

## Besprechungen

Marcus Bölz

### Fußballjournalismus

Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse

Wiesbaden: Springer VS, 2014. – 363 S.

ISBN 978-3-658-03880-9

Christoph G. Grimmer

### Kooperation oder Kontrolle?

Eine empirische Untersuchung zum Spannungsverhältnis von Pressesprechern in der Fußball-Bundesliga und Journalisten

Köln: Herbert von Halem, 2014. – 414 S.

(Sportkommunikation; 11)

ISBN 978-3-89662-134-0

Im Jahr der für die deutsche Mannschaft erfolgreichen WM und des Bundesligajubiläums erschienen zwei Studien zum Fußballjournalismus. Sie beschäftigen sich auf Basis umfangreicher Befragungen und Beobachtungen nicht nur mit einem wichtigen Bereich des Journalismus, sondern auch mit Kernfragen der Journalismusforschung. Beide Arbeiten enthalten eine Fülle an Insiderbeschreibungen und sind gespickt mit Anekdoten, Bekenntnissen und Fakten. Marcus Bölz beleuchtet das Rollenverständnis der Fußballbundesligajournalisten und die Arbeitsabläufe in ausgewählten Sportredaktionen, um zu Aussagen über den (Sport-)Journalismus in der digitalen Medienwelt zu gelangen. Christoph Grimmer diskutiert die (neuen) Abhängigkeiten von PR und Journalismus, indem er das Verhältnis der Pressesprecher der Fußballbundesligavereine zu den Fußballjournalisten untersucht. Die Leistung der beiden Bände liegt in der Markierung des Forschungsdefizits ebenso wie in der Darlegung der zunehmenden Bedeutung des Fußballjournalismus.

An dieser Stelle treten auch die Schwächen beider Werke zutage. Bislang ist zwar die Beschäftigung mit dem Sportjournalismus wenig ausdifferenziert, eine stärkere Anbindung an die internationale kommunikations- und sportwissenschaftliche Debatte aber wäre möglich und auch nötig gewesen. Bedauernd ist auch, dass die Klassiker der Kommunikationsforschung nicht behandelt werden. Marcus Bölz zitiert häufig aus Zeitungsartikeln, in denen Journalisten ihre Einschätzung zur Sportkommunikation geben – Einschätzungen, die er

dann in seinen Interviews erneut erhebt. Insgesamt fällt auf, dass beide Arbeiten viele Wiederholungen und vor allem viel Grundsätzliches enthalten. Weil teilweise ältere Zahlen präsentiert werden – etwa zu den Entwicklungen auf dem Sportrechtemarkt oder den Zuschauer-/Leserzahlen –, sind eine Reihe von Aussagen nicht zu vergleichen oder kaum in zukünftige Studien zu integrieren.

Jenseits dieser Kritikpunkte ist zu betonen, dass sowohl Bölz als auch Grimmer erstens mit ihren Befragungen und Beobachtungen die Methodenvielfalt in der Kommunikationswissenschaft präsentieren und stärken sowie zweitens wichtige Daten und Interpretationsvorschläge zur aktuellen Situation des Fußballjournalismus vorlegen. Die Sportjournalismusforschung erhält durch die beiden Studien weiteren Auftrieb.

Die folgende Diskussion der jeweiligen Konzeption und Befunde soll diesen Eindruck erläutern.

Marcus Bölz steigt mit der Bemerkung ein, dass die aktuelle gesellschaftliche Wertschätzung des Sports und die globale Popularität der Sportart Fußball ohne den Einfluss der Massenmedien kaum denkbar sind – mehr noch: Der Fußball ist unter Mitwirkung der Medien zu einem Bestandteil des Alltagslebens geworden (13). Die Fragestellung seiner Untersuchung lautet: „Wie entwickelt sich die Arbeit der Fußballberichterstattung unter dem Vorzeichen des digitalen Medienwandels und der zunehmenden Professionalisierung und Kommerzialisierung des Profifußballs in Deutschland?“ (15) Als Ziel der Arbeit gibt er aus, die „Produktion der Fußballberichterstattung in ihrer inneren Logik und Funktionsweise zu bestimmen.“ (Ebd.) Die Aufarbeitung des Forschungsstandes stützt sich in erster Linie auf Weischenbergs Pionierstudien aus den 1970er und 1980er Jahren sowie die Arbeiten von Schaffrath aus den letzten Jahren. Die Kritik von Bölz, die Sportkommunikationsforschung hätte „potenzielle ökonomische Intentionen und Abhängigkeitsverhältnisse oder mögliche Individualabsichten von Sportjournalisten“ ganz außer Acht gelassen (26), ist – auch angesichts der Befunde von Stefanie Hauer aus dem Jahr 2012 – so nicht aufrechtzuerhalten.

Mit seiner kulturalistischen Forschungsperspektive möchte Bölz das „Primat einer journalistenzentrierten Mikroperspektive“ aufbrechen und strebt „eine verstehende Rekonstruktion journalistischer Maximen und Praktiken“ (28) an. Er erhebt den Anspruch, „die überindividuelle[n] und übersituative[n] Muster, die typisch für heutiges Handeln von

Fußballredakteuren sind“ (33), zu bestimmen. Seine Erkenntnisse gewinnt Bözl mithilfe von offenen Interviews und teilnehmender Beobachtung; ergänzt wird die Untersuchung von einer Stilpragmatik von Tageszeitungsbeiträgen zum Spiel von Union Berlin gegen den KSC (s. Fn. 47). Den Zusammenhang von Fußball und Kulturproduktion fasst Bözl mit dem Hinweis auf Parr: „Nicht das Sportspiel Fußball selbst produziert schon kulturelle Bedeutung, sondern erst diejenigen Geschichten, die rund um das Spielgeschehen erzählt werden.“ (52) Das Kapitel 5.2 diskutiert die Kritik am Sportjournalismus, doch leider werden die Positionen der einzelnen Journalisten nicht gerahmt oder hinterfragt. Zwar lockern Zitate – wie jenes von Oliver Kahn: „Ich werde mir eine Schaf-Farm in Neuseeland kaufen und Schafswurst herstellen, um sie nach Bayern zu exportieren. Nee, mal im Ernst, was für eine blöde Frage ist das? Wer denkt sich solche Fragen aus?“ (173) – die Arbeit auf, aber sie erfahren keine echte Einordnung. Das Kapitel 5.8 präsentiert die Ergebnisse der Studie, doch aufgrund der vielen Zitate und Unterpunkte ist es schwierig, Kernaussagen zu identifizieren. Einen Erkenntnisgewinn liefern die (zahlreichen) Äußerungen der Journalisten Stanley Schmidt und Oliver Fritsch, denn sie bieten fundierte Einblicke in die Arbeitsbedingungen der Fußballjournalisten und besitzen auch viel (selbst-)kritisches Potenzial. Wertvoll ist auch die in Kapitel 6 geführte Diskussion über das Verhältnis der Fußballjournalisten zu anderen Akteuren. Hier wird deutlich, dass Trainer, Spielerberater und vor allem die Fans inzwischen enormen Einfluss auf die Journalisten ausüben. Als Antworten auf die forschungsleitenden Fragen werden in Kapitel 7 acht Trends des Fußballjournalismus herausgearbeitet. Bözl nennt an erster Stelle die Intensivierung der Berichterstattung, bei der die Auseinandersetzung mit den lokalen Vereinen im Mittelpunkt steht (321), die Personalisierung (ebd.) und die Zunahme von crossmedialem Arbeiten bei gleichzeitiger Arbeitsverdichtung (323ff.). Offenbar ist die „objektive Berichterstattung nicht immer einfach zu realisieren [...], denn die Berichterstattung muss – bei den elektronischen Medien – eingekauft werden (329). Trotzdem muss die pauschale Kritik an den Sportjournalisten (als Duz-Maschinen o. ä.) nach Ansicht von Marcus Bözl verneint werden (335). Vielmehr lautet sein Fazit: „In Teilen tendiert die Kultur der Fußballberichterstattung zu unterhaltsamer, marktgesteuerter Berichterstattung.“ (345) Vor diesem Hintergrund hätte Bözl Fragen nach der Qualitätssicherung und auch den möglichen Auswirkungen auf die Zei-

tungskrise intensiver diskutieren können. Das schmälert den Verdienst nicht, denn Bözl bestimmt die Fußballjournalisten als Kulturvermittler, die durch Diskursivierungen und Narrativisierungen eine Mediensportkultur schaffen (352).

Christoph Grimmer befasst sich in seiner Arbeit mit einem von Bözl nicht untersuchten Bereich, dem Verhältnis der Fußballjournalisten zu den Pressesprechern der Erstligavereine. Die in der Reihe „Sportkommunikation“ des Kölner Herbert von Halem Verlags erschienene Studie zeichnet sich zunächst durch die Verknüpfung von quantitativen und qualitativen Methoden aus: Mithilfe von Experteninterviews von 17 Pressesprechern (von 18 Erstligavereinen) und einer quantitativen Onlinebefragung von 174 Printjournalisten hat sich Grimmer der Frage genähert, ob zwischen PR und Journalisten eher eine kooperative oder eher eine (einseitig) kontrollierende Zusammenarbeit vorherrscht.

Den Bezugsrahmen für die Arbeit von Grimmer liefert das doch nicht unproblematische Verhältnis zwischen Medien und Fußball. In Anlehnung an die Arbeiten von Schaffrath geschieht seine Annäherung an das Phänomen aus drei Perspektiven: die gesellschaftliche Relevanz, der publizistische Stellenwert (mediale Relevanz) und die ökonomische Bedeutung. Zur Analyse der Erwartungen und Bedürfnisbefriedigungen schlägt Grimmer einen „Medien-Wirtschaft-Politik-Sport-Tetraeder“ (Abb. 2, S. 53) vor. Mit Hilfe dieses Modells – welches enormes heuristisches Potenzial enthält – kann Grimmer die Vormachtstellung des Fußballs erläutern und die Spezifika des Spannungsfeldes Fußball-Bundesliga beschreiben (65ff.).

Die aufwendige Arbeit präsentiert eine Vielzahl an Befunden. An dieser Stelle können nur die wichtigsten aufgeführt werden: Die Pressesprecher sind für Grimmer als Kommunikationschnittstelle zu bezeichnen – als Beispiel für diese Einschätzung nennt er die bis zu 120 Interviewanfragen, die der Mediendirektor des FC Bayern München pro Tag erhält. Ein bemerkenswerter Befund ist, dass die Pressesprecher mit durchschnittlich gut neuneinhalb Jahren lange Beschäftigungszeiten (die sie in der Mehrzahl bei dem aktuellen Verein verbracht haben) aufweisen (371). Die Funktion der PR-Arbeit für die Erstligavereine sieht Grimmer „in drei Richtungen: nach oben (Vereinsführung), unten (Abteilung, Mitarbeiter) und außen (Öffentlichkeit, Journalisten)“ (372). Als die beiden wichtigsten Kriterien für erfolgreiche Pressearbeit sind „positive Resonanz in den Medien zu erzeugen“ sowie gleichauf „kritische

Themen im Vorfeld abzuwenden“ (372) anzuführen. Die Studie kann eindrucksvoll Unterschiede zwischen Journalisten und Pressesprechern schildern: „Sieben von acht Journalisten beschreiben den Kontakt zum Pressesprecher als schwach bis normal – die identische Frage beantworteten 16 der 17 Kommunikationsleiter mit den Antwortvorgaben ‚intensiv‘ oder ‚sehr intensiv‘.“ (374) Das Spannungsverhältnis schlägt sich nach der Studie von Grimmer auch darin nieder, dass die Öffentlichkeitsarbeiten den Sachverstand der Journalisten für begrenzt halten und deren Interesse an Skandalen bemängeln (375). Die Pressesprecher rügen sinkende Qualität, mangelnde Recherche und eine Boulevardisierung (ebd.). Grimmer markiert eine Besonderheit der Interdependenz zwischen Sportjournalismus und PR: den sportlichen Erfolg, denn er „hat einen positiven Einfluss auf die Funktionalität der Verbindung zwischen Vereinen und Redaktionen.“ (379) Letztlich prägen aber Ambivalenzen das Verhältnis, deshalb fordert Grimmer einen beidseitigen Perspektivwechsel, denn dieser „kann die Professionalisierung im Handlungskontext ‚Medienarbeit Fußball-Bundesliga‘ auf eine neue Stufe heben. Während Professionalisierung bislang immer einseitig und getrennt auf Seiten von Journalisten und Kommunikationsleitern betrachtet und kultiviert wurde, könnte mit einer gemeinsamen Kultivierung der Zusammenarbeit eine neue Dimension der Professionalisierung erreicht werden.“ (385)

Das Fazit von Grimmer klingt zunächst pessimistisch: „Pressesprecher in der Fußball-Bundesliga haben eine Art Informationshoheit. Sie können weitgehend entscheiden, welche Spieler zur Öffentlichkeit sprechen und welche Akteure sich mal nicht äußern.“ (394) Diese Entwicklungen können dramatische Folgen für den Journalismus haben. Denn „die Medienvertreter hängen zunehmend am Informations-tropf der Clubs. Wenn man nichts tut, wird der Sportjournalismus zum Erfüllungsgehilfen des Profisports.“ (395) Es bestehen nach Meinung von Grimmer nur zwei Möglichkeiten für die Sportjournalisten: „sich anpassen an die Mechanismen der Clubs – oder bewusst davon abgrenzen.“ (Ebd.) Er sieht „bereits eine eindeutige Rückbesinnung auf die journalistischen Tugenden“ (396). „Das Rollenprofil hat sich demgemäß vom Informationsvermittler verstärkt zum Analytiker oder Unterhalter“ entwickelt (396).

Abschließend ist noch einmal festzuhalten, dass beide Arbeiten die Befundlage zum Rollenverständnis und den Arbeitsbedingungen von Sportjournalisten erweitern und die Beson-

derheiten des Fußballjournalismus herausarbeiten. Die Studien dokumentieren einen soliden Umgang mit den Praktikern und können die Kommunikationswissenschaft für Fragen der Sportkommunikation weiter sensibilisieren.

Jörg-Uwe Nienland

**Mathias Blanz / Arnd Florack / Ursula Piontkowski (Hrsg.)**

### **Kommunikation**

Eine interdisziplinäre Einführung  
Stuttgart: Kohlhammer 2014. – 292 S.  
ISBN 978-3-17-021992-2

Ein aktuelles Lehrbuch einer „schwerpunktmäßig sozial- und wirtschaftswissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft“ (S. 7) ist jetzt von Mathias Blanz (Professor an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg, lehrt Sozial-, Kommunikations- und Medienpsychologie), Arnd Florack (Professor für Angewandte Sozialpsychologie an der Universität Wien) und Ursula Piontkowski (Professorin i. R. für Sozialpsychologie an der Universität Münster) als Herausgeberwerk vorgelegt worden. Das Buch gliedert sich in einen Grundlagenteil mit sieben Kapiteln und einen Anwendungsteil mit elf Kapiteln.

Im Grundlagenteil wird zunächst „Kommunikation“ definiert und in ihre verschiedenen Erscheinungsformen untergliedert – ein sehr griffiger Einstieg aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht (Kap. 1, Blanz). Dabei wird u. a. Paul Watzlawicks Diktum „Man kann nicht *nicht* kommunizieren“ aufgegriffen und auch einmal kritisch hinterfragt (S. 28). Anschließend geht es um sprachliche Kommunikation, und zwar um psycholinguistische Grundlagen (Kap. 2, Schwarz-Friesel & Marx) sowie sprachpsychologisch um Sprache als Mittel der sozialen Beeinflussung (Kap. 3, Fiedler & Krüger). Ein eigenes Kapitel ist der nonverbalen Kommunikation gewidmet (Kap. 4, Krämer, Sobieraj, Grunding & Rössner). Auch wird der typische Dreiklang von interpersonaler Kommunikation (Kap. 5, Boos & Riethmüller), Gruppenkommunikation (Kap. 6, Piontkowski) und Massenkommunikation (Kap. 7, Unz & Blanz) behandelt.

Der Anwendungsteil deckt vier Felder ab: Bei der „Kommunikation im gesellschaftlichen Kontext“ kommen soziale Netzwerkplattformen (Kap. 8, Wodzicki & Cress), gesundheitsbezogene Kommunikation (Kap. 9, Lange & Schwarzer) und interkulturelle Kommunikati-