



Seit dem Beginn der Olympischen Spiele in Paris gewähren die Athleten einen tiefen Einblick in ihren Alltag – und lassen dabei kaum eine Anekdote aus. Diese Offenheit dient nicht nur dazu, ihre Bilder als unantastbare Sportikonen zu entmystifizieren, sondern auch, um sich einem breiteren Publikum vorzustellen.

Muffins und Matratzen – die Stars der sozialen Medien

Ein Norweger sorgt derzeit für Furore – allerdings nicht durch seine sportlichen Leistungen. Henrik Christiansen, Schwimmer, wird auf Social Media und sogar auf Wikipedia als „Muffin Man“ gefeiert. Seine Liebe zu den Schokoladenmuffins aus der Kantine des Olympischen Dorfes hat TikTok im Sturm erobert. Andere Athleten haben diese Trends aufgegriffen, und so sind die Muffins zum viralen Hit geworden. Doch nicht nur Gebäck steht im Fokus: Der Südafrikaner Vincent Leygonie testet die Matratzen im Dorf auf ihre Stabilität, indem er mit einem BMX-Rad darüber rollt – ein weiteres Highlight auf TikTok.

@henrikchristians1 When bae is looking like a snack #fyp #olympics #paris2024 #olympictiktok #olympicvillage #muffins @Olympics @paris2024 🎵 original sound – mywatchhistory

Der Alltag im Olympischen Dorf

Neben den lustigen Muffin-Videos und den Matratzen-Stunts teilen die Athleten auch Einblicke in ihr tägliches Leben im Dorf. Auf TikTok und Instagram zeigen sie die Gemeinschaftsaktivitäten auf dem Gelände in Saint-Denis. Diese Clips geben den Sportlern ein menschliches Gesicht und lassen ihre olympischen Erfolge für einen Moment in den Hintergrund treten. Laut Medienwissenschaftlerin Nathalie Nadaud-Albertini wird durch diese Posts das Bild des Athleten als reine Leistungsmaschine aufgebrochen. „Die sozialen Medien zeigen den Sportler als vollständige Person“, erklärt sie.

@alessiofoconi Tocca trovargli un utilizzo #olympics #paris2024 #condoms 🎵 suono originale – ducketto89

Einige Athleten, wie die australische Tennisspielerin Daria Saville, sind besonders aktiv und kreativ. Sie filmt sich bei alltäglichen Tätigkeiten, sei es beim Friseur, in der Wäscherei oder bei der Suche nach Toilettenpapier. Diese intimen Einblicke machen die Athleten greifbarer und nahbarer für ihre Fans.



Intimität und Gemeinschaft

Die Athleten zeigen auch, wie sie miteinander im Dorf interagieren. Ein unvergesslicher Moment: Ein freiwilliger Helfer spielt Klavier, während jamaikanische und australische Athleten mitsingen – eine Szene, die an die „Star Academy“ erinnert, wenn sich die Kandidaten im Wohnzimmer versammeln. Solche Momente des Zusammenhalts tragen zur festlichen und humorvollen Stimmung bei, die viele der geteilten Videos auszeichnet.

@matthijsfortiman

In the Olympic Village today... sports brings people together.

🎵 origineel geluid – matthijsvoortman6

Ist das olympische Dorf also eine Reality-Show? Für die feministische Essayistin Valérie Rey-Robert haben die Athleten definitiv Elemente der Intimität aus solchen Formaten übernommen. Sie teilen banale Anekdoten und gewähren Einblicke in ihr psychisches Wohlbefinden. „Diese Videos erinnern an die Beichten in ‚Secret Story‘“, so Nadaud-Albertini.

Kontrolle und Authentizität

Doch es gibt Unterschiede: Die Athleten bestimmen selbst, was sie zeigen wollen. Sie sind nicht rund um die Uhr von Kameras umgeben und vermeiden meist negative Szenen oder Streitereien, die in Reality-Shows oft im Mittelpunkt stehen. Einige Athleten spielen bewusst mit der Idee einer Reality-Show. Die amerikanische Rugbyspielerin Ilona Maher inszeniert auf TikTok ihre Ankunft im Dorf wie den Einzug in eine Reality-Show-Villa, komplett mit dramatischer Stimme aus dem Off. Auf Instagram schreibt sie humorvoll, sie sei auf der Suche nach der Liebe im Olympischen Dorf. „Gibt es wirklich einen Unterschied zwischen ‚Love Island‘ und dem Olympischen Dorf?“ fragt sie augenzwinkernd.

@ilonamaher When in Paris@Olympics @paris2024 🎵 original sound – Ilona Maher

Strategische Selbstdarstellung

Die Reaktionen auf diese Inhalte sind überwältigend positiv. Viele Videos erzielen Millionen von Aufrufen, und die Kommentare zeigen, dass die Zuschauer begeistert sind. „Ich liebe diesen Blickwinkel auf die Olympischen Spiele. Danke fürs Teilen“, schreibt ein Nutzer. Die Athleten haben erkannt, dass diese Posts eine Möglichkeit sind, sich selbst und ihre



Persönlichkeit zu präsentieren und gleichzeitig potenzielle Sponsoren auf sich aufmerksam zu machen. Medienwissenschaftlerin Nadaud-Albertini sieht darin eine neue Art der Selbstvermarktung.

Die Nutzung sozialer Medien bietet auch eine generationelle Verbindung. Wie andere junge Menschen nutzen die Athleten Plattformen wie TikTok und Instagram aus Freude. Sportsoziologe Eric Monnin betrachtet diese Entwicklung als Teil einer größeren gesellschaftlichen Veränderung. Das Olympische Dorf, das schon immer ein Ort der Faszination war, hat sich weiterentwickelt und spiegelt nun die unmittelbare und vernetzte Welt wider, in der wir leben. Es ist zu einem Symbol für die Echtzeitkultur unserer Zeit geworden.

Ein modernes Lagerfeuer

Zusammengefasst zeigen die sozialen Medien eine neue Dimension der Olympischen Spiele – sie bieten einen ungeschminkten, humorvollen und oft überraschend intimen Einblick in das Leben der Athleten. Sie schaffen eine Verbindung zwischen den Sportlern und ihren Fans, die über das bloße Zuschauen bei den Wettkämpfen hinausgeht. Ist das nicht die wahre Magie der sozialen Medien – die Fähigkeit, Menschen zusammenzubringen und sie einander näher zu bringen?