtet die Arbeit der Kamerateams auf den Motorrädern, ein weiterer zeigt, wo sich Kommentatoren und Sprecher entlang der Strecke befinden. Ebenfalls findet der klassische Werbeeinspieler eines der damaligen Hauptsponsors kurz vor Rennstart seinen Platz.

Ein zweieinhalbminütiger Rückblick über die Geschichte von Alpe d'Huez erweitert das Renngeschehen um historische Tiefe.

Ein besonderes Highlight ist der Split-Screen-Einsatz von Terra X-Moderator Harald Lesch. In einem didaktisch motivierten Einspieler erklärt er, was „Watt“ im Kontext sportlicher Leistung bedeutet, ein Beitrag, der sachliche Information mit Unterhaltung kombiniert. Auch hier zeigt sich, wie die Übertragung Fachwissen und Zuschauernähe verbindet. Ergänzt wird dies durch grafische Einblendungen historischer Werte: Pantanis legendäre 470 Watt in Alpe d'Huez werden als Vergleichswert in Relation zur aktuellen Leistung gestellt.

Zudem wird der Ablauf durch ein unvorhergesehenes Ereignis unterbrochen: Gegen 16:55 Uhr informiert die Regie über ein Attentat auf der Insel Utøya (Norwegen). Die

Kommentatoren leiten diese Unterbrechung mit Bedacht ein: „*Wir haben aus Oslo beunruhigende Nachrichten gehört...*“, bevor die Tour-Übertragung ab 17:00 Uhr fortgesetzt wird.

In der Zusammenfassung der Tagesschau wird der Etappenhöhepunkt kondensiert dargestellt: Beginnend mit einem Schwenk über die berühmten Kehren von Alpe d’Huez, der Angriff von Contador, die Favoritengruppe um Schleck und Evans, Rollands Zieleinfahrt sowie der Wechsel im Gelben Trikot, Andy Schleck übernimmt, Voeckler verliert. Ein kompakter, klar erzählter Abschluss der dramatischen Etappe.

4.2.5 Tour de France 2022 Etappe 12

Die 12. Etappe der Tour de France im Jahr 2022 wurde wieder in der ARD übertragen. Am 14. Juli 2022 führt Moderator Michael Antwerpes zu Beginn durch den Vorbericht. Anschließend übergibt er an Kommentator Florian Naß und den Experten Fabian Wegmann, der in seiner Karriere als Radprofi selbst bei der Tour de France mitgefahren ist. Besonders ist, dass die Zuschauer bereits die komplette Etappe seit Start im Livestream in der ARD-Mediathek verfolgen können.

Perspektiven / Position der Kameras

Die Kameraführung spielt eine zentrale Rolle in der Inszenierung der Etappe. Schon zu Beginn fällt das cinematische Intro ins Auge, dass das Duell der beiden Favoriten auf den Gesamtsieg Jonas Vingegaard gegen Tadej Pogacar dramatisch in Szene setzt (siehe Abb. 20). Der Einstieg von



Abb. 20 ARD Sport Extra 14.07.2022

Moderator Michael Antwerpes erfolgt ungewöhnlich persönlich. Aus einem offenen Auto heraus, direkt auf der Strecke nach Alpe d’Huez, kommentiert er die Szenerie (siehe Abb. 21) und spricht spontan mit Fans (siehe Abb. 27), eine Perspektive, die Nähe und Authentizität erzeugt.

Während der Etappe wechseln die Perspektiven regelmäßig: Luftbilder aus dem Helikopter zeigen nicht nur das Rennen, sondern auch Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke (siehe Abb. 22). Besonders im Schlussanstieg ermöglicht das dichte Netz an Kamerateams eine lückenlose Begleitung, selbst der Leistungseinbruch und das Rausfallen aus der Spitzengruppe des Neunten der Gesamtwertung Alexey Lutsenko wird visuell erfasst.



Abb. 21 ARD Sport Extra 14.07.2022



Abb. 22 ARD Sport Extra 14.07.2022

Die Helikopterkamera beeindruckt vor dem letzten Anstieg mit einem großangelegten Zoom auf die Serpentina von Alpe d'Huez, was einen ikonischen Blick auf das Finale ermöglicht. Handyvideos von Zuschauern an der Strecke werden eingebunden, was den Zuschauer in die Atmosphäre vor Ort versetzt.

Kommentar

Die Kommentierung durch Florian Naß und Ex-Profiradfahrer Fabian Wegmann setzt auf eine persönliche, fast gesprächige Tonalität. In Phasen mit wenig Rennaction greifen sie auf Anekdoten, Einschätzungen und Fakten zurück, ohne den Spannungsbogen abreißen zu lassen.

Der Stil ist emotional und nah am Geschehen, besonders deutlich wird das in Momenten wie der Durchfahrt der „Holländer-Kurve“, einer Spitzkehre in der fast ausschließlich niederländische Fans stehen. Dort spricht Naß enthusiastisch von einem „Radsportfest“. Auch das Mitfiebern mit Fahrern wird spürbar, als der französische Fahrer Romain Bardet zurückfällt, ruft Naß beinahe wie ein Fan ins Mikrofon.

Im Finale steigert sich der Kommentar mit der Eskalation des Rennens. Die Stimme bleibt hoch, als die Fahrer des Team Jumbo-Visma das Renntempo anzieht. Der Zweikampf Pogacar vs. Vingegaard wird dynamisch, aber jederzeit klar kommentiert.

Spekulative Rechenspiele zum Bergtrikot des deutschen Fahrers Simon Geschke fließen regelmäßig ein und verdeutlichen, wie eng sportliche Leistung und Taktik verzahnt sind.

Grafische Elemente

Grafiken spielen eine unterstützende Rolle zur Orientierung und Erklärung. Vor dem Start wird die Gesamtwertung visualisiert, anschließend bekommen die führenden Fahrer durch einen digitalen Effekt ihre Führenden-Trikots über die Teamtrikots animiert (siehe Abb. 23). Eine 3D-Animation der Strecke führt grob über das Profil des Tages, um dann detailliert einzelne Abschnitte, speziell Anstiege, zu zeigen (siehe Abb. 24 u. 25).

Besonders markant sind die Karten mit eingezeichnetem Rennverlauf, ein Punkt zeigt dabei live den aktuellen Standort des Fahrerfeldes.



Abb. 23 ARD Sport Extra 14.07.2022



Abb. 24 ARD Sport Extra 14.07.2022



Abb. 25 ARD Sport Extra 14.07.2022

Auch im Verlauf werden bei jeder Bergwertung die jeweiligen Punkte und Zeitabstände eingeblendet, im Kontext des Bergtrikots von Simon Geschke besonders relevant (siehe Abb. 26). Wiederholungen und Bildtrenner werden durch animierte Sponsoreneinspieler kenntlich gemacht, was für Rhythmus sorgt, ohne das Geschehen zu stören.



Abb. 26 ARD Sport Extra 14.07.2022

Interviews

Interviews werden auf mehreren Ebenen eingebunden. Michael Antwerpes spricht eingangs mit Fans am Streckenrand (siehe Abb. 27), später folgt ein Live-Interview mit dem Vater des deutschen Fahrers Lennart Kämna, ebenfalls direkt vom Rand der Strecke aus.



Abb. 27 ARD Sport Extra 14.07.2022

Zusätzlich gibt es Splitscreen-Statements neben dem Renngeschehen deutscher Fahrer, die vor dem Renne aufgezeichnet worden sind, mit ihren Einschätzungen zur Etappe (siehe Abb. 28). Diese Einschübe geben Einblick in Strategie und Nervosität vor der Etappe mit dem Finale in Alpe d'Huez.



Abb. 28 ARD Sport Extra 14.07.2022

Zusätzliche Elemente

Die Berichterstattung nutzt ein breites Spektrum an ergänzenden Inhalten, um Tiefe zu schaffen. Handyvideos von Partys an der Strecke (siehe Abb. 29) und der Hinweis auf das Parallelprogramm in der ARD-Mediathek, einem Frauenfußball Spiel bei der Europameisterschaft, sorgen für Alltagsnähe und mediale Vernetzung.



Abb. 29 ARD Sport Extra 14.07.2022

Der MDR berichtet im Nachgang mit Fokus auf den deutschen Simon Geschke, der weiterhin der Führende in der Bergwertung ist. hebt aber auch die Leistung von Altstar Chris Froome und die von Tom Pidcock hervor, welcher in der letzten Abfahrt mit 90 km/h einen komfortablen Vorsprung herausfuhr, der zum Etappensieg reicht. Die Tagesschau übernimmt zentrale sportliche Highlights: Pidcocks Tempo in der Abfahrt, Vingegaards Konter gegen Pogacar und erneut Geschke als Träger des Bergtrikots.

Am Ende steht der Kommentar von Florian Naß, der dem Etappensieger mit den Worten „*Du hast dich verewigt*“ einen Moment der Unsterblichkeit zuschreibt, ein starkes, emotionales Schlusswort.

4.2.6 Analytische Zusammenfassung der Etappen

Die Analyse der betrachteten Etappen zeigt eine kontinuierliche Professionalisierung und Ausweitung der Fernsehberichterstattung von Beginn der Betrachtung im Jahr 1977 bis in die Gegenwart.

Perspektiven / Position der Kamera

Die Kameraführung hat sich über die Jahrzehnte massiv professionalisiert. 1977 dominierten Motorradaufnahmen, ergänzt durch eine einzige Einstellung aus dem Helikopter und dem Anschein nach fest installierten Kameras im Zielbereich. 1986 kamen neben den bisherigen Kameras erstmals fest installierte Kameras bereits am Berg hinzu, die stabile Bilder lieferten. Elf Jahre später hatten Weitwinkel- und Landschaftsaufnahmen aus dem Helikopter einen größeren Anteil als in den Jahren zuvor. Der Fortschritt der Technik wurde sich zunutze gemacht um die Größe des Gebirgspanorama stärker zu inszenieren. 2011 erweiterte sich das Spektrum erheblich: Splitscreen, Teamfahrzeug-Perspektiven, Zooms von der Totalen bis ins Detail sowie die bewusste Verknüpfung von Live-Bild mit vor dem Rennen aufgezeichneten Einspielern und Archivmaterial schufen eine dichte Erzählweise. 2022 schließlich nutzt die Regie ein dichtes Netz an Kamera-Teams, Einblendungen zugesendeter Handyvideos von Zuschauern, persönliche Vor-Ort-Moderationen sowie cinematischen Helikopterzooms auf die Serpentina von Alpe d'Huez. So entsteht ein fast lückenloses, multimediales Panorama des Rennens.

Kommentar

Der Kommentarton hat sich vom sachlich-nüchtern-unaufgeregten Stil (1977, 1986) hin zu einer immer emotionaleren und meinungsstärkeren Begleitung entwickelt. Während Kommentator Jürgen Emig in den 1980ern, fast distanziert kommentierte, kombiniert er zusammen mit Herbert Watterott 1997 sachliche Berichterstattung mit Anekdoten und humorvollen Einschüben. Bei der Tour de France 2011 kommentieren Michael Pfeffer und Peter Leissl emotional aufgeladener, sie stilisieren Angriffe und taktische Momente hoch und scheuen sich nicht auf Kontroversen wie Doping-Verdachtsmomente einzugehen. 2022 schließlich ist der Kommentar geprägt durch eine fast gesprächige Tonalität, das spontane Mitfiebert mit Fahrern und die Einbindung von Fan-Perspektiven

des Kommentars, wird ergänzt durch taktische Rechenspiele, die in Echtzeit mitgedacht werden.

Grafische Elemente

Die Entwicklung reicht von minimalen Einblendungen („*MOTO 2*“ und Fahrernamen 1977) über funktionale Anzeigen wie Streckenprofile, Zeitabstände und Echtzeituhr (1986) bis hin zu farbigen, dynamisch einfliegenden Grafiken (1997). In den 2010er-Jahren kamen animierte 3D-Streckenprofile hinzu. 2022 sind digitale Trikot-Overlays, Live-Tracking-Karten, animierte Sponsoreneinspieler und grafische Zwischenwertungen Standard, wodurch die Berichterstattung zugleich informativ und stark visuell unterstützt wird.

Interviews

Interviews waren 1977 und 1986 noch gar nicht Teil der Live- oder Zusammenfassungsberichterstattung. Bei der Etappe auf der Tour de France 1997 kamen sie dann hinzu, etwa mit Ullrich und Zabel. Die als Führende der Gesamtwertung (Ullrich) und der Sprintwertung (Zabel) als Zugpferde des Sports genutzt wurden. 2011 wurden Interviews vielseitig eingesetzt: direkt am Start, als aufgezeichnete Einspieler, Live-Schaltungen zu Teamleitern im Auto oder als Splitscreen während des Rennens. Im Jahr 2022 gibt es für Interviews keine Grenzen. Moderator Michael Antwerpes führt sie spontan mit Fans am Straßenrand, mit Familienmitgliedern von Fahrern, vorab aufgezeichnete Statements oder Live-Interviews von Teamverantwortlichen im Splitscreen in den Rennverlauf eingebaut.

Zusätzliche Elemente

Die Ergänzungen wuchsen vom rein rennbezogenen Bericht ohne zusätzliche Elemente (1977/1986) zu einem umfassenden Medienereignis. 1997 gibt es wahrscheinlich auch durch den Erfolg des deutschen Team Telekom und seinem Fahrer Jan Ullrich, erstmals eine Berichterstattung mit Elementen, die nicht direkt mit dem Rennen zu tun haben. Bei der Tour de France 2011 weitete sich das Spektrum stark aus. So gibt es Einspieler zur Arbeit der Kamerateams, historische Rückblicke aber auch wissenschaftliche Erklärungen. So erklärt Harald Lesch 2011 in der Berichterstattung, was die von den Fahrern getretenen Wattwerte über deren Leistung aussagen. 2022 wurde diese

Vielschichtigkeit noch gesteigert, Handyfotos und Videos von Fans, die deren Perspektive zeigen und ein Stream in der ARD-Mediathek der das Rennen schon früher als das TV-Bild begleitet, kommen hinzu. Damit wird das Rennen nicht mehr nur sportlich, sondern als multimediales Gesamt-Ereignis erzählt.

Fazit

Die Entwicklung von 1977 bis 2022 zeigt eine deutliche Transformation von schlichten, stark reduzierten Livebildern hin zu komplexen, multimedial aufbereiteten Inszenierungen. Der Wandel betrifft sowohl die technische Umsetzung von Kameraperspektiven und grafischen Einspielern als auch den inhaltlichen Zugang wie der Kommentarstil der sich von nüchtern-sachlich zu emotionalisierend und personalisierend entwickelt hat. Während die Berichterstattung in den 1970er- und 1980er-Jahren noch weitgehend auf die Darstellung des sportlichen Geschehens fokussiert war, tritt seit den 1990er-Jahren verstärkt die Inszenierung einzelner Fahrer und seit den 2000er-Jahren zusätzlich die mediale Gesamterfahrung in den Vordergrund. Damit wird die Tour de France nicht nur als sportliches, sondern zunehmend als kulturelles und kommerzielles Medienereignis vermittelt.

Kriterien/ Jahr	1977	1986	1997	2011	2022
Kamera-perspektiven	▪ Motorrad-kameras ▪ Helikopter-aufnahme ▪ feste Kameras im Ziel	▪ Motorrad-kameras ▪ Helikopter-aufnahme ▪ feste Kameras bereits am Berg und im Zielbereich	▪ Motorradkameras ▪ Helikopteraufnahme ▪ feste Kameras bereits am Berg und im Zielbereich	▪ Motorrad-kameras ▪ Helikopter-aufnahme ▪ feste Kameras bereits am Berg und im Zielbereich ▪ Kameras in Team-fahrzeugen ▪ Archiv-aufnahmen	▪ Cinematisches Intro ▪ Motorradkameras ▪ Helikopter-aufnahme inkl. Zooms ▪ feste Kameras bereits am Berg und im Zielbereich ▪ Archiv-aufnahmen ▪ Handyvideos von Zuschauern
Kommentar	▪ Sachlich, ruhig, unaufgeregt selbst bei Stürzen ▪ nüchtern	▪ Nüchtern, sachlich ▪ wenige Floskeln, wie „Warten auf den Rest vom Schützenfest“	▪ Lebhaft, dynamisch, locker ▪ Anekdoten ▪ humorvolle Kommentare (z. B. Bölts)	▪ Emotional, dramatisierend, meinungsstark ▪ auch kritische Töne (Contador u. Doping)	▪ Emotional, dialogisch, fan-nah ▪ Mitfiebern mit Fahrern ▪ Enthusiasmus bei Publikum im Bild

Kriterien/ Jahr	1977	1986	1997	2011	2022
Grafische Elemente	- Kamera-Kennzeichnung „MOTO2“ - Namens-anzeige	- Kamera-Kennzeichnung „MOTO2“ - Namens-anzeige - Streckenprofil - Fahrzeiten - Zeitabstände - kleine Echtzeituhr „Tête de la course“-Einblendung bei den führenden Fahrern	- Detaillierte Fahrerprofile (Name, Team, Flagge, Trikot) - Fahrzeiten - Zeitabstände - Einblendung wie, „Tête de la course“ abhängig davon, wo sich die Kamera im Feld befindet - Sponsoren-logos - Die meisten Einblendungen dynamisch animiert	- Detaillierte Fahrerprofile (Name, Team, Flagge, Trikot) - Fahrzeiten - Zeitabstände - Einblendung wie, „Tête de la course“ abhängig davon, wo sich die Kamera im Feld befindet - Sponsorenlogos 3D-Animationen der Strecke - dynamische Streckenprofile - Sponsoreneinbindung - Alle Einblendungen dynamisch animiert	3D-Strecken-vorschau - Detaillierte Fahrerprofile (Name, Team, Flagge, Trikot) - Fahrzeiten - Zeitabstände - Einblendung wie, „Tête de la course“ abhängig davon, wo sich die Kamera im Feld befindet - Live-Karten im Rennverlauf - permanente Daten-anzeige, - Sponsor-Grafiken 3D-Animationen der Strecke - dynamische Streckenprofile - Sponsoreneinbindung - Animierte Trikots - Alle Elemente dynamisch animiert
Interviews	keine	keine	Interviews mit Ullrich und Zabel (Team Telekom)	- Interviews mit Fahrern (z. B. Schleck) - Live-Schaltungen zu sportlichen Leitern - Experten (Jens Voigt)	- Interviews mit Fahrern - Fans - Angehörigen - Splitscreen-Statements - spontane Straßen-interviews
Zusätzliche Elemente	keine	keine	Erste leichte Berichterstattung abseits des Renngeschehens	- Historische Rückblicke - didaktischer Einspieler (Harald Lesch erklärt „Watt“) - Einspieler zur Arbeit der Kamerateams auf den Motorädern	- Breite Einbindung: Fan-Szenen - Parallelprogramm-Hinweise - MDR-Bericht mit Fokus auf Geschehen

Tabelle 1(eigene Darstellung) 1

4.3 Vergleich der Jahrzehnte

Der Vergleich der Berichterstattung zu den Etappen der Tour de France in den Jahren 1977, 1986, 1997, 2011 und 2022 zeigt markante Entwicklungen in der medialen Inszenierung des Radsports. Fünf zentrale Dimensionen verdeutlichen den Wandel: die Darstellung von Heldenfiguren, die mediale Verarbeitung von Krisenmomenten, die zunehmende Durchdringung durch kommerzielle Strukturen, die nationale Perspektivierung sowie die grafische Ausgestaltung der Übertragungen.

4.3.1 Heldeninszenierung

In den frühen Etappenberichten (1977 und 1986) tritt die Heldeninszenierung kaum in Erscheinung. Fahrer wie Hennie Kuiper, Lucien van Impe oder Urs Zimmermann und ihre Leistung werden sachlich eingeordnet, ohne narrativ überhöht zu werden.

Mit der Etappe im Jahr 1997 wird ein deutlicher Bruch in der Berichterstattung sichtbar. Jan Ullrich wird durch den Kommentar der Reporter Hubert Watterott und Jürgen Emig zur überragenden Figur des Radsports stilisiert. Die Auswahl der Bilder in der Tagesschau und die Wortwahl der Kommentatoren, die mit regelmäßigen symbolischen Zuschreibungen wie, „*er überstrahlt alle*“ verdeutlichen wie personalisiert die Erzählweise ist. Dieser Stil ist auch in der Etappe von 2011 wieder zu erkennen, hier werden die Schleck-Brüder aus Luxembourg, als „*Bruder-Dreamteam*“ dargestellt und der spielerisch leichte Antritt von Alberto Contador gefeiert. Allerdings wird die Heldeninszenierung Contadors direkt im nächsten Satz wieder gestutzt, als seine Leistung kritisch in Bezug auf Doping hinterfragt wird, da ein Urteil des CAS noch aussteht. Auch die Bezeichnung von Alpe d’Huez als Wembley des Radsports kreiert ein größeres Bild für den Sieger Pierre Rollands als bei einer gewöhnlichen Etappe. Die Entwicklung der Heldeninszenierung auf den Etappen nach Alpe d’Huez geht 2022 in der dramatisierten Inszenierung des Duells zwischen Tadej Pogacar und Jonas Vingegaard auf. Ein schnellgeschnittenes cinematisches Intro zu diesem Duell, emotionalisiert den Zuschauer direkt zu Beginn der Liveübertragung. Im Idealfall findet der Zuschauer bereits hier seinen Favoriten in diesem Duell. So würde man den Zuschauer, der nicht regelmäßig die Tour de France konsumiert an diese binden.

So stellt die Heldeninszenierung einen zentralen Baustein der modernen Tour de France-Berichterstattung dar. Sie entwickelt sich im Lauf der Jahrzehnte von einer sporadischen Einzelfigur-Erzählung zu einem festen dramaturgischen Muster innerhalb der Berichterstattung. Dabei geht es nicht nur um die Darstellung von sportlicher Klasse, sondern mittlerweile auch um die gezielte Erzeugung emotionaler Identifikation. Der Held ist nicht nur Sieger, sondern auch Kämpfer, Leidender, Aufsteiger, Sympathieträger und in bestimmten Phasen sogar ein tragischer Held.

4.3.2 Krisenbewältigung in Bezug auf das Thema Doping

Im Fokus der medialen Tour de France-Berichterstattung rückt ab den späten 1990er-Jahren zunehmend das Thema Doping, das zu einem prägenden Element der radsportlichen Öffentlichkeit wird. Die analysierten Etappen zeigen dabei deutlich, wie unterschiedlich diese Problematik über die Jahrzehnte kommuniziert und verarbeitet wurde.

In den frühen Etappen der Jahre 1977 und 1986 bleibt Doping völlig ausgeklammert. Obwohl der Radsport in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren neben dem Gewichtheben die Sportart mit dem größten Doping-Image war, findet dieses Thema in der Berichterstattung keinen Platz (vgl. Reinold (2016): S. 274). Kritische Reflexionen oder auch nur vorsichtige Andeutungen zu leistungssteigernden Mitteln fehlen vollständig. Diese Form des Schweigens ist charakteristisch für die mediale Strategie jener Jahre: Doping war bekannt, wurde aber öffentlich nicht problematisiert.

Die Etappe von 1997 markiert einen Übergang: Auch wenn Doping hier nicht explizit thematisiert wird, ist der Umgang mit Jan Ullrichs Leistung auffällig. Die Kommentatoren betonen seine Überlegenheit, verknüpfen diese jedoch mit Begriffen wie „*überragend*“ und „*makellos*“, was rückblickend in einem ambivalenten Licht erscheint, insbesondere vor dem Hintergrund späterer Enthüllungen um das Team Telekom. Es fehlt jegliche kritische Distanz oder auch nur ein Reflexionsmoment zur Frage, wie solche Dominanzleistungen zustande kommen. Die mediale Konstruktion einer „*sauberen*“ Heldenfigur steht im Vordergrund und verweigert jede Problematisierung.

Erst in der Etappe von 2011 wird Doping direkt und kritisch angesprochen. Die Kommentatoren greifen das Thema offen auf, insbesondere im Zusammenhang mit Alberto Contador. In der Kommentierung wird sein Fahrstil als „*spielerisch*“ bezeichnet, gleichzeitig aber mit Verweisen auf die „*Geschichte, die der Radsport hat*“ in Zweifel gezogen. Ebenso wird Floyd Landis, der wegen Doping des Tour-Siegs 2006 überführt wurde, in kritischer Rückschau erwähnt. Es entsteht erstmals ein Diskursraum, in dem sportliche Höchstleistungen nicht mehr automatisch als glaubwürdig gelten, sondern im Spannungsfeld zwischen Bewunderung und Skepsis betrachtet werden. Die Kommentatoren bemühen sich dabei um eine Balance.

In der Etappe von 2022 wird Doping nicht mehr explizit angesprochen. Die emotionale Kommentierung, insbesondere die Euphorie über herausragende Leistungen wie die von Tom Pidcock in der Abfahrt oder Jonas Vingegaards Angriff, erfolgt ohne kritische Rückfragen. Das historische Wissen um Doping im Radsport wird nicht zum Bezugspunkt gemacht. Gleichwohl verweist der Kommentar mehrfach auf frühere Leistungen, etwa die Wattwerte von Marco Pantani, ein Fahrer, dessen Karriere eng mit dem Dopingdiskurs verknüpft ist. So wurde bei Untersuchungen im Jahr 1998 in seinem Blut Werte gefunden, mit denen man heutzutage nicht an Wettbewerben des Internationalen Radsportverbands und vieler anderer Verbände teilnehmen darf (vgl. Jelkmann (2010): S. 105). Die Einblendung seiner 470 Watt im Vergleich zu aktuellen Werten schafft ein Spannungsfeld, das jedoch nicht explizit eingeordnet wird. Die Darstellung bleibt distanziert und vermeidet moralische Zuschreibungen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der mediale Umgang mit dem Thema Doping einem klaren Wandel unterliegt: von totaler Ignoranz (1977, 1986) über naive Affirmation (1997) hin zu einer kritisch-reflexiven Thematisierung (2011), die jedoch 2022 wieder in eine ästhetisierte Distanz übergeht. Die Dynamik zwischen sportlicher Bewunderung und journalistischer Verantwortung bleibt damit auch in der Gegenwart ein Balanceakt. Doping wird heute seltener verdrängt, aber auch ohne Vorfälle in der jüngeren Vergangenheit nicht konsequent kontextualisiert.

4.3.3 Kommerzialisierung

Die 1977er Etappe zeigt nahezu keine Anzeichen medialisierter Kommerzialisierung. Die Berichterstattung ist sachlich, sponsorenfreie Grafiken bleibt spärlich und funktional. 1986 treten weiterhin einheitlich gestaltete Einblendungen in Erscheinung, jedoch weiterhin ohne Werbung. Die Zäsur erfolgt 1997. Sponsoreneinblendungen begleiten Zwischenzeiten, Fahrer erhalten eigens designte Grafiken, was auf eine zunehmende Ökonomisierung des Bildmaterials hindeutet. Diese Entwicklung intensiviert sich 2011 durch Split-Screen-Einsätze und animierte Sponsoren-Animationen als Trennelement zwischen Livegeschehen und Wiederholungen, Interviews oder anderen Einspielern. Die Berichterstattung von 2022 ist ohne Kommerzialisierung nur schwer vorstellbar. Sponsorengrafiken und Produktlogos werden unaufdringlich, aber systematisch in alle grafischen Elemente integriert. Trikots führender Fahrer werden digital überblendet sodass deren Sponsoren auch hier sichtbar werden, Einblendungen von Zwischenwertungen sind durchgehend mit Sponsoren versehen.

Die Kommerzialisierung der Tour de France-Berichterstattung lässt sich über die untersuchten Etappen hinweg als ein kontinuierlich wachsender Prozess beschreiben, der zunehmend auch die visuelle Gestaltung und die Struktur der Übertragungen prägt. Aus einer zunächst sportjournalistisch motivierten Vermittlung entwickelt sich ein vollumfänglich vermarktetes Medienprodukt.

4.3.4 Nationale Perspektive

Die frühe Berichterstattung (1977 und 1986) ist weitgehend frei von offenkundiger nationaler Fokussierung. Zwar werden deutsche Fahrer erwähnt, doch ohne eine narrative Überhöhung ihrer Rolle. Erst mit der Etappe 1997 tritt eine explizit nationale Perspektivierung hervor: Jan Ullrich wird nicht nur als sportlicher Akteur, sondern als nationale Projektionsfläche dargestellt. Die Bildauswahl und Kommentierung unterstreichen den Aufbau eines deutschen Heldenmythos. Diese Perspektive wird 2011 weitergeführt, wenn auch in abgeschwächter Form. Die journalistische Distanz ist gewachsen, jedoch bleibt eine gewisse Nähe zu deutschen Fahrern und deren Teams spürbar. Die Berichterstattung 2022 bewegt sich in einem globalisierten Rahmen, dennoch bleibt ein klarer nationaler Fokus erkennbar. Die Kommentatoren zeigen offene

Sympathie für den deutschen Simon Geschke, seine Leistung wird regelmäßig hervorgehoben, selbst wenn das Rennen an der Spitze von internationalen Fahrern bestimmt wird. Nationale Akteure werden durch emotionale Nähe aufgewertet, jedoch nicht mehr ausschließlich in den Mittelpunkt gestellt.

Die nationale Perspektive der deutschen Sender in der Berichterstattung über die Tour de France zeigt über den Verlauf der untersuchten Etappen hinweg eine zunehmende Fokussierung auf deutsche Fahrer, Teams und Zuschauerinteressen. Während die frühen Übertragungen noch stark auf das sportliche Geschehen an sich ausgerichtet sind, wird in späteren Jahren deutlich, dass die Auswahl der Inhalte, die Kommentierung sowie die visuelle Gestaltung systematisch auf ein deutsches Publikum zugeschnitten werden. Dabei verschiebt sich die Berichterstattung von einer neutralen Sportberichterstattung hin zu einer emotionalisierten, teils national überformten Erzählweise, die bewusst deutsche Identifikationsfiguren ins Zentrum stellt.

4.3.5 Fazit

Die Berichterstattung der Tour de France hat sich in den fünf untersuchten Etappen signifikant gewandelt. Aus nüchternen, rein sachorientierten Livekommentaren sind multimedial orchestrierte Sporterzählungen geworden, die narrative Heldenbildung, Krisenverarbeitung, wirtschaftliche Interessen, nationale Symbolik und grafisch aufwertende Elemente vereinen. Der Radsport wird damit nicht mehr nur als sportliches Ereignis, sondern als komplexes Medienprodukt vermittelt.

In den frühen Etappen (1977, 1986) dominieren ein sachlicher, auf das sportliche Geschehen konzentrierter Ton und eine, auch der damaligen Technik, geschuldeten zurückhaltende visuelle Gestaltung. Der Sport steht im Vordergrund, grafische Mittel dienen primär der Orientierung, die Tour erscheint als öffentlich-rechtlich verstandenes Sportereignis mit journalistischem Anspruch.

Mit der Etappe von 1997 beginnt eine neue Phase. Die mediale Aufmerksamkeit auf Jan Ullrich markiert den Übergang zur national aufgeladenen Berichterstattung, in der deutsche Fahrer aktiv emotionalisiert, hervorgehoben und heroisiert werden. Die

grafische Aufbereitung wird professioneller und individueller, die Sprache deutlich pathetischer.

In den Etappen von 2011 und 2022 wird dieser Trend fortgesetzt und stark ausgebaut. Die Tour erscheint nun als ein hochgradig inszeniertes Medienprodukt, dessen Übertragung sich durch komplexe grafische Echtzeit-Visualisierungen, multimediale Plattformintegration und gezielte Zuschauerbindung über emotionale Narrative auszeichnet. Fahrer wie Simon Geschke werden nicht mehr nur sportlich bewertet, sondern als emotionale Identifikationsfiguren dargestellt. Das Heldentum der Fahrer entsteht hier über Nahbarkeit, Authentizität und persönliche Geschichte, nicht mehr (nur) über Sieg und Dominanz. Die grafische Sprache ist ästhetisch, datenreich und markenorientiert; die nationale Perspektive bleibt zentral, aber wird zunehmend subtiler vermittelt.

Insgesamt zeigt sich, dass die Tour de France-Berichterstattung im deutschen Fernsehen nicht nur technologische Fortschritte widerspiegelt, sondern auch ein verändertes mediales Selbstverständnis. Weg von der sachlichen Sportberichterstattung, hin zu einem emotionalisierten, kommerzialisierten und narrativ strukturierten Medienereignis. Diese Entwicklung verändert die Rolle des Publikums – vom sportinteressierten Zuschauer zum emotional eingebundenen Medienkonsumenten, dessen Aufmerksamkeit durch Identifikationsfiguren, Dramaturgie und visuelle Reize gezielt gelenkt wird. Die Tour de France ist damit längst nicht mehr nur ein Radrennen, sie ist ein multimedial aufeinander abgestimmtes Spektakel, das den Sport in eine Erzählung übersetzt.

5. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 ARD Sport Extra 19.07.1977	20
Abb. 2 ARD Sport Extra 19.07.1977	20
Abb. 3 ARD Sport Extra 19.07.1977	22
Abb. 4 ARD Sport Extra 19.07.1977	22
Abb. 5 ARD Sport Extra 21.07.1986	23
Abb. 6 ARD Sport Extra 21.07.1986	23
Abb. 7 ARD Sport Extra 21.07.1986	24
Abb. 8 ARD Sport Extra 21.07.1986	25
Abb. 9 ARD Sport Extra 21.07.1986	25
Abb. 10 ARD Sport Extra 21.07.1986	25
Abb. 11 ARD Sport Extra 21.07.1986	26
Abb. 12 ARD Sport Extra 19.07.1997	27
Abb. 13 ARD Sport Extra 19.07.1997	28
Abb. 14 ARD Sport Extra 19.07.1997	29
Abb. 15 ARD Sport Extra 19.07.1997	29
Abb. 16 ARD Sport Extra 19.07.1997	29
Abb. 17 ARD Sport Extra 19.07.1997	30
Abb. 18 ARD Sport Extra 19.07.1997	30
Abb. 19 ARD Tagesthemen 19.07.1997	30
Abb. 20 ARD Sport Extra 14.07.2022	35
Abb. 21 ARD Sport Extra 14.07.2022	36
Abb. 22 ARD Sport Extra 14.07.2022	36
Abb. 23 ARD Sport Extra 14.07.2022	37
Abb. 24 ARD Sport Extra 14.07.2022	37
Abb. 25 ARD Sport Extra 14.07.2022	37
Abb. 26 ARD Sport Extra 14.07.2022	38
Abb. 27 ARD Sport Extra 14.07.2022	38
Abb. 28 ARD Sport Extra 14.07.2022	38
Abb. 29 ARD Sport Extra 14.07.2022	39

6. Literaturverzeichnis

Bruhn, Linus (2020): Traditionelle vs. Innovative Sportberichterstattung – Eine qualitative Inhaltsanalyse von Gemeinsamkeiten und Unterschieden der „Sportschau“ und des „aktuellen Sportstudios“, Bachelorarbeit, Medien, Hochschule Mittweida

Buchholz, Axel (o.D): Tour-Sender seit 1948: die lange SR-Tradition bei der „Großen Schleife“, Website, [online]

https://www.sr.de/sr/home/der_sr/so_wurden_wir_was_wir_sind/geschichte/fundstuecke/20150301_fundstuecke_maerz_2015_tour_de_france100.html [abgerufen 04.10.2025].

Dirschl, Sebastian (2016): Entwicklungstendenzen und Zukunftsszenarien der Sportberichterstattung im Zeitalter der digitalen Disruption, Masterarbeit, Interfakultärer Fachbereich für Sport- und Bewegungswissenschaft / USI, Paris Lodron-Universität Salzburg

Eggers, Erik (2007): A.1 Die Geschichte der Sportpublizistik in Deutschland (bis 1945): Von der Turnpresse im 19. Jahrhundert zur gleichgeschalteten Sportpresse im Dritten Reich, in: Thomas Schierl (Hrsg.), Handbuch Medien, Kommunikation und Sport, Schorndorf: Hofmann-Verlag

Eggers, Erik (2007): A.2 Die Geschichte der Sportpublizistik in Deutschland von 1945 bis 1989, in: Thomas Schierl (Hrsg.), Handbuch Medien, Kommunikation und Sport, Schorndorf: Hofmann-Verlag

Gruher, Sabine/ Wagner, Kirsten (o.D): Wann war die erste Tour de France, Website, [online] <https://www.zeitklicks.de/kaiserzeit/alltag/sport-und-freizeit/auf-dem-drahtesel-unterwegs-die-tour-de-france> [abgerufen am 23.09.2025]

Gunkel, Christoph (2023): 120 Tour de France: „Falls ich nicht ermordet werde bis Paris, werde ich die Tour gewinnen“, Website, [online], <https://www.spiegel.de/geschichte/120-jahre-tour-de-france-schummeln-pruegeln-sabotieren-a-fc309ee9-b916-4fd6-9fe5-213440d55ccc> [abgerufen 04.10.2025]

Holzenleuchter, Pamela (2012): Die Entwicklung der Sportberichterstattung und die Rezeption durch das Sportpublikum im Wandel der Zeit, Bachelorarbeit, Medien, Hochschule Mittweida

Jelkmann, Wolfgang (2010): Blutdoping – Mythos und Realität, in: Groß, Dominik/ Knust, Christine (Hrsg.), BLUT - Die Kraft des ganz besonderen Saftes in Medizin, Literatur, Geschichte und Kultur, Kassel: kassel university press GmbH, S. 105

Pagès, Alain (2022): Die Dreyfus-Affäre, 1. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer Verlag

Reinold, Marcel (2016): Doping als Konstruktion - Eine Kulturgeschichte der Anti-Doping-Politik, Bielefeld: transcript Verlag

Thieme, Christian (2011): Die Sportberichterstattung im Wandel der Zeit – Ein Überblick über das Sport-Medien-System in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung des Mediums Fernsehen und der Sendung „Das aktuelle Sportstudio“, Bachelorarbeit, Medien, Hochschule Mittweida

Weber, Eugen (2012): Vorwort, in: Hugh Dauncey/Geoff Hare (Hrsg.), The Tour de France 1903-2003, New York: Routledge, S. 11-12.

7. Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel:

„Die Entwicklung der Berichterstattung über die Tour de France im öffentlich-rechtlichen Fernsehen“

Selbstständig, ohne unerlaubte fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken (dazu zählen auch Internetquellen) entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift