

Anpiff

Der Sportjournalismus ist anders als andere Felder des Journalismus. Schon allein die eigenartige Strukturiertheit des Gegenstands »Sport« verleiht der Sparte »Sportberichterstattung« einige Besonderheiten im Kanon der journalistischen Ressorts. Sportjournalisten stehen mit den Sympathieträgern der Region oder der Nation häufig in direktem Kontakt, sie sind bei den attraktivsten Sportveranstaltungen vor Ort dabei und haben mitunter einen gewissen Einfluss auf Mannschaftsaufstellungen oder Trainerverpflichtungen. Ganz nebenbei erhalten sie auf diesem Wege auch noch den Stoff, aus dem die Geschichten über den Spitzensport gemacht werden. Diese pointierte Feststellung lässt sich grundsätzlich zwar ohne Weiteres auch auf das Verhältnis zwischen Journalisten und Personen aus der Politik, der Wirtschaft oder dem Showgeschäft übertragen, aber gerade das Feld des Sports stellt aufgrund seiner Strukturen offensichtlich einen publizistischen Sonderfall dar, der nicht selten für alle an seiner Entstehung Beteiligten mehr oder weniger gravierende Rollenkonflikte aufwerfen kann.

Unabhängig davon gilt der Sportjournalismus jedoch nach wie vor als attraktives Tätigkeitsfeld in der Medienbranche, in dem neben einer soliden Ausbildung gerade auch leidenschaftliche Sportbegeisterung und kommunikatives Talent die Karrierechancen befördern. Der offene Berufszugang, die Unübersichtlichkeit der Beschäftigungsprofile und -verhältnisse begünstigen dabei die noch immer anzutreffenden Vorstellungen vom Sportressort als einem Tummelplatz begabter Seiteneinsteiger oder die wiederkehrende Rede vom *geborenen* Sportreporter. Auf einer übergeordneten Ebene erschweren schon allein das Fehlen einer geschützten Berufsbezeichnung und die beschleunigte Ausdifferenzierung des gesamten Gewerbes eine genaue Bestimmung der Begriffe »Journalist« bzw. »Journalismus«. Vor diesem Hintergrund erscheint der Sportjournalismus als ein Handlungsfeld, dessen diverse Erscheinungsformen keine Einheit bilden, das trotzdem

bislang ohne klare Grenzziehungen funktioniert sowie als Sammelbegriff für verschiedenartige Praktiken und unterschiedlichste Akteure steht. Die oft un- ausgebildeten Verfasser der Spielberichte im Lokalsportteil einer regionalen Zeitung können sich beispielsweise ebenso zum Kreis der Sportjournalisten zählen wie die Qualitätsschreiber von der FAZ und der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG, die Reporter vom SPIEGEL oder die prominenten TV-Spielleiter Reinhold Beckmann und Johannes B. Kerner. Affektiver Gehalt von emotionalen Liveübertragungen mit Public Viewing und der Verkauf teurer Lizenzrechte auf der einen Seite, Thematisierung von gesellschaftlicher Bedeutung und Problematiken des Spitzensports wie Doping auf der anderen – in keinem anderen Ressort des Journalismus scheint die »Kluft in den Medien« (SPORTJOURNALIST 2004) so groß zu sein wie im Sportjournalismus. Das häufig zur Eingrenzung der Berufsgruppe herangezogene Kriterium der Hauptberuflichkeit dürfte übrigens im Mediensektor durch den anhaltenden Trend zu freien und mitunter eher prekären Arbeitsverhältnissen ein wenig an Aussagekraft eingebüßt haben. Die vorliegenden Schätzungen über die Zahl der hauptberuflichen Sportjournalistinnen und Sportjournalisten in Deutschland schwanken zwischen 3500 und 4500 Personen, wobei der Anteil der Frauen aktuell noch immer unter zehn Prozent liegen dürfte (vgl. Görner 1995: 133 ff.; Schaffrath 2007: 16). Weiter kann angenommen werden, dass mehr als zwei Drittel der professionellen Sportjournalisten im Printbereich und rund 15 bis 20 Prozent für das Fernsehen aktiv sind.

Als sogenannte Kommunikatoren sind Sportjournalisten ebenso wie die Berufskollegen aus den anderen Ressorts an der Entstehung, Bearbeitung, Selektion, Präsentation sowie Publikation medial vermittelter Inhalte beteiligt (vgl. Pürer 1998: 32). Die Berufsrolle, die öffentliche Funktion und die Handlungsspielräume des Journalismus variieren allerdings in Abhängigkeit von den jeweiligen gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen. Das Spektrum der Rollenzuschreibungen reicht in diesem Zusammenhang vom Beobachter eines Ereignisses über Hofberichterstattung bis zur Wahrnehmung der Profession als vierte Gewalt im Staate. Gerade die letzte Formulierung wird man jedoch wohl kaum mit dem Sportjournalismus in Verbindung bringen, der einerseits aufgrund der gewachsenen wirtschaftlichen Bedeutung des Mediensports zwar Statusgewinne verbuchen kann, andererseits wiederkehrend dem Vorurteil der ballverliebten Edelfans mit Mikrofon oder Notebook begegnen muss. Allerdings hat die Abspaltung des kritisch orientierten Sportnetzwerkes vom Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS) im Jahre 2005 eine interne Diskussion um das

berufliche Selbstverständnis initiiert und damit die Kristallisation differenzierter Berufsbilder deutlich beeinflusst. Weitestgehend unstrittig ist demgegenüber, dass Sportjournalisten zu den gefragten »Souffleuren der Mediengesellschaft« (Weischenberg/Malik/Scholl 2006) zählen und als professionelle Beobachter der Sportkultur Medieninhalte produzieren, die innerhalb gewisser Grenzen eine eigene medienportliche Wirklichkeit schaffen.

Insgesamt gehören zum Berufsbild ambivalente und mitunter unvereinbare Rollenerwartungen: Sportjournalisten sollen Informationen über die Bewegungs- und Sportkultur in ihrer ganzen Breite vermitteln, dabei aus der Datenflut eine begründete Auswahl treffen, Skandale aufdecken, ihrem Publikum die Schönheit des Sports nahebringen, unparteiisch über die Wettkämpfe berichten, die Geschichte hinter der Geschichte recherchieren, sich für die Leistungen der Athleten oder Mannschaften begeistern, das Sportgeschäft kritisch begleiten, ein Sprachrohr der Fans sein, den Wert der Ware »Spitzensport« steigern, den Athleten ganz nah sein, charmant unterhalten und vieles andere mehr (vgl. Schwier/Schauerte 2008: 163 ff.).

In diesem Zusammenhang unternimmt der vorliegende Band den Versuch, einen Überblick über den Forschungsgegenstand »Mediensport« sowie das Arbeitsfeld des Sportjournalismus zu geben. Zudem sollen die Anforderungsprofile und die Eigenheiten des Sportjournalismus in den einzelnen Medien sowie handwerkliches Wissen präsentiert werden; dies insbesondere aus der Perspektive von Praktikern. Dementsprechend gliedert sich das Buch in zwei Hauptteile: Die ersten Kapitel skizzieren aus verschiedenen theoretischen Perspektiven wesentliche Ergebnisse und Ansätze der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Sportjournalismus. Ausgehend von der Historie des Berufsfeldes werden Forschungsergebnisse zu Akteuren, Themen, Organisationsstrukturen und zur Nutzung des Sportjournalismus aufgezeigt. Im zweiten Hauptteil des Buches kommen dann die Praktiker zu Wort und schildern ihr Tätigkeitsfeld, um einen umfassenden Einblick in die Arbeit von Sportjournalisten und Sportjournalistinnen zu geben. Geordnet nach den unterschiedlichen Medien Print, Fernsehen, Hörfunk, Internet und Fotografie werden anhand von konkreten Beispielen aus der täglichen Arbeit und Berichten aus der Berufspraxis viele Tipps und Hinweise für (zukünftige) Sportjournalisten angeboten.

Den ersten Teil des Bandes eröffnet Erik Eggers, der die historische Entwicklung des Sportjournalismus und die Entstehung des Ressorts »Sport«

nachzeichnet. Der anschließende Beitrag von Jürgen Schwier widmet sich den Besonderheiten sowie der Anziehungskraft des Berichterstattungsgegenstands »Sport« und diskutiert dessen alltagskulturelle Bedeutung in zeitgenössischen Gesellschaften. Steffen Kolb beleuchtet die Akteure des Sportjournalismus, präsentiert aktuelle empirische Daten zu einer Befragung von Sportjournalisten und kann damit Besonderheiten der Arbeitsmethoden kennzeichnen. Einen Überblick über Thematisierungen, Gewichtungen und die Gefährdungen für das Arbeitsfeld »Sportjournalismus« geben Hans-Jörg Stiehler und Thomas Horky, der in einer tabellarischen Gegenüberstellung von Sport- und anderem Journalismus mündet. Den rechtlichen Rahmen von Sportangeboten in den Medien schildern ausführlich Gregor Enderle und Jan Schauerte, ehe Thorsten Schauerte und Thomas Horky den theoretischen Teil mit einer Zusammenfassung von Nutzungsdaten sowie einem besonderen Blick auf populäre Mediensportarten, das Phänomen »Public Viewing« und die Reflexion von Sportjournalismus durch die Sportler selbst beenden.

Den Auftakt des zweiten Teils zur Berufspraxis bildet eine umfassende Beschreibung der Sportangebote in den Printmedien: Arne Richter belegt die große Bedeutung der Nachrichtenagenturen am Beispiel der dpa, Hans-Christian Kamp zeigt die qualitativ hochwertige Sportberichterstattung der FRANKFURTER ALLGEMEINEN ZEITUNG und Michael Kleinjohann beleuchtet das weite Feld der Sportzeitschriften. Den Sport im Hörfunk beschreibt anschließend Andreas Wagner am Beispiel der unterschiedlichen Angebote des SWR. Die Sportsendungen im Fernsehen werden zunächst strukturell dargestellt von Verena Burk, im Anschluss verdeutlichen die Beiträge von Carsten Flügel zu allgemeinen Tätigkeitsfeldern im TV sowie von Eberhard Figgemeier zur Programmorganisation am Beispiel »Olympische Spiele 2008« die stark differenzierten Tätigkeitsfelder im Fernsehen. Mit den neuen Informationsmöglichkeiten im Internet beschäftigt sich zunächst strukturell Jan Becker, zudem präsentieren Clemens Gerlach mit SPIEGEL ONLINE sowie Jürgen Schwier und Oliver Fritsch mit dem Weblog »Indirekter Freistoß« zwei prominente Beispiele. Eine Übersicht über das meist unterschätzte Arbeitsfeld der Sportfotografie bieten Valeria Witters und Thomas Horky, ergänzt durch ein von Christoph Gerrit Grimmer geführtes Interview zur Arbeit von Fotoredakteuren. Nach einer kurzen Abgrenzung vom Tätigkeitsfeld PR/Lobbyismus durch Ralf Spiller wirft Frank Heike einen Blick auf die spezielle Situation der freien Journalisten im Sportbereich. Den Abschluss des Praxisteils bildet ein Beitrag von Hans-Joachim Seppelt zum investigativen Sportjournalismus mit dem Beispiel einer längeren Reportage im Fernsehen.

Statt eines Schlusswortes der Herausgeber wird dieser Band mit einem essayistischen Fazit von einem der zurzeit wohl renommiertesten deutschen Journalisten beendet: Hans-Joachim Leyendecker von der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG wirft aus der distanzierten Perspektive eines Berufspraktikers einen kritischen Blick auf den Sportjournalismus und fordert mittels klarer Handlungsmaximen eine Rückbesinnung auf Recherche, Vielfalt und Qualität.

Literatur

- Görner, F. (1995): Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland. Berlin.
- Pürer, H. (1998): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Systematik, Fragestellungen, Theorieansätze, Forschungstechniken. 6. Auflage, Konstanz.
- Schaffrath, M. (2007): Wege in den Sportjournalismus – Ausbildungsvarianten, Tätigkeitsfelder und Berufsaussichten. Münster.
- Schwier, J./Schauerte, Th. (2008): Soziologie des Mediensports. Köln.
- Sportjournalist (2004): Die Kluft in den Medien. (Heft 11).
- Weischenberg, S./Malik, M./Scholl, A. (2006): Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.