

Bilag: Spørgeramme til atletik

1. Resultaterne forelægges forbundet/idrætsgrenen i form af let forståelige grafer.
 2. Interview – godt 1 times varighed inkl. forelæggelse af resultater. Løs struktur.
 3. Afrunding for slukket diktafon.
 4. Interview transskriberes og bruges i journalistisk og analytisk sammenhæng.
-

Information og indledning

Idrættens Analyseinstitut et år
Om analysen

Kvalitative interviews med 11 forbund – optages og formidles analytisk og på idan.dk

Vil du ganske kort præsentere dig selv og fortælle om, hvilken rolle du har spillet og spiller i samspillet mellem atletik og tv?

Kommentarer til dækningen

Hvordan synes du, mediedækningen af atletik har været de sidste 10-15 år?

Aviser?

Radio?

Internet?

Tv?

Hvordan synes du mere specifikt, at tv-dækningen har været af atletik de sidste 10-15 år?

Hvorfor?

Kvantitativt?

Hvor meget?

For meget eller for lidt?

Kvalitativt?

Hvem? (køn, klubber/udøvere, dansk/international)

Hvilke typer? (indslag, transmissioner)

Hvornår?

Hvis du skulle beskrive tv's dækning af atletik i perioden med tre ord, hvilke skulle det da være?

Hvorfor netop de ord?

Hvad skulle i dine øjne have været anderledes i tv's dækning af sport i perioden?

Hvorfor skulle det være anderledes?

Kan det være anderledes?

Lad os sige, at du netop var blevet udnævnt som sportschef på DR Sporten. Hvad ville du ændre?

Kortsigtet og langsigtet?
Hvorfor?

Hvor meget følger I med i atletiks mediedækning i udlandet?
Lader I jer inspirere? Hvorfor/hvorfor ikke?

Udbytte af dækningen

Hvad er effekten af at være på tv for jer?

Hvad *ønsker* I, effekten skal være? Hvorfor?

Medlemmer?
Aktive i befolkningen - folkesundhed?
Økonomisk vækst?
Tiltrække sponsorer?
Tiltrække tilskuere?
Skabe interesse?
Oplyse befolkningen?
Andet?

Hvor meget har prestige at sige i atletikkens verden, når vi snakker tv-eksponering?

Hvad er den økonomiske betydning af tv-dækning for jer?
For forbundets økonomi?
For foreningers/klubbers økonomi?

Hvem får størst økonomisk gevinst ud af tv-dækning af atletik?
Tv?
Foreninger?
Forbund?
Medlemmer?

Hvilke indtægtskilder er vigtigst for atletikken, når vi taler tv-eksponering?
Sponsorer?
Rettigheder?
Tilskuere?
Medlemmer?
Hvorfor?

Forhold til tv-kanalerne

Hvordan er jeres forhold til de sportstransmitterende tv-stationer? Hvad får I ud af dem?

DR?

TV2?

TV3/Viasat?

Kanal 5/TV Danmark?

DK4/4Sport?

Eurosport?

Andre særlige forhold?

Hvor meget søger I selv tv-eksponering?

Hvor meget tid vil du vurdere, at I bruger på det?

Bruger I for meget/lidt?

Hvad får I ud af det? Får I *nok* ud af det?

Hvad har størst betydning for at komme på tv?

Attraktionsværdi?

Personlige relationer?

Hvad med de andre idrætsgrene? Er de konkurrenter til tv-tiden, medlemmerne og sponsorerne?

Kan de være samarbejdspartnere på anden måde end gennem DIF?

Hvad synes I om de nuværende tv-rettighedsaftaler – kan du prøve at beskrive indholdet af jeres aftaler – og hvordan de er indgået?

Burde de være anderledes? Hvordan?

Kommunikationsstrategi

Hvem bruger jeres hjemmeside?

Hvor populær er jeres hjemmeside – og hvad er det mest populære indhold?

Har DBF en decideret mediepolitik eller mediestrategi?

Hvad er kernen i den? (eller hvorfor ikke?)

Hvad gør I for at forfølge den?

Hvem?

Hvordan?

Hvad betyder tv i jeres strategi?

Hvor vigtig er tv sammenlignet med andre medier?

Hvilke andre medier er vigtige for jer?

Modtager I rådgivning på medieområdet?

DIF?

Team Danmark?

Øvrige rådgivere?

Hvad betyder de rådgivningspartnere for jer?

Hvad gør de godt?

Hvad gør de mindre godt?

Attraktionsværdi

Hvor godt et produkt er atletik? Hvor godt et tv-produkt er atletik?

Hvor meget gør I for at skabe et godt og attraktivt produkt?

Hvem henvender atletik sig primært til?

Hvilke tv-formater passer godt til atletik?

Bredde eller elite på skærmen?

Er der seere i det? Hvorfor?

Fremtidens tv

Hvor meget følger I med i den teknologiske udvikling, nye medier, fremtidens tv osv.?

Hvor meget bruger I nettet?

Hvor meget bruger I mobiltelefoni?

Indgår nye medier i jeres kommunikationsstrategi? Hvordan?

Hvor tror du, I står i fremtidens tv-billede?

Får I landsdækkende tv-eksponering?

Laver I jeres egen tv-station?

Ændrer public service sig?

Hvad vil I gøre, og hvad vil I IKKE gøre for at tilpasse jer tv i fremtiden?

Hvorfor/hvorfor ikke?

Øvrigt

Har du yderligere kommentarer til det, vi har snakket om – som du mener bør med i analysen?