



# Themenschwerpunkte in der Sportberichterstattung von Printmedien

Ergebnisse einer internationalen Studie



Quelle: Landov Bellis, dpa-Report

Fußball ist omnipräsent.

## Zusammenfassung

**Sport ist weltweit eines der wichtigsten Medienthemen, international angelegte Untersuchungen zur Sportberichterstattung sind bislang jedoch eher Mangelware. Vorgestellt werden in diesem Beitrag die Ergebnisse einer Studie zur internationalen Sportberichterstattung in Tageszeitungen mit Daten aus zehn verschiedenen Ländern. Bei der explorativen Feldstudie wurden die Verteilung von Themen, die Konstruktionsprinzipien der Inhalte sowie weitere Qualitätskriterien der Sportberichterstattung in drei unterschiedlichen Zeitungstypen untersucht. Neben der Dominanz des Fußballs und vor allem männlicher Sportstars konnte bei der „International Sports Press Survey“ eine Globalisierung der Sportberichterstattung bei geringer journalistischer Sorgfalt nachgewiesen werden.**

Weltweit ist der Sport eines der bedeutendsten Medienthemen. Die live gesendeten Fernsehübertragungen von großen Sportereignissen erreichen in den meisten Ländern höchste Einschaltquoten

und erzielen global große Marktanteile. Während Daten zum Mediensport im Fernsehen vielfach vorliegen, sind die internationalen Printmedien bislang kaum erforscht. Gilt die thematische Einfachheit und fehlende Problemorientierung der Sportberichterstattung auch für Zeitungen? Gibt es nationale Unterschiede in der Sportberichterstattung oder basiert der Sport in den Printmedien weltweit auf ähnlichen Konstruktionsprinzipien? Antworten auf diese Fragen sind bislang kaum zu entdecken,

dieser Beitrag soll helfen, die Forschungslücke zu schließen. Vorgestellt wird das Design einer größeren internationalen Untersuchung der weltweiten Sportberichterstattung in den Printmedien. Die wesentlichen Ergebnisse wurden im November 2005 in Kopenhagen veröffentlicht<sup>1</sup> und in diesem Beitrag erstmals in größerer Form präsentiert.

## Aufwendiges internationales Untersuchungsdesign

Im Februar 2005 erfolgte von Projektleiter Jens Sejer Andersen (Danish School of Journalism) der erste Aufruf zur Mitarbeit bei einem internationalen Forschungsprojekt zur Sportberichterstattung in Tageszeitungen. Dem Aufruf folgten Teilnehmer aus zehn Ländern: Australien, Dänemark, Deutschland, England, Norwegen, Österreich, Rumänien, Schottland, Schweiz und USA. Die beiden Zusagen aus Kenia und Uganda wurden nicht eingehalten, so dass letztlich Vertreter aus drei Kontinenten (Europa, Amerika, Australien) an der Untersuchung teilnahmen. In jedem Land



wurde möglichst die größte Straßenverkaufszeitung (Boulevardzeitung), die größte überregionale Abonnementzeitung (Qualitätszeitung) sowie die größte Regionalzeitung für die Analyse codiert, in einigen Ländern wurden als nationale Ergänzung weitere Zeitungen hinzugezogen. Als Auswahlkriterium diente die verkaufte Auflage, dies wurde jedoch in den verschiedenen Ländern auch aus forschungsökonomischen Gründen unterschiedlich gehandhabt. Die Auswertung der deutschen Zeitungen („Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, „Bild-Zeitung“, „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, „Hannoversche Allgemeine Zeitung“ und „Hamburger Abendblatt“) wurde durch das Hamburger Institut für Sportjournalistik vorgenommen. Als Untersuchungszeitraum wurden 14 Tage (zwei künstliche Wochen) zwischen April und Juli 2005 ausgewählt, die Sportberichterstattung von 37 Tageszeitungen ging insgesamt in die Analyse ein.

Als Basis der Inhaltsanalyse diente eine Untersuchung skandinavischer Zeitungen<sup>2</sup>, deren Kategoriensystem in einem Abstimmungsprozess für die internationalen Belange verfeinert und ergänzt wurde. Die Operationalisierung der Kategorien musste aufgrund der unterschiedlichen Zeitungslandschaft und abweichender Art und Form der Berichterstattung in den verschiedenen Ländern recht einfach gehalten werden.

Als Untersuchungseinheit galt ein Artikel im Sportteil einer Zeitung, für den bei der Codierung bei jeder Variablen eine Schwerpunkt-Kategorie bestimmt wurde. Nicht codiert wurden Kurz-Nachrichten oder Telegrammspalten, Bil-

der, allein stehende Illustrationen, statistische Resultatsangaben (Ergebnisaufzählungen) oder kalendarische Angaben. Insgesamt wurden 13 Variablen im Codebuch berücksichtigt, die neben statischen Angaben zu den Artikeln vor allem inhaltliche Aussagen zu Geschlecht der Verfasser, Art der Präsentation, Sportart und Form des Events, grundlegendes Thema des Artikels, seine geografische Bedeutung, die Form der Problemorientierung, das Geschlecht der Berichterstattungsobjekte sowie über die Quellen der Berichterstattung zuließen. Das Kategoriensystem wurde mittels Pretests auf seine Tauglichkeit überprüft und nach geringfügigen Änderungen in ein international einheitliches Coding Manual zusammengefasst. Die Dateneingabe erfolgte über eine Internetmaske, insgesamt wurden 10.007 Artikel codiert.

Bei der Ergebnisdarstellung soll vor allem Wert auf den internationalen Aspekt gelegt werden, nur bei zwei Variablen erschien eine Differenzierung der deutschen Zeitungen lohnend, um bedeutsame Unterschiede der Zeitungstypen auf nationaler Ebene aufzuzeigen.

### Weltweite Dominanz des Fußballs bei Sportarten und Themen

Ein inhaltlicher Vergleich der Berichterstattung nach Sportarten belegt die internationale Dominanz des Fußballs in den Printmedien. Über ein Drittel aller Artikel behandelten die Sportart Fußball, alle anderen Sportarten kamen insgesamt nicht über kleine Anteile an der Berichterstattung hinaus.

Zwar schränkt die Wahl des Untersuchungszeitraumes die Aussagekraft der Ergebnisse z. B. in Bezug auf Wintersportarten ein, dennoch ist die

Land	Anzahl Artikel
Australien	1.131
Dänemark	713
Deutschland	1.739
England	1.392
Norwegen	325
Österreich	872
Rumänien	467
Schottland	1.193
Schweiz	661
USA	1.514
<b>10 Länder</b>	<b>10.007 Artikel</b>

Tab.: Anzahl der codierten Artikel

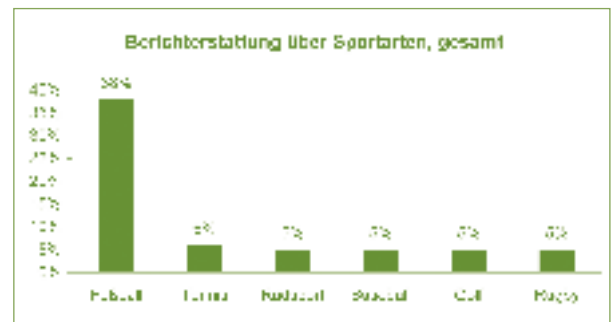


Abb. 1: Berichterstattung über Sportarten, gesamt (n = 10.007 Artikel)



Dominanz des Themenschwerpunktes Fußballs zunächst überraschend. Eine Auswertung der Themen nach Nationen zeigt jedoch die dafür verantwortliche Fußball-Allianz in den europäischen Ländern, die in anderen Kontinenten nicht nachweisbar ist.

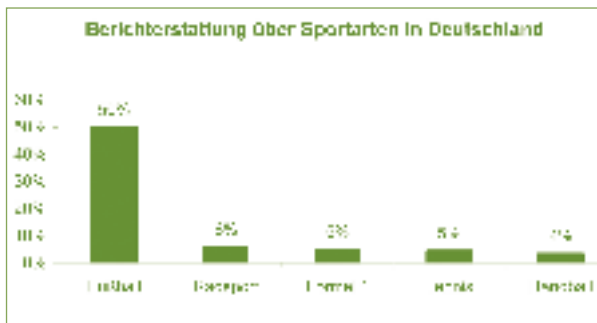


Abb. 2: Berichterstattung über Sportarten, Deutschland (n = 1.739 Artikel)

Auch in einem Jahr ohne großes Fußballturnier wie eine Welt- oder Europameisterschaft handelt die Hälfte aller Artikel in deutschen Printmedien von Fußball. Noch höher ist der Anteil in Norwegen (56 %), Schottland (61 %) und Rumänien (75 %). Hinter Fußball folgen in Deutschland mit weitem Abstand Radsport (6 %), Tennis (5 %), Formel 1 (5 %) und Handball (4 %). Der hohe Anteil an Radsport-Artikeln ist angesichts des Untersuchungszeitraums wenig verwunderlich, kämpften doch zu diesem Zeitpunkt Lance Armstrong und Jan Ullrich bei der Tour de France zum letzten Mal gegeneinander um das Gelbe Trikot. Bei der Formel 1 schien sich die eher punktuelle Berichterstattung rund um die wenigen, aktuellen Renn-Sonntage auszuwirken, nur der Fußball ist offenbar jeden Tag ein Thema.

In anderen Kontinenten ergibt sich dagegen eine andere Rangliste der präferierten Sportarten: So

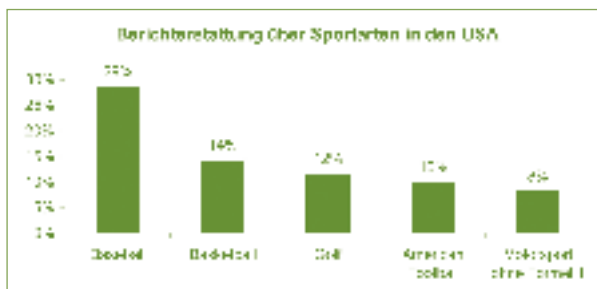


Abb. 3: Berichterstattung über Sportarten, USA (n = 1.514 Artikel)

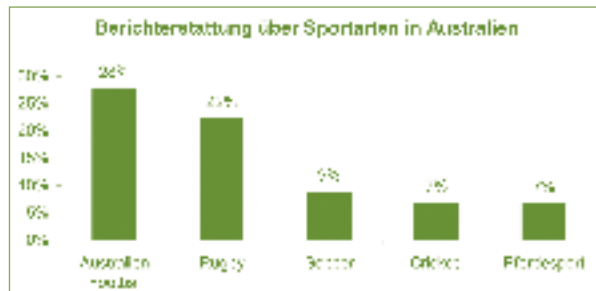


Abb. 4: Berichterstattung über Sportarten, Australien (n = 1.131 Artikel)

rangieren in den USA die Nationalsportarten Baseball und Basketball auf den vorderen Plätzen vor Golf, die Saison im American Football befand sich im Untersuchungszeitraum in der Vorbereitungsphase. In Australien hingegen wird vor allem der Australian Football von den Zeitungen beobachtet – eine Sportart, die in anderen Ländern überhaupt keine Beachtung findet. Diese starke nationale Tendenz bei der Konstruktion von Themenschwerpunkten von Printmedien im Sport bestätigt auch die Ergebnisse von Burk bei einem Vergleich von Fernsehübertragungszeiten in Europa.<sup>3</sup> Als Fazit weist allein die Sportart Fußball in den Printmedien den Status einer globalen Mediensportart auf.

Die Variable der inhaltlichen Ausrichtung von Themen belegt den Fokus der Printmedien auf hochleistungsorientierten Profisport – meist ohne Hinterfragen von Ursachen und Konsequenzen: 58 Prozent aller analysierten Artikel weltweit behandelten aktuelles Wettkampfgeschehen – sei es in der Vor- oder Nachberichterstattung. Themen außerhalb der Ergebnisorientierung im aktuellen Spitzensport waren selten zu entdecken. Dies wurde auch in den 1.741 Artikeln aus den sechs untersuchten, deutschen Tageszeitungen deutlich. So wiesen die Themen Sportpolitik (113 Artikel), Fan-Kultur (49) oder Doping (42) eher den Status von Randnotizen auf. Die Verquickung des modernen Showsports mit der Wirtschaft, Tendenzen zu PR-Events und die immensen (kommerziellen) Eigeninteressen der Medien wurden in den Sportseiten der Zeitungen kaum thematisiert. Allerdings ist bei diesen Themen oft eine Auslagerung von Berichten aus dem Sportteil in das Medien- oder Wirtschaftsressort zu beobachten. Artikel dieser Ressorts gingen jedoch nicht in die Untersuchung ein. Aus sportlicher Perspektive ist auch der Amateur- und Jugend-



Quelle: Sven Simon, picture-alliance

Männer dominieren den Sport und den Sportjournalismus.

sport trotz rund 24 Millionen Mitgliedern im Deutschen Sportbund (DSB) nur gering vertreten: Lediglich sechs aus 100 Artikeln thematisieren diesen Bereich.

### Mediensport ist weitgehend männlich

Sehr deutlich ist der Befund, dass in 86 Prozent der Fälle das männliche Geschlecht im Fokus der weltweiten Berichterstattung steht – und das gleich in doppelter Hinsicht: Männliche Sportler stehen im Mittelpunkt einer Berichterstattung, die fast ausschließlich von männlichen Journalisten stammt. Nur knapp fünf Prozent aller Artikel wurden von Frauen geschrieben. In Deutschland waren weibliche Autoren im Sport sogar noch deutlicher in der Unterzahl – nur etwa zwei Prozent der namentlich gekennzeichneten Texte in den untersuchten Printmedien stammten von Sportjournalistinnen. Besonders deutlich wurde dieses Ungleichgewicht am Beispiel Fußball: Nur ein Text von 100 wurde von einer Frau geschrieben. In drei Prozent aller Beiträge zum Thema Fußball berichteten Frauen immerhin gemeinsam mit einem männlichen Kollegen.

Im politisch betont geschlechtsneutralen Norwegen ergab sich ein etwas verändertes Bild. Jeder fünfte Artikel auf den Sportseiten der untersuchten norwegischen Tageszeitungen behandelte weiblichen Sport. Vielleicht mag es an der Tatsache liegen, dass mehr Artikel von Frauen geschrieben wurden als in jedem anderen Land (12 %). Aber auch hier lag die Frauenquote in der Fußballberichterstattung (8 %) unter dem Gesamtschnitt. Den höchsten Anteil stellten Fußballautorinnen in einer Nation, in der diese Sportart zwar insgesamt

nur eine Nebenrolle spielt, aber als Schulsport für Mädchen vor allem im Frauenbereich etabliert ist: den USA. In den untersuchten amerikanischen Printmedien wurden im Schnitt fast 20 Prozent der Fußball-Texte von Frauen geschrieben.

Diese Ergebnisse entsprechen vorherigen Untersuchungen zum Geschlechterverhältnis im Sportjournalismus<sup>4</sup>, müssen aber differenziert betrachtet werden. In der weltweiten Studie wurden allein Berichte in Tageszeitungen ausgewertet bei denen der Autor zu ermitteln war; Agenturtexte oder Beiträge ohne Namensnennung konnten nicht kategorisiert werden. Eine mögliche Erklärung für das Missverhältnis ist in den Rekrutierungsmustern des Sportjournalismus zu suchen, bei denen im Sportressort eine deutliche Männerdominanz zu verzeichnen ist.<sup>5</sup>

### Internationale Quellenarmut

Ein wichtiges Indiz für Qualität bei der Konstruktion von Sportjournalismus ist die Anzahl und die Art der verwendeten Quellen für die Berichterstattung. Als Quelle gelten die im Artikel zitierten Gesprächspartner bei der Recherche sowie Zitate aus anderen Medien. Schnelle, am Ereignis orientierte Sportberichterstattung kann aufgrund der geringen Zeit zur Recherche nur wenige Quellen

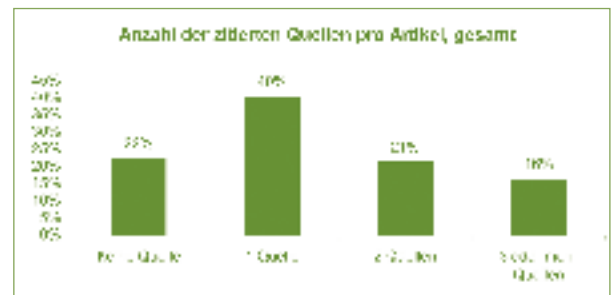


Abb. 5: Anzahl der zitierten Quellen, gesamt (n = 10.007 Artikel)

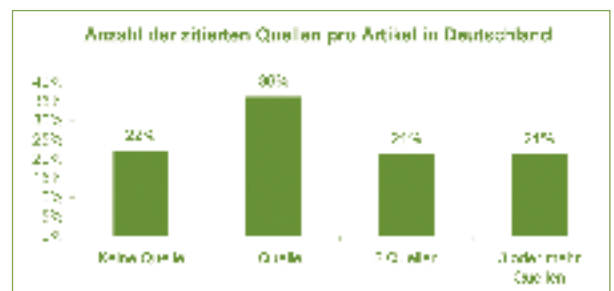


Abb. 6: Anzahl der zitierten Quellen, Deutschland (n = 1.739 Artikel)

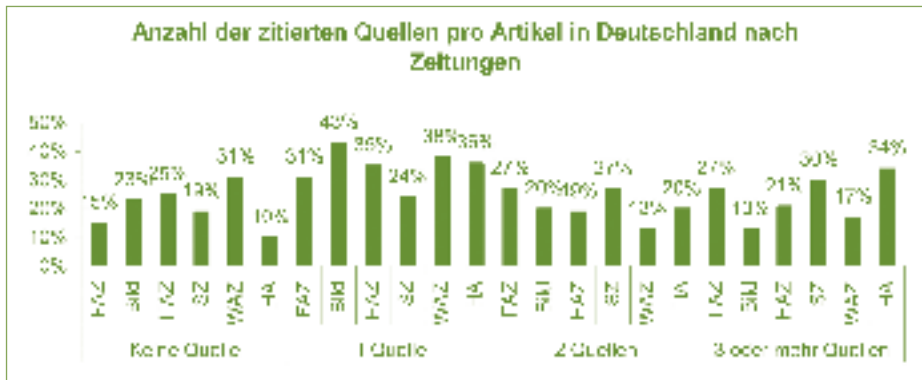


Abb. 7: Anzahl der zitierten Quellen, Deutschland, nach Zeitungen (n = 1.739 Artikel)

benutzen, die Informationen kommen vorrangig von den direkten Akteuren des Sports wie Sportler, Trainer, Manager oder Sportfunktionäre. Für Qualitätsjournalismus im Sinne der argumentativ geprägten Hintergrundberichterstattung sind mehrere Quellen auch aus anderen Systemen (Politik, Wirtschaft) die Voraussetzung.

Die Studie zeigt, dass für ausführliche und sorgfältige Recherche im Sportjournalismus der Printmedien nur wenig Zeit zu sein scheint: 40 Prozent aller weltweit untersuchten Artikel bezogen sich auf nur eine Quelle, bei über 20 Prozent war sogar überhaupt keine Quelle der Informationen codierbar.

Die Grafik belegt, dass im internationalen Sportjournalismus das journalistische Qualitätsprinzip der Gegenrecherche mit einer zweiten oder sogar dritten Quelle kaum zur Anwendung kommt, eine fundierte Recherche mit mehreren Quellen war nur in geringem Maße nachweisbar.

Auch in den sechs deutschen Zeitungen zeigt sich eine ähnliche Tendenz. In mehr als einem Fünftel aller Artikel kamen die Sportberichtersteller ohne Nennung von Quellen ihrer Berichte aus, in lediglich knapp über 20 Prozent werden drei oder mehr Quellen zitiert. Dies ist im Vergleich zum internationalen Wert eine geringfügige Steigerung und soll daher intensiver geprüft werden.

Differenziert nach den Zeitungstypen ergaben sich bei der Analyse der Artikelquellen in deutschen Tageszeitungen einige Unterschiede. Die Boulevardzeitung („Bild“) sowie die auflagenstärkste deutsche Regionalzeitung („Westdeutsche All-

gemeine Zeitung“) ebenso wie die Vergleichszeitung „Hannoversche Allgemeine Zeitung“ wiesen die höchsten Werte in den Kategorien eine oder keine Quelle auf. Dagegen kamen im Vergleich die überregionalen Qualitätszeitungen („Frankfurter Allgemeine Zeitung“ und „Süddeutsche Zeitung“)

sowie die Großstadt-Regionalzeitung „Hamburger Abendblatt“ zu hohen Prozentzahlen vor allem bei zwei oder sogar mehreren Quellen der Artikel. Das Gesamtergebnis der Recherche muss also für die Zeitungstypen differenziert bewertet werden: In den Qualitätszeitungen wurde meist journalistisch sorgfältig mit mehreren Quellen für die Artikel gearbeitet, Regional- und Straßenverkaufszeitungen weisen dagegen deutlich weniger Quellen auf.

Eine Ausnahme bei der Verwendung von mehreren Quellen bildeten die untersuchten Zeitungen in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Diese Abweichung von den Daten aller anderen Länder ist nicht statistisch zu begründen und müsste qualitativ überprüft werden. Denkbar wären folgende Ursachen: Im Vergleich zu Europa ist die Zeitungslandschaft in den USA strukturell anders geprägt, so dass die Unterschiede in der Art und im Umfang der Recherche strukturell bedingt sein können. Zudem wurden in der Analyse in den USA neben der Straßenverkaufszeitung „US Today“ gleich vier regionale oder überregionale Tageszeitungen berücksichtigt, eine mögliche Ursache ist also die Auswahl der untersuchten Medien.

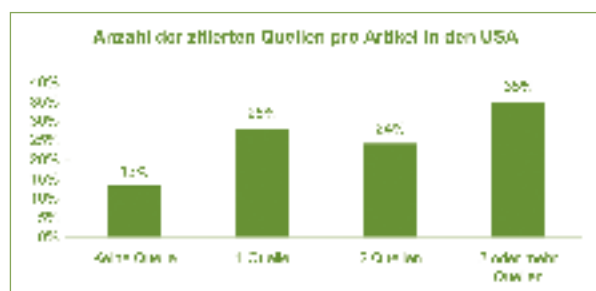


Abb. 8: Anzahl der zitierten Quellen, USA (n = 1.502 Artikel)

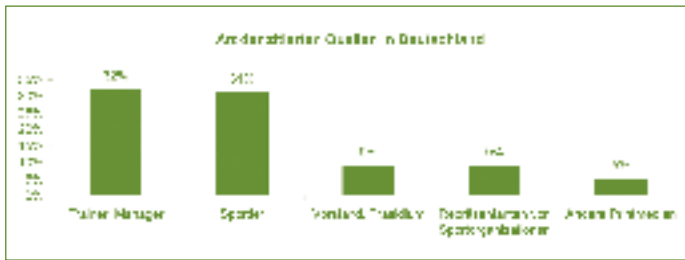


Abb. 9: Art der zitierten Quellen, Deutschland (n = 1.739 Artikel)

Ein interessantes Indiz für die Funktion der Sportberichterstattung im internationalen Printjournalismus ist die Art der Quellen bei der Recherche. Qualitativ hochwertige Berichterstattung muss sich auf Quellen unterschiedlicher Herkunft gründen, um differenzierte Sichtweisen präsentieren zu können. Zu Wort kamen in den untersuchten Artikeln aber hauptsächlich Trainer, Sportler und Vereinsfunktionäre aus dem System des Sports. Im Durchschnitt wurden nur selten Personen zitiert, die nicht direkt mit Sport zu tun haben, wie z. B. Politiker und Regierungsinstitutionen (2 %), Wirtschaftsvertreter oder Vereinigungen außerhalb des Sports (2 %) sowie Wissenschaftler (1 %). Diese systemimmanente Denk- und Arbeitsweise der internationalen Sportjournalisten ergab nahezu identisch auch ein Vergleich der deutschen Tageszeitungen.

Allerdings waren in Deutschland geringfügig höhere Bewertungen bei Quellen zu verzeichnen, die organisatorische Funktionen für das Sportsystem besitzen wie Trainer und Manager oder Vorstand und Präsidium sowie andere Repräsentanten von Sportorganisationen. Dieses Ergebnis bestätigt auch die größere Anzahl der Quellen, denn es wurden von den deutschen Sportjournalisten nicht nur die Sportler selbst zu ihrer Leistung befragt, sondern auch eine Einschätzung zur organisatorischen Herstellung der Leistung recherchiert.

Insgesamt korrelieren diese Ergebnisse in hohem Maße mit Erkenntnissen aus anderen Ressorts, die dem aktuellen Journalismus ebenfalls Quellenarmut und einen großen Anteil von PR-Veröffentlichungen attestieren.<sup>6</sup> Der Druck der (Wett-kampf-)Aktualität und fehlendes Personal in den Redaktionen scheint im Sportjournalismus besonders starke Folgen für die Berichterstattung zu haben. Die tiefgründige und umfangreiche Recherche verliert damit in der internationalen Sportberichterstattung an Bedeutung.

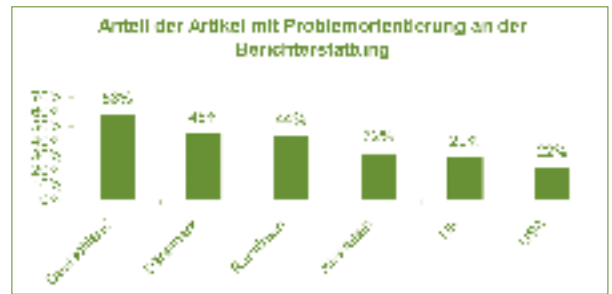


Abb. 10: Anteil der Artikel mit Problemorientierung differenziert nach Ländern (n = 10.007 Artikel)

### Mediensport beschäftigt sich selten mit Problemen

Insgesamt wiesen nur 37 Prozent der analysierten Artikel einen problemorientierten Zugang auf, setzten sich also zuerst mit einem Problem thematisch auseinander. Auffällige Unterschiede in der Art und Weise, in der sich Journalisten ihrem Thema nähern, gab es allerdings zwischen den verschiedenen Nationen.

Die Sportberichterstattung der deutschen Printmedien wies im internationalen Vergleich mit 58 Prozent den höchsten Wert an Berichten mit Problemorientierung auf. Dies belegt zunächst eine zum Teil hohe Qualität der Sportberichterstattung und bestätigt für Deutschland den zu beobachtenden Trend zu komplementären Angeboten und Hintergrundberichterstattung gegenüber den aktuell sendenden Funkmedien. Das Kriterium „Problemorientierung“ ist allerdings wegen mangelnder Trennschärfe nur mit Vorsicht zu interpretieren. Ist ein Artikel schon problemorientiert, wenn der Autor darin die Mannschaftsaufstellung erwähnt? Oder muss er gezielt taktische Konsequenzen thematisieren, etwa bei Spielerverletzungen? Ab wann ist die Auseinandersetzung mit einem Thema intensiv genug, um von einer

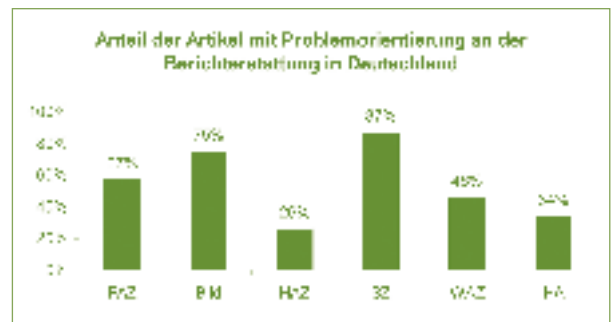


Abb. 11: Anteil der Artikel mit Problemorientierung, Deutschland, differenziert nach Zeitungstypen (n = 1.739 Artikel)



Problemorientierung zu sprechen? Diese Fragen sorgten für Ungenauigkeiten bei der Codierung. Unter diesen Gesichtspunkten sind auch die Unterschiede zwischen den deutschen Tageszeitungen zu bewerten. Demnach waren 87 Prozent aller Sportartikel in der „Süddeutschen Zeitung“ problemorientiert, 75 Prozent in der „Bild“-Zeitung, aber nur 57 Prozent in der FAZ.

Das irritierende Ergebnis hat als Ursache offenbar die unterschiedliche *Qualität von Problemorientierung* in journalistischen Texten, die sich in Unterschieden zwischen überregionalen Qualitätszeitungen und der Boulevardzeitung bemerkbar machte. Zwar erwiesen sich beide Zeitungstypen als problemorientiert, eine Aussage über die Qualität dieser Probleme konnte jedoch nicht getroffen werden. Zu differenzieren wäre in einer qualitativen Studie z. B. zwischen der argumentativen Aufarbeitung von Problemen und der Initiierung von Skandalen und Beschreibung von Konflikten ohne Nennung von Ursachen und Quellen. In zukünftigen Analysen sollte aufgrund dieser Erfahrungen das Parameter der „Medieninszenierung von Konflikten“ operationalisiert und kategorisiert werden.

### Globale Ereignisse und große Events im Mittelpunkt

Die Variable Globalisierung der thematischen Schwerpunkte erbrachte bei der Auswertung einen zunächst widersprüchlichen Befund: Zwar standen thematisch bei den Sportarten nationale Interessen und Traditionen im Vordergrund, bei der Ereignisausrichtung war jedoch weltweit auch eine Internationalisierung der Perspektive unverkennbar. Die „International Sports Press Survey“ belegt, dass zwar mit 55 Prozent national geprägte Inhalte am prominentesten waren, aber weltweit mehr als ein Drittel aller Artikel (35 %) internationale Inhalte behandelte. Bei den Artikeln über internationale Events konnte nochmals nach Herkunft der Handlungsträger differenziert werden. Auch hier standen nationale Athleten, die aus dem Land der Zeitung kommen, im Vordergrund (49 %), doch 44 Prozent der Beiträge mit internationaler Perspektive hatten internationale Athleten im Fokus der Berichterstattung.

In den untersuchten deutschen Zeitungen erreichte die Berichterstattung über internationale Events einen Anteil von 35 Prozent an der Gesamtbe-

richterstattung. Von diesem Anteil stand bei sogar 52 Prozent der Artikel ein internationaler Sportler oder eine internationale Sportlerin im Fokus der Berichterstattung, nur bei 46 Prozent waren es Athleten aus Deutschland selbst. Eine Erklärung könnte die Erfolglosigkeit der nationalen Athleten in manchen Sportdisziplinen bei konstantem bis steigendem Nachrichtenwert des globalen Sports liefern. Waren z. B. deutsche Sportler vor einigen Jahren bei international hochrangigen Turnieren wie Grand Slam-Turnieren im Tennis oder Europapokal-Entscheidungen im Fußball noch zahlreich vertreten, stehen mittlerweile oft Athleten und Athletinnen aus anderen Nationen im Blickpunkt. Da das mediale Interesse an sportlichen Ereignissen wie Wimbledon, Champions League o. Ä. jedoch unverändert hoch ist, berichten Printmedien offenbar verstärkt ohne nationalen Fokus.

Insgesamt ist auf Grundlage der Daten – auch wenn sie nur einen kleinen Ausschnitt der Presse-Landschaft repräsentieren – bemerkenswert, dass die Sportseiten der Tageszeitungen fast ausschließlich über internationale Großereignisse wie die Tour de France, die Spiele der Champions League oder große Tennisturniere sowie bedeutende Sportpersönlichkeiten berichten, kleine Sportevents vor allem ohne leistungssportlichen Aspekt sind dagegen in der Berichterstattung deutlich unterrepräsentiert. Dass beispielsweise die Vereinten Nationen (UN) als herausragendes Ereignis das Jahr 2005 zum „Internationalen Jahr des Sports und Sportunterrichts“ erklärt hatten, fand nur in drei von allen 10.007 ausgewerteten Artikeln weltweit Beachtung.

### Probleme und Forderungen

Vor einer Bewertung der Ergebnisse muss auf die recht geringe Reichweite der Untersuchung hingewiesen werden. Trotz der Relevanz als bisher einzige, weltweit vergleichende Analyse dieser Art, sind die beschriebenen Mängel beim Untersuchungsdesign ersichtlich. Die Auswahl der Zeitungen unterlag in einigen Ländern eher forschungsökonomischen Zwängen. Vor allem der Untersuchungszeitraum schränkt die Aussagefähigkeit der Ergebnisse z. B. durch jahreszeitlich bedingte, saisonale thematische Schwankungen ein, auch hier war jedoch aus forschungsökonomischen Gründen eine Untersuchung über einen Zeitraum von einem Jahr oder vergleichba-



re, repräsentative Zeiträume nicht möglich. Zu bemängeln ist zudem die Untersuchungseinheit des Artikels, dessen inhaltliche Gewichtung oft nur mühsam zu bestimmen war, es gab z. B. keine Differenzierung der Sportberichterstattung nach Schwerpunkten und anderen Relevanzkriterien.

Auch das Fehlen von Kontinenten wie Asien oder Afrika mit anderen Mediensystemen fordert eine Fortsetzung der Studie mit größerer Beteiligung heraus. Da andere Untersuchungsdesigns äußerst schwierig durchführbar sind, ist abschließend dennoch festzustellen, dass sich die Analyse in dieser Form trotz der beschriebenen Schwächen als praktikabel und angemessen erwies.

Die Art und Anlage der Studie erscheint daher nicht nur angebracht, sondern mit Blick auf die wachsende Globalisierung der Medien und des Sports als geradezu zwingend erforderlich.<sup>7</sup> Zudem belegen Ergebnisse von anderen Analysen wie z. B. der TV-Einschaltquoten internationaler Sportereignisse oder der Beliebtheit von Fußball in Europa<sup>8</sup> trotz aller Einschränkungen dennoch eine gewisse Validität der explorativen Studie.

Die internationale Bedeutung des Fußballs sowie die Dominanz von meist männlichen Sportstars und Trainern in aktuellem Wettkampfbezug war nach dem bisherigen Forschungsstand bei der Konstruktion von Mediensportwirklichkeit zu erwarten und bestätigt bereits vorliegende Einschätzungen.<sup>9</sup> Bemerkenswert erscheinen vor allem die Ergebnisse zur geringen Qualität der Sportberichterstattung mit der Anzahl und der Art der Quellen, der Problemorientierung sowie zur wachsenden Globalisierung der Sportberichterstattung trotz nationaler Differenzierungen an Themen (Sportarten). Sportberichterstattung findet demnach nicht auf nationalen Inseln statt, sondern muss die internationale Perspektive des Sports mit berücksichtigen.

An Variablen der Problemorientierung und der Anzahl und Art der Quellen wurde zudem deutlich, dass die Sportberichterstattung in deutschen Printmedien im internationalen Vergleich durchaus differenzierte Konstruktionsmerkmale von journalistischer Qualität aufzuweisen hat. Vor allem die überregionalen Abonnementzeitungen erwiesen sich als weitaus hintergrundorientierter und argumentativ ausgerichtet als andere

Printmedien. Zwar ist auch in Deutschland wie zumeist in Europa allein der Fußball im Fokus, aber die deutlich auch international ausgerichtete Perspektive der Berichterstattung belegt einen differenzierteren Sportjournalismus als in anderen Ländern.

#### Literatur

- APP, R. (2006): Medien-König Fussball; St. Galler Tagblatt, 4. August 2006.
- BECKER, P. (1983): Sport in den Massenmedien. Zur Herstellung und Wirkung einer eigenen Welt, *Sportwissenschaft*, 13/1, S. 24-45.
- BURK, V. (2006): Fußball auf europäischen Bildschirmen, in Müller, E./Schwier, J. (Hrsg.): *Medienfußball im europäischen Vergleich*, *Sportkommunikation*, 4, S. 29-46), Köln.
- FEICHT, N./STUKENBROCK, C./TERNIEDEN, H. (2006): Ewig lockt der Fußball, in: *journalist*, H. 5, S. 16-18.
- FRÜTEL, S. (2005): *Toy Department for Men*. Eine empirische Studie zum internationalen Sportjournalismus, Pulheim.
- GOLDMEDIA (2005): Die neue Weltkarte des Sports: Europäer und Südamerikaner lieben Fußball, Inder dagegen Cricket, Pressemitteilung vom 11.05.2005, in: <http://www.goldmedia.de>.
- HORKY, T. (2001): Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung, Jesteburg.
- MAGUIRE, J. (2006): Sport and Globalization: Key Issues, Phases, and Trends, in: Raney, A./Bryant, J. (Hrsg.): *Handbook of Sports and Media*, New Jersey, S. 435-446.
- HALLER, M. (2005): PR & Journalismus, in: *Message*, H. 3, S. 8-19.
- SCHAFFRATH, M. (2002): Sportjournalismus in Deutschland, in: Schwier, J. (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch Hohengehren*, S. 7-26.
- SCHULTZ JÖRGENSEN, S. (2002): Industry or independence? Survey of the Scandinavian sports press, *Mondaymorning, Special Print*, November, S. 1-8.
- SCHULTZ JÖRGENSEN, S. (2005): *The World's Best Advertising Agency: The Sports Press*, Mandagmorgen, H. 37, S. 1-7.
- SPORTFIVE (2002): *European Football. Markets, Events, Clubs, Media, Brands*, Hamburg.
- TERNIEDEN, H./STUKENBROCK, C./FEICHT, N. (2006a): *Globaler Sportjournalismus: Männerwelt Fußball*. Studie zur Sportberichterstattung in Tageszeitungen veröffentlicht, *dsb presse*, H. 1-3, S. 13-15.
- TERNIEDEN, H./STUKENBROCK, C./FEICHT, N. (2006b): *Globaler Sportjournalismus: Eine Männerwelt – beherrscht vom König Fußball in Europa*. *Olympisches Feuer*, H. 2, S. 18-19.
- T EWES, G. (1991): *Kritik der Sportberichterstattung. Der Sport in der Tageszeitung zwischen Bildungs-Journalismus, Unterhaltungs-Journalismus und „1:0-Berichterstattung“ – Eine empirische Untersuchung*, Dissertation, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.
- WANTA, W. (2006): *The Coverage of Sports in Print Media*, in: Raney, A./Bryant, J. (Hrsg.): *Handbook of Sports and Media*, New Jersey, S. 105-115.
- WHITSON, D. (1998): *Circuits of Promotion: Media, Marketing and the Globalization of Sport*, in: Wenner, L.A. (Hrsg.): *MediaSport*, London/New York, S. 57-72.
- WIPPER, H. (2003): *Sportpresse unter Druck. Die Entwicklung der Fußballberichterstattung in den bundesdeutschen Printmedien*, Inaugural-Dissertation, Freie Universität Berlin.

#### Endnoten

- 1 Vgl. Schultz Jörgensen (2005).
- 2 Vgl. Schultz Jörgensen (2002).
- 3 Vgl. Burk (2006).
- 4 Vgl. Wanta (2006).
- 5 Vgl. Schaffrath (2002).
- 6 Vgl. Haller (2005).





- 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.



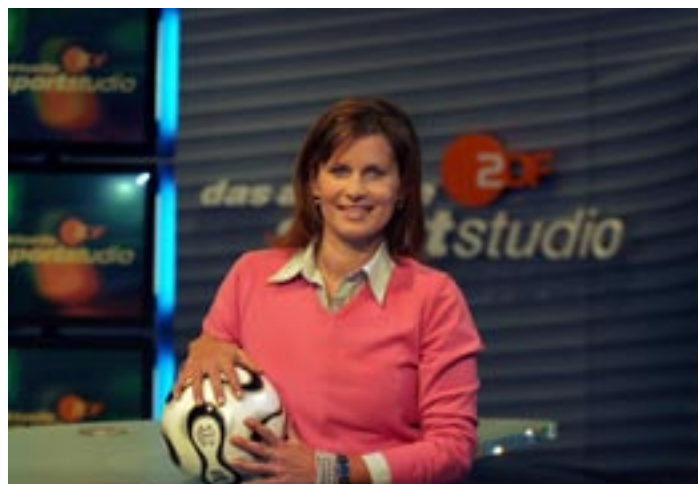
# Frauen stehen längst ihren Mann

## 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.“<sup>1</sup> 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-