

**Inhalt**

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>Einleitung</b>	<b>10</b>
<b>1 Die Medien und der Behindertensport</b>	<b>12</b>
1.1 Die Problematik	12
1.1.1 Ausgangssituation	12
1.1.2 Die defizitäre Berichterstattung	18
1.1.2.1 Quantitative Aspekte	18
1.1.2.2 Qualitative Aspekte	22
1.1.3 Entwicklungen des Sportjournalismus	24
1.2 Ursachenanalyse	28
1.2.1 Einstellungen zu Behinderten	28
1.2.2 Determinanten der Einstellungen	32
1.2.3 Erklärungsansätze zur Frage der sozialen Reaktion	34
1.2.4 Mangelnde Information der Medien	37
1.2.5 Vielfalt der Schadensklassen	38
1.2.6 Selektionsprozesse der Medien	39
<b>2 Die Untersuchung</b>	<b>45</b>
2.1 Ziele und Fragestellungen	46
2.2 Methodik und Stichproben	50
2.2.1 Vorgehensweise	50
2.2.1.1 Sportjournalisten-Untersuchung	51
2.2.1.2 Rezipienten-Untersuchung	53

---

2.2.2	Stichproben	55
2.2.2.1	Stichprobenerhebung	55
2.2.2.2	Stichprobenbeschreibung	56
2.2.3	Die Ergebnisse der Grundfragestellungen	58
2.2.4	Methodische Probleme	59
2.2.4.1	Soziale Erwünschtheit	59
2.2.4.2	Einschränkungen der Validität	62
2.3	Charakteristische Merkmale der Berichterstattung – 4 Hypothesen	63
2.4	Die Einstellungs-Facetten	67
2.4.1	Fremdartigkeit	67
2.4.2	Unsicherheit	70
2.4.3	Die Last der Verantwortung	73
2.4.4	Die Tendenz zur Vermeidung der Begegnung	75
2.4.5	Bagatellisierung des Problems	78
2.4.6	Die unpersönliche Hilfe	81
2.4.7	Mitleid	83
2.4.8	Das eigene Engagement	86
2.4.9	Weitere Untersuchungen	88
2.4.9.1	Vergleich der Einstellungen von Sportjournalisten und Rezipienten	88
2.4.9.2	Der Einfluss der demographischen Daten	89
2.5	Diskussion und Folgerungen	90

### **3 Paralympics 1996 in Atlanta und die Medien**

100

3.1	Einleitung	100
3.2	Die Berichterstattung in Zahlen	101
3.3	Stimmen	103
3.3.1	Sportler	104

---

3.3.2	Funktionäre	115
3.3.3	Journalisten	121
3.4	Bewertung	124
<b>4</b>	<b>Leitfaden: Öffentlichkeitsarbeit für Behindertensportvereine</b>	<b>127</b>
4.1	Öffentlichkeitsarbeit als zentrale Aufgabe des Vereinsmanagements	127
4.2	Öffentlichkeitsarbeit planen	130
4.2.1	Die Zielgruppe definieren	131
4.2.2	Das Image analysieren	134
4.2.3	Die bisherige Kommunikation analysieren	134
4.2.4	Problemfelder und Ziele der Öffentlichkeitsarbeit definieren	135
4.2.5	Maßnahmen bestimmen	136
4.3	Standards der Pressearbeit	138
4.3.1	Wen wie erreichen?	138
4.3.2	Der Presseverteiler	139
4.3.3	Wie hat eine Pressemitteilung auszusehen?	141
4.3.4	Für die Pressemitteilung texten	144
4.3.4.1	Die richtigen Worte schreiben	144
4.3.4.2	Die richtigen Sätze	147
4.3.4.3	Der richtige Inhalt	148
4.3.5	Pressekonferenzen	153
4.4	Behindertensport und Presse	154
<b>5</b>	<b>Resümee</b>	<b>160</b>
<b>6</b>	<b>Literatur</b>	<b>170</b>

<b>7</b>	<b>Anhang</b>	<b>177</b>
7.1	Häufigkeitsverteilung der Items, die zur Bildung der sieben Einstellungs-Facetten verwendet wurden	177
7.2	Zur Facettenbildung	177
7.3	Die Auswahl der Facetten-Items und die Ergebnisse der nicht zur Facettenbildung benutzten Items	178
7.4	Fachzeitschriften	184
7.5	Fragebögen	185