

1. Das Untersuchungsvorhaben

1.1. Einleitung

Der Sport nahm in der bundesrepublikanischen Gesellschaft schon immer einen gewichtigen Platz ein. Und mit den Jahren stieg seine Beliebtheit immer weiter und damit auch seine Bedeutung. Von den 50ern bis in die 70er Jahre des vergangenen Jahrhunderts galt er noch als die schönste Nebensache der Welt. Neben dem Fußball hatten klassische Sportarten wie Turnen und Leichtathletik regen Zulauf. Eine Umfrage von 1967 ergab, daß 21 % der Bundesbürger über 14 Jahre Sport treiben (vgl. Brandmaier/Schimany 1998, S. 26)

In den 80er Jahren erlebte der Sport einen richtigen Boom, indem seine individuelle und auch gesellschaftliche Bedeutung explosionsartig wuchs. Dazu trug auch die zunehmende Kommerzialisierung des Sports bei, der dadurch immer mehr zu einem Wirtschaftsfaktor wurde. Denn über die Hälfte der Bundesbürger trieb zu dieser Zeit aktiv Sport (vgl. Hackforth 1984, S. 8). Vor allem der Deutsche Tennisbund konnte nach den Erfolgen von Boris Becker und Steffi Graf seine Mitgliederzahl enorm erhöhen (vgl. Digel/Hartmann 1992, S. 23ff).

Und die Bedeutung des Sports steigerte sich in den 90er Jahren noch einmal deutlich. Die Kommerzialisierung entwickelte sich zu einer alles überlagernden Größe. Die Zahl der Aktiven nahm weiter zu¹ und lag Mitte des Jahrzehnts bei 67 % (vgl. Brandmaier/Schimany 1998, S. 27). Zum gleichen Zeitpunkt gaben 73 % der Bundesbürger an, am Sport interessiert zu sein. Ende der 90er Jahre waren es sogar 87 % (vgl. Ufa Sports GmbH 1998, S. 10).

¹ Die starke Expansion der Sportaktivität läßt sich auch an den Wachstumsraten der Mitgliederzahlen der im Deutschen Sportbund organisierten Vereine ablesen. So sind zwischen 1950 und 1995 die Mitgliederzahlen von 3,2 auf 22,2 Millionen kontinuierlich gestiegen (vgl. Brandmaier/Schimany 1998, S. 27).

Außerdem erlebte das Sportsystem einen grundlegenden Struktur- und Wertewandel, der noch immer andauert. Im gesamtgesellschaftlichen Freizeitverhalten findet eine Entinstitutionalisierung statt - so auch im Sport (vgl. Kap. 2.2.). Freizeit wird heutzutage viel bewußter und anspruchsvoller konsumiert. Kommerzielle Anbieter ermöglichen eine viel individuellere Ausübung des Sports als die Vereine. Und das ist gefragt, denn mit einem neuen freizeitorientierten Lebensgefühl hat sich auch eine neue Form des Sporterlebens herauskristallisiert, in dessen Zentrum das körperliche Wohlbefinden steht.

Außerdem ist jung und fit zu wirken in der deutschen Gesellschaft fast schon ein Muß - nur so scheinen privater und beruflicher Erfolg garantiert. Sport treiben - zumal das Ausüben bestimmter Sportarten wie Golf oder Reiten - garantiert ein hohes Maß an gesellschaftlicher Reputation (vgl. Bourdieu 1993, S. 174f). Die Bundesbürger sind offenbar körperbewußter geworden. Die Fitnesswelle brachte eine neue Einstellung zum Körper mit sich, die sich nicht zuletzt auch an einer bewußteren Ernährung ablesen läßt. Zudem wird mittels der Berichterstattung über den Profisport, deren Ausmaß gerade in den 90er Jahren extrem zugenommen hat, ein regelrechter Körperkult inszeniert (vgl. Rigauer 1992, S. 188ff sowie Gebauer 1996A, S. 15-23 und 1999, S. 15)

Dazu entstehen neue Sportarten, die meist mit der englischen Zusatzvokabel „Fun“ für Spaß versehen werden. Auch sogenannte Extremsportarten wie Freeclimbing oder Rafting, bei denen die Teilnehmer oft Leib und Leben riskieren, finden immer mehr Anhänger. In einem vermeintlich ereignis- und risikoarmen Alltag suchen die Extremsportler die besondere Herausforderung - den sogenannten Kick. Habermas weist in diesem Zusammenhang darauf hin, daß die klassischen Risiken wie Arbeitslosigkeit, Krankheit und Alter durch sozialstaatliche Garantien abgedeckt sind (vgl. Habermas 1995, S. 242f).

Mit der verstärkten Entinstitutionalisierung des Sports ging eine gigantische Kommerzialisierung desselben einher. Die Industrie entdeckte im Breitensportler einen Kunden mit individuellen Bedürfnissen. Für jede Sportart gibt es mittlerweile eine breite Palette an Zubehör und spezieller

Kleidung. Gerade mit dem sogenannten Outfit werden Milliarden umgesetzt.

Auch die passive Teilnahme am Sport ist von hoher wirtschaftlicher Bedeutung. In den 70er, 80er und 90er Jahren sehen, hören und lesen durchschnittlich rund 70 % der Bundesbürger Sportberichte in den Medien. Im Vergleich dazu besuchen aber nur relativ wenige die Sportveranstaltungen vor Ort (vgl. Grieswelle 1978, S. 83; UFA Sports GmbH 1994, S. 118f; Brandmaier/Schimany 1998, S. 28).

Aufgrund des hohen Interesses am Sport in den Medien bemühen sich Fernseh- und Rundfunkanstalten mit Beginn der 90er Jahre verstärkt um die Übertragung von Sportveranstaltungen. Es entbrennt regelmäßig ein harter Kampf um die Lizenzrechte für die Übertragungen (vgl. Friccius 1990; Bendrich 1993). Die Sendedauer von Sport in den elektronischen Medien besonders im Fernsehen wird enorm erhöht (vgl. Scholz 1993, S. 281f).

Die „ARD“ verschiebt sogar den Beginn der „Tagesschau“ von 20 Uhr nach hinten, sobald Boris Becker ein halbwegs wichtiges Tennismatch bestreitet (vgl. Michel 1989, S. 66). Mit den Erfolgen weiterer deutscher Athleten treten auch andere Sportarten in den Vordergrund: Michael Schumacher macht durch den Gewinn der Weltmeisterschaft die Formel 1 wieder für ein breiteres Publikum populär und Jan Ullrich bringt durch seine Siege bei der Tour de France den Radsport verstärkt auf den Bildschirm (vgl. Kap. 2.5.1.).

Durch die Ausweitung der Berichterstattung im TV erhöht sich der Druck auf die Sportpresse. Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang sogar von einer Pressekrise, da diese sich gegenüber dem Fernsehen immer mehr auf dem Rückzug befindet (vgl. Bourdieu 1998 S. 59f + 70ff), was in dieser Arbeit genauer untersucht werden soll.

In den 90er Jahren kommerzialisiert sich die Zusammenarbeit zwischen Industrie, Sportveranstaltern und Medien - insbesondere dem Fernsehen - immer weiter, was sich besonders am Beispiel Fußball deutlich machen läßt. Diesem wird in Deutschland das größte Interesse entgegengebracht. „Die deutschen Fußballfans sind mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit die größte (wenn auch nur peripher organisierte)

Gruppierung in diesem unserem Lande und hängen locker DGB, ADAC, SPD und selbst die Spendenchristen numerisch und in der Skala des sich Bemerkbarmachens, inklusive öffentlicher Reaktion und Anerkennung, jeden Konkurrenten ab.“ (Weiss 2000, S. 126). 62 % sind Mitte der 90er Jahre nach einer Umfrage am Fußball interessiert (vgl. Ufa Sports GmbH 1994, S. 15). Wenige Jahre später liegt dieser Wert sogar bei 74 % (vgl. Ufa Sports GmbH 1998, S. 10). D. h. Profifußball bringt Einschaltquoten, Einschaltquoten bringen Werbekunden und die bringen das Geld und damit den Gewinn (vgl. Kistener/Weinreich 1998). Entsprechend attraktiv versuchen die Fernsehanstalten ihr Produkt zu gestalten, um diesen Gewinn zu maximieren (vgl. Kap. 2.4.2.). „Der Bedeutungswandel des Sports ist mit dem Weg vom Ritual zum Medienspektakel weitgehend treffend beschrieben.“ (Fischer 1994, S. 71)

Das hier Skizzierte ist aber nur ein Teil der Entwicklung. Gerade nach 1990 ist die Kommerzialisierung des Fußballs noch einmal weit vorangeschritten: Die Vereine entwickelten sich in dieser Zeit de facto zu Wirtschaftsunternehmen mit dreistelligen Millionenumsätzen (vgl. Brandmaier/Schimany 1998; Weiss 2000). Außerdem nahm die Zahl der Wettbewerbe kontinuierlich zu und bei besonders attraktiven Wettkämpfen wurde die Zahl der Teilnehmer erhöht. So nahmen bei der Weltmeisterschaft 1998 erstmals 32 Mannschaften statt bislang 24 am Turnier teil. Hinzu kommt, daß die Spielpläne der Bundesligen und des Europapokals soweit entzerrt wurden, daß praktisch an jedem Wochentag Profifußball in den Medien stattfindet. Das sogenannte Merchandising - der Verkauf von Fanartikeln - hat sich zu einem enormen Wirtschaftsfaktor entwickelt (vgl. Empacher 1997, S. 47-53). Und durch das Bosman-Urteil wurde die rechtliche Stellung der Spieler wesentlich gestärkt, wodurch ihre Gehälter in astronomische Höhen schossen (vgl. Flory 1997; Kap. 3.2.2.1.)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, daß die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Bundesrepublik Deutschland ständig zugenommen hat, wobei diese Entwicklung in den 90er Jahren ihren vorläufigen Höhepunkt erreichte - sowohl in soziologischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht. Der Sportwissenschaftler und ehemalige Präsident

des Deutschen Leichtathletik-Verbandes, Helmut Digel, spricht in diesem Zusammenhang von einer Versportlichung der Gesellschaft,² die inzwischen sämtliche Bereiche betreffe (vgl. Gleich 2000, S. 511).

1.2. Forschungsstand

Die Fachliteratur³ belegt eindeutig, daß die in der Einleitung in Bezug auf die jüngere Vergangenheit skizzierten Entwicklungen vor allem durch ein einschneidendes Ereignis möglich gemacht wurden: die Zulassung der privaten Fernseh- und Rundfunksender im Jahr 1984. Dadurch erfuhr die deutsche Medienlandschaft eine signifikante Veränderung. Die Konkurrenz auf dem Medienmarkt stieg in einem nie dagewesenem Umfang, was sich insbesondere auf die Sportberichterstattung auswirkte, da die Übertragungsrechte für Wettkämpfe nun wesentlich gefragter waren als bisher. Die einzelnen Sender versuchten und versuchen sich noch immer im Kampf um die Übertragungsrechte zu überbieten, wodurch deren Preise in die Höhe schossen.⁴ Sponsoren und Werbekunden wurden zunehmend in das Geschäft mit dem Profisport und die Berichterstattung darüber integriert.⁵ Durch das Mehr an Sendern und den dadurch entstandenen

² vgl. hierzu auch Matthiesen 1995, S. 178.

³ Eine ausführliche Darlegung des Forschungsstandes durch Auswertung der Fachliteratur zu allen relevanten Bereichen dieser Arbeit findet sich in den Kapitel 2 bis 4 dieser Studie, die zusammen mit dem Kapitel 1 den Theorieteil der vorliegenden Studie bilden, während die Kapitel 5 bis 9 den analytischen Teil umfassen (vgl. Kap. 1.4). In diesem Unterkapitel geht es vor allem um eine zusammenfassende Darstellung der wichtigsten Entwicklungen in der Forschung zum zu behandelnden Thema.

⁴ Allein die Preise für die Übertragungsrechte an der Fußballbundesliga stiegen von 45 Millionen Mark 1988 auf 140 Millionen 1992. 1997 wurden bereits 180 Millionen Mark gezahlt (vgl. Empacher 1997, S. 111).

⁵ Die Zusammenarbeit mit Sponsoren war zunächst nur den privaten Sendern vorbehalten. Erst als 1991 der neue Rundfunkstaatsvertrag in Kraft trat, durften sich auch die öffentlich-rechtlichen Anstalten dieser Werbeform bedienen, wodurch der Konkurrenzkampf eine neue Dimension erreichte (vgl. Meyn 1994, S. 114ff).

Konkurrenzkampf hat sich zum einen die Dauer von Sportsendungen in den elektronischen Medien ausgedehnt (vgl. Kap. 2.4.2.). Zum anderen verbesserte sich auch die Qualität der Fernsehsportberichterstattung, insbesondere die über den Fußball. Außerdem begann das Element der Unterhaltung eine wichtigere Rolle zu spielen (vgl. ebenda).

Auf diese Entwicklungen, besonders auf die Gefahren einer überhandnehmenden Kommerzialisierung, hat die Forschung immer wieder hingewiesen. Die steigende Bedeutung des Sport nicht nur im soziologischen Zusammenhang und die besondere Rolle der Medien⁶ wurden umfangreich analysiert (vgl. z. B. Dietrich/Heinemann 1990; Bachleitner 1992; Stollenwerk 1996).

Auch einzelne Phänomene der Sportberichterstattung wurden bearbeitet wie z. B. Nationalismus (vgl. z. B. Buchloh/Freese 1967; John 1992; Gebauer 1996B; Daalman 1999), Gewalt von Hooligans (vgl. z. B. Pramann 1980; Kerr 1994; Pilz 1995) oder die Sportsprache (vgl. z. B. Kroppach 1978; Digel 1983; Burger 1990; Cöhring 1991; Linden 1994; Timmermann 1997). Bei der Rolle der Medien hat sich die Forschung allerdings sehr auf das Fernsehen konzentriert. Die Printmedien wurden schon seit längerem eher etwas stiefmütterlich behandelt (vgl. Digel 1983, S. 39) und nur wenige Arbeiten beschäftigten sich ausführlich mit der Sportpresse als solcher (vgl. z. B. Binnewies 1975; Laaser 1980; Rogall/König 1984; Kleinjohann 1987; Emig 1987; Beck 1988; Tewes 1991; Loosen 1998). Diese Arbeiten beschränken sich allerdings weitgehend auf Momentaufnahmen und zeigen

⁶ Die Rolle der Medien wurde in der Sportwissenschaft lange Zeit kaum beachtet. Noch Anfang der 80er Jahre sprach Becker in diesem Zusammenhang von einer desolaten Lage: Die „symbolische Sportwelt der Medien bleibt in ihrer Struktur und Wirkung der Sportwissenschaft noch weitgehend verschlossen.“ (Becker 1983, S. 25) Das lag vor allem darin begründet, daß die Sportwissenschaft ihre Fragen vor allem aus der Sportpraxis bezog (vgl. Willimczik 1991, S. 17f). Erschwerend kommt hinzu, daß die Sportwissenschaft eine multidisziplinäre Wissenschaft ist und eine lange Reihe von Einzeldisziplinen zu bearbeiten hat wie z. B. Sportsoziologie, -pädagogik, -psychologie, -geschichte, -medizin, -recht, -organisation, -stättenbau, Trainings- und Bewegungslehre sowie Biomechanik (vgl. Oestreich 1991, S. 34).

keine Trends. „Bisher gibt es noch kaum Analysen über den Wandel der Sportberichterstattung in der Presse.“ (Beck 2001, S. 5)

Die Vernachlässigung der Presse ist auch deshalb zu beklagen, weil mehr als zwei Drittel der deutschen Sportjournalisten im Printbereich arbeiten (vgl. Görner 1995, S. 133). Die überwiegende Mehrheit der Sportjournalisten sieht sich also durch die Ausweitung der TV-Berichterstattung mit einem erheblichen Problem konfrontiert (vgl. auch Kap. 2.4.2. u. 4.2.6.). So ist festzuhalten, daß der Presse unter den Medien eine Sonderrolle zukommt, weshalb eine nähere Betrachtung lohnt, zumal die Wissenschaft sich mit der Entwicklung der Sportpresse bislang nur unzureichend auseinandergesetzt hat.

In einer Informationsgesellschaft, in der Nachrichten immer schneller verbreitet und konsumiert werden, ist der Nachteil der Presse, daß sie erst am nächsten Tag erscheint. Fernsehen und Rundfunk sind dem bedruckten Papier weit voraus. Printmedien gestatten dem Konsumenten nur ein Nacherleben, während die elektronischen Medien ein Miterleben ermöglichen (vgl. Meyn 2001, S. 209). Auch neue Medien wie das Internet sind für Zeitungen und Zeitschriften eine weitere Konkurrenz. Hier kann der Fußballfan mittlerweile schon ganz aktuell alle Ergebnisse und Statistiken aus fast allen Ligen abrufen (vgl. Grabig 1995, S. 67f; Blittkowsky 1998). Schon in den 80er Jahren stellte Binnewies (1983A) fest, daß nur 18 % die Tageszeitung als Quelle der Erstinformation nutzen, aber 79 % zur Zweit- und Folgeinformation. In den 90er Jahren waren es nur noch 12 % die sich in erster Linie in den Printmedien über den Fußball informierten - 81 % der Deutschen nutzten dafür das Fernsehen (vgl. Ufa Sports GmbH 1998, S. 186f).

Wer ein Fußball-Länderspiel live am Bildschirm oder Radio verfolgt hat, will am nächsten Morgen in der Zeitung nicht unbedingt noch einmal den Spielverlauf nachlesen, sondern sich über die Hintergründe informieren. Trotz der ausführlichen Berichterstattung dieser Medien, die ihr Produkt schneller an den Mann bringen können als Zeitungen und Zeitschriften, scheiden hochkarätige Sportereignisse für die Zusatzverwertung im Printbereich nicht aus. „Kaum eine andere Programmsparte eignet sich so

gut wie Sport, um den Printmedien Raum zur Komplementierung zu belassen.“ (Hennig 1988, S. 13) So begannen mit der zunehmenden Verbreitung des Fernsehen in den 60er Jahren die Tageszeitungen und Sportzeitschriften ganz langsam sich auch um die Hintergrundberichterstattung zu kümmern (vgl. Dovifat 1969, S. 253f; Wehrle 1990, S. 23).

Trotzdem wurde den Printmedien in wissenschaftlichen Arbeiten immer wieder vorgeworfen, sich noch zu sehr auf eine ergebnisorientierte Berichterstattung - die sogenannte 1:0-Berichterstattung - zu beschränken und zu wenig Zusatzinformationen zu liefern.⁷ Gerade bei letzterem hätte die Stärke der Sportpresse liegen können, da dieser Bereich vom Fernsehen bis zum Beginn der 90er Jahre eher vernachlässigt wurde.

Eine Untersuchung von Tewes aus dem Jahr 1991 ergab schließlich, daß die Sportpresse in Teilen eine Art Komplementärfunktion übernommen und akzeptiert hat. So bestachen überregionale Zeitungen durch ausführliche Analysen, und die Boulevardpresse setzte einen Schwerpunkt mit Geschichten aus dem Privatleben der Sportstars. Das heißt, die Presse orientierte sich mit ihrer Berichterstattung an der des Fernsehens und versuchte Lücken und Nischen zu besetzen, wenn sich auch viele regionale Blätter weiterhin auf eine 1:0-Berichterstattung beschränkten (vgl. Tewes 1991).

Anfang der 90er Jahre erhielten Kommerzialisierung und Fernsehsportberichterstattung einen zweiten kräftigen Schub, der durch die Einführung der Bundesligasendung „ran“ am 14.8.1992 auf dem

⁷ Weiterer zentraler Kritikpunkt der Wissenschaft an der Sportpresse ist die Dominanz des Spitzensports mit der Beschränkung auf wenige publikumswirksame Sportarten. Dadurch werde die Realität des Sports verzerrt und seiner Vielfalt nicht ausreichend Rechnung getragen (vgl. Kap. 2.5.1. u. 2.5.2.). Außerdem wird bemängelt, daß die Presse oft nur oberflächlich berichtet und beispielsweise Gewaltphänomene nicht hinterfragt (vgl. Kap. 3.2.3. u. 3.2.4.). Die Sprache der Sportberichterstattung wird von den Forschern als schablonen- und klischeehaft sowie zu emotional beschrieben (vgl. Kap. 2.5.3.). Zudem sei ein Hang zur Sensationsmache, zum Starkult und zu nationalistischen Tendenzen festzustellen (vgl. Kap. 8).

Privatsender „SAT.1“ mit ausgelöst wurde. Durch eine im Vergleich zu vorher noch unterhaltsamere Präsentation, die Installierung weiterer Kameras im Stadion und der Einführung neuer Perspektiven, durch die Vermittlung weiterer Daten, Fakten und Analysen sowie zusätzlicher Hintergrundberichterstattung auch durch die Heranziehung von Experten setzte „ran“ neue Maßstäbe (vgl. Empacher 1997). Mehr als sechs Millionen Zuschauer verfolgten am Samstag die „ran“-Sendung. Das entsprach einem TV-Marktanteil bei den 14- bis 49jährigen Männern von annähernd 50 % (vgl. Stanko 1994, S. 43). Zu Spitzenzeiten verfolgten sogar knapp acht Millionen Fußballfans „ran“, während sich die „ARD-Sportschau“ mit etwas mehr als zwei Millionen begnügen mußte (vgl. Horeni 1994, S.3).

Dieser Trend machte durch den Erfolg Schule - andere Sender zogen nach. So kreierte die „ARD“ eine neue Sendung zum DFB-Pokal - hier hält sie noch die Übertragungsrechte, nachdem die Erstaussstrahlung der Bundesliga an die privaten Sender gefallen war - die sich sehr stark an „ran“ orientiert. Mittlerweile achten Sportvermarkter bei der Vergabe von Rechten nicht nur darauf, wer am meisten zahlen kann, sondern wer die Ware Fußball auch am besten verkaufen, vermitteln und an den Mann bringen kann (vgl. Tumbrägel 2001). Um eine optimale Vermarktung der Ware Fußball zu gewährleisten, sind die Medien ein besonders wichtiger Faktor, da sie das Interesse des Zuschauers bzw. Kunden wachhalten.

1.3. Ausgangsthese

Wie bereits ausgeführt, hat sich das Fernsehen in den vergangenen Jahren aus kommerziellen Gründen immer stärker auf die Sportberichterstattung konzentriert. Diese Arbeit möchte aufzeigen, welche Auswirkungen diese Entwicklung auf das Verhalten der Printmedien hat.

Es läßt sich die Ausgangsthese aufstellen, daß sich durch die rasante Professionalisierung des Fußballs in den 90er Jahren, die mit einer Erweiterung und Modernisierung der Berichterstattung im Fernsehen

einherging, auch die Fußballberichterstattung in den Printmedien verändert hat.

Als Problemstellung soll hierzu angeführt werden, daß es für die Presse nicht mehr ausreichend sein kann, wie von Tewes dargestellt, bis zu einem gewissen Grad ergänzend zum Fernsehen zu berichten, da dort mittlerweile ein Großteil der Fakten, Analysen und Hintergründe in die Berichterstattung einfließen. Daraus resultiert: Das Fernsehen läßt den Printmedien immer weniger Spielraum, da diesen immer weniger berichtenswerte Informationen bleiben.

Ziel der Arbeit ist es darzulegen, daß sich die Printmedien in den 90er Jahren neu orientieren mußten, um dem wachsenden Konkurrenzdruck zu begegnen. Bis zum Ende der 80er Jahre sind infolge der Angebotsausweitung durch die Einführung des dualen Rundfunksystems keine substantiellen Verdrängungstendenzen im intermediären Wettbewerb zwischen Fernsehen und Tageszeitung festzustellen. Statt dessen wenden die Rezipienten mehr Zeit für die Mediennutzung auf (vgl. Wernecken 2000, S. 65ff). Doch in der Folgezeit wird die Tageszeitung durch die Angebote des Fernsehens in der Publikumsgunst zurückgedrängt. 1990 lesen noch drei Viertel der Deutschen täglich eine Zeitung; mittlerweile sind es aber nur noch zwei Drittel (vgl. Kap. 4.2.7.). Um zeigen zu können, wie die Blätter auf die sich ändernden Gegebenheiten reagiert haben, soll den nachstehenden forschungsleitenden Fragen nachgegangen werden:

1) *Wieviel* hat sich in Bezug auf den Umfang der Berichterstattung zwischen dem Beginn und dem Ende der 90er Jahre verändert? Angesichts der wachenden Bedeutung des Sports und der zunehmenden Konkurrenz auf dem Medienmarkt ist eine Ausweitung der Berichterstattung auch in der Presse wahrscheinlich.

2) *Was* hat sich im Verhältnis der inhaltlichen Kategorien bzw. Themenschwerpunkte verändert (z. B. mehr Spielberichte, weniger Vorberichte, mehr Portraits, weniger Randthemen usw.)? Es ist anzunehmen, daß die Blätter versuchen sich noch stärker auf eine analytische Berichterstattung und Hintergründe zu konzentrieren. Daher

dürften Kategorien, die diese Art der Berichterstattung repräsentieren, stärker vertreten sein.

3) *Wie* hat sich die Darstellungsart der Berichterstattung verändert bzw. welche Trends sind erkennbar (Erscheinungsbild, Sprachstil, Fotos, Besonderheiten usw.)? Die Blätter werden die Möglichkeiten auf diesem Feld sicherlich nutzen, um die Berichterstattung beispielsweise durch ansprechende Farbfotos oder einen flotten Schreibstil attraktiver zu gestalten.

4) *Wie* geht die Sportpresse mit Kritik an ihrer Berichterstattung um, die von der Wissenschaft schon seit längerem thematisiert wird? Hat sie auf die Kritikpunkte reagiert, ihre Berichterstattung weise nationalistische Tendenzen auf, fröne einem Starkult und neige zur Sensationsmache? Die hier genannten Punkte sprechen die Emotionen der Leser an und gelten deshalb dem Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften eher als zuträglich. Es ist daher anzunehmen, daß die von der Forschung immer wieder geforderte differenziertere Berichterstattung in diesen Punkten höchstens im Ansatz zu erkennen ist.

Innerhalb dieser übergeordneten Komplexe sollen zusätzlich weitere Detailfragen geklärt werden wie z. B.: Wie finden die Printmedien angesichts der Angebotsausweitung im Fernsehen ihre Themen? Welche Merkmale in der Berichterstattung sind für welches Blatt typisch? Welchen Einfluß haben längerfristige Trends wie die zunehmende Kommerzialisierung des Sports in der Gesellschaft? Wie kann die Leserbindung angesichts der immer stärker werdenden Konkurrenz durch die elektronischen Medien aufrecht erhalten werden?

Zuletzt ist der Frage nachzugehen: Wie sieht die Zukunft der Sportpresse aus? Wo liegen bestimmte Grenzen, oder sind sie bereits erreicht? Der Fußballinteressierte kann durch die Auswälzung der Spielpläne (Bundesliga: Freitag bis Sonntag; 2. Liga: Freitag bis Montag; Europapokal: Dienstag bis Donnerstag; dazu Länderspiele, Freundschaftsspiele usw.) nahezu an jedem Wochentag mindestens eine Begegnung live am Bildschirm verfolgen. Besteht die Gefahr einer Übersättigung, die auch auf

Tageszeitungen und Sportzeitschriften zurückfallen kann? Welche Möglichkeiten kann die Sportpresse noch nutzen?

1.3.1. Untersuchungsgegenstand und -zeitraum

Um den hier skizzierten Thesen- und Fragenkomplex klären zu können, wurden zwei Meßpunkte herausgesucht, die am Beginn bzw. am zwischenzeitlichen Ende dieser turbulenten Phase der zunehmenden Kommerzialisierung im Profifußball und der Ausweitung der Fernsehberichterstattung über den Profifußball stehen: die Weltmeisterschaft 1990 in Italien und die WM in Frankreich 1998. Diese beiden Großereignisse sind auch deshalb als Untersuchungsgegenstand geeignet, da sie - wie sonst nur noch Olympische Spiele - beim Publikum eine extrem hohe Resonanz finden. Der von den Sportjournalisten betriebene Aufwand ist hier am größten. Entwicklungen und Trends in der Sportpresse treten dabei am deutlichsten zutage.

Als Untersuchungsgegenstand dienen drei Tageszeitungen und zwei Sportzeitschriften. Als Grundlage für die Auswahl dient die Unterteilung von Dovifat:

- a) nationale Abonnementzeitungen, überregionale Presse
- b) regionale bzw. lokale Presse (Großstadtzeitungen) und Standortpresse (Kreis- und Heimatzeitungen)
- c) Boulevardpresse, Kaufzeitungen (vgl. Dovifat 1976, S. 31).

Jeder dieser drei Gruppen wird ein Blatt zugeordnet. Der Autor entschied sich

bei a) für die „Frankfurter Rundschau“,⁸

⁸ Der Autor hat sich bewußt gegen die andern beiden großen überregionalen deutschen Tageszeitungen „FAZ“ und „Süddeutsche Zeitung“ entschieden, da diese zu Beginn der 90er Jahre noch einen früheren Redaktionsschluß hatten als die „FR“ (vgl. Verlag Dieter

bei b) für den „Kölner Stadt-Anzeiger“
und bei c) für die „Bild-Zeitung“.

Zu den drei Tageszeitungen kommen noch die beiden auflagenstärksten Sportzeitschriften der Bundesrepublik hinzu: das „Kicker Sportmagazin“ und die „Sport-Bild“.

Auf ein Blatt aus den neuen Bundesländern wurde bewußt verzichtet, da Deutschland im Sommer 1990 noch nicht wiedervereinigt war. So wird eine Kontinuität gewährleistet und der Vergleich auf eine vernünftige und nachvollziehbare Basis gestellt. Außerdem war die Mannschaft der DDR bei der WM in Italien nicht vertreten und eine Berücksichtigung des DDR-Fernsehens im Sinne der Komplementärfunktion der Presse wäre auch nicht möglich. Sicherlich hätte eine Gegenüberstellung mit Zeitungen aus dem Osten Deutschlands seinen Reiz; dies wäre aber aufgrund der historischen Gegebenheiten im Zusammenhang mit der aufgehobenen Teilung Deutschlands ein eigenes Thema.

Der Untersuchungszeitraum bei der WM 1990 reicht bei den Tageszeitungen von Dienstag, dem 29.5.1990 bis Samstag, den 14.7.1990. Er erstreckt sich also über sieben Wochen, um auch noch die Vor- und Nachberichterstattung in die Untersuchung mit einzubeziehen. Da die Sportzeitschriften nicht so an die Aktualität gebunden sind, wird der Untersuchungszeitraum hier etwas ausgedehnt. Er reicht von Montag, dem 21.5.1990 bis Donnerstag, den 26.7.1990.

Für die WM 1998 wurden analog dazu alle Ausgaben der genannten Zeitungen von Samstag, dem 30.5.1998 bis Samstag, den 18.7.1998 in die Studie aufgenommen. Bei den Sportzeitschriften sind das die Ausgaben zwischen dem 18.5. und dem 30.7.1998. Der etwas verlängerte Zeitraum bei

Zimpel, Teil 1, Stand 7/8/91), was dazu führte, daß diese beiden Zeitungen häufig keine Berichte von Spielen drucken konnten, die am Abend zuvor stattgefunden hatten. Daher wäre es im Vergleich zu den anderen Blättern zu Verzerrungen gekommen.

der WM in Frankreich ist dadurch begründet, weil das Turnier 1998 drei Tage länger dauerte als 1990.⁹

Der Untersuchung liegen somit 308 Presseexemplare zugrunde, die sich in 5633 Artikeln mit den beiden Weltmeisterschaften beschäftigten (vgl. Tab. 118). Um den Vergleich präzisieren zu können, wurden zusätzlich die Untersuchungszeiträume jeweils in vier Phasen unterteilt, die den chronologischen Ablauf der Berichterstattung über die Turniere wiedergeben: Vorberichterstattung, Berichterstattung über die Vorrunde, über die Hauptrunde und die Nachberichterstattung. Die Abgrenzung der einzelnen Phasen richtet sich nach dem jeweiligen Spielplan und ist in folgendem Schema abgebildet.

| | WM '90 | | WM '98 | |
|-----------------------|----------------|--------------------|----------------|--------------------|
| | Tageszeitungen | Sportzeitschriften | Tageszeitungen | Sportzeitschriften |
| Vorberichterstattung | 29.5.-7.6 | 21.5.-7.6. | 30.5.-9.6. | 18.5.-9.6. |
| Vorrunde | 8.6.-22.6. | 11.6.-21.6. | 10.6.-27.6. | 10.6.-25.6. |
| Hauptrunde | 23.6.-9.7. | 25.6.-11.7. | 28.6.-13.7. | 29.6.-15.7. |
| Nachberichterstattung | 10.7.-14.7. | 12.7.-26.7. | 14.7.-19.7. | 16.7.-30.7. |

Unter dem eben dargelegten Ansatz will diese Arbeit durch ihre Untersuchung der Sportpresse Forschungslücken aufzeigen und schließen. So werden hier Sportzeitschriften miteinbezogen, was in bisherigen Arbeiten kaum der Fall war. Ebenfalls neu ist der Vergleich über einen mittelfristigen Zeitraum. Außerdem werden nicht - wie bisher - die verschiedenen Zeitungstypen anlässlich eines Ereignisses miteinander verglichen, sondern dieselben Titel bei zwei Ereignissen. Es werden also Paare aus gleichen Zeitungen und Zeitschriften gebildet (also z. B. jeweils ein Spielbericht der „Frankfurter Rundschau“ von 1990 und 1998) und somit eine neue Vergleichsmethode entwickelt, die in dieser Form noch

⁹ Sämtliche für die Untersuchung verwendeten Zeitungen und Zeitschriften aus dem Untersuchungszeitraum liegen dem Autor im Original vor.

nicht praktiziert wurde. Außerdem ist es möglich, verschiedene Paare einander gegenüberzustellen und somit bestimmte Ergebnisse zu vertiefen. Zudem ist festzuhalten, daß durch die Durchführung eines Längsschnitts und durch die Berücksichtigung mehrerer Faktoren wie der Kommerzialisierung und der Fernsehberichterstattung diese Studie unterschiedliche Forschungsbereiche abdeckt, wie z. B. Publizistik, Sportwissenschaft und Soziologie. Dadurch erhält die Arbeit einen interdisziplinären Charakter, wobei es ihr Ziel ist, Informationen bereitzustellen, die eine breitgefächerte Diskussion in Bezug auf die Entwicklung und die Perspektiven in der Sportberichterstattung erlaubt.

1.4. Methodik

Die vorliegende Arbeit läßt sich in zwei Blöcke unterteilen: Der erste Block umfaßt die Kapitel eins bis vier und beinhaltet den theoretischen Teil. Darin werden in erster Linie die Fachliteratur ausgewertet und zur Dokumentation des Vorverständnisses des Forschers die theoretischen Grundlagen in allen für die Arbeit relevanten Bereichen gelegt (vgl. Meinefeld 2000, S. 270-274). Der zweite Block mit den Kapiteln fünf bis neun ist der analytische Teil mit der eigentlichen Untersuchung.

Dabei muß darauf geachtet werden, daß die Untersuchung den Kriterien der Wissenschaftlichkeit genügt. Angestrebt wird ein Höchstmaß von Objektivität, Reliabilität und Validität, d. h., die einzelnen Schritte der Erforschung und die Ergebnisse müssen intersubjektiv nachvollzieh-, überprüf- und diskutierbar sein. Mit anderen Worten: Die Untersuchung muß derartig gestaltet werden, daß bei einer Wiederholung derselben unter gleichen Bedingungen gleiche Ergebnisse erzielt werden (vgl. Atteslander 2000, S. 7f; Steinke 2000, S. 319ff).

Der Forschungsablauf innerhalb dieser Untersuchung erfolgt in fünf Phasen:

- 1) Problembenennung
- 2) Gegenstandsbenennung

- 3) Durchführung bzw. Anwendung von Forschungsmethoden
- 4) Analyse bzw. Auswertungsverfahren
- 5) Verwendung bzw. Interpretation von Ergebnissen (vgl. Atteslander 2000, S. 21-70)

Bei dem hier vorgestellten Forschungsvorhaben geht es im wesentlichen um die Untersuchung von Texten. Die klassische Methode hierfür ist die Inhaltsanalyse (vgl. Wersig 1968). Dabei wird in der Fachliteratur häufig zwischen einer quantitativen sprich meßbaren und einer qualitativen mehr interpretativen Herangehensweise unterschieden. Auch wenn dieser Streit unter Methodikern noch nicht beigelegt ist, wird in der jüngeren Diskussion eine strikte Unterscheidung und Trennung dieser beiden Vorgehensweisen als künstlich und wenig nützlich beschrieben (vgl. Rust, H. 1980 u. 1981, Früh 1981, Mayring 1993), zumal sich in der Praxis die qualitative Inhaltsanalyse immer weiter durchgesetzt und sich neue Forschungsfelder erobert hat (vgl. Flick/Kardorff/Steinke 2000A, S. 22ff). „Moderne Inhaltsanalyse zielt dabei nicht mehr nur auf den Inhalt des verbalen Materials ab. Formale Aspekte ebenso wie latente Sinngehalte kann sie zu ihrem Gegenstand machen.“ (Mayring 2000, S. 469)

Das größte Problem der qualitativen Inhaltsanalyse ist wegen der Erhebung sogenannter weicher Daten z. B. durch Interviews die intersubjektive Überprüfbarkeit. Diese Daten können aber durch präzise Dokumentation der Auswertungsmethoden, Informationsquellen und Transkriptionsregeln erhärtet werden (vgl. Steinke 2000. S. 324ff). Die Stärken der qualitativen Inhaltsanalyse liegen zum einen in der Möglichkeit größere Materialmengen zu bearbeiten. Zum anderen erfolgt ihre Systematik vorher festgelegten Ablaufmodellen. Dadurch ist das Verfahren durchsichtig und leicht auf andere Forschungsansätze und Fragestellungen übertragbar. Des weiteren kann das Kategoriensystem während der Analyse überarbeitet und dem Material flexibel angepaßt werden (vgl. Mayring 2000, S. 474). So kann die

qualitative Inhaltsanalyse tiefergehende und damit interessantere Ergebnisse¹⁰ liefern.

Außerdem ist es ein enormer Vorteil, daß sich in eine qualitative Analyse „leicht quantitative Schritte einbauen lassen, was zur Überwindung der so oft kritisierten Dichotomisierung ‘qualitativ’ versus ‘quantitativ’ führen kann“ (Mayring 2000, S. 474). Da in dieser Untersuchung ein horizontaler Schnitt ausgeführt werden soll, bei dem verschiedene Arbeitshypothesen und eine Reihe von Unterpunkten überprüft werden, erscheint die Herangehensweise mit verschiedenen inhaltsanalytischen Mitteln sinnvoll - wenn nicht gar zwingend.

Die methodologische Diskussion zur Methodenintegration wird im wesentlichen durch zwei unterschiedliche Modelle bestimmt. Auf der einen Seite steht das Phasenmodell, das oft von quantitativ orientierten Methodikern vertreten wird. Danach werden zunächst qualitative Methoden zur Hypothesengenerierung und dann quantitative Methoden zur Hypothesenprüfung benutzt. Auf der anderen Seite vertreten qualitativ orientierte Forscher einen Ansatz, der durch die Verbindung von qualitativen und quantitativen Verfahren denselben Gegenstand aus unterschiedlichen Winkeln sowie auf unterschiedliche Art und Weise beleuchtet (vgl. Kelle/Erzberger 2000, S. 300ff). So soll ein umfassenderes und valideres Bild entstehen, weshalb sich der Autor für dieses Vorgehensweise, die in der Fachliteratur als Triangulation (vgl. Flick 2000) bezeichnet wird, entscheiden hat.

Eine solche Vorgehensweise ist auch deshalb vorzuziehen, weil das Basisdesign dieser Untersuchung eine Vergleichsstudie ist. Hier wird nicht

¹⁰ Der Autor möchte an dieser Stelle explizit erwähnen, daß die Methode lediglich ein Hilfsmittel ist, das uns dem Ergebnis näher bringen soll. Sie darf nicht zum Selbstzweck verkommen. Nicht ihre Verwendbarkeit darf über das Ausmaß ihrer Anwendung entscheiden, sondern lediglich das Forschungsziel und die Forschungslogik (vgl. Atteslander 2000, S. 14). Wichtig ist, daß auch die Methode nachvollziehbar und somit kommunizierbar und kritisierbar ist. Nur dann wird auch das Ergebnis nachvollziehbar und kann mit anderen Forschungsergebnissen verglichen, diskutiert und eingeordnet werden (vgl. Rustemeyer 1992). Ein Ergebnis, auch wenn es noch so richtig ist, nützt nichts, wenn der Weg zu diesem Ergebnis im Dunkeln bleibt.

ein Fall in seiner Gesamtheit und Komplexität betrachtet, sondern mehrere Fälle im Hinblick auf bestimmte Ausschnitte untersucht (vgl. Flick 2000A, S. 253f). Zur Triangulation ist zu bemerken, daß die qualitativen und quantitativen Methoden zwar verschieden, vom methodologischen Standpunkt aus aber gleichrangig sind (vgl. Kelle/Erzberger 2000, S. 302f). Die durch Triangulation gewonnen Ergebnisse, können

- konvergieren
- sich komplementär zueinander verhalten
- oder divergent sein (vgl. Kelle/Erzberger 2000, S. 304)

Jede dieser Möglichkeiten kann den Forschungsprozeß fördern und befruchten. „Eine Divergenz von Ergebnissen etwa zwingt zur Formulierung erklärungskräftigerer und validerer theoretischer Modelle, die nicht entwickelt worden wären, hätten sich die Untersucher nur auf einen der beiden Methodenstränge verlassen.“ (Kelle/Erzberger 2000, S. 308)

Dieser Arbeit liegen auf der methodisch-qualitativen Seite eine Reihe von Experteninterviews sowie deskriptive Elemente und auf der methodisch-quantitativen Seite eine Flächenmaßanalyse, eine vergleichende Themenanalyse, eine Titelseitenanalyse sowie eine Wortfeldanalyse zugrunde. Die einzelnen Verfahren werden im folgenden genauer vorgestellt.

1.4.1. Experteninterviews

Im Zentrum der hier vorliegenden Untersuchung steht eine Reihe von Experteninterviews. Die Anwendung dieser Methode erfreut sich in der Forschungspraxis verschiedenster wissenschaftlicher Disziplinen einer großen Beliebtheit. Im Kontrast dazu findet aber eine Auseinandersetzung mit der Befragung von Experten in den Methodenlehrbüchern kaum oder nur am Rande statt (vgl. Deeke 1995, S. 7; Voelzkow 1995, S. 51; Trinczek 1995, S. 59). „Motto: alle tun es, aber keiner spricht darüber.“ (Vogel 1995, S. 73)

Experteninterviews dienen vor allem der Exploration des Forschungsgegenstandes sowie der Gewinnung von substantiellen Informationen und Daten (vgl. Vogel 1995, S. 74f). Kritiker dieses Instruments sind vornehmlich die Anhänger quantitativer Methoden. Sie weisen auf die Schwächen der methodischen Kontrolle und in der wissenschaftlichen Bewertung der erhobenen Ergebnisse hin (vgl. Voelzkow 1995, S. 51f). Auf der anderen Seite ist zu bemerken, daß sich Experteninterviews für bestimmte Forschungsaufgaben hervorragend eignen. Das gilt insbesondere dann, wenn wie im vorliegenden Fall, sich das Forschungsvorhaben auf einen Methodenpluralismus stützt, der neben den Experteninterviews z. B. noch die Analyse von Dokumenten vorsieht. „Dieser Methodenpluralismus ermöglicht eine wechselseitige Neutralisierung der möglichen Fehlerquellen, die mit einem einzelnen Verfahren verbunden sein könnten.“ (Voelzkow 1995, S. 56)

Außerdem wird dadurch das Problem der Reichweite von Expertenwissen gelöst. Denn erst in der Kombination von mehreren Experteninterviews und der Analyse von Dokumenten kann das Datenmaterial gewonnen werden, das im Sinne dieser komparativen Studie dann mit der Frage nach einer über den bestimmten Fall hinausgehenden Bedeutung konfrontiert werden kann (vgl. Deeke 1995, S. 14).

„Das Experteninterview selber ist in methodischer Hinsicht von diesem Problem (der Reichweite; Zus. d. Verf.) ‘entlastet’, muß in seiner einzelnen Anlage und Durchführung deshalb nicht unbedingt auf methodische Bedingungen fallübergreifender Verallgemeinerung hin konzipiert und kontrolliert werden, gewinnt diesen Stellenwert erst in der methoden-kombinierenden Konzipierung und Auswertung der Fallstudie insgesamt.“ (ebenda)

1.4.1.1. Art der Befragung

Der Autor hat sich für eine mündliche Befragung mittels der Durchführung von narrativen Interviews, die in der Fachliteratur auch häufig als offene

Interviews bezeichnet werden, entschieden. Die Gründe dafür sind mannigfaltig. Standardisierte bzw. stark strukturierte Befragungen engen den Spielraum des Interviewers zu sehr ein. Fehler im Fragebogen lassen sich während der Erhebungsphase kaum noch korrigieren. Verständnisprobleme können nicht geklärt werden, da Nachfragen nicht zulässig sind (vgl. Atteslander 2000, S. 141ff). Deswegen stellt Trinczek fest, „daß diese Verfahren sich den Zugang zu dem, was die Befragten ‘wirklich’ denken, systematisch versperren“ (Trinczek 1995, S. 60). Dagegen gelten narrative Interviews als gelungener Kompromiß zwischen den vielseitigen und unterschiedlichen Ansprüchen an qualitative Interviews. „Sie vereinbaren ein hohes Maß an Offenheit und Nicht-Direktivität mit einem hohen Niveau der Konkretion und der Erfassung detaillierter Informationen und sind dadurch anderen Interview-Varianten überlegen.“ (Hopf 2000, S. 351) Deshalb wird diese Interviewform in der Forschung besonders häufig eingesetzt (vgl. ebenda).

Gleichzeitig wird in den Methodiklehrbüchern immer wieder die Vergleichbarkeit von Experteninterviews gefordert, was eine Teilstandardisierung bzw. eine Strukturierung unerlässlich macht (vgl. Voelzkow 1995, S. 55ff). Diese Forderung beinhaltet keinen Widerspruch zur offenen Interviewführung, „weil es kein Gespräch gibt, das nicht in irgendeiner Weise strukturiert ist“ (Atteslander 2000, S. 140). Es bedeutet lediglich, daß der Forscher sich nicht an vorformulierte Fragen bindet, deren Reihenfolge festgelegt ist, sondern daß er sich an einem Interviewleitfaden orientiert, der das nötige Maß an Flexibilität in der Frageformulierung, der Abfolge der Frage und für Nachfragestrategien ermöglicht. Außerdem können Themen, die sich aus dem Gespräch ergeben in den Forschungsprozeß aufgenommen werden (vgl. Hopf 2000, S. 351f; Atteslander 2000, S. 142).

In diesem Zusammenhang nennt Deeke fünf Gründe, die für eine mündliche, offene, teilstandardisierte Interviewform sprechen:

- 1) Zu Beginn einer Studie wissen die Forscher in den seltensten Fällen, ob und welche Informationen sie von den Experten erwarten können. Fast immer besteht ein Informationsgefälle zwischen den Wissenschaftlern und

den Experten.¹¹ Ein komplett durchstrukturiertes Interview ist daher mehr als schädlich.

2) Standardisierte Befragungen unterstellen, daß nur Antworten gegeben werden, aber keine damit verbundenen Begründungen, Einschätzungen und Erläuterungen des Interviewten.

3) Im mündlichen Interviews ist eher feststellbar, ob die Zuweisung des Expertenstatus' an die befragte Person zu recht geschah, da diese größere Möglichkeiten besitzt, sich durch die Darlegung ihres Sachverstandes als Experte auszuweisen.

4) In einem offenen Gespräch kommt die zeitliche und soziale Kontextgebundenheit¹² stärker zum Tragen, wodurch mehr Wissen zum interessierenden Sachverhalt durch klärende Nach- oder Gegenfragen und diskursive Rekonstruktion erarbeitet werden kann. D. h. Forscher und Experte können zu bestimmten Fragen des Untersuchungsgegenstandes zeitweilig auch in eine Diskussion übergehen und sich so vom reinen Frage/Antwort-Schema lösen.

5) In der offenen Interviewform kommt der Befragte als Subjekt besser zur Geltung. Dies ist den meisten Forschungsprojekten förderlich, da es inhaltlich um subjektiv gemeinten Sinn, subjektive Relevanzstrukturen und Orientierungen geht (vgl. Deeke 1995, S. 18f).

¹¹ Weil dies so ist, wird in der Gegenüberstellung von quantitativer und qualitativer Forschung immer wieder darüber gestritten, inwieweit qualitative Methoden überhaupt zur wissenschaftlichen Erhebung von bestimmten Sachverhalten beitragen können. So könnten in einem Experteninterview die befragten Personen versuchen, den Forscher zu täuschen, verzerrende Sichtweisen transportieren, wichtige Informationen vorenthalten oder gar einer Selbsttäuschung unterliegen. Der Forscher seinerseits könnte das Interview suggestiv anlegen oder seinen Gesprächspartner unbewußt in die Irre führen. Diese Fehlerquellen werden aber schon alleine dadurch minimiert, weil der Wissenschaftler im Laufe des Forschungsprozesses selbst zu einer Art Sekundärexperten heranwächst. So fließen z. B. Informationen und subjektive Deutungen in nachfolgende Interviews ein und werden so automatisch zur Disposition gestellt und auf ihre Tauglichkeit geprüft (vgl. Voelzkow 1995, S. 56f).

¹² Auch Trinczek hebt die erhöhte Kontextsensitivität als Vorteil dieser Interviewform gegenüber komplett standardisierten Verfahren hervor (vgl. Trinczek 1995, S. 60).

1.4.1.2. Auswahl der Experten

„Als Experten könnte man diejenigen Personen bezeichnen, die in Hinblick auf einen interessierenden Sachverhalt als ‘Sachverständige’ in besonderer Weise kompetent sind.“ (Deeke 1995, S. 8f) Unter Kompetenz sind in diesem Zusammenhang vor allem zwei Dinge zu verstehen: Erstens sind Experten Fachleute, die sich durch Fachwissen auszeichnen oder an einem bestimmten Prozeß beteiligt sind und so über relativ exklusives Ereignis- bzw. Fallwissen verfügen. Zweitens muß dieses Wissen begründet und unter Abstraktion persönlicher Wertungen vermittelt werden, um es so für die Untersuchung nutzbar machen zu können (vgl. Deeke 1995, S. 9).

Merkens erweitert die Ansprüche an Experten hinsichtlich des organisatorischen Sektors und nennt fünf Punkte zu deren Charakterisierung:

- 1) Experten verfügen über das Wissen und die Erfahrung, deren der Forscher bedarf.
- 2) Sie sind in der Lage zu reflektieren.
- 3) Sie haben die Fähigkeit sich entsprechend zu artikulieren.
- 4) Experten müssen die Zeit mitbringen, interviewt zu werden.
- 5) Sie müssen grundsätzlich bereit sein, an der Untersuchung teilzunehmen (vgl. Merkens 2000, S. 294).

Entscheidend für die Auswahl der Experten, ist letztlich die Frage, wer aus der Erhebungsperspektive dafür in Frage kommt. Es spielt nur eine untergeordnete Rolle, welche Position die betreffende Person in einer Organisation einnimmt. Viel wichtiger ist eine ausgeprägte Beteiligung am konkreten Fall, die mit dem entsprechenden Fachwissen einhergeht (vgl. Deeke 1995, S. 15ff).

Anhand dieser Vorgaben hat der Autor die Experten ausgesucht und sich dabei zunächst am Untersuchungsgegenstand orientiert. Von jedem Presseorgan, das Teil dieser Studie ist, wurde ein Mitarbeiter interviewt. Diese Mitarbeiter mußten in Zusammenhang mit den bereits aufgeführten

Punkten zwei Voraussetzungen erfüllen: Erstens brauchten sie eine langjährige Berufserfahrung als Sportjournalist, weil diese ein hohes Maß an Fachwissen mit sich bringt. Zweitens mußten die Experten an den Fußballweltmeisterschaften 1990 in Italien und 1998 in Frankreich als Sportjournalisten teilgenommen haben, da diese die beiden Meßpunkte innerhalb der vorliegenden Untersuchung bilden. Die Auswahl fiel auf folgende Personen:

- „Frankfurter Rundschau“: Harald Stenger (50), stellvertretender Ressortleiter Sport und Fußballchef¹³
- „Kölner Stadt-Anzeiger“: Karlheinz Wagner (41), Ressortleiter Sport
- „Bild-Zeitung“: Walter Maria Straaten (42), Sportchef „Bild“-Berlin und bei dieser Zeitung zuständig für die deutsche Nationalmannschaft
- „Kicker Sportmagazin“: Rainer Holzschuh (56), Chefredakteur
- „Sport-Bild“: Raimund Hinko (51), Redaktionsleiter „Sport-Bild“-München und dort Teamleiter Nationalmannschaft

Um den Bereich der Printmedien zu komplettieren wurde, zusätzlich noch ein Mitarbeiter der Sportnachrichtenagentur „Sportinformationsdienst“ - kurz „sid“ - befragt. Jürgen Zelustek (40) ist bei Deutschlands größter Sportnachrichtenagentur zuständig für die deutsche Nationalmannschaft.¹⁴

Zu diesem Expertenstamm wurden noch additiv weitere Fachleute aus für diese Studie relevanten Bereichen interviewt, um supplementär korrektive Meinungen einzuholen. So wurde zunächst der „SAT.1“-Kommentator für Fußball und Boxen, Erich Laaser (48), interviewt, da die Ausweitung und Modernisierung der Fernsehberichterstattung - insbesondere durch die „SAT.1“-Sendung „ran“ - für die Bildung der Ausgangsthese eine extrem wichtige Rolle spielt.

¹³ Alle Angaben zum Alter und zum Aufgabenbereich der befragten Personen beziehen sich auf den Zeitpunkt des Interviews.

¹⁴ In der Forschung ist seit längerem unbestritten, daß die Agenturen Einfluß auf den redaktionellen Inhalt der Zeitungen und Zeitschriften ausüben (vgl. Clause 1962, S. 76-83; Derichs 1994), weshalb die Befragung eines Mitarbeiters des „sid“ mehr als sinnvoll erscheint.

Um den Bereich Profifußball und die damit verbundene Kommerzialisierung zu analysieren, hat der Autor ein Gespräch mit Uli Hoeneß (49) geführt. Hoeneß wurde 1974 als Spieler Fußballweltmeister und ist seit 1979 Manager des deutschen Rekordmeisters Bayern München. Außerdem spielte für den Profifußball das bereits erwähnte Bosman-Urteil eine gewichtige Rolle, da dadurch die Position der Spieler neu definiert wurde. Um diesen Sachverhalt näher zu beleuchten und die Entwicklung der Sportpresse aus Sicht der betroffenen Spieler einzufangen, wurde ein Interview mit Michael Preetz (34) geführt. Preetz ist nicht nur ehemaliger Nationalspieler und Kapitän der Bundesligamannschaft Hertha BSC Berlin sondern auch Vizepräsident der „Vereinigung der Vertragsfußballer“ und als solcher besonders prädestiniert, die anstehenden Fragen zu beantworten. Zur Abrundung des Gesamtbildes bietet es sich an, einen Mitarbeiter des „Deutschen Fußball Bundes“ - kurz DFB - als übergeordnete Organisation zu befragen. Natürlich war für die Auswahl dieses Experten sein Fachwissen über die Medien und insbesondere die Sportpresse vorrangig. Deshalb wurde das Interview mit dem ehemaligen Sportprintjournalisten Wolfgang Niersbach (50) geführt, der seit 1988 Pressesprecher des DFB ist und als solcher an beiden dieser Untersuchung zugrunde liegenden Fußball-Weltmeisterschaften teilgenommen hat.¹⁵

1.4.1.3. Anforderungen an den Interviewer

Bei einer mündlichen Befragung liegt es in der Natur der Sache, daß der Interviewer direkten Einfluß auf den Gesprächsverlauf nimmt. Hierbei besteht die Gefahr, daß der Interviewer möglicherweise Verzerrungen hervorrufen kann. Auf der anderen Seite hat er auch die Möglichkeit, eine Regel- und Kontrollfunktion zu übernehmen (vgl. Atteslander 2000, S. 143).

¹⁵ Alle zehn Interviews befinden sich komplett transkribiert und nach dem Datum der Befragung sortiert im Anhang dieser Arbeit (Laaser, S. 133-149; Wagner, S. 150-172; Straten, S. 173-189; Stenger, S. 190-212; Niersbach, S. 213-228; Zelustek, S. 229-245; Holzschuh, S. 246-264; Hoeneß, S. 265-274; Hinko, S. 275-289; Preetz, S. 290-303).

Um letzteres zu erreichen, muß der Interviewer verschiedenes beachten. So sollte die Gesprächsführung entschieden im Ziel sein, so daß der Forscher in jedem Fall zumindest den vorher ins Auge gefaßten Grundstock an Informationen bekommt. Dabei sollte er aber das Interview variabel im Kurs gestalten. Der Interviewer muß situationsadäquat reagieren können und darf sich nicht stur an seinen vorbereiteten Leitfaden klammern. Denn der Befragte braucht Spielraum für eigene Schwerpunktsetzungen. So können zum einen zusätzliche Aspekte in das Blickfeld des Forschers geraten und zum anderen ist es auch aus atmosphärischen Gründen wichtig (vgl. Vogel 1995, S. 76; Hermanns 2000, S. 363).

„Gelingt es dem Interviewer nicht, das Gespräch auf die Ebene des entspannten ‘Fachgesprächs’ zu ziehen und gleichzeitig das Vertrauen des Interviewten zu gewinnen, bleiben die Gesprächsinhalte auf dem Niveau der in Pressemitteilungen veröffentlichten Meinung des Hauses, was für die Ansprüche einer tiefergehenden Analyse als Mißerfolg zu werten ist.“ (Hägele 1995, S. 71) Um die Atmosphäre eines Fachgesprächs zu erreichen, muß sich der Interviewer als kompetenter Gesprächspartner erweisen, indem er beispielsweise die richtigen Fachbegriffe gebraucht (vgl. ebenda; Vogel 1995, S. 76).

Darüber hinaus hat sich der Autor für ein gelockertes, neutrales Interviewverhalten entschieden. Atteslander unterscheidet in diesem Zusammenhang im wesentlichen drei unterschiedliche Arten des Interviewverhaltens: hart, weich und neutral (vgl. Atteslander 2000, S. 142-147).

Während bei einem harten Interview der Befragte einer Art Verhörtechnik unterworfen wird, die die „richtigen“ Antworten erzwingen soll, nimmt der Interviewer im weichen Gespräch eine passive Rolle ein, die es dem Befragten sogar erlaubt, sein eigenes Thema zu wählen (vgl. Atteslander 2000, S. 144f). Im neutralen Interview sollen die Gefühle in der Beziehung zwischen beiden Gesprächspartnern möglichst außen vor bleiben, um so die Uniformität der Interviewsituation zu erhöhen und damit gleichzeitig die Vergleichbarkeit der gewonnenen Informationen zu steigern. Natürlich kann es in einer solchen Situation keine absolute Neutralität geben. Wenn zwei

Menschen aufeinandertreffen, machen sich beide Seiten automatisch ihre Gedanken über die jeweils andere. Durch die Berücksichtigung dieses Umstandes entstand der Begriff vom gelockerten, neutralen Interview. Der Forscher sollte dabei einen seriösen Eindruck machen und sich bis zu einem gewissen Grad zurückhalten. Er muß seine eigene Einstellung zum Untersuchungsgegenstand verbergen. Er darf ebensowenig Mißbilligung oder Ablehnung zeigen wie übertriebene Zustimmung zu den Äußerungen des Befragten. Eine Haltung des freundlichen Gewährenlassens hat sich als wirksamer Kompromiß herausgestellt, um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen (vgl. Atteslander 2000, S. 145f).

Dies darf den Interviewer aber nicht daran hindern, im Gesprächsverlauf auch Gegenpositionen einzunehmen. Dabei ist auf das richtige Maß zu achten, damit das Gespräch keinen konfrontativen Verlauf nimmt und nicht in einer Sackgasse endet. Schließlich soll der Interviewte auch nicht seine Position ändern. Die Einwände des Forschers dienen lediglich dazu, daß der Befragte seine subjektiven Relevanzstrukturen diskursiv entfalten kann (vgl. Trinczek 1995, S. 65).

Hopf faßt die häufigsten Fehler¹⁶ zusammen, die bei qualitativen Interviews auftauchen:

- a) Tendenz zu einem dominierenden Kommunikationsstil durch zu viele geschlossene und suggestive Fragen
- b) Häufung von bewertenden und kommentierenden Aussagen
- c) Schwierigkeiten und fehlende Geduld beim Zuhören sowie beim Aufgreifen von Anhaltspunkten und beim spontanen Formulieren von Nachfragen
- d) Unsicherheit im Umgang mit dem Frageleitfaden (vgl. Hopf 2000, S. 359).

¹⁶ Fehler bei der Gesprächsführung liegen meist in einem Mangel an Erfahrung begründet. Vogel empfiehlt den Forschern in diesem Zusammenhang das Studium journalistischer Lehrbücher (vgl. Vogel 1995, S. 77). In der vorliegenden Studie hat der Autor, der auf eine über zehnjährige Berufserfahrung als Journalist zurückblickt und in zahllosen Interviews Praxiswissen sammeln konnte, die Experten selbst aufgesucht und befragt.

Hinzu können Schwierigkeiten mit der technischen Ausrüstung wie dem Aufnahmegerät kommen (vgl. Hermanns 2000, S. 362). Außerdem zeigen Interviewer aus Unsicherheit oft ein übertriebenes Schonverhalten gegenüber dem Experten (vgl. Hermanns 2000, S. 365). Auf der anderen Seite handelt es sich bei Experten oft um hochrangige Vertreter wichtiger Institutionen oder Organisationen, die sich schwer lenken lassen. „Salopp formuliert: Ein Experte läßt sich nur ungern an die Kandare nehmen. Vielmehr ist er bestrebt, die Definitionsmacht darüber zu behalten, wann was wie im Interview zur Sprache kommt.“ (Vogel 1995, S. 79) Aus diesem Spannungsverhältnis heraus können Interaktionseffekte auftreten. Vogel zählt vier solcher Effekte auf:

- Eisbergeffekte
- Paternalismuseffekte
- Rückkoppelungseffekte
- Katharsiseffekte (vgl. Vogel 1995, S. 79ff)

Der *Eisbergeffekt* kann in zweierlei Weise auftauchen. Zum einen kann die Gesprächsatmosphäre von einem gewissen Mißtrauen oder bewußtem Desinteresse geprägt sein. Diese Variation tritt aber vergleichsweise seltener auf. Häufiger hingegen ist die zweite Variante, bei der der Experte aus den verschiedensten Gründen gezielt Informationen zurückhält. Hier bekommt der Forscher nur die Spitze des Eisbergs der für ihn relevanten Informationen präsentiert. Der Interviewer kann nun versuchen, durch gezielte und vor allem kompetente Nachfragen, den Experten aus der Reserve zu locken. Gelingt dies nicht oder nur zum Teil, kann dem Wissenschaftler der methodische Zugriff der Triangulation weiterhelfen.

Beim *Paternalismuseffekt* trägt der Experte oft eine übertriebene Gutmütigkeit zur Schau. Diese ist aber meistens nichts anderes als der Versuch, die Gesprächsführung an sich zu reißen. Der Experte will so dem Forscher diktieren, was diesen zu interessieren hat. Die klassischen Auslöser für den Paternalismuseffekt sind Alters- und Statusunterschiede.

Beim *Rückkoppelungseffekt* handelt es sich um eine Umkehr der Situation. Der Experte konfrontiert den Wissenschaftler immer wieder mit Fragen. Er will Antworten zu Themen erhalten, die ihn interessieren, die aber gleichzeitig vom Anlaß und von den Fragen des Interviews wegführen.

Der *Katharsiseffekt* beschreibt eine Art Selbstreinigung des Experten, der die Gelegenheit nutzt, auf kompensatorische Weise Affekte abzureagieren. Oft geht es dabei um Frustration und Ärgernisse des beruflichen Alltags. „Was die Befragten schon immer einmal sagen wollten, bricht sich nun gegenüber dem geduldig zuhörenden Sozialforscher ungehindert Bahn. Gerade in Experteninterviews neigen die Befragten oftmals dazu, sich und ihre Probleme zu inszenieren.“ (Vogel 1995, S. 81)

Tritt ein Katharsiseffekt auf, droht dem Fragensteller das Gespräch zu entgleiten, und aus wissenschaftlicher Sicht ist sogar ein Scheitern denkbar. Auf der anderen Seite kann dieser Effekt auch dazu führen, daß interessierende Sachverhalte zusätzlich oder viel offener, unverblümter und unverstellter zur Sprache kommen.

Trotz aller denkbarer Vorbereitung und Erfahrung seitens des Forschers, werden gewisse Effekte, Schwächen und Fehler nicht immer zu vermeiden sein. Vogel stellt fest, „daß es das methodisch perfekte und interviewtechnisch einwandfrei durchgeführte Experteninterview wohl nur in den seltensten Fällen geben wird“. (Vogel 1995, S. 82) Deshalb ist es um so wichtiger, sich der Existenz solcher Effekte und Störungen bewußt zu sein, um sie bei der Auswertung und Interpretation der Gespräche berücksichtigen zu können.

1.4.1.4. Transkription und Auswertung des Interviews

Bei der Transkription von Interviews sind vier verschiedene Formen der Verschriftung von Aufnahmen des gesprochenen Wortes möglich:

- 1) Die *Standardorthographie*, die sich an der geschriebenen Sprache orientiert.
- 2) Die *literarische Umschrift*, in der der Forscher die Elision einarbeitet, so daß z. B. das Verb „gehen“ als „gehn“ wiedergegeben wird. Außerdem wird die Assimilation berücksichtigt, indem z. B. „haste“ für „hast du“ notiert wird.
- 3) Der sogenannte *eye dialect*, der noch stärker von der Standardorthographie abweicht und die Umgangssprache möglichst lautgetreu abbildet.
- 4) Die *phonetische Umschrift*, die sich nach dem Internationalen Phonetischen Alphabet richtet, stellt den Text in phonetisch-phonologischen Kategorien dar. Um bei dem Beispiel „gehen“ zu bleiben, würde in diesem Fall „[ge:n]“ aufgeschrieben werden. Diese Art der Transkription wird in der Forschung aber nur selten angewandt, weil die Benutzerfreundlichkeit sehr zu wünschen übrig läßt (vgl. Kowal/O'Connell 2000, S. 441).

Der Autor hat sich in der vorliegenden Arbeit für die Standardorthographie entschieden. Diese hat zwar den Nachteil, daß sie Besonderheiten der gesprochenen Sprache wie die bereits erwähnten Elisionen und Assimilationen sowie Versprecher, Wortabbrüche, Verzögerungen, Wiederholungen und Fülllaute nicht berücksichtigt. Entscheidend für die Transkription ist aber, daß nur die Merkmale des Gesprächs niedergeschrieben werden, die auch tatsächlich für die Analyse von Bedeutung sind (vgl. Kowal/O'Connell 2000, S. 444). Die hier aufgeführten Besonderheiten haben für diese Studie, wenn überhaupt, nur eine kaum meßbare Relevanz. Außerdem entsprach die gewählte Wiedergabe dem Wunsch der meisten Experten, die unter anderen Umständen das Interview zurückgezogen hätten.¹⁷ Die Interviews der drei Befragten, die in dieser

¹⁷ Interviewer und Interviewte einigten sich auf ein Prozedere, bei dem der Autor eine wörtliche Abschrift des Interviews erstellte, die dem Experten dann zur Autorisation zuging. Die vom Befragten gemachten Anmerkungen wurden dann vom Autor nachgetragen, wobei es sich ausschließlich um die Verbesserung von Formulierungen oder

Hinsicht keine Präferenzen hatten, wurden aus Gründen der Einheitlichkeit ebenfalls in Standardorthographie transkribiert.

Nach der Transkription stellt sich die Frage, wie die Interviews zu verstehen bzw. auszuwerten sind. Das grundlegende Problem für den Wissenschaftler dabei ist, daß sein Tun eigentlich auf einem allgemein menschlichen und eher alltäglichen Vermögen basiert. Also muß der Forscher kennzeichnen und plausibilisieren, was dieses Tun zu einer wissenschaftlichen Unternehmung macht (vgl. Soeffner 2000, S. 166f).

Der entscheidende Unterschied liegt in der Herangehensweise. Im Gegensatz zum Alltagsmenschen „versucht der wissenschaftliche Interpret, sich über die Voraussetzungen und die Methoden seines Verstehens Klarheit zu verschaffen. Denn dadurch und nur dadurch wird Verstehen zu einer wissenschaftlichen Methode. Dadurch auch erst wird Verstehen systematisch lehr- und lernbar.“ (Soeffner 2000, S. 167)

Für die konkrete Herangehensweise bedeutet das, daß die zu gewinnenden Daten in vergleichbarer Weise erfaßt und zugeordnet werden müssen. Dabei unterscheidet sich die Handhabung der Methoden zwischen quantitativen und qualitativen Verfahren in keiner Weise. Was im ersten Fall beispielsweise Metrik, Maßstab, Skalierung und Messung übernehmen, wird bei qualitativen Ansätzen durch Merkmalsrasterung, Kategorisierung, Klassifizierung und Typisierung geleistet (vgl. Plath 1995, S. 88). So können Entwicklungen begrifflich gefaßt,¹⁸ gekennzeichnet, bereitgestellt und anschließend interpretiert werden.

Trotz allem kann im einzelnen Interview wohl kaum ermessen werden, ob der jeweilige Experte wahrheitsgemäß geantwortet hat. Deshalb ist für die

den Einsatz treffenderer Vokabeln handelte. Keiner der Experten nahm eine von ihm gemachte Aussage zurück, auf der der Autor dann gegebenenfalls hätte bestehen müssen.

¹⁸ Wichtig für den gesamten Vorgang ist, die prinzipielle Relativität bewußt in Rechnung zu stellen. Nur so kann der Anspruch auf Intersubjektivität des Verfahrens und der Ergebnisse aufrechterhalten werden. Außerdem wird eine mögliche Beliebigkeit dadurch ausgeschlossen, indem Relativität und Intersubjektivität kontrolliert aufeinander bezogen werden (vgl. Soeffner 2000, S. 171f).

Qualität der Ergebnisse die Auswertung eines einzelnen Interviews nicht ausreichend. Für die Validierung der Expertengespräche ist die Erhebung mehrerer Interviews maßgeblich (vgl. Deeke 1995, S. 20), was in dieser Studie auch praktiziert wurde.

„Die Befragung mehrerer Experten ist nicht nur deshalb erforderlich, weil sie jeweils nur spezifische Wirklichkeitsausschnitte und positionsgebundene Sichtweisen haben, sondern auch deshalb, weil nur in einer mehrperspektivischen Erhebung und in Kombination mit weiteren Datenquellen wie z. B. schriftlichen Dokumenten die Chance zur interpretativen Validierung besteht.“ (ebenda)

In der vorliegenden Studie werden die Experteninterviews mit der Auswertung des Primärmaterials und den vorgenommenen Messungen (vgl. Kap. 1.4.2.-1.4.5.) sowie im ersten Teil mit der Fachliteratur kombiniert.

1.4.2. Flächenmaßanalyse

Die Flächenmaßanalyse ist eine erprobte Methode, die aussagekräftige und nachvollziehbare Ergebnisse liefert (vgl. Hammer/Kock 1978). Ziel der Untersuchung ist es, Prozentwerte des jeweiligen Umfangs der Berichterstattung oder bestimmter Bereiche davon zu ermitteln, um einen übergeordneten Vergleich zu ermöglichen und eine intersubjektiv nachvollziehbare Bestandsaufnahme zu erarbeiten.

Bei der Flächenmaßanalyse wird der zu untersuchende Gegenstand - also die WM-Berichterstattung - ausgemessen. Dabei wird zunächst einmal die Fläche jedes einzelnen zur WM-Berichterstattung gehörenden Artikels und Fotos in Quadratmillimetern bestimmt. Dabei werden die Bildunterschriften und die zum Foto gehörenden Sätze, die direkt ins Foto integriert sind, zum Bildanteil gerechnet.

Nach dem Vermessen werden die einzelnen Werte der Artikel sowie der Fotos zusammengezählt. Addiert man die beiden Werte, die dann den Text- bzw. Bildanteil darstellen, erhält man den Umfang der WM-Berichterstattung in Quadratmillimetern. Dieser absolute Umfang der Berichter-

stattung kann nun in Relation zum Gesamtumfang des entsprechenden Presseorgans gesetzt werden. Der Gesamtumfang errechnet sich aus dem jeweiligen Satzspiegel, der mit der dazugehörigen Seitenzahl multipliziert wird.

Bei den absoluten Zahlen werden die Stellen hinter dem Komma auf- bzw. abgerundet. Sämtliche Prozentzahlen werden auf die zweite Stelle hinter dem Komma gerundet. Dieser Prozedur wird jede Zeitung und Zeitschrift innerhalb des Untersuchungszeitraums unterzogen. Alle ermittelten Werte werden dann in Tabellen übertragen, um einen Überblick über die Ergebnisse zu ermöglichen (vgl. Tab 1-43). Dabei läßt sich auch eine Unterscheidung zwischen den einzelnen Phasen der WM-Berichterstattung wie der Vorberichterstattung, Vorrunde, Hauptrunde und Nachberichterstattung treffen. Für jede dieser einzelnen Phasen sowie für den gesamten Untersuchungszeitraum werden Durchschnittswerte ermittelt (vgl. Tab. 44)

Die Flächenmaßanalyse liefert differenziertere Ergebnisse, als wenn beispielsweise mit der Zeitungszeile als Maßeinheit operiert werden würde. Beim Auszählen dieser Einheiten werden nämlich die verschiedenen Anschlagzahlen, die verschiedenen Größen der Schrift und die unterschiedlichen Abstände zwischen den Buchstaben nicht berücksichtigt. Außerdem läßt sich bei dieser Methode der Bildanteil nur durch Auszählen der Fotos feststellen, wodurch aber noch keine Aussagen über deren Größe und Umfang getroffen werden.

Der durch die Flächenmaßanalyse ermittelte Flächeninhalt der Berichterstattung spiegelt also sehr genau deren Umfang wider. Dieser Umfang ist als Indikator für die Bedeutung anzusehen, die dem betreffenden Teil der Berichterstattung - in diesem Fall über die WM - zukommt. Es ist eine alte journalistische Grundregel, daß wichtigen Ereignissen mehr Platz eingeräumt wird als zweitrangigen Begebenheiten. Je mehr Raum einem Ereignis zugestanden wird, desto höher schätzt die Redaktion die Bedeutung desselben bzw. das Interesse ihrer Leser daran ein. Somit kann die Ermittlung des Flächeninhalts der WM-Berichterstattung Aussagen über einen möglichen Wandel in der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung des

sportlichen Großereignisses zwischen 1990 und 1998 ermöglichen (vgl. Kap. 5).

1.4.3. Vergleichende Themenanalyse

Um die Frage nach der Verschiebung von thematischen Schwerpunkten beantworten zu können, wurde nach inhaltlichen und formalen Gesichtspunkten folgendes Codebuch erarbeitet, dem anschließend alle 5633 Artikel aus der WM-Berichterstattung im Untersuchungszeitraum zugeordnet wurden. Die Kategorien für dieses Codebuch wurden mittels einer Voruntersuchung des Primärmaterials und der Insiderkenntnisse des Verfassers, der seit mehreren Jahren hauptberuflich als Journalist im Aktuellen und im Sportbereich tätig ist, gebildet.

Kategorie 1: Vorberichte: Diese Kategorie umfaßt alle Vorberichte, die sich direkt auf ein Spiel vor oder während der WM beziehen. Es sind also keine allgemeinen Hintergrundberichte, sondern Artikel, die sich überwiegend mit der möglichen Aufstellung, Taktik, einer Stärken-/Schwächenanalyse oder dem zu erwartenden Ausgang beschäftigen.

Kategorie 2: Spielberichte: Hier werden Artikel zugeordnet, die hauptsächlich den Spielverlauf einer Begegnung wiedergeben bzw. sich hauptsächlich mit einem Spiel beschäftigen. Dazu zählen auch die Berichte, die die Leistung eines jeden einzelnen Spielers einordnen.

Kategorie 3: Nachberichte: Diese Artikel erscheinen manchmal erst am übernächsten Tag nach der Partie und erzählen eine ganz spezielle Geschichte des Spiels oder um das Spiel herum. Sie untersuchen, warum die Begegnung genau diesen Verlauf und Ausgang genommen hat, bzw. dessen Folgen oder eine spezielle Szene aus der Partie. Im Zentrum stehen damit aber immer noch die Ereignisse bezüglich des jeweiligen Spiels.

Kategorie 4: Analyse: Während die Beispiele in Kategorie 3 durchaus auch analytischen Charakter haben können, steht hier die Analyse mehr im Vordergrund und ist vor allem allgemeinerer Natur. Sie bezieht sich nicht mehr hauptsächlich auf ein Spiel, sondern z. B. auf die Qualität des Turniers, die Situation einer Mannschaft, ihre Probleme und ihre Chancen im Wettbewerb. Es können Stimmungsberichte aus den Quartieren der Mannschaften sein, Prognosen, Bilanzen, Texte zur Entwicklung des Fußballs bis hin zu Regelfragen.

Kategorie 5: Stimmen: Diese Kategorie beschränkt sich auf Reaktionen zum Spiel oder bestimmten Ereignissen rund um die WM von z. B. Beteiligten, Kommentatoren, Prominenten oder der internationalen Presse. Ebenfalls in dieser Kategorie vertreten sind Tips vor einem Spiel und Leserbriefe.

Kategorie 6: Statistik: Aufgeführt werden alle abgedruckten Statistiken und Artikel, die statistische Daten als Grundlage haben und interpretieren.

Kategorie 7: Interviews: Hier werden alle Interviews und Gespräche zugeordnet, die auch in dieser Stilform abgedruckt werden.

Kategorie 8: Portraits: Gemeint sind alle Artikel, die eine Person (Spieler, Trainer, Funktionär usw.) in den Mittelpunkt stellen und somit porträtähnlichen Charakter haben oder sich überwiegend mit der privaten Situation eines Betroffenen beschäftigen.

Kategorie 9: Hintergrund: Als Hintergrundberichte werden die Artikel verstanden, die sich mit sportpolitischen, -wirtschaftlichen, -wissenschaftlichen, -soziologischen, -medizinischen, -organisatorischen, -medialen, -historischen und -dokumentarischen Themen befassen, welche in einem Zusammenhang mit dem jeweiligen Sportereignis stehen.

Kategorie 10: Berichte über Hooligans: Artikel, die sich mit der Hooligan- bzw. Fanproblematik auseinandersetzen, werden trotz ihrer soziologischen Aspekte nicht in Kategorie 9 aufgeführt, sondern werden in einer eigenen

Rubrik zusammengefaßt, da diese Problematik in der WM-Berichterstattung ein besonderes Gewicht hat und innerhalb der Arbeit gesondert untersucht wird.

Kategorie 11: Sonstiges: In diese Kategorie fallen alle zur WM-Berichterstattung gehörenden Teile, die den bisherigen zehn nicht zugeordnet werden können wie z. B. Kurznachrichten, Meldungsblöcke, Service, Buntes, Karikaturen und Poster.

Die Zuordnung der einzelnen Artikel in die Kategorien erfolgte separat für jeden Untersuchungsgegenstand und jeden Tag des Untersuchungszeitraums. Die Themenkodierung ist eine Häufigkeitsanalyse, weshalb die Anzahl der Artikel in jedem Feld durch Addition ermittelt wurde. Um zusätzlich eine Relation herzustellen und so die Vergleichbarkeit zu erhöhen, wurden für jede Ausgabe die Prozentwerte in allen Kategorien berechnet (vgl. Tab. 45-117). Zusätzlich wurden für jedes Presseorgan die Durchschnittswerte für die einzelnen Phasen der Berichterstattung ermittelt (vgl. Tab. 59, 74, 89, 111 u. 117). So lassen sich durch die Gegenüberstellung einzelnen Kategorien in bestimmten Abschnitten der WM-Berichterstattung von 1990 und 1998 bezogen auf ein Blatt die Bewegungen in der inhaltlichen Schwerpunktsetzung wiedergeben (vgl. Kap. 6. u. 8.2.).

1.4.4. Titelseitenanalyse

Die Titelseitenanalyse ist als Häufigkeitsanalyse angelegt, bei der das Vorhandensein eines kennzeichnenden Kriteriums überprüft wird. Im vorliegenden Fall soll getestet werden, wie oft einzelne Personen per Foto auf den Titelseiten des gesamten Untersuchungsmaterials herausgestellt werden. Die Ergebnisse lassen sich als Gradmesser für den Starkult innerhalb der Berichterstattung eines jeden Blattes werten (vgl. Kap. 8.2.).

Die Titelseite ist Aufmacher und Visitenkarte eines jeden Presseorgans und gilt als herausragendes Indiz für die Zielsetzung der Blattmacher (vgl. Binnewies 1983, S. 120). Sie ist nicht nur bei den Boulevardzeitungen häufig entscheidend, ob der Kunde sich angesprochen fühlt und die entsprechende Publikation kauft. Gerade der Sport hat sich für die Tageszeitungen im Laufe der Zeit zu einem immer größeren Verkaufsargument entwickelt (vgl. Fischer 1993, S. 41f).

Innerhalb der Sportberichterstattung wird u. a. der Starkult dazu benutzt, das Interesse beim Leser zu wecken (vgl. auch Kap. 1.4.5.). Der Begriff „Kult“ leitet sich aus dem lateinischen Wort „cultus“ ab, was sich mit „Pflege“ oder „Verehrung“ übersetzen läßt und sich ursprünglich auf die Verehrung einer Gottheit bezog (vgl. Meyers Großes Taschenlexikon 1987, Bd. 12, S. 256f). Heutzutage wird dieser Begriff eher als „Bezeichnung für unkritische und besonders stilisierte Beteiligung von Menschengruppen an gerade jeweils modernen Formen des Verhaltens, der Kleidung usw., der Verehrung einer Person sowie für eine einem Gegenstand zugewendete übertriebene Sorgfalt“ (Meyers Großes Taschenlexikon, Bd. 12, S. 257) verwendet.

Als Starkult in der Sportberichterstattung wird im folgenden die übertriebene Personalisierung dieser Berichterstattung verstanden. Eine solche Personalisierung wird durch die Konzentration auf einzelne Personen gerade in einer Mannschaftssportart wie Fußball und an so exponierter Stelle wie einer Titelseite deutlich.

Für die Untersuchung werden alle Fotos auf den Titelseiten jedes Exemplars der vorliegenden Publikationen herangezogen. Gewertet werden nur solche Aufnahmen, die einen portraitähnlichen Charakter haben bzw. eindeutig eine Person in den Mittelpunkt stellen. Dies kann in Ausnahmefällen auch bei Fotos von Spielszenen der Fall sein, die in der Regel mehrere Akteure zeigen. Ein gutes Beispiel hierfür bietet das Titelblatt des „Kicker“ vom 11.6.1990. Es zeigt in voller Größe den deutschen Stürmer Jürgen Klinsmann, der gerade mit dem Ball am Fuß einen jugoslawischen Spieler, der bereits am Boden liegt, hinter sich läßt. Noch weiter im Hintergrund sind zwei weitere Jugoslawen nur schemenhaft und verschwommen zu

erkennen (vgl. „Kicker“ 11.6.1990, S. 1). Dieses Beispiel wurde in die Wertung aufgenommen, da die jugoslawischen Spieler hier eine völlig untergeordnete Rolle spielen. Die Absicht der Redakteure, Klinsmann in den Mittelpunkt zu stellen und das Interesse des Betrachters lediglich auf ihn zu fixieren, wird außerdem dadurch belegt, daß die Namen der Jugoslawen nicht in der Bildunterschrift genannt werden (vgl. ebenda).

Die einzelnen Wertungen werden anschließend zusammengefaßt und in Tabellen übertragen (vgl. Tab. 119 u. 120). Stellt man die Gesamtzahlen eines Presseorgans von 1990 und 1998 gegenüber, läßt sich ablesen, inwieweit sich der Trend zum Starkult bei dem jeweiligen Blatt verstärkt oder abgeschwächt hat (vgl. Kap. 8.2.).

1.4.5. Wortfeldanalyse

Einer der am häufigsten genannten Kritikpunkte an der Sportberichterstattung ist die Tendenz zum Nationalismus (vgl. Digel 1983, S. 19; Kap. 1.2.). Diese Tendenz wird naturgemäß vor allem über die Sprache transportiert (vgl. Rogall/König 1984, S. 306ff; Klenner u.a. 1993, S. 112ff). Die Überprüfung der Hypothese (vgl. Kap. 8.3.1.) basiert daher auf einer Wortfeldanalyse. Auch die Wortfeldanalyse ist eine Häufigkeitsanalyse, bei der die Präsenz bzw. die Absenz bestimmter Merkmale oder Kategorien getestet wird (vgl. Rust, H. 1981, S. 112 u. 130ff). Dazu werden zu bestimmten Oberbegriffen Wortfelder gebildet, die Ausdrücke enthalten, die den Oberbegriff charakterisieren bzw. für dessen Intention typisch erscheinen (vgl. Rust, H. 1981, S. 118ff).

Der Begriff Nationalismus wird in der Forschung häufig recht weit gefaßt. "Auch gegenwärtig ist die Sportberichterstattung durchsetzt von Nationalgefühl oder Nationalbewußtsein. So heißt es beispielsweise, nachdem kurz vor Spielschluß noch eine Treffer für die deutsche Mannschaft erzielt wurde: 'Das ist ja gerade nochmal gut gegangen'. Ebenso offenbart sich ein nationales Moment in Kommentaren, wenn eine gelungene Aktion eines

Schützen wie eines Torwarts, je nach eigenem Standpunkt, als gute Abwehrleistung respektive als gekonnter Torschuß interpretiert werden." (Stein 1988, S. 90)

Nach Meinung des Autors ist es aber etwas übertrieben, jedes Partei ergreifen für eine bestimmte Mannschaft als Chauvinismus auszu-legen. Deshalb soll in dieser Untersuchung zwischen bloßer Parteinahme, Nationalismus und Chauvinismus differenziert werden. Diese Unter-scheidung hat sich in der Fachliteratur etabliert und wird in der Forschung angewandt, um ein schärferes Bild der nationalistischen Tendenzen in der Sportberichterstattung zu gewinnen (vgl. Roberts/Olsen 1989, S. 217; Zöchling 1992, S. 50; Kap. 1.2.). Dazu ist natürlich auch eine Definition der drei Begriffe vonnöten.

Dadurch, daß der Zuschauer bei Sportwettkämpfen für eine Mannschaft oder einen Athleten Partei ergreift, bezieht er einen Großteil der Spannung und damit auch der Unterhaltung. Wenn es jemandem völlig egal ist, wer die Arena als Sieger verläßt, übt die Veranstaltung nur noch einen Bruchteil des Reizes auf den Zuschauer aus, da der Wettkampf nur noch halb so interessant ist. Deshalb läßt sich auch häufig beobachten, daß eigentlich "neutrale" Zuschauer sich trotzdem bewußt für eine Partei entscheiden. Meist schlagen sich diese Leute auf die Seite des vermeintlich Schwächeren und hoffen, daß dieser den Goliath besiegen kann (vgl. Heinemann 1989, S. 174ff). Das beste Beispiel lieferte bei der WM 1990 in Italien die Mannschaft Kameruns, die im Eröffnungsspiel als Außenseiter den damaligen Weltmeister Argentinien schlug und mit attraktivem Angriffsfußball bis ins Viertelfinale vordrang, wo sie nur knapp scheiterte. Dieser Mannschaft wurden von fast allen Seiten quer durch die Nationen aufrichtige Sympathien entgegengebracht. "Daumen drücken" für eine bestimmte Mannschaft hat also noch lange nichts mit Nationalismus zu tun. Entscheidend ist das Motiv, aus dem der Zuschauer eine Mannschaft favorisiert.

Der Nationalismus "ist die auf die moderne Nation und den souveränen Nationalstaat als zentrale Werte bezogene Ideologie. Er ist geeignet, soziale

Großgruppen zu integrieren und sie durch nationale Identifikation gegen die andersstaatliche Umwelt abzugrenzen." (Meyers Großes Taschenlexikon 1987, Bd. 15, S. 155) Liegen dem Verhalten bzw. der Einstellung eines Zuschauers beim Sport nationalistische Motive zugrunde, sind diese anders gelagert als bei der bloßen Parteinahme.

Der wichtigste Punkt dabei ist, "daß die Sportler in der Auffassung des Publikums, aber auch der Akteure, häufig Sozialeinheiten repräsentieren, seien es Vereine, Gemeinden, Länder, Staaten oder Nationen. In den letzten Jahrzehnten hat die Bedeutung des Sports vor allem dadurch zugenommen, daß sich Großgruppen von Nationen im Hochleistungssport 'vertreten' sehen. (...) Die im Spitzensport errungenen Erfolge werden in hohem Grade auf die Gruppe übertragen, Mißerfolge als Niederlagen der Sozialeinheiten begriffen." (Grieswelle 1978, S. 91)

Dasselbe gilt auch in Bezug auf den Chauvinismus, der in diesem Teil der Untersuchung schlicht als Steigerung des Nationalismus verstanden werden soll, da im Lexikon der Chauvinismus als "exzessiver Nationalismus" (Meyers Großes Taschenlexikon 1987, Bd. 4, S. 249) ausgewiesen wird.

Aus der Definition der Begriffe geht hervor, daß in Bezug auf die nationalistischen Tendenzen in der Sportberichterstattung dem Rezipienten eine Schlüsselrolle zufällt. Daher ist unbedingt zu beachten, "daß nationalistische und chauvinistische Inhalte der Sportberichterstattung weniger mit nationalen Vorurteilen gegenüber anderen Staaten und Völkern als mit der Struktur der Zeitungen und der Marktsituation, in der sich die Blätter befinden, zu tun haben. Die Presseerzeugnisse wollen genau die Gefühlslage der Rezipienten treffen" (Rogall/König 1984, S. 305/306). Deshalb ist laut Weischenberg der "Nationalismus in der Sportberichterstattung (...) im allgemeinen genauso kalkuliert wie die Sensations-mache oder der Starkult." (Weischenberg 1976, S. 194)

Für die drei oben definierten Begriffe wurden vom Verfasser drei Wortfelder¹⁹ gebildet, die jeweils aus einem Dutzend Ausdrücken bestehen:

Wortfeld 1: Parteinahme: Hoffnung; Begeisterung; Glück; Pech; Daumen drücken; bangen; Freude; Enttäuschung; leider; Gott sei Dank; Beifall; Spannung.

Wortfeld 2: nationalistische Tendenzen: unsere (Mannschaft, Abwehr, Jungs etc.); mitfiebern; Rettung; Verzweiflung; phantastisch; großartig; zittern; kämpfen; Teufelskerle (in Bezug auf Spieler); Jubel; Leidenschaft; Stolz.

Wortfeld 3: Chauvinismus: Helden; Hymne; Flagge,²⁰ wir/uns (für deutsche Mannschaft); tapfer; Schlacht; Fußballnation; (spielen, siegen usw.) für Deutschland; Beleidigungen und Verunglimpfungen des Gegners; Schicksal; Tragik; Dramatik.

Als Untersuchungsbeispiel hat der Verfasser zwei Begegnungen ausgewählt. Bei der WM in Italien entschied er sich für "CSFR - Deutschland". Das Spiel wurde am 1.7.1990 in Mailand ausgetragen. Die deutsche Mannschaft gewann durch einen verwandelten Elfmeter von Lothar Matthäus mit 1:0. Bei der WM in Frankreich soll die Partie „Deutschland - Mexiko“ unter die Lupe genommen werden. Das Spiel fand am 29.6.1998 in Montpellier statt und wurde von den Deutschen nach 0:1 Rückstand durch ein Tor von Oliver Bierhoff kurz vor Schluß mit 2:1 gewonnen.

¹⁹ Selbstverständlich geht die Zusammenstellung der Wortfelder auf eine Einschätzung des Verfassers zurück, was sich aber in diesen Fall nicht vermeiden läßt. Allerdings werden durch die klare Abgrenzung der Wortfelder die Vorgehensweise und das Ergebnis - gerade auch in Kombination mit den Erkenntnissen aus den Experteninterviews - nachvollziehbar.

²⁰ Bei jedem Fußball-Länderspiel werden die Flaggen der beteiligten Nationen gezeigt sowie deren Hymnen gespielt. Das ist eine bekannte Selbstverständlichkeit und daher nicht unbedingt berichtenswert. Werden in einem Spielbericht trotzdem diese Umstände hervorgehoben, ist das nach Meinung des Autors ein Indiz für Chauvinismus, weshalb diese beiden Begriffe in dieses Wortfeld integriert wurden.

Beide Spiele lassen einen sinnvollen Vergleich zu, da sie unter sehr ähnlichen Voraussetzungen stattfanden. Bei beiden Spielen ging es wegen des K.-o.-Systems um alles oder nichts. Beide Male wurde jeweils nur ein knapper Sieg errungen. Es wurden bewußt zwei Spiele ausgewählt, bei denen nicht aufgrund langer Traditionen und geschichtlicher Ereignisse schneller in einen nationalen Unterton verfallen werden könnte, wie das beispielsweise bei Begegnungen gegen England; Holland, Italien oder Frankreich der Fall wäre (vgl. Rogall/König S. 310ff). Solche Spiele sind nach Meinung des Autors nicht unbedingt repräsentativ, da sie nur einen geringen Teil des Länderspielkalenders des DFB ausmachen. Sie stellen also in mehrfacher Hinsicht eine Ausnahmesituation dar, bei der der Nachweis von Nationalismus in der Berichterstattung nicht überraschen würde und somit eine geringe Aussagekraft hätte. Dem Autor geht es vielmehr um die Untersuchung dieser Tendenzen am Regelfall, der nicht durch bestimmte Vorbedingungen in irgendeine Richtung tendiert.

Der Auswertung liegt immer der Spielbericht in den jeweiligen Presseerzeugnissen zugrunde. Die Längen der einzelnen Spielberichte weisen keine großen Unterschiede auf, wodurch das Ergebnis nicht verzerrt werden kann. Würde ein Artikel wesentlich länger sein als der ihm gegenüberstehende Vergleichsbericht, wäre auch die Chance auf die Präsenz der in den Wortfeldern zusammengefaßten Begriffe größer, was das Resultat bei einer Häufigkeitsanalyse in unzulässiger Weise manipulieren würde. Um ein valides Ergebnis zu erlangen, werden außerdem die absoluten Zahlen noch in Prozentwerte umgerechnet (vgl. Tab. 119-120). Gewertet wird bei der Untersuchung immer der entsprechende Wortstamm. Also wird nicht nur die Präsenz des Wortes "Dramatik" registriert, sondern auch das dazugehörige Adjektiv "dramatisch". Dasselbe gilt z. B. auch für das Verb "kämpfen", bei dem das Substantiv "Kampf" ebenso mitgezählt wird.

Wie die Zusammenstellung der Wortfelder richtet sich auch diese Untersuchung nach dem Grundsatz aus: Je mehr Bedeutung dem Spiel zugemessen wird, beispielsweise durch die Verwendung von Superlativen, und je nationalistischer die Sprache eingefärbt ist, desto stärker sind die

nationalistischen Tendenzen in der Berichterstattung vertreten. Als weiteres Indiz für einen Nationalismus wird das Herstellen eines Zusammengehörigkeitsgefühls zwischen Rezipienten und Aktiven gewertet. Durch eine größere Nähe des Lesers zum Geschehen wird es ihm leichter gemacht, sich mit dem Sieg der Mannschaft zu identifizieren und diesen als Erfolg der Nation zu begreifen (vgl. Ertl 1978, S. 184).