

Tonio Postel



Zwischen Fanreportern und Spielverderbern

Fußballjournalismus auf dem Prüfstand

Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung
Frankfurt am Main 2018

OBS-Arbeitspapier 33

OBS-Arbeitspapier 33

ISSN: 2365-1962 (nur online)

Herausgeber:

Otto Brenner Stiftung

Jupp Legrand

Wilhelm-Leuschner-Straße 79

D-60329 Frankfurt/Main

Tel.: 069-6693-2810

Fax: 069-6693-2786

E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de

Internet: www.otto-brenner-stiftung.de

Autor:

Tonio Postel

Freier Journalist

Von-der-Tann-Straße 3

20259 Hamburg

E-Mail: tonio21677@yahoo.de

Tel.: 0176-23 87 41 89

Redaktion:

Benedikt Linden (OBS)

Lilian Emonds (OBS)

Ophelia Booth (OBS)

Satz und Gestaltung:

complot-mainz.de

Bildnachweis Titelgrafik:

picture alliance/ augenklick/ GES

Redaktionsschluss:

10. August 2018

Dieses Arbeitspapier darf nur für nichtkommerzielle Zwecke im Bereich der wissenschaftlichen Forschung und Beratung und ausschließlich in der von der Otto Brenner Stiftung veröffentlichten Fassung – vollständig und unverändert – von Dritten weitergegeben sowie öffentlich zugänglich gemacht werden.

In den Arbeitspapieren werden Ergebnisse der Forschungsförderung der Otto Brenner Stiftung dokumentiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Für die Inhalte sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Arbeitspapiere erscheinen nur online, nicht als Printprodukt. Download und weitere Informationen: www.otto-brenner-stiftung.de

Vorwort

Am 22. Juli gab Nationalspieler Mesut Özil über seine Social-Media-Kanäle bekannt, nicht mehr für Deutschland Fußball spielen zu wollen. Mitte Mai, kurz vor der WM in Russland, hatten Bilder von Özil und seinem Nationalmannschaftskollegen Ilkay Gündogan mit dem türkischen Präsidenten Recep Erdogan für große mediale Aufmerksamkeit gesorgt und zu heftigen Kontroversen geführt. Nach seinem Rücktritt wurden hauptsächlich Özils Vorwürfe des Rassismus, seiner unfairen Behandlung durch den DFB, aber auch sein Umgang mit dem Thema sowie die Frage, wer nun wann welche Fehler gemacht habe, diskutiert. Viel zu kurz kam beim öffentlichen „Nachspiel“, dass ein nicht unerheblicher Teil des Özil-Statements einen ganz anderen Adressaten hatte: Die deutschen Medien selbst. Auch hier sind seine Vorwürfe schwerwiegend. Einerseits hätten viele deutsche Medien die Debatte um sein Bild mit Erdogan genutzt, um mit „rechter Propaganda“ ihre „politischen Sache“ zu verfolgen. So wurde in der Tat in einigen Medien der absurde Vorwurf erhoben, Özil sei – aufgrund der familiären Herkunft und mangelnder Einsatzbereitschaft für das deutsche Team – quasi alleine für das sportliche WM-Desaster verantwortlich. Andererseits, so Özil selbst, hätten die Medien keinen Aufschrei verursacht, als sich während der WM Lothar Matthäus – immerhin „Ehrenspielführer“ der deutschen Nationalmannschaft – mit Präsident Putin traf. „Die Welt“ schrieb, ohne ein kritisches Wort zu finden, von „einer wahren Charmeoffensive“ von Matthäus gegenüber dem russischen Präsidenten.

Der Fall Özil zeigt, dass mit zweierlei Maß gemessen wird: Einerseits wird die Verbindung von Politik und Fußball immer dann betont, wenn man die Emotionen der Leser*innenschaft abgreifen und auf einen Sündenbock kanalisieren kann. Andererseits herrscht meist ein mediales Schweigen, wenn es um das inhärent Politische im Alltagsgeschäft des Weltfußballs geht. Wenn sich Würdenträger*innen des DFB wie Lothar Matthäus mit umstrittenen Präsidenten treffen, bleibt der Sportjournalismus stumm und unkritisch. Die Causa Özil wirft also interessante Fragen auf, die über den Einzelfall hinausgehen: Trifft der Vorwurf zu, dass der (Sport) Journalismus den kommerziellen Fußballalltag zu unkritisch, zu unpolitisch begleitet und damit die Mächtigen der Branche zum Wohl der Unterhaltung aller schont?

Während immer wieder etwa über zu wenig Distanz der Hauptstadtjournalisten zur Berliner Politiker*innenklasse diskutiert wird und damit oft quälende Selbstverständnisdebatten verbunden sind, scheint sich der Sportjournalismus kaum mit dem Problem der Nähe zu den Akteuren seiner medialen Berichterstattung öffentlich auseinandersetzen zu müssen. Die Otto Brenner Stiftung hat mit dem Autor Tonio Postel einen Praktiker gewonnen, der als freier Journalist einen fundierten Einblick in den Status quo des Sportjournalismus wagt. Postel – dessen Auffassung von kritischem Sportjournalismus das Ausleuchten gesellschaftlicher Bedingungen

ebenso umfasst wie die Darstellung politischer Hintergründe – wertet Interviews mit Praktiker*innen aus Verbänden, Vereinen, Medien und Wissenschaft aus. Er startet eine intensive Ursachenforschung und sucht Antworten auf viele Fragen: Wo findet kritischer Sportjournalismus heute noch statt? Was sind Gründe für sein Ausbleiben? Was verspricht bzw. droht dem Sportjournalismus durch die Digitalisierung? Und was könnte getan werden, um den Sportjournalismus im Fußball kritischer zu machen?

Das Ergebnis ist ernüchternd. Trotz einiger Ausnahmen und weniger Leuchttürme – wie Beiträge des ausgezeichneten Sportjournalisten Hajo Seppelt, der WDR-Sendung „Sport Inside“ oder der kontinuierlichen Sportberichterstattung von Qualitätszeitungen wie der SZ und der FAZ – sieht Postel in der zunehmenden Kommerzialisierung des Fußballbetriebes eine Gefahr für den kritischen Journalismus. Durch wirtschaftliche Verflechtungen (Kooperationen, Übertragungsrechte, Werbeeinnahmen usw.) entstehen strukturelle Abhängigkeiten, die unabhängige Berichterstattung erschweren. Hinzu kommt das spezifische „Nähe-Problem“ dieser Branche: Journalist*innen als Fans, Seitenwechsler*innen und mit bezahlten Nebentätigkeiten sind im Sportjournalismus präsenter als in vielen anderen Sparten. Darüber hinaus schwächt das Aufkommen der Sozialen Medien, die die Vereine verstärkt zu eigenen Medienproduzent*innen werden lassen, die journalistische Machtposition gegenüber Verbänden und Vereinen. Hoffnung schöpft Tonio Postel aber aus dem Umstand, dass seit den jüngsten FIFA- und DFB-Korruptionsskandalen die Notwendigkeit eines kritischen Sportjournalismus jenseits der reinen Unterhaltung auch in der Öffentlichkeit deutlicher geworden ist.

Um dieses günstige Zeitfenster zu nutzen und zukünftig zu erhalten, zielen die meisten Handlungsvorschläge unseres Diskussionspapiers auf die kurz- und mittelfristige Institutionalisierung eines reflexiven Umgangs mit dem Problem der „Nähe und Distanz“, sowie auf die Aus- und Weiterbildung von Sportjournalist*innen ab. Auf lange Sicht müssen jedoch auch die Kommerzialisierung der Fußballbranche und die Verflechtungen mit den Medien in den Debatten einen viel höheren Stellenwert gewinnen, wenn kritischer Fußballjournalismus dauerhaft eine Chance haben soll. Sollte das vorliegende Arbeitspapier den „Anstoß“ für solche neuen Diskussionen darstellen, hat es seinen Zweck mehr als erfüllt.



Jupp Legrand

OBS-Geschäftsführer

Frankfurt/Main, im September 2018

Inhalt

Wesentliche Ergebnisse	6
1 Einleitung	8
2 „Wir lassen uns nicht verarschen“ – Kommerzielle Entfremdung zwischen Fans und Vereinen	11
3 Ausrichtung und strukturelle Probleme des Fußballjournalismus	19
3.1 Aufgaben und Formate für kritischen Sportjournalismus heute	19
3.2 Wirtschaftliche Abhängigkeiten des Sportjournalismus	26
4 Das „Schmiergeld namens Nähe“: Fließende Übergänge zwischen Journalismus und PR	34
4.1 Fanjournalisten	35
4.2 Seitenwechsler, Nebentätigkeiten und Kooperationen	37
5 Die Folgen der Digitalisierung für eine kriselnde Branche	41
6 Sportjournalismus der Zukunft: Ein anderer Geist muss her	45
6.1 Reform oder Resignation?	45
6.2 Was getan werden könnte – Elf Vorschläge	48
7 Fazit	52
Literaturverzeichnis	55
Interviewverzeichnis	60
Hinweise zum Autor	61

Wesentliche Ergebnisse

- Die Nachfrage für eine unabhängige, kritischere Fußballberichterstattung steigt. Sowohl bei Bürgern als auch bei (Nachwuchs-)Journalisten. Immer mehr Menschen, junge wie alte, interessieren sich für die Geschichten hinter dem Glanzprodukt Profifußball. Vor allem aufgrund der Skandale, etwa um die Vergabe der WM 2006, die Steuertricks der Stars („Football-Leaks“) oder systematisches russisches Staatsdoping, beginnen die Menschen große Institutionen und Verbände wie das International Olympic Committee (IOC), die Fédération Internationale de Football Association (FIFA) oder den Deutschen Fußball-Bund (DFB) kritisch zu hinterfragen. Viele fragen sich, wieso man über Steuern und Abgaben Großereignisse wie eine Weltmeisterschaft (WM) bezuschusst, wenn es bei der Vergabe Korruptionsfälle gibt.
- Das Verhältnis zwischen Vereinen und Medien wird von den für diese Untersuchung Befragten als gut beschrieben; auch wenn die Vereine selbst zu Medienunternehmen gewachsen sind, die den herkömmlichen Medien Konkurrenz machen. Da viele Profifußball-Vereine als florierende Wirtschaftsunternehmen über bedeutend mehr Finanzmittel verfügen als die weiterhin kriselnden unabhängigen Medien, können Vereine längst mehr neue Stellen für Journalisten schaffen. Auch deshalb wechseln viele Journalisten die Seiten und werden als Pressesprecher der Vereine beschäftigt.
- Dadurch verändert sich die Art und Weise der Sportberichterstattung: Nachrichten aus der Branche verbreiten die Vereine und Verbände über ihre eigenen Kanäle im Internet. Die Bedeutung von hintergründigen, analytischen und investigativen Stücken, so das Ergebnis dieser Analyse, lässt dadurch jedoch nicht nach, sondern steigt im Gegenteil an. Auch, weil die Werbebotschaften der Vereine kritisch begleitet, eingeordnet und erklärt werden müssen. Zudem zeigen die vielen publik gewordenen Skandale im Profifußball, die noch nicht ausreichend aufgeklärt worden sind, was die Selbstkommunikation der Vereine nicht leisten kann.
- Diese zentrale Bedeutung von kritischem Sportjournalismus schlägt sich jedoch nur unzureichend in der Praxis nieder. Aufgrund schlechter Bezahlung und prekärer Arbeitsverhältnisse, aber auch aus Sorglosigkeit, vermischen viele (freie) Sportjournalisten Journalismus und Public Relations (PR). Mehr Transparenz seitens der Auftraggeber und der Journalisten bei der Kennzeichnung abhängiger und unabhängiger Berichte sowie von Werbung würde auch hier die Glaubwürdigkeit des Journalismus erhöhen beziehungsweise verlorengegangene Glaubwürdigkeit zurückgewinnen.
- In vielen Onlineredaktionen sind zudem der Nachrichtendruck und die Gier nach Sensationen und Klicks offenbar derart groß, dass die journalistische Sorgfaltspflicht leidet. Es wird

weniger recherchiert, Nachrichten werden mitunter abgeschrieben und ungeprüft veröffentlicht. Auch über soziale Medien werden viele Gerüchte und Mutmaßungen verbreitet.

- Insgesamt erschweren die vielfältigen wirtschaftlichen Verflechtungen zwischen Medien sowie Vereinen und Verbänden, die stellenweise zu regelrechten „Produktionsketten“ verwachsen sind, kritischen Sportjournalismus.
- Noch scheint kein vernünftiger Weg zwischen Kommerzialisierung, als Teil der Entwicklung der Klubs, und Wahrung der Fußballkultur, also der Berücksichtigung der Bedürfnisse der Fans, gefunden. Denn die Entwicklung ist absehbar und erscheint unsozial: Die Berichterstattung wandert zunehmend ab ins Bezahlfernsehen und Stadionbesuche werden höchstens bei Vereinsabstiegen günstiger. Dass der Profifußball ein Operetten-Publikum heranzüchtet und die „echten“ Fans zum Amateurfußball abgeschoben werden, muss aber verhindert werden.

1 Einleitung

Der Sport- beziehungsweise der Fußballjournalismus steckt in einer Zwickmühle: Einerseits soll er unterhalten und dem Publikum die kostbare Freizeit versüßen. Andererseits fordern Kritiker, beispielsweise die freien Journalisten Ronny Blaschke und Jens Weinreich, eine mehrdimensionale, politischere Berichterstattung. Sie monieren, kritische Themen würden in Premium-Formaten wie der *Sportschau*, zur besten Sendezeit am frühen Samstagabend, ausgeblendet. Für Missstände wie etwa Menschenrechtsverletzungen beim Bau von WM-Stadien, Doping oder den brutalen Leistungsdruck, dem Fußballer im Profigeschäft ausgeliefert sind, bleibe im Rahmen einer „Jubel-Berichterstattung“ meist keine Zeit (Blaschke 2016, Niggemeier 2006). Siegreiche Spieler werden dabei als Helden glorifiziert und Verlierer als Versager abgestempelt; alte Phrasen werden gedroschen und Kriegsmetaphorik bemüht. Von der Belagerung des gegnerischen Strafraums, überfallartigen Angriffen oder dem Bomber der Nation sei oft genug die Rede, wie Uwe Wiemann, Sprachwissenschaftler und Mitglied der Deutschen Akademie für Fußballkultur, schon im Jahr 2007 monierte (Wiemann 2007). Berichte, die den Sport in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext stellen und tiefer unter die Oberfläche des Glanzprodukts Profifußball blicken, würden zu oft auf weniger attraktive Sendeplätze „abgeschoben“. Für manche bleibt der Eindruck, das Gros der Kollegen schere sich wenig um eine vielschichtigeren Sicht auf den Profifußball, ignoriere dabei die gesellschaftlichen Auswirkungen und Abgründe, aber auch die Chancen, die der Sport bereit halte (Interview Blaschke 2018). Letztlich werde somit jede Entwicklung im Profifußball dem Kommerz untergeordnet, klagen Kritiker wie der Verein FC Play Fair! (FC Play Fair! 2017). Aus der Sicht mancher Journalisten steht diese Praxis den historischen Idealen des Sportjournalismus – Gemeinschaftsgefühl, höheres Ziel, gemeinsamer Wille – gegenüber (Leyendecker 2006).¹ Verteidigt wird sie hingegen etwa von Verbänden und Marketingbeauftragten. Schließlich müssten die Wettbewerbsfähigkeit der Fußball-Bundesliga im internationalen Vergleich garantiert und die rund eine Milliarde Euro teuren Fernsehübertragungsrechte refinanziert werden, wie etwa Ligachef Christian Seifert betont (Réthy/Hosny 2018). Unkritische Unterhaltung garantiere den Sendern höhere Einschaltquoten als eine Sendung, die Spielberichte mit komplexeren Themen verknüpft. 5,11 Millionen Zuschauer hatte die *Sportschau* in der Saison 2016/17 durchschnittlich. Zählt alleine dieses Argument, scheint der

1 Hans Leyendecker (2006) zitiert die Aufgabedefinition der Sportpresse auf dem ersten Kongress des „Internationalen Sportpresseverbandes“ in Paris (1924): „Die Sportpresse will eine erzieherische Rolle spielen. Ein echter und gemeinsamer Wille beseelt die Sportjournalisten aller Länder, zusammenzuarbeiten für die Verteidigung der sittlichen Werte ihres schönen Berufs. Die Sportjournalisten betrachten die Pflege und Förderung aller der Verständigung und dem Frieden unter den Völkern dienenden fortschrittlichen und erzieherischen Bestrebungen als ihre Hauptaufgabe. [Sie] wollen den Sport seinem höheren Ziel näher bringen, den Menschen besser zu machen und sein Gemeinschaftsgefühl zu wecken. Dem Strebertum wollen die Sportjournalisten Verantwortungsbewusstsein und inneren Adel entgegenstellen.“

Sender alles richtig zu machen (Schröder 2017). Auch einige Medienwissenschaftler, wie etwa Thomas Koch von der Universität Mainz, sehen in der unterhaltenden Fußballberichterstattung rund um den Bundesligaspieltag grundsätzlich eine zulässige journalistische Ausprägung. Allerdings wird angemerkt, dass es im Fußball „genug Stoff und Skandale, die investigativ aufgedeckt“ werden müssten, gebe: „Ein guter Sportjournalist schafft den Balanceakt zwischen Unterhaltung und kritischem Blick“ (Interview Koch 2018). Doch haben die öffentlich-rechtlichen Sender nicht einen Bildungsauftrag? Natürlich, und kritische Themen werden ja auch behandelt: Im Rahmen der sonntäglichen *Sportschau* (ARD) etwa, der *Sport-Reportage*, ab und an im *Aktuellen Sportstudio* (ZDF) oder regelmäßig in der ausgezeichneten, hintergründigen WDR-Sendung *Sport-Inside*. Doch wann die aufklärenden Berichte gesendet werden, scheint zweitrangig. Das Interesse daran ist unter der Woche um 23.00 Uhr überschaubar: Meist bleiben nur wenige Hunderttausend Menschen für *Sport-Inside*-Sendungen wach (Interview Blaschke 2018) und auch das *Aktuelle Sportstudio* beginnt samstags immer später, manchmal erst kurz vor Mitternacht. Ins Verhältnis zur gesamten Berichterstattung gesetzt, erscheint kritischer Fußballjournalismus also deutlich in der Unterzahl.

Doch es gibt zarte Zeichen für einen Bewusstseinswandel bei Zuschauern und Sportjournalisten. In Zeiten zunehmender Skandale rund um den Weltfußball-Verband FIFA, den DFB und das IOC einerseits, sowie von Profifußballvereinen, die selbst zu Medienunternehmen werden und immer mehr Inhalte eigenständig produzieren und verbreiten, andererseits, sei die Nachfrage für eine unabhängige, kritischere Fußballberichterstattung gestiegen, beobachtet zumindest der Professor für Sportjournalismus Thomas Horky von der Hochschule Media in Hamburg (Interview Horky 2018). Während manche (festangestellten) Journalisten, wie Jan-Christian Müller von der *Frankfurter Rundschau* (FR), die Fußballberichterstattung im Fernsehen als ausreichend kritisch einstufen (Interview Müller 2018), gibt es zudem eine Handvoll (freier) Journalisten, wie den schon erwähnten Ronny Blaschke, die den Kampf für eine differenzierte Sportberichterstattung eher als Einzelkämpfer mit zwar überschaubarem Optimismus, jedoch ungebrochenem Engagement verfolgen.

Gleichzeitig zur Berichterstattung sieht sich der Profifußball – der DFB, die DFL und die Vereine – ebenfalls mit grundlegenden Veränderungen konfrontiert: Auch hier muss eine Balance zwischen Vergangenheit und Zukunft gefunden werden. Gesucht wird ein Mittelweg zwischen Vermarktung und Entwicklung auf der einen Seite sowie Bewahrung und Pflege der von Millionen von Fans geliebten und gelebten Fußballkultur auf der anderen Seite. Zumal die kommerzielle Entwicklung noch nicht vollends ausgereizt scheint. Der Einstieg der Global Player Amazon, Apple oder Facebook in den Poker um die Fernseh- und Internet-Übertragungsrechte liegt für manche Branchenkenner wie den Sprecher des FC St. Pauli nicht mehr in weiter Ferne (Interview Pieper 2018). Diese Veränderungen des Profifußballs bleiben dabei nicht ohne Folgen für den

Sportjournalismus. Wo dieser zurzeit steht, was kritisiert werden muss und wohin es gehen kann, das soll in diesem Diskussionspapier aufgezeigt werden.

In den folgenden Kapiteln werden deshalb zunächst die Debatten um die zunehmende Kommerzialisierung des Profifußballs und deren mögliche Auswirkungen auf die Branche und die Gesellschaft betrachtet (Kapitel 2). Anschließend wird eine kurze Einführung zu Anspruch und Status Quo des Berufsstands der Sportjournalisten (Kapitel 3.1) und die mitunter unkritische, weil strukturell abhängige Berichterstattung beleuchtet (Kapitel 3.2). In den weiteren Kapiteln werden auf die Entwicklungen der Branche einflussnehmenden Unterpunkte genauer behandelt, wie die fließenden Übergänge von (Sport-)Journalismus und PR (Kapitel 4) und die Folgen der Digitalisierung für die Branche (Kapitel 5). Es folgen ein Ausblick auf die Berichterstattung der Zukunft sowie Anregungen für mögliche Reformen, auch bezüglich der Ausbildung des journalistischen Nachwuchses (Kapitel 6). Das Fazit (Kapitel 7) beschließt die Analyse.

Datengrundlage für die Studie waren Interviews mit vier Pressesprechern von Profifußballvereinen: Aus der Ersten Bundesliga nahmen Dirk Mesch (Bayer Leverkusen), Sven Froberg (VfL Wolfsburg) und ein Sprecher, der anonym bleiben wollte, teil; als Vertreter der Zweiten Liga gab der Sprecher des FC St. Pauli, Christoph Pieper, Auskunft. Zudem wurden feste und freie Journalisten interviewt: Elisabeth Schlammerl (frei), Günther Koch (frei), Ronny Blaschke (frei) sowie Jan-Christian Müller (*Frankfurter Rundschau*). Des Weiteren nahm der Medienwissenschaftler Dr. Thomas Koch vom Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz an der Befragung teil, genauso wie Thomas Horky, Professor für Sportjournalismus an der Hochschule Macromedia in Hamburg und der ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky. Zudem wurden umfangreiche Medienberichte sowie Literatur zum Thema ausgewertet.²

² Absagen oder keine Reaktion bezüglich der Autorenanfrage kamen von neun Bundesligisten und einem Zweitligisten, von der Deutschen Fußball Liga (DFL) und dem Deutschen Fußball Bund (DFB), den Sendern (und TV-Rechtehaltern) *Sky* und *ZDF*, den Ex-Spielern und heutigen TV-Experten Didi Hamann und Christoph Metzelder, Per Mertesacker, der ehemaligen HSV-Managerin Katja Kraus und dem Moderator Marco Hagemann. Auch die Fan-Organisationen „FC Play Fair!“ und „Pro Fans“ reagierten nicht.

2 „Wir lassen uns nicht verarschen“ – Kommerzielle Entfremdung zwischen Fans und Vereinen

Wer wissen möchte, wie die aktuelle Stimmung im deutschen Profifußball ist, muss seinen Blick auf die Tribünen der Stadien der Bundesliga-Länder richten. Dort halten Fans Banner mit bissigen Kommentaren hoch oder organisieren Protestaktionen gegen die Ausdehnung der Spieltage, zu hohe Ticketpreise und den zunehmenden Einfluss von Investoren (Ludwig et al. 2017, Rehling 2018). Denn neben Freitagabend sowie Samstag- und Sonntagnachmittag wird seit der Saison 2017/18 erstmals auch am Montagabend gekickt. Dafür wurden zunächst fünf Termine festgelegt. Offiziell, damit sich die durch internationale Pokaleinsätze unter der Woche strapazierten Berufsspieler besser erholen können. Doch viele Fans unterstellen der DFL rein kommerzielle Motive, da so weitere Einnahmen für die Fernsehübertragung erzielt werden können. Exemplarisch ist hier der Protest vieler Fans vor und während des Bundesligaspiels von Eintracht Frankfurt gegen RB Leipzig am 19. Februar 2018 zu nennen, der sich gegen das erste Montagabend-Spiel in der Geschichte der Fußballbundesliga richtete. „Der DFB steht für die komplette DeMONTAGE der Fankultur“ oder „Fankultur braucht Freiraum – Gegen Montagsspiele“ oder „Wir lassen uns nicht verarschen“, lauteten die Parolen (Tagesspiegel 2018). Die Fans durften für ihre Demonstration erstmals den Innenraum des Stadions betreten, der Anpfiff verzögerte sich um sieben Minuten. In der Halbzeitpause warfen sabotierende Zuschauer Hunderte Tennisbälle auf den Rasen. Über Lautsprecher wurde verkündet: „Es geht um die freie Meinungsäußerung. Wir bitten Sie sehr um etwas Geduld. Aber es besteht kein Grund zur Beunruhigung“ (Rehling 2018). DFL-Chef Christian Seifert beschwichtigte daraufhin, eine weitere Ausdehnung des Terminplans werde es nicht geben. „Wir reden über fünf von 306 Spielen. Es ist ausdrücklich nicht geplant, künftig noch mehr Montagsspiele durchzuführen“, sagte Seifert der *Welt*. „Das macht auch sportlich keinen Sinn“ (Welt 2016). Der langjährige freie und pensionierte Radiojournalist Günther Koch formuliert hingegen die Sicht vieler Fans: „Welcher Fan, etwa aus Bayern, kann denn noch Montagabend zu einem Auswärtsspiel nach Hamburg reisen?“ Er ist sich sicher, dass die Marketinggesichtspunkte bei der DFL schwerer wiegen als die Interessen der Fans: „Der Profifußball ist ein knallhartes, teilweise asoziales Geschäft geworden!“ (Interview Günther Koch 2018).

Wer das Milliardengeschäft Bundesliga genauer betrachtet, merkt, dass DFL und DFB weiter an der „Kommerzialisierungsschraube“ drehen. Ein Beispiel ist der Pausenauftritt von Schlagersängerin Helene Fischer beim DFB-Pokalfinale 2017 in Berlin. Kritiker werteten den Auftritt als weiteres Zeichen eines Vermarktungsexzesses hin zu US-amerikanischen Verhältnissen wie

beim Superbowl, wo Pausenauftritte von Stars wie Justin Timberlake und Janet Jackson die Regel sind. Im Nachhinein muss der mit einem Pfeifkonzert quittierte Auftritt Helene Fischers als klares Eigentor für DFL und DFB gewertet werden (FAZ 2017). Der Chefredakteur des Fußballmagazins *11 Freunde*, Philipp Köster, äußerte sich in der ZDF-Dokumentation „Kick&Cash“ zur Thematik. Es komme darauf an, die Balance zwischen Vermarktung und Entwicklung des Produkts Profifußball sowie den Interessen der Fans an der „alten“ Fußballkultur zu finden: „Der DFB müsste viel aktiver sein und die Rahmenbedingungen des Profifußballs enger gestalten“ (Réthy/Hosny 2018). Dem Verband wirft der Journalist im Umgang mit den Clubs Hasenfüßigkeit vor. Es gelte die Prämisse, bloß nicht die Vereine zu verärgern, dabei könne der DFB, in Absprache mit den Vereinen, weitere Regeln aufstellen. „Fußball ist eine Volks- und Alltagskultur, ist nicht nur Unterhaltung, also kein ‚Starlight‘-Musical. Fußball ist etwas, das Menschen tief in ihren Herzen bewegt und das Leben unzähliger Menschen prägt“ (Réthy/Hosny 2018). Dies werde vom DFB unterschätzt.

Folgt man den Berichten einiger Sportjournalisten, klagen mittlerweile auch die Amateurvereine darüber, dass immer weniger Zuschauer zu ihren Spielen kommen, da an jedem Tag in der Woche Fußball im Fernsehen läuft. Als Folge sitzen immer mehr Menschen vor dem Fernseher – und fehlen entsprechend beim „Verein um die Ecke“ bzw. stehen nicht mehr als ehrenamtliche Mitarbeiter zur Verfügung. Der DFB scheint gefordert, neue Regeln zu erlassen, da er „für die Amateure zuständig [ist] und sich für ihre Interessen einsetzen [muss]“ (Armbrüster/Reese 2018). Ein Blick nach Großbritannien zeigt, was in dieser Hinsicht möglich ist. Dort wurde schon vor Jahren eine Regel eingeführt, die es verbietet, samstags von 14.45 Uhr bis 17.15 Uhr Live-Fußballspiele im Fernsehen zu zeigen – mit dem expliziten Ziel, den Amateursport zu unterstützen. Wirtschaftlich geschadet hat dies auch nicht: Die Premier League ist die kommerziell erfolgreichste Liga der Welt (ebd.).

Schaut man sich die bisherige Entwicklung und die Äußerungen der DFL-Offiziellen an, scheinen die (Vereins-)Kultur bewahrenden Bestrebungen der Fans allerdings eher nachrangig zu sein und für den Amateurfußball wird künftig wohl nicht viel übrigbleiben. Die DFL führt in ihrem Bundesliga Report 2018 die über 90-prozentige Auslastung der Stadien ins Feld und verkündet, dass die 36 Proficlubs in der Saison 2016/17 einen Gesamtumsatz von rund vier Milliarden Euro und somit einen neuen Rekord erreicht haben. DFL-Chef Christian Seifert gibt auf dem DFL-Neujahrsempfang 2018 zu verstehen: „Wenn wir wettbewerbsfähig sein wollen, müssen wir uns zu einem gewissen Maß zum Kommerz bekennen. Ja, im Profifußball geht es um Geld, es geht um viel Geld. Der Profifußball in Deutschland hatte zum Glück großen wirtschaftlichen Erfolg, und er muss aufhören sich für diesen Erfolg zu rechtfertigen. Die viel zitierte Schere im deutschen Fußball zwischen Profifußball und Amateuren, sie wird weiter auseinander gehen. Wer etwas anderes behauptet, streut den Menschen Sand in die Augen“ (Réthy/Hosny 2018). Auch

bezüglich der weiteren Folgen dieser Kommerzialisierung redet Seifert seltenen Klartext: „Wir müssen endlich ehrlich darüber sprechen, ob es zwischen Radikalpositionen Wege geben kann, bei denen demokratische Mitbestimmung, soziales Miteinander, Teilhabe gesichert sind – und dennoch Investoren Rechte eingeräumt werden können, die ansonsten, durch trickreiche juristische Konstellationen oder, schlimmstenfalls, in Hinterzimmern doch zustande kommen“ (Réthy/Hosny 2018).

Infokasten

„Marktbeschränkende“ Regelungen

Neben der 50+1 Regel (siehe unten) gibt es weitere Regelungen, die bisher einer ungebremsten Kommerzialisierung entgegenstehen. Seit 2011 müssen sich europäische Profivereine etwa an das so genannte „Financial Fairplay“ halten. Dies ist eine Regelung, nach der für von der Union of European Football Associations (UEFA) ausgerichteten Wettbewerbe qualifizierte Vereine nicht erheblich mehr Ausgaben tätigen dürfen als eingenommen wurden. In einem Bewertungszeitraum von drei Jahren darf höchstens ein Defizit von fünf Millionen Euro erwirtschaftet werden (Storr 2017). Ziel sei es, die wirtschaftliche Rentabilität der Vereine zu sichern und „die finanzielle Gesundheit des europäischen Klubfußballs zu verbessern“, betont die UEFA auf ihrer Homepage (UEFA 2014). Strafen wurden bei großen Vereinen bisher allerdings eher halbherzig verhängt: Prominenteste Opfer waren die von Investoren übernommenen Vereine Manchester City und Paris Saint-Germain. Beide Vereine mussten im Jahr 2014 eine Strafe von 60 Millionen Euro zahlen, da ihr Defizit deutlich über den damals ausgewiesenen 45 Millionen Euro lag. Außerdem wurde die Kadergröße beider Teams in der Champions League auf 21 Spieler beschränkt (Storr 2017). Ein Jahr später aber wurde die Strafe aufgehoben, weil beide Vereine die auferlegten Ausgabegrenzen aus dem vergangenen Jahr eingehalten hatten. Kritiker wie Borussia Mönchengladbachs Manager Max Eberl monieren, dass nur mit großen Vereinen derart gnädig verfahren wird. Kleinere Vereine, wie etwa der russische Erstligist Dynamo Moskau, würden härter bestraft. Dynamo Moskau wurde wegen mehrerer Verstößen für die Spielzeit 2015/2016 aus der Europa League verbannt: „Es kann nicht sein, dass nur kleine, nicht so prominente Klubs genau unter die Lupe genommen werden. Es besteht tatsächlich die Gefahr, dass das Financial Fairplay ad absurdum geführt wird“ (Storr 2017).

Infokasten

Wie dieser Spagat gelingen kann, bleibt nebulös. Konkrete Vorschläge hierzu machte Seifert nicht. Es wird deutlich, dass der DFL-Boss sich – trotz der offenen Thematisierung der Problematik – primär darum zu sorgen scheint, dass die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Profifußballs im Vergleich zu internationalen Ligen, wo es keine Investitionsgrenzen gibt, auch durch das schlechte internationale Abschneiden der Bundesliga in der Saison 2017/18 bedroht ist. Also wird über Möglichkeiten der Einnahmensteigerung nachgedacht. Mehr Millionen kann die DFL etwa dann einnehmen, wenn die Spieltage weiter zerklüftet werden und dadurch mehr Geld für die Übertragungsrechte eingenommen wird. Oder wenn sich die Liga noch weiter für Investoren und Sponsoren öffnet, also die sogenannte 50+1 Regel gekippt wird. Diese Vorschrift besagt, dass Stammvereine die Mehrheit, also mindestens 51 Prozent der Anteile an ausgegliederten Profigesellschaften, behalten müssen – und somit potentielle Investoren stets überstimmen könnten.

Zu den Befürwortern der Abschaffung von 50+1, also Unterstützer einer weiteren Öffnung der Bundesliga für Investoren, zählt etwa der Präsident von Hannover 96, Martin Kind. Deshalb befindet sich Kind seit Monaten in einem Disput mit den eigenen Fans. Auch die superreichen Vereine FC Bayern München und RB Leipzig sind für die Abschaffung der Regel. In ihren Augen, das lässt sich aus ihren Verlautbarungen herauslesen, ist 50+1 bloß ein Bremsklotz auf einer neuen Autobahn des Turbokapitalismus. RasenBallSport Leipzig, ein Fußball-Kunstprodukt, das 2009 vom Brause-Milliardär Dietrich Mateschitz gegründet wurde und dem durch dessen Millioneninvestitionen ein beispielloser Durchmarsch von der 5. Liga in die Champions League gelang, symbolisiert für viele Anhänger der „alten Schule“ die ungebremsste kommerzielle Entwicklung des Profifußballs. Monatelang wurde der Leipziger Retorten-Verein deshalb von gegnerischen Fangruppen auf Spruchbändern und bei Protestkundgebungen vor den Stadien des Landes angefeindet (Wöckener 2015, Tagesspiegel 2016). Die Mehrheit der Bundesligisten lehnte die Abschaffung der Fankultur bewahrenden 50+1-Regel dagegen vorerst ab. Bei einer Abstimmung am 22. März 2018 sprachen sich 18 der anwesenden 34 Vertreter der Bundesligavereine gegen einen stärkeren Investoreneinfluss bei den Profifußballvereinen aus (Sportchau 2018).³ Gefürchtet wird der wachsende Einfluss von Investoren vor allem deshalb, weil ihre Investitionen als eine möglicherweise vorübergehende Laune interpretiert werden. Was passiert, wenn sich der Gönner eines Tages zurückzieht, etwa wegen Erfolglosigkeit? Muss der Verein dann Konkurs anmelden? Werder Bremens früherer Manager, Willi Lemke, unterstreicht die Wichtigkeit der Beibehaltung der 50+1 Regel: „Die (Fußball-)Blase kann aber irgendwann platzen, wenn die Herren aus Katar oder Russland (die Investoren, Anm. T.P.) keine Lust mehr

³ Ausnahmen von der Regelung werden jedoch jenen Investoren eingeräumt, die über einen Zeitraum von mindestens 20 Jahren „ununterbrochen“ und „erheblich“ in den Verein investiert haben (Kicker 2018). Ein Beispiel ist hier der SAP-Milliardär Dietmar Hopp von der TSG Hoffenheim. Auch für den VfL Wolfsburg und Bayer Leverkusen gelten Ausnahmeregelungen.

auf Fußball haben. Und dann hat der Fußball schon viel Schaden genommen. [...] Die Vereine müssen die Macht behalten, zu entscheiden, was bei ihnen passiert – und nicht ein Scheich aus Katar oder sonst wer“ (CHECK24 Doppelpass 2017).

Auch abseits der vereinsinternen Diskussionen wird der Umgang der Investoren kontrovers diskutiert. Von journalistischer Seite wird einerseits mit dem Verweis auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Profifußballs Verständnis für „einen umfassenderen Einstieg von Investoren [...] gerade was Spieler-Transfers betrifft“ gezeigt (Interview Günther Koch 2018). Der freie Journalist Koch schiebt jedoch sarkastisch hinterher, dass es eine Alternative wäre, wenn man die Vereine in zwei Ligen aufteilt, „in der einen spielen die eingetragenen Vereine, in der anderen spielen die Vereine in Investorenhand“. Andererseits wird die Veränderung des Profifußballs – und seiner Fans – durch die Kommerzialisierung auch kritisch gesehen: „Es wird sich womöglich alles zu einer großen Revue mit Showeinlagen und Musik entwickeln, aber der ursprüngliche Fußball wird dabei auf der Strecke bleiben. Dann werden nur noch wohlhabende Fans ins Stadion gehen“ (Interview Günther Koch 2018).

Um zu ahnen, wie eine solche Zukunft aussehen könnte, lohnt sich erneut ein Blick nach England, dieses Mal als negativem Vorbild. Weil es in der Premier League keine Regelung gibt, die den Einfluss von Investoren begrenzt, sei dort längst ein „Rattenrennen um die größten Investoren“ im Gange (Réthy/Hosny 2018). Nur acht von 20 Mannschaften befinden sich noch in englischem Besitz, der Rest gehört internationalen Investoren. Diesen wird gemeinhin eine ausschließlichere Fokussierung auf maximale Rendite sowie eine weniger dauerhafte Bindung an den Verein und seine (Fan)Kultur unterstellt. Längst spielen viele Top-Stars in der „wertvollsten Liga der Welt“, doch die Stimmung auf den Rängen ist schlechter als früher, bemängeln viele Besucher, weil nur noch wohlhabende Fans die Ticketpreise bezahlen können (Réthy/Hosny 2018). Das generelle Interesse am Fußball lasse einerseits nach, seitdem der Ball täglich über die Mattscheibe kullert.⁴ Andererseits verzeichnete die englische „Premier League“ in den letzten Jahren den bisher teuersten TV-Vertrag ihrer Geschichte: Für die Jahre 2016-2019 hat die Liga mit zwei britischen Sendern einen Vertrag über „sagenhafte 6,9 Milliarden Euro“, also 1,73 Milliarden Euro pro Saison geschlossen – rund dreimal so viel wie in Deutschland, wo der jüngste TV-Deal der DFL Einnahmen von 628 Millionen Euro pro Saison beschert (Berger 2015: 107). Dies führt dazu, dass zum Beispiel der englische Erstliga-Aufsteiger Huddersfield Town, mit 120 Millionen Euro pro Saison mehr Einnahmen aus den Übertragungsrechten erhält als der deutsche Rekordmeister Bayern München (Réthy/Hosny 2018). In der Interpretation über die

⁴ So die Schlussfolgerung der ZDF-Reporter Réthy und Hosny nach ihrer Recherche zum Einfluss des Geldes auf den Fußball. Exemplarisch beschreiben sie ihren Besuch in einer englischen Sportsbar, bei einem Spitzenspiel unter der Woche: Wenige Besucher verfolgen die Partie, kaum jemand verfolgt das Geschehen im TV gebannt (Réthy/Hosny 2018). Eine ähnliche Einschätzung für Deutschland sieht FR-Sportreporter Müller, demzufolge beobachtet werden kann, dass Plätze in den Stadien häufiger leer bleiben und selbst Dauerkarten-Inhaber ihre gekauften Karten nicht mehr um jeden Preis nutzen (Interview Müller 2018).

Auswirkungen und die Akzeptanz der Kommerzialisierung, kristallisieren sich in England zwei Fan-Lager mit durchaus plausiblen Argumenten heraus: Ehrfürchtige Optimisten und aufmüßige Pessimisten. Letztere monieren, dass „[d]as viele Geld [...] auch die englische Nationalmannschaft [ruiniert], weil einheimische Profis in ihren Clubs keine Chance mehr bekommen“, wie es ein Fan formuliert (ebd.). Diese Fraktion reagiert mit zunehmendem Desinteresse auf die Liga-Spiele und kann zu jenem Teil der Fans gezählt werden, die dem Profifußball schon bald ganz den Rücken kehren könnten (FC Play Fair! 2017). Der deutsche Trainer von Huddersfield Town, David Wagner, betont hingegen die (beschönigende) Sicht der ehrfürchtigen, treuen Fan-Fraktion, die in erster Linie um das finanzielle Auskommen ihrer Vereine besorgt ist. Eine Familie in England kaufe im Zweifel lieber eine Dauerkarte für die Saison, anstatt in den Urlaub zu fahren, so Wagner. Die Fans auf der Insel gäben für ihren Club eben „alles“. Sie verfolgten „eine ganz andere Idee“ vom Fußball, etwa wenn es um die Millioneninvestitionen eines Investors in ihren Club gehe. Dieser werde in England für sein gönnerhaftes Engagement für ihren Herzens-Club gefeiert – und nicht verdammt wie in Deutschland (Réthy/Hosny 2018).

Welche Konsequenzen ergeben sich nun aus dieser Entwicklung? Zum einen belegt eine Studie des Vereins FC Play Fair! den Verdruss von Fans und Kritikern in Deutschland und verdeutlicht: Die Stimmungslage der Fans könnte bald kippen (FC Play Fair! 2017). In der Befragung von über 17.000 Fans zwischen 22 und 58 Jahren gaben 51,4 Prozent an, sich früher oder später vom Profifußball abwenden zu wollen, sollte die Kommerzialisierung weiter zunehmen. Sieben von zehn Befragten (69,3 %) sehen diese Grenze bereits erreicht. Die Aussage „Den Funktionären scheint das Geld wichtiger zu sein als der Fußball an sich“ unterstützten 78,4 Prozent der Fans. Fast 80 Prozent glauben zudem, dass es in der Champions League und durch die TV-Verträge zu viel Geld für die immer gleichen Vereine gibt. Ebenso viele Befragte finden ebenfalls, dass es durch die riesigen Einnahmen der großen Vereine zu einer Wettbewerbsverzerrung in der Liga kommt. 83 Prozent sagen, der Profifußball müsse aufpassen, sich nicht noch mehr von den Fans zu entfernen. Genauso viele Menschen glauben schließlich, dass die Branche durch die gezahlten Milliardensummen längst den Bezug zur Realität verloren habe (FC Play Fair! 2017).

Was geschieht, wenn die Zuschauer wirklich irgendwann wegbleiben sollten? Ein Szenario, dass auch die Vizepräsidentin des Verbands Deutscher Sportjournalisten e. V. (VDS) und freie Journalistin, Elisabeth Schlammerl, angesichts dieser Zahlen für möglich hält (Interview Schlammerl 2018). Wenn Fans nicht mehr jedes Wochenende zu Zehntausenden in die Stadien strömen und nicht mehr zig Millionen unkritische Fußballjünger brav den Fernseher einschalten? Dann könnte die „Fußball-Blase“ platzen. Trotz aller Werbeeinnahmen ist die Branche nämlich am stärksten von der Vergabe der Verwertungsrechte an TV-Sender abhängig. Bei einem Einbruch der Zuschauerzahlen würden diese Gelder ausbleiben, „Wenn die Fernsehsender nicht mehr zahlen können, dann stehen die Vereine vor nahezu unlösbaren Aufgaben. Denn diese müssen

die langfristigen und äußerst kostspieligen Verträge weiter erfüllen. Ohne die Einnahmen aus dem TV-Geschäft können sie das aber nicht. Dann kann es zum Crash kommen“, glaubt auch der *Spiegel*-Redakteur Rafael Buschmann (Hauke-Steller 2017). Doch trotz der oben angeführten Zahlen scheint auch das Verhalten der Fans in Deutschland – ebenso wie es schon für England angedeutet wurde – ambivalent. So wendet der *ARD*-Sportkoordinator Axel Balkausky ein, dass „die Debatte manchmal nicht ganz zu Ende gedacht“ werde: „Wenn man sich anschaut, wie der brasilianische Profi Neymar (der mit 222 Millionen Euro Ablösesumme teuerste Spieler der Welt, Anm. T.P.) in Paris von den Fans empfangen worden ist und wie auch hier in Deutschland verlangt wird, Stars in der Mannschaft zu haben, gleichzeitig aber die Kommerzialisierung abgelehnt wird, passt dies nicht immer zusammen“ (Interview Balkausky). Hinzu kommt, dass die Nachfrage nach dem Produkt Fußball von Seiten der Fans und Medienhäuser auch einfach noch zu groß ist, als dass man ernsthaft an einen Rückzug glauben kann: „Der Fernsehsender *Sky* hat über fünf Millionen Abonnenten und würde ohne die Bundesliga gar nicht existieren.“ Für das Pokalfinale in Berlin könnten – Proteste hin oder her – heute „locker 800.000 Karten verkauft werden“ (Interview Müller). Trotzdem müssten die Klubs, die Liga (DFL) und der Verband (DFB) erkennen, „wo die Grenzen einer Spieltagsansetzung sind“ (Interview Balkausky 2018). Auch dass manches Fußball-Ereignis „komplett im Pay-TV verschwindet“ (Interview Balkausky 2018) wird nur selten gutgeheißen. Denn ob sich auch Menschen mit geringerem Einkommen den Stadionbesuch oder die Champions-League-Übertragung, die ab der Saison 2018/19 nur noch im Pay-TV zu sehen sein wird, künftig noch werden leisten können, steht in den Sternen.

Sportredakteur Müller von der *FR* sieht das Problem der sozialen Gerechtigkeit im Stadion als ähnlich virulent an. Es gebe eine „eindeutige Tendenz“, dass das Bezahlfernsehen bei der Berichterstattung künftig eine „immer dominantere Rolle“ einnehmen werde. Denn auch die Relegationsspiele, die am Ende der Saison über die Klassenzugehörigkeit zu Erster und Zweiter Liga entscheiden, werden ab der Saison 2017/18 nur noch im Bezahlfernsehen von *Eurosport* gezeigt. „Das ist eine extrem bedauerliche Entwicklung, die sicher nicht sozial ist.“ Es könne nicht sein, dass etwa ein Rentner, „der sein Leben lang Fußball liebte, sich die Fernseh-Übertragung von seiner schmalen Rente nicht mehr leisten kann.“ Heute müsse man schon froh sein, wenigstens noch Live-Bilder im frei empfangbaren Fernsehen, in der *ARD Sportschau* oder spätabends im *aktuellen Sportstudio* im *ZDF*, sehen zu können. Das Problem des Ausschlusses von Geringverdienern vom „Spektakel Profifußball“ ist aber auch ohne Bezahlfernsehen schon real, wenn der Stadionbesuch eine Familie bereits heute weit über hundert Euro kostet⁵ (Interview Müller 2018). Diese Bedenken werden nicht nur auf journalistischer Seite

⁵ Müller widerspricht auch der Darstellung der DFL, die gerne unterstreiche, dass die Ticketpreise hierzulande im Vergleich zu England noch niedrig seien. „Vereinsmitglieder mit Dauerkarte, die sich ein Jahr vorher darum kümmern, können vielleicht davon profitieren, der Rest nicht. Das ist ein Problem“ (Interview Müller).

geteilt. Der Sportchef des FC St. Pauli, Andreas Rettig, mahnte: „Ich sehe die Entwicklung unter gesellschaftspolitischen Aspekten mit großer Sorge. Die Gruppe der unter 20-Jährigen wird kleiner, die der über 60-Jährigen größer.“ Allerdings würden sich langfristig auch viele ältere Fans den „Luxus Fußball“ im TV und im Stadion „schlicht und einfach nicht mehr erlauben können, Stichwort ‚Altersarmut‘“. Das wiederum führt möglicherweise zu noch weitreichenderen Auswirkungen. „Wenn wir über die Notwendigkeit vom Fußball als Kitt der Gesellschaft sprechen, dann laufen wir Gefahr, dass er immer mehr bröckelt, wenn ein derart verbindendes Thema immer weniger seiner Funktion gerecht wird.“ Dazu trägt auch die Abnahme der Zahl der aktiven Nachwuchsspieler und, besonders in Großstädten, auch der Spielflächen bei. Unter diesen Umständen könne es passieren, „dass sich immer mehr Menschen ausgegrenzt fühlen beim Volkssport Fußball. Dann verstärkt dies auch die politischen Tendenzen, deren Auswüchse wir ja leider aktuell zunehmend registrieren müssen“, fürchtet Rettig in einem Interview mit dem Sportmagazin *Kicker* (Kicker 2017).

Neben dem ambivalenten Verhalten der Fans und einer zunehmend wahrgenommenen sozialen Problematik beim Thema Fußball wird zudem auch ein Verlust an Originalität befürchtet. Bei einer fortschreitenden Verteuerung des Produkts Profifußball könne „irgendwann das Originäre auf der Strecke bleiben“ (Interview Schlammerl): „Die Vereine müssen stetig liefern, um das Produkt interessant zu gestalten und die Spieler müssen, wie die Stars in der Manege, immer mehr Spiele absolvieren, um sich zu vermarkten und alle Interessen und Verträge zu erfüllen.“ Ansatzpunkte für einen kritischen Sportjournalismus gibt es also zuhauf. Doch wie steht die Branche zurzeit da?

3 Ausrichtung und strukturelle Probleme des Fußballjournalismus

Im folgenden Kapitel wird zunächst der Anspruch (Was soll Sportjournalismus leisten?) und Status Quo (Was bietet er zurzeit?) des Sportjournalismus in Deutschland dargestellt (Kapitel 3.1). Anschließend wird näher betrachtet, inwiefern strukturelle Abhängigkeiten für identifizierte Probleme verantwortlich sein könnten (Kapitel 3.2.).

3.1 Aufgaben und Formate für kritischen Sportjournalismus heute

Kritische, mehrdimensionale Sportberichterstattung muss – genau wie Qualitätsjournalismus im Allgemeinen – als Notwendigkeit für die gesamte Gesellschaft gesehen werden. Denn auch der differenzierte Sportjournalismus übernimmt eine „Wächterfunktion“ (Interview Müller 2018): Durch einen breiten medialen Blick auf Verbände, Institutionen und die Mächtigen der Sportbranche, werden Hintergründe ausgeleuchtet, Zusammenhänge erklärt und Entwicklungen beobachtet. Dieser kontrollierende Anspruch als Korrektiv zu wirken ist unabdingbar für jeden Journalismus und als normative Position auch unabhängig von Einschaltquoten, Verkaufszahlen, oder Fans (mit womöglich anderen Erwartungen an den Sportjournalismus) aufrechtzuerhalten. Sportjournalismus trägt darüber hinaus die besondere Verantwortung, die Vielfalt der Sportarten in verschiedenen Darstellungsformen abzubilden und die Sportentwicklung auf verschiedenen Ebenen „kritisch zu begleiten und nicht Teil der PR-Maschinerie zu sein“ (Helms 2016), um die gesellschaftliche Integrationskraft des Sports nicht zu gefährden. In der Praxis wird Sportjournalismus in Deutschland an vielen Stellen produziert. Eine Studie kommt sogar zu dem Schluss, dass der Sportjournalismus in Deutschland im internationalen Vergleich sehr gut aufgestellt ist (Helms 2016). Das liege daran, dass der hiesige Sportjournalismus „ein hohes Maß an Qualität und hier vor allem Vielfalt“ aufweise und „in der Spitze sehr guter und sehr kritischer Journalismus“ zu sehen sei. Inwiefern die Wächterfunktion dabei eine mehr oder weniger wichtige Rolle spielt, ist jedoch sehr unterschiedlich zu bewerten. Im Folgenden soll ein grober Überblick über die wichtigsten „Orte“ des Sportjournalismus in Deutschland gegeben werden. Es wird bewertet, inwiefern dieser einen kritischen, kontrollierenden Anspruch vertritt.

Eine (relativ) prominente Rolle wird der kritisch-kontrollierenden Funktion des Sportjournalismus in den folgenden Formaten zugestanden:

- *Sportschau (ARD)*: Rund um die Spieltagsberichterstattung steht samstags die Unterhaltung im Mittelpunkt. Vor allem sonntags werden aber immer wieder sportpolitische Themen aufgegriffen und ausgiebig beleuchtet – häufig durch den bekannten kritischen Sportjournalisten Hajo Seppelt (Seppelt 2018). Beispiele sind die Menschenrechtsverletzungen auf WM-Baustellen, Berichte über Schmiergeldzahlungen bei der WM-Vergabe 2006, über russisches Staatsdoping oder über Steueroasen der Stars („Football-Leaks“, ähnliche Einschätzung: Interviews Horky/Thomas Koch/Günther Koch, alle 2018).
- *Sportreportage* und *Das aktuelle Sportstudio (ZDF)*: In beiden Formaten findet, ähnlich wie bei der *ARD*, einerseits eine kritische Auseinandersetzung mit den Missständen des Profifußballs und des Sportbetriebs statt, häufig durch die Berichte von Markus Harm (Interview Koch 2018). Andererseits sind auch hier Phasen der Unterhaltung und seltenes kritisches Nachhaken nicht von der Hand zu weisen. Nachdem das *ZDF* verkündete, dass die öffentlich für Zivilcourage und politisches Engagement, etwa gegen die Partei AfD, einstehende Journalistin Dunya Hayali das Moderatorenteam des *aktuellen Sportstudios* verstärken werde, konnten einige Beobachter das kaum glauben. *Spiegel Online*-Sportredakteur Peter Ahrens schrieb dazu einen Kommentar, der zugleich ein flammendes Plädoyer für mehr kritischen Sportjournalismus ist (Ahrens 2018). Darin heißt es ungläubig: „Wie bitte? Eine politisch wache Journalistin und das *Sportstudio*, diese Sendung, die unter all den alten Tanten der alten Tante *ZDF* vielleicht die älteste ist?“ Das *Sportstudio* brauche diese „Blutauffrischung“ dringend, da es schwer an der früheren Tradition trage: „Es war die Sendung, bei der man bei allen Showelementen gewiss sein konnte, dass es auch mal blitzt und donnert im Gespräch. Wenn irgendwo im Sportjournalismus früher überhaupt mal die Fetzen flogen, dann war es im *Sportstudio*. [...] Dann kamen Günther Jauch und Johannes B. Kerner, Müller-Hohenstein und Voss. Und vorbei war es mit Blitz und Donner. Das *Sportstudio* ist seitdem eine Schönwetterendung. Und wenn die Sonne zu sehr scheint, hält man gerne ein Nickerchen.“ Mit der Berufung von Hayali könnte sich das ändern, denn das Format habe „gerade durch den späten Sendeplatz eigentlich die Chance, kritischer, bohrender zu sein als die Konkurrenz. [...] Wer sich wie Hayali mit Verve mit der AfD anlegt, dem sollte es doch auch erst recht ein Vergnügen sein, Ralf Rangnick, Karl-Heinz Rummenigge und Clemens Tönnies unangenehme Fragen zu stellen“, glaubt Peter Ahrens (2018).
- *Sport Inside (WDR)*: Die unmoderierte, wöchentliche Dokumentation befasst sich sonntagsabends ausschließlich mit brisanten, sportpolitischen Themen. Neben Doping und Korruption etwa auch mit der Gewaltproblematik durch manche Fans, Sportwetten oder die Folgen der Kommerzialisierung des Profifußballs (ähnliche Einschätzung im Interview Blaschke, für einen Einblick vgl. *Sport Inside* 2018). Die 30-minütige Sendung wurde 2013 mit dem Deutschen Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Sportsendung“ ausgezeichnet. Noch be-

merkwürdiger erscheint diese Leistung angesichts der Tatsache, dass hier nur zwei Redakteure viele sportpolitische Themen behandeln. Zum Vergleich: Die Sportredaktion des WDR-Fernsehens, welche auch die *Sportschau* produziert, wird von rund 30 Redakteuren betreut (Blaschke 2016).

- *Der Spiegel*: Tiefgründig und gut recherchiert, auch in der Sportberichterstattung. Egal ob Enthüllungen über die Steuertricks der Fußballstars und ihrer Berater („Football-Leaks“, u. a. Spiegel 2018), die Korruptionsaffäre um die Vergabe der Fußball-WM 2006 (Spiegel 2015, Ahrens 2015) oder die Thematik Leistungsdruck wie im Falle Per Mertesacker (Windmann 2018). Die kontinuierliche, kritisch-hintergründige Beleuchtung der Fußball- und Sportwelt setzt Maßstäbe.
- *Süddeutsche Zeitung*: Verlässlich kritisch-hintergründige Berichte, häufig durch den sportpolitischen Experten Thomas Kistner, die meist durch einen exzellenten Stil und Kenntnisreichtum überzeugen. Kistner behält vor allem die Skandale um die FIFA und den DFB im Blick und widmet sich beständig den Themen Korruption und Doping. Auch wird der „Unterhaltungsbetrieb Sport“ kritisch durchleuchtet oder die Sprache und Anteilnahme mancher Moderatoren und Sportjournalisten in Frage gestellt (Hummel 2018).
- *Die Zeit*: Auch in der altherwürdigen *Zeit* wird hin und wieder kritisch über Fußball- und Sportpolitik berichtet, werden Entwicklungen hinterfragt und angeprangert. Kritische Texte über Journalisten als Fans (Spiller 2014), den Klub-Sender von Bayern München (Beyer 2017) oder ein hartnäckiges Interview mit dem ZDF-Sportchef Thomas Fuhrmann (Gilbert 2017) machen die *Zeit* für manche zu einer „Instanz“ (Interview Blaschke 2018) in Sachen kritischer Sportberichterstattung.
- *Deutschlandfunk*: Beim *Deutschlandfunk* beweist die Sportredaktion in ihren „Sportgesprächen“ mit Dossiers und Beiträgen, dass ein breiter Fokus und ein kritischer Blick auf den Fußball auch im Radio möglich sind. Kritische Beiträge über extrem steigende Summen für Spielertransfers (Rudde 2017) oder Streitgespräche darüber, ob politische Debatten zur WM in Russland gehören (Deutschlandfunk 2018), zählen dazu. Auch richtet der Sender eine eigene Sportkonferenz aus, bei der kontroverse Positionen und Standpunkte regelmäßig eine Öffentlichkeit erfahren.
- *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* (FAZ & FAS): Hier werden ebenfalls regelmäßig differenzierte wie erhellende Blicke auf den Fußball, jenseits der Chronisten-Berichte, zugelassen, sei es ein Gastbeitrag über den „sozialen Abstieg des Fußballs“ (Blaschke 2016), eine Auseinandersetzung mit dem Trugschluss, Sport habe nichts mit Politik zu tun (Körte 2018), oder die Beiträge von Redakteur Michael Horeni, der z. B. treffend die Inszenierung der Fußballstars in den Nationalmannschaften und den großen Clubs nach dem „Prinzip Hollywood“ beschrieb (Horeni 2014).

- *Sportjournalist*: Das Fachmagazin des Verbands Deutscher Sportjournalisten e.V. (VDS) bietet kritischen Beiträgen regelmäßig ein Forum, etwa den Dokumentationen der *Spiegel*-Redakteure Rafael Buschmann und Michael Wulzinger über die Veröffentlichungen der portugiesischen Enthüllungsplattform „Football Leaks“ (Raack 2017) oder einem kritisch-reflektierenden Text über die Veränderungen der Branche in den letzten 90 Jahren (Haffner 2017). Dennoch gibt es auch immer wieder Kritik an der konkreten Berichterstattung und dem Selbstverständnis des Berufsverbands (Niggemeier 2006, Weinreich 2009).

Gegenüber diesen Formaten wird deutlich weniger kritisch berichtet in:

- *Kicker*: Bei diesem anerkannten Fachmagazin erhält man seriösen Sportjournalismus, der allerdings selten über Chronistenberichte hinausgeht. Daher bleibt die Berichterstattung oft eindimensional, die politische und gesellschaftliche Komponente des Sports findet hier kaum Platz, wenngleich aktuell auch mal die Zukunft des Fußballs und die Konsequenzen der Kommerzialisierung für den Sport kontrovers diskutiert (Kicker 2018) oder die Diskussion um Druck im Profifußball aufgegriffen wird (Elspace/Zitouni 2018). Kritische Äußerungen überlässt das Magazin gerne seinem Kolumnistenteam, bestehend aus ehemaligen Spielern, Trainern, Managern und Schiedsrichtern, das regelmäßig Gastbeiträge verfasst (Interview Günther Koch 2018).
- *sport1* (*Bundesliga Aktuell*, *CHECK24 Doppelpass*): Bei dem Sender wird eine reine Hofberichterstattung gezeigt: Gut gelaunte Moderatoren und Reporter hofieren, unterstützt von Ex-Spielern und anderen „Experten“, ehrfürchtig die Stars und streuen bei harmlosen Interviews gerne lockere Sprüche und ein Augenzwinkern ein. Reporter wie Klaus Gronewald zeigen bei Formaten wie dem *Audi Star Talk* (der inzwischen bei *Sky* läuft), wie man mit einem Dauer-Grinsen und vielen Schmeicheleien Respekt und Unterwürfigkeit vor den Granden des Fußballs demonstriert (vgl. *Audi Star Talk* 2012). Auch die Sendungen *CHECK24 Doppelpass* und *Bundesliga Aktuell* haben sich in den letzten Jahren nicht gerade durch besonders kritische Berichte und Interviews ausgezeichnet (vgl. *CHECK24 Doppelpass* 2018). Dennoch, oder gerade deshalb, gab es immer wieder verärgerte Gesprächspartner (allerdings nicht nur bei den privaten Sendern, vgl. *Sport Vines Compilation* 2014).
- *Bild* und *Sport Bild*: Vermeintliche Sensationen und die inflationäre Verwendung von Ausrufezeichen dominieren die scheinbar eher von Emotionen statt Fakten motivierten, oft aufgebauten Boulevard-Berichte im Allgemeinen (vgl. Arlt/Storz 2011, 2016). Sportpolitische Themen werden höchstens dann thematisiert, wenn *Bild* einen Skandal oder eine Debatte wittert (bspw. Feindt 2018, Horn 2016). Ansonsten drehen sich die Berichte meist um aktuelle Transfergerüchte und Verlautbarungen von Funktionären, Spielern und Managern. Für gewöhnlich ist die *Bild* jedoch bestens informiert und vermeldet Neuigkeiten als eines der ersten Medien, weshalb das Blatt im sportjournalistischen Bereich besonders häufig zitiert wird.

- *Sky*: Der einzige deutsche TV-Rechtehalter für Live-Übertragungen der Bundesligaspiele schlachtet das Produkt Fußball auf seinen Kanälen und in seinen Sendungen bis zum letzten Schweißtropfen aus. Der Sender *Skysport News HD* berichtet rund um die Uhr und lässt oft banale Nachrichten aus der Fußballwelt von einem adrett gekleideten Moderatoren-Duo im Stile von US-Nachrichtensprechern mit staatstragendem Unterton und bemühter Lässigkeit präsentieren. In Sendungen wie *Skygo*, *Samstag Live* oder *Wontorra – der Fußball Talk* wird, unterstützt von einer Expertenrunde aus ehemaligen Spielern und Schiedsrichtern, in ermüdender Länge jedes Wort, jeder Spielzug und jede taktische Variante auf die Goldwaage gelegt. Das Produkt Fußball erscheint hier weltbewegend wichtig, die gesellschaftlichen Zusammenhänge dahinter eher weniger. Daher werden Hintergründe auch nicht kritisch beleuchtet. Wer bei diesen sportlichen Unterhaltungsshow einschläft oder abschaltet, verpasst nicht viel (vgl. bspw. *Sky* 2018).⁶

Darüber hinaus existieren viele Formate heute nicht mehr, die exzellenten kritischen Sportjournalismus praktizierten – wie *Sport unter der Lupe* (SWR) oder *Sport-Spiegel* (ZDF) (Blaschke 2016).

Zusätzlich gibt und gab es aber auch immer Formate abseits „klassischer“ Medien, die kritischen Sportjournalismus betreiben – heute etwa der Blog des ehemaligen Sportchefs der *Berliner Zeitung*, Jens Weinreich. Hier nimmt der Journalist den Sport- und Fußballbetrieb unter die Lupe und kommentiert brisante sportpolitische Themen bissig-süffisant (Weinreich 2018). Auch solche Formate sind nicht neu. So gründete Weinreich, aus Frust über die Haltung vieler Kollegen, schon 2006 eine kurzlebige Initiative (das *Sportnetzwerk*) für kritischen Sportjournalismus. Als Begründung gab er an, „sich nicht mehr an den ‚als Journalisten getarnten Marktschreibern und Pressesprechern‘ im Fernsehen“ abarbeiten zu wollen, da dies „einfach ‚längst nicht mehr derselbe Beruf‘ wie seiner [sei]“ (Niggemeier 2006). Auch dem VDS warf er vor, die dieser Trennung zugrundeliegenden Gegensätze hinsichtlich der jeweiligen Berufsvorstellungen nicht wahrnehmen zu wollen und trat aus. In einem offenen Brief beklagten er und seine Mitstreiter, dass „der VDS ‚das Abdriften des Sportjournalismus in das reine Unterhaltungsressort‘ anstandslos hinnehme [und sich d]en Grundfragen des Journalismus verweigere“ (ebd.). Ziel des neugegründeten Netzwerkes war es laut Eigenaussage, journalistische Qualitätssicherung zu betreiben und einen Sportjournalismus zu fördern, „der in der Lage ist, angemessen die gesellschaftliche Bedeutung des Sports zu behandeln“ (Niggemeier 2006). Vermutlich auch aufgrund solcher Kritik definierte der Berufsverband VDS 2009 neue „Leitlinien des Sportjournalismus“, die den bisherigen, sogenannten „Ehrenkodex“ von 1995 ablösten.

⁶ Es gibt aber auch Gegenstimmen zu dieser Einschätzung. Jan-Christian Müller von der *FR* möchte den Vorwurf der unkritischen TV-Kollegen im Interview nicht allgemein gelten lassen. „Wenn ich mir die Berichterstattung von *Sky* [...] anschau, habe ich nicht das Gefühl, dass die Bundesliga dort – außerhalb der Werbezeiten – marktschreierisch angepriesen wird.“ Die Bundesliga-Berichterstattung werde bei dem Bezahlsender „mit der gebotenen Seriosität und Distanz“ präsentiert (Interview Müller 2018).

Infokasten

Leitlinien des Sportjournalismus des VDS

Sportjournalisten – gleichgültig in welchem Medium tätig und unabhängig vom Arbeitsverhältnis – verpflichten sich in ihrer Arbeit zu folgenden ethischen Ansprüchen und beruflichen Zielsetzungen:

1. Das berufsständische Privileg, das Sportjournalisten durch Artikel 5 des Grundgesetzes, die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Konvention des Europarates sowie die nationalen Pressegesetze, Rundfunkrechte und Staatsverträge zugestanden wird, ist verantwortungsbewusst und moralisch unanfechtbar anzuwenden.
2. Sportjournalisten widersetzen sich jeder nationalistischen, chauvinistischen, rassistischen, religiösen und politischen Verleumdung und Ausgrenzung.
3. Sportjournalisten bearbeiten und bewerten alle Bereiche des Sports. Sie üben damit eine öffentliche Kontrollfunktion aus. Sportjournalisten setzen sich für einen humanen, von Korruption und Doping freien Sport ein.
4. Sportjournalisten lassen sich von niemandem vereinnahmen und instrumentalisieren, wahren ihre journalistische Unabhängigkeit und lehnen Einladungen und Geschenke ab, die diese in Frage stellen könnten.
5. Menschenwürde, der Schutz der Persönlichkeit und die Intimsphäre sind in der sportjournalistischen Arbeit zu achten. In jedem Fall sind die Folgen der Berichterstattung zu bedenken.
6. Grundlagen der Arbeit sind sorgfältige Recherche, korrekte Wiedergabe von Zitaten und eine unmissverständliche Sprache. Sportjournalisten verpflichten sich zur wahrheitsgemäßen und sachlichen Berichterstattung.
7. Sportjournalisten setzen sich für journalistische Qualität ein. Sie streben ein hohes Aus- und Fortbildungsniveau des Berufsstandes an.
8. Sportjournalisten pflegen trotz der Konkurrenz der Medienbereiche und Mediensysteme untereinander einen fairen Umgang und offene Kritik und verpflichten sich zur gegenseitigen Wertschätzung.

Quelle: VDS (2009)⁷

Infokasten

⁷ Die Leitlinien wurden im Verbandsheft *Sportjournalist* veröffentlicht. Weinreich fand auch hier rasch einen Anlass zur Kritik: „Ich muss allerdings sagen, dass die hübschen Leitlinien im selben Heft konterkariert werden, u. a. auf Seite 26, wo die Aufnahme von Dirk Thärichen in den VDS verkündet wird“, monierte Weinreich. „Kann mich nicht erinnern, dass der Mann jemals Journalist gewesen sein sollte, aber ich mag da nur über rudimentäre Kenntnisse verfügen. Wohl aber war er [...] Geschäftsführer der Leipziger Olympia GmbH und ist seit kurzem Pressesprecher des Heimatsenders MDR. Damit ist er offenbar bestens geeignet für eine VDS-Mitgliedschaft“ (Weinreich 2009).

Auch der Journalistenverein *Netzwerk Recherche (nr)* hat im Juni 2017, in einem Gastbeitrag von Lena Binz und Antonia Schlosser, fünf Tipps für eine unabhängige, investigative Berichterstattung junger Sportjournalisten formuliert, die sich offensichtlich auf Missstände bezogen (Binz/Schlosser 2017).

Infokasten

Fünf Tipps für eine unabhängige, investigative Berichterstattung junger Sportjournalisten

1. Mach dir früh klar, was du für eine Haltung hast. Berichte frei, lass dir nicht reinreden, bilde dir über alles selbst ein Urteil!
2. Halte durch. Große Recherchen benötigen Zeit und Nerven. Auch wenn es anfänglich heftigen Widerstand gibt, irgendwann beginnen Menschen zu plaudern.
3. Sei kritisch. Je kritischer du berichtest, desto mehr will dich ein Verein beeinflussen. Chance auf wichtige Hintergrundgespräche!
4. Hab ein soziales Backup. Freunde, Familie und Kollegen sind wichtig, um die eigene Haltung zu reflektieren und zu stärken.
5. Sei kein Fanboy/girl. Kontakte zum Lieblingsverein sind gut und wichtig, aber vergiss nicht deinen journalistischen Auftrag. Fanliebe hört spätestens dann auf, wenn man die Leiche im Keller entdeckt.

Quelle: Binz/Schlosser (2017)

Infokasten

Die Leitlinien und Tipps verdeutlichen die Zwänge, Versuchungen und Widerstände, derer sich die Sportjournalisten im Alltag, in der Zusammenarbeit mit Verbänden und Vereinen, aber auch unter Zeit- und Veröffentlichungsdruck sowie zunehmender Bequemlichkeit, erwehren müssen. Die Einhaltung dieser Standards erscheint im „System Fußballjournalismus“ daher als eine ethische Herausforderung, die täglich angenommen und verteidigt werden muss.

Abseits etablierter und neuer sportjournalistischer Formate organisieren auch lokale Verbände wie der Verband der Berliner Sportjournalisten (VdSBB), Organisationen und Hochschulen hin und wieder Podiumsdiskussionen zum Thema (kritischer) Sportjournalismus. Die Hochschule Magdeburg-Stendal etwa debattierte unter dem Titel: „Das Spiel ist aus? Zur Zukunft des Fußballs zwischen Kommerz und Fankultur“ mit Journalisten, Programmdirektoren, Professoren und Politikern (Hochschule Magdeburg/Stendal 2018). Die Deutsche Sporthochschule in Köln lud ein, um das Thema „Sind Sportjournalisten auch nur Fans?“ zu diskutieren (Deutsche Sporthochschule Köln 2017). Auf dem Sportbusiness-Festival SPOBIS, nach eigenen Angaben

„Deutschlands größtem Sport-Business Gipfeltreffen“ der SPONSORs Verlags GmbH, diskutierten in Düsseldorf rund 100 Dozenten die wichtigsten Entwicklungen im Profifußball – allerdings unter Marketinggesichtspunkten (SPOBIS 2018). Es kamen etwa Bayern Münchens Präsident Uli Hoeneß und der Aufsichtsratschef von Schalke 04 Clemens Tönnies zu einem Streitgespräch über die Zukunft der Bundesliga. Reinhard Grindel, Präsident des Deutschen Fußball-Bundes (DFB), und der zurückgetretene Weltmeister Philipp Lahm sprachen über Deutschlands Bewerbung um die Fußball-EM 2024.

Kritischer Sportjournalismus existiert aktuell also immer noch und hat jüngst – nach den Skandalen um IOC, FIFA und DFB – vielleicht sogar einen Aufschwung in der allgemeinen Sportberichterstattung, auch in Regionalzeitungen, erhalten (Interview Horky 2018). Wenn man an die Korruptionsaffären von Ex-FIFA-Boss Blatter und die Rolle von Wolfgang Niersbach beim DFB denkt, kann guten Gewissens behauptet werden, dass „[b]eide [...] ohne die Medienberichte wohl heute noch im Amt [wären]“ (Interview Müller 2018). Trotzdem wird insgesamt oftmals, wie in der Einleitung angedeutet, ein gegenläufiger Trend konstatiert: „[I]n den letzten Jahren, gerade in der Live-Übertragung von Großereignissen in der Primetime“, sind Aufgaben wie Information, Kritik und Kontrolle im Sportjournalismus zu kurz gekommen (Interview Horky 2018). Im Folgenden werden mögliche Gründe dafür behandelt.

3.2 Wirtschaftliche Abhängigkeiten des Sportjournalismus

Die zunehmende Kommerzialisierung im Profifußball ergibt sich, wie angedeutet, teilweise aus den (sehr stark steigenden) Kosten für die Übertragungsrechte der Bundesligaspiele. In der Saison 2014/15 haben die Profivereine 731 Millionen Euro allein durch Medienrechte erhalten – beinahe 30 Prozent ihrer Gesamteinnahmen (Blaschke 2016). Der Sender *Sky* zahlte in der Saison 2016/17 rund 480 Millionen Euro für die Übertragungsrechte, in der Saison 2017/18 zahlt er fast doppelt so viel. Dadurch sind Fußball und Sendeanstalten in einer „Produktionskette“ (Blaschke 2016) verwachsen, die unabhängige Berichte schwierig gestalten können. Laut Autor Ronny Blaschke habe sich ein freier Sportreporter des *ZDF* beschwert, weil er kaum kritische Themen in seiner Redaktion anbringen dürfe (namentlich zitiert wollte dieser jedoch nicht werden). Sein Sender zahlt für die Übertragungsrechte der Champions League schätzungsweise 50 Millionen Euro pro Saison. Die Vermutung liegt nahe, dass diese wirtschaftlichen Verflechtungen eine besondere Nähe – z. B. in Form beiderseitiger „Gegenleistungen“ (Interview Müller 2018) – und mit ihr eine Tendenz zur unkritischen Berichterstattung fördern.⁸ So gehört

⁸ Hinzu kommt, als spezieller Kritikpunkt, dass im Gegensatz zu den Privatsendern, der öffentlich-rechtliche Rundfunk gesetzlich verpflichtet ist, sein „Angebot mit Sozialisationsbotschaften anzureichern. Im Sport sind das Themen wie Vielfalt, Fairness, Toleranz“ (Blaschke 2016), was eine höhere Bedeutung kritischer Berichte erwarten lassen sollte. Eine Anfrage des Autors der vorliegenden Arbeit zum Selbstverständnis und Auftrag des Senders *ZDF* blieb von diesem unbeantwortet.

es zu den „Widersprüchen dieser Branche, dass Marketingstrategen den Fußball bisweilen politischer wahrnehmen als unabhängige Journalisten“ (Blaschke 2016). Die mehr als 30 Mitarbeiter der Kommunikationsabteilung des DFB formulieren zwar meist „schwammige Pressemitteilungen, schreiben schwärmerische Spielerporträts für Hochglanzbroschüren, drehen emotionale Videoclips, [oder] füttern die sozialen Medien [...] mit unerheblichen Statistiken“ (Blaschke 2016). Doch darüber hinaus gibt der DFB auf seinen Kanälen auch Menschen eine Öffentlichkeit, die sich für das Gemeinwohl engagieren: Fans, Aktivisten, Ehrenamtliche. Kritik an den Strukturen des Fußballs wird zwar auch dabei kaum erwähnt, „[a]ber zumindest werden Themen gesetzt, die für traditionelle Medien selten eine Rolle spielen[, w]eil sie keine Quote, Auflage und Klickzahlen versprechen“ (Blaschke 2016). Auch dieser Umstand kann mit den wirtschaftlichen Verflechtungen begründet werden. So ist es aus medienökonomischer Sicht logisch, dass die immer teurer werdenden Übertragungsrechte nur durch „lange, unterhaltende Live-Sendestrecken, umgarnt von Productplacement, Sponsoring und Werbung“ refinanziert werden können (für die die erwähnten Quoten und Klickzahlen notwendig sind), denn „[d]er Sport hat durch diese hohen Kosten eine Sonderrolle, die es bei Ereignissen in den Ressorts Politik, Feuilleton oder Nachrichten nicht gibt“ (Interview Horky 2018). Abhängig vom Grad der wirtschaftlichen Verflechtung wirken diese Zusammenhänge stärker oder schwächer. Im Vergleich zu einer Tageszeitung wie der *FR* werde z. B. *Sky* von den Vereinen „spürbar bevorzugt behandelt“ (Interview Müller 2018).

Aber auch diese Einschätzungen zur Bedeutung der wirtschaftlichen Verflechtungen sind nicht unumstritten: Bezüglich der Arbeit im eigenen Haus und der engen Verbindung der *ARD* mit den Vereinen macht *ARD*-Sportkoordinator Balkausky deutlich, dass es der *ARD* ein Anliegen ist, „unseren Zuschauern die vielen Emotionen, die Sportereignisse mit sich bringen, zu vermitteln, gleichzeitig aber unsere journalistische Distanz zu wahren und uns nicht mit dem Objekt unserer Berichterstattung gemein zu machen.“ Platz für Kritik müsse immer sein. Dies sei „Grundlage für objektive journalistische Berichterstattung“ (Interview Balkausky 2018). Deswegen sei „gerade die *ARD*“ vorbildlich darin, „sportpolitische Hintergründe zu recherchieren, zu beleuchten und – wenn nötig – scharf zu kritisieren“, was besonders durch die Berichte von Hajo Seppelt nachgewiesen sei (Interview Balkausky). Aufseiten derjenigen, die keine problematische Entwicklung ausmachen können, stehen auch die Fußballvereine – wenn sie sich überhaupt äußern. So empfindet der Sprecher des Bundesligisten Bayer 04 Leverkusen, Dirk Mesch, die Berichterstattung der Rechthalter nicht als schmeichlerisch, im Gegenteil: „Aktuell sehe ich den Trend, dass die Rechthalter bewusst kritischer berichten und härter nachfragen, gerade um diese mögliche Sichtweise (der unkritischen Berichterstattung, Anm. T.P.) aktiv zu entkräften.“ Letztlich seien bei den Sendern „Journalisten am Werk, die sich unkritische, unreflektierte, anbiedernde Berichterstattung nicht leisten“ könnten, zudem sei es „ein Irr-

glaube, dass sich die Klubs eine reine Hofberichterstattung wünschen.“ Letzteres betont auch Christoph Pieper (Sprecher FC St. Pauli), der sagt, sein Verein schätze „die journalistische Unabhängigkeit und Neutralität als ein hohes Gut ein, das geschützt und gepflegt werden muss“ (Interview Pieper 2018). Bayer 04-Sprecher Mesch beobachtet des Weiteren, und darin wird er von Kollegen wie Sven Froberg (Sprecher vom VfL Wolfsburg) unterstützt, dass sich aus dem „Spannungsfeld“ zwischen Vereinen und Medien immer wieder interessante Geschichten und spannende, gut recherchierte Berichterstattung ergeben (Interviews Mesch/Froberg/Pieper, alle 2018).⁹

Dass es jedoch auch strukturelle Konfliktpotentiale zwischen kritischer Berichterstattung und Vereinsinteressen gibt, wird auch aufseiten der Fußballklubs anerkannt: So müssten die Vereine eben auch ihre eigenen Interessen, „insbesondere die Privatsphäre der Spieler und Verantwortlichen“ schützen (Interview Pieper 2018). Der Sprecher des Zweitligisten FC St. Pauli, Christoph Pieper, schränkt ebenfalls ein, dass die Vereine „sozusagen in Konkurrenz mit den Medien stehen, weil wir selbst eine Art Medienunternehmen geworden sind, das seine Sicht der Dinge über die Webseite, Club-TV und soziale Medien verbreitet, um unseren Einfluss und Reichweite zu steigern“ (Interview Pieper, siehe zum speziellen Aspekt der eigenen Medienproduktion durch Vereine auch Kapitel 5). Wissenschaftliche Einschätzungen zu dieser Thematik fallen hingegen schon länger etwas kritischer aus. So notierten schon 1986 die Autoren Klaus Zieschang und Wilfried Buchmaier über das Verhältnis von Vereinen und Medien in ihrem Buch *Über den Umgang mit Sportjournalisten. Medienkunde für Trainer*: „Positive Äußerungen sind erwünscht, neutrale Äußerungen werden geduldet und negative Äußerungen bringen Verstummung und Ärger“ (Buchmaier/Zieschang 1986, vgl. für eine ähnliche aktuelle Einschätzung auch Grimmer 2014). Dennoch stufen die vier für diesen Diskussionsbeitrag befragten Sprecher der Bundesligisten¹⁰ das Verhältnis zu den Medien als weitestgehend gut ein. „Insgesamt aber, da spreche ich für den VfL Wolfsburg, kann man die Zusammenarbeit mit den Medien als vertrauensvoll, gekennzeichnet von großem Respekt für die jeweils andere Seite bezeichnen“, betont Sven Froberg. Dies bestätigt auch der Sprecher von Bayer Leverkusen, Dirk Mesch: „Grundsätzlich, und das halte ich im Rahmen einer Debatte über vermeintlich immer schlechter werdende Beziehungen zu den Medien für wichtig, sehe ich unser Verhältnis nach wie vor positiv“.

Der Medienwissenschaftler Thomas Koch von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz versucht, ein paar Antworten in der Debatte um die Unabhängigkeit der Sportberichterstattung

⁹ In den Augen eines anderen Bundesliga-Sprechers, der anonym bleiben will, zeigt sich jedoch auch ein anderes Bild. Die Nähe mancher – oftmals lokaler – Berichterstatter zum Verein könne durchaus auf Kosten der erforderlichen Distanz gehen: „Das registrieren wir auch“ (Interview Anonym 2018).

¹⁰ Wie erwähnt, sagte die Mehrzahl der Vereine ab oder reagierte nicht auf die Anfragen des Autors.

zu finden. Die Fernsehverträge zwischen DFL und den öffentlich-rechtlichen Sendern nennt er „natürlich problematisch“, weil damit „Abhängigkeiten geschaffen“ werden. Wegen der gebührenfinanzierten Berichterstattung sei zudem ein kritischer Blick auf die Praxis legitim (Interview Koch 2018). So werden hohe Summen ausgegeben, obwohl fraglich ist, ob der Fußball ein Ereignis von „erheblich gesellschaftlicher Bedeutung“ ist, das laut Rundfunkstaatsvertrag im frei empfangbaren Fernsehen gezeigt werden müsse“ (Blaschke 2016). Aufgrund ihrer Informations- und Aufklärungspflicht, kann die Quote bei der Programmauswahl der öffentlich-rechtlichen Sender zudem nicht das einzige Argument sein (Interview Horky 2018).

Spiegel-Redakteur Rafael Buschmann sieht den Sachverhalt der wirtschaftlichen Abhängigkeiten allerdings auch aus einer anderen Perspektive und deutlich existentieller. „Wenn man für eine Redaktion schreibt, die davon abhängig ist, dass der Reporter eine Akkreditierung für das nächste Bundesligaspiel bekommt, dann wird es mit dem unabhängigen Journalismus schwierig. Denn Fußballvereine entziehen bei kritischer Berichterstattung schon mal den Platz auf der Pressetribüne“, sagt er in einem Interview gegenüber kress.de (Hauke-Steller 2017). Buschmann selbst sei aufgrund kritischer Berichte über Bayern München und Borussia Dortmund der Zutritt ins Stadion beim Champions League-Finale beider Mannschaften 2013 ohne Angabe von Gründen verwehrt worden. Weil Buschmann ein mächtiges Medium wie den *Spiegel* hinter sich weiß, flog er dennoch nach London und gelangte doch ins Stadion. Ein Privileg, von dem kleinere Redaktionen seltener profitieren. „Oft besteht bei regionalen Tageszeitungen und kleineren Medienhäusern ein enormes Abhängigkeitsverhältnis, weil die es sich nicht leisten können, vom Informationsstrom des Vereins abgeschnitten zu werden“, sagt Buschmann. „Da stehen Existenzen auf dem Spiel“ (Hauke-Steller 2017).

Noch schlimmer steht es um Reporter, die für Zeitungen arbeiten, die gleichzeitig Medienpartner der Klubs sind. Medienpartner bedeutet, dass Klub und Zeitung bezüglich der Berichterstattung miteinander kooperieren, statt unabhängig zu bleiben und die gebotene Distanz zueinander zu wahren. „Solche Konstruktionen gibt es immer häufiger“, stellt Buschmann fest. Da werde es problematisch. Generell habe die oft unkritische Berichterstattung „nichts damit zu tun, dass diese Kollegen Fans wären, wie ihnen manchmal vorgeworfen wird. Sie wollen einfach im Job bleiben.“ Diese Abhängigkeit tue dem (Sport-)Journalismus allerdings nicht gut, analysiert der *Spiegel*-Redakteur (Hauke-Steller 2017, vgl. für die „Fan“-Problematik Kapitel 4). Professor Thomas Schierl, Geschäftsführender Leiter des Instituts für Kommunikations- und Medienforschung an der Deutschen Sporthochschule in Köln, bestätigt den Eindruck. Schierl ist der Auffassung, dass Journalisten es kaum noch riskieren, einen Spitzensportler zu kritisieren, da sie befürchten, als Konsequenz keinen Zugang mehr zu ihm zu bekommen. „Unliebsame Journalisten kann man im Sport komplett aushungern, und das wird auch konsequent so gemacht“ (Herke 2015). Der Spitzensport könne so vorgeben, wie Journalisten sich zu verhalten

hätten. In der konkreten Erfahrung heißt das z. B., dass „man [dann] eben nicht alle zwei Monate ein Interview mit dem DFB-Präsidenten bekommen [kann, oder m]an wird auf Pressekonferenzen etwas weiter außen platziert“ (Interview Müller). Als Beispiel kann der Umgang mit *Spiegel*-Redakteur Dirk Kurbjuweit angesehen werden, der über den „schwierigen Weg“ von Bayern Münchens Spieler Arjen Robben berichtete. Als Politikjournalist hatte er in der Fußballbranche keinen Namen – und einen dementsprechend schweren Zugang zu den Spielern (Blaschke 2016). „Bayern München führt sich da wie ein Königreich auf. Dann kommen Folgen wie: Dann gibt es keine Interviews mehr mit anderen Spielern. Und dann gibt es Beschwerden bei den Ressortleitern“ (Blaschke 2016). Grimmer (2014) hat in seiner Studie nachgewiesen, dass sich Funktionäre und Spieler von etablierten Medien emanzipieren. Die titelgebende Frage der Untersuchung mit dem Namen „Kooperation oder Kontrolle“ wird, nach Interviews mit 17 von 18 Pressesprechern der Fußballbundesligisten, so beantwortet: „Aufgrund des hohen öffentlichen und medialen Interesses am professionellen Fußballsport, agieren die deutschen Bundesligisten in der Zusammenarbeit mit den Medien aus einer dominanten Stellung heraus“ (Blaschke 2016).

So wird deutlich, dass Medien auf der einen und Verbände und Klubs auf der anderen Seite zwar vielfältige wirtschaftliche Verflechtungen eingehen, die konkreten Machtverhältnisse oder Abhängigkeiten aber durchaus unterschiedlich ausfallen können. Jene (kleineren) Vereine, vornehmlich aus der Zweiten Liga, die auf das Geld der Medien angewiesen sind, werden ihre Geldgeber tendenziell bevorzugt behandeln. Die geldgebenden Medien wiederum müssen dann möglichst verwertbaren „Journalismus“ produzieren, um die Kosten reinzuholen. In selteneren Fällen, bei solventeren (größeren) Clubs der Ersten Liga, kann sich das Machtverhältnis aber auch umdrehen: Unliebsame Berichterstatter drohen ausgeschlossen zu werden – was bei kleineren Medienhäusern leichter durchzusetzen ist als bei den großen Playern der Branche.¹¹ Beide Abhängigkeitsverhältnisse erschweren dabei grundsätzlich einen kritischen Sportjournalismus.

Drei Beispiele verdeutlichen die Einschüchterungsversuche von Vereinen gegenüber Medien im Profifußball:

- Werder Bremen hatte 1987 bei dem norwegischen Club IF Mjøndalen 5:0 gewonnen und zuhause das Rückspiel mit 0:1 verloren. Für den Sportjournalisten und Moderatoren Jörg Wontorra Grund genug, kritisch nachzuhaken. „Ich habe das Geschehen auf dem Platz dann als ‚Arbeitsverweigerung‘ und ‚Betrug am Zuschauer‘ bezeichnet. Damit bin ich bei Werder

¹¹ „System“ hat dabei eher die Abhängigkeit der kleineren Vereine von den TV-Geldern. Fraglich ist, wie sich die Lage künftig darstellt, wenn die Medien ihre Inhalte zunehmend selbst produzieren (vgl. Kapitel 5).

in Ungnade gefallen“, sagte Wontorra dem *Weser Kurier* (Brüggemann 2017). Werder Bremen sprach daraufhin ein Stadionverbot für den Reporter aus, das nur durch eine Intervention des damaligen Bremer Bürgermeisters, Klaus Wedemeier, abgewendet werden konnte.

- Auf einer Pressekonferenz des TSV 1860 München, vor dem Heimspiel gegen den FC St. Pauli, am 3. März 2017, werden Fragen der *Bild*-Reporterin Kristina Ellwanger verhindert. Mit den Worten: „Es werden keine Fragen von dir beantwortet“, habe die 1860-Pressesprecherin eine Wortmeldung an den Trainer unterbunden, berichtete das Blatt (Schneider 2017). Zudem sei der Journalistin die Akkreditierung für das kommende Spiel gestrichen worden. Was war geschehen? Laut *Bild* hatte Kristina Ellwanger über eine angebliche Degradierung des Profis Karim Matmour und „Mobbing-Maßnahmen“ des Vereins berichtet. Deshalb sei die Reporterin ausgeschlossen worden. Jutta Müller, Geschäftsführerin des Bayerischen Journalistenverbandes (BJV) kritisierte den Verein dem Bericht zufolge deshalb scharf: „Die Behinderung von unabhängiger Berichterstattung und der Versuch, einzelne Journalisten für kritische Beiträge dadurch abzustrafen, dass ihnen der Zugang zu Spielen verwehrt wird, ist mit dem Grundrecht auf freie Berichterstattung unvereinbar.“ Monatelang habe der TSV 1860 München Journalisten in München schikaniert, habe Hausverbote verhängt, lamentierte die *Bild*. Der Verein schaltete während der Diskussion mit *Bild* zudem die Liveübertragung der Pressekonferenz im Internet ab. Die BJV Geschäftsführerin: „Wir appellieren an die Solidarität der Presse, eine Berichterstattung insgesamt zu boykottieren, sollte der Verein weiter an seiner Haltung festhalten und Medienvertreter einzelner Medien nicht zum Spiel zu lassen“ (Schneider 2017).
- Beim FC Hansa Rostock wurde bei der Jahreshauptversammlung 2017 wiederholt der komplette Ausschluss der Presse beschlossen. Auf der Homepage des Drittligisten heißt es: „Zur Jahreshauptversammlung des Vereins in der Rostocker Stadthalle waren insgesamt 677 Mitglieder (davon 627 stimmberechtigt) gekommen. Darunter die Profimannschaft sowie das Trainer- und Funktionsteam [...]. Nach der Einweisung in das elektronische Abstimmungssystem, ließ Vereins-Rechtsanwalt Gunnar Kempf über die Teilnahme von Gästen an der Versammlung abstimmen – insbesondere der anwesenden Medienvertreter. Die Stimmberechtigten entschieden sich auch in diesem Jahr für den Ausschluss der Presse“ (F.C. Hansa Rostock 2017). Auf Nachfrage des Autors erklärt die Pressesprecherin von Hansa Rostock, Marit Scholz, per E-Mail, dass die regelmäßig über den Verein berichtenden Pressevertreter vom Verein „grundsätzlich eine Einladung zur Mitgliederversammlung“ erhielten. Gemäß Vereinsrecht habe die Presse allerdings „keinen Anspruch darauf, bei einer Mitgliederversammlung anwesend zu sein.“ Wie für andere Nichtmitglieder bestehe für die Presse „maximal ein Gastrecht.“ Die Entscheidung über Anwesenheit oder Ausschluss der Presse, „obliegt also auch bei den Mitgliederversammlungen des F.C. Hansa Rostock e. V. den Mitgliedern.“ Im Nachgang der Versammlung erhielten die Pressevertreter immerhin

„die wichtigsten Eckdaten und die Möglichkeit, mit unserem Vorstand Interviews zu führen“ (F.C. Hansa Rostock 2017).

Diese Fälle wurden ausgesucht, da sie besonders viel öffentliche Aufmerksamkeit erfahren haben. Die Auswahl von einem älteren und zwei neueren Beispielen verdeutlicht, wie lange das Problem besteht. Sie zeigen zudem, dass die Vereine ihre Macht demonstrieren möchten und Sportjournalisten nicht immer der Respekt und die Anerkennung entgegengebracht werden, die unabhängige Berichterstattung benötigt. Es sind Grenzüberschreitungen, die unterstreichen, dass Journalisten als kritische Instanz nicht selbstverständlich akzeptiert werden.

Das Ausschließen von unliebsamen Reportern kann, so der Medienwissenschaftler Thomas Koch, als „unprofessionelles Verhalten“ der Vereine eingestuft werden: „Eine professionelle Kommunikationsabteilung würde nicht so handeln.“ Die Aufgabe der Vereine ist es, „mit den Medien zusammenzuarbeiten und diese nicht auszuschließen, wenn ihm etwas nicht passt“ (Interview Thomas Koch 2018). Der FC St. Pauli-Sprecher Pieper stellt dem noch eine andere Seite des Sportjournalismus gegenüber und fordert, dass auch die Rolle vermeintlich „kritischer“ Journalisten in der Debatte hinterfragt werden müsse. Oft gäben Chefredakteure die Richtung vor, an die sich die Reporter dann halten müssten. Als Beispiel nennt Pieper die *Bild-Zeitung*, die kürzlich Nationalspieler nach einem Spieltag im Interview-Bereich („Mixed-Zone“) mit Fotos von getöteten Kindern aus dem Syrienkrieg konfrontiert habe. Danach hätten die Reporter gefragt, wie man in einem Land wie Russland, das sich an diesem Krieg beteiligt, eine WM spielen könne. Die Frage der Reporter sei natürlich berechtigt, der Zeitpunkt jedoch fragwürdig: „Taugt dies als Beleg für einen politischeren – oder eher für populistischeren Sportjournalismus“ (Interview Pieper 2018)? Weiterhin sei der Schutz der Spieler von grundsätzlicher Bedeutung, und es stelle sich generell die Frage: „Muss ich von einem 20-jährigen Fußballer erwarten, dass er zu allen gesellschaftlichen Problemen eine Meinung haben und sich einer öffentlichen Diskussion stellen muss, nur weil er eine Person des öffentlichen Lebens ist? Darf er sich nicht mit Dingen befassen, die andere Jungs in seinem Alter beschäftigt?“ Anders sei die Lage bei verdienteren Profis einzuschätzen, wie Pauli-Torwart Philipp Heerwagen, der sich explizit für soziale Projekte in Afrika engagiere.

Als Reaktion auf den starken Druck, unter dem die Profikicker stehen, sollen ihnen Mediens Schulungen helfen. Um vor einem Millionenpublikum nichts Falsches zu sagen, verstecken sich Spieler gerne hinter Phrasen wie „von Spiel zu Spiel denken“ oder „wir müssen unsere Leistung abrufen“ (Herke 2015).¹² Das erschwert wiederum die Arbeit kritischer Journalisten. So werde

¹² Aus Misstrauen gegenüber Berichterstattern halten sich Spieler und Trainer inzwischen oftmals sogar die Hand vor den Mund, wenn sie sich unterhalten. Dies ist ein „Selbstschutz gegen speziell geschulte Lippenleser, die unbotmäßige Sprüche oder taktische Weisungen an die Medien weitergeben und Spieler auf diese Weise kompromittieren“, analysiert Medienjournalist Günter Herke (Herke 2015).

es selbst bei einer der wenigen Gelegenheiten für kritisches Nachhaken – den wöchentlichen Pressekonferenzen vor den Spielen – „immer schwieriger“, da Spieler und Vereinsvertreter „geschult werden, wie sie sich am besten in den Medien verkaufen“. Dies berichtet die freie Journalistin Elisabeth Schlammerl, die für die FAZ oft über den FC Bayern München schreibt: „Unsere Interviews werden geglättet, sobald sie Angriffsflächen bieten“ (Interview Schlammerl 2018).

Infokasten

Schwierige Kompromisse? Das Beispiel Sky

Ein Sky-Redakteur beschreibt die Zwänge und Zwickmühlen der Berichterstattung beim Privatsender *Sky*, einem der (Übertragungs-)Rechthealter, auf einer VDS-Podiumsdiskussion wie folgt: „Die Abonnenten, die für uns zahlen, erwarten von uns oft Fan-TV. Sie wollen nicht, dass ihr Lieblingsklub von dem Kommentator Marcel Reif schlecht geredet wird. Aber wir beanspruchen für uns Neutralität.“ Trotzdem müsse man sich in einem privatwirtschaftlichen Unternehmen arrangieren und für einige Vereine, vor allem in der Zweiten Liga, sei man eben der wichtigste Geldgeber (Blaschke 2016). Grimmer (2014) zitiert dazu den (damaligen, Anm. T.P.) Sprecher vom FSV Mainz 05 mit den Worten: „Unser Hauptsponsor ist nicht der, der auf dem Trikot ist. Unser Hauptsponsor ist *Sky*.“ Der kritische Sportjournalist Blaschke (2016) fasst die Gemengelage der Verflechtungen wie folgt zusammen: „Politikkorrespondenten berichten kostenfrei aus dem Bundestag, Finanzexperten gratis aus der Börse, doch der Bezahlsender *Sky* überweist jährlich fast eine halbe Milliarde Euro an die Deutsche Fußball-Liga, um Bilder der Bundesligen zeigen zu dürfen, die von einer Tochtergesellschaft der DFL produziert werden. [...] *Sky* hält Vereine am Leben, erhöht ihre Attraktivität für Sponsoren. Klubs finanzieren Spieler und Arbeitsplätze, garantieren ihren Standorten Steuern und Wertschöpfung. Und die Medien berichten mit großer Reichweite über eine identitätsstiftende Bühne ihrer Region, auch Zeitungen, Stadtmagazine, Lokalradios.“ Auf wiederholte Anfragen des Autors der vorliegenden Arbeit bezüglich dieser Thematik reagierte der Sender *Sky* nicht.

Infokasten

4 Das „Schmiergeld namens Nähe“: Fließende Übergänge zwischen Journalismus und PR

Neben den Problemen der (gegenseitigen) wirtschaftlichen Abhängigkeiten und Zwänge sowie der daraus entstehenden Machtungleichgewichte, hat es der Sportjournalismus oftmals mit einem besonderen Problem zu tun: Der Nähe zwischen den Journalisten einerseits und den Vereinsakteuren, Sportlern und Verbänden andererseits.

„Fußball und Medien sind aufeinander angewiesen und daher eng verzahnt; so entsteht eine gewisse Nähe und Abhängigkeit“, sagt Medienforscher Koch. Diese gebe es zwar auch anderswo, zum Beispiel im Kulturbereich oder der Lokalpolitik, aber: „In der Sport-Berichterstattung fällt die Nähe zwischen Reportern und Sportlern oder Vereinsvertretern eher auf, weil diese in den Interviews gerne geduzt werden und oft eine kumpelhafte Atmosphäre vor der Kamera zu sehen ist“ (Interview Thomas Koch 2018). Hans Leyendecker (2006) ist darüber hinaus überzeugt, dass sich in keinem anderen Journalismusbereich so symbiotische Verhältnisse zwischen Akteuren und Beobachtern entwickelt haben. Inwiefern diese Nähe problematisch ist, wird kontrovers diskutiert. Als positiver Effekt kann genannt werden, dass ein vertrauensvoller Umgang der Protagonisten mit den Journalisten die Erschließung von Zusammenhängen und Hintergrundinformationen ermöglicht, die sonst nicht aufgedeckt werden. Andererseits ist klar, dass eine solche Nähe Probleme birgt: Sie kann „Kritik- und Distanzlosigkeit“ (Interview Thomas Koch 2018) zur Folge haben, sodass Journalisten an entscheidenden Stellen nicht ausreichend nachhaken. Zu diesem Thema erhobene Daten zeigen zudem, dass die Abhängigkeit gerade kleiner Vereine und den berichtenden lokalen Journalisten auch dazu führt, dass der gegenseitige Respekt und die Anerkennung von Journalisten und Vereinsakteuren füreinander größer werden. Man arrangiert sich in kleineren Gemeinden eher miteinander, ohne sich gegenseitig zu schädigen (Interview Thomas Koch 2018). Erschwerend kommt hinzu, dass – im Gegensatz zum Politik- oder Kulturjournalismus – die „Trennung der Rollen in dieser Sparte des Journalismus nicht einmal in der Theorie zweifelsfrei ist“ (Leyendecker 2006). Aufgrund dieser besonderen Anfälligkeit für das „Nähe-Problem“ (dessen stärkste Ausprägung die Korruption ist), kommt dem Sportjournalismus nach Ansicht von Fachleuten wie dem Hamburger Kommunikationswissenschaftler Siegfried Weischenberg bei der Zustandsbeschreibung eine besondere Rolle als „Seismograph des Journalismus“ (Weischenberg/Malik/Scholl 2006) zu.

4.1 Fanjournalisten

Aus dieser Perspektive ist es also höchst problematisch, wenn viele Sportjournalisten „Fans sind, die es über die Absperrung geschafft haben“ (Schellhammer 2012). Ein Vorwurf, den bereits der Investigativjournalist Hans Leyendecker, früher leitender Redakteur bei der *Süddeutschen Zeitung*, in seinem Buch *Klebrige Nähe – Anmerkungen zur Korruption im modernen deutschen Sportjournalismus* ausführlich beschrieb (Leyendecker 2006). An pikanten und peinlichen Verstrickungen, an Geschichten über komplizenhafte Seilschaften zwischen Sportlern und Journalisten gibt es keinen Mangel. Ein Beispiel ist Erich Laaser, der als Präsident des Verbands Deutscher Sportjournalisten im VDS-Mitgliedermagazin an die Kollegen appellierte, die Organisatoren der Fußball-WM 2006 „mit Respekt“ zu behandeln, damit es „störungsfreie Spiele“ werden – die Welt solle schließlich „zu Gast bei Freunden“ sein (Niggemeier 2006, Leyendecker 2006).¹³ Auch die Auftritte des Fernseh-Sportberichterstatters Waldemar Hartmann sind nicht unproblematisch. Diese seien, so Leyendecker (2006), sowohl bei den Olympischen Winterspielen 2006 in Turin als auch im laufenden Fußballbetrieb „eine Art Lagebeschreibung.“ Hartmann sei immer mittendrin, und wie. So hat er mit Oliver Bierhoff und Dietmar Hamann vor der Kamera über „die pure Lust am Leben“ gesungen und auch aus der persönlichen Nähe zu den Spielern keinen Hehl gemacht hat. Oliver Kahn gegenüber betonte er einmal: „Olli, du bist ja einer, der alles mitgemacht hat“, um direkt danach auf die enge Bekanntschaft von beiden zu verweisen: „Wir waren zusammen auf dem Marienplatz gestanden nach dem Champions-League-Sieg“ (Leyendecker 2006). „Legendär“ und zugleich bezeichnend ist zudem der Dialog zwischen Hartmann und Rudi Völler, dem damaligen Trainer der deutschen Fußballnationalmannschaft. Nach einem Unentschieden zwischen Island und Deutschland beim Qualifikationsspiel für die Europameisterschaft 2004 kritisierte Völler die Sportjournalisten dafür, „Schärfe“ in die Interviews zu bringen – worauf Hartmann sich beeilte zu betonen, dass er „doch keine Schärfe rein gebracht“ habe (Leyendecker 2006). Dies honorierte sein Interviewpartner mit den Sätzen: „Ja, du nicht. Du sitzt hier locker und bequem auf deinem Stuhl, hast drei Weizenbier getrunken, du bist schön locker“ (Leyendecker 2006). Folge dieses unterwürfigen Verhaltens: Hartmann bekam „einen Werbevertrag von Paulaner und kündigte sechs Tage nach dem Völler-Interview in einer Talkshow an: ‚Ab morgen trinke ich nur noch Paulaner aus München‘“ (Leyendecker 2006). Am deutlichsten artikulierte sich jedoch ZDF-Reporter Rolf Töpferwien, der über sein Verständnis zum Verhältnis von Sportjournalismus und Sportbetrieb einst offen gestand:

¹³ DFB-Nationalmannschafts-Manager Bierhoff forderte im selben Blatt die Sportjournalisten ebenfalls zu einer emotional adäquaten Unterstützung der deutschen Nationalkicker auf. Bierhoff tat dies, wie er einleitend verriet, auf Initiative des VDS-Vorsitzenden Laaser (Leyendecker 2006).

„Es ist eine große Familie, und ich gehöre nicht zu denjenigen, die sagen: Es sind zwei Boote, in denen Journalisten und Spieler sitzen. Ich sage: Wir sitzen in einem Boot“ (Niggemeier 2006, siehe kritisch zu dieser Formulierung Leyendecker 2006). Angesichts dieser Beispiele kommentierte schon im Jahr 2002 ein *Spiegel*-Artikel ironisch: „[Die] Athleten müssen auch bei sportlichem Totalausfall keine Angst vor verbalen Bodychecks haben. Viel größer ist die Gefahr, dass sie von einem mitfühlenden Reporter in den Arm genommen werden“ (Klawitter et al. 2002). Die Grenzen zwischen kritischer Berichterstattung und Public Relations sind so oft nicht mehr auszumachen. Der Narzissmus und die Eitelkeit vieler Profifußballer scheint, so Leyendecker (2006), auch auf manche Journalisten abzufärben: „Die Selbstverliebtheit der Akteure lässt Unrechtsbewusstsein nur selten aufkommen, und zudem ist in den vergangenen Jahren die Lage eher noch unübersichtlicher geworden. Poschi (ZDF-Moderator Wolf-Dieter Poschmann), Waldi (ARD-Reporter Waldemar Hartmann) sowie Töppi (ZDF-Reporter und ‚Duzmaschine‘ Rolf Töpferwien) sind Verkäufer des Ruhms und werden selbst als Medienstars gerühmt. Bis zu 50.000 Euro bekommen einige der Fernsehreporter für eine Firmen-Präsentation oder für eine Moderation vor ausgewähltem Publikum eines Privatunternehmens.“

Andere sehen die Existenz von „Fan-Journalisten“ weniger dramatisch. So hält der ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky dem Vorwurf an die Rechthalter entgegen, dass die Begeisterung von Journalisten für die jeweilige Sportart erstens nichts Ungewöhnliches sei und zudem nicht negativ sein müsse. Denn es gelinge den Kollegen „natürlich aus einer gewissen journalistischen Distanz, die sportlichen Ereignisse zu bewerten und einzuordnen“. Balkausky sagt, er könne dieses „Vorurteil also überhaupt nicht bestätigen“ (Interview Balkausky 2018).¹⁴ Die Debatte um diese Problematik ist jedoch nicht neu. So schrieb der Sportjournalist Manfred Steffny schon 1978, dass es im Sport „zu einer Kumpanei und Komplizenschaft gekommen [ist], die man in anderen Bereichen schlicht als Korruption bezeichnen würde“ (Leyendecker 2006). Zehn Jahre später sprach sein Kollege Peter Zudeick von einem „Schmiergeld namens Nähe“ (Zudeick 1987). Für Ronny Blaschke hat dieses Problem weitreichende Folgen: „Wenn die Mehrheit der Journalisten sich im Sport mit Inszenierung beschäftigt, mit Personalisierung und Pathos: Wer beobachtet dann das System, das den Fußball umgibt, vereinnahmt, am Leben hält – und vielen Reportern die Existenz sichert? Seine kreativsten Phasen erlebt der Journalismus in den düsteren Stunden des Fußballs, seltener in den hellen. Wenn in Köln mehr als 4.000 Hooligans unter dem Deckmantel HoGeSa randalieren, wenn in Zürich Funktionäre der FIFA verhaftet werden, wenn sich hunderte Vereine plötzlich für Flüchtlinge engagieren, dann fallen die Barrieren, dann entstehen Sondersendungen und Sonderseiten, mit Experten

¹⁴ Dies wurde und wird auch innerhalb der Öffentlich-Rechtlichen jedoch auch anders eingeschätzt. So wird kolportiert, dass Alfons Spiegel, ehemaliger ZDF-Sportchef, einst mahnte: „Das wesentliche Merkmal der Begeisterung ist der Verlust der Urteilsfähigkeit.“

und fachfremden Beobachtern, mit frischen Perspektiven. Diese Breaking-News-Aufschwünge geben dem Publikum das Gefühl, Zeuge einer historischen Neuigkeit zu sein. Würde es aber keinen reflexartigen, sondern einen politischeren Sportjournalismus geben, der nicht von Einzelkämpfern bestritten wird, es wäre allen längst klar: Rechte Gewalt und Korruption gehören seit Jahrzehnten zum Fußball“ (Blaschke 2016).

4.2 Seitenwechsler, Nebentätigkeiten und Kooperationen

Zusätzlich zu den Problemen, die Journalisten als Fans verursachen können, sind auch sogenannte „Seitenwechsler“ Ausdruck einer zu großen Nähe zwischen Beobachtern und Akteuren. Die meisten der heutigen Vereins-Pressesprecher waren früher selbst als Journalisten tätig. Ein Beispiel dieser „erstaunliche[n] Personalrochaden“ (Herkel 2015): „Im April trat der langjährige Sportredakteur der Süddeutschen Zeitung, Christopher Keil, seinen neuen Job beim FC Bayern München an: die neu geschaffene Position des Leiters Public Affairs. Keil soll demnach künftig ‚den Vorstand bei der Gestaltung von relevanten gesellschaftlichen Themen unterstützen‘. Was immer das bedeuten mag: Mit Keil wechselte ein versierter Rechercheur, der zuletzt im Investigativ-Ressort unter Leitung von Hans Leyendecker arbeitete, die Seiten.“ Auch Sportjournalist Dieter Nickles, früher im Auftrag von *Sky* unterwegs, wo er oft über den FC Bayern berichtete, hat die Seiten gewechselt und arbeitet heute für den Rekordmeister aus München. Dort ist Nickles als Chef-Moderator und in der Entwicklung neuer Formate für den Klub-Sender *FCB.TV* tätig.

Neben den Fällen, in denen beruflich die Seiten gewechselt wurden, gibt es auch eine Vielzahl an Sportjournalisten, die bei der Ausübung ihres Berufs Doppelrollen in einer Grauzone besetzen. Beispiele sind Journalisten bei *Sky*, die in Medienfragen Profikicker beraten (Blaschke 2016), aber auch solche des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wie Julia Scharf oder Markus Othmer: Einerseits präsentieren sie, zum Beispiel für die *Sportschau* (ARD), kritische Themen wie Doping oder Korruptionsaffären in den Fußballverbänden DFB, Fifa und UEFA. Scharf moderierte etwa für die ARD den *Brennpunkt* „Sommermärchen gekauft?“ Andererseits sind sie gleichzeitig auch auf der anderen Seite im Einsatz, berichtete das *NDR-Medienmagazin ZAPP* (Bouhs 2017). Othmer etwa fungiert noch als Moderator von Medienpräsentationen der Funktionäre des DFB (wie die Logo-Vorstellung der Stadt München für die EM 2020). Sportjournalistin Scharf war sich 2016 nicht zu schade, als Moderatorin werblich für das *Camp Beckenbauer* aufzutreten. Gegenüber *ZAPP* erklärte Scharf, sie sehe in ihren konträren Tätigkeiten „keinen Interessenkonflikt“. Es habe sich stets um Veranstaltungen für Studenten gehandelt und nicht um die großen Sport-Netzwerk-Treffen, die *Camp Beckenbauer* ebenfalls organisiere. Scharf betonte zudem: „Mein Schwerpunkt sind TV-Moderationen. Solange mir Sender aber keine zeitliche und finanzielle Sicherheit geben, werden auch andere Tätigkeiten immer eine Rolle

spielen“ (Bouhs 2017). Die typische finanzielle Anfälligkeit freier Journalisten also? Medienwissenschaftler Thomas Koch verfolgt das Thema seit Jahren und sieht durchaus ein Problem. „Man kann als Journalist nicht mehr unabhängig über die DFB-Affäre berichten, wenn man gleichzeitig das *Camp Beckenbauer* moderiert“, sagte er *ZAPP*. Koch sieht darin eine „völlige Vermischung“ der Journalismus- und PR-Rollen. Er rät den betroffenen Sportjournalisten zur Ablehnung der Annahme von kritischen Rechercheaufträgen. Doch das geschieht nicht. Koch glaubt, dass gerade Journalisten der öffentlich-rechtlichen Sender vorsichtig sein müssen. Der Medienwissenschaftler sieht Probleme, wenn Journalisten mit Organisationen gemeinsame Sache machen, über die sie kritisch berichten und von denen sie unabhängig sein sollten. „Wir hatten so viele Sportskandale in den letzten Jahren, die lassen sich ja gar nicht alle aufzählen“, sagt Koch. „Der Sportjournalismus ist in der Verantwortung, hier aufzudecken, nachzuforschen, zu recherchieren, was passiert ist – und dafür muss er unabhängig sein“ (Bouhs 2017).

Die Sender selbst sehen die Integrität ihrer Mitarbeiter durch die Doppelrolle nicht bedroht. Die Doppelfunktion von Markus Othmer etwa beeinflusse nicht seine „journalistische Objektivität“, äußerte der *BR* gegenüber *ZAPP* (Bouhs 2017). Die Autoren seien schließlich „frei“. In der Politik wäre ein ähnlicher Vorgang jedoch undenkbar: Das wäre in etwa so, als würden Journalisten die Wahlkampf-Präsentationen für Parteien übernehmen. Für Medienwissenschaftler Koch passt das ins Bild. „Sport wird oft mit leichter Unterhaltung und Spiel verbunden, seltener mit ernstern Themen“ (Interview Thomas Koch 2018). Abseits konkreter Personen, gibt es weitere Beispiele für die institutionalisierte grenzwertige Vermischung von Journalismus und PR – und Zeugnisse, dass deren Trennung nicht selbstverständlich ist:

- Etwa die Publikation *Sponsoren News*, die auf der Vereins-Homepage für den Zweitligisten SSV Jahn Regensburg „mehr gesellschaftliche Verankerung“ einfordert, wie es in der Ausgabe 1/2017 formuliert wird (Sponsoren News 2017). Der Verein solle umgehend „in die Herzen der Menschen zurückkehren“ und dort fortan „einen festen Platz einnehmen“. Weiter heißt es in dem Aufruf, dass „wenn Profifußball als weicher Standortfaktor nachhaltig erfolgreich funktionieren“ und für „seine Heimatregion nach innen wie außen gewinnbringend wirken“ soll, dies nur als „funktionierende Gemeinschaft aus Club, Wirtschaft, Medien, Politik und Öffentlichkeit“ möglich sei. „Zusammen mit Ihnen allen wollen wir diese Gemeinschaft bilden“, flötet die Marketingabteilung mit missionarischem Unterton. „Packen wir es daher jetzt Hand in Hand an und lassen die Kraft des Profifußballs für Regensburg und ganz Ostbayern gemeinsam wirken.“ Der Text fährt im gleichen Tonfall fort: „Der Jahn“ solle „Teil der Lebenswelt möglichst vieler Menschen“ werden. Dazu diene jeder Kontaktpunkt, den ein Individuum mit dem Verein haben könne. „Den größten Hebel besitzen dabei natürlich reichweitenstarke Medienkooperationen oder öffentliche Auftritte unserer Mannschaft, aber

auch der kleine Schlüsselanhänger eines Jahn Fans sorgt für mehr Sichtbarkeit“ (Sponsoren News 2017). Dass Medien eigentlich verpflichtet sind, unabhängig zu berichten, scheint sich noch nicht bis nach Ostbayern herumgesprochen zu haben.

- Beispiel Werder Bremen und der *Weser-Kurier*. Seit 2017 gibt die Regionalzeitung, die in starker Konkurrenz zu anderen regionalen Medien steht, die App *Mein Werder* heraus. Dass der angeblich unabhängige *Weser-Kurier*, der die App produziert, allerdings auch die Stadionzeitung für den norddeutschen Bundesligisten produziert, erkennen selbst Fans nicht auf Anhieb. *Weser-Kurier*-Chefredakteur Moritz Döbler erfasst diese Problematik jedoch noch nicht einmal richtig: „Wenn ich auf dem Smartphone die App anschau, dann steht da ‚Mein Werder‘ und das ist natürlich genau das, was wir wollen. Der Fan sagt: Hey, das ist ‚Mein Werder‘. Das ist das, wo ich meine Werder-Informationen bekomme. Wir haben nicht die Raute im Logo, wir haben die Raute nicht auf unserer Seite. Aus unserer Sicht ist völlig klar, dass das der *Weser-Kurier* ist und nichts anderes“, sagte Döbler dem *NDR-Medienmagazin ZAPP* (Mathwig 2017). Dabei ist der eigentliche Skandal nicht, dass Fans die App für ein Produkt von Werder Bremen halten und dann mit unabhängigem *Weser-Kurier*-Content überrascht werden, sondern umgekehrt: Dass suggeriert wird, es seien unabhängige Nachrichten des *Weser-Kuriers*, dabei produziert dieser auch die Stadionzeitung des Vereins und ist somit mit diesem wirtschaftlich verflochten. Laut des *ZAPP*-Berichts wurden für die *Mein Werder*-App, in Zeiten von flächendeckendem Stellenabbau in Redaktionen, immerhin elf Journalisten fest angestellt, um den Kampf für mehr Leser zu gewinnen. „Bei sinkenden Auflagen- und Abonnentenzahlen ist das durchaus ein Wagnis“, urteilt *ZAPP*. Die Journalisten berichten für ihre nach eigenen Angaben 20.000 Nutzer ausschließlich über den Fußball-Bundesligisten, neuen Inhalt gebe es täglich. Dazu zählten Spielberichte, taktische Analysen und Fotostrecken. „Aber auch eine Kochshow und die Video-Reihe ‚Waschen – schneiden – reden‘, in der mit Kunden unter der Schere des Werder-Friseurs über Fußball und Verein gefachsimpelt wird“. Das stößt auf Kritik: Vor kurzem hat ein prominentes Gesicht beim *Weser-Kurier* seinen Hut genommen, berichtet das Medienmagazin. Arnd Zeigler, Vorzeige-Kolumnist bei *Mein Werder*, verkündete auf Facebook überraschend seinen Rückzug. Zeigler habe eine „immer oberflächlichere“ Berichterstattung“ kritisiert (Mathwig 2017).¹⁵ Demgegenüber stuft Sportredakteur Müller von der *FR* die meisten Berichte der *Mein Werder*-App als journalistisch

¹⁵ Doch das Konzept der Werder App und die Konkurrenz rund um Werder Bremen bringt anscheinend auch die Journalisten gegeneinander auf. „Werder ist ein relativ kleiner Verein. Wenn nichts passiert, müssen die Journalisten trotzdem liefern“, erklärt Ludwig Evertz, Sportchef bei *Radio Bremen*, wo er seit mehr als 30 Jahren arbeitet. Evertz beobachtet ein sich rapide verschlechterndes Klima unter den Journalisten: „Es gibt hier Kollegen, die arbeiten jetzt für unterschiedliche Medien, die reden gar nicht mehr miteinander.“ Die Situation sei so verfeindet, es sei eher „ein Kampf gegeneinander, als das gemeinsame freudige Abarbeiten an Werder Bremen“ (Mathwig 2017).

seriös ein, doch mitunter werde dort auch „in einer Form der Fan-Reporter“ berichtet. „Das ist eine Entwicklung, die ich für gefährlich halte“ (Interview Müller 2018).

Über diese Beispiele hinaus gibt es noch weitere, zumindest fragwürdige Kooperationen zwischen Medien und Vereinen. „Auf regionaler Ebene gehen einige Sender sogar offizielle Medienpartnerschaften ein: Der *Norddeutsche Rundfunk (NDR)* kooperiert mit dem Hamburger SV und Hannover 96, der *Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB)* mit dem Zweitligisten 1. FC Union (Berlin). Die Verantwortlichen erhoffen sich mehr Aufmerksamkeit und eine stärkere Bindung zum Publikum“ (Blaschke 2016). Redaktionelle Absprachen, so wird stets betont, sind jedoch „tabu“ (ebd.).

Es sieht zurzeit nicht danach aus, als werde sich an der Praktik der Kooperationsgeschäfte so schnell etwas ändern. Hinsichtlich der Nebentätigkeiten gibt es jedoch etwas Bewegung: Nach einem aktuellen Fall von Vermischung von Journalismus und der Organisation eines Langlauf-Weltcups durch zwei *ARD*-Sportjournalisten, könnten die *ARD*-Sportchefs neue Regeln für Nebentätigkeiten von Journalisten und Moderatoren der Öffentlich-Rechtlichen erlassen (Bouhs 2018). Es bleibt abzuwarten, ob in dieser Frage tatsächlich etwas geschieht.

5 Die Folgen der Digitalisierung für eine kriselnde Branche

Im Allgemeinen habe sich die Arbeit von Sportjournalisten in vielen Redaktionen, aber auch die Arbeit der Pressesprecher in den Vereinen gewandelt, berichten die Interviewpartner. Großen Einfluss auf diese Veränderungen hat die Digitalisierung genommen, weshalb in diesem Kapitel darauf näher eingegangen werden soll. Durch Stellenabbau, die Zusammenlegung von Redaktionen und die Vielzahl von Onlineportalen sowie die digitalen Publikationsmöglichkeiten verändert sich zwangsläufig die Art und Weise der Berichterstattung. Vor allem Zeitdruck und Multimedialität prägen die journalistische Arbeit heute. Auch die Fans schüren, durch das Verbreiten von Gerüchten und Mutmaßungen in sozialen Medien, zusätzlichen Nachrichtendruck auf Redaktionen und Vereine. Durch die Social-Media-Aktivitäten von Bürgern kann zunächst eine „Form der Demokratisierung der Berichterstattung“ (Interview Horky 2018) vermutet werden. Entscheidend ist der veröffentlichte Inhalt: Nur wenn die Ergebnisse der durch die sozialen Medien angestoßenen Veröffentlichungen „fundierte, journalistische Beiträge sind, kann der journalistische Mehrwert erzielt werden, den Journalismus immer hatte und braucht“ (Interview Horky 2018). Zweifel, dass die Digitalisierung dies begünstigt, wurden schon früh geäußert. Schon im Jahr 2006 hielt Hans Leyendecker fest: „Die elektronischen Medien beherrschen inzwischen die Szene, und ihre Journalismus-Vertreter treten als Stichwortgeber auf“ (Leyendecker 2006). Dazu passt das Zitat eines (anonymen) Sprecher eines Bundesligisten: „Früher arbeiteten die Journalisten handwerklich sauberer, sie waren engagiert und detailverliebt. Das ist heute kaum mehr möglich, weil die Kollegen heute multimedial unterwegs sind und nicht mehr nur einen Beitrag für ihr Print-Produkt liefern müssen, sondern während ihrer Recherche für die nächste Ausgabe auch noch die sozialen Medien ihres Arbeitgebers füttern müssen“ (Interview Anonym 2018, vgl. für einen ähnlichen Einblick Grimmer 2014).¹⁶ Besonders die Vielzahl von Onlinepublikationen und die Flut von Beiträgen in sozialen Netzwerken haben also den Sportjournalismus verändert und stellen die Arbeit von Journalisten und Vereinen vor neue Herausforderungen (Interview Müller 2018).

Einerseits hat dies ökonomische Gründe: Die Verlage verdienen online weniger Geld mit Anzeigen als zu Zeiten des analogen Anzeigengeschäfts (Bauer 2015). Zudem lehnen es viele Nutzer ab, für die Onlineangebote Geld zu bezahlen. Dies vor dem Hintergrund, dass die Verlage ihre Inhalte in den Anfangszeiten des Internets jahrelang kostenlos zur Verfügung gestellt ha-

¹⁶ Der Sprecher des Bundesligisten Borussia Mönchengladbach, Markus Aretz, schildert den Alltag ähnlich: „Ein Printjournalist, den man bislang nur als Schreiber kannte, steht auf einmal mit einer Kamera da und sagt: ‚Ich muss das Interview, das ich jetzt führe, auch noch mit der Handycam begleiten‘“ (Grimmer 2014).

ben (Sonnenschein 2016). „Wenn ich auf meine Anfänge, Mitte der 1980er Jahre zurückblicke, war es üblich, dass stolze, selbstbewusste Sportredaktionen mit 12-15 Redakteuren einem Bundesligaverein, der mit nur einem Pressesprecher ausgestattet war, gegenüberstanden. Es hat sich erstmal das personelle Verhältnis geändert, weil viele Zeitungsredaktionen geschrumpft und die Pressestellen gewachsen sind“, sagt der Journalist Müller. In der *FR*-Sportredaktion seien er und seine Kollegen heute „froh, wenn wir hier mit drei Redakteuren sitzen“. In einer derart dezimierten Besetzung seien tiefeschürfende, längerfristige Recherchen, die früher einfacher waren, kaum mehr realisierbar (Interview Müller 2018). Auch die führenden Medien im Sportjournalismus sind von dieser Entwicklung betroffen. So hatte die *Sport Bild* früher für jeden Verein mindestens einen zuständigen Journalisten, der nur diesen Verein bearbeitete. Inzwischen bearbeitet ein Journalist drei oder vier Vereine, was entsprechend den Arbeitsdruck erhöht. Beim Fernsehen sei es ebenfalls üblich, dass „ein Video-Jockey inzwischen den Job von drei Personen macht: Filmen, Tönen und Interviewen“ (Grimmer 2014). Die dünne Besetzung in vielen Zeitungsredaktionen ist also ein Problem, weil die Qualität der Arbeit auf der Strecke bleibt – und zum Ausgleich der fehlenden Ressourcen verstärkt auch auf Agenturmaterial oder Informationen der Vereine zurückgegriffen wird (Grimmer 2014). Der ehemalige Team-Manager des FC St. Pauli, Christian Bönig, dazu: „Wenn du eine gute Pressemitteilung schreibst, werden die Meldungen, gerade im Online-Bereich oder auf Videotext-Seiten, gerne eins zu eins übernommen“ (Grimmer 2014).

Dies führt zur zweiten Herausforderung: Die klassischen Medien bekommen immer mehr Konkurrenz von den Vereinskanälen, aber auch den Influencern, die in den sozialen Medien über den Fußball berichten (Interview Pieper 2018). „Vereine versuchen immer häufiger, alle Medien möglichst weit vom Geschehen fern zu halten“, beobachtet die freie Journalistin Elisabeth Schlammerl. Es werde immer schwieriger, Gesprächspartner zu bekommen. Gleichzeitig führen die Medienabteilungen der Vereine die Interviews heute am liebsten selbst und veröffentlichen diese auf eigenen Kanälen im Internet oder über Social-Media-Dienste wie Twitter, Instagram, Facebook oder Snapchat: „Dass dabei die kritische Distanz auf der Strecke bleibt, ist ja klar“ (Interview Schlammerl 2018). *FR*-Sportredakteur Jan-Christian Müller spürt im Alltag ebenfalls, dass „die Vereine uns klassische Medien für die Verbreitung ihrer Botschaften nicht mehr brauchen“ (Interview Müller 2018). Aus heutiger Sicht ist es nicht mehr unrealistisch, dass die DFL und die Bundesligisten Journalisten in zehn bis 15 Jahren nicht mehr benötigen (Blaschke 2016). Durch das Bespielen der eigenen Kanäle agieren die Vereine längst selbst wie Medienunternehmen. Diese Entwicklung hat auch Konsequenzen für den Arbeitsmarkt: „Journalisten kriegen heute eher einen Job bei den Vereinen als bei einem der ‚alten‘ Medienhäuser“ (Interview Müller 2018). Es gibt aber auch Gründe, weniger pessimistisch zu sein. So ist die freie Sportjournalistin Elisabeth Schlammerl überzeugt, dass viele Fans „auf Dauer mit

den vom Verein produzierten Beiträgen nicht glücklich sind, weil sie ihren Blick etwas weiten wollen und nicht nur Informationen aus Vereinssicht möchten.“

Die VDS-Vizepräsidentin denkt, dass die Vereinsbeiträge „nur funktionieren, solange der Verein erfolgreich ist“ (Interview Schlammerl 2018). Auch Ronny Blaschke sieht Grund für Optimismus. Da man manche Beiträge der *Sportschau* kaum mehr von jenen, die der FC Bayern produziert, unterscheiden könne, steige die Bedeutung hochwertiger Berichte: „Es ist höchste Zeit, dass wir Journalisten nicht nur kritisch sind, sondern auch inhaltlich mehr gehaltvolle Beiträge liefern, damit die Öffentlichkeit die Notwendigkeit von unabhängigem Qualitätsjournalismus noch mehr zu schätzen lernt“ (Blaschke 2016). ARD-Sportkoordinator Balkausky sieht in dem mannigfaltigen Medienangebot, welches Profivereine online bereitstellen, ebenfalls positive Seiten. Für die Fans sei es „grundsätzlich eine spannende und große Bereicherung, um Neuigkeiten, Informationen und Bilder rund um den eigenen Lieblingsverein zu bekommen“ (Interview Balkausky 2018). Gleichzeitig sollten die Konsumenten von Klub-TV und Co aber „nie vergessen, wer Absender der Inhalte ist“. Diese Inhalte seien nicht unabhängig journalistisch aufbereitet, sondern es handele sich um „Inhalte, die eher der Werbung für einen Verein dienen“ (Interview Balkausky 2018). Das drängendere Problem ist nach dieser Lesart nicht im zunehmenden Angebot als solchem zu suchen, sondern mehr in der mangelnden Differenzierungsfähigkeit vieler Rezipienten, Vereinsbeiträge und journalistische Arbeit auseinander halten zu können (oder zu wollen). Schwierigkeiten sieht Balkausky dabei auf die ARD und andere Sender zukommen, „wenn wir gar nicht mehr selbst produzieren dürfen, keine Interviews mehr bekommen und damit keinen Einfluss mehr auf die Auswahl von Inhalten hätten, sondern ausschließlich mit fremdproduziertem Material arbeiten müssten.“ Dies sei noch nicht der Fall, und „so weit wird es auch hoffentlich nicht kommen“ (Interview Balkausky 2018).

Von den Veränderungen der Digitalisierung sind neben den Journalisten aber natürlich auch die Pressesprecher der Klubs betroffen. Mobile Kommunikationsgeräte, soziale Netzwerke und Onlinejournalismus haben die Dispersion, also die Zerstreuung der Informationen zum Fußballgeschehen, erhöht und rasant beschleunigt (Grimmer 2014). „Selbst für uns Leute, die sich jeden Tag damit beschäftigen, ist es schwer zu durchschauen, wer alles kommt und wer was haben will und wo die Informationen hin gehen“, so der ehemalige Sprecher des Hamburger SV, Jörn Wolf. Mit dieser Art des „Kontrollverlusts“ müssen die Bundesliga-Sprecher heute umgehen. Auch hier ist es besonders die Onlineberichterstattung, die für Vereinsprecher zudem einen Verlust an Freizeit bedeutet. Onlinemedien seien mitverantwortlich dafür, dass „die Leistungen der Pressesprecher in der Bundesliga inzwischen rund um die Uhr gefragt“ seien, fasst Grimmer (2014) zusammen. Weil es inzwischen 24 Stunden am Tag die Möglichkeit zu berichten gebe, „musst du 24 Stunden am Tag erreichbar sein – sowohl bei positiven als auch bei negativen Meldungen“, sagte St. Paulis Ex-Sprecher Bönig (ebd.). Veränderungen in der

Berichterstattung und deren Folgen für die Pressesprecher der Klubs beschreibt ein anonymer Sprecher wie folgt: „Früher beobachteten die Reporter der Medienhäuser das Training, konzentrierten sich auf Form, Fertigkeiten und Verletzungen der Spieler. Heute sehen sie sich oft veranlasst, unmittelbar nach einem Foul oder wenn ein Spieler humpelt, sofort einen Post dazu abzusetzen. Über Twitter, Instagram, Facebook oder Snapchat wird viel ohne Überprüfung verbreitet.“ Für die Pressestellen der Vereine erhöhten sich dadurch die Anforderungen. „Wir müssen den Medien mehr Informationen liefern, aber auch Gerüchte revidieren und dementieren, um Missverständnisse zu vermeiden und Unruhe rund um den Verein vorzubeugen“ (Grimmer 2014). Diesen Eindruck bestätigt Sven Froberg, Leiter der Pressestelle des VfL Wolfsburg: Die Medienabteilungen der Clubs stehen vor größeren Herausforderungen, die täglichen Anfragen zufriedenstellend zu erfüllen (Interview Froberg 2018).

6 Sportjournalismus der Zukunft: Ein anderer Geist muss her

6.1 Reform oder Resignation?

Die Meinungen darüber, wie der Sportjournalismus künftig aussehen wird, gehen bei den Befragten auseinander. Bezüglich der Möglichkeit konstruktiver Reformen gibt es Skeptiker und Optimisten. An einem Austausch zwischen Medien und Vereinen, etwa, um sich über das eigene Selbstverständnis und die alltägliche Zusammenarbeit auszutauschen, scheinen nur wenige aus der Branche interessiert. Zwar veranstaltet die Liga (DFL) jährlich einen Neujahrsempfang, „da sind immer alle da“, sagt der freie Journalist Ronny Blaschke, doch dort werde nur das „Glanzprodukt Profifußball“ gefeiert. Gelegenheit für kritischen Austausch beider Seiten gebe es dort nicht, das sei nicht gewollt, glaubt Blaschke (Interview Blaschke 2018). Der Sportredakteur der *FR*, Jan-Christian Müller, bedauert ebenfalls, dass es kaum Gelegenheiten für einen tieferen Austausch zwischen Medien und Vereinen gibt. Müller schlägt einen „runden Tisch“ als „Fortbildung“ vor. Es habe bereits in der Vergangenheit – angeregt durch Vereine, die unzufrieden mit der Berichterstattung der Medien gewesen seien – Bestrebungen für eine Art Gipfeltreffen gegeben. Das Treffen sei dann aus Zeitmangel nicht zustande gekommen. „Diese Zeit muss man sich aber nehmen!“, findet *FR*-Mann Müller. Gerade weil es mit der Weiterbildung unter den Kollegen „nicht weit her“ sei (Interview Müller 2018).¹⁷ Ronny Blaschke sieht in der Ausbildung ebenfalls einen Hebel, um die Strukturen des „System Sportjournalismus“ aufzubrechen. Insgesamt ist er etwas verdrossen über den Zustand des Sportjournalismus und die Haltung vieler Kollegen. Er spricht von „abgeschlossenen Systemen“ und einer „getrennten Medienwelt“ – sowohl in der Produktion, als auch in der Rezeption: „Die Boulevardmedien jucken solche Vorwürfe wenig“, ist Blaschke überzeugt. Daher erscheint ihm der Sportjournalismus nur begrenzt reformierbar. Kommende Generationen sollten aber lernen, welche Konsequenzen unkritischer Sportjournalismus nach sich ziehe. Dann wäre die Sportberichterstattung ein reiner Unterhaltungsbetrieb, dominiert von Jubelberichten und Fan-Reportern, die das Produkt Profifußball feiern und mit ihrer glorifizierenden Wortwahl über die Spieler Heldenverehrung betreiben. Fans, die unkritischen Sportjournalismus konsumieren, verbleiben in einer Blase, werden quasi zur Unmündigkeit durch fehlende kritische Auseinanderset-

¹⁷ Ähnlich wird auch Helmut Digel zitiert, langjähriger Sportwissenschaftler mit einem Schwerpunkt auf Publizistik. Er habe bei Athleten, Vereinsvertretern und Sportreportern eine Gemeinsamkeit beobachtet: „Wenn man sich an den Sport bindet, leidet die Allgemeinbildung. Ich empfehle, auch andere Interessen zuzulassen: Politik, Kultur oder Religionsfragen. Gerade Journalisten brauchen die Fähigkeit, sich selbst beobachten zu können“ (Blaschke 2016). Dem schließt sich Blaschke an, wenn er dem Nachwuchs rät, „nicht zwingend“ Sport zu studieren (Interview Blaschke 2018).

zung mit dem Fußball-Geschäft erzogen. Doch die Resonanz etwa für Förderprogramme und Stipendien, die Blaschke mit Unterstützung des VDS durchführt und in deren Rahmen auch kritischer Sportjournalismus thematisiert wird, sei ernüchternd: Nur zwei Bewerbungen habe es bei der letzten Ausschreibung gegeben. Dies sei eine „bittere Erkenntnis“, gerade wenn man sehe, dass sich deutlich mehr Nachwuchsjournalisten für „Skat- oder Fußballturniere oder Diskussionen mit Schiedsrichtern“ interessieren (Interview Blaschke 2018). Die Einstellung beim Nachwuchs scheint sich jedoch gebessert zu haben: Die jungen und angehenden Journalisten seien kritischer geworden als noch „vor 10-15 Jahren“. Dies müsse sich auch in der Ausbildung niederschlagen. So sei es zwar wichtig, dass praktische Erfahrungen in der Sportpublizistik vermittelt werden, „[n]och wichtiger wäre aber ein politisches Bewusstsein“ (Interview Blaschke 2018). Veränderungen in der Einstellung des Nachwuchses bestätigt auch Professor Thomas Horky: Bei den Studenten könne man in den letzten Jahren einen Bewusstseinswandel ausmachen. „Vorher lag der Fokus bei vielen Studierenden primär auf Unterhaltung, kommerzielle Motive standen oft im Vordergrund.“ Zwar gebe es diese Tendenzen noch immer; es finde sich heute aber eine größere Anzahl an Journalismus-Studierenden, die eine „kritische Sicht auf den Sport“ hätten und sich etwa für „Skandale rund um die FIFA und das IOC“ interessierten. „Diese Studierenden möchten einen politischeren, relevanteren Sportjournalismus ausüben und scheuen keine langwierigen, tiefschürfenden und hintergründigen Recherchen.“ Horky macht hierfür vor allem die mehrfach gescheiterten Olympiakampagnen in Deutschland und den Korruptionsskandal um die WM-Vergabe 2006 verantwortlich. „Junge Studierende beginnen diese lange als unantastbar geltenden Organisationen und deren Macht zu hinterfragen.“ Auch werde verstärkt „die Rolle des Sportjournalismus und der Nutzen für die Gesellschaft“ in Frage gestellt. Zudem würden viele Nachwuchsjournalisten erkennen, dass „sie mit ihrer differenzierten Sicht auf den Sport in den Sportredaktionen Gehör finden und Chancen für Veröffentlichungen sehen.“ Kürzlich sei der ARD-Dopingexperte Hajo Seppelt, der aus einer Vorsichtsmaßnahme heraus auf die Berichterstattung von der WM 2018 verzichtete (dpa 2018), für einen Vortrag zu Gast gewesen. Diese Veranstaltung habe bei den Studierenden großen Anklang gefunden, Seppelts Vortrag sei als „einer der spannendsten seit langer Zeit“ wahrgenommen worden (Interview Horky 2018).

Für Jubelarien aus dem Lager der Unterstützer einer differenzierteren Berichterstattung scheint es dennoch zu früh, denn auch Horky hält fest: „Die Mehrheit der Studierenden hat ihr Hauptinteresse nach wie vor an der hoch kommerziellen Fußball-Bundesliga mit all ihren Unterhaltungs-Facetten“. Und ergänzte gegenüber Ronny Blaschke: „Wir müssen die Studierenden auch mit PR, Marketing und Eventmanagement vertraut machen. Andernfalls wären ihre Jobchancen auf dem Arbeitsmarkt gering.“ Zudem werde mit dem Wegfall von Sportjournalismus-Studiengängen an den Hochschulen in Hamburg und Leipzig sowie durch die Verrin-

gerung des Lehrangebots an der Deutschen Sporthochschule in Köln eine solide Ausbildung erschwert (Interview Horky 2018). Insgesamt sieht Professor Horky in den Bestrebungen, kritischen Sportjournalismus zu fördern und zu verbreiten, einen „langwierigen Prozess“. Aber er sei „zuversichtlich, dass er voranschreitet“. Weil der Fokus der Berichte „über ein Jahrzehnt lang vor allem auf unterhaltenden Jubel-Berichten“ im Fernsehen gelegen habe, werde es nun wohl Jahre dauern, bis sich ein breiteres Bewusstsein um kritische Hintergründe im Sportjournalismus durchsetzen werde (Interview Horky 2018). Strittig ist unter Experten auch die Frage, ob es eher eine stärkere thematische Durchmischung der bestehenden „Premium-Formate“, wie der knapp zweistündigen *Sportschau* oder dem *aktuellen Sportstudio*, geben soll (Blaschke 2016, Ahrens 2018). Man kann argumentieren, dass innerhalb einer derart langen Sendestrecke neben der ausführlichen Spieltagsanalyse, „mehr Platz für sportpolitische Themen und Berichte“ bleiben muss. Andere, wie Christoph Bertling, Dozent der Deutschen Sporthochschule in Köln, schätzen, dass es „einfacher [sei], ein Format für spezielle Themen zu schaffen, als ‚Premium-Formate‘ daran auszurichten und sich angreifbar zu machen“ (Blaschke 2016). Die Haltung zu dieser Frage wird auch damit zusammenhängen, ob man Sportberichterstattung – z. B. auch vor, während und nach dem Spiel – als „Gelegenheit [sieht,] ein Millionenpublikum zu erreichen“ und Sportjournalisten kritische Gedanken deshalb auch zu guten Sendezeiten nicht aussparen sollten (Interview Thomas Koch 2018), oder ob man der Meinung ist, dass es „nicht die Aufgabe des kritischen Sportjournalismus“ sei, ein Millionenpublikum anzusprechen (Interview Horky 2018). Diesen Konflikt beschreibt auch Blaschke (2016): „Für etliche Sportjournalisten ist es ein Tabu, die Live-Kommentierung eines Abendspiels mit einer politischen Bemerkung anzureichern. Ein Beispiel: Auf Wunsch von Theo Zwanziger, dem ehemaligen DFB-Präsidenten, fand vor der WM 2010 ein Testspiel des Nationalteams in Budapest statt, der Verband wollte ein Zeichen gegen die Verfolgung der Sinti und Roma setzen. Der *ARD-Weltspiegel* berichtete aus diesem Anlass über ungarische Neonazis. Auch der Spielkommentator des *ZDF* hätte ein Millionenpublikum mit wenigen Sätzen über Sinti und Roma informieren können. Über die größte Minderheit der Europäischen Union glauben die Mehrheitsgesellschaften nur Negatives zu kennen. Der Reporter verlor dazu kein Wort. Ansonsten hätte sein Sender vermutlich Dutzende Zuschauermails erhalten, nach dem Motto: ‚Warum wird man nun selbst beim Fußball mit den Problemen der Welt belästigt?‘“

Zu den allgemeineren Skeptikern bezüglich Reformen der Branche zählt der langjährige, pensionierte Radioreporter Günther Koch (Interview Günther Koch 2018). Aufgrund der beschriebenen Abhängigkeiten würden viele ortsgebundene Kollegen, vor allem von kleineren Medien, bei Pressekonferenzen wie „O-Ton-Bettler vor dem Herrn“ auftreten, um meist banale Botschaften zu notieren. „Die beten in ihren Berichten nach, was ihnen vom Verein vorgebetet wird. Die können einem leidtun.“ Für die Zukunft sieht Günther Koch keine Anzeichen für ein

Erstarken eines kritischen, mehrdimensionalen Journalismus: „Ich würde Nachwuchsjournalisten deutlich davon abraten, den Beruf des Sportjournalisten zu wählen.“ Denn „diesen Beruf gibt es faktisch kaum noch, er beruht auf einer Illusion.“ Nachwuchskräften, die es nicht zu unabhängigen Qualitätsmedien wie *FAZ*, *SZ*, *Kicker*, *Welt* oder *Spiegel* schaffen, rät Koch zu einem anderen Beruf. „Denen würde ich sagen: Der Job basiert auf einer PR- und Medienpartnerschaft mit den Profifußballvereinen in Sachen Fußball – willst du das wirklich?“ Viele Kollegen versuchten sich etwas vorzumachen, wenn sie behaupteten: „Man kommt viel rum, sieht viele Länder und Städte, spricht mit Spielern und Verantwortlichen. Aber in welchem Rahmen, das ist doch die Frage!“ (Interview Günther Koch 2018).

6.2 Was getan werden könnte – Elf Vorschläge

Aus der bisherigen Darstellung über Aufgaben, Zustand und Möglichkeiten des kritischen Sportjournalismus lassen sich einige Handlungsvorschläge ableiten, die im Folgenden präsentiert werden. Die Entwicklung des Sportjournalismus ist jedoch nicht unabhängig von der Entwicklung der Fußballbranche selbst, sodass der erste Vorschlag auch diese Veränderungen mitdenkt:

1. Einbindung der Fans

Zunächst bleibt zu hoffen, dass der Profifußball nicht noch stärker temporären, wirtschaftlichen Interessen von „Heuschrecken“-ähnlichen Investoren geopfert wird, die nur auf eine maximale Rendite schielen. Denn das Opfer einer weiteren finanziellen Ausschlichtung der Vereine würde die Seele der Klubs aufs Spiel setzen: Die Gunst der „echten“, vielleicht weniger wohlhabenden Fans, für die Fußball ihr Leben und die erfolgsunabhängige Unterstützung des Vereins eine Selbstverständlichkeit bedeutet. Sinnvoll wäre es, wenn der DFB und die DFL mit den Vereinen konkrete Richtlinien erarbeiten und Regeln aufstellen, die den Entwicklungswünschen der Vereine Tribut zollen, aber auch die Fankultur und den Amateurfußball respektieren und schützen. Fanprojekte, etwa der Verein FC Play Fair! (FC Play Fair! 2017), sollten dann in diese Entscheidungsfindung eingebunden werden.

2. Selbstverpflichtungserklärung und Fachtagungen etablieren

Um die Zusammenarbeit von Medien und Vereinen besser regeln und regelmäßig auf den Prüfstand stellen zu können, sollten gemeinsame Leitlinien der Berichterstattung und der Informationspflicht formuliert werden. Die Einhaltung einer daran anschließenden freiwilligen Selbstverpflichtungserklärung zu Aufgaben, Pflichten und gesellschaftlicher Verantwortung beider Seiten sollte von allen Bundesligisten und den berichtenden Medien unterzeichnet und auf Fachtagungen regelmäßig diskutiert und überprüft werden. Regelmäßige

Fachtagungen, auf welchen sich alle Beteiligten, also Sportjournalisten, Vereinsvertreter, Programmdirektoren und Medienmanager über ihr Selbstverständnis austauschen und ihre Arbeit aus verschiedenen Perspektiven beleuchten, könnten allgemein ein konstruktiver Ansatz sein. Dabei darf es jedoch nicht um Marketinggesichtspunkte des Milliardenspiels gehen, sondern es sollte der Fokus auf die gesellschaftliche Dimension des Fußballs und seine sozialen Hintergründe und Auswirkungen gerichtet werden. Profifußballvereine sollten darüber hinaus die Medien stärken, indem sie die Bedeutung von kritischer, unabhängiger Berichterstattung öffentlich machen und ihren Fans die Unterschiede zu den selbst produzierten Werbebeiträgen, die die Vereine über die Klub-Kanäle im Internet verbreiten, erklären. Dies könnte Teil einer Selbstverpflichtung sein und nur so kann eine respektvolle, kritisch-distanzierte Berichterstattung auf Augenhöhe in Zukunft gelingen.

3. Fort- und Ausbildungen ausbauen

Regelmäßige Fortbildungen der Sportjournalisten und Pressesprecher zur Thematik des kritischen Sportjournalismus sollten vom Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS) oder örtlichen Journalistenverbänden mindestens jährlich organisiert werden. Die Chance für ein differenzierteres, hintergründiges Narrativ in der Sportberichterstattung, das manche auch wegen der Aussetzung der öffentlich-rechtlichen Live-Berichterstattung bei den nächsten vier Olympischen Spielen fordern, sollte genutzt werden und auch auf den Lehrplänen der verbliebenen Ausbildungsstätten für Sportjournalismus Berücksichtigung finden. Die Lehrpläne an Hochschulen sollten zudem mit Experten aus der kritischen sportjournalistischen Praxis abgestimmt werden. Der Nachwuchs muss breiter ausgebildet werden; politische und gesellschaftliche Bildung sollten untrennbar mit den üblichen praktischen Erfahrungen der Sportpublizistik verknüpft werden. Bei zunehmendem Interesse der Bürger könnten mehr Lehraufträge für kritischen Sportjournalismus vergeben und Professuren eingerichtet werden. Auch in den Volontariaten der Redaktionen sollte ein kritisches Bewusstsein der routinierten Kollegen selbstverständlicher vorgelebt und gefördert werden.

4. Kritische Inhalte dauerhaft erhöhen

Rund um den Bundesliga-Spieltag kann eine unterhaltende Berichterstattung legitim sein, jedoch sollte das Vokabular der Reporter weniger glorifizierend ausfallen und Spieler nicht zu den Superhelden unserer Zeit erkoren werden. In den übrigen Vorzeige-Formaten der Öffentlich-Rechtlichen (*Sportschau*, *Sport-Reportage*, *aktuelles Sportstudio*) sollten gesellschaftliche Auswirkungen und Dimensionen des Glanzproduktes Profifußball noch stärker beleuchtet und auch die gesellschaftlichen Schattenseiten in den Fokus gerückt werden – etwa die Debatte um Depressionen von Profifußballern, die anlässlich des Freitods von Torhüter Robert Enke nur oberflächlich und kurzzeitig geführt wurde. Oder die Druckdiskussion

um Per Mertesacker, der mit seinen Äußerungen im *Spiegel* (Windmann 2018) ein weiteres Tabuthema im Profifußball ansprach. Oder die Frage, ob eine Fußball-WM in Russland oder Katar nicht doch boykottiert werden müsse, wenn sie von einem Land ausgerichtet wird, welches anderswo einen fragwürdigen Krieg führt oder Menschenrechte missachtet. Denn Sport und Politik hängen – ob es Investoren, Verbänden, Klubs oder auch Fans gefällt oder nicht – unweigerlich zusammen! Vielleicht wäre gar eine Quote für differenzierten Sportjournalismus, zumindest bei den Öffentlich-Rechtlichen, denkbar. Es sollte wenigstens diskutiert werden, ob so genannte „Field-Interviews“ mit Spielern nach dem Spiel am Spielfeldrand, aufgrund des falschen Zeitpunkts für differenzierte Fragen und Antworten, eingestellt werden sollten. Eventuell könnten auch die Fernsehverträge, die viele als problematisch ansehen, mit einem Passus zu unabhängiger, kritischer Berichterstattung ergänzt werden. Eine Ethik-Kommission mit Vertretern von Medien und Vereinen, könnte die Einhaltung journalistischer Standards überprüfen.

5. CSR-Auflagen verbindlich einführen

Die Vereine sollten als Teil ihrer Lizenzierung und von Spielerverträgen Corporate Social Responsibility (CSR)-Auflagen erfüllen müssen, also verantwortliches Handeln eines Unternehmens für die Gesellschaft, in sozialen Fragen, Ökonomie und Ökologie garantieren (Blaschke 2016).¹⁸ In der Wirtschaft sind derartige Verpflichtungen längst etabliert.

6. Parlamente stärken

Auch eine „differenzierte Debatte“ darüber, wie Vereine ihre „Stadtgesellschaft bereichern“ könnten, wäre sinnvoll. Deutscher Bundestag und Landesparlamente dürfen sich vor Auseinandersetzungen mit den mächtigen Vereinen nicht länger fürchten. Kommunen sollten Hilfen und Bürgschaften für in Schieflage geratene Vereine kritischer definieren und nicht jede Hilfe bewilligen, weil es um einen prominenten Verein geht (vgl. auch Blaschke 2016).

7. Mehr Transparenz und bessere Bezahlung etablieren

Bei der Einhaltung der Trennung von Journalismus und Public Relations (PR) sollte Transparenz an erster Stelle stehen. Jeder Journalist und die Auftrag gebenden Medien, Unternehmen und Verbände/Vereine sollten auf ihren Homepages offen über Projekte, Auftraggeber und Honorare Auskunft geben – also ihre Nebentätigkeiten offen legen (Interview Thomas Koch 2018). Honorare für Qualitätsjournalismus müssen erhöht werden und auch die oft langwierige Recherche muss vergütet werden. Unwürdige Zeilenhonorare, wie etwa in

¹⁸ Spitzenfunktionäre wie Ligapäsident Reinhard Rauball lehnen das ab. Solches Engagement gilt ihnen als „freiwillig“ (Blaschke 2016). Die Vereine und Stiftungen des Profifußballs wenden nur 20 Millionen Euro für „freiwilliges soziales Engagement“ auf, besagt der Wirtschaftsreport der Bundesliga für die Saison 2014/15. Das sind nicht einmal ein Prozent des Gesamtumsatzes der Vereine, der 2014/15 bei 2,62 Milliarden Euro lag (DFL 2015).

der Print-Branche üblich, sind anachronistisch und werden der Leistung der Journalisten nicht gerecht; sie sollten abgeschafft werden. Dann könnte die Verlockung eines „Seitenwechsels“ vom Journalismus in die PR-Branche oder zu den Vereinen weniger attraktiv erscheinen.

8. Trennung von Journalismus und PR wiederherstellen

Nur durch die strikte Trennung von Journalismus und PR (und eine klare Kennzeichnung der Berichte) kann eine seriöse, glaubwürdige und nachhaltige Berichterstattung gelingen. Besonders in Zeiten von „Fake News“ und „Lügenpresse“-Vorwürfen muss dies als eine unerlässliche Reform betrachtet werden. Journalistenverbände sollten mehr als einen Blick auf die Praxis der Kollegen werfen und gegebenenfalls Rügen für ignorante Kollegen und Redaktionen aussprechen. Die ethischen Grundsätze des Berufsstandes dürfen im emotionalen, immer hektischer werdenden multimedialen Alltag nicht über Bord geworfen werden.

9. Freiwillige Selbstkontrolle ausweiten

Spezifisch Onlinemedien sollten, bezüglich nachlässiger Recherche und reißerischer, an Klickzahlen orientierter Berichterstattung stärker durch die Journalistenverbände beobachtet und wirksamer an die journalistischen Grundsätze und Methoden sowie die gesellschaftliche Verantwortung ihres Tuns erinnert werden. Veröffentlichungsdruck und Schnellebigkeit darf kein Argument gegen Qualitätsjournalismus sein. Falls nötig, sollten ignorante Medien bzw. Kollegen gerügt werden. Bei wiederholten Vorkommnissen betroffener Medien könnte dies auch öffentlich gemacht und sanktioniert werden. Die Verbreitung von Gerüchten und Mutmaßungen durch Journalisten und Fans über die sozialen Medien ist durch einen Kodex zu einem verantwortungsbewussten Mediennutzungsverhalten (und den gesellschaftlichen Konsequenzen bei dessen Missachtung) auf den Homepages der Vereine (und der Medien) zu thematisieren. Sowohl Medien als auch Handynutzer sollten sich der Verantwortung und der Tragweite vorschneller Veröffentlichungen im Internet bewusst werden.

10. Leitlinien im Alltag verankern

Schließlich sollte, ganz praktisch, ein Ausdruck der oben genannten Leitlinien als Korrektiv in allen ambitionierten Sportredaktionen gut sichtbar aushängen und von der Chefredaktion regelmäßig thematisiert werden.

11. Preis für kritischen Sportjournalismus ausloben

Auch das Ausloben eines Journalistenpreises für eine kritisch-differenzierte Sicht auf die Hintergründe des Sports könnte neue Reizpunkte für mehr differenziertes Engagement der Kollegen setzen, bisher gibt es einen solchen Preis nicht (Journalistenpreise.de 2018).

7 Fazit

Vor dem Hintergrund, dass der Fußball in Deutschland (und darüber hinaus) mit grundlegenden Transformationen konfrontiert wird, kommt dem Sportjournalismus eine besondere Rolle zur Darstellung und Vermittlung unterschiedlicher Interessen zu. Die Kardinalfrage, der sich die Verbände (DFB und DFL) und die Vereine so bald wie möglich stellen müssen: Wie können sich die Vereine weiterentwickeln, wie kann ihre Vermarktung gelingen, ohne die altherwürdige und über Jahrzehnte gewachsene Fußballkultur zu verkaufen?

Denn viele Fans haben die einseitige Gewinnmaximierung im Profifußball satt. Steigende Ticketpreise in den Stadien, Ausdehnung der Spieltage, um mehr Einnahmen zu erzielen. Mit dem gleichen Motiv werden Fußballspiele ausschließlich im Pay TV übertragen, wird die Unterstützung von Amateurvereinen vernachlässigt und steht die Wettbewerbsfähigkeit der Profivereine im Mittelpunkt: Die Entwicklungen werden von einer Mehrheit als Fan-feindliches Verhalten der Verantwortlichen interpretiert. Mit womöglich weit reichenden Folgen einer Abkehr vom Profifußball. Dann könnte die Blase aus überteuerten Preisen eines Tages platzen. Dann stünde der Profifußball vor einem Neustart, auch wenn dies zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht sehr wahrscheinlich erscheint.

Eine kritische, mehrdimensionale Sportberichterstattung ist für die Begleitung der komplexen Prozesse und Entwicklungen in der Welt des Fußballs, wie in anderen gesellschaftlichen Bereichen, unabdingbar. Diese (sport-)journalistische Leistung muss – genau wie Qualitätsjournalismus im Allgemeinen – als notwendiger demokratischer Mosaikstein für die gesamte Gesellschaft gesehen werden, da auch hier eine Wächterfunktion übernommen wird. Der Status Quo der Branche bietet Anlass sowohl für Optimismus als auch für Pessimismus. Einerseits gibt es Lichtblicke wie die Sportberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender und einiger (überregionaler) Qualitätsmedien. Zudem sehen Experten aufgrund von durch Journalisten aufgedeckten Skandalen rund um Themen wie Doping, Korruption und Steuerhinterziehung, eine eindeutige Zunahme von differenziertem Sportjournalismus, die kausal mit einer gesteigerten Nachfrage der Medienrezipienten zusammenhängt.

Auf der anderen Seite sind Fußball und Sendeanstalten durch die TV-Verträge in einer „Produktionskette“ verwachsen, die unabhängige Berichte schwierig gestalten. Schließlich hackt eine Krähe der anderen kein Auge aus. Zudem wird der Sportjournalismus von vielen Medien und Reportern als reiner Unterhaltungsbetrieb betrachtet, bei dem es sich vor allem um das Verbreiten von ein paar taktischen Modellen, Statistiken und Ergebnissen, gespickt mit guter Laune und flotten Sprüchen rund um „König Fußball“ dreht. Journalisten, Manager und Spieler seien eine verschworene Gemeinschaft, säßen im gleichen Boot, finden diese

unkritischen, distanzlosen Sportreporter, die von Kritikern daher auch als Fan-Reporter gescholten werden.

Die zentrale Herausforderung für kritischen Sportjournalismus wird es künftig sein, die „abgeschlossenen Systeme“ zwischen kritischem und unkritischem Sportjournalismus aufzubrechen und die dadurch entstandene „getrennte Medienwelt“ (Ronny Blaschke) so weit wie möglich zu vereinen. Eine Mammutaufgabe, denn die Sensibilisierung von Vereinen und Verbänden dafür, dass es im Sportjournalismus um mehr geht als um eine unterhaltende „1:0-Berichterstattung“, fällt schwer, wenn diese Art des Journalismus nur von wenigen Kollegen praktiziert wird. Zudem erschweren die vereinseigenen Medien die Arbeit der Sportjournalisten, weil Vereine die Medien für die Verbreitung ihrer Botschaften nicht mehr benötigen. Diese Probleme könnten sich noch verstärken, wenn die Medien irgendwann keine Interviews mehr erhalten und keine Bilder mehr senden bzw. drucken dürfen, um frei zu berichten. Daher gilt es für die Sportjournalisten, sich die Anerkennung und den Respekt von Seiten der Rezipienten und Vereine wieder durch mehrdimensionale, relevante – sprich: eine politischere – Sportberichterstattung zu verdienen. Damit allgemein ein Bewusstsein für die Notwendigkeit von kritisch-distanzierter, hintergründiger Berichterstattung geschaffen wird und die Journalisten auch durch die verstärkte Eigenproduktion von Beiträgen der Vereine niemals als überflüssig gelten werden. Voraussetzung dafür ist, dass sich die Sportjournalisten auch im stressigen Alltag an die ethischen und journalistischen Grundsätze (Leitlinien) halten.

Erschwert wird die Arbeit der Sportjournalisten zudem durch die technische Entwicklung. Durch die Digitalisierung und die Verbreitung von Gerüchten oder Halbwahrheiten über die sozialen Medien, den Nachrichtendruck und die Gier nach vielen Klick-Zahlen in einigen Online-redaktionen sowie generelle Sparzwänge bei vielen Medienhäusern, besonders im Printbereich. Als Konsequenz dessen besteht die reale Gefahr, dass immer weniger Sportreporter bei Veranstaltungen vor Ort sind und berichten, sodass es zu einer Art Monopol-Berichterstattung durch wenige Presseagenturen kommen kann. Dadurch ginge Qualität verloren. Aber auch die Vermischung von Journalismus und Public Relations (PR) und „Seitenwechsler“, also Journalisten, die zunächst unabhängig sind und später als Pressesprecher für Vereine und Verbände arbeiten, sind in Zeiten von pauschalen Fake-News-Vorwürfen an die Medien durchaus problematisch für eine Branche, deren Währung Glaubwürdigkeit ist.

Insgesamt bleibt der Eindruck, dass der Fußball „bemerkenswerte Skandale noch nicht ausgestanden [hat], weder in der FIFA noch im DFB. Die Bundesliga kann nicht ewig Umsatzrekorde feiern. Sie braucht ein neues Narrativ, um langfristig stabil zu bleiben. Das Potenzial dafür ist seit langem vorhanden. Es gibt viele kluge Leute im Fußball, die sich sozial engagieren, ob nun als Fanbetreuer, im Klimaschutz oder in der Geschlechtergerechtigkeit. Davon lesen wir [aber] leider nichts“ (Hauke-Steller 2016, Blaschke 2016). Nicht nur der Fußball selbst, so eine mögli-

che Schlussfolgerung, auch der Journalismus und die gesamte Gesellschaft müssen dringend eine Frage klären, die Professor Horky im Interview wie folgt formuliert: „Welchen Wert hat der Sport und damit auch die Sportberichterstattung für unsere Gesellschaft? Warum finanzieren wir etwa über Steuern und Abgaben Großereignisse wie eine WM, wenn es bei der Vergabe Korruptionsfälle gibt?“

Literaturverzeichnis

Ahrens, Peter (2015): Das Sommermärchen-Märchen, in: Spiegel Online, 16.10.2015; <http://www.spiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).

Ahrens, Peter (2018): Blitz und Donner, bitte!, in: Spiegel-Online, 25.4.2018; <http://www.spiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).

Arlt, Hans-Jürgen/Storz, Wolfgang (2011): Drucksache „Bild“ – Eine Marke und ihre Mägde. Arbeitsheft 67, Otto Brenner Stiftung: Frankfurt am Main; <https://www.otto-brenner-stiftung.de> (abgerufen 10.08.2018).

Arlt, Hans-Jürgen/Storz, Wolfgang (2016): Journalist oder Animator – ein Beruf im Umbruch. Thesen, Analysen und Materialien zur Journalismusdebatte. Arbeitspapier 22, Otto Brenner Stiftung: Frankfurt am Main; <https://www.otto-brenner-stiftung.de> (abgerufen 10.08.2018).

Armbrüster, Tobias/Reese, Klaas (2018): Bundesligaschelte und Kommerzdebatte, in: Deutschlandfunk, 17.1.2018; <http://www.deutschlandfunk.de> (abgerufen 10.08.2018).

Audi Star Talk (2012): Best of Audi Star Talk 2012 – Teil 1, in: <https://www.youtube.com> (abgerufen 10.08.2018).

Bauer, Florian (2015): Anzeigengeschäft – neue Potenziale, in: Jahrbuch Zeitungen 2014/2015, bdzv.de, 15.1.2015; <http://www.bdzv.de> (abgerufen 10.08.2018).

Beyer, Tim (2017): Der Journalist, das unerwünschte Wesen, in: ZEIT Online, 22.3.2017; <https://www.zeit.de> (abgerufen 10.08.2018).

Binz, Lena/Schlosser, Antonia (ifp) (2017): Investigativer Sportjournalismus – 5 Tipps für junge Sportjournalisten, in: Netzwerk Recherche, 9.6.2017; <https://netzwerkrecherche.org> (abgerufen 10.08.2018).

Blaschke, Ronny (2016): „Gesellschaftsspielchen“. Fußball zwischen Hilfsbereitschaft und Heuchelei. Verlag Die Werkstatt, Göttingen. Auszüge als Essay unter: <http://www.faz.net> (abgerufen 10.08.2018).

Bouhs, Daniel (2017): Die Nebenjobs von ARD- & ZDF-Sportmoderatoren, in: ZAPP-Medienmagazin, NDR, 18.1.2017; <https://www.ndr.de> (abgerufen 10.08.2018).

Bouhs, Daniel (2018): ARD-Sportmoderatoren: Neue Regeln für Nebentätigkeit?, in: ZAPP-Medienmagazin, NDR, 9.2.2018; <https://www.ndr.de> (abgerufen 10.08.2018).

Brüggemann, Axel (2017): Jörg Wontorra: „Bremen muss groß denken“, in: Weser Kurier, 4.3.2017; <https://www.weser-kurier.de> (abgerufen 10.08.2018).

Buchmaier, Wilfried/Zieschang, Klaus (1986): Über den Umgang mit Sportjournalisten. Medienkunde für Trainer, in: Trainer-Bibliothek Ausgabe 24; Deutscher Sportbund Bundesausschuss Leistungssport.

CHECK 24 Doppelpass (2017): Lemke kritisiert Transferwahn, in: Sport1.de, 3.9.2017; <https://www.sport1.de> (abgerufen 10.08.2018).

CHECK 24 Doppelpass (2018): Hitzige Debatte um Abseitstor des HSV, in: <https://www.youtube.com> (abgerufen 10.08.2018).

Der Spiegel (2015): Schwarze Kasse – Fußball-WM 2006 mutmaßlich gekauft, in: Spiegel Online, 16.10.2015 und Spiegel Ausgabe 43/2015; <http://www.spiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).

Der Spiegel (2018): Football Leaks – Alle Artikel und Hintergründe, in: Spiegel Online, Zugriff: 23.7.2018; <http://www.spiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).

Deutsche Sporthochschule Köln (2017): „Sind Sportjournalisten auch nur Fans? Zwischen Hofberichterstattung und Enthüllungsjournalismus“, Veranstaltung vom 31.5.2017; <https://www.dshs-koeln.de> (abgerufen 10.08.2018).

Deutschlandfunk (2018): Gehören politische Debatten zur WM nach Russland?, in: Deutschlandfunk, 10.6.2018; <http://www.deutschlandfunk.de> (abgerufen 10.08.2018).

DFL (2015): Bundesliga-Report 2015, in: bundesliga.com, 22. Januar 2015, <https://www.bundesliga.com> (abgerufen 10.08.2018).

DPA (2018): ARD-Dopingexperte Seppelt verzichtet auf WM-Reise, in: Welt.de, 14.6.2018; <https://www.welt.de> (abgerufen 10.08.2018).

ElsPASS, Leon/Zitouni, Mounir (2018): „Wenig Licht in Enkes Schatten“ und „Man sieht es den Spielern nicht an“, in: Kicker Magazin Nr. 30, 9.4.2018.

FAZ.net (2017): „Das hat beim Pokalfinale nichts zu suchen“, in: FAZ.net, 28.5.2017; <http://www.faz.net> (abgerufen 10.08.2018).

F.C. Hansa Rostock (2017): Mitgliederversammlung des F.C. Hansa Rostock e.V. 2017, 19.11.2017; <https://www.fc-hansa.de> (abgerufen 10.08.2018).

FC Play Fair! – Verein für Integrität im Profifußball e.V. (2017): Situationsanalyse Profifußball 2017 – Aktuelle Probleme, Herausforderungen und Lösungsansätze im (deutschen) Profifußball 2017. Eine empirische Studie des FC Play Fair!, erstellt vom Deutschen Institut für Sportmarketing in Kooperation mit dem Kicker Sportmagazin; <https://www.fcplayfair.org> (abgerufen 10.08.2018).

Feindt, Henning (2018): Darum ist Özil der Erdogan-Skandal so egal, in: <https://sportbild.bild.de> (abgerufen 10.08.2018).

Gilbert, Cathrin (2017): „Und zack, ist das Geld da!“, in: DIE ZEIT Nr. 31/2017, 27. Juli 2017; <https://www.zeit.de> (abgerufen 10.08.2018).

Grimmer, Christoph G. (2014): Kooperation oder Kontrolle? Eine empirische Untersuchung zum Spannungsverhältnis von Pressesprechern in der Fußball-Bundesliga und Journalisten, in: Sportkommunikation Band 11, Herbert von Halem Verlag.

Haffner, Steffen (2017): Der Sportjournalismus damals und heute, in: Sportjournalist, Nr. 1/2017; <https://www.sportjournalist.de> (abgerufen 10.08.2018).

Hauke-Steller, Frank (2016): Fußball-Berichterstattung: „Nennen wir das bitte nicht Journalismus“, in: Kress.de, 12.10.2016; <https://kress.de> (abgerufen 10.08.2018).

Hauke-Steller, Frank (2017): „Spiegel“-Reporter Rafael Buschmann über Fußballjournalismus: „Bei regionalen Tageszeitungen besteht ein enormes Abhängigkeitsverhältnis“, in: Kress.de, 20.6.2017; <https://kress.de> (abgerufen 10.08.2018).

Helms, Meike (2016): „Ohne kritischen Sportjournalismus droht der Sport im Korruptionssumpf zu versinken“, in: Impulse Ausgabe 01/2016; <https://www.dshs-koeln.de> (abgerufen 10.08.2018).

Herkel, Günther (2015): Verwerfungen im Sportjournalismus, in: Menschen Machen Medien (MMM) Ver.di (Hrsgb.) Heft 04/2015; <https://mmm.verdi.de> (abgerufen 10.08.2018).

Hochschule Magdeburg/Stendal (2018): Das Spiel ist aus? Fußball zwischen Kommerz und Fankultur, Veranstaltung vom 19.4.-7.6.2018; <https://www.hs-magdeburg.de> (abgerufen 10.08.2018).

- Horeni, Michael (2014): Was ist noch echt im Fußball?, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 17.11.2014; <http://www.faz.net> (abgerufen 10.08.2018).
- Horn, Marion (2016): WM in Russland sofort absagen, in: Bild.de, 8.10.2016; <https://www.bild.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Hummel, Thomas (2018): Alle nicken. Muss man mehr dazu sagen?, in: Sueddeutsche.de, 14.6.2018; <http://www.sueddeutsche.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Hummel, Thomas (2018) „Das ist sprachlicher Schrott“, in: Sueddeutsche.de, 14.6.2018; <http://www.sueddeutsche.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Journalistenpreise.de (2018): Das Portal für preisgekrönten Journalismus – Übersicht über Auszeichnungen aller journalistischen Kategorien; <http://www.journalistenpreise.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Kicker (2017): Rettig: „Ältere können sich den ‚Luxus Fußball‘ nicht mehr erlauben“, in: Kicker.de, 18.6.2017; <http://www.kicker.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Kicker (2018): 50+1: Die exakte Regelung, in: Kicker.de, 5.2.2018; <http://www.kicker.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Kicker (2018): Andere Meister als Bayern bis 2025? Watzke: „Davon bin ich überzeugt“. Teil 7 der Serie „50+1 – Fluch oder Segen“, in: Kicker Magazin Nr. 30, 9.4.2018; <http://www.kicker.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Klawitter, Nils/Rosenbach, Marcel/Wulzinger, Michael (2002): „Es soll menschen“, in: Der Spiegel Ausgabe 7/2002; <http://www.spiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Körte, Peter (2018): „Ein bisschen Klarheit“, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung Nr. 23, S. 45.
- Leyendecker, Hans (2006): Klebrige Nähe. Anmerkungen zur Korruption im modernen deutschen Sportjournalismus., in: Weinreich, Jens (Hrsg.): Korruption im Sport. S. 228-240. Forum Verlag, Leipzig.
- Ludwig, Udo/zu Dohna, Jesko/Neumann, Thilo/Poppe, Thorsten/Röhn, Tim (2017): „Wenn sich die große Liebe als geldgeile Prostituierte entpuppt“, in: Spiegel Ausgabe 47/2017; <http://www.spiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Mathwig, Inga (2017): Alles Werder? Leserbindung mit Fußball-News, in: ZAPP-Medienmagazin, NDR, 29.11.2017; <https://www.ndr.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Niggemeier, Stefan (2006): Mein Verein, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 23.01.2006; <http://www.faz.net> (abgerufen 10.08.2018).
- Raack, Alex (2018): „Das höchste Glück für jeden Reporter“, in: Sportjournalist Nr. 10/2017.
- Réthy, Béla/Hosny, Halim (2018): Kick & Cash – Macht Geld den Fußball kaputt?, in: ZDF-Mediathek, 27.05.2018; <https://www.zdf.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Rehling, Adrian (2018): Verrückte Bilder – Fans im Innenraum, während Spiel läuft, in: Welt.de, 19.2.2018; <https://www.welt.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Rudde, Bastian (2017): „Fußball-Blase“ – Maßlosigkeit statt Weitsichtigkeit?, in: Deutschlandfunk, 17.4.2017; <http://www.deutschlandfunk.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Schellhammer, Simone (2012): „Wir wollen die Gräben zuschütten“, in: Tagesspiegel, 3.6.2012; <https://www.tagesspiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).

- Schneider, Frank (2017): Weil sie die Wahrheit schrieb – 1860 sperrt Bild-Reporterin aus, in: Bild.de, 3.3.2017; <https://www.bild.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Schröder, Jens (2017): Die Hinrunden-Bilanz der Bundesliga-Quoten: Sky so stark wie nie, „Sportschau“ verliert Zuschauer, in: Meedia, 18.12.2017; <https://meedia.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Seppelt, Hajo (2018): Seppelt über Doping im russischen Fußball, in: ARD Sportschau, 14.6.2018; <https://www.ardmediathek.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Sky (2018): Resümee nach dem letzten Spieltag, in: Wontorra – der KIA Fußball Talk, in: Youtube.com, 13.5.2018; <https://www.youtube.com> (abgerufen 10.08.2018).
- Sonnenschein, Bettina (2016): Warum Digitalisierung und Qualität kein Widerspruch sind, in: Horizont.net, 28.10.2016; <https://www.horizont.net> (abgerufen 10.08.2018).
- Spiller, Christian (2014): Journalisten sind auch nur Fans, in: ZEIT Online, 2.4.2014; <https://www.zeit.de/> (abgerufen 10.08.2018).
- SPOBIS (2018): Das Sportbusiness-Festival – Highlights 2018, in: SPOBIS.de, <https://www.spobis.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Sponsoren News (2017): Online-Magazin des Zweitligisten SSV Jahn Regensburg , in: ssv-jahn.de. <https://www.ssv-jahn.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Sport Inside (2018): Das Problem mit den rechten Hools bei Länderspielen, in: Sport Inside, 22.3.2018; <https://www1.wdr.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Sportschau (2018): 50+1-Regel bleibt bestehen, in: Sportschau.de, 22.3.2018; <https://www.sportschau.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Sport Vines Compilation (2014): Die größten Ausraster und Sprüche der Bundesliga, in: Youtube.com, 25.1.2014; <https://www.youtube.com> (abgerufen 10.08.2018).
- Storr, Maximilian (2017): Das Financial Fair-Play auf dem Prüfstand, in: Sportschau.de, 3.8.2017.
- Tagesspiegel (2016): Abgetrennter Bullenkopf: Geschmackloser Protest gegen RB Leipzig, in: Tagesspiegel, 21.08.2016; <https://www.tagesspiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Tagesspiegel (2018): Proteste beim Heimsieg für Eintracht Frankfurt, in: Tagesspiegel, 19.02.2018; <https://www.tagesspiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Theobald, Alfred (1999): Es gibt viele Spielarten von Bestechung und Bestechlichkeit im deutschen Journalismus, in: Tagesspiegel, 4.11.1999; <https://www.tagesspiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).
- UEFA (2014): Finanzielles Fairplay kurz erklärt, in: UEFA.com, 28.2.2014; <https://de.uefa.com> (abgerufen 10.08.2018).
- Verband Deutscher Sportjournalisten e. V. (VDS) (2009): Leitlinien des Sportjournalismus, in: www.sportjournalist.de; <https://www.sportjournalist.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Weinreich, Jens (2009): „Leitlinien des Sportjournalismus“, in: www.jensweinreich.de, 2.11.2009; <https://www.jensweinreich.de> (abgerufen 10.08.2018).
- Weinreich, Jens (2018): Sport & Politics. Recherchen in der olympischen Parallelgesellschaft; <https://www.jensweinreich.de> (abgerufen 10.08.2018).

Welt (2016): DFL bestätigt fünf Bundesliga-Montagsspiele ab 2017, in: Welt, 12.4.2016; <https://www.welt.de> (abgerufen 10.08.2018).

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die deutschen Journalisten. Konstanz: UVK 2006.

Wiemann, Uwe (2007): Wie im Krieg? Über das komplizierte Verhältnis von Fußball, Sprache und Pazifismus, in: www.fussball-kultur.org, 14.10.2007; <http://www.fussball-kultur.org> (abgerufen 10.08.2018).

Windmann, Antje (2018): „Die Sache mit dem Brechreiz, es ist das erste Mal, dass ich darüber spreche“, in: Der Spiegel, Nr. 11/2018; <http://www.spiegel.de> (abgerufen 10.08.2018).

Wöckener, Lutz (2015): Protest gegen RB Leipzig und seine Fans eskaliert, in: Welt, 9.3.2015; <https://www.welt.de> (abgerufen 10.08.2018).

Zudeick, Peter (1987): Ein Schmiergeld namens Nähe, in: Transatlantik, H. 1, S. 25-29.

Interviewverzeichnis

Journalisten:

Interview Günther Koch (2018): Günther Koch, freier Radioreporter und Journalist, telefonisch interviewt im Februar 2018

Interview Müller (2018): Jan-Christian Müller, Sportredakteur bei der Frankfurter Rundschau, telefonisch interviewt im Februar 2018

Interview Blaschke (2018): Ronny Blaschke, freier Journalist und Buchautor, telefonisch interviewt im März 2018

Interview Schlammerl (2018): Elisabeth Schlammerl, freie Journalistin und Vizepräsidentin des Berufsverbands VDS (Verband Deutscher Sportjournalisten e. V.), telefonisch interviewt im März 2018

Vereins-Pressesprecher:

Interview Froberg (2018): Sven Froberg, Leiter Medien und Kommunikation beim von Bundesligisten VFL Wolfsburg, telefonisch interviewt im April 2018

Interview Mesch (2018): Dirk Mesch, Pressesprecher von Bundesligist Bayer 04 Leverkusen, interviewt per E-Mail, im März 2018

Interview Pieper (2018): Christoph Pieper, Pressesprecher FC St. Pauli (2. Liga), persönlich interviewt in Hamburg, im März 2018

Interview Anonym (2018): Anonymes Interview mit dem Pressesprecher eines weiteren Vereins der ersten Bundesliga, telefonisch interviewt im März 2018

Sonstige:

Interview Balkausky (2018): ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky, interviewt per E-Mail, im Februar 2018

Interview Horky (2018): Prof. Dr. Thomas Horky, Lehrbeauftragter für Sportjournalismus an der Hochschule Macromedia in Hamburg und Buchautor, Interview per Skype, im März 2018

Interview Koch (2018): Dr. Thomas Koch, Professor für Publizistik am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, telefonisch interviewt im März 2018

Hinweise zum Autor

Tonio Postel, Jahrgang 1977, geboren in Frankfurt/Main, lebt seit 2002 in Hamburg. Neben dem Studium der Kulturanthropologie arbeitete er für die *Frankfurter Rundschau* und die *taz*/Hamburg. 2005 wurde Postel an der Henri-Nannen-Journalistenschule angenommen, wo er Ende 2007 seinen Abschluss als Redakteur machte. Vorher und nachher freie Mitarbeit bei Medien wie: *Die Zeit*, *Stern*, *Spiegel Online*, *FR*, *FAZ*, *Geolino*, *Publik Forum* etc. Seine Schwerpunkte liegen auf sozialen, gesellschaftlichen Geschichten und im Bildungsbereich.

Seit 2009 ist Tonio Postel darüber hinaus lizenzierter Tennis- und seit 2012 auch Ballschultrainer. Er trainiert Kinder, Jugendliche und Erwachsene im Breitensport, derzeit für den THCC Rot-Gelb und Grün-Weiß Eimsbüttel in Hamburg. Von 2014 bis 2018 betreute Postel zudem als Schulbegleiter im Rahmen der Inklusion Kinder mit Lern- und Entwicklungsstörungen an fünf Hamburger Grundschulen.

Weitere Stationen

- Artikel in der *FR* über Anwohner, die in einem Hamburger Villenviertel eine Flüchtlingsunterkunft verhindern wollten: „Kein Platz für Flüchtlinge“ (2015)
- Porträtreihe über Männer in der Pflege für das Bundesfamilienministerium: „Auf fremdem Terrain – Wenn Männer pflegen“ (2012)
- Porträtband über Frauen als Familienernährerinnen: „Mama zahlt!“ Herausgeberinnen: Annegret Kramp-Karrenbauer und Kristina Schröder, Herder Verlag (2012)
- Veröffentlichung einer Geschichte über mosambikanische Arbeitssklaven im *Stern* (2009)
- Aufmacher der *KinderZeit* (*Die Zeit*) über Schule vor 100 Jahren: „Lernen! Zack, zack!“ (2009) und über die Lernbedingungen von Kindern in einem Dorf in Mosambik: „Lernen unterm Baum“ (2009)
- Aufmacher im Ressort Beruf und Chance (*FAZ*) über Studenten, die in einem von Migranten geprägten Hamburger Stadtviertel mittels Mietnachlass für soziale Durchmischen sorgen sollten: „Vertreibung aus dem Paradies“ (2008)
- Aufmacher im Ressort Chancen (*Die Zeit*) über das Schulsterben in Ostdeutschland „Ein Bus wird kommen“ (2007)

- Nr. 32 Unsichere Arbeit – unsichere Mitbestimmung. Die Interessenvertretung atypisch Beschäftigter (Berndt Keller)
- Nr. 31 Aufstocker im Bundestag III – Eröffnungsbilanz der Nebenverdienste der Abgeordneten zu Beginn der 19. Wahlperiode (Sven Osterberg)
- Nr. 30 Netzwerk AfD. Die neuen Allianzen im Bundestag (Malene Gürgen, Christian Jakob, Sabine am Orde)
- Nr. 29 Lindners FDP. Profil – Strategie – Perspektiven (Michael Freckmann)
- Nr. 28 Unternehmensteuern in Deutschland. Rechtliche Grauzonen und zivilgesellschaftliche Alternativen (Christoph Trautvetter, Silke Ötsch, Markus Henn)
- Nr. 27 Polarisiert und radikalisiert? Medienmisstrauen und die Folgen (Oliver Decker, Alexander Yendell, Johannes Kiess, Elmar Brähler)
- Nr. 26 Aufstocker im Bundestag II – Bilanz der Nebenverdienste der Abgeordneten in der 18. Wahlperiode (Sven Osterberg)
- Nr. 25 Unterhaltung aus Bayern, Klatsch aus Hessen? Eine Programmanalyse von BR und hr (Eva Spittka, Matthias Wagner und Anne Beier)
- Nr. 24 #MythosTwitter – Chancen und Grenzen eines sozialen Mediums (Mathias König und Wolfgang König)
- Nr. 23 Informationsfreiheit – Mehr Transparenz für mehr Demokratie (Arne Semsrott)
- Nr. 22 Journalist oder Animateur – ein Beruf im Umbruch. Thesen, Analysen und Materialien zur Journalismusdebatte (Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz)
- Nr. 21 Ausverkauf des Journalismus? – Medienverlage und Lobbyorganisationen als Kooperationspartner (Marvin Oppong)
- Nr. 20 Die AfD vor den Landtagswahlen 2016 – Programme, Profile und Potenziale (Alexander Hensel, Lars Geiges, Robert Pausch und Julika Förster)
- Nr. 19 Bürgerbeteiligung im Fernsehen – Town Hall Meetings als neues TV-Format? (Nils Heisterhagen)
- Nr. 18 „Querfront“ – Karriere eines politisch-publizistischen Netzwerks (Wolfgang Storz)
- Nr. 17 Information oder Unterhaltung? – Eine Programmanalyse von WDR und MDR (Joachim Trebbe, Anne Beier und Matthias Wagner)
- Nr. 16 Politische Beteiligung: Lage und Trends (Rudolf Speth)
- Nr. 15 Der junge Osten: Aktiv und Selbstständig – Engagement Jugendlicher in Ostdeutschland (Jochen Roose)
- Nr. 14 Wettbewerbspopulismus – Die Alternative für Deutschland und die Rolle der Ökonomen (David Bebnowski und Lisa Julika Förster)
- Nr. 13 Aufstocker im Bundestag – Nebeneinkünfte und Nebentätigkeiten der Abgeordneten zu Beginn der 18. Wahlperiode (Herbert Hönigsberger)
- Nr. 12 Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV. Eine vergleichende Programmanalyse von SWR und NDR (Joachim Trebbe)
- Nr. 11 Die sechste Fraktion. Nebenverdiener im Deutschen Bundestag (Herbert Hönigsberger)
- Nr. 10 Chancen der Photovoltaik-Industrie in Deutschland (Armin Räuber, Werner Warmuth, Johannes Farian)
- Nr. 9 Logistik- und Entwicklungsdienstleister in der deutschen Automobilindustrie – Neue Herausforderungen für die Gestaltung der Arbeitsbeziehungen (Heinz-Rudolf Meißner)

Die Otto Brenner Stiftung ...

... ist die gemeinnützige Wissenschaftsstiftung der IG Metall. Sie hat ihren Sitz in Frankfurt am Main. Als Forum für gesellschaftliche Diskurse und Einrichtung der Forschungsförderung ist sie dem Ziel der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet. Besonderes Augenmerk gilt dabei dem Ausgleich zwischen Ost und West.

... initiiert den gesellschaftlichen Dialog durch Veranstaltungen, Workshops und Kooperationsveranstaltungen (z. B. im Herbst die OBS-Jahrestagungen), organisiert Konferenzen, lobt jährlich den „Brenner-Preis für kritischen Journalismus“ aus, fördert wissenschaftliche Untersuchungen zu sozialen, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischen Themen, vergibt Kurzstudien und legt aktuelle Analysen vor.

... informiert regelmäßig mit einem Newsletter über Projekte, Publikationen, Termine und Veranstaltungen.

... veröffentlicht die Ergebnisse ihrer Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“ oder als Arbeitspapiere (nur online). Die Arbeitshefte werden, wie auch alle anderen Publikationen der OBS, kostenlos abgegeben. Über die Homepage der Stiftung können sie auch elektronisch bestellt werden. Vergriffene Hefte halten wir als PDF zum Download bereit.

... freut sich über jede ideelle Unterstützung ihrer Arbeit. Aber wir sind auch sehr dankbar, wenn die Arbeit der OBS materiell gefördert wird.

... ist zuletzt durch Bescheid des Finanzamtes Frankfurt am Main V (-Höchst) vom 29. Mai 2018 als ausschließlich und unmittelbar gemeinnützig anerkannt worden. Aufgrund der Gemeinnützigkeit der Otto Brenner Stiftung sind Spenden steuerlich absetzbar bzw. begünstigt.

Unterstützen Sie unsere Arbeit, z. B. durch eine zweckgebundene Spende

Spenden erfolgen nicht in den Vermögensstock der Stiftung, sie werden ausschließlich und zeitnah für die Durchführung der Projekte entsprechend dem Verwendungszweck genutzt.

Bitte nutzen Sie folgende Spendenkonten:

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zum Schwerpunkt:

- Förderung der internationalen Gesinnung und des Völkerverständigungsgedankens

Bank:	HELABA Frankfurt/Main
IBAN:	DE11 5005 0000 0090 5460 03
BIC:	HELA DE FF

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zu den Schwerpunkten:

- Angleichung der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Ost- und Westdeutschland (einschließlich des Umweltschutzes)
- Entwicklung demokratischer Arbeitsbeziehungen in Mittel- und Osteuropa
- Verfolgung des Zieles der sozialen Gerechtigkeit

Bank:	HELABA Frankfurt/Main
IBAN:	DE86 5005 0000 0090 5460 11
BIC:	HELA DE FF

Geben Sie bitte Ihre vollständige Adresse auf dem Überweisungsträger an, damit wir Ihnen nach Eingang der Spende eine Spendenbescheinigung zusenden können. Oder bitten Sie in einem kurzen Schreiben an die Stiftung unter Angabe der Zahlungsmodalitäten um eine Spendenbescheinigung. Verwaltungsrat und Geschäftsführung der Otto Brenner Stiftung danken für die finanzielle Unterstützung und versichern, dass die Spenden ausschließlich für den gewünschten Verwendungszweck genutzt werden.

Aktuelle Ergebnisse der Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“

- **OBS-Arbeitsheft 94**
Olaf Hoffjahn, Oliver Haidukiewicz
Deutschlands Blogger
Die unterschätzten Journalisten
- **OBS-Arbeitsheft 93***
Michael Haller
Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien
Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information
- **OBS-Arbeitsheft 92***
Bernd Gäbler
AfD und Medien
Analyse und Handreichungen
- **OBS-Arbeitsheft 91***
Alexander Hensel, Florian Finkbeiner u. a.
Die AfD vor der Bundestagswahl 2017
Vom Protest zur parlamentarischen Opposition
- **OBS-Arbeitsheft 90***
Hans-Jürgen Arlt, Martin Kempe, Sven Osterberg
Die Zukunft der Arbeit als öffentliches Thema
Presseberichterstattung zwischen Mainstream und blinden Flecken
- **OBS-Arbeitsheft 89**
Christina Köhler, Pablo Jost
Tarifkonflikte in den Medien
Was prägt die Berichterstattung über Arbeitskämpfe?
- **OBS-Arbeitsheft 88***
Bernd Gäbler
Quatsch oder Aufklärung?
Witz und Politik in heute show und Co.
- **OBS-Arbeitsheft 87***
Kim Otto, Andreas Köhler, Kristin Baars
„Die Griechen provozieren!“
Die öffentlich-rechtliche Berichterstattung über die griechische Staatsschuldenkrise
- **OBS-Arbeitsheft 86***
Lutz Frühbrodt
Content Marketing
Wie „Unternehmensjournalisten“ die öffentliche Meinung beeinflussen
- **OBS-Arbeitsheft 85***
Sabine Ferenschild, Julia Schniewind
Folgen des Freihandels
Das Ende des Welttextilabkommens und die Auswirkungen auf die Beschäftigten
- **OBS-Arbeitsheft 84***
Fritz Wolf
„Wir sind das Publikum!“
Autoritätsverlust der Medien und Zwang zum Dialog

* Printfassung leider vergriffen; Download weiterhin möglich.

OBS-Arbeitspapier 33

Zwischen Fanreportern und Spielverderbern
Fußballjournalismus auf dem Prüfstand