



- 7 Vgl. Frütel (2005), S. 92 ff.
 8 Vgl. Goldmedia (2005) und Sportfive (2002).
 9 Vgl. Becker (1983); Wipper (2003); Wanta (2006).

Der Autor

Dr. Dipl.-Sportwiss. Thomas Horky, Jg. 1965, ist seit April 2007 Lehrkraft für besondere Aufgaben am Institut für Sportpublizistik der Deutschen Sporthochschule in Köln mit den Arbeitsschwerpunkten Mediensport und Inszenie-

rung, Qualitätsmerkmale von Sportjournalismus, Sportjournalismus und Unterhaltung. Er studierte Sportwissenschaft, Journalistik und Linguistik in Hamburg und volontierte bei der Deutschen Presse-Agentur (dpa). Er arbeitete als freier Journalist für verschiedene Medien sowie in der Öffentlichkeitsarbeit. Von 1994 bis 1997 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachbereich Sportwissenschaft der Universität Hamburg, von 2004 bis 2007 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Hamburger Institut für Sportjournalistik und Lehrbeauftragter der Universitäten Hamburg, Leipzig und Lüneburg.



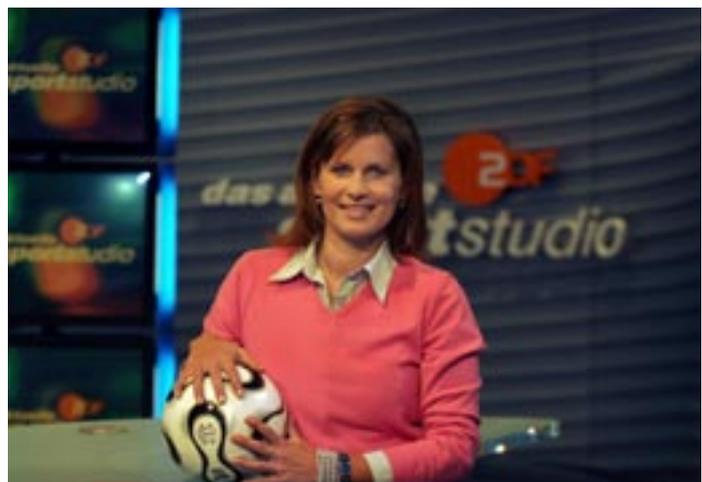
Frauen stehen längst ihren Mann

Akzeptanz und Bekanntheit von Frauen im Sportjournalismus

Zusammenfassung

Sie werden Intendantin, Chefredakteurin oder Ressortleiterin und übernehmen im Journalismus an exponierten Stellen erfolgreich Verantwortung. Nur im Sportjournalismus stehen Frauen immer noch sehr oft dort, wo man im Sport tunlichst nicht stehen sollte, im Abseits. Die Popularität einiger weniger TV-Protagonistinnen täuscht über die wirklichen Verhältnisse in den Sportredaktionen hinweg. Dabei ist die Akzeptanz für Sportjournalistinnen beim Publikum größer als erwartet und vielleicht auch größer als manchem männlichen Fachkollegen lieb. Nicht nur als Moderatorin, sondern auch als Kommentatorin und sogar als Live-Reporterin von Fußballspielen werden Frauen von den Zuschauern befürwortet. Dies zeigt eine explorative Bevölkerungsumfrage, die am Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation der TU München durchgeführt wurde.

„Solange es uns gelingt, die Frauen im Sportjournalismus noch namentlich aufzuzählen, wissen wir, dass hier etwas falsch läuft.“¹ Sabine Töpferwien weiß, wovon sie redet. Denn bei ihrem Karrierestart im Radio und auf ihrem Weg zur Hörfunk-Sportchefin des Westdeutschen Rundfunks musste sie massive Widerstände überwinden. Dementsprechend erinnert sie sich noch gut daran, wie ihr vor Jahren der Bremer-Trainer Otto Rehhagel ein Interview nur deshalb verweigerte, weil sie eine Frau ist. „Mädchen, mit Ihnen soll ich über Fußball reden, da schicken Sie mir doch lieber Ihren Bruder, den Rolf.“



Quelle: Erwin Elsner, dpa

Wenige prominente Gesichter (hier: Kathrin Müller-Hohenstein) täuschen über den geringen Anteil von Frauen im Sportjournalismus hinweg.

Natürlich sind solche Zeiten längst Vergangenheit. Doch haben sie sich wirklich geändert? Oder anders gefragt: Sind gesellschaftliche Akzeptanz sowie mediale Chancen für Frauen im Sportjournalismus tatsächlich gestiegen?

Auf den ersten Blick sieht es so aus, weil bestimmte TV-Moderatorinnen wie Monica Lierhaus in der ARD oder Kathrin Müller-Hohenstein vom ZDF sich in populären Fernsehformaten erfolgreich etabliert haben. Doch bei genauerem Hinsehen wird klar, dass im Gegensatz zu anderen Medien gerade im Fernsehen Sportjournalistinnen bereits seit Jahrzehnten gute Aussichten besitzen. Am 3. Feb-



ruar 1973 moderierte mit Carmen Thomas zum ersten Mal eine Frau eine TV-Sportsendung. Auch wenn dieser vom ZDF gewagte „Feldversuch“ im „aktuellen Sportstudio“ scheiterte, die Pionierleistung sorgte für viele Nachahmerinnen. Es folgten noch in den Siebzigern Sissy de Mas und Magdalena Müller, in den Achtzigern Doris Papperitz und Christa Haas und in den Neunzigern Christine Reinhart sowie Kristin Otto. Mit Anne Will und später Silke Böschen im Ersten bzw. Marianne Kreutzer (BR) sowie Sabine Hartelt (WDR) in den Dritten zogen andere öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten nach. Auch kommerzielle TV-Stationen setzen längst auf Frontfrauen, wie z. B. RTL auf Ulrike von der Groeben, das DSF auf Daniela Fuß oder der Pay-TV-Sender Premiere auf Jessica Kastrop.

Doch die wenigen Sportjournalistinnen, die teilweise selbst zum Gegenstand öffentlicher Aufmerksamkeit werden, repräsentieren keinesfalls den publizistischen Mainstream. Vereinzelt herausragende Protagonistinnen produzieren ein falsches Bild von den tatsächlichen Verhältnissen in den Sportredaktionen. Zwar stieg die Frauenquote im Sportjournalismus in den letzten Jahren leicht an, und zwar von 7,3 Prozent im Jahr 1993² auf 11,3 Prozent im Jahr 2004³. International liegt der Wert lediglich bei 6,9 Prozent.⁴ Der Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS) zählt 2007 knapp 9 Prozent weibliche Mitglieder. Doch ganz gleich, welche Studie oder Statistik man zitiert, der Frauenanteil im Sportressort liegt deutlich unter dem Durchschnitt des Frauenanteils im deutschen Journalismus allgemein, denn dieser wird für das Jahr 2005 mit 37 Prozent beziffert.⁵ Der schwache Status des schwachen Geschlechts wird außerdem daran ablesbar, dass Frauen in leitenden Funktionen stark unterrepräsentiert sind. Sportabteilungsleiterinnen trifft man selten, Sportchefinnen fast gar nicht. Dies hat natürlich damit zu tun, dass Beruf und Familie gerade im Sportjournalismus nur schwer zu vereinbaren sind. Sportereignisse finden vorwiegend am Wochenende oder am Abend statt. Ein hohes Maß an räumlicher Mobilität und zeitlicher Flexibilität lassen sich mit Kindern für Sportreporterinnen scheinbar schwerer realisieren als für deren männliche Kollegen. Doch darüber hinaus müssen Frauen im Sportjournalismus auch zu Beginn des 3. Jahrtausends immer noch gegen verschiedene Vorbehalte und Vorurteile kämpfen und um Akzeptanz in eigener Sache werben.

Fünffach-Akzeptanz

Um als Frau in den Sportjournalismus hineinzukommen, aber vor allem, um dort reüssieren zu können, sind nicht nur ein hohes Maß an Fach- und Vermittlungskompetenz grundlegend, sondern es ist auch ein großes Maß an Akzeptanz notwendig. Mit Blick auf akteurtheoretische Konzepte und Modelle ist die Akzeptanz von (Medien-)Akteuren – und zwar geschlechtsunabhängig – immer auch von persönlichen Motiven, subjektiven Interessen sowie individuellen Einflusspotenzialen anderer (Medien-)Akteure abhängig.⁶ Das ist im Sportjournalismus nicht anders. Hier kommt aber noch hinzu, dass die Einsatzchancen und Berichterstattungsmöglichkeiten von Frauen stets von der jeweiligen Sportart bzw. von dem speziellen Sportevent abhängen. Die Akzeptanzfrage für Berichterstatteurinnen wird bei frauenaffinen Sportarten anders beantwortet als bei männerdominierten Disziplinen. Daher ist der Kampf um Akzeptanz für Sportjournalistinnen auf fünf unterschiedlichen, aber miteinander korrespondierenden Ebenen zu führen.

Akzeptanzebene 1: Die männlichen Kollegen in der eigenen Redaktion, die bei der Vergabe von Themen und bei der Besetzung von Posten und Funktionen nicht nach dem Motto „Ladies first“ verfahren wollen.

Akzeptanzebene 2: Die Konkurrenten anderer Redaktionen, die bei der Auseinandersetzung um Inhalte und Interviews sowie im Ringen um Auflagenzahlen und Quoten keine Rücksicht auf das Geschlecht des intermediären Kontrahenten nehmen können.

Akzeptanzebene 3: Die Boulevardpresse, die seit Jahrzehnten Frauen im Sportjournalismus mit besonders kritischer Aufmerksamkeit und einem gewissen Argwohn begleitet.

Akzeptanzebene 4: Die Spitzensportler, Trainer und Funktionäre, denen es mal schwerer oder leichter fällt, Frauen als publizistisches Korrektiv anzunehmen und als Kritiker ihrer Arbeit auch tatsächlich ernst zu nehmen.

Akzeptanzebene 5: Das Publikum, das Sportjournalistinnen natürlich auch bewertet, wobei es über Alltagsbeobachtungen hinaus, wenig empirisch gesicherte Erkenntnisse zu Meinungen und Ein-



stellungen der Öffentlichkeit gegenüber Frauen im Sportjournalismus gibt.

Gerade diese fünfte Akzeptanzebene stand im Fokus einer Untersuchung, die 2007 am Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation der Technischen Universität München durchgeführt wurde.

Explorative Fallstudie

Was denken Zuschauer, Hörer, Leser und User über Sportjournalistinnen im Fernsehen? So lautet die übergeordnete forschungsleitende Fragestellung einer explorativen Bevölkerungsumfrage, die natürlich keinerlei Anspruch auf Repräsentativität erhebt und dennoch eine Reihe bemerkenswerter Trendaussagen zu einem immer noch höchst sensiblen Thema des Sportjournalismus offeriert. Nicht mehr, aber eben auch nicht weniger. Mittels einer Passantenbefragung an verschiedenen Plätzen in München wurden 259 Personen mündlich befragt. Um geschlechtsindizierte Interviewereffekte zu vermeiden, befragten jeweils Interviewerpärchen. Der Fragebogen umfasste 16 Fragen. Die Gesprächsdauer lag zwischen zehn und 15 Minuten. Die Stichprobenziehung erfolgte mittels Quotaverfahren nach Alter und Geschlecht. Einige zentrale Resultate werden im Folgenden pointiert zusammengefasst.

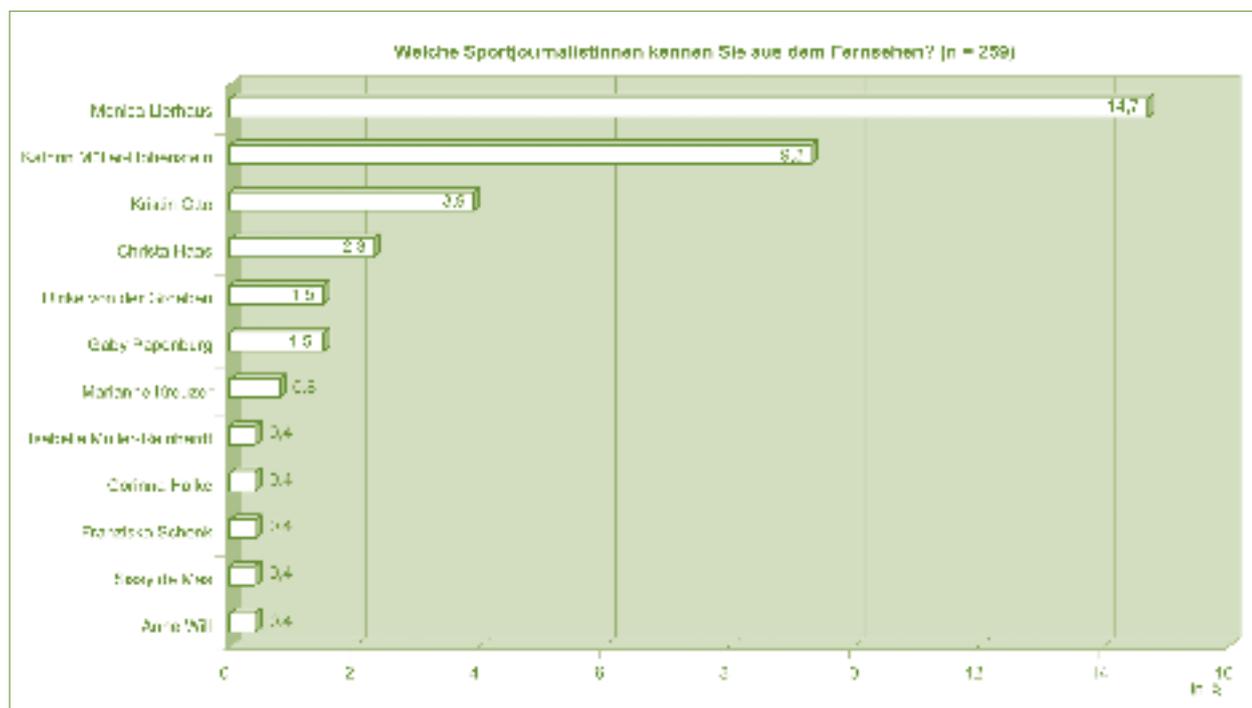
Geringer Bekanntheitsgrad

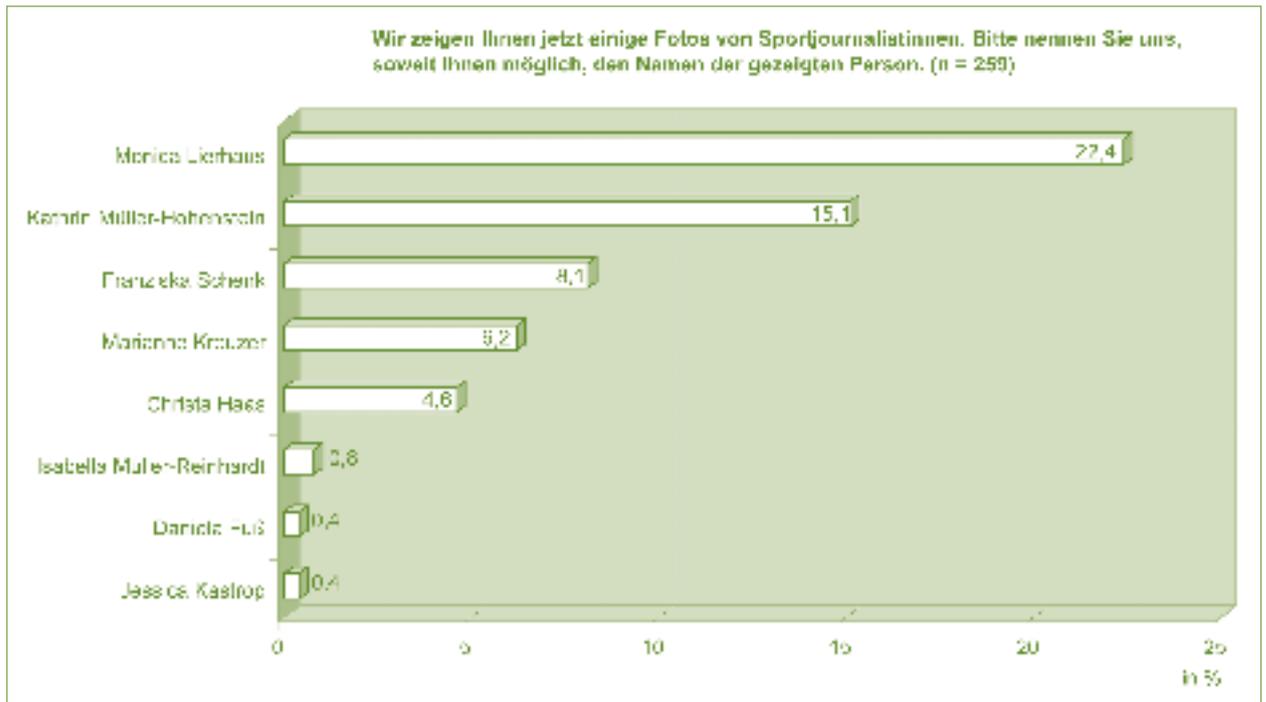
Auf die offene Frage: „Welche Sportjournalistinnen kennen Sie aus dem Fernsehen?“ konnten 72,2 Prozent der Befragten nicht einen einzigen Namen nennen. Nur 27,8 Prozent erinnerten eine oder mehrere Sportmoderatorinnen, wobei Monica Lierhaus (ARD) und Kathrin Müller-Hohenstein (ZDF) erwartungsgemäß den höchsten Bekanntheitsgrad besitzen. Die eruierten Werte zeigen allerdings recht deutlich, dass Erfolg vor der Kamera und eine regelmäßige Bildschirmpräsenz nicht automatisch einen hohen Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung garantieren.

Bei der gestützten Abfrage mittels Vorlage von Fotos zu acht vorher ausgewählten Sportmoderatorinnen erhöhte sich das Erinnerungsvermögen bzw. der Wiedererkennungswert überraschenderweise auch nur recht geringfügig. Viele Befragte gaben zwar an, das ein oder andere Gesicht „schon einmal gesehen“ zu haben. Doch eine konkrete und korrekte Namensnennung blieb trotz Foto eher selten.

Kompetenz statt Aussehen

Auch wenn der Bekanntheitsgrad von Sportjournalistinnen ausbaufähig zu sein scheint, so kann an der Akzeptanz beim Publikum kaum ein Zweifel bestehen. In sämtlichen TV-Sportarten haben sich





Sportmoderatorinnen fest etabliert. Das mag erstens daran liegen, dass die Fernsehfrauen heutzutage nicht so gravierende Fehler machen wie ihre Vorgängerinnen. Versprecher wie „Schalke 05“ (Carmen Thomas) oder „VfL Stuttgart“ (Christine Reinhardt) kommen eben nicht mehr vor. Das liegt zweitens daran, dass selbst, wenn solche oder ähnliche Verbal-Irritationen aufträten, diese von der Boulevardpresse längst nicht mehr so zerrissen würden, wie das noch vor Jahren der Fall war. Und drittens hat auch die sportinteressierte Öffentlichkeit Fehlertoleranzgrenzen nach oben korrigiert und mögliche Vorbehalte gegenüber Sportjournalistinnen klar relativiert.

Der Umdenkungsprozess innerhalb der Bevölkerung wird in dieser Studie insbesondere markiert durch den Befund, dass „Aussehen“ und „Alter“ von Sportjournalistinnen mittlerweile als weit weniger wichtig eingestuft werden als „Fach- und Vermittlungskompetenz“. „Jung“ und „schön“⁷ zu sein, ist aus Sicht des Publikums zwar hilfreich, aber längst nicht mehr ausschlaggebend.

„Fachliche Kompetenz“ (94 %), „Sprachgewandtheit“ (93 %) und eine „angenehme Stimme“ (90 %) waren für die Befragten die bedeutendsten Voraussetzungen einer Sportmoderatorin.

Kommentatorinnen-Konkurrenz

Während Moderatorinnen gefragt und gesucht sind, haben es Kommentatorinnen immer noch sehr viel schwerer, sich in den Sportredaktionen gegen die männliche Konkurrenz durchzusetzen. In manchen Sportarten hat bis heute keine Frau ein Live-Event kommentieren dürfen. Ausschlaggebend sind hierfür die Vorurteile in den Männer dominierten Redaktionen und sicher nicht mögliche Vorbehalte des Publikums. Dass die Befragten bestimmte Vorlieben haben, welche Sportart von wem kommentiert werden sollte, überrascht genauso wenig wie das Ergebnis, dass man beim Fußball, Radsport und Handball gern einen Mann und beim Schwimmen, Eisschnelllauf sowie der rhythmischen Sportgymnastik doch eher eine Frau als Kommentator präferiert. Interessanter erscheint aber der Blick auf die jeweils recht hohe Quote der „Egal-Sager“, die je nach Sportart zwischen einem Viertel und mehr als zwei Dritteln beträgt. Hier deutet sich an, wie leidenschaftslos die Bevölkerung diesem früher heftig diskutierten und polarisierenden Thema mittlerweile gegenübersteht. Selbst bei der Sportart Nr. 1, dem Fußball, sagen immerhin mehr als ein Drittel der Befragten, dass es für sie unerheblich sei, ob ein Match von einem Reporter oder einer Reporterin kommentiert werde.



In welchen Sportarten würden Sie eher eine weibliche Kommentatorin bzw. einen männlichen Kommentator befürworten? (n=259)

Sportart	eher Kommentator	eher Kommentatorin	egal
Fußball	61,0	3,1	35,9
Radsport	53,7	1,9	44,4
Handball	46,3	9,7	44,0
Biathlon	22,0	11,6	66,4
Leichtathletik	18,9	16,2	64,9
Schwimmen	11,2	34,4	54,4
Eisschnelllauf	10,0	40,9	49,0
Rhythm. Sportgymnastik	2,7	71,4	25,9

Sportchefs der Münchener Abendzeitung Gunnar Jans: „Wenn man sich als Frau durchgebissen hat und auch den kollegialen Kampf gegen alle Klischees gewonnen hat, weil man durch Kompetenz überzeugen konnte, dann haben es Frauen vielleicht sogar leichter als Männer.“⁸

Dass der Live-Kick im Fernsehen bislang reine Männersache war und ist, aber aus Sicht des Publikums nicht bleiben muss und bleiben wird, unterstreichen weitere Ergebnisse. Die Zeit scheint reif zu sein, dass man bei einzelnen Fußballspielen verschiedener Wettbewerbe auch einmal eine Fachfrau ans Mikro lassen sollte. Ganz oben stehen dabei natürlich Spiele einer WM oder EM der Frauen. 53,7 Prozent befürworten hier eine Kommentatorin. Doch auch bei Live-Spielen aus der 1. Bundesliga der Männer sind es immerhin noch 22,4 Prozent, bei Herren-Länderspielen 17,4 Prozent und der Champions-League 15,4 Prozent, die eine Reporterin befürworten würden.

Derartige Voten sollte man nicht überinterpretieren. Aber als Argumentationshilfe bei einem Plädoyer für einen Kommentatorinnen-Einsatz kann man sie schon einsetzen – wenn man(n) will. Die Sportchefs der fußballübertragenden Sender sollten ruhig einmal die Courage haben und einer fachkompetenten sowie rhetorisch versierten Kollegin eine Kommentatorenchance geben. Ob das schon bei der im Juni beginnenden Fußball-Europameisterschaft der Herren in der Schweiz und Österreich der Fall sein kann, muss offen bleiben. Das Publikum hätte damit jedenfalls kein Problem. Fast drei Viertel der Befragten gaben an, dass Sie es sogar für „sehr gut“ (23 %), „gut“ (25 %) oder „eher gut“ (25 %) halten würden, wenn Spiele bei der EURO 2008 von Frauen kommentiert würden.

Natürlich wird es soweit bei der EURO 08 nicht kommen. Doch die Botschaft der Fallstudie ist eindeutig. Das Publikum wünscht sich Sportjournalistinnen, und zwar in allen Funktionen des Sportjournalismus – nicht immer, aber immer öfter! Mut machen könnten Sportmitarbeiterinnen und weiblichen Bewerbern auch die Einschätzung des

Endnoten

- 1 Töpferwien (2007), S. 103.
- 2 Vgl. Görner (1996), S. 133.
- 3 Vgl. Ehl/Fey (2004), S. 41.
- 4 Vgl. Frütel (2005), S. 202.
- 5 Vgl. Weischenberg/Malik/Scholl (2006), S. 45.
- 6 Vgl. Schimank (2002), S. 19-167.
- 7 Auf die Voraussetzungen „angenehmes Äußeres“ und „jung sein“ fielen jeweils 59 und 33 Prozent.
- 8 Jans (2007), S. 176.

Literatur

- EHL, L./FEY, A.: Das Berufsprofil „Sportjournalist 2004“. Eine repräsentative Befragung der Sportjournalisten in Deutschland, unveröffentlichte Diplomarbeit, Köln.
- FRÜTEL, S. (2005): Toy Department for Men. Eine empirische Studie zum internationalen Sportjournalismus, Köln.
- GÖRNER, F. (1995): Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland, Berlin.
- JANS, G. (2007): Duckmäuser kommen auf dem Boulevard nicht weit, in: Schaffrath, M. (Hrsg.): Traumberuf Sportjournalismus. Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche, Berlin, S. 93-103.
- SCHIMANK, U. (2002): Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie, Weinheim/München, 2. Auflage.
- TÖPPERWIEN, S. (2007): Stimme, Studium und Selfmade-Mentalität, in: Schaffrath, M. (Hrsg.): Traumberuf Sportjournalismus. Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche, Berlin, S. 93-103.
- WEISCHENBERG, S. (1995): Annäherungen an die Außenseiter. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus, in: Publizistik, Nr. 1/95, S. 428-452.
- WEISCHENBERG, S./MALIK, M./SCHOLL, A (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland, Konstanz.

Der Autor

Priv.-Doz. Dr. Michael Schaffrath ist stellvertretender Leiter des Lehrstuhls für Sport, Medien und Kommunikation der TU München. Davor arbeitete er am Institut für Sportpublizistik der Deutschen Sporthochschule Köln, am Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden und am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Universität Lüneburg. Schaffrath war zuvor fünf Jahre als Sportjournalist tätig u.a. für den WDR, RTL, Radio Antenne Münster, den Sport-Informationen-Dienst und die Aacheener Nachrichten. Er ist Herausgeber der Schriftenreihe „Sportpublizistik“ und Autor zahlreicher Bücher, Fachaufsätze und Vorträge zu diversen Themen der Sportpublizistik.

