



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Soziale Dimensionen des Sportjournalismus am Beispiel der Berichterstattung über Fußballfans

Eine explorative Studie zu Einstellungen und Meinungen von österreichischen
Sportjournalisten und deren Arbeitsweisen

Verfasser

Alexander Fontó, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- u. Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas, stellvertr. Studienprogrammleiter

Danksagung

Hiermit möchte ich einigen Personen danken, die mich bei dieser Arbeit unterstützt haben. Der größte Dank geht hierbei an meine Mutter, die mir überhaupt ermöglichte, dieses Studium zu absolvieren und während der gesamten Zeit viel Geduld aufwies und mich immer tatkräftig unterstützte und ermutigte. Ein großer Dank geht ebenfalls an Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas für die Betreuung der Arbeit. Zudem möchte ich meinem guten Freund Johannes Kramer danken, der mir bei der Ideenentwicklung mit Rat zur Seite stand. Ein Dank geht auch an Clemens Schotola für die Schaffung der Kontakte, die für die Umsetzung des methodischen Teils von Nöten waren. Dazu möchte ich all meinen Freunden und Freundinnen danken, die in dieser Zeit immer für mich da waren und mich unterstützt haben. Ein dank geht auch an die Kaffeeautomaten des Institutes.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	1
I. Einleitung und Problemaufriss.....	3
1.1 Erkenntnissinteresse	7
1.2 Forschungsstand	8
1.3 Vorgehensweise	12
1.4 Forschungsleitende Fragestellungen	13
 A.THEORETISCHER TEIL.....	15
II. Der Sport und seine Auswirkungen auf das Mediensystem	15
2.1 Die Wichtigkeit der Sportberichterstattung in Zahlen	15
2.2 Entstehung, Entwicklung & Bedeutung der Sportberichterstattung	18
2.3 Wirkungen des Mediensports	20
2.4 Infotainment vs. Entertainment	22
III. Dimensionen des Sportjournalismus – Theoretische Grundlagen	24
3.1 Der Journalismus und seine Akteure	24
3.2 Aufgaben des Sportjournalisten	26
3.3 Vier Kompetenzen nach Weischenberg	27
3.4 Das Zwiebel- Modell als Modell sportjournalistischen Handelns	28
3.5 Gatekeeper-Forschung.....	29
3.6 New- Bias-Forschung	30
3.7 Nachrichtenwert-Theorie	31
3.8 Framing-Ansatz	32
3.9 Das Rollenselbstverständnis	33
3.10 Der Selektionsprozess im Mediensport.....	34
3.11 Fazit	36
IV. Medien und die Evozierung von Angst, Furcht und Gewalt.....	39
4.1 Phänomenologie der Angst	40
4.2 Angst als kultureller und gesellschaftlicher Wert.....	42
4.3 Das Sicherheitsbedürfnis.....	43
4.4 Parallel-Response-Modelle.....	44
4.5 Die Mood-Management-Theorie	45

4.6 “Bad news is good news”	45
4.7 Synopsis	46
V.Die Fußballfans	47
5.1 Fan, Zuschauer	47
5.2 Ultras	50
5.3 Hooligans	51
5.4 Gewalt: der Unterschied zwischen Ultras und Hooligans	52
VI.Exkurs: zwei relevante Studien im Überblick	55
6.1 Sportjournalismus in Österreich	55
6.2 Blickpunkt Doping	58
 B.METHODISCHER TEIL	61
VII.Forschungsdesign	61
7.1 Auswahl der Interviewpartner	63
7.2 Leitfaden für die qualitativen Experteninterviews	64
7.3 Operationalisierung	65
7.3.1 Soziodemographische Daten	65
7.3.2 Aufgaben und Bereiche des Sportjournalisten	65
7.3.3 Recherche und Quellenbeschaffung	66
7.3.4 Werteverständnis	66
7.3.5 Selbst- und Rollenverständnis	66
7.4 Durchführung & Transkription	67
7.4.1 Analyse der Transkriptionen	68
VIII.Analyse	71
8.1 Untersuchungsgegenstände	71
8.1.1 Medienformate: Fakten, Struktur, Inhalt, Leserschaft	71
8.1.1.1 Ballesterer FM	72
8.1.1.1.1 Fakten	72
8.1.1.1.2 Struktur	72
8.1.1.1.3 Inhalt	73
8.1.1.1.4 Leserschaft	74
8.1.1.2 DerStandard	74
8.1.1.2.1 Fakten	74
8.1.1.2.2 Struktur	74

8.1.1.2.3 Inhalt	75
8.1.1.2.4 Leserschaft	75
8.1.1.3 SportWoche	75
8.1.1.3.1 Fakten.....	75
8.1.1.3.2 Struktur	76
8.1.1.3.3 Inhalt.....	77
8.1.1.3.4 Leserschaft	77
8.2 Die Gesprächspartner	77
8.2.1 Gesprächspartner 1: David Krutzler, DerStandard.....	78
8.2.2 Gesprächspartner 2: Jakob Rosenberg, Ballesterer Fußballmagazin	78
8.2.3 Gesprächspartner 3: Alexander Klein, SportWoche.....	79
8.2.4 Gesprächspartner 4: anonym, anonyme Tageszeitung.....	80
IX.Auswertung	81
9.1 Kategorie A: Alter, Ausbildung, Arbeitsverhältnis, Berufsdefinition.....	81
9.2 Kategorie B.....	83
9.2.1 Kategorie B1: soziale Kompetenz des Sportjournalismus.....	83
9.2.2 Kategorie B2: Aufgaben eines Sportjournalisten.....	85
9.2.3 Kategorie B3: Medienlandschaft und deren Veränderung.....	88
9.3. Kategorie C	91
9.3.1 Kategorie C1: Gewalt in der Sportberichterstattung.....	91
9.3.2 Kategorie C2:Die journalistische Arbeit mit den Fans	94
9.3.3 Kategorie C3: Die Arbeit mit Sprache und Bilder	96
X.Resümee	99
XI.Interpretation	101
XII.Conclusio	107
 C.QUELLENVERZEICHNIS	 111
13.1 Verwendete Literatur	111
13.2 Internetquellen.....	120
13.3 Graue Literatur	122

D.ANHANG	123
14.1 Leitfaden für die Leitfadengespräche	123
14.2 Transkript des Interviews mit David Krutzler	125
14.3 Transkript des Interviews mit Jakob Rosenberg	131
14.4 Transkript des Interviews mit Alexander Klein	138
14.5 Transkript des Interviews mit Gesprächspartner Nr.4.....	147
14.6 Lebenslauf	155
14.7 Abstract.....	157

Vorwort

Sport. Für viele Menschen eine Nebensache im Leben. Für viele die bedeutendste Nebensache der Welt. Für andere wiederum die Hauptsache. Sport schafft es in gesellschaftliche Strukturen einzudringen und gesamte Lebenskomplexe zu bestimmen. Der Sportjournalismus bietet uns somit die nötigen Nachrichten, um den Sport auch fernab von unseren eigenen Lebenswelten zu erfahren, ihn mitzuerleben. Er schafft Aufmerksamkeit für ein Sportereignis und generiert Publikumsinteresse. Der Sportjournalismus macht somit den Sport erfahrbar und unterhaltsam. Doch was passiert, wenn sportliche Themen den Rahmen der Unterhaltung verlassen? Sollen sie ihn überhaupt verlassen? Wie gehen die Journalisten damit um? Welche Einflussfaktoren spielen hierbei eine Rolle?

Die vorliegende Arbeit widmet sich dem Thema Sportjournalismus und setzt sich zum Ziel, soziale Dimensionen und Funktionen des Sportjournalismus am Beispiel der Berichterstattung über Fußball und deren Fans zu analysieren. Ein besonderer Blick richtet sich hierbei auf die gesellschaftliche Relevanz und Funktion des Sportes und dem Sportjournalismus selbst. Die Funktion des Sportjournalisten als Akteur im System Mediensport geriet hier ebenfalls im Fokus des Interesse. Arbeitsweisen von Sportjournalisten, sowie deren Einstellungen und Meinungen zur Berichterstattung über Fußballfans, Ultras und Hooligans spielen dabei eine zentrale Rolle in der Beobachtung. Anhand von konkreten Fallbeispielen will das Problemfeld analysiert werden. Auf eine mögliche Evozierung in den Medien und den Begriffen Angst, Furcht, Gewalt und Sicherheit, welche in der Beziehung zwischen Medien, Journalisten und Fußballfans markante Rollen einnehmen, wird Rücksicht genommen.

„Hooligan-Krieg vor Wiener Derby. Bei Massenschlägerei wurde nach Polizeiangaben doch kein Kind verletzt.“ (*Österreich*, 21.10.2012)

„Vor Gericht versteckten die angeblichen Berserker verschämt ihre Gesichter - und alle 32 bekannten sich ‚nicht schuldig‘“ (Höllrigel, *Heute*, 04.10.2011)

„Zur journalistischen Berichterstattung – und die Berichterstattung über das Thema Fans [...] gehört es, solche Kontexte einzubeziehen, den Zuschauern Hintergründe zu erklären, ihnen Wissen über Zusammenhänge zu vermitteln.“ (Selmer, *publikative.org*, 26.10.2012)

„Gegen die Medien wird der Kampf um den Erhalt der Fan- und Stehplatzkultur in Deutschland nicht zu gewinnen sein. Dieser Herausforderung müssen sich die organisierten Fans stellen – ob nun Kutten, Ultras oder stinknormale Fanclubs.“ (Reisin, *Transparent*, 2012, S.35)

„Wie wäre es denn, wenn die Ultras mal in Vorleistung gingen? Wenn sie bundesweit öffentlich erklären, dass sie auf Pyrotechnik verzichten? Wer als Politiker dann noch die Abschaffung der Stehplätze forderte, würde sich lächerlich machen“ (Ruf, *Spiegel-Online*, 12.12.2012)

I. Einleitung und Problemaufriss

Das Zuschauen beim Sport und die Rezeption von Fußballmatches sind zu einer beliebten Freizeitbeschäftigung moderner Gesellschaften aufgestiegen - egal ob leidenschaftlicher Anhänger oder Gelegenheitsbesucher. Zugleich gehen Medien und Sport eine symbiotische Beziehung ein: die Berichterstattung trägt zu Publikumsinteresse bei, während Medien ihrerseits Aufmerksamkeit für den Sport generieren.

Sport ist ein immer wichtiger werdender Bereich in den öffentlichen Medien und macht einen Großteil der Einschaltquoten und Reichweite aus. Besonders Fußball ist hier an Relevanz kaum zu übertreffen. Keine andere Sportart fesselt die Menschen so sehr, wie der grüne Rasen und sein drum herum. Die Einschaltquoten schießen bei Finalspielen oder wichtigen Entscheidungsspielen in die Höhe, seitenlange Berichte werden in den Printmedien dem runden Leder sowie den Akteuren gewidmet. „Die Sportberichterstattung erscheint inzwischen nicht nur als feste mediale Größe, sondern als ein vermeintlicher Garant für hohe Einschaltquoten und Auflagen.“ (Schwier/Schauerte, 2008, S.27) Hierbei gehen die Medien und Sport ein voneinander abhängiges Verhältnis ein, bei dem die Berichterstattung zu einer Steigerung des gesellschaftlichen Interesses beiträgt, die Medien aber wiederum den Sport beliebter machen und wichtiger machen. Selten wird aber ein Auge auf die Tribüne und die Entwicklungen abseits des Stadions geworfen.

Jahrzehntlang wurde der Sportjournalismus als Unterhaltungsform der medialen Landschaft gehandhabt und auch als solche verstanden. Kommt es aber zu Ereignissen, wie z.B. Fanausschreitungen oder Fanprotesten, wie zuletzt bei der Europameisterschaft 2012 in Polen und der Ukraine, scheint ein Großteil der sportjournalistischen Landschaft an Interesse aber auch an Kompetenz zu verlieren. Sport, insbesondere Fußball, avancierte aber bereits vor Jahrzehnten zu einem integralen Bestandteil unserer Gesellschaft und ist mit vielen politischen und gesellschaftlichen Ebenen verknüpft. Als Beispiel hierfür kann der arabische Frühling genannt werden, bei dem Anhänger des Klubs Al-Masri aus Port Said vom Militär zu Ausschreitungen gegen die Anhänger des Kairoer Klub Al-Ahly, welche bei der Revolution gegen das führende ägyptische Regime maßgeblich beteiligt waren, angestiftet wurden. Dies hatte fatale Folgen: 70 Menschen kamen

durch gezielte Angriffe ums Leben, weitere 1000 wurden verletzt (siehe Kleber, *Spiegel Online*, 02.02.2012). Der Sport kann aber auch als Verbindungsglied zwischen der öffentlichen und der privaten Ebene angesehen werden und schafft unter anderem Entwürfe von Sieg, Erfolg und Leistung sowie aber auch von Zugehörigkeit oder Gegnerschaft, von Macht oder Vorherrschaft. Uli Gleich (2000) ist der Ansicht, dass der Sport in weit tiefere Bereiche der Gesellschaft hineinreicht, da die politische Einflussnahme gewachsen sei. Auch Wissenschaft und Technologie fungieren hierbei als Berater des Sports und auch das Rechtssystem ist immer mehr mit Sportthemen beschäftigt (vgl. Gleich, 2000, S.511).

So liegt auf der Hand, dass Sport auch soziale Aufgaben erfüllen kann: „Mediensport erfüllt somit mehr als viele andere Programme eine soziale Funktion, indem er Identifikation mit Sportlern und emotionale Bindungen [parasoziale Beziehungen] zu ihnen ermöglicht.“ (Gleich, 2000, S.511). Dies kann nicht nur auf die Sportler selbst bezogen werden, sondern auch auf die Personen, die sich auf den Tribünen einfinden die Fans. So kann auch von ihnen ein emotionales Bild erzeugt werden, das infolgedessen in der Sportberichterstattung durch verschiedenste Medienplattformen vermittelt wird. Nicht nur sportliche Ereignisse können hierbei durch Herausheben von Ereignissen, durch Kameraführung oder den Schreibstil überzeichnet, überbewertet und dramatisiert werden (vgl. Kübert, 1994, S.34ff). Hier ist der Sportjournalist gefordert, der als Teil der sogenannten „vierten Gewalt“ den Sport kritisch begleiten und auch kontrollieren kann, auch abseits des Feldes. Gunter Pilz (1982) ist der Ansicht, dass jede Auseinandersetzung mit z.B. gewalttätigen Vorkommnissen die Aufmerksamkeit auf das Problem lenkt und Ursachen, aber auch Lösungsansätze aufzeigen sollte (vgl. Pilz, 1982, S.100). „Allerdings sind die Medien in der Vergangenheit sehr uneinheitlich mit einem eindeutigen Problem umgegangen. Strukturelle und mediale Vorgaben, aber auch individuelle und persönliche Interessen waren handlungsleitend“, so Michael Schaffrath (2006, S.27). So stellt sich die Frage, wie der Berufsstand des Sportjournalisten mit dessen Berichterstattung umgeht und mit etwaigen auftretenden sozialen und gesellschaftlichen Problemen sowie strukturellen Veränderungen im Fußballsport, die zweifelsohne vorhanden sind,

umgeht? Weiter gefasst: Kann und soll Sportjournalismus überhaupt eine soziale und bildende Funktion innehaben?

Vergangenes Jahr ist vor allem im deutschsprachigen Raum eine hitzige Debatte über Gewalt in Fankurven entfacht. Als österreichisches Paradebeispiel kann hier der „Platzsturm“ im Mai des Jahres 2011 beim Wiener Fußballderby zwischen den Großvereinen des SK Rapid Wien und des FK Austria Wien hergenommen werden. Schnell wurde ein unreflektiertes „Weltuntergangs“- Szenario in der hiesigen Presselandschaft gezeichnet. Bilder von randalierenden Anhängern und verummten Hooligans füllten ganze Seiten und beschäftigten Medieninhaber und Gesellschaft. Eine Debatte über die Sicherheit in Fußballstadien wurde reflexartig losgetreten – ein zunächst unreflektierter Mechanismus, auf der Suche nach Erklärungen. Angst und Furcht wurden ruckartig als Darstellungselemente in die mediale Berichterstattung eingebunden und evozierten ein banales und unsachliches Bild der Geschehnisse. Obwohl, zumindest laut Grundgesetz des Verbandes Deutscher Sportjournalisten, die Menschenwürde, der Schutz der Persönlichkeit und die Intimsphäre in sportjournalistischen Arbeiten zu achten sind, kam es in der Vergangenheit vermehrt zu einseitigen Darstellungen. Sportjournalisten selbst wurden ad hoc zu Experten für soziale und politische Probleme und charakterisierten einzelne Fans als „gescheiterte Persönlichkeiten“ und „hasserfüllte Menschen“. Die Tageszeitung *Österreich* baute eine gesamte Reportage-Reihe über einen einzelnen Fan auf, der bald als „Hass-Grieche“ durch die Medien gehen sollte, indem private und intime Details dargestellt wurden. In Deutschland wurden organisierte Fußballgruppen wie die „Ultras“ als „Taliban unter den Fans“ betitelt und in Expertenrunden, die ausschließlich aus Sportjournalisten bestanden, wurde auf die Verantwortung von Politik und Gesellschaft verwiesen. Betroffene selbst, also die Fans, sowie „Ultras“, kamen hierbei äußerst selten zu Wort. Auch Kübert (1994) ist der Meinung, dass das Bild der Fans in den Medien einen negativen Beigeschmack hat (vgl. ebd. S.38f). Für Leyendecker (2006) scheitert es hierbei z.B. an der fehlenden Distanz der Sportjournalisten und einer unzureichenden Fachkompetenz (vgl. ebd. S.231). Friedliche Fans finden selten Platz in der Berichterstattung. Deren positive Erscheinungsformen wie Stimmung, Atmosphäre, Choreographien oder auch Arbeit gegen Rassismus, Antisemitismus und Homophobie finden weniger Platz.

So ist es nicht überraschend, dass Fußballfans vom Rest der Bevölkerung häufig einseitig, stereotypisiert wahrgenommen werden.

Jedoch gibt es auch abseits der Mainstream-Medien und vor allem der Boulevardpresse Zeitschriften wie z.B. *Jungle World* oder auch Fachmagazine wie das *Fußballmagazin Ballesterer*, die sich wesentlich kritischer mit dem Bild der Fans, Verboten und Gesetzgebungen zum Thema Stadionsicherheit, aber auch Gewalt auseinandersetzen und auch eine diverse journalistische Arbeitsweise pflegen. Sportjournalismus scheint hierbei viel weiter definiert und als wesentlich deutungsweisender verstanden zu werden. „Dabei wäre eine kritische journalistische Betrachtung der Vorfälle [...] auch ebenso gut mit einer differenzierten Sichtweise möglich, wenn man einfach ein wenig Kontext und Hintergrund einbezieht.“ (Selmer, Nicole, 2011) Jene Medien bieten unter anderem Betroffenen selbst, eine gewisse Plattform und scheinen hier in der Recherche und Quellenbeschaffung differenziert zu arbeiten. Natürlich spielen Faktoren wie Aktualität und Schnelligkeit eine bedeutende Rolle und können hier auch einen gewissen Unterschied ausmachen. Der deutsche Reporter Achim Scheu vom Südwestrundfunk fordert deshalb mehr Verständnis für seine Berufskollegen. „Durch Druck der schnellen Berichterstattung könnten Mitteilungen der Ultras häufig nicht gelesen werden, da diese selten zeitnah kämen. Die Ultras sollen seiner Meinung nach ihr ‚Feindbild Medien‘ abbauen und ihre Pressearbeit professionalisieren.“ (Transparent, 2012, Spalte 3). Bereits hier kann ein schweres Verhältnis zwischen den Betroffenen attestiert werden.

Zudem greifen betroffene Fans immer mehr zu Selbstmaßnahmen, um ihre Pressearbeit zu verbessern. Auf selbst erstellten Homepages sowie Blogs oder Forumseinträgen veröffentlichen sie Gegendarstellungen zu medialen Inhalten. Dazu veranstalten sie Podiumsdiskussionen, bei denen über aktuelle Entwicklungen debattiert wird. Hierbei beziehen sie oft klare Stellung und üben große Kritik an den jeweiligen Sportmedieninstitutionen sowie den Sportjournalisten selbst. Nicht selten werden so gezielt Sportjournalisten an den Pranger gestellt und mehr Fachkenntnis gefordert. Aber auch Fanforscher, wie z.B. Gerd Dembowski von der Universität Hannover, sehen im Spannungsfeld

zwischen Medien und Fußballfans ein nicht zu verachtendes Problem, welches sich nicht nur auf die Qualität der jeweiligen Medien auswirkt:

„Der Baptist eilte neulich aus der TV-Sendung ‚Hart aber fair‘ und zündete mit einer Bengalfackel eine Puppe an. Kerner, der Burner – live! Das zeigte, wie schnell Kinder im Fußballstadion anbrennen können. Niemand erklärte, auch nicht am Abend danach bei ‚Menschen bei Maischberger‘, dass die Zahl verletzter Stadionbesucher im Profifußball quasi gen null geht.“ (Dembowski, 2012)

Schnell wird Journalisten vorgeworfen, keinen Einblick in die Strukturen der Fanszenen zu haben und nur einen Sensationsjournalismus zu praktizieren. Zudem scheint besonders bei organisierten Fangruppen, welche sich oftmals selbst als „Hardcore-Fans“ bezeichnen, der Ruf des Journalisten schon seit Langem zerstört zu sein. Genau definierte Vorkommnisse dafür scheinen aber nicht wirklich vorhanden zu sein. Dennoch sind diese Einstellungen überaus präsent und dennoch nicht gleich, wenn man einen genauen Blick in die Fankurven selbst wirft. Blickt man auf die von Fußballfans verfassten Autobiographien, finden sich Kritik und Abneigung gegenüber der journalistischen Sportberichterstattung, sowie deren Glaubwürdigkeit.

„Trauer ist das einzige Wort, das mir in diesem Moment einfällt. Es ist nicht nur dieser Verein, der mich so traurig macht, und diese miserable Mannschaft, sondern auch die Art wie die Medien in diesem Land mit uns umspringen.“ (Parks, 2003, S.113)

Andererseits weigern sich bis heute noch viele Fußballfans, mit Journalisten zu sprechen. „Selbst mit Vertretern der größten Jugendbewegung [...], den Ultras, ins Gespräch zu kommen, gelingt Journalisten dagegen sehr selten – und wenn, dann nur konspirativ.“ (Poppe, 2012, S.5)

1.1 Erkenntnisinteresse

Genau hier soll diese Arbeit anknüpfen. Sie soll noch größtenteils offene, aber nicht nur kommunikationswissenschaftliche Fragen klären. Der Sportjournalismus soll hier unter bestimmten Aspekten analysiert werden. Es geht primär um die

Klärung von Fragen, die sich in der Auseinandersetzung mit den Entwicklungen und den Einflussfaktoren des Sportjournalismus, sowie dem Selbstverständnis von Journalisten selbst, artikulieren. Hier richten sich die Fragen nicht nur nach dem Wie, sondern auch dem Warum. Das eigene Rollenbild der Sportjournalisten in Österreich sowie auch deren Arbeitsweisen, bilden einen zentralen Block im Erkenntnisinteresse. Es soll zudem der Frage nachgegangen werden, ob und inwiefern sich der Sportjournalismus in einem Wandel befindet und inwiefern sich dies in der Praxis artikuliert. Journalismus ist einer der wichtigsten Untersuchungsgegenstände in der Medienwissenschaft. Auch die Sportberichterstattung wird hierbei aus verschiedensten Blickpunkten analysiert und kann somit nicht nur aus kommunikationswissenschaftlicher, sondern auch gesellschaftspolitischer Sicht bedeutend sein. Zudem soll die Berichterstattung nicht als selbstverständlich wahrgenommen werden. Eine kritische Auseinandersetzung im Rahmen wissenschaftlicher Standards ist durchaus ein Anliegen dieser Arbeit. Des Weiteren soll die Wissenschaft für eine eher heikle Thematik, wie sie hier vorliegt, sensibilisiert werden. Für den Fußball und seine Ausformungen abseits des Feldes sind gesellschaftspolitische Entwicklungen, die wir in Politik oder Wirtschaft auch nicht so einfach als Unterhaltung abstempeln würden, fundamental. So ist es eine Notwendigkeit sich mit jenem Phänomen zu beschäftigen, um sich an aktuellen Diskursen beteiligen zu können. Für ein Teil des Erkenntnisinteresses spielt ohne Zweifel auch persönliches Interesse des Verfassers eine bedeutende Rolle.

1.2 Forschungsstand

Minas Dimitrou und Gerold Sattlecker (2011) liefern bereits eine sehr gute Basis für die vorliegende Problemstellung, indem sie das Rollenverständnis, die Recherchequalität sowie die Recherchemethoden von Sportjournalisten in Österreich im Rahmen einer Studie der Universität Salzburg quantitativ erhoben. Dabei wurden auch zahlreiche demographische Daten erhoben, die als Ausgangspunkt für diese Arbeit genutzt werden sollen. Jedoch wurde das Verhältnis mit den Fans und mit Problematiken, wie die Entwicklung des Sportjournalismus im letzten Jahrzehnt und die Entwicklungen abseits des Spielfeldes nicht analysiert. Diese Aspekte erscheinen aber wichtig, da sie einen

Großteil der medialen Berichterstattung einnehmen Fabian Kautz führte 2011 eine explorative Studie zu Einstellungen und Meinungen von Sportjournalisten in Bezug auf das Thema Doping durch (siehe Kautz, 2011). Die Studie weist große Parallelen zu dieser Arbeit auf, da sie, zwar unter dem Fokus eines anderen Schwerpunktes, einen sehr ähnlichen Forschungsansatz vorweist. Diese Studie ist als Stütze für die vorliegende Untersuchung von äußerster Bedeutung. Zudem gibt es einen recht kleinen, überschaubaren Pool an Master- und Diplomarbeiten, die sich mit Arbeitsweisen von Sportjournalisten, sowie den Unterscheidungen zwischen Print, TV- und Onlinejournalismus und infolge dessen mit den Ausbildungschancen beschäftigen (siehe Pezzy, 2009; Fally, 2011). Jedoch hat keine der Arbeiten einen gezielten Fokus auf die Berichterstattung über Fans, bis auf jene von Rainer Bortenschlager (2000). Er beschäftigte sich intensiv mit der Rolle der englischen Boulevardzeitungen bei der Hooligan-Berichterstattung und wählte einige kritische Ansätze. Jedoch erfolgte jene Studie als Inhaltsanalyse. Dies liegt nicht im zentralen Interesse der vorliegenden Studie. Alber (2005) beschäftigte sich in seiner Diplomarbeit „Kommunikation am Fußballplatz“ mit dem Kommunikationsverhalten von Fußballfans und dessen Beeinflussung durch die Medien am Beispiel eines „Wiener Derbys“ 2005 (siehe Alber, 2005). Hier wurden Darstellungsformen kurz analysiert und versucht ein Aufriss zu geben, wie die Kommunikation bei den Fans funktioniert und in weiterer Folge, wie diese Kommunikation von den Medien abhängt und sie beeinflusst. Jene Darstellungsmuster sollen in dieser Arbeit ebenfalls anhand einiger theoretischer Ansätze geklärt werden. Weitere Arbeiten in diesem Bereich beschränken sich vorwiegend mit dem Phänomen der Zuschauergewalt und ziehen schnell Analogieschlüsse (siehe Kirsch, 2000; Mönnich, 1984). Bereits 1983 beschäftigte sich der deutsche Journalist und Sozialwissenschaftler Ulrich Pramann in seinem Buch „Fußballfans“ mit der Erscheinung von Fußballfans, deren Strukturen, aber vor allem das Aufkommen von Gewalt im Fußballsport (siehe Pramann, 1983). Auch Peter Becker und Gunter Pilz (1988) beschäftigten sich einige Jahre später mit der Welt der Fußballfans und fanden einige Deutungsmuster dafür. Sie beschäftigten sich auch mit subkulturellen Entwicklungen in der Gesellschaft und versuchten zu begründen, warum genau es bei einer Massenveranstaltung, wie ein Fußballspiel, zu Zusammenrottungen und gewaltsame Auseinandersetzungen zwischen den Fanlagern aufkommt (siehe Becker/Pilz, 1988). Viele dieser Ansätze

erscheinen jedoch sehr stereotypisch und können nicht mehr auf die heutige Gesellschaft angewendet werden. Vereinzelt finden sich noch Arbeiten aus dem ethnographischen Umfeld, die sich mit der Motivationsforschung von Fans beschäftigen und deren Entwicklungen und Einstellungen analysieren (siehe Jonas Gabler, 2010; Müller Bonz 2010, S.90-106). Im selben Jahr wie Becker und Bonz widmete sich auch Roman Horak dem Thema, versuchte aber schon in seinem Werk „Ein Spiel dauert länger als 90 Minuten. Fußball und Gewalt in Europa“ anhand psychologischer Theorien und Modelle ein Aufriss dafür zu geben, warum sich Personen, also einzelne Individuen, durch Gewalt definieren ((siehe Horak, 1988, S.7f) Er verwies hier auf den Aspekt der Macht und der Dominanz in Hooligan-Gruppen, aber auch auf den Adrenalin-Kick (siehe ebd., 1988). Ein differenzierter und aktueller, zeitgemäßer Umgang mit dem Themengebiet Fußballfans, bei dem nicht nur der Aspekt der Gewalt unter Hooligans im Mittelpunkt steht, ist aber im wissenschaftlichen Diskurs immer noch kaum vorhanden. Jonas Gabler scheint hier wohl eine der ersten Personen zu sein, die sich mit diesem Themenschwerpunkt kritisch und ausgiebig beschäftigt. Der Berliner Politologe veröffentlichte im Jahre 2010 sein Buch „Die Ultras. Fußballfans und Fußballkulturen in Deutschland.“ In jenem Buch beschäftigt er sich mit dem neuen Phänomen der Ultras und in weiterer Folge mit deren Vorkommen und Auftreten in den Medien. Er betont hier sehr stark den Negativismus-Effekt der medialen Berichterstattung und zeichnet ein anderes Bild von Fußballfans und vor allem von der Subkultur der Ultras. Er schafft es sozialwissenschaftliche Ansätze mit kommunikationswissenschaftlichen Theorien und Modellen zu verbinden und zeichnet ein anderes Bild dieser Gruppierungen. Er erläutert ihre typischen Merkmale: Die neue Form, das jeweilige Team zu unterstützen; das intensive Gruppenleben; die besonderen Regeln und Kodizes; das Engagement gegen die fortschreitende Kommerzialisierung des Fußballs und eben das Verhältnis mit den Medien (siehe Gabler, 2010, S.10f).

Ansonsten findet man differenziertere und kritischere Auseinandersetzung mit dem Thema nur vereinzelt in Artikeln, die größtenteils nicht als Fachartikel angesehen werden können. Thorsten Poppe (2012) z.B., setzt sich in seinem Artikel „Illegal, legal oder egal? Probleme der Medien bei Gewalt im Fußball“ mit der Arbeit der Presse, deren Umgang mit Polizeiinformationen und Recherchemethoden auseinander (siehe ebd. S.5-10). Auch das bereits erwähnte

Fachmagazin *Ballesterer*, oder aber auch das im Jahre 2012 neu erschienene Magazin von *Transparent* setzen sich streckenweise mit der Rolle von Fans in der Medienwelt auseinander (siehe Reisin, 2012; Selmer, 2012). Hier stellt sich aber die zentrale Frage, inwiefern solche Medien unter die Definition „Sportjournalismus“ fließen. Dazu gibt es noch die Plattform *publikative.org*, die sich für das Thema sensibilisiert hat. In der Wissenschaft scheint eine strukturierte Auseinandersetzung damit trotz dieser vereinzelt Ansätze noch weitgehend zu fehlen. Die mediale Darstellung von Fußballfans, zumindest von außen betrachtet, scheint so noch recht einseitig zu sein und gängigen Mustern zu folgen. So ist auch ein analysieren von außen für die Wissenschaft wenig bedeutsam. Wichtiger ist hierbei der Blick hinter die Kulissen. Diese Arbeit soll hier einen ersten Schritt setzen. Fakt ist, dass kaum in einem anderen Themenkomplex so viele Paradigmen anfallen, wie es hier der Fall ist. Es genügt dabei nicht, nur vereinzelte theoretische Sichtweisen zu betrachten. Besonders in einem Feld, wo es schwer ist, an detaillierte Informationen zu kommen.

Diese Arbeit soll sich in einer ersten Annäherung primär mit der gesellschaftlichen Bedeutung des Sports und der Berichterstattung darüber beschäftigen. Infolgedessen unabdingbar auch mit dem Berufsfeld des Sportjournalisten. In der Konkretisierung soll dessen Arbeit in der Berichterstattung über Fußballfans, Hooligans und Gewalt ermittelt werden. Ersteres lässt sich nicht so einfach vom zweiten Fokus trennen und differenziert analysieren, sodass eine gemeinsame Betrachtung von äußerster Notwendigkeit ist. Jedoch kann die Arbeit in gewissem Maße auch als korrespondierende Beobachtung dieser zwei Themenschwerpunkte gesehen werden. Es soll der Frage nachgegangen werden, ob sich der Sportjournalismus in einem Wandel befindet und ob dies an bestimmten Ausformungen festzumachen ist. Es soll am Beispiel der Berichterstattung über Fußball und seine Fans auch geklärt werden, ob der Sportjournalismus eine integrative und bildende Funktion inne hat oder zur reinen Unterhaltung beiträgt. Viele Beiträge zu Zuschauerausschreitungen aber auch Fanproteste landeten im letzten Jahr unter anderem auf der Titelseite und im Chronikteil. Dies weist auf eine Bedeutungssteigerung hin. Es stellt sich nur die Frage, ob der Sportjournalist selber an einer Relevanz-Steigerung dieses Themenkomplexes glaubt. Zudem soll geklärt werden, warum man in der

Berichterstattung zu Fans einen wesentlich aggressiveren Ton anzuschlagen scheint, als in anderen Bereichen und wo hier die Gründe liegen? Fragen nach journalistischer Ethik und presse-ethischen Grundsätzen spielen hierbei eine wichtige Rolle. Ebenfalls soll der Frage nachgegangen werden, inwiefern persönliche Interessen eine Rolle spielen und welche Einflussfaktoren es auf journalistisches Handeln gibt. Der Umgang und die Einstellung mit und zu Zuschauergewalt und regulierenden Maßnahmen wie z.B. dem Verbot von Pyrotechnik soll hierbei ebenso angesprochen werden. Zudem stellt sich auch die Frage, ob und wie mit Hintergrundinformationen gearbeitet wird und ob es hier eine veränderte Form der Quellenbeschaffung gibt.

1.3 Vorgehensweise

In einem ersten Schritt ist die Auseinandersetzung mit dem Mediensport selbst von bedeutender Rolle. Hier soll ein Einblick über die Geschichte gegeben werden. Begriffe sollen geklärt werden und die Charakteristika der Sportberichterstattung werden erhoben. Das Konstrukt Medien – System – Wirtschaft wird angerissen und diskutiert. Zahlen und Fakten werden zur Übersicht geliefert. Besonderen Raum nimmt demzufolge die Unterscheidung zwischen Infotainment und Entertainment, Unterhaltung und Aufmerksamkeitssteigerung, ein. In einem zweiten verbindenden Schritt soll sich die Arbeit dann mit dem Journalismus und seinen Akteuren, den Sportjournalisten, beschäftigen. Hierbei sollen auch gängige Begriffe und Theorien zu Selektionsprozessen, sowie Aufgaben, Kompetenzen und Rollenselbstverständnis von Sportjournalisten Platz finden. Hierbei geht es um die Konkretisierung und Theoriefundierung. In einem dritten Abschnitt soll sich die Arbeit mit Theorien aus der Angst- und Furchtforschung (Parallel-Response-Modell, Mood-Management-Theorie, Sicherheitsbedürfnis) beschäftigen und einige Prämissen liefern, warum negative Bilder und Gewaltdarstellungen in den Medien eine Rolle spielen können und die Berichterstattung über Fußballfans davon beeinflusst werden kann. Es sollen hiermit Erklärungsansätze für das unter Anderem negativ auftretende Bild von Fans gesammelt werden. Ein kurzer Exkurs in die Typologien und Kategorisierung von Fußballfans sowie ein kurzer geschichtlicher Aufriss dienen zur Kontextualisierung und Vertiefung der Thematik. Zum Schluss des theoretischen

Teils werden im speziellen die Studien von Minas Dimitriou und Gerold Sattlecker (2011) und von Fabian Kautz (2011) vorgestellt, welche einige Parallelen mit der vorliegenden Arbeit aufweisen und bereits relevante Forschungsereignisse liefern. Das Hauptaugenmerk liegt demzufolge auf der qualitativen Untersuchung der Sportjournalisten. Hierbei wird vor allem ein Vergleich mit der aktuellen quantitativen Studie von Dimitriou und Sattlecker (2011) angestrebt. Zudem kommt es zu einem weiterführenden Vergleich der Sportjournalisten. Auf Parallelen zu den behandelten Theorien wird verwiesen und damit gearbeitet.

1.4 Forschungsleitende Fragestellungen

Somit gliedert sich das Forschungsinteresse in zwei zentrale Themenschwerpunkte. Einerseits geht es um Dimensionen, die den Berufsstand des Sportjournalisten betreffen. Teile jener Fragestellungen sollen bereits im Theorieteil versucht werden zu klären. Im zweiten Teil der Arbeit soll anhand des Beispiels der Berichterstattung über Fußballfans und den Umgang österreichischer Sportjournalisten damit, auf die soziale Dimensionen des Journalismus eingegangen werden. Hierbei gibt es, wie gesehen, fast keine wissenschaftlichen Befunde. Somit soll besonders im empirischen Teil darauf eingegangen werden. Die Analyse von persönlichen Einstellungen und Meinungen zu den zwei Themenschwerpunkten sollen ermittelt werden. Somit strukturieren sich die forschungsleitenden Fragestellungen folgendermaßen:

Sportjournalismus und dessen Berufsstand:

- Hat der Sportjournalismus eine soziale (bildende) Funktion inne oder soll er bloß unterhalten?
- Welche Einflussfaktoren spielen bei sportjournalistischen Handeln eine Rolle?
- Gibt es einen Wandel im Sportjournalismus bezüglich der Aufgabenbereiche eines Sportjournalisten?
- Wie wichtig sind Hintergrundinformationen in der sportjournalistischen Berichterstattung?

Die Berichterstattung über Fußballfans:

- Benutzen Sportjournalisten in der Berichterstattung über Fußballfans bewusst Angst- und Furchtelemente, um Aufmerksamkeit zu erregen?
- Wie wird mit Gewalt (Fanausschreitungen) in der Sportberichterstattung umgegangen?
- Wie wird in der Auseinandersetzung mit Fußballfans mit Sprache und Bildern gearbeitet?

A.THEORETISCHER TEIL

II. Der Sport und seine Auswirkungen auf das Mediensystem

Um sich mit dem Thema ausgiebig auseinander setzen zu können, muss zunächst die Beziehung von Sport und Medien analysiert werden. Hierbei handelt es sich um ein vertieftes Netz bestehend aus Medien, Sport und Wirtschaft, welches es gilt, zu verstehen. Die Auseinandersetzung damit scheint unabdingbar zu sein und weist dem Sport sei es auf medialer wie gesellschaftlicher Ebene eine bedeutende Rolle zu. Wie bereits erwähnt, macht Sport einen wichtigen Teil der medialen Berichterstattung aus. Er generiert hohe Einschaltquoten und wird als wichtiger Bereich der Unterhaltung angeboten. Ganze Fernsehsender, sowie aber auch Tageszeitungen in ganz Europa widmen sich nur dem Sport und im Detail sogar nur dem Fußball.

2.1 Die Wichtigkeit der Sportberichterstattung in Zahlen

In Italien gibt es z.B. drei große Sportzeitungen, die sich täglich fast ausschließlich mit dem nationalen sowie internationalen Fußball beschäftigen und damit eine hohe Reichweite erzielen. Tageszeitungen wie die *gazzetta dello sport*, welche bereits 1898 gegründet wurde, gehören für einen Großteil der italienischen Bevölkerung Italiener zum täglichen Medienkonsum. In Spanien erreicht die Sportzeitung *Marca* eine Auflage von fast 240.000 und auch in Frankreich gehört *l'Equipe* zum täglichen Lese- und Informationsbedarf der Bevölkerung. In Deutschland schafft die Zeitschrift es die *Sport-Bild* auf eine Auflage von 480.000 (Jahr 2009). Die *Sport-Bild* ist hierbei aber bei Weitem nicht die einzige Sportzeitschrift in Deutschland. Neben ihr kann auch der *Kicker* zu den Marktführern gezählt werden. Interessant ist jedoch, dass vor Allem im deutschsprachigen Raum die Sportberichterstattung Größtenteils noch von regionalen und überregionalen Tageszeitungen abgedeckt wird (vgl. Schwier/Schauerte, 2008, S.35). Harald Binnewies (1983) verweist darauf, dass bereits in den 1980er Jahren in Deutschland 36% aller Zeitungsleser regelmäßig den Sportteil in Tageszeitungen lesen (vgl. ebd., 1983, S.116). Dies betrifft aber

lediglich den Sportteil, der sich in den verschiedenen Tageszeitungen befindet. Jedoch ist hier das Spektrum in Tageszeitungen breiter als im Fernsehen. So werden in der Presse prozentuell mehr Sportarten behandelt, als im Fernsehen (vgl. Schwier/Schauerte, 2008, S.36). Der Prozentsatz der Zeitungsleser blieb aber über die Jahre hinweg immer konstant (vgl. Schauerte, 2002, S.342-352). Im Gegensatz dazu bestehen Statistiken zu Sportzeitungen und Sportzeitschriften nur auf Ebene der Auflage und Reichweite. „Allerdings ist der Markt der Sportzeitschriften kaum zu überblicken, da sich in den letzten Jahren der Trend zur Spezialisierung in Segmenten weiter fortsetzt und eine Vielzahl von Titeln mit einer Auflage von weniger als fünftausend Exemplaren hervorgebracht hat.“ (Schwier/Schauerte, 2008, S.37). Fachmagazine wie *Blickfang Ultra*, *Erlebnis Fußball*, *Der Grenzgänger*, sowie Stadionhefte oder eigene Fanmagazine, die ebenfalls in regelmäßigen Abständen und diversen Formaten erscheinen, aber auch publizistisch relevante Merkmale aufweisen, sind hierbei nicht einmal erfasst. Jene Auflagen sowie deren Reichweite wurden nicht erhoben. Den Tageszeitungen muss hier aber trotzdem eine bedeutende Rolle zugesprochen werden, „[...] denn über 90% der Sportberichterstattung stehen im Sportteil einer Tageszeitung.“ (Binnewies, 1978, S.39).

Vergleichsweise kleiner, aber in Österreich doch sehr bedeutend, schafft es die Wochenzeitschrift *SportWoche* auf eine Auflage von ca. 32.000 Stück (siehe Pz-Online) und einem Marktanteil von 3,2% (vgl. Media-Analyse, Wochenmagazine Total, 2011/2012). Auch Special Interest Medien wie das *Ballesterer FM* kommen bereits auf eine Auflage von 20.000 Stück (siehe Ballesterer-Online). Zu erwähnen ist hierbei eine starke Konzentration der österreichischen Medienstruktur auf die Presse. Dies zeigt uns bereits die von der Media-Analyse im Jahre 2012 erstellte Erhebung. Hierbei gibt es eine sehr starke Pressekonzentration auf den vier großen Tageszeitungen *Krone*, *Kleine Zeitung*, *Österreich* und *Heute*, welche bereits 73,1% der Gesamtauflage ausmacht (vgl. Media-Analyse, Tageszeitung, 2011/2012).

Ein kurzer Blick auf die von Helmut Digel (Digel et al, 1983) erstellte Statistik zum Anteil und Angebot der Sportberichterstattung zeigt uns, wie häufig bereits in den 1980er Jahren (in Deutschland) Sport im Vergleich zu anderen Themen in der medialen Berichterstattung vorkam. So räumte z.B. das öffentlich-rechtliche Fernsehen *ZDF* bereits im Jahre 1981 dem Sport über 6,2% der Sendezeit ein,

1,6% mehr als gesellschaftspolitischen Themen. Lediglich über Kultur und Unterhaltung wurde mehr berichtet. Von diesen 6,2% widmete der *ZDF* über 30% dem Fußball, gefolgt von Tennissport und Skisport (vgl. ebd., 1983, S.109ff). Jene Statistik stellt nur einen bestimmten Sender und eine bestimmte Zeit dar, soll aber bereits aufzeigen, welch hohe Priorität der Sport bereits in den 30 Jahren inne hatte. Jene Statistik eines „bildenden“ Medienformates, als welche die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ja verstanden werden können, zeigt uns bereits, dass Sport nicht nur für die mediale Landschaft ein integraler Bestandteil ist. „Je mehr Massensportarten wie Fußball an Bedeutung gewannen, desto umfangreicher wurde auch die Berichterstattung.“ (Binnewies, 1983, S.114). Rund 20 Jahre später, im Jahr 1998, kam es vorwiegend durch die in den darauffolgenden Jahren entstandenen Spartenkanäle wie *DSF* und *Eurosport* zu einer Verdoppelung der Sendezeit von Sportereignissen (Zubayr, 2007, S.58f). Im Jahre 2002 war Fußball mit 58,6% der Themenverteilung die beliebteste Mediensportart in Deutschland (vgl. Schauerte, 2002, S.322; nach Schwier/Schauerte, 2008, S.29).

Verfolgt man die Entwicklungen jener Zahlen und Statistiken, darf besonders auf das in den letzten Jahren entstandene World Wide Web nicht vergessen werden. So scheint der Sport mittlerweile auch im Web 2.0 angekommen zu sein und wird hierbei immer wichtiger (vgl. Schwier/Schauerte, 2008, S.40). Nach Van Eimeren und Frees Studie aus dem Jahre 2007 ruft mittlerweile jeder dritte Bundesbürger regelmäßig Sportseiten im Internet auf (vgl. Van Eimeren/Frees, 2007; nach Schwier/Schauerte, 2008, S.40f). So scheinen sich auch Tageszeitungen der Entwicklung anzupassen. In Österreich war *Der Standard* die erste Tageszeitung, die eine Web-Edition anbot, jedoch damals noch keinen Sportteil verfügte (vgl. Kaltenbrunner et al., 2007, S.63; nach Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.69).

Ein kurzer Einblick in Zahlen zeigt uns die Wichtigkeit des Sports im medialen Kontext. Wichtig ist es aber, sich mit der Entstehung, aber auch den Auswirkungen dieser Entwicklungen zu beschäftigen. Das Verhältnis Sport und Medien und infolgedessen die Bedeutung für den Rezipienten können ganz bestimmte Phänomene erzeugen, die es zu verstehen gilt.

2.2 Entstehung, Entwicklung & Bedeutung der Sportberichterstattung

Richten wir unseren Blick auf geschichtliche Entwicklungen der Tageszeitungen, können wir sehen, dass die Berichterstattung über Sport eine bereits weit zurückreichende Tradition hat. Bereits 1681 wurde in der englischen Zeitung *True Protestant Mercury* über einen Boxkampf berichtet und die erste Sportzeitschrift entstand ein Jahrhundert später um 1792 (vgl. Hauer, 2012, S.32). Die Tageszeitung *Times* führt bereits seit 1829 einen eigenen Sportteil. Im deutschsprachigen Raum war die von Friedrich Richter im Jahre 1842 publizierte *Allgemeine Turn-Zeitung* die erste Sportzeitung der englischen Sorte (vgl. ebd., S.33). Im Bereich der Tageszeitungen trennte der Berliner *Börsencourier* schon 1885 den Sportteil vom lokalen Teil und engagierte somit einen eigenen Sportredakteur (vgl. Binnewies, 1983, S.115). In Österreich berichtete bereits das im Jahre 1847 gegründete *Fremdenblatt* über Sport. Als Spatenstich kann jedoch die Grazer Tageszeitung *Tagespost* hergenommen werden, welche im Jahre 1884 ausführliche Berichte über internationale Sportevents publizierte (Strabl, 1980, S.11). Jürgen Schwier und Thorsten Schauerte (2008) behaupten, dass uns eine historische Betrachtung seit dem Ende des neunzehnten Jahrhunderts bereits zeigt, wie die tägliche Verbreitung von Sportnachrichten „[...]ein entscheidender Faktor für die Verankerung der Sportpraktiken im öffentlichen Bewusstsein moderner Gesellschaften gewesen“ ist (Schwier/Schauerte, 2008, S.27). Auch Hortleder (1981) ist der Ansicht, dass Hochleistungssport perfekt in gesellschaftliche Entwicklungen passt (vgl. Hortleder, 1981; nach Fischer, 1993, S.34). Betrachten wir Arbeiten von Pierre Bourdieu (1986) oder von Elias und Dunning (2003), können wir auch feststellen, dass sportliche Wettkämpfe schon immer eine besondere Faszination für die Menschen hatten. Sie fungieren als soziale Angebote und tragen zu einer Befriedigung gesellschaftlicher Nachfragen bei (vgl. Schwier/Schauerte, 2008, S.10). Besonders nach den zwei Weltkriegen erlebte die Sportberichterstattung einen enormen Boom, da Sport als unterhaltendes Element eine willkommene Abwechslung zum Alltag und die durch Kriege, Armut und Konflikte geprägte Vergangenheit war. Dazu hielt der Sport auch Einzug in andere mediale Erscheinungen wie dem Hörfunk und dem Fernsehen (vgl. Hauer, 2012, S.34).

Dabei gab es von Anfang an eine Verflechtung der Felder Medien und Sport, welche heute Ereignisse wie z.B. den *NFL Super Bowl* zu nationalen Institutionen gemacht haben (vgl. ebd., 2008, S.27). Oder die Entstehung der drei großen europäischen Radrundfahrten *Tour de France*, *Vuelta* und *giro d'Italia*, welche alle drei von Zeitungsverlegern gegründet wurden, um einen eigenen Berichterstattungsgegenstand zu schaffen. Das Finale der Fußball-WM 1954 wurde bewusst einige Minuten später angepfiffen, damit diverse Radiosender bei der Übertragung verspätet einsteigen konnten (vgl. ebd., 2008, S.10). Wie man sehen kann, waren jene Ereignisse bei weitem nicht nur mehr aufgrund ihrer sportlichen Reize und gesellschaftlichen Nachfrage interessant. Stefanie Hauer (2012) glaubt, dass sei es im Sport wie in den Medien einem gesellschaftlichen Individualisierungstrend nachgegangen wurde. Die Mediatisierung des Sportes waren demzufolge normale Prozesse auf dem Weg einer Informationsgesellschaft. Dies sieht sie als eine Win-Win Situation, sodass der Sport immer mehr zum Garant für hohe Einschaltquoten wurde (Hauer, 2012, S.23f). Felix Görner (1995) spricht hier vom „magischen Dreieck“ bei dem Sport, Medien und Wirtschaft in einem gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnis stehen, bei dem Sport ohne materielle Zuwendung und Geld nicht mehr existieren könne. So wurde schon sehr früh die Sportberichterstattung für die Platzierung gewünschter Werbeeffekte genutzt (vgl. Görner, 1995, S.34; nach Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.53). Schwier und Schauerte (2008) beschreiben Sport und Massenmedien ebenfalls als „[...] höchst attraktive Plattformen zur Realisierung kommunikativer Maßnahmen der werbetreibenden Wirtschaft [...]“ (ebd., 2008, S.9). Auch Josef Hackforth (1988) ist der Ansicht, dass es zu einer immer größeren Kommerzialisierung kommt, welche aus einer steigenden Professionalisierung des Sports resultiert. Er ist der Meinung, dass solche Entwicklungen auch nicht mehr unabhängig von den Medien beobachtet werden dürfen (vgl. Hackforth, 1988, S.33). Auch Schwier und Scheuerte (2008) sind der Auffassung, dass sich Spitzensport und Massenmedien mittlerweile in so einer starken Wechselbeziehung stecken, dass sie schon fast zu einem einheitlichen Produktionskomplex verschmolzen sind (vgl. ebd., 2008, S.9). Die Relevanz des Sports scheint somit auf mehreren Ebenen präsent und infolgedessen größer geworden zu sein. Jedoch scheint ein genauer historischer Zeitpunkt für die Veränderung der Qualität der gesellschaftlichen Teilbereiche Sport und Medien nicht mehr wirklich nachvollziehbar zu sein (siehe ebd., 2008,

S.9). Christoph Fischer (1993) weist darauf hin, dass z.B. Zuschauerkatastrophen, wie jene im belgischen Heyselstadion 1985, dazu führten, dass der Sport nicht mehr unkritisch gesehen wurde (vgl. Fischer, 1993, S.34) und so auch neue Aufgaben für die Sportberichterstattung herbei brachten. Er ist aber ebenfalls der Meinung, dass die Sportberichterstattung in vielen Fällen ihrer Qualität nicht nachkommt. So häufen sich vor allem seitens der Sport- und Kommunikationswissenschaft Kritiken, welche die Arbeit von Sportberichterstattem in Form einer „effektheischenden Berichterstattung“ thematisieren (ebd., 1993, S.34f). Markus Lamprecht und Hanspeter Stamm glauben an eine Verblassung des sportlichen Wettkampfes und fällt ein verheerendes Urteil für das Fernsehen: „Das Geschehen im Stadion bildet nur noch das Rohmaterial, aus dem das Fernsehen seine eigene Medienwirklichkeit gestaltet.“ (Lamprecht, Stamm, 2002, S.151; zit. nach Hauer, 2012, S.25)

2.3 Wirkungen des Mediensports

Markus Lamprecht und Hanspeter Stamm (2002) nennen in ihrer Arbeit „Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz“, bei der sie das Wechselspiel zwischen drei gesellschaftlichen Facetten thematisieren, mehrere schlüssige Gründe warum der Mediensport eine steigende Popularität aufweist und somit ein wirkungsvoller Teilbereich im medialen System ist:

- “- Der Sport spricht eine einfache und universelle verständliche Sprache.*
- Sport bringt Spannung und Emotionen in den von Routine und Sicherheit geprägten Alltag.*
- Mediensport bietet Spektakuläres, präsentiert Dynamik, Kampf, Gefahr und Erotik, befriedigt Schaulust und schafft Idole.*
- Mediensport ist kollektive Erfahrung, sorgt für Gesprächsstoff und vermittelt ein Gefühl von Zusammengehörigkeit.“ (Lamprecht/Stamm, 2002, S.140, S.144f; zit. nach: Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.52)*

Hauer (2012) glaubt wiederum, dass der Mediensport eine ganz bestimmte künstlerische Gestaltung einnimmt, mit Hilfe der Attraktivität gesteigert wird, ökonomische Motive bedient werden und Identifikationsgrundlagen geschaffen werden. So können z.B. Rivalitäten kreiert werden, welches zu einer Spannung

beim Rezipienten führt (Hauer, 2012, S.25). Diese bestimmte Form der Sportberichterstattung kann somit verschiedene Auswirkungen auf die Aufnahme von Inhalten und Darstellungen seitens der Mediennutzer haben. Dabei spielen auch klassische Nutzungs- und Wirkungsforschungen einen wesentlichen Teil im Prozess der Massenkommunikation, „der den Rezipienten in seinem Wissen, seinen Meinungen, Einstellungen und letztlich auch in seinem Verhalten beeinflusst.“ (Schwier/Sauerte, 2008, S.45). Hierbei muss, obwohl bereits sehr oft erwähnt und verwendet, die Theorie des Agenda-Setting von McCombs und Shaw (1972) als theoretischer Paraderahmen hergenommen werden. Wenden wir jene Theorie auf den Mediensport an, heisst dies, dass die Medien in der Bildung von Einstellungen und Meinungen auf die Rezipienten zwar weitläufig nicht wirklich einen großen Einfluss haben, jedoch einen erheblichen Einfluss auf die Themenauswahl und Themenstrukturierung zu haben (vgl. ebd., S.46). Die Gründe dafür sind sehr weitläufig und eine Vielfalt und Heterogenität der theoretischen Annäherungen kann hier durchaus attestiert werden. Schramm (2007) glaubt dass sich beim Mediensport, welcher uns täglich über TV, Print und Hörfunk angeboten wird, eine starke emotionsähnliche Empfindung entfaltet und somit auch die in anderen Diskussionen über Medienwirkung wiederkehrenden Aspekte von Aggression, Euphorie, Fantum, Identifikation, Erregung oder Eskapismus anspricht und eine Verwendung jener Aspekte ausmacht (vgl., Schramm, 2007; nach Schwier/Scheuerte, 2008, S.47). Genannte Aspekte scheinen besonders in der Thematik über die Fanberichterstattung in erhöhtem Maße vorhanden zu sein. So scheint versucht zu werden, mit der Konzentration auf Themenschwerpunkte, welche Gewalt und Aggression beinhalten, ein emotionales Bild zu kreieren, welches wiederum zu bereits erklärter Aufmerksamkeitssteigerung (unter anderem in Form von Einschaltquoten und Reichweitensteigerung) führt. Somit wird vermehrt mit einer negativen emotionalen Ebene gearbeitet, die primär als Unterhaltung aufgefasst und medienintern auch so behandelt wird. Hier scheint eine große Kluft zwischen journalistischen Ansprüchen vorzuherrschen. So kann man davon ausgehen, dass negative Attribute ohne Probleme in Form von Unterhaltungswerten verkauft werden können. Gleichzeitig ist man sich aber der gesellschaftspolitischen Relevanz jener Inhalte nicht bewusst und reduziert sie somit auf eine unterhaltende Ebene. Kommentare werden genützt, um den emotionalen Inhalt

des Gezeigten zu untermalen und dessen Wichtigkeit auf eine andere Ebene zu verlagern. Whannel (1992) spricht hier von einem Erfolgskonzept des Mediensports: der Konflikt zwischen Realismus und Unterhaltung. Auf der einen Seite werden reale Ereignisse präsentiert und über sie informiert. Auf der anderen Seite wird eine mediale Inszenierung getätigt, um Spannung und Theatralik zu erzeugen (Whannel, 1992, S.94-98; nach Hauer, 2012, S.26). Demzufolge kann sich die sportliche Relevanz der Information hin zu einer banalen Ausformung von Unterhaltung, ohne deren Inhalt überhaupt zu thematisieren, verschieben. Auch Früh (2003) ist der Meinung, dass „Medienvermittelte Unterhaltung [...] dynamisch durch Informationsverarbeitende und kommentierende Aktivitäten im Verlaufe eines Kommunikationsprozesses einschließlich prä- und postkommunikativer Phase“ entsteht. (Früh, 2003, S.21).

2.4 Infotainment vs. Entertainment

Die Sportberichterstattung scheint somit nicht nur aufgrund ihres Inhaltes, dem Sport, interessant zu sein. Wie wir gesehen haben, spielen auch wirtschaftliche Faktoren im Wechselspiel zwischen Medien und Sport eine zentrale Rolle. Trotz, oder eben genau aufgrund der starken Verbundenheit mit dem von Schwier und Schauerte (2008) genannten Bewusstsein moderner Gesellschaften, stellt sich die Frage, welche Funktionen der Sport für die Gesellschaft überhaupt noch einnimmt? Gleich (2000) unterscheidet bei der Berichterstattung über Sport zwei Funktionen: auf der einen Seite steht das Infotainment, bei dem die Pflicht der Information im Vordergrund steht. Auf der anderen Seite das Entertainment, also die Kür der Unterhaltung, welche besonders im Mediensport eine wesentlich wichtigere Rolle übernimmt, denn der „weitaus größere Teil der Zuschauer ist am Sport primär wegen seiner Unterhaltungs- und/oder Anregungsfunktion interessiert.“ (Gleich, 2000, S.515f)

Wenn aber z.B. wirtschaftliche Faktoren, wie Einschaltquoten, TV-Spots und Werbefanden, aber auch Elemente zur Anregung oder Unterhaltung, welche unter anderem auch wirtschaftlichen Elementen dienen, im Mittelpunkt der Sportberichterstattung stehen, kann eine bestimmte Informationsfunktion seitens des Sports selber nicht mehr gewährleistet werden. Auch Fischer (1983) verweist

auf die gängige Kritik, dass die Sportberichterstattung „[...] die ihr zugedachte [...] Aufgabe, das Publikum umfassend, wahrhaftig und hintergründig reportierend und analysierend über den Sport zu informieren.“ nicht nachkommt. (Fischer, 1983, S.34). Die Art und Weise der Berichterstattung löst sich somit von ihrer ursprünglichen Aufgabe als Vermittler für die Gesellschaft, die angestrebten Informationsverbreitungen werden durch reizsteigernde Elemente ersetzt, damit es zu einer Aufmerksamkeitssteigerung kommt. Bestimmte Ereignisse werden kreiert, um bestimmte Reize zu erhalten. Jene Reize führen zu einer Aufmerksamkeitssteigerung, die wiederum zur Unterhaltungssteigerung und demzufolge unter anderem zu wirtschaftlichen Optimierungen führen.

„Zudem wird Sport in den Medien zunehmend als Produkt der Unterhaltungsindustrie gestaltet und verkauft, auf Geschmack und Erwartungshaltung des Massenpublikums abgestimmt. Spektakuläres, Sensationelles, Spannungsgeladenes im Sport wird bewußt herausgestellt, teilweise durch Manipulation künstlich und gezielt erzeugt.“ (Allmer/Schulz, 1989, S.5; zit. nach; Fischer, 1993, S.34).

Die Information verliert somit an Relevanz und Bedeutung und geht schrittweise verloren. Somit muss auch geklärt werden, welche Einflussfaktoren und Reize zu solchen Entwicklungen führen. Stefanie Hauer hält aber bezüglich der Sportberichterstattung und dem dazugehörigen Journalismus fest: „Er wird immer bedeutender und scheint in der [...] Medienlandschaft eine Übermacht einzunehmen[...].“ (Hauer, 2012, S. 39).

III. Dimensionen des Sportjournalismus – Theoretische Grundlagen

Nachdem nun erläutert wurde, wie sich der Mediensport entwickelt hat und welche Wichtigkeit er in der medialen Berichterstattung einnimmt, muss der Blick auf die im Forschungsinteresse stehenden Sportjournalisten gerichtet werden. Auf der Ebene der sozialen und gesellschaftlichen Debatte wurde bereits erläutert, welche Wirkung Mediensport hat und welchen Einfluss Sportmedieninstitutionen haben können. Einige theoretische Ansätze haben bereits gezeigt, welche Inhalte genutzt werden können, um eine mutmaßende Aufmerksamkeit zu steigern. Nun geht es darum, sich mit dem Berufsfeld des Sportjournalisten selbst zu beschäftigen, indem anhand von theoretischen Grundlagen geklärt werden soll, warum überhaupt gewisse Arten von Berichterstattungen zu Stande kommen können, welche Aufgaben sich dahinter verbergen und wie das Handeln von Sportjournalisten beeinflusst werden kann. So sollen verschiedene Einflussfaktoren umrissen werden und erste Lösungsansätze liefern. Dies soll eine Brücke zwischen dem Mediensport selbst und seinen ausführenden Akteuren darstellen. Zudem kann so im Zusammenspiel mit der empirischen Erhebung ein tiefgründiger Einblick gewährleistet werden.

3.1 Der Journalismus und seine Akteure

Hierbei ist es erst mal wichtig zu klären, was überhaupt unter einem Journalist verstanden wird und wie der Berufszweig des Sportjournalisten definiert wird. Siegfried Weischenberg (1994) ist der Meinung, dass man den Zweig des Journalismus und deren Berufsfeld nicht wirklich strickt definieren soll. Für ihn ist es wichtiger seine Normen, sowie Strukturen, Rollen und Funktionen im Einzelnen zu ermitteln (vgl. Weischenberg, 1994, S.429). Für ihn ist der Journalismus eine berufliche Tätigkeit im System der Massenmedien, indem Aussagen gestaltet und kreiert werden (vgl. Weischenberg, 1994, S.428f; nach Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.27). Ulrich Saxer (1992) versteht den Journalismus auch als eine institutionelle Konstruktion, bei dem durch verschiedene Methoden bzw. beruflichen Routinen Nachrichten sowie Unterhaltungsinhalte und Kommentare via Medien und Individuen vermittelt werden (vgl. Saxer, 1992, S.106). Weischenberg ist ebenso der Meinung, dass der Journalismus ein System ist, indem nicht alternative Wirklichkeitsentwürfe gestaltet werden sollen. Er verweist ebenso auf die soziale

Relevanz des Journalismus im Allgemeinen hin. Für ihn stehen soziale verbindliche und vor allem „realistische“ Wirklichkeitsentwürfe im Vordergrund. In seiner Ansicht ist der Journalismus ereignisorientiert (vgl. ebd. S.430). So ist im Gegensatz zu vorhin erwähnten Ausführungen nicht nur das Medium selbst für die Verbreitung von Bildern verantwortlich, sondern auch der Journalist, der die Rolle des Produzenten einnimmt und die Medien als Träger der Aussagen nutzt. So attestiert Weischenberg indirekt den Journalisten als Vermittler von Wirklichkeit (vgl. ebd. S.430f). So können die Journalisten als Akteure der vorliegenden Medienkommunikation verstanden werden, welche gewisse Strukturen nutzen, aber auch von Ihnen beeinflusst werden.

Kautz (2011) versucht in seiner Studie den Beruf des Sportjournalisten zu erfassen. Er kommt aber zum Schluss, dass es kein einheitliches Berufsbild gibt, da der „Journalist“ kein geschützter Beruf ist. Dies beruht unter anderem auf das Grundgesetz der Meinungsfreiheit, das besagt, dass jeder journalistisch tätig sein kann (vgl. Kautz, 2011, S.25). Somit ist eine genaue Eingrenzung sowie Definition gar nicht möglich, sodass er untere Anderem im gesamten System des Journalismus betrachtet werden muss. Der Deutsche Journalisten Verband formuliert einen Journalisten folgendermaßen:

„Journalist ist, wer als Arbeitnehmer/in, Arbeitnehmerähnliche/r oder als Selbstständige/r für Printmedien, Rundfunk, digitale Medien, Nachrichtenagenturen, in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder im Bildjournalismus tätig und an der Erarbeitung bzw. Verbreitung von Informationen, Meinungen und Unterhaltung durch Medien mittels Wort, Bild, Ton oder Kombination dieser Darstellungsmittel beteiligt ist, und zwar vornehmlich durch Recherchieren [Sammeln und Prüfen] sowie durch Auswählen und Bearbeiten der Informationsinhalte, durch deren eigenschöpferische medien spezifische Aufarbeitung [Berichterstattung und Kommentierung], Gestaltung und Vermittlung oder durch disponierende Tätigkeiten im Bereich von Organisation, Technik und Personal.“ (www.djv.de; nach Hauer, 2012, S.51)

Da besonders im Sportressort der Journalismus Begriff weit gegriffen definiert wird, ist hier äußerste Vorsicht geboten. So wird in der vorliegenden Arbeit von einem Sportjournalisten ausgegangen, der in sich selbst als solch einer definiert und durch eine bestimmte Form der Anstellung in einem zu erkennenden

medialen Erscheinungsformat im Bereich des Sportes tätig ist (mehr dazu im Kapitel Forschungsdesign).

Für Claudia Mast (2008) nehmen so Journalisten eine ganz klare Rolle ein:

„Journalisten verbreiten täglich Nachrichten und Bilder an Millionenpublikum. Journalisten informieren und unterhalten, sie vermitteln Informationen und agieren als ‚Anwälte‘ ihrer Leser, Hörer und Zuschauer. Mit ihrer täglichen Arbeit erbringen sie eine unverzichtbare Informationsleistung, auf die nahezu alle Bereiche der modernen Industriegesellschaft angewiesen sind.“ (Mast, 2008, S.53; zit. nach Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.60)

3.2 Aufgaben des Sportjournalisten

Der Sportwissenschaftler Michael Schaffrath versuchte 2006 die Hauptaufgaben eines Sportjournalisten festzuhalten, welche in gewissen Bereichen deckungsgleich mit der Definition des Deutschen Journalisten Verbandes und jener von Mast sind. Für ihn zählt dazu die

„Erarbeitung von Wort- und Bildinformationen durch Recherchieren, Auswählen und Bearbeiten der Informationsinhalte, deren eigenschöpferische medienspezifische Aufbereitung [Berichterstattung und Kommentierung], sowie die Gestaltung und Vermittlung von Ereignissen im Sport, ferner disponierende Tätigkeiten im Bereich von Organisation, Technik, Personal.“ (Schaffrath, 2006, S.132)

Jene Definition steht wiederum zum Widerspruch der Ansichten von Weischenberg zum generellen Journalismus. Schaffrath gibt hierbei dem Sportjournalismus durchaus die Berechtigung die Berichterstattung selbst zu gestalten und Kommentare hinzuzufügen, während es für Weischenberg eine subjektive Wirklichkeitsgestaltung nicht zielführend ist, da so die Objektivität gefährdet ist. Haffner (1989) geht hier mit dem Sportjournalismus wesentlich kritischer um und sieht ihn als einen Berufsstand, der nicht nach journalistischen Standards arbeitet. Für ihn wäre es jedoch wichtig, wenn Sportjournalisten bemüht wären, ihren Beruf ernsthaft auszuführen, ganz im Sinne eines sorgfältigen Chronisten und sachlichen Kritikers. Dies könne nur mit „[...] gründlicher Recherche und sorgsamer Umsetzung im Bericht um Wahrheit[...]“ geschehen (ebd., 1989; zit. nach: Nitschmann, 1989, S.29). Hauer (2012) glaubt jedoch, dass,

obwohl einer starken Professionalisierung des Berufes, vor allem die mangelnde Zeit die journalistische Tätigkeit verändert hat. „So orientieren sich Sportjournalisten stärker an Agentur- und PR- Texten und messen der eigenen Recherche weniger Aufmerksamkeit bei.“ (Hauer, 2012, S.54). Kolb (2009) glaubt jedoch, dass Sportjournalisten trotzdem nicht nur mehr als „Unterhalter“ verstanden werden können. Er glaubt an den Anspruch von Sportjournalisten, durchaus neutraler und präziser zu informieren, sowie Missstände aufzudecken, indem sie wahrheitsgetreuer berichten (Kolb, 2009, S.58). Kautz (2011) ist der Ansicht, dass vor allem durch die Aufdeckung von Missständen in Form einer kritischen Berichterstattung, der Sportjournalist Gefahr läuft, seinen Informationszugang zu verlieren, da man besonders im Sportjournalismus auf die Nähe zum Sportler angewiesen ist (Kautz, 2011, S.28). Weischenberg (1994) glaubt wiederum, dass den Journalisten heutzutage durchaus bewusst ist, dass sie nicht mehr nur Abbilder der Welt liefern und wahrheitsgetreu berichten können. Das heisst aber nicht, dass Journalisten ihre bewährten Methoden aufgeben müssen. „Sie müssen sich aber bewußt sein, daß ihre Produkte sowohl das Ergebnis der Wahrnehmungsbindungen des journalistischen Beobachters als auch der Bedingungen sind, in deren Rahmen die journalistische Beobachtungen zustandekommen.“ (Weischenberg, 1994, S.427f) . Kolb (2009) glaubt, dass besonders der vorhin angesprochene Faktor „Recherchetätigkeit“ in den letzten Jahren wesentlich zurückgegangen ist und vermehrt organisatorische Tätigkeiten sowie das Arbeiten mit dem Internet Zeit beanspruchen (vgl. Korb, 2009, S.53; nach Kautz, 2011, S.25). Dies zeigt eine starke Verschiebung der Arbeitsweisen, welche gewisse Kompetenzen erforderlich machen. Aber was sind solche Kompetenzen?

3.3 Vier Kompetenzen nach Weischenberg

Weischenberg erstellte bereits 1990 eine funktionale Unterteilung des Berufsstandes, indem er den Journalisten vier Kompetenzen zuwies. Er geht hierbei davon aus, dass Journalisten eine gewisse Fachkompetenz mit sich bringen müssen, sprich instrumentelle Fähigkeiten (Recherche, Selektion, Redigieren, Organisation und Technik) und ein spezifisches journalistisches Wissen. Dazu ist er der Ansicht, dass Journalisten Sachkompetenz mit sich

bringen müssen, sprich ein Spezialwissen über den Themenbereich (vgl. Weischenberg, 1990, S.23). Als dritten und sehr wichtigen Punkt sieht er die Vermittlungskompetenz, in der es um die „jeweils angemessene Umsetzung von Informationen [...] unter Anwendung journalistischer Darstellungsformen“ (Weischenberg, 1990, S.25) geht. Dazu müssen sie auch eine technische Kompetenz aufweisen. Als letzte und sehr bedeutende Kompetenz sieht Weischenberg die soziale Orientierung, sprich eine bestimmte „Kenntnis von Grundlagenfächern wie zum Beispiel Soziologie, Politik und Ökonomie“ (ebd., S.25f). Baerns (1985) widerspricht jedoch der letzten Kompetenz der sozialen Orientierung. Er glaubt nicht an die Information in Kombination mit gesellschaftlichen sowie politischen Kritiken. Er ist der Ansicht, dass journalistische Arbeit immer eine Selbstdarstellung partikularer Interessen ist und somit entweder informiert oder kritisiert. (Baerns, 1985; nach Hauer, 2012, S.51f). Das Modell von Weischenberg gibt aber einen guten Aufschluss über das Berufsfeld des Journalismus und den erforderlichen Kompetenzen. Dieses Modell zeigt zudem, dass die soziale Dimension nicht nur dem Sport selber zuzuschreiben ist, sondern auch den Akteuren selbst, auch wenn dies nicht immer als möglich erscheint. Somit wird darauf verwiesen, dass Sport eben nicht nur als Sport und in weiterer Folge als Unterhaltung gesehen werden kann. In der journalistischen Arbeit spielen somit, wie von Weischenberg beschrieben, verschiedene Faktoren eine bedeutende Rolle. Besonders hinter der Berichterstattung über Fußballfans verbergen sich Thematiken, die nicht nur mehr anhand von sportbezogenen Wissen behandelt werden können. Dies würde zu kurz greifen.

3.4 Das Zwiebel- Modell als Modell sportjournalistischen Handelns

Weischenberg (1994) erstellte zudem ein Modell, das die Einflussfaktoren journalistischen Handelns nochmal genau veranschaulichen sollte. Demzufolge gibt es verschiedene Faktoren, welche die Aussagentstehung von Journalisten beeinflussen können. Die Schalen der Zwiebeln symbolisieren so die Bedeutung verschiedener hierarchischer Einflüsse und zwar von innen nach außen: Mediensystem – Medieninstitution – Medienaussage – Medienakteur (vgl. ebd., S.431). Schaffrath (2006, S.175f) wandelte dieses Modell auf den

Sportjournalismus um. Demzufolge spielen z.B. ethische Standards, soziale Rahmenbedingungen, ökonomische organisatorische sowie technologische Imperative, Rollenselbstverständnis, persönliche Präferenzen, Unterhaltungsorientierung und Informationsquellen eine bedeutende Rolle in der Verfassung von Aussagen via Artikel und Berichten. Auch Steinbrecher (2011) glaubt, dass Sportjournalisten in einem gewissen Maße abhängig sind und nicht unbedingt kritische Berichterstatter sind, sondern eher Verkäufer ihrer Ware (vgl. Steinbrecher, 2011). Nach den von Schaffrath genannten Einflussfaktoren richten sich jedoch weitere Theorien und Modelle.

Bedeutend sind hierbei jene Theorien und Modelle, die sich nach den Selektionsregeln von relevanten Journalisten zu einer bestimmten Auswahl von Nachrichten regeln. Jene Selektionsregeln können sowohl ökonomische, organisatorische oder technologische Gründe haben, sowie aber auch Persönliche.

3.5 Gatekeeper-Forschung

Die Gatekeeper-Forschung ist ein wesentliches Modell bei den Einflussfaktoren journalistischen Handelns und bildet einen Grundstein für die Erforschung der Nachrichtenauswahl. Demzufolge wird der Journalist als eine Art Schleusenwärter (gatekeeper) verstanden, der dafür verantwortlich ist, welche Informationen von der Quelle bis hin zum Publikum gelangen. Er produziert hierbei zwar keine eigene Medienwirklichkeit, ist aber maßgeblich dafür verantwortlich, welche Informationen publiziert werden und welche unter gehen. So spielen persönliche Einstellungen, sowie Erfahrungen und Erwartungen des Redakteurs bei der Nachrichtenauswahl eine Rolle (vgl. Dimitriou/Stattecker, 2011, S.32) Auch redaktionelle Leitlinien, können eine Rolle spielen (siehe Schaffrath, 2006, S.175f). Zudem kann nicht nur der Journalist selber als Gatekeeper verstanden werden. Als „Pfortner“ können auch Herausgeber zählen, die „durch die Auswahl, Nachbearbeitung und Modifizierung von Nachrichten die Formung des Gesellschafts- und Weltbildes des Rezipienten beeinflussen.“ (Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.32). Gertrude Joch Robinson (1973) versucht so die verschiedenen Forschungsansätze festzuhalten. Es gibt den individualistischen Ansatz, bei denen davon ausgegangen wird, dass persönliche Interessen bei der

Erstellung von Nachrichten eine markante Rolle spielen. Die institutionelle Sichtweise schiebt den organisatorischen Strukturen um den Journalismus die Verantwortung zu. Beim Kybernetischen Ansatz wird das Mediensystem begriffen, das Mechanismen der Nachrichtenauswahl entwickeln (vgl. Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.32f).

3.6 New-Bias-Forschung

Ein weiteres Modell zur Nachrichtenauswahl von Journalisten ist die „New Bias“ Forschung. Bias kommt aus dem Englischen und bedeutet „Verzerrung“. Dabei geht es um Nachrichten, welche in der Medienberichterstattung als einseitig, unausgewogen dargestellt werden und in gewissen Formen eine politische Färbung haben. In weiterer Folge versucht sie Ursachen zu finden. So wird davon ausgegangen, dass politische Einstellungen von Journalisten im Zusammenhang mit ihrer Nachrichtenauswahl stehen (vgl. Staab, 1990, S.27). Staab stellte jedoch anhand von Untersuchungen fest, dass gewisse Ansichten auf die Realität nicht übertragbar sind, „[...] da Journalisten in der Regel – zumindest im Bereich der Presse – für Medien arbeiten, deren redaktionelle Linie sie akzeptieren“ (Staab, 1990, S.30). Klaus Schönbach zeigte bereits 1977, dass eine einseitige Berichterstattung vorherrscht. Er bezeichnete dies als „Synchronisation“, bei dem Aussagen der Kommentare mit der Berichterstattung übereinstimmen. Er betonte aber in seinen Ausführungen ausdrücklich, dass dies vorwiegend bei auflagenschwachen Printmedien der Fall sei (vgl. Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.36). Staab (1990) vervollständigt den Gedanken und ist der Ansicht, dass die Berichterstattung eines Mediums im Idealfall nicht mit den Kommentaren vermischt werden sollte und so eine klare Trennung zu erkennen sein müsse. Ansonsten würde ein subjektives Nachrichtenangebot publiziert werden (vgl. Staab, 1990, S.37). Zwar mag dieses Modell eher auf die Ressorts der Politik zutreffen. Jedoch haben wir bereits in Kapitel II gesehen, dass die Sportberichterstattung in einem engen Verhältnis zur Wirtschaft steht, welche implizit von der Politik beeinflusst wird. So schlägt sich die Themenfindung in Richtung eines bestimmten Selektionsmechanismus auch auf den Sportjournalismus nieder.

3.7 Nachrichtenwert-Theorie

Die Nachrichtenwert-Theorie bildet hier ein klassisches, aber fundamentales Modell der Selektionsmechanismen journalistischen Handelns. Dieses Konzept soll erklären, wie die Nachrichtenauswahl in den Medien funktioniert und bezieht sich im Gegensatz zur Gatekeeper-Forschung auf einzelne Faktoren. Jene Studie wurde von Einar Ostgaard (1965) begründet und infolgedessen von Galtung und Ruge (1965) optimiert. Hierbei wird im Gesamtverständnis davon ausgegangen, dass nur nach bestimmten Kriterien relevante Nachrichten an eine Öffentlichkeit präsentiert werden. Diese können neben dem Wert einer Nachricht auch die journalistische Selektionsfunktion erleichtern und beeinflussen (vgl. Huber, 2004, S.51). Schulz erarbeitete hier ein Katalog mit Nachrichtenfaktoren, die sich in folgende Überkriterien gliedern: Zeit, Nähe, Status, Dynamik, Valenz und Identifikation. Dabei ist zu betonen, dass folgende Kriterien nicht unabhängig voneinander sind, sondern immer in einem dichotomen Verhältnis stehen (vgl. Schulz, 1976, S.32f; auch Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.40f). Peter Becker (1983) versuchte nun die Nachrichtenwert-Theorie auf sportliche Medienereignisse umzusetzen. Hierbei spricht er von „inhaltsbezogene Regeln (...), die die Wahrscheinlichkeit erhöhen, daß sportliche Ereignisse als berichtenswert in Medien aufgenommen werden“ (Becker, 1983, S.33; zit. nach Bernreuther, 2012, S.30). Er leitete folgende Faktoren ab:

„- Nähe: Kulturelle, politische und zeitliche Nähe erhöhen die Chancen auf Berichterstattung.

- Rekorde, Siege & Eliten: Großereignisse, außergewöhnliche Leistungen und diejenigen, die sie vollbringen, bekommen erhöhte Aufmerksamkeit.

- Konflikte, Gewalt und Aktion: Bedrohliches, Krisen, Trainerwechsel usw. erhöhen die Medienaufmerksamkeit

- Personalisierung: Es wird eher über Personen als über Strukturen berichtet

- Human Interest: Privates und Alltägliches über prominente Sportler haben hohen Nachrichtenwert.“ (Bernreuther, 2012, S.30)

Loosen lieferte hier 1998 eine empirische Studie, indem er fast 2000 Artikel aus den Sportressorts von elf Tageszeitungen nach der Rolle ihrer Nachrichtenfaktoren analysierte. Er kam zum Ergebnis, dass die Faktoren a) räumliche/kulturelle Nähe, b) Prominenz, c) Personalisierung, d) Simplizität und e) Dynamik & Negativismus, jene sind, die am meisten die Sportberichterstattung beherrschen (vgl. Loosen, 1998, S.141ff; nach Bernreuther, 2012, S.32). Auf den Faktor Negativismus wird in Kapitel 4 nochmals genauer eingegangen. Besonders der Nachrichtenfaktor „Bedeutung des Ereignisses“, welcher bei Schulz (1976) unter Nähe fällt, spielt in der Sportberichterstattung jedoch eine komplizierte Rolle. So verweist Horky (2009) auf die jeweiligen Verwertungs- und Lizenzrechte von heutigen Sportereignissen. Jene Einkäufe spielen in der Thematisierung eines Ereignisses bedeutenderer Rolle als die eigentliche Relevanz eines Sportereignisses. „So kann die Orientierung an merkantilen Überlegungen statt journalistischen Kriterien dazu führen, dass thematische Vielfalt verloren geht und stattdessen eine Konzentration auf wenige Topsportarten stattfindet.“ (Kautz, 2011, S.29)

3.8 Framing-Ansatz

Einen weiteren interessanten Ansatz, der auf das journalistische Handeln zielt und vor allem bei der Betrachtung der Berichterstattung über Fußballfans einen interessanten Lösungsansatz liefert, ist die in den 70er Jahren der amerikanischen Politikforschung stammende Framing-Analyse. Im Gegensatz zu den bisher genannten Theorien betrachtet dieser Ansatz nicht welche Themen aufgrund welcher Faktoren ausgesucht werden, sondern wie sie dargestellt werden. Hierbei werden Frames erstellt, welche eine Art Ideen sind, die bestimmte Bedeutungen vermitteln soll. Die dienen so als eine Art Rahmen, in denen Themen vermittelt werden (vgl. Schmidt, 2009, S.4). Der Prozess findet so auf allen Ebenen statt – sei es beim Kommunikator, wie beim Rezipienten aber auch der Medienplattform. „Frames entstehen und wirken mit Hilfe bestimmter inhaltlicher und formaler Mittel, die Politiker, Kommunikatoren oder Journalisten bewusst oder unbewusst anwenden. Framing kann sich beispielweise in der Verwendung bestimmter Schlüsselbegriffe, Standardformulierungen, typischer Bilder oder bekannter Quellen äußern.“ (Entman, 1993, S.52; zit. nach Schmidt, 2009, S.5). Diese

Frames sind somit emotional oder normativ. Dies scheint besonders bei der Betrachtung der in der Einleitung genannten Ankerbeispiele zu Fußballfans zuzutreffen. Hier scheint der Journalismus gängige Standardbilder zu nutzen. Dies wird auch „Rasterdenken“ genannt, indem dem Berichtsgegenstand Attribute zugeschrieben werden, um die Darstellung zu vereinfachen und zu emotionalisieren.

3.9 Das Rollenselbstverständnis

Schaffrath (vgl. 2006, S.175f) nennt in seiner Umwandlung des Zwiebel-Modells auf den Sportjournalisten als möglichen Einflussfaktor ebenfalls das Rollenselbstverständnis. Weischenberg (1994) versteht unter „Rollenselbstverständnis“ die berufliche Einstellung von Journalisten (vgl. Weischenberg, 1994, S.443). Demzufolge geht es darum, wie Sportjournalisten ihre Funktionen im Mediensystem selbst definieren. Somit können auch Erklärungen für bestimmte Handlungsmuster darstellen.

Dimitriou und Sattlecker (2011) bringen hier erneut den Begriff „Infotainment“ ins Spiel und stellen ihn sogar in den Vordergrund des sportjournalistischen Selbstverständnisses. Demzufolge attestieren sie der Unterhaltungsaufgabe seitens der Journalisten eine sehr hohe Rolle, welche besonders durch eine steigende Kommerzialisierung zugenommen hat (vgl. Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.63). Laut Hauer (2012) glauben so Sportjournalisten, eine deutlich geringere Kritikfunktion inne zu haben, als ihre Kollegen in anderen Ressorts. „Damit einhergehend liegt ein deutlich größerer Fokus auf der Unterhaltung als auf der Darstellung komplexer Sachverhalte. Basierend auf diesen Fragestellungen, drängt sich die Notwendigkeit, einen kritischen Blick auf das Berufsfeld zu werfen, geradezu auf.“ (Hauer, 2012, S.55) Auch Weischenberg (1994) ist der Ansicht, dass Sportjournalisten gar nicht an ihre Rolle als Kritiker glauben, da sie im ständigen Vergleich zu Mitarbeitern von anderen Ressorts stehen (vgl. ebd., 1994, S.444) und demzufolge gar keinen Anspruch dazu haben. Kautz (2011) betont zudem in seiner Studie, dass Sportjournalisten einem hohen Konkurrenzdruck der Medienlandschaft ausgesetzt sind (vgl. Kautz, 2011, S.20f) und somit einem großen Druck anderen Ressorts gegenüber ausgesetzt sind. Dies kann sich auch in ihrem Selbstverständnis widerspiegeln.

3.10 Der Selektionsprozess im Mediensport

Wie wir gesehen haben, spielen Selektionsprozesse im Sportjournalismus eine wichtige Rolle. Jedoch wurde im Sportjournalismus nochmal eine eigene Selektionsform entwickelt zu haben, für die die vorhin genannten Theorien streckenweise zu kurz greifen. Stein (1988) spricht hier von einem „zweistufigen Selektionsmechanismus“. Jene Selektionen muss jedes Sportereignis durchlaufen, welches z.B. im Fernsehen dargestellt wird. Dabei wird vom Kommunikator, also dem Journalisten, die Sportart nach ihrer Popularität ausgesucht. In einem zweiten Schritt werden nun die passenden Bilder und Szenen jener Sportart ausgesucht, welche am Ende der Rezipient betrachten kann (vgl. Stein, 1988, S.38; nach Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.64). Demzufolge wird das angebotene Sportereignis in zweifacher Art und Weise selektiert. Es wird auf der einen Seite durch bestimmte Bilder medientauglicher gemacht. Auf der anderen Seite impliziert man bereits vorhandenen Sportarten gewisse Aufmerksamkeitswirkung und einem bestimmten Unterhaltungswert. Bereits bei der ersten Selektion verzerrt man die Mediensportrealität, da dies nicht der Sportrealität entspricht. Hackeforth (1988) ist hierzu folgender Meinung: „Die ‚Sportmedienrealität‘ entsteht durch zahlreiche Interpretationen, Selektionen und Konstruktionen der Sportwirklichkeit. Dazu gehören die Überbewertung von einzelnen Sportarten ebenso wie die Vernachlässigung anderer Wettbewerbe und Themen.“ (Hackforth, 1988, S.28; zit. nach Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.28). Somit kann „von einer die Wirklichkeit abbildenden Sportberichterstattung [...] längst keine Rede mehr sein.“ (Dimitriou,Sattlecker,2011,S.64). Dies bestätigt auch die Aussagen von Weischenberg aus dem Jahre 1994, in denen er nicht an die Wirklichkeit von sportjournalistischen Informationen glaubte (siehe ebd., 1994, S.429). Jedoch scheint sich hier erneut der Kreis des „magischen Dreiecks“ zu schließen. Es wäre falsch, hierbei die Schuld nur dem Kommunikator, also dem Sportjournalisten zuzuschieben, denn der Kommunikator unterliegt „ökonomischen Zwängen, die ihm vorschreiben, möglichst viele Leser, Hörer oder Zuseher zu erreichen [...]“ (Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.65). So spielen durchaus die von Schaffrath (2006) angesprochenen „ökonomischen Imperative“ eine bedeutende Rolle. Die von Dimitriou und Sattlecker (2011) getätigte Zusammenfassung des von Horky (vgl., 2001, S.31f) versuchten Forschungsüberblick zu Selektionsprozessen sportjournalistischer Themen nach bestimmten Kriterien,

überschneidet sich in allen Punkten mit dem an den Sportjournalismus angepassten Zwiebel-Modell von Schaffrath (siehe 2006, S.175f):

„ - Die Selektion ist abhängig von persönlichen Erfahrungen, Einstellungen und Erwartungen.

- Bei der Auswahl spielen organisatorische und technische Zwänge eine Rolle.*
- Man orientiert sich häufig an den Kollegen bei der Selektion von Informationen.*
- Es gibt eine sogenannte ‚redaktionelle Linie‘ bei der Selektion*
- Die Nachrichten-Zulieferer beeinflussen die Informationsselektion.“*

(Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.65)

Stützten wir uns abschließend auf dem von Schaffrath (2006) verwendeten Begriff der „technologischen Imperative“, können wir auch auf bestimmte Einflussfaktoren im Rahmen des Selektionsprozesses schließen. So macht es auch einen kleinen, aber wesentlichen Unterschied, in welchen Medienformaten über Sport berichtet wird. Hierbei kann im Fernsehen natürlich mehr mit Bildern sowie Ton gearbeitet werden. Im Printjournalismus kann hingegen besser mit Begriffen hantiert werden, jedoch auch Bilder emotional aufgewertet werden. Wie bereits vorhin gesehen, ist die Sportberichterstattung aber auch im World Wide Web angelangt und kann somit eine bedeutende Rolle auf die Arbeit von Journalisten spielen. Ein kurzer Exkurs in die Definition von Online-Journalismus zeigt uns, welchen Einfluss dies auf journalistische Handlungen haben kann. Michael Fleischhacker (2004) definiert die Wichtigkeit beim Online-Journalismus folgendermaßen:

„Im Online-Journalismus sind die kürzeren, knapperen Formen gefragt, die einerseits den Nutzer schnell – im Idealfall in Echtzeit – über aktuelles Geschehen informieren und andererseits rasch umsetzbare Einstiege in weiterführende Informationsstrukturen bieten. Das bedeutet, dass sie auch von ihrer sprachlichen Struktur her weniger auf Haltbarkeit als vielmehr auf Klarheit, rasche Nachvollziehbarkeit und bis zu einem gewissen Maß auch auf Vorläufigkeit angelegt sind.“ (Fleischhacker, 2004, S.236)

Hierbei ist zu erkennen, dass es beim Online-Journalismus vorwiegend um schnelle Vermittlung von Nachrichten geht und somit gewisse Kompetenzen in den Hintergrund rücken. So kann z.B. die von Weischenberg angesprochene

„angemessene Vermittlung von Informationen“ oft aufgrund des Faktors „Schnelligkeit“ nicht immer nachgegangen werden. Hierbei ist es wichtig, dass eine Nachricht schneller und vor allem vor der Konkurrenz an die Öffentlichkeit gerät. Somit kann unter bestimmten Gesichtspunkten auch nicht mehr hintergrundbezogen gearbeitet werden, sodass die Qualität der Nachricht stark leidet, indem die Agenturen-Meldungen übernommen werden.

Diesem Unterschied zwischen Arbeitstechniken in verschiedenen Medienformaten soll in der Empirie nachgegangen werden.

3.11 Fazit

Wie nun dargelegt wurde, können wir sehen, dass, sei es auf den Mediensport sowie auf den Sportjournalisten, verschiedene Einflussfaktoren wirken können. Die Sportmedieninstitutionen selbst scheinen von einem hohen ökonomischen Druck geprägt zu sein. So drängen sich Mittel der Aufmerksamkeitssteigerung in Form von Unterhaltung, Auflagensteigerung, Reichweite und Einschaltquoten in den Mittelpunkt. Die Sportjournalisten selbst scheinen von unterschiedlichen Faktoren geleitet zu sein. Hierbei spielt mittlerweile die derzeitige Entwicklung um das Internet eine bedeutende Rolle. Schnelligkeit, Konkurrenz und Nachrichtenrelevanz stehen hierbei im Zentrum der Arbeitsweisen. Gängige Nachrichtenfaktoren, sowie Strukturvorgaben scheinen jedoch trotz einer Professionalisierung und auch Autonomisierung des Berufes immer noch vorhanden zu sein. Geprägt wird die Sportberichterstattung von einem eigenen Selektionsmechanismus. Zudem spielt das Rollenverständnis von Sportjournalisten eine bedeutende Rolle. Jene Entwicklung schlägt sich demzufolge auf die Qualität aus. Vereinzelt tauchen somit Stimmen auf, die den Sportjournalismus als „Problemzone“ beschreiben und ihnen sogar eine vorhandene Krise attestieren (siehe Dehne, 2007, S.11; nach Kautz, 2011, S.28). Auf der einen Seite wird von den Journalisten verlangt, wahrheitsgetreu und möglich kritisch zu berichten, auf der anderen Seite will man auch einen Unterhaltungswert generieren. Schaffrath (2007; nach Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.66f) prognostiziert hierbei drei für ihn wichtige Trends im Sportjournalismus:

„Funktionen werden verschmelzen, was bedeutet, dass der Radioreporter Moderator, Redakteur, Beitragsmacher und Interviewer gleichzeitig wird.

Natürlich werden auch neue Berufsfelder entstehen, wie z.B. Online-Redakteure oder Web-TV Spezialisten.

Das Hauptaugenmerk der Sportjournalisten wird nicht nur mehr auf der Qualität ihrer Berichterstattung liegen; die Wirtschaftlichkeit ihrer Tätigkeit muss auch berücksichtigt werden.“ (ebd., S.66f)

IV. Medien und die Evozierung von Angst, Furcht und Gewalt¹

In diesem Kapitel sollte es nochmal darum gehen, zu erläutern, welche Inhalte überhaupt zu einer Aufmerksamkeitssteigerung und zwar nicht nur in Form von Unterhaltung, dienen. Jene Ausführungen geben einen weiteren wissenschaftlichen Einblick ins Forschungsthema und sollen als eine zusätzliche Veranschaulichung des Mediensystems und seinen Akteuren dienen.

Wie bereits angedeutet, können Reize zur Steigerung von Aufmerksamkeit führen. Anhand einiger Beispiele in Kapitel I haben wir bereits gesehen, dass bei der Berichterstattung über Fußballfans sehr gerne Reize genutzt werden. Gewalt- und Furchtelemente treten hierbei unter anderem auch des im Sinne von Schulz (1976) genannten Nachrichtenfaktors Valenz, in erhöhter Form auf und geben der ganzen Darstellungsweise eine eigene Dynamik, auch auf emotionaler Ebene. Hierbei wird mit Begrifflichkeiten gesamte Bilder konstruieren können. So wird z.B. das von organisierten Fangruppen immer wieder betonte Stilmittel „Pyrotechnik“ als radikalisierte Auswuchs einer Fankultur dargestellt. Die Angst um Menschenleben wird in Zusammenhang mit dem Hantieren einer tausend Grad heißen Flamme in Verbindung gebracht und dient hier als emotionales Bild der Aufmerksamkeitssteigerung. Anhand der permanenten Wiederholung jener Bilder und der Untermalung richtungsweisender Kommentare und Aussagen werden Angstpelle erzeugt. Das Thema Sicherheit im Stadion wird zum zentralen Fokus der Thematik. Organisierte Fangruppen wie „Ultras“ fühlen sich hierbei als „Sündenböcke“, indem sie die Rolle dieser sicherheitsgefährdenden Teilbereiche einnehmen. Nicht selten wird ihnen inhärent die Mitschuld an gesellschaftlichen Problemen zugeschrieben. Auf der anderen Seite können Medien als „Feindbild Nummer 1“ organisierter Fanstrukturen auftreten. Die Beziehung ist somit nicht selten von Abgrenzung, Abneigung und auch Angst geprägt. So kommt es zu einer unübersichtlichen Anhäufung von Angstreizen auf beiden Seiten, welche das Verhältnis stark beeinflussen können.

Um jedoch die Verteilung jener Angstreize zu verstehen und sie zu analysieren, muss man sich unter anderem auch mit der Angst und deren Phänomenologie auseinander setzen. Es muss zuerst geklärt werden, wann und inwiefern wir von Angst sprechen können und was darunter überhaupt verstanden werden kann.

¹Teile der Ausführungen zur Phänomenologie von Angst sowie dem Sicherheitsbedürfnis wurden in der

Zudem erstellte Walter Baeyer 1996 ein Modell des Sicherheitsbedürfnisses in modernen Gesellschaften. Jenes Modell liefert auch eine interessante Sichtweise auf die gängige Debatte um die Sicherheit in Fußballstadien (vgl. Baeyer, 1996, S.75). Geht es um die Handlungsmuster, welche bei Angst und Furcht entstehen, liefert das Parallel-Response-Modell von H. Levanthal (1988) wichtige Ansätze.

4.1 Phänomenologie der Angst

Angstzustände sind in der Auseinandersetzung mit Medien schneller gefunden, als man zunächst annehmen mag. Auch Baeyer ist der Meinung, dass wir „in der Öffentlichkeit und auch in der veröffentlichten Meinung der Massenmedien [...] heute auf immer neue, lautstarke Bekundungen von Bedrohungsängsten“ stoßen (Baeyer, 1996, S.75). Doch was genau ist Angst? Was ist Furcht? Wo bestehen die Unterschiede? Woher kommt dieser Zustand überhaupt und wie lässt er sich auf die Betrachtung der Massenmedien umwandeln?

Angst ist ein Phänomen, das jeder Einzelne kennt und auch etliche Male im Leben erfahren hat. Im Grunde weiß jeder, was unter diesem Gefühl von Bedroht sein zu verstehen ist. Lang und Faller (1996) gehen davon aus, dass Angst schon von Kindesbeinen an vorhanden ist. Bereits im sechsten Lebensmonat entwickeln Menschen eine Form der Angst, die die Forscher sie „Fremdeln“ nennen. (vgl. Lang/Feller, 1996, S.7). Es ist zwar nicht die einzige Angst, die sich in diesem Alter entwickelt, aber die wohl Bedeutendste im Bezug zu einer sozialwissenschaftlichen Betrachtung der Massenmedien. Lang und Feller verstehen darunter „[...] die Angst vor der Annäherung fremder, unvertrauter Personen, [...]“ (Lang/Feller, 1996, S.7). Angst ist hier ein seelisches und leibliches Phänomen, aber auch ein gesellschaftliches Phänomen, das man in allen Kulturen zu allen Zeiten erleben kann (vgl. Lang/Feller, 1996, S.7f). Angst ist primär eine personelle und subjektive Empfindung, die jeder Einzelne unterschiedlich empfindet und wahrnimmt. Der Würzburger Anthropologe Viktor Emil von Gebssattel kam 1951 zur Erkenntnis, dass in der abendländischen Menschheit die Angst aufgehört hat eine private Angelegenheit des Einzelnen zu sein. Er ist der Ansicht, dass die gesamte abendländische Kultur in Angst und Furcht liegt und ein unbestimmtes Vorgefühl von ungeheuren Bedrohungen ausschüttet (vgl. Gebssattel, 1951; in: Lang/Feller, 1996, S.8).

Auch Baeyer (1996) ist der Auffassung, dass das Angstphänomen in unserer Epoche zunehmend aufdringlicher wird und immer mehr unsere Lebenswelt beeinflusst. Er ist nämlich der Ansicht, dass es bei schnellen Veränderungen unserer vertrauten Welt zu einem Schwund von Zukunftszuversicht kommt. „Nicht zu wissen was kommt, das sei ein unbehagliches Wissen!“ (Baeyer, 1996, S.74). Nicht nur die natürliche Umwelt, sondern auch politisch-gesellschaftliche Bereiche scheinen hier eine große Gefährdung darzustellen. Lang und Feller sprechen hier von einem Paradoxon, bei dem uns vor allem der technische Fortschritt und dessen Entwicklung zur Reduktion von Angst helfen, aber gleichzeitig deren Zunahme fördern. Sie sprechen hier auch von der Angst vor dem destruktiven Potential der menschlichen Aggressivität. Angst kann aber auch ein nützlicher Affekt sein, da er auch vor Gefahren warnt und unmittelbar auffordert, diesen zu begegnen. Hier herrscht auch eine gewisse Janusgesichtigkeit des Phänomens Angst: eine kleine Menge an Angst kann beflügeln. Überschreitet man die Grenze, kann Blockierung und demzufolge Panik einsetzen (Lang/Feller, 1996, S.9-12). Gion Condreaux (1996) schafft es hier, das Phänomen der Angst mit Hilfe des Sprachgebrauchs zu erläutern:

„Angst ist einer jener Begriffe, die in sprachlicher Hinsicht verschiedene Deutungen zulassen, so daß man sich fragen kann, ob man überhaupt von der Angst als einem eigenständigen Phänomen sprechen kann oder nicht. Die deutsche Sprache kennt Angst und Furcht [...]. Wir sprechen [...] auch von Phobien, von phobischer Fehlhaltung und von einer Anthropologie der Angst, die Daseinsanalyse von einem angestimmten Weltverhältnis oder von auf Angst gestimmten Weltbezügen.“
(Condreaux, 1996, S.32)

Angst kann also breitgefächert verstanden werden, bezieht sich aber oft auf das Dasein des Menschen. Oft verspüren wir die Angst des Mitmenschen oder aber auch unsere eigene Angst. Diese Angst kann sich demzufolge auch auf andere Personen, wenn nicht sogar Gesellschaftsstrukturen übertragen. Durch Szenarien der Bedrohung kann diese Angst auch kollektiv geteilt werden. Condreaux (1996) ist der Meinung, dass wir heutzutage in einer Zeit leben, in der eigentlich alles sehr schnell zur Bedrohung werden kann: „Kaum glaubt sich der Mensch aus den Fesseln einer ihn vergewaltigenden ekklesiastischen oder puritanisch-gesellschaftlichen Macht befreit, wird sein Dasein, wie es scheint, durch alle

möglichen Dinge und Ereignisse bedroht.“ (Condreau, 1996, S.35). Cordeaus Ansatz weißt zwar einen stark glaubenskritischen Aspekt auf, zeigt aber, wie sich Angst in verschiedenen Betrachtungsweisen und Meinungen akkumulieren kann. Angst scheint hier ein Phänomen zu sein, dass von seinem Ursprung her zwar individuell in Erscheinung tritt, oder zumindest kann, aber durchaus auch objektiv und durch eine breitere Masse geformt und demzufolge getragen werden kann. Die Bedrohung ist somit objektivierbar. Manfred Amelang und Dieter Bartussek (1990) gehen generell davon aus, dass das menschliche Befinden primär immer aus einer interindividuellen Differenz zwischen einzelnen Personen hervorgeht. Erst in weiterer Folge entwickeln sich breitgefächerte Unterschiede (vgl. Amelang/Bartussek, 1990, S.21ff; nach Lang/Feller S.22f). Die Angst muss dazu auch nicht die „wirkliche“ sein. Es kann auch nur eine „angebliche“ Gefahr sein.

4.2 Angst als kultureller und gesellschaftlicher Wert

Wenn wir wieder vom faktisch gelebten Dasein ausgehen, können wir das Dasein der Angst durchaus an kulturellen Aspekten festmachen. Angst scheint hier in enger Verbindung zu kulturellen Gegebenheiten zu stehen. Kulturelle, also durchaus auch gesellschaftliche Werte, können von Angst durchdringt sein und sie beeinflussen. „Kulturelle Werte und Angst stehen [...] in einer sehr engen Wechselbeziehung“ (May, 1982, S.34; zit. nach Blankenburg, 1996, S.48). Wenn wir den Begriff der kulturellen Werte aus, können wir durchaus behaupten, dass es Angstparameter sind, die in einer ubiquitären Kultur fest verwurzelt sind. Solche Verwurzelungen können durch gesellschaftliche Strukturen und deren Wiederholung entstehen oder aber auch verschwinden. So kann nicht nur die Angst an sich, sondern auch die dazu bezogenen Werte als objektivierbar verstanden werden.

Überblicken wir nochmals die Thematik, können wir einige Aspekte festmachen: Angst scheint immer von einer Bedrohung auszugehen. Diese Bedrohungen können individuell wahrgenommen werden, aber auch durch die Verbreitung von kulturellen Werten, in einem bestimmten definierten kulturellen Umfeld, an eine breitere Masse weitergegeben werden. Bei der individuellen Bedrohung spielen eher existenzielle Ängste und Verlustängste (z.B. der Freiheit) eine zentrale Rolle.

Diese Ängste entstehen in der Entfaltung der Persönlichkeit eines Menschen. Sie sind also subjektiv wahrnehmbar. Werden aber Ängste, größtenteils als Gefahr und Bedrohung nach außen getragen, können sie, obwohl sie noch immer subjektiv sind, einen objektiven Gehalt erfahren und somit als kulturelle Werte wahrgemacht werden. Wir können also sagen, dass personell erfahrene Ängste, die als Bedrohung und/oder Gefahr wahrgenommen werden, durch welche Mittel auch immer, nach außen getragen werden können und somit eine breitere Form der Angst darstellen. Dies kann auch in getarnter Form geschehen. Jedoch dürfen wir nicht vergessen, dass eine gewisse Angstbereitschaft als normal angesehen werden muss. In einem gemäßigten Umfang kann Angst sogar stimulierend und leistungssteigernd wirken. Doch überschreitet man gewisse Angstschwellen, besteht die Gefahr, eine abnormale Angst zu entwickeln. Hier eröffnet sich ein Grad zwischen „hysterisch“ und „Versachlichung“ (vgl. Blankenburg, 1996, S.61). Angst ist ein altes Gefühl des Menschen und gehört zur Grundbegrifflichkeit des menschlichen Daseins und ist per se nicht negativ. Überschreiten wir aber bestimmte Grenzen, kann eine Angst auch negative Formen annehmen, die sich nicht nur auf das Individuum auswirken.

4.3 Das Sicherheitsbedürfnis

In der Auseinandersetzung mit Angst und Furcht springt aber, besonders in Zusammenhang mit der Thematik zu Fußballfans, ein bestimmter Aspekt ins Auge: der Sicherheitsanspruch. Er äußert sich durch den ständigen Ruf nach Sicherheit, der aufgrund des unersättlichen Bestrebens nach immer mehr Sicherheit und immer weniger Risiko größer und bedeutender wird. Baeyer glaubt hier, dass dieses Phänomen besonders in Zusammenhang mit Drohung, Gewalt und aggressivem Verhalten auftreten kann. Nach Abschätzungen von realen Risiken erscheinen jene Vorkommnisse nicht selten als unrealistisch. Dies erweckt aber den Zweifel, ob hier Angst überhaupt im Sinne von Verstimmungen und Leidenscharakter zugrunde liegt, oder es einfach nur subjektive Angstgefühle sind, die ihre Motive und Ziele in einer politischen und kulturellen Haltung finden (vgl. Baeyer, 1996, S.75). Besonders die Forderung und der Anspruch nach Sicherheit an sich, können als anxiogen, also als angsterzeugend, verstanden werden. Wir sehen, dass es dabei „kühl kalkulierende, selbst nicht ängstliche *Angstmacher* und

[...] affektbeherrschte *Angsthaber*“ gibt (ebd., 1996, S.76). Amelang und Bartussek (1990) sind der Auffassung, dass das Verhalten jeder Person unterschiedlich ist, auch wenn sie sich in identischer oder vergleichbarer Umgebung befinden. Sie setzen dies aber auf einem Reiz (stimulus) fest, der uns sozusagen unbewusst zu einem Verhalten zwingt (vgl. Amelang/Bartussek, 1990, S.56). Sie verstehen also Angst zwar als ein subjektives, aber durchaus unbewusstes Verhalten. Wohl breiter greift ihr „Trait-Modell“, bei dem es um existentielle und konstruierte Dispositionseigenschaften geht. Es handelt sich dabei um Attribute und um ein Konzept von Eigenschaften, die in verschiedenen Situationen in das Verhalten eingreifen. Diese beziehen sich auf Handlungsbereitschaften eines jeden Individuums. Jene Handlungen richten sich nach Gewohnheiten, sprich Habits (vgl. ebd. 1990, S.61f).

4.4 Parallel-Response-Modelle

Geht es um die Handlungen, welche in Zusammenhang mit Angst und Furcht entstehen, kann hier das Parallel- Response- Model von H. Leventhal genannt werden, welches einen zweiseitigen Prozess erklärt, der bei Angstapellen produziert wird. Leventhal ging 1970 (siehe Huttner, 2009, S.10) davon aus, dass Angst beim Menschen gewisse Prozesse auslöst, die Verhaltensweisen aufweisen, um mit Angst umzugehen. Es sind zwei Prozesse, die vollständig voneinander unabhängig sind: die Gefahrenkontrolle und die Furchtkontrolle. Bei der Gefahrenkontrolle versuchen wir uns mit der Botschaft, die bei uns Angst erzeugt, auseinander zu setzen um in weiterer Folge einen Weg zu finden, die eine mögliche Gefahr, die aus der Angst resultieren könnte, vermeiden zu können. Bei der Furchtkontrolle hingegen, versuchen wir lediglich unangenehme Emotionen, die durch eben diese Angstreize erzeugt werden, zu reduzieren. Es sind beides Formen der Angstbewältigung, die aber verschiedene Verhaltensweisen erzeugen, die sich aber durchaus gegenseitig beeinflussen können. Dem Modell zufolge führt eine bedrohliche Information gleichzeitig zu emotionalen Reaktionen und zu Verhaltensweisen, die die Gefahr vermeiden sollen (vgl. ebd. S.10).

4.5 Die Mood-Management-Theorie

Geht man etwa von der Mood-Management-Theorie von Zillmann aus, könnten gewalthaltige Inhalte attraktiv sein, weil sie ein zu geringes Erregungsniveau anheben. Medieninhalte werden somit zur Stimmungsregulierung eingesetzt, um ein optimales Erregungsniveau zu erreichen bzw. aufrechtzuerhalten, d.h. sich z.B. bei Stress (zu hohe Erregung) zu beruhigen oder bei Langeweile (zu geringe Erregung) anzuregen. (vgl. Kunczik et al., 64). Diese Theorie scheint insofern interessant, da sie der Theorie von Gleich (siehe ebd. 2000, 515f) gegenübersteht. Jene Theorie gibt Aufschluss darüber, warum die Berichterstattung über Fans vorwiegend mit negativen Elementen konnotiert ist. Dies zeigt sich vor allem in der Verwendung der Begrifflichkeiten.

4.6 “Bad news is good news”

Folgende Theorie geht einen Schritt weiter und behandelt den Journalismus. Das Modell unterzieht sich einer starken Kritik dem Mediensystem gegenüber. Die von Johan Galtung und Marie Holmboe Ruge Theorie der schlechten und guten Nachrichten, zeigt uns ebenfalls, warum z.B. gewalttätige Inhalte in der Berichterstattung eine Bedeutung spielen können: „The more negative the event in its consequences, the more probable that it will become a news item.“ (Galtung et al., 266) Sie untermauern jenes bekannte journalistische Modell ‚Bad News is good News‘ mit folgenden vier Argumenten:

- „1. Negative Ereignisse entsprechen besser dem Frequenz-Kriterium als positive Ereignisse, die in der Regel viel Zeit benötigen, um sich aufzubauen. [...]“*
- 2. Negative Ereignisse sind eindeutig, d.h. über die Interpretation eines Ereignisses als negativ besteht Konsens. [...]“*
- 3. Negative Ereignisse sind konsonant, d.h. entsprechen der bei vielen Menschen vorherrschenden Weltsicht. Je mehr Ereignisse den Erwartungen des Publikums entsprechen, desto eher werden sie zu Nachrichten.“*
- 4. Negative Ereignisse treten im Vergleich zu positiven Ereignissen zumeist unerwartet und plötzlich ein. (Überraschungsmoment) [...].“ (Kunczik et al., 343)*

Jürgen Wilke sieht noch einen weiteren Anhaltspunkt, weshalb es schlechten Nachrichten besonders gut gelingt, veröffentlicht zu werden: durch negative Ereignisse entsteht im Gegensatz zu positiven Ereignissen viel stärker ein unmittelbarer Handlungsbedarf. (vgl. Wilke, 160)

4.7 Synopsis

Angst ist somit ein vielschichtiges Phänomen. Angst ist in ihrer Grundform subjektiv und geht vom Einzelnen aus. Sie kann aber auch durch Einflüsse objektivierbar werden und durch eine breitere Masse getragen werden. Wir können von zwei verschiedenen Prozessen in der Reaktion sprechen. Angst kann also objektivierbar sein, kühl und kalkulierbar, auf der anderen Seite aber auch affektivbeherrscht und emotional. Angst kann in einer gewissen Art und Weise, bzw. durch eine Überreizung Schaden erzeugen und demzufolge zu Furcht führen. Angst kann aber auch als Phobie verstanden werden und den Daseinszustand einer Person verändern. Angst muss aber primär nicht negativ sein, sondern kann in gemäßigter Form auch zu positiven Effekten führen, überreizt man sie jedoch, dann wird sie negativ. Ziehen wir die nun dargestellten Betrachtungen auf den Forschungsgegenstand dieser Arbeit, kann gesagt werden, dass die Berichterstattung über Fußballfans durchaus von Angst geprägt ist, auch wenn nicht davon geleitet. Drohende Szenarien, Gefahrenpotentiale und deren potenzielle Wiederholung können Angst akkumulieren. Andererseits kann die Auseinandersetzung damit auch zur Furchtvermeidung beitragen, indem darüber informiert wird. Angst kann insofern als positiv verstanden werden, indem sie zu Diskursen führt, welche ohne Angst gar nicht zu Stande kommen würden. Gewalt kann hierbei jedoch auch als Faktor der Aufmerksamkeitssteigerung dienen und nicht nur zur Angstbewältigung beitragen. Hier herrscht eine zweiseitige Problematik. Die Medien können dafür verantwortlich sein, sei es im positiven wie im negativen Sinne. Jedoch sollten negative Elemente und die Benutzung von Angst oder Gewalt nicht zur Steigerung von Aufmerksamkeit und Auflagen sowie Reichweite, aber auch Einschaltquoten, benutzt. Geschieht das, entzieht sich der Sportjournalismus seiner sozialen und gesellschaftspolitischen Funktion und missbraucht jene Inhalte.

V. Die Fußballfans

Nun haben wir anhand einschlägiger Beispiele und der Auseinandersetzung mit der Entstehung des Mediensports, sowie deren Wechselspiel untereinander und deren Einflussfaktoren journalistischen Handelns, gesehen, wie dieser Mechanismus funktioniert. Die Auseinandersetzung der Angst und Furcht in Zusammenhang mit Medien hat uns auch gezeigt, welche Elemente mittels medialen Bildern verbreitet werden können und welche Faktoren dazu verantwortlich sind. Die Auseinandersetzung mit dem Sportjournalismus selbst hat uns notwendige Kompetenzen aufgezeigt und das Verhältnis hin zu sozialen Funktionen des Sportes und deren Berichterstattung gezeigt. Fußballfans können hierbei als Elemente von Angst, Furcht und der Gefährdung der Sicherheit dienen. Inhalte zu gewalttätigen Fanausschreitungen können zur Aufmerksamkeitssteigerung dienen. So wird ein normaler Stadionbesucher zum „Hooligan“ oder „Gewalttäter“. Auf der anderen Seite wird ein Journalist zum „Täter“ oder „Denunziant“. Besonders die unwissende Verwendung von Begriffen kann verheerende Folgen haben. So können Fans ohne Differenzierung schnell in stereotypische Darstellungsmuster verfallen. Um jedoch der Thematik gewachsen zu sein und einen besseren Einblick zu gewähren, muss klar gestellt werden, was man überhaupt unter einem Fußballfan versteht und wer überhaupt als solcher definiert werden kann. Somit kann auch einem gängigen medialen Mainstream-Bild entgegengewirkt werden und Prozesse besser interpretiert und analysiert werden.

5.1 Fan, Zuschauer

Wirft man einen Blick auf die einschlägige Literatur, merkt man schnell, dass es hier große Auffassungsunterschiede gibt und die Definitionen variieren. Primär ist immer von „Fußballfans“ die Rede. Hans Ulrich Hermann (1977) definiert als Fan eine Person, die an einem Sportobjekt, Verein, Mannschaft oder Spieler einen „Narren gefressen“ hat. Er widmet sich hierbei im hohen Maße, gegebenenfalls mit Gleichgesinnten, dem Spektakel Fußball und räumt dem Ganzen eine hohe Valenz ein (vgl. Hermann, 1977, S.8). Der Fan kann also generell als Zuschauer des Sportes Fußball gesehen werden. Jene Begrifflichkeit ist als eine Vorstufe von Fan anzusehen, da es hier um eine verminderte Form der Begeisterung geht. Ein

Zuschauer lässt sich eher als ein betrachtender Teilnehmer an einem Ereignis definieren (vgl. Agricola, 1986, S.363), während sich ein Fan aktiver, in Form von höherer Begeisterung und in weiterer Folge durch Anfeuerung dem Ereignis widmet. Daniel Kohlhaas (2009) bezieht die Definition direkt auf dem Fußball und das Stadion: „Während Zuschauer nur sporadisch das Stadion besuchen und sich vielversprechende Spiele aussuchen, kommen die Fans zu jedem Spiel und sind zudem zwischen den Spieltagen emotional mit ihrem Club verbunden, indem sie sich mit ihm beschäftigen.“ (Kohlhaas, 2009, S.47). So kann zusammenfassend gesagt werden, dass Zuschauer eher leistungsorientiert sind, während ein Fan stark vereinsorientiert auftritt und dies auch mehr lebt (vgl. Hortleder, 1974, S.62). Letztere Unterscheidung führt jedoch im Fußball nicht selten zu inhaltlichen Auseinandersetzungen, da aktivere Fans (siehe Kapitel Ultras) normalen Stadionbesuchern, in dem Falle Zuschauern, selten den Stellenwert der „echten Fans“ einräumen, da sie nicht bei jedem Spiel ihrer Mannschaft dabei sind und jene auch aktiv durch Gesänge etc. unterstützen. Fan zu sein ist im Selbstverständnis sehr eng mit der Mannschaft verbunden. Bei aktiven Fans können die Form und auch die Leistung der Mannschaft starke Auswirkungen auf den Alltag haben. Spieltage werden regelrecht ritualisiert, indem sie durch Traditionen bzw. Rituale zelebriert werden. Das Spiel wird zu einem Festtag, während normale Zuschauer eher spielbezogen agieren und einen verminderten Bezug zum Verein und der Mannschaft aufweisen (vgl. Kohlhaas, 2009, S.50f). Christoph Bremer (2003) ist ebenfalls der Meinung, dass sich Zuschauer stark durch ihre Aktivitäten im und um das Stadion unterscheiden. Er geht davon aus, dass ein Zuschauer etwas betrachtet, während bei einem Fan sein Verhalten geplant ist und er sich bewusst in bestimmten Orten aufhält. So ist ein normaler Zuschauer eigentlich nur ein Betrachter. Erst durch die bewusste Aktion wird er zum Fan (vgl. Bremer, 2003, S.53). Heitmeyer und Peter gingen 1988 einen Schritt weiter und versuchten die Fans in diverse Gruppen zu unterteilen. Dies versuchten sie nicht nur anhand von Verhalten festzumachen. Sie unterschieden die Fans auch durch Kleidung und den Aufenthaltsort im Stadion (Sitz- oder Stehplatztribüne). Sie fassten die kleinen Einheiten zusammen und kategorisierten Fußballfans in drei wesentliche Typen: die Kategorie A Fans, Kategorie B Fans und die Kategorie C Fans. Jene Unterteilung sollte auch im weiteren Verlauf der wissenschaftlichen Literatur lange beibehalten werden und auch von staatlichen

Organen oder Exekutive- Institutionalisierungen in der Typologie übernommen werden (vgl. Heitmeyer/Peter, 1988, S.32f). Als Kategorie A Fans definierten sie konsumorientierte Fans. Dieser Typus von Fan macht ca. 90% der Zuschauer aus (siehe Ek, 1996, S.29). Der Besuch des Stadions hängt von der Attraktivität des Spieles und des Gegners ab. Dessen Besuch ist meist spontan und es ist für den Kategorie A Fan eine Freizeitaktivität. Meistens besucht jener Fan das Stadion alleine oder in Kleingruppen und weißt kaum eine Gruppenzugehörigkeit auf, weder als Organisator noch als Mitglied. Für ihn steht das Spiel und die Aktivität auf dem Feld im Mittelpunkt, jedoch werden auch jene Aktionen von anderen Fans, sprich den Kategorie B und Kategorie C Fans, beobachtet und in einer gewissen Art und Weise konsumiert. "Neben dem Fussballspiel auf dem Rasen konsumiert er auch die [...] Fanshow der Zuschauer der Kategorie B und C, [...]" (Kirsch, 2000, S.85). Dazu distanziert sich der konsumorientierte Fußballfan strikt von Gewalt. Als Kategorie B Fans definieren Heitmeyer und Peter (1988) den fußballzentrierten Fußballfan, welcher in herkömmlicher Weise als Fan bezeichnet werden kann. Hier handelt es sich um einen Typus, welcher jedes Spiel seiner Mannschaft verfolgt und hier auch keine Kosten und Mühen scheut. Er fährt zu jedem Auswärtsspiel seines Lieblingsvereins und steht auch, im Gegensatz zum konsumorientierten Fan, in den Stadionbereichen der organisierten Fangruppierungen, die in den meisten Fällen die Tribünen hinter den jeweiligen Spielfeldtoren sind. Sein Interesse am Fußball ist genauso hoch wie die Identifikation zum Club. Jener Typus ist oft in Fanclubs organisiert bzw. dort Mitglied. Diese Kategorie von Fan ist nicht nur leistungsorientiert und hält auch in sportlichen Krisenzeiten zu seinem Verein (vgl. Heitmeyer/Peter, 1988, S.33). Bei der letzten Kategorie, der Kategorie der C- Fans, handelt es sich, auch per Selbstdefinition, um „erlebnisorientierte“ Fußballfans. Hiermit ist in erster Linie das gemeint, was gemeinhin als „Hooligans“ bezeichnet wird. Für sie steht die Konfrontation mit Fans der gegnerischen Mannschaft im Mittelpunkt (vgl. Heitmeyer/Peter, 1988, S.33f). Jene auf Heitmeyer und Peter (1988) zurückgehende Kategorisierung scheint heute noch von bestimmten Medien direkt übernommen zu werden. Jedoch hat sich seit jener Einteilung einiges entwickelt. Zwar ist dieses Modell nicht grundlegend überholt. Aber nicht alle Fans lassen sich mittlerweile eindeutig diesen Kategorien zuordnen. Der Schweizer Soziologe Maurice Illi führte so 2004 eine weitere Kategorie ein, die Kategorie E. Nach

längerer Zeit der Beobachtung konnte er feststellen, dass vor allem Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren, die sich in Fankreisen bewegen, für die Kategorien atypische Verhalten zeigen, die nicht mehr eindeutig zuordenbar sind (vgl. Illi, 2004, S.34). So erstellte er eine Kategorie, die auf den Begriff „Erlebnis“ beruht und Verhaltensweisen aller der vorhin erwähnten Kategorien beinhaltet: das Tragen von Fan-Shirts, die Kampfbereitschaft des Hooligan. Dazu kommt eine strikte Ablehnung gegenüber der Polizei (vgl. ebd., S.34). Nehmen wir jene Eigenschaften eines Fans, fällt in diesem Zusammenhang oft das Wort „Ultra“.

5.2 Ultras

Die Definition von Ultra ist genauso schwierig und unterschiedlich, wie jene des Fußballfans selbst. Auch bei den Ultras selbst führt die Auslegung der Selbstdefinierung immer wieder zu hitzigen Debatten (siehe verschiedene Autobiographien). In der Regel können Ultras nach Heitmeyer und Peters in die Kategorie B eingeordnet werden. Das von der Schweizer Axpo-League initiierte Fanprojekt aus dem Jahre 2004 (vgl. Fanprojekt.ch, 2004), führt Ultras hingegen als eine eigenständige Kategorie, da sie zwischen den Kategorien B und C Fans stehen. Ultra-Gruppierungen entstanden ursprünglich in den sechziger Jahren in den italienischen Stadien und waren unter Anderem eine Weiterführung des Straßenkampfes politischer Gruppen, welcher sich mit der Zeit ins Stadion verlagerte. Sie machen heute den Großteil europäischer Fankurven aus, auch im deutschsprachigen Raum. Ultras sind meistens in stark hierarchisierten und gut durchstrukturierten Gruppen organisiert und sind größtenteils auch die tonangebenden und leitenden Kräfte in den Fankurven, indem sie die Unterstützung der Mannschaft leiten, Choreographien organisieren und durchführen, Informationsmaterial für Stadionbesucher schreiben, sowie Auswärtsfahrten organisieren oder zum Teil auch Fanprojekte, die eine Schnittstelle zwischen dem Verein und den Fans darstellen, leiten. Sie leben den Fußball meist euphorischer als konsumorientierte Fans der Kategorie A und verstehen sich nicht selten als Hüter der Stadionatmosphäre. „Durch aufwändig geplante Choreografien, Gesänge und gemeinsame Inszenierungen, wie z.B. das gemeinsame Verlassen des Fanblocks oder Jubelverbot als Ausdruck des Protests, schaffen sie eine eigene Identität, angelehnt an die Fanszenen der

südländischen Kulturen, in der sich alles dem Fußball unterordnen zu habe.“ (Kohlhaas, 2009, S. 52). Ultras verstehen sich so als ein eigenständiger Typ von Fans und geben sich nicht selten konsumkritisch, indem sie die Vermarktung des Fußballs als reine Profitquelle kritisieren und strikt ablehnen. Sie verstehen sich auch meistens als die „wahren und echten“ Fans eines Vereins (vgl. Kohlhaas, 2009, S.52f). Ultras definieren sich im Gegensatz zu Hooligans nicht durch Gewalt und lehnen sie per se ab, sofern sie nicht dem Verein und der Mannschaft Schaden zufügt. Das Schweizer Fanprojekt weißt ihnen jedoch trotzdem ein hohes situatives Gewaltpotential zu. (vgl. Fanprojekt.ch, 2004).

Als Stilmittel werden nicht selten pyrotechnische Gegenstände verwendet, deren Verwendung laut Gesetz sei es in österreichischen sowie deutschen Stadien verboten ist.

5.3 Hooligans

In den 60er Jahren kam es, besonders in England, zur Herausbildung des Begriffes „Hooligan“, welcher ursprünglich im Kontext der Straßengewalt und Straßenkriminalität verwendet wurde. Der Duden aus dem Jahre 1964 definiert den Hooligan als eine „[...] in den USA, Großbritannien, der UdSSR (Chuligan) und in weiteren Ostblockländern Bez. für einen gewalttätigen, rohen Menschen, Rowdy, v. a. für Straßenlummel und für den Halbstarken“ (Duden 1964, S. 278; in Lexikon Stangl, 2013). In den darauffolgenden Jahren etablierte sich der Begriff im Sinne gewaltbereiter Fußballfans. Vor allem die Sozialwissenschaften beschäftigten sich seit Jahrzehnten mit diesem Phänomen und thematisieren es im Kontext sozialer Probleme. Sie werden mittlerweile auch immer öfter von der aktiven Fanszene, wie den Ultras, unabhängig wahrgenommen. Zudem haben sich durch die immer stärker werdende Überwachung in Stadien und regulierenden Maßnahmen seitens der Polizei neue Phänomene aufgetan, bei denen die Gewalt nicht mehr im Stadion geschieht (vgl. Angeli/Benz, 2004, S.52), Bei der „Feld-Wald-Wiesen-Fraktion“ zum Beispiel, treffen sich Hooligans mit anderen Hooligan-Gruppen fern ab vom Stadion und dem Fußballgeschehen in einem Wald oder auf einem Acker und begeben sich in einer physischen Auseinandersetzung.

Im Gegensatz zu anderen Fans und Ultras tragen Hooligans selten bis gar nicht Vereinsfarben oder auffällige Kleidungen. Sie grenzen sich bewusst ab, damit sie bei der Stadionaufsicht oder der Polizei weniger auffallen und schneller in der neutralen Menge verschwinden können (vgl. Kirsch, 2000, S.89). Jedoch haben sich in den letzten Jahren eindeutige Dresscodes entwickelt, welche Hooligans trotz all den Versuchen der Unauffälligkeit klar von anderen Fans unterscheiden lässt. Insider wissen meist über Kleidungstrends Bescheid und auch Sicherheitsbeauftragte sowie Polizei führen mittlerweile Listen mit Kleidungsmarken die Hooligan- typisch sind. Das Gewaltpotential von erlebnisorientierten Fans ist sehr hoch und vorwiegend körperlich. Hooligans definieren sich schon selbst durch die Gewalt und wollen deren Anwendung unbedingt herbeiführen.

5.4 Gewalt: der Unterschied zwischen Ultras und Hooligans

Hier streiten sich nicht nur Politik und Medienlandschaft. Der wissenschaftliche Diskurs ist von Konflikten und uneindeutigen Definitionen geprägt. Friedrich Lösel (2001) ist z.B. der Ansicht, dass Hooligans vermehrt aus schweren Lebensverhältnissen kommen und einen Lebensstil hegen, der das Gewaltpotenzial bereits in sich tragen würde (vgl. Lösel, 2001, S.149f). Weigelt (2004) ist außerdem der Ansicht, dass Hooligans den Fußball und den Verein für ihre Identitätsstiftung nutzen (vgl. Weigelt, 2004, S.69). Ultras hingegen, stammen laut Gabler (2010) schon von ihrer Entstehung her aus einer politischen Arbeiter- aber auch Studentenbewegung. In den Anfängen der Ultras-Kultur in Italien, sammelten sich in den Fankurven Personen, welche auch außerhalb des Stadions ihren Protest artikulieren wollten. Es waren damals schon Personen, die aus mittelständischen Haushalten kamen und eine kritische und aktive Lebenshaltung pflegten (vgl. Gabler, 2010, S.31ff). So können Ultras per se nicht als Personen verstanden werden, die mit Gewalt, die im Fußball geschieht, ihre schlechten Lebensverhältnisse kompensieren wollen. Sehr wohl haben sie aber eine sehr starke Identifikation mit dem Fußballverein, sodass auch Gewalt bei einer Bedrohung der eigenen Identität zustande kommen kann. Gabler kritisiert hier jedoch die starke negative Berichterstattung der Massenmedien, die zu einem Bild von Ultras führt, welches mit Hooligans gleichgesetzt wird. Dabei werden kulturelle

Eigenschaften bzw. Rituale der Ultras, vor allem das abbrennen bengalischer Lichter, als Elemente der Gewalt präsentiert und so ein Gefahrenpotential attestiert (vgl. Gabler, 2010, S.124f). So kam es im vergangenen Jahr im Rahmen massenmedialer Berichterstattungen über Ultras zur Formung des Begriffes „Hooltras“. Er soll die Gratwanderung zwischen Hooligans und Ultras ausdrücken, welche sich aufgrund verschiedener Entwicklungen und Beziehungen mit Sicherheitsbeauftragten, Polizei und Medienvertretern in den letzten Jahren gebildet hat. Pilz ist der Ansicht, dass die klassische Definition von Hooligan überholt sei. „Der Hooliganismus ist ein Auslaufmodell. Es gibt nur noch selten Gruppen mit einem Kodex“, sagt Pilz. „An ihre Stelle treten immer öfter bestimmte Ultra-Bewegungen. Wir sprechen deshalb von ‚Hooltras‘. Das sind tief mit ihrem Verein verwurzelte Typen, die auch vor Gewalt nicht zurückschrecken.“ (rp online, 2008). So kann behauptet werden, dass Ultras ein Mittelweg zwischen der zuvor angeführten Typologie von Kategorie B und der Kategorie C sind. Durch ihre eigenen Verhaltensweisen können sie aber als eigene Kategorie bezeichnet werden. Die Literatur ist sich hier noch nicht einig, jedoch gibt es auch noch nicht viele Forschungsarbeiten, die sich mit dem immer größer werdenden Phänomen der Ultras, zumindest im deutschsprachigen Raum, beschäftigen. Hier gibt es Überschneidungen sowie grobe Gegensätze. Nun soll es auch ein Ziel dieser Arbeit sein, zu sehen, wie jene Fans dargestellt werden und wie mit den verschiedenen Begriffen seitens der Sportjournalisten, umgegangen wird.

In der ganzen Thematisierung von Gewalt in Stadien wird in den Schuldzuschreibungen, die, wie wir gesehen haben, größtenteils von Medien und Politik getätigt werden, jedoch vollkommen ignoriert, dass es Gewalt im Umfeld von Fußballspielen bereits vor dem Entstehen der Ultras-Bewegung und dem Aufkommen von Hooligans gab. Bereits beim sogenannten „Village-Football“ auf der britischen Insel, kam es regelmäßig zu Aufruhren und Ausschreitungen, die ein Verbot der Spiele zur Folge hatten (vgl. Aschenbeck, 1998, S.10). Bereits im England des frühen 20.Jahrhunderts trugen „gangs“ ihre gewalttätigen Konflikte von der Straße im Stadion aus (vgl. Brändle/Köller, 2002, S.82f) und ebenso Ende des 19. Jahrhunderts wurde von Ausschreitungen im Umfeld von Fußballspielen berichtet (vgl. Dunning et al., 2003, S.460ff). Gewalt ausgehend von „Fußballfans“ scheint so nicht erst ein Phänomen der letzten Jahrzehnte zu sein, herbeigeführt von Hooligans und Ultras.

VI. Exkurs: zwei relevante Studien im Überblick

Im Folgenden werden zwei Studien vorgestellt, die für die vorliegende Forschungsarbeit einige interessante Aspekte vorweisen. Zudem sind sie besonders bei der empirischen Herangehensweise eine hilfreiche Stütze dieser Arbeit. Sie dienen hierbei als Hilfestellung und Orientierung. Die Studie von Fabian Kautz (2011) dient besonders bei der Methodik dem Aufbau dieser Arbeit. Die zweite Studie dient wiederum als Vergleichsstudie. Besonders in der Auswertung der vorliegenden Arbeit wird auf die Ergebnisse der Studie von Minas Dimitriou und Gerold Sattlecker (2011) eingegangen. Jene Ergebnisse werden mit den Eigenen verglichen und in einem parallelen Vergleich analysiert. Sie stützen somit die Ergebnisse der vorliegenden Studie, sollen aber auch eventuelle Unterschiede.

6.1 Sportjournalismus in Österreich

Die Studie von Minas Dimitriou und Gerold Sattlecker wurde von der Vereinigung Österreichischer Sportjournalisten (Sports Media Austria) und der Stiftungs- und Förderungsgesellschaft der Paris-Lodron- Universität Salzburg unterstützt. Minas Dimitriou und Gerold Sattlecker Assistenzprofessor sowie Projektassistent am interfakultären Fachbereich Sport- und Bewegungswissenschaft der Universität Salzburg, sowie die Geschäftsführer des Universitätslehrganges Sportjournalismus. Die Studie beschäftigt sich mit der Entwicklung des Berufsfeldes des österreichischen Sportjournalisten und soll sich mit bestimmten Fragenkomplexen kritisch auseinandersetzen. Anlass dafür ist die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Entwicklungen wie die Kommerzialisierung, Mediatisierung sowie die Etablierung der Online-Medien, welche den Berufsstandes des Sportjournalisten maßgeblich verändern und somit ältere Studien aus den 70er und 80er Jahren überdacht werden müssen. Somit „[...] tauchen Forschungsfragen auf, die sich auf die Neupositionierung der Berufsgruppe bezüglich der Arbeits- und Rollenverhältnisse beziehen.“ (Dimitriou, Sattlecker, 2011, S.13) Zudem rücken auch ethische Dimensionen im Sportjournalismus stärker in den Blickpunkt. Zudem finden die Verfasser der Studie, dass besonders die sportjournalistische Berufsrealität in Österreich nur bedingt beachtet wurde und aufgrund aktueller Wirkungszusammenhänge des

Medienmarktes differenziert aufgefasst werden muss (vgl. ebd., S.13). So erfolgte im Zuge von zwei Untersuchungen aus dem Jahre 2009 die vorliegende empirische Erhebung, die als erste wissenschaftlich fundierte Studie in Bezug auf Österreich verstanden werden kann (vgl. ebd. 2011, S.8f). Die Studie ging bestimmten Fragen nach:

*„Traumberuf Sportjournalist? Werden österreichische Sportjournalisten in den österreichischen Redaktionen genügend geschätzt? Werden sie gerecht entlohnt? Wie stellt sich das Selbstverständnis der Sportjournalisten dar? [...] Spielt der Sportjournalist tatsächlich die Rolle des belächelten Turnlehrers im Professorenkollegium eines humanistischen Gymnasiums?“
(Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.8-10)*

Demzufolge unterliegt die Studie den Themenschwerpunkten Selbstverständnis und die Identität der Sportjournalisten; Rollen und Rollenverständnis; Recherchequalität und Recherchemethoden; Ethik innerhalb des Sportjournalismus; Ausbildungssituation im Journalismus; Funktion und Aufgaben der Sportjournalisten (vgl. ebd., S.75-78). Anhand eines Online-Fragebogens bestehend aus 34 Ja/Nein Fragen, Rangordnungsfragen, Ratingskalen und Eingruppierungsfragen (siehe ebd., S.204-211), sollten jene Themenkomplexe behandelt und beantwortet werden. In weiterer Folge wurden die erhobenen Daten mit entsprechenden Untersuchungsergebnissen aus Deutschland und Schweiz verglichen. Die Untersuchung sollte somit eine möglichst große Stichprobe garantieren. Mit Hilfe der Sports Media Austria wurden 500 österreichische Sportjournalisten (auch freie Mitarbeiter) innerhalb von zwei Wochen via E-Mail befragt. Im Gegensatz zur vorliegenden universitären Arbeit, bestand die Stichprobe aber nicht nur aus Print- und Onlinejournalisten, sondern auch aus Fernseh-Sportjournalisten. „Somit kann von einem strukturell- institutionellen Zugang gesprochen werden, der einen Journalisten als jemanden definiert, der [...] in einem Medienunternehmen journalistische Tätigkeiten [wie Recherchieren, Publizieren, Redigieren etc.] ausübt“ (ebd., S.80). Dies macht die Studie durchaus repräsentativ.

Dimitriou und Sattlecker konnten somit einige interessante Daten erfassen, die auch für die vorliegende Arbeit interessant sind². So scheint ein Großteil der vorwiegend männlichen Sportjournalisten in Österreich bereits seit zehn bis fünfzehn Jahren in den gleichen Sportressorts tätig zu sein. Dabei hat die freie Mitarbeit in Redaktionen nach wie vor höchste Relevanz, sodass immer weniger Sportjournalisten fest angestellt sind (vgl. ebd., S.164). Dabei arbeitet drei Viertel der österreichischen Sportjournalisten, welche mehrfach selber Leistungssport betreiben und/oder aus diesem Bereich kommen, immer noch im Printbereich. Nur ein Bruchteil ist dem Fernsehen verschrieben. Auffallend ist zudem, dass der Onlinejournalismus eine immer bedeutendere Rolle einnimmt und stetig wächst (vgl. ebd., S.164f). Die Hälfte der befragten Journalisten arbeitet in den verschiedenen Medienunternehmen als Spezialisten. Das heisst, dass sie nur für den Sport zuständig sind und zu keinem anderen Zeitpunkt in anderen Ressorts arbeiten (vgl. ebd., S.165). Vier von fünf Sportjournalisten glauben dabei, durch ihre Berichterstattung großen Einfluss auf die öffentliche Meinung über Sport und dessen Akteure zu haben. Für die in der Arbeit befragten Journalisten steht hierbei aber die Information der Rezipienten absolut im Vordergrund. Interessant ist hierbei, dass die Befragten Journalisten es für weniger wichtig halten, zu unterhalten, sondern zu vermitteln (vgl. ebd., S.165f). Außerdem glaubt der Großteil, dass dies auch in Zukunft so bleiben wird. Jedoch glauben sie an einer Steigerung der Unterhaltungsrelevanz, bei der das Fernsehen jene Mediengattung sein wird, die die größte Rolle einnimmt (vgl. ebd., S.170ff). Somit schreiben die Sportjournalisten dem Sportressort auch eine sehr hohe Relevanz zu, welche ein positives Selbstbild attestiert (vgl. ebd., S.166f). Dem Sport selbst schreiben sie durchaus positive Aspekte „[...] wie Persönlichkeitsentwicklung, Wettkampferlebnis, und Fairness [...]“ zu (ebd., S.168f). Bei der Recherchearbeit sind unter den Befragten aggressive und fragwürdige Methoden eher verpönt. Hierbei erachten sie eine umfassende, faire und gewissenhafte Recherche als Notwendigkeit (vgl. ebd., S.167). Dabei ist für die befragten Sportjournalisten noch vor einer „guten Recherche“ das eigene sportliche Fachwissen der wichtigste Garant für eine qualitative hochwertige Publizität. Dazu glaubt der Großteil, dass man auch ohne fundierte Ausbildung in diesem Berufsfeld tätig sein kann.

² die detaillierte Darstellung bestimmter Daten erfolgt im Vergleich mit den eigenen empirischen Daten in der Auswertung in Kapitel 9

6.2 Blickpunkt Doping

Im Jahre 2011 publizierte Fabian Kautz am Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation der technischen Universität München von Michael Schaffrath eine explorative Studie zu Meinungen und Einstellungen von Sportjournalisten in Bezug auf Doping und die Berichterstattung darüber. Die Arbeit weißt zwar inhaltlich weniger Parallelen mit der vorliegenden Arbeit vor, da es um das Thema Doping geht. Jedoch wählte er dafür eine interessante Methodik, mittels der er Einstellungen und Meinungen von Sportjournalisten ermitteln wollte. Kautz führte dabei mit 16 Sportjournalisten von verschiedenen Print- und Funkmedien Gespräche, wessen Aussagen mittels der qualitativen Methode des Leidfadengesprächs erforscht wurden (vgl. Kautz, 2011, S.2ff). Um sich dem Thema zu nähern und gewisse Strukturen zu analysieren, beschäftigte er sich unter anderem mit der Funktion des Sportjournalisten im System Sportjournalismus und verwies auf unter anderem der vorliegenden Arbeit behandelte Modelle und Theorien. Zudem beschäftigte er sich auch mit dem Selbstverständnis und Rollenselbstbild des Sportjournalisten. Hierbei ist er ebenfalls der Ansicht, dass es unterschiedliche Einflüsse gibt, die das Handeln von Sportjournalisten in unterschiedlichen Weisen beeinflussen kann. Er glaubt vor allem an einen starken wirtschaftlichen Einfluss. Qualitätsjournalismus und kritische Hintergrundberichterstattung schreibt er dem Selbstbild des Sportjournalisten zu (vgl. ebd. S.27).

Die Methode der Befragung als qualitatives Interview wählte er aus verschiedenen Gründen: primär wollte er ein Untersuchungsgegenstand betrachten, zu dem es bisher fast keine wissenschaftlichen Erkenntnisse gab. Somit sollte mittels seiner qualitativen Herangehensweise erste Erkenntnisse geschaffen werden. So sollten mittels der Befragung Sportjournalisten Auskunft über ihre Sichtweisen geben. Da Kautz (2011) dem Forschungsthema eine gewisse Brisanz zuspricht, und das Thema recht komplex ist, fand er zur Erfassung der Strukturen und Zusammenhänge einen quantitativen Fragebogen als nicht relevant (vgl. ebd., S.63-66). Zudem ist er der Ansicht, dass besonders standardisierte Fragebögen bei Eliten und Experten auf Widerstand stoßen (vgl. ebd. S.64; nach Schaffrath, 2006, S.181). „Eine qualitative Befragung hingegen ermöglicht den Experten, in der Interviewsituation frei von Einschränkungen und vordefinierten Kategorien ihre

Meinungen und Ansichten zum Forschungsgegenstand zu äußern.“ (ebd., S.64). So erstellte er im Rahmen theoretischer Ansätze über die Methode einen Interviewleitfaden, der sich in bestimmte Fragetypen kategorisierte und zudem offen, klar, neutral und einfach formuliert wurde. Dabei hielt er die Wirkung von kognitiven Effekten, sprich eine Beeinflussung mittels des Interviewpartners, so gering wie möglich (vgl. ebd. S.69; siehe Leitfaden S. 203-205). Der Fragebogen selbst beinhaltete 23 Schlüsselfragen und vier Eventualfragen. Mittels einer Einleitungsfrage, die mit einem Fallbeispiel belegt wurde, wurde ins Gespräch gegangen. Die Gesprächspartner wählte er hierbei mittels den Kriterien „Medium“ „Hauptarbeitsgebiet“, „unterschiedliche Meinung“ und „Anzahl der Interviewpartner“ (vgl. ebd. S.71f).

B.METHODISCHER TEIL

VII. Forschungsdesign

Nun hat die Auseinandersetzung mit der Theorie Forschungsfragen geliefert und thematisiert. Spannungsfelder wurden hierbei ersichtlich und verdeutlicht. Nun sollen anhand der im Folgenden beschriebenen empirischen Forschung, jene Spannungsfelder, die in direktem Bezug zum Berufsfeld des Sportjournalisten stehen, versucht werden zu klären. Dabei werden die Forschungsfragen nochmal operationalisiert, sprich in messbare Einheiten umgewandelt. Anhand empirischer Methoden sollen die genauen Forschungsfragen konkretisiert und analysiert werden. Für die bestmögliche Beantwortung jener Fragen wurde ein qualitativer Zugang gewählt und als Geeignetsten erachtet. Hierbei geht es darum, die Protagonisten selbst zu Wort kommen zu lassen. Ziel der Arbeit ist es hierbei unter anderem Einstellungen und Meinungen von Experten, in diesem Falle von Sportjournalisten, zu ermitteln. Jene Informationen sind immer subjektiv und können nicht nur anhand quantitativer Analysen bezogen werden. Subjektive Inhalte können somit am besten durch schriftliche, mündliche oder beobachtbare Aussagen erforscht werden. So kann infolgedessen auf Einstellungen, Meinungen und Motive im Rahmen einer qualitativen Forschung eingegangen werden (vgl. Kepper, 1994, S.16f; nach Kassl, 2000, S.15). Dies soll hierbei anhand von explorativen Interviews geschehen. Berekoven et. al (1996) beschreiben diese Form als eine weitgehend unstandardisierte persönliche und mündliche Befragungstechnik (vgl. ebd. 1996, S.95; nach Kassl, 2000, S.23). Kepper (1996) beschreibt Experteninterviews ebenfalls als eine typische Methode explorativer Verfahren, welche besonders in der Sozialforschung narrative oder problemzentrierte Interviews zu nennen sind (vgl. Kepper, 1996, S.45; nach Kassl, 2000, S.24f). Das problemzentrierte Interview ist hierbei halbstrukturiert und ist laut Phillip Meyring (1996) auf eine bestimmte Problemstellung fokussiert, lässt aber den Interviewenden trotzdem so viel wie möglich zu Wort kommen. Hier wird die Struktur durch einen Leitfaden vorgegeben, der die thematische Orientierung garantieren soll (vgl. Meyring, 1996, S.54) und kann als eine Art Mischform von narrativem Gespräch und problemzentrierten Fragebogeninterview angesehen werden. Durch die Problemstellung und die theoretische Auseinandersetzung mit

der Thematik, hat sich bereits ein Fokus herausgebildet, der nun das Gerüst für den Interviewleitfaden bilden soll. Somit wird das Interview strukturiert und lenkt den Interviewten auf bestimmte Aspekte. Er soll ihn aber ebenfalls zu narrativen Sequenzen, sprich Erzählungen animieren. Diese Form ermöglicht die Fokussierung auf bestimmte Aspekte, lässt aber noch genügend Spielraum für weitere Aspekte, die von vornerein nicht geplant wurden, jedoch interessante Ansichten darstellen (vgl. Diekmann, 2001, S.451; nach Verma, 2006, S.71). Jennifer Mason (1996) ist jedoch der Ansicht, dass sich viele qualitative Forscher anfangs mit einer Grundidee auseinandersetzen, aber dann nicht selten einen individuellen methodischen Weg der Auswahl verfolgen (vgl. ebd. 1996, S.93; nach Kassl, 2000, S.35f).

Zudem wurden quantitative und demographische Daten, wie bereits gesehen, ja erst vor kurzem erhoben. Jene Daten finden in der Interpretation ihren Platz und dienen als Vergleichsbasis und zur Kontextualisierung des Themenschwerpunktes. Bei der Studie von Dimitriou und Sattlecker (2011) wurden 34 geschlossene Fragen gestellt, die aus einfachen Ja/Nein-Fragen, Rangordnungsfragen, Ratingskalen und Eingruppierungsfragen bestanden. Dies soll bei dieser Arbeit aber nicht die Vorgehensweise sein. Um gezielt die bestimmten Themenkomplexe zu bearbeiten, die sich aus den Fragestellungen ergeben und um detaillierte Informationen zu erlangen, wurde mit vier explorativen Interviews gearbeitet. Das Interview wich somit vom üblichen Befragungsbogen ab (Einstiegsfragen ausgeschlossen). Ziel ist es nicht, den befragten Journalisten mit detaillierten Fragen zu überhäufen. Detailfragen wurden von Dimitriou und Sattlecker (2011) bereits repräsentativ gestellt. Die Interviews haben daher einen offenen Gesprächscharakter. Damit kann auch ein freier Informationsfluss des Interviewten garantiert werden. Wichtig ist es, dass die Fragen den Redefluss des Gesprächspartners nicht immer unterbrechen. Sie werden so auch als weitgefasste Erzählaufforderungen formuliert und wirken nicht beeinflussend. Dies hat den Vorteil, dass Informationen nicht verzerrt werden. Sie sollen authentisch rüber kommen. Dem Interviewer wird somit aber auch immer die Möglichkeit eingeräumt, nachzufragen, um genaue Ausformungen und wichtige Aspekte zu ergründen. Die Leitfragen dienen somit eher als Orientierung für den Interviewten. Im Idealfall werden aus den Erzählungen der Interviewten heraus bereits die

meisten Fragen geklärt, sodass eine weitere Abhandlung der Fragen im Leitfaden nicht mehr nötig ist (vgl. Verma, 2006, S.72f).

Die Interviews werden demzufolge auf Tonband aufgezeichnet und wörtlich und dem Inhalt passend, transkribiert. Anhand des Verlaufsprotokolls wurde das Gespräch, wo es nötig ist, erneut in bestimmte Themen segmentiert, wodurch ein guter Überblick über das Gesagte und erhaltene Material gegeben wird. In weiterer Abfolge wird ein Kategoriensystem, welches im Wechsel zwischen Fragestellung, Theorie und Material in Anlehnung an die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (vgl. Mayring; nach Lamnek, 1995, 207ff) steht, erstellt. Somit wurden aus den Thematisierungen der Interviewpartner Kategorien gebildet, welche zur Beantwortung der vorhin gestellten Fragestellungen relevant sind und für eine weitere strukturierte Interpretation von äußerster Wichtigkeit sind.

7.1 Auswahl der Interviewpartner

Die Auswahl der Interviewpartner folgte nach bestimmten Kriterien, die für die Arbeit von Bedeutung sind. Die Auswahl der Experten kann hier als eine Mischform des „theoretical sampling“ (siehe Finch/Mason, 1999; nach Kassl, 2000, S.35) und des „convenience sampling“ (siehe Flick, 1995, nach Kassl, 2000, S.45) gesehen werden. Dabei wurden die Untersuchungseinheiten unter anderem auch basierend auf theoretischen und statistischen Ansätzen ausgewählt, bei dem es nicht wichtig ist, wie ein Problem statistisch verteilt ist, sondern welche Probleme in der Tat vorhanden sind (vgl. Kassl, 2000, S.35). Dies beruht auf der von Glaser und Strauss erstellten „grounded theory“, nach der es in einer Untersuchung auch Entdeckungen und Einsichten vermittelt werden sollen, sprich Daten interpretiert werden (vgl. ebd. S.36). Das „convenience sampling“ beruht hingegen auf begrenzten zeitlichen, sowie personelle Ressourcen. Ziel ist es hierbei, jene Bedingungen zu wählen, welche für den Forscher am einfachsten zugänglich sind (vgl. Flick, 1995, S.88; nach Kassl, 2000, S.38). Dies zeigt sich in dieser Studie in Form der Lokalität, sprich die Konzentration auf den Ballungsraum Wien. Auf der anderen Seite richtet sich die Auswahl aber auch nach einem ganz bestimmten Aspekt: der Mediengattung, für die der Sportjournalist tätig ist. Hierbei sollte das Hauptaugenmerk auf den österreichischen Printjournalismus gelegt werden. Er ist der größte Lieferant von Sportinformationen in Österreich. Zudem

zeigt die Studie von Dimitriou und Sattlecker, dass drei von vier Sportjournalisten in Österreich für ein Printmedium tätig sind. Dabei arbeitet die Hälfte für eine Tageszeitung, 20 Prozent für Zeitschriften. Audiovisuelle Medien folgen hierbei mit klarem Abstand und machen nur einen wesentlich kleineren Prozentsatz aus. Onlinejournalismus wird wiederum immer zahlreicher (siehe Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.164). Dazu ermöglicht dies auch eine einheitliche Beobachtung und Argumentationslinie, denn die Unterschiede zwischen den verschiedenen medialen Erscheinungsformaten wären hier zu groß. Daraus erschließt sich ein weiteres Kriterium: der Expertenstatus. Die Interviewpartner müssen hierbei hauptberufliche Sportjournalisten sein, entweder einer Fixanstellung nachgehen oder freie Mitarbeiter sein. Das letzte Kriterium stützt sich auf den zweiten Fokus der Arbeit, sprich der Berichterstattung über Fußballfans. So ist es auch wichtig, dass der jeweilige Experte im Bereich Fußball tätig ist. Jenes Kriterium kann aber anhand der Auswahl des Mediums vorweg genommen werden.

Den interviewten Journalisten wurde von vornherein eine Anonymität gewährleistet, wenn gewünscht. Dies hat mehrere Gründe: einerseits ermöglicht es den Interviewten leichter und offener zu sprechen. Besonders bei sensiblen Themengebieten kann das Gewähren von Anonymität von großem Vorteil sein und den Informationsfluss erleichtern. Es soll ein Bild des österreichischen Sportjournalismus in diesem Bereich ermittelt werden, wenngleich aufgrund des Samples keine Repräsentativität beansprucht werden kann. Jedoch soll in den Interviews versucht werden, wiederholende Fälle ausfindig zu machen, um das Sample zumindest im Feld zu bestätigen.

7.2 Leitfaden für die qualitativen Experteninterviews

Der folgende Leitfaden ergibt sich aus dem Forschungsinteresse sowie den theoretischen Rahmenbedingungen und wurde im Rahmen der Bearbeitung der Masterarbeit erstellt. Einige Leitfragen richten sich ebenfalls nach dem von Dimitriou und Sattlecker erstellten Fragebogen zur Erforschung des Berufsstandes des Sportjournalisten in Österreich (siehe Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.204) und wurden als forschungsweisend benutzt. Es wurde bereits im Leitfaden versucht eine gewisse strukturweisende Kategorisierung zu übernehmen, welche sich nach

Dimitriou und Settlecker richtet (vgl. ebd, 2011, S.75ff). Anhand dieser Kategorisierung konnte das Interview a priori bereits in Sparten unterteilt werden, um die bestmögliche Beantwortung der forschungsleitenden Fragen zu garantieren. Es muss aber angemerkt werden, dass in bestimmten Fällen von der Fragestellung abgewichen wurde, um Themenschwerpunkte erneut aufzugreifen und Informationen darüber zu erhalten. Dazu wurden aktuelle Ankerbeispiele eingebracht, um gewisse Thematiken besser zu veranschaulichen. Dabei wurden Ereignisse zu Fußballfans immer wieder als Anstoßpunkte verwendet, um den roten Faden der Arbeit beizubehalten. Die Leitfragen wurden somit nicht in einer strikten chronologischen Abfolge behandelt und abgefragt. Eine situative Anwendung der Fragen wurde vorausgesetzt. Einige Fragen sollten sich somit auch im Verlauf des Gesprächs von selber klären.

7.3 Operationalisierung

7.3.1 Soziodemographische Daten

Im ersten Themenbereich geht es um die Erfassung von Daten wie Alter, Geschlecht und Berufsstand. Hierbei leisten die Daten einen wichtigen Beitrag zur generellen Übersicht und Strukturierung der Untersuchung. Auch Dimitriou und Sattlecker (siehe ebd., 2011, S.75) verweisen auf die Wichtigkeit jener Daten, auch wenn es sich bei ihnen um eine quantitative Erhebung handelt. Hier ist eine engere Bindung an die Leitfragen wichtig, da es um eine detaillierte Beantwortung der Inhalte geht.

7.3.2 Aufgaben und Bereiche des Sportjournalisten

In dieser Kategorie soll ermittelt werden, in welchen Bereich der Journalist seine Aufgaben als Sportjournalist sieht und wie er mit redaktionellen und strukturellen Vorgaben umgeht. Dieser Schwerpunkt soll als sogenannter „ice breaker“ dienen um dem Gespräch einen ersten Anstoß zu geben. Dazu soll erhoben werden, ob der Journalist seine Arbeit primär als informierende oder auch unterhaltende Form ansieht. Zudem soll der Begriff des „storytelling“ angesprochen werden. Mit „storytelling“ ist gemeinhin eine Methode der Wissensvermittlung im Bereich Wissenschaftsjournalismus und Edutainment. Sie geht einher mit den vorhin

beschriebenen Modellen des Infotainment und Entertainment. Im Marketing/ der Werbung wird mit dem Begriff das Erzählen einer Geschichte rund um eine Marke oder ein Produkt bezeichnet (online Duden, 2013).

7.3.3 Recherche und Quellenbeschaffung

In dieser Kategorie soll geklärt werden, wie Sportjournalismus mit Öffentlichkeitsarbeit korrespondiert. Es soll erläutert werden, wie der Journalist mit dem Informationsangebot, vorwiegend seitens Agenturen sowie der Polizei, umgeht und wie er es verwertet. Zudem soll geklärt werden, ob der Journalist auch Hintergrundinformationen verwendet und ob er sich bei der Erstellung von Artikeln bei den beteiligten Akteuren selbst (in diesem Falle den Fans, Ultras und Hooligans) informiert. Weiters wird erhoben, ob es für einen Journalisten schwer ist, an Informationen seitens der Fußballfans zu kommen und ob hier ein Kontakt überhaupt möglich ist.

7.3.4 Werteverständnis

Hier soll der Frage nach Ethik und Moral in der Berichterstattung von Sportjournalisten nachgegangen werden. Auch der Umgang mit der Privatsphäre wird thematisiert und behandelt. An dieser Stelle soll der Leitfaden jedoch vorwiegend dazu dienen, die Thematik aufzugreifen und wichtige Punkte anzusprechen. Mit einem Fallbeispiel soll der Anstoß zu diesem Thema gegeben werden.

7.3.5 Selbst- und Rollenverständnis

Dieses Themengebiet dreht sich um die Einschätzung der eigenen Tätigkeit des Journalisten und des Berufsstandes. Es soll geklärt werden, welche Kompetenzen für den Sportjournalisten von Bedeutung sind, seinen Job auszuüben. Der Begriff der sozialen Kompetenz spielt hier eine zentrale Rolle, sowie die gesellschaftliche Bedeutung des Sports und die Funktion des Sportjournalismus dafür. Der zweite Teil beschäftigt sich mit der Rolle des Journalisten. Hier soll geklärt werden, ob der Journalist glaubt, Einfluss auf die öffentliche Meinung zu haben und ob er

durch spezifische Inhalte Ausschreitungen im Fußball zumindest provozieren kann.

7.4 Durchführung & Transkription

Nun ging es darum, Kontaktpersonen zu finden, welche die vorhin genannten Kriterien erfüllen. Hierfür wurde als erster Schritt eine Primärrecherche im Pressehandbuch Österreich getätigt. Anhand eines Test-Accounts auf der Online-Plattform www.pressehandbuch.at wurde nach verfügbaren Ansprechpartnern gesucht. Aufgrund der Erreichbarkeit stützte sich die Recherche auf den Wiener Ballungsraum. Hierbei wurden sowohl Redakteure, als auch Ressortleiter der jeweiligen Sportabteilungen und angegebenen Fachmagazine per vordefinierter E-Mail (siehe Anhang) angeschrieben. Dadurch kam es zu einigen Weiterempfehlungen und Kontaktweitergaben, welches die Suche nach geeigneten Experten maßgeblich erleichterte. Insgesamt wurden 28 den Anforderungen entsprechenden Personen angeschrieben. Davon kamen von insgesamt sieben Personen Rückmeldungen. Bei vier Personen konnte im Laufe der darauffolgenden vier Wochen ein Gesprächstermin fixiert werden. Bei einigen Redaktionen wie jener der Tageszeitungen Krone und Österreich wurde auch auf eine telefonische Kontaktaufnahme zurückgegriffen, da auf die vermehrten E-Mails nicht eingegangen wurde. In diesen Redaktionen gab es aber weder Zeit noch Interesse an einer wissenschaftlichen Studie teilzunehmen. In Folge einiger Terminvereinbarungen kam es innerhalb von zwei Wochen zu den im Folgenden analysierten Gesprächen.

Alle Interviews wurden im Zeitraum von Anfang Jänner bis Ende Februar 2013 durchgeführt. Jedes Gespräch fand in einer face-to-face Situation statt. Als Orte dienten die Redaktionsräume sowie Arbeitsplätze der Sportjournalisten selbst sowie vordefinierte Treffpunkte wie Cafes oder Restaurants. Alle Interviews wurden in digitaler Form aufgenommen und in Folge transkribiert.

Bei den Transkriptionen handelt es sich um Volltranskripte, bei denen das gesamte Gespräch festgehalten wurde. Nonverbale und parasprachliche Merkmale wie Lachen, Seufzen, Atmen wurden nicht erfasst und in der Transkription auch nicht festgehalten. Auch Unterbrechungen, sowie Verzögerungen werden nicht übernommen. Es dienen hierbei nur verbale

Aussagen für die Klärung der genannten Forschungsfragen. Jene Aussagen folgen den Normen der geschriebenen Sprache.

7.4.1 Analyse der Transkriptionen

Nun ging es darum, die Transkriptionsprotokolle auszuwerten. Infolgedessen wurden die gewonnenen Erkenntnisse aufgearbeitet. Die Transkripte wurden so stufenweise analysiert. Nach Sichtung des Materials, sprich dem Inhalt der Gespräche, wurden bestimmte Themenschwerpunkte ersichtlich. Die Gespräche wurden so nach einem auf „Extraktion“ beruhendem Auswahlverfahren ausgewertet (vgl. Gläser/Laudel, 2009, S.199-221; nach Kautz, 2011, S.78). Die Transkriptionen lassen sich demzufolge in folgende Hauptauswertungskategorien und infolgedessen Subkategorien erfassen:

Kategorie A

Alter, Ausbildung, Arbeitsverhältnis, Berufsdefinition

Kategorie B:

Kategorie B1: Soziale Kompetenz des Sport(journalismus)

Kategorie B2: Aufgaben eines Sportjournalisten

Kategorie B3: Medienlandschaft und deren Veränderung bezüglich journalistischen Handeln

Kategorie C:

Kategorie C1: Fangewalt in der Sportberichterstattung

Kategorie C3: Die journalistische Arbeit mit Fans: die Vermittlerrolle

Kategorie C4: Die Arbeit mit Sprache und Bilder

Die Inhalte der Gespräche wurden nun in der Auswertung in einem Wechselspiel vergleichend analysiert, aber innerhalb der erstellten Sequenzebenen. So wurden alle für die bestimmte Fragestellung und Themenschwerpunkt relevanten Aspekte herausgearbeitet und, soweit möglich, kategorisiert. Für diese Kategorisierung wurde die Software *Atlas.ti* verwendet. Zudem wurden statistische Befunde von Dimitriou und Sattlecker (2011) herangezogen und dienen somit als Vergleich,

sowie zur quantitativen Kontextualisierung der Inhalte. Hierbei stützt sich die Kategorie B auf die soziale Dimension des Sportes und dem Berufsfeld des Sportjournalisten. Kategorie C beruht auf den Umgang, sowie Meinungen und Einstellungen zu Fußballfans. Kategorie A beschäftigt sich mit Daten und Fakten zu den Personen und spielt nur eine untergeordnete Rolle, da in der gesamten Arbeit nicht auf die Ausbildung von Sportjournalisten eingegangen wird. Trotzdem wurden sie aufgrund der Vollständigkeit erhoben. Eine stricte Unterteilung ist hierbei jedoch nicht dauerhaft möglich, sodass sich die Analyseschwerpunkte vermischen können.

Im Anschluss wurden die Ergebnisse erneut präsentiert und demzufolge Erkenntnisse und Schlüsse gezogen. Hier geht es primär darum, zu sehen, inwiefern die im Forschungsinteresse gestellten Fragen beantwortet werden können, sowie die Klärung einiger Theorieansätze die in Teil A definiert wurden. In einem zweiten Schritt geht es um neue Erkenntnisse und Entwicklungen, die sich aus den Gesprächen erschlossen haben.

VIII. Analyse

Nun wurde der Zugang zum Forschungsfeld beschrieben, die Methodik erklärt und die Vorgehensweise beschrieben. Jetzt gilt es, diese Schritte in der Analyse umzusetzen und sie in messbare Einheiten so auszuwerten, dass sie ein schlüssiges Bild ergeben und für die Wissenschaft neue Erkenntnisse liefern. Dabei geht es um ein Wechselspiel zwischen theoretischen Fundus und empirischen Wissen.

8.1 Untersuchungsgegenstände

In diesem Kapitel werden die Untersuchungsgegenstände beschrieben und analysiert. In einem ersten Schritt werden jene Medienformate beschrieben, in denen die Gesprächspartner der empirischen Untersuchung tätig sind. Dies soll einen Gesamtblick gewährleisten und dient der Vollständigkeit und hilft Aussagen in Expertengesprächen besser nachzuvollziehen. In einem zweiten Schritt werden die Gesprächspartner vorgestellt. Die Informationen hierzu stammen bereits aus den Gesprächen (siehe Transkriptionen im Kapitel C Anhang) und werden kategorisierend dargestellt.

8.1.1 Medienformate: Fakten, Struktur, Inhalt, Leserschaft

Im Folgenden werden die Medienformate analysiert, in denen die Gesprächspartner tätig sind. Ein Medienformat kann hierbei aufgrund des Wunsches der Anonymität eines Experten nicht genannt und infolgedessen auch nicht beschrieben werden. Dabei handelt es sich aber um eine österreichische Tageszeitung. So wird ein Überblick über das Fußballmagazin Ballesterer, die Tageszeitung DerStandard und die Wochenzeitschrift SportWoche gegeben. Hierbei werden Fakten wie Druckauflage, Preis, Reichweite und Erscheinung genannt, sowie die Struktur beschreiben (Umfang, Aufbau, Ressorts, Themenschwerpunkte). Dazu wird auch noch auf die jeweiligen Webauftritte verwiesen. Beim Inhalt wird auf die Themen und die Art der Berichterstattung eingegangen. Dazu wird festgehalten, wie sich die Leserschaft des jeweiligen

Mediums gestaltet. Alle Daten stammen dabei aus den jeweiligen Mediadaten der Unternehmen, sowie der österreichischen Werbeanalyse/ÖWA.

8.1.1.1 Ballesterer FM

8.1.1.1.1 Fakten

Ballesterer FM ist ein österreichisches Fußballmagazin aus Wien. Das Magazin im Jahre 2000 gegründet und erscheint ein Mal monatlich als gedruckte Version im mit einer Druckauflage von 20000 Stück im Eigenverlag. Es ist im österreichischen Zeitschriftenhandel oder aber auch als Abonnement verfügbar. Vereinzelt gibt es auch Verkaufsstellen in Deutschland und der Schweiz. Die Einzelausgabe im Handel kostet 3,90€, das Abo erhält man für 29€ im Jahr. Es erscheinen pro Jahr insgesamt 10 Ausgaben. Zudem werden einige Artikel, die in der Printausgabe vorhanden sind, auf der Internetplattform www.ballesterer.at zur Verfügung gestellt. Vergleichbare Magazine sind „der tödliche Pass“, „11 Freunde“, „Transparent“ und „Rund“ aus Deutschland, „Zwölf“ aus der Schweiz, sowie „Saturday Comes“ aus England und „Hard Gras“ aus den Niederlanden.

8.1.1.1.2 Struktur

Das *Ballesterer Fußballmagazin* hat einen Umfang von 64 Seiten pro Ausgabe. Es gliedert sich in verschiedene Themenblöcke, die kategorisiert auf der 2. und 3. Seite des Heftes dargestellt werden. Auf der ersten Seite gibt es jeweils ein Einleitungspart, der immer ein unterschiedliches, aber aktuelles Thema behandelt. Danach folgt der Themenschwerpunkt, der mit einer ausgiebigen Reportage behandelt wird. Weiter folgen die Themenblöcke „Spielfeld“, „Fansektor“ und am Ende „Groundhopping“. Der Groundhopping-Bereich liefert Matchberichte und Berichte über Stadionbesuche, in denen subjektive Erlebnisse geschildert werden. Zu den genannten Themenblöcken kommen noch vereinzelte Kolumnen und Serien wie z.B. „Lost Grounds“ oder „Fußball unterm Hackenkreuz“ dazu. Das Magazin pflegt ebenfalls einen Online-Auftritt unter ballesterer.at, bei dem über Heftausgaben informiert wird. Zudem werden auch vereinzelt News aber auch Artikel, die ebenfalls in den Print-Ausgaben vorhanden sind, publiziert.

Markttechnisch ist zu erwähnen, dass der *Ballesterer* ein Medienpartner des *Standard* Online, sowie von *fanreport.at*, *sturm12.at*, *90minuten.at*, dem deutschen *Institut für Fankultur* und von *Fair Play*. (vgl. Ballesterer-Mediafolder, 2013, S.2)

8.1.1.1.3 Inhalt

Das *Ballesterer Fußballmagazin* behandelt verschiedene Themen, die sich um den heimischen, aber auch europäischen sowie internationalen Fußball drehen. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf fanspezifische Themen, sprich die Auseinandersetzung mit Inhalten, die auf einer Fanebene thematisiert werden. Dabei werden z.B. Fangruppen vorgestellt, Themen wie Fans und Gewalt behandelt oder deren Verhältnis zum Verein und der Gesellschaft. Laut Selbstdefinition zeichnet die *Ballesterer*-Autoren „[...] eine kritische Sichtweise auf das aktuelle Fußballgeschehen aus. Sowohl die zunehmende Kommerzialisierung wie auch das Zurückdrängen von Fans und Fankultur aus den Stadien werden laufend thematisiert.“ (Ballesterer-Online). Damit verfolgt das Magazin einen mehrdimensionalen Ansatz, bei dem nicht spielerische Leistungen und Ergebnisse im Mittelpunkt stehen, sondern ein quasi sozio-kultureller Aspekt. Dazu gehört ein klares Auftreten gegen Rassismus und jegliche Formen von Diskriminierung. Das *Ballesterer Fußballmagazin* besteht aus einer fixen Redaktion, die unter Anderem auch für das Layout und die Bildgestaltung verantwortlich ist. Ergänzend dazu verfügt das Blatt über einen großen Pool von 150 Autoren, die regelmäßig für das Magazin publizieren. Dazu gibt es in unregelmäßigen Abständen auch Gastautoren. Der *Ballesterer* definiert sich selbst als Opinion Leader:

„Unserer Redakteure sind gefragte Gesprächspartner. Fernsehauftritte unter anderem im ORF (ZIB2, ZIB24, CLUB2), bei ATV und Servus TV unterstreichen die hohe Bekanntheit des ballesterer. Unsere Redakteure sind außerdem gefragte Experten für Radiosender (Ö1, FM4, diverse Stadtradios) und andere Printmedien (Kleine Zeitung, Wiener Zeitung, Bezirkszeitung und internationale Fußballmagazine).“ (ballesterer mediafolder, 2013, S.2)

8.1.1.1.4 Leserschaft

Laut einer Leserumfrage aus dem Jahre 2010, bestehen die Leser des *Ballesterer FM* aus Fußball-Fans und Insidern, aber auch aus allgemein an Fußballkultur interessierten Menschen, die die Basisnähe, die journalistische Qualität und die Themenvielfalt des Magazins schätzen (vgl. Ballesterer Mediadaten, S.2). Laut der selbst durchgeführten Rezipienten-Analyse gliedert sich deren Publikum folgendermaßen:

„männlich: 92,0 %, jung: 81,6,4 % sind 20-39 Jahre; gebildet: 37,0 % Hochschulabschluss oder mit Bildungsambitionen: 22,2 % studieren, 5,2 % sind Schüler; trainiert: 61,2 % spielen selbst Fußball; kaufkräftig: 16,6 % verdienen mehr als 2.000 Euro (netto)“ (Ballesterer Mediafolder, 2013, S. 2)

8.1.1.2 DerStandard

8.1.1.2.1 Fakten

DerStandard ist eine Tageszeitung aus Österreich mit Sitz in Wien. Sie erscheint täglich (inkl. Wochenendausgabe), im österreichischen Zeitungshandel und wurde 1988 gegründet. Sie gehört zur Genossenschaft der Austria Presse Agentur. *Der Standard* hat laut Eigenangabe eine Druckauflage von 101.979. Die Wochenendausgabe steigt demgegenüber um ca. 77.000 Stück (vgl. Standard Mediadaten, 2012, S.2f).

8.1.1.2.2 Struktur

Der Standard gliedert sich in den Ressorts Politik international und national, Chronik, Wirtschaft und Recht, Finanzen und Märkte, Wissenschaft, Technologie und Entwicklung, Sport und Kultur. Zusätzlich gibt es eigene Sparten für Kommentare und vereinzelte Themenressorts wie z.B. bei der Fußballweltmeisterschaft oder der Olympiade etc. Das Sport-Ressort kam hierbei erst einige Jahre nach der Gründung zur Zeitung dazu. *Der Standard* pflegt bereits seit dem Jahre 1995 einen Webauftritt unter *derStandard.at*, welcher von einer eigenen Redaktion gestaltet wird. Bestimmte Inhalte der Printausgabe sind aber

auch im Online-Bereich verfügbar. „1.105.691 Menschen ab 14 Jahren (Unique User) besuchen *derStandard.at* in einem durchschnittlichen Monat, dies entspricht einer Reichweite von rund 19 Prozent.“ (Standard Sonderausgabe, 2012, S.13)

8.1.1.2.3 Inhalt

Laut der Sonderausgabe zur Mediaanalyse 11/12 ist *der Standard* „seriös, hintergründig, unabhängig.“ (Sonderausgabe zur Medianalyse 11/12, 2012, S.6). Seine Kernkompetenz sieht der Standard bei interessanten Hintergrundinformationen, sowie großer Seriosität und guten Kommentaren. Themenschwerpunkte liegen hierbei bei nationaler sowie internationaler Politik, Kultur, aber auch Wirtschaft, Ökologie und Medizin. *Der Standard* glaubt von sich, eine gesellschaftliche Verantwortung zu tragen, bei dem auch regelmäßig ökologische, soziale und ökonomische Gesamtentwicklungen beleuchtet werden und die Wechselwirkung zwischen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft thematisiert wird (vgl. ebd., S.17).

8.1.1.2.4 Leserschaft

Laut eigenen Angaben (nach der Mediaanalyse 11/12) hat *der Standard* eine Reichweite von 341.000 Leserinnen und Leser, sowie eine nationale Reichweite von 4,8% und ist bei 18,8% Entscheidungsträger. 55,7% der Leser sind männlich. Der Durchschnitt der Leser ist zwischen 20 und 50 Jahre alt. 38,9% haben ein abgeschlossenes Studium (vgl. Standard Mediadaten, 2012, S.2). Der Webaufttritt ist in einem starken Aufschwung und weist einen deutlichen Qualitätsunterschied zu den Mitbewerbern auf, was anhand von Userzahlen und Verweildauer attestiert wird (vgl. Standard Sonderausgabe, 2013, S.13f).

8.1.1.3 SportWoche

8.1.1.3.1 Fakten

Die *SportWoche* ist eine Zeitschrift über Sport aus Österreich und erscheint einmal wöchentlich am Dienstag. Die wöchentliche Ausgabe kostet im Handel 1,80€ und

wird in Österreich verkauft. Sie ist die größte Sportzeitschrift Österreichs und erscheint im Sportmagazin Verlag, welcher zur Styria Media Group gehört. Die *SportWoche* hat ihren Redaktionssitz in Wien. Sie erscheint seit dem 8. Februar 1999. Dazu erschien bis jetzt auch insgesamt sechsmal eine Ausgabe, die sich mit Themen, Ereignisse und Neuigkeiten, sowie um Quoten rund um das Wettgeschäft beschäftigte. Zudem gab es auch einige Special-Ausgaben wie z.B. zur Champions-League, sowie dem Fußball-Nationalteam (vgl. styria-multi-media, 2013, S.8). Laut Eigenangaben (siehe Styria-Online) hat die *SportWoche* eine Druckauflage von 57.913 Stück und eine nationale Reichweite von 3,1%.

8.1.1.3.2 Struktur

Die *SportWoche* hat ein Format von 200x280mm und einen Umfang von 64 Seiten. Die verschiedenen Ressorts gliedern sich je nach Jahreszeit in Fußball, Wintersport, Motorsport, Radsport, Golf, US-Sport. Dazu gibt es auch Infos über die heimischen Topligen von Handball, Eishockey, Basketball und Volleyball. Dabei sind alle Ergebnisse und Tabellen aufgelistet. Zu jedem Sportbereich gibt es dazu noch wichtige Infos und/oder ausführliche Storys dazu.

Die Redaktionsleitung besteht aus zwei Geschäftsführern, Christoph Loidl und Christian Burgstaller, sowie aus zwei Chefredakteuren, Geralt Enzinger und Manfred Behr. Die Redaktion besteht aus insgesamt 14 Mitarbeitern. Der größte Bereich nimmt hierbei die Fußballredaktion ein. Dazu gibt es in der *SportWoche* auch einen Anzeigenteil (vgl. styria-multi-media, 2013, S.9). Die Sportwoche hat ebenfalls einen Online Auftritt, welcher unter sport10.at läuft und zusammen mit dem *SportMagazin* und dem *SportAktiv* Berichte publiziert. Laut der Mediaanalyse vom Jänner 2013 hat die Homepage 171.270 Unique Clients³ und 457.859 visits⁴. Davon sind 2691 registrierte User (styria-multi-media digital, 2013, S.1).

³ Unique Clients ist ein von mindestens einer Person verwendetes Endgerät wie PC, PDA oder Mobiltelefon, mit dem auf ein Browser zugegriffen wird (vgl. ÖWA-online)

⁴ Ein Visit gibt den Besuch eines Nutzers bei einem Online-Angebot an und stellt einen Nutzungsvorgang dar, bei dem eine Seite eines Online-Angebots abgerufen wird. (vgl. ÖWA-online)

8.1.1.3.3 Inhalt

Die *SportWoche* zählt sich selbst zu den bedeutendsten Sportzeitschriften für Sportbegeisterte in Europa.

„Was Sportbegeisterte europaweit mit Titeln wie ‚Gazzetta dello Sport‘, ‚L’Equipe‘, ‚Kicker‘ oder ‚Sportbild‘ verbinden, ist seit dem 8. Februar 1999 auch vom österreichischen Zeitschriftenmarkt nicht mehr wegzudenken. Mit ihrer wöchentlichen Auflage ist die ‚SportWoche‘ bei Lesern, Sportlern, Funktionären und Sponsoren der ‚Opinion Leader‘ in der heimischen Sportlandschaft.“ (styria-online)

Dazu wird angegeben, hautnahe am Sportgeschehen dabei zu sein und zentrale Sport-Themen der Woche vorzugeben, sowie eine Pflichtlektüre für jeden Sportbegeisterten zu sein. (vgl. Styria-Multi-Mediadaten, 2013, S.3ff)

8.1.1.3.4 Leserschaft

Laut Eigenangaben hat die *SportWoche* 221.000 Leser. Die Zielgruppe besteht aus Lesern zwischen 14 und 39 Jahren (siehe styria-online). Davon sind 50,9% männliche Leser zwischen 25 und 55 Jahren (vgl. styria-multi-media, 2013. S.7).

8.2 Die Gesprächspartner

Nun sollen im Folgenden die Gesprächspartner in einem kleinen Überblick vorgestellt und somit eingeleitet werden. Ein Gesprächspartner wird hierbei auf seinen Wunsch hin anonym angeführt und somit nicht mit Namen und Arbeitgeber angesprochen und in Verbindung gebracht. Hierbei konzentriert sich die Darstellung bereits auf die zwei Kategorien *soziodemographische Daten und Arbeitsbereich* sowie *Ausbildung und berufliche/journalistische Laufbahn*, die im Verlauf der Analyse mit anderen Kategorien und Informationen verbunden werden. Alle Daten und Informationen entstammen aus den eigens dafür durchgeführten Expertengesprächen. Die genauen Transkripte dazu sind im Anhang zu finden.

8.2.1 Gesprächspartner 1: David Krutzler, DerStandard

Soziodemographische Daten und Arbeitsbereich:

David Krutzler ist 28 Jahre alt und arbeitet seit der Fußball-Europameisterschaft im Jahre 2008 als redaktioneller Mitarbeiter in der *Standard*-Printredaktion in Wien. Seine Themenschwerpunkte liegen bei diversen Trendsportarten, sowie aber auch bei Motorsport und dem Skisport. Über Fußball schreibt er jedoch auch gelegentlich. Mit jener Sportart befasste er sich aber früher mehr als wie heute. Zudem betreut er auch die Umweltseite des *Standard*. Seine Artikel erscheinen primär in der Printausgabe, jedoch werden Artikel auch für die Online-Ausgabe des *Standard* verwendet. Gelegentlich verfasst er auch explizit Artikel für den Online-Standard. Herr Krutzler besucht privat gelegentlich mit seinen Arbeitskollegen die Spiele des SK Rapid Wien, bezeichnet sich aber selbst als neutraler Zuschauer.

Ausbildung und Laufbahn/Karriere:

Krutzler hat seine journalistische Laufbahn als Schüler bei der Schülerzeitung des *Standard* begonnen. Nach der Matura absolvierte er einige Praktika, unter anderem bei der *Presse*, *SportWoche*, *ORF* und erneut *Standard*. Nebenher studierte er auf der Fachhochschule für Journalismus in Wien, welche er nach vier Jahren abschloss. Nebenher schrieb er noch für ein Musikmagazin. Im Jahre 2008 erhielt er dann eine Festanstellung beim *Standard*. Seitdem ist er dort tätig.

8.2.2 Gesprächspartner 2: Jakob Rosenberg, Ballesterer Fußballmagazin

Soziodemographische Daten und Arbeitsbereich:

Jakob Rosenberg ist 1981 in Wien geboren und Chefredakteur des *Ballesterer Fußballmagazin* und leitet somit auch das *Ballesterer*-Team. Neben seiner journalistischen Tätigkeit war Rosenberg Lehrbeauftragter am Institut für Politikwissenschaft der Universität Wien. 2011 publizierte er gemeinsam mit Georg Spitaler die Studie „Grün-Weiß unterm Hakenkreuz. Der Sportklub Rapid im Nationalsozialismus“.

Ausbildung und Laufbahn/Karriere:

Rosenberg studierte von an der Universität Wien und später an der „Università degli Studi di Napoli“ Politikwissenschaften und schloss dieses 2007 ab. Vor seinem Studium hat er eine Radio und Internetjournalismus- Ausbildung am „Polycollege“ in Wien absolviert. 2006 begann er dann für den *Ballesterer* zu arbeiten, als er einige Jahre später stellvertretender Chefredakteur wurde. Im Jänner 2012 wurde er dann Chefredakteur. Nebenher hat er noch einige Artikel für andere Medien wie z.B. die *Wiener Zeitung*, *Transparent* und *il Manifesto* erstellt.

8.2.3 Gesprächspartner 3: Alexander Klein, SportWoche

Soziodemographische Daten und Arbeitsbereich:

Alexander Klein ist 30 Jahre alt und arbeitet als fixer freier Mitarbeiter bei der Printausgabe der *SportWoche*. Er schreibt vor allem in den Ressorts internationaler Fußball und auch nationaler Fußball, sowie für das Bundesliga-Journal und gelegentlich über Extremsportarten. Seine Artikel erscheinen vorwiegend in der wöchentlichen Printausgabe der *SportWoche*. Es gibt aber auch Artikel, die für den Webauftritt benutzt werden. Vereinzelt hat er auch Artikel für die Online-Ausgabe geschrieben.

Ausbildung und Laufbahn/Karriere:

Klein ist mit 20 von Steyr nach Wien gekommen und hat an der Universität Wien angefangen Jus zu studieren. Sein Ziel war es, von Anfang an Journalist zu werden, aber eher im politischen und kulturellen Bereich. Das Studium hat er aber nach drei Jahren abgebrochen und die Fachhochschule für Journalismus in Wien absolviert. Im Rahmen dieses Studiums hat er ein Praktikum beim *Standard* gemacht. Parallel dazu wollte er redaktionelle Praxis sammeln und bewarb sich bei der *SportWoche*, für die er dann angestellt wurde und heute noch arbeitet. Zwischenzeitlich hat er in der Redaktion des internen Webauftritts sportnet.at gearbeitet und später für das Magazin *message moves* welches ebenfalls von der *SportWoche* herausgegeben wurde. Dabei schrieb er vorwiegend über internationalen Fußball und vereinzelt über Extremsportarten.

8.2.4 Gesprächspartner 4: anonym, anonyme Tageszeitung

Soziodemographische Daten und Arbeitsbereich:

Gesprächspartner Nummer vier ist in Österreich geboren und aufgewachsen und arbeitet bereits seit dem Jahre 2001, vorher vorwiegend als Praktikant und Volontär, später im Jahre 2004 als fixer Mitarbeiter in der Sportredaktion seines jetzigen Arbeitgebers. Seine Artikel erscheinen vorwiegend in der Printausgabe seiner Tageszeitung, aber in den letzten Jahren auch vermehrt in der Online-Ausgabe. Seine Themenschwerpunkte sind vorwiegend nationaler und internationaler Fußball, im speziellen Rapid. Gelegentlich berichtet er auch über andere Ballsportarten. Privat besucht er nur selten das Stadion. Wenn, dann eher Plätze in den unteren Ligen Österreichs. Als Fan einer Mannschaft bezeichnet er sich nicht.

Ausbildung und journalistische Laufbahn/Karriere:

Gesprächspartner Nummer Vier studierte an der Universität Wien Publizistik und Politikwissenschaften und beendete auch Zweiteres mit dem Magistertitel. Seine journalistische Karriere begann er als Volontär bei seiner Tageszeitung und zwar in den Ressorts Sport, Kultur und Innenpolitik. Dabei blieb er auch bis zu seiner Fixanstellung, bei der er auch heute noch ist.

IX. Auswertung

Im folgenden Abschnitt werden die für die Erhebung relevanten Ergebnisse der Gespräche anhand der Kategorien dargestellt und ersichtlich gemacht. Die Aussagen der Gesprächspartner werden dabei vergleichend in den verschiedenen Kategorien behandelt. Jedoch können einige Aussagen auch mehreren Kategorien zugeordnet werden, da es oftmals keine eindeutige Differenzierung gibt. Dabei sind jedoch schon einige interessante Erkenntnisse zu beobachten. Die Namen der Gesprächspartner werden jeweils in Großbuchstaben dargestellt. Die Aussagen sind dabei in kursiver Schrift dargestellt. Der anonyme Gesprächspartner unter GP4 angeführt.

9.1 Kategorie A: Alter, Ausbildung, Arbeitsverhältnis, Berufsdefinition

Alle vier Gesprächspartner sind zwischen 25 und 35 Jahre alt und in Österreich geboren sowie aufgewachsen. Damit sind sie ca. 10 Jahre jünger als der in der repräsentativen quantitativen Studie von Dimitriou und Sattlecker erhobene Durchschnitt. Somit fallen sie nicht in die von Dimitriou und Sattlecker attestierte „Veralterung“ des Berufsfeldes, sondern zählen zu der jüngeren Generation (siehe ebd., 2011, S.86f).

Alle vier Gesprächspartner sind im Printjournalismus tätig und arbeiten seit geraumer Zeit für ihr Medienformat. Damit fallen sie in die erhobenen 73,6 % jener österreichischen Journalisten, die ebenfalls bei einer Zeitschrift oder einer Zeitung angestellt sind (siehe ebd., S.99). KLEIN arbeitete hierbei aber auch streckenweise im Bereich Internet: *„Dadurch, dass ich damals im Studium war und das wirklich zeitintensiv war, wollte ich lieber ins Internet gehen und das geringfügig machen.“* Dies ist bereits ein Indiz für die in Kapitel III angesprochene Veränderung des Journalismus durch das Internet. KLEIN verweist indirekt darauf, dass hier Schnelligkeit gepaart mit einer hintergrundärmeren Arbeit verbunden ist. Darauf wird aber in der Kategorie B2 nochmal eigens eingegangen. KRUTZLER betreut zudem die Umweltseite beim *DerStandard*. ROSENBERG unterrichtete hingegen bis vor einem Jahr ebenfalls an der Universität Wien und beschäftigte sich unter anderem mit dem Nationalsozialismus. Dies zeigt bereits in einer ersten Annäherung, dass die genannten Sportjournalisten nicht nur Erfahrungen und

Wissen in anderen Bereichen sammeln und sich dort ausbilden, sondern auch Interesse an verschiedenen Themenschwerpunkten hegen und von dessen Wichtigkeit überzeugt sind. *„Möglicherweise sollte man da noch sehr viele Sachen nebenher machen. Es geht hierbei aber auch um Qualität“*, so KRUTZLER. Dazu bestätigt dies bereits in einem ersten Schritt die von Weischenberg (1990) erforderliche soziale Kompetenz, sprich eine bestimmte Kenntnis von Grundlagenfächern (vgl. Weischenberg, 1990, S.25f).

ROSENBERG macht dies auch sehr deutlich, indem er auf die verschiedenen Arbeitsbereiche seiner Redaktion verweist und bereits zeigt, dass, wie in Kapitel 3.1 beschrieben, eine genaue Definition des Berufsfeldes nicht wirklich möglich ist: *„Wir haben viele Leute von der Uni bekommen. Das sind dann Leute, die sich vielleicht auch noch als Historiker, Politikwissenschaftler oder was auch immer verstehen. Nebenbei sind sie auch Sportjournalisten, oder umgekehrt.“*

Auch KRUTZLER ist sich der Definition nicht sicher: *„Nur weil man sich für Sport interessiert, ist man deswegen nicht ein Sportjournalist. Und auch nicht nur wenn man eine Zeitung macht und dafür schreibt. Also das ist keine Berufsgruppe die geschützt ist. Sie können sich auch als Journalist bezeichnen.“* Was einen Sportjournalisten ausmacht, darauf wird in der Kategorie B2 eingegangen.

Wie 76,4% der österreichischen Sportjournalisten (siehe Dimitriou/Sattlecker, 2011, S.93) sind auch die Gesprächspartner der vorliegenden Arbeit durch die freie Mitarbeit, sowie aber auch Volontariate und Praktika zum Journalismus gekommen. KLEIN und ROSENBERG absolvierten hierbei aber auch Journalistenausbildungen. Demzufolge kann nicht das in den 70er Jahren attestierte Bild des Sportjournalisten ohne Ausbildung (vgl. ebd., S.94) bestätigt werden. Hier scheint sich durchaus ein Wandel hin zu breiter gefächerten Ausbildungsschwerpunkten, sowie aber auch Interessensschwerpunkten entwickelt zu haben. Die Ressortverteilung ist jedoch bis auf KRUTZLER recht konstant. Alle Journalisten arbeiten wie die Hälfte der befragten österreichischen Sportjournalisten (vgl. ebd., S.104) vorrangig im Bereich Sport. Bis auf KRUTZLER beschäftigen sich auch alle vorwiegend mit dem Fußball. Die Rollenverteilung in den jeweiligen Medienformaten ist bei den vier Gesprächspartnern hingegen breit gestreut. Während ROSENBERG Chefredakteur seines Mediums ist, gehen KRUTZLER und GP4 einer

Festanstellung nach. KLEIN bildet hier als freier fixer Mitarbeiter eine Sonderrolle. Demzufolge zeigt sich hier auch eine breite Verteilung im Rahmen der Erhebung von Dimitriou und Sattlecker. Bei deren Erhebung gaben 45% der männlichen Journalisten an, einer Festanstellung nachzugehen, 19% hingegen einer festen freien Mitarbeit.

9.2 Kategorie B

9.2.1 Kategorie B1: soziale Kompetenz des Sportjournalismus

Alle vier Gesprächspartner attestieren dem Sportjournalismus eine hohe soziale Kompetenz aufgrund verschiedener Ausprägungen. Dies begründen alle Vier unter anderem durch eine generelle hohe Relevanz des Sportes, wie auch in Kapitel I und II erläutert. GP4 beschreibt es folgendermaßen: *„Ich würde schon sagen, dass es relevant ist, weil der Sport einen wesentlichen Teil in unserem allgemeinen Leben ausfüllt und in gewisser Weise auch ein kleiner Mikrokosmos ist. Er bildet auch vieles ab, was in unserer Gesellschaft passiert.“*

KLEIN fasst hier den Sport ebenfalls recht generell, aber durchaus deutlich zusammen: *„Sport ist einfach einer der besten Spiegelbilder der Gesellschaft.“*

ROSENBERG zeigt die Verbindung von Sport und Gesellschaft durch deren Entwicklung: *„Ich glaube auch, dass Sport und Freizeit und Sport im generellen, einen anderen gesellschaftlichen Stellenwert bekommen hat. Fußball ist jetzt [...] nicht mehr so stigmatisiert als der, ich nenn es mal Proletensport, [...]. Dies war zum Teil in den 90er viel stärker. Ich glaube das sieht man auch [...].“* Um die gesellschaftliche Bedeutung zu untermalen, nimmt ROSENBERG die in Kapitel V beschriebene Kultur der Ultras her und charakterisiert dabei das Stadion als Freiraum jugendlicher Kreativität: *„Wenn man sich nur anschaut, was die Ultrabewegung, die in Österreich zwar klein ist, alles bewegt hat. Es herrscht aber diesbezüglich ein tendenzielles Wachstum. Das ist dann etwas, was auch gesellschaftspolitisch total spannend ist.“*

KLEIN glaubt, dass es besonders beim Thema Fußballfans heikel wird, weil *„es schnell über den reinen Sportjournalismus darüber hinausgeht. Es spielen dann wirklich ganz viele Entwicklungen aus der Gesellschaft mit und irgendwie muss man das als großes Ganzes betrachten.“*

KRUTZLER vergleicht hier, auch wenn indirekt, das in Kapitel II angesprochene Verhältnis von Infotainment und Entertainment der Sportberichterstattung: *„Natürlich ist Sport Show teilweise, eine super Show, wenn wir z.B. Schladming anschauen, das ist eine super Show. Aber wie du dahin kommst dass du diese Show machst, das ist doch auch interessant, was hier dahinter steckt. Ich meine mit gesellschaftlicher Verantwortung ist Sport Gott sei dank wichtig.“*

Auch ROSENBERG weitet die Bedeutung des Sportes aus, indem er sie mit der Relevanz in der Medienberichterstattung fest macht: *„Dem Sport werden mittlerweile in ganz unterschiedlichen Medien und unterschiedlichen Formen mehr Bereiche und Platz eingeräumt.“*

GP4 veranschaulicht dies am Beispiel der in Griechenland geschehenen Fankrawalle in einem europäischen Fußball- Bewerb zwischen der griechischen Mannschaft Paok Saloniki und der österreichischen Mannschaft SK Rapid Wien: *„Aber da merkt man einfach, dass der Sport von allem Anderen nicht getrennt zu betrachten ist. Es ist kein Zufall, dass in einer gewissen Lage dann auch dort was passiert. Das hätte jetzt nicht sein müssen, aber man spürt dann einfach, dass der Sport auch teilweise ein Ventil dafür ist. [...] Deswegen hängt das alles miteinander zusammen. Und deswegen ist der Sport auch sicher für jede Art von Berichterstattung relevant.“*

Bezüglich des Fußballs und dessen Berichterstattung bezieht sich KRUTZLER wieder auf die gesellschaftliche Relevanz: *„Fußball ist ein gesellschaftliches Phänomen, da gehen ja tausende von Leuten ins Stadion. Aber gute journalistische Arbeit ist wichtig.“*

ROSENBERG glaubt zudem an eine starke Veränderung des Sportes, welche sich infolgedessen auf die Arbeit des Sportjournalismus auswirkt: *„Sport hat insgesamt eine Veränderung erlebt. [...] insgesamt ist die gesamte Medienberichterstattung über Fußball viel stärker geworden. Fußball wird, und das ist auch schon eine überstrapazierte Floskel, immer stärker durch professionalisiert und auch durch kommerzialisiert.“*

KRUTZLER bezieht sich im Zusammenhang mit der Entwicklung des Sportjournalismus auf die Pflichten des Sports: *„Wobei sollte man den Sport nicht nur als Wettbewerb sehen. Es gibt so viel dahinter.“* *„Deswegen hat der Sport auch wirtschaftliche Pflichten zu erfüllen. Diese zu beobachten find ich genau so interessant wie den Wettkampf zu beobachten.“*

KLEIN geht hier einen Schritt zurück und beharrt auf die Ausformung des Sportes selbst: *„Schade ist einfach, dass der Sport an sich aus den Augen verloren geht. Aber ich glaube es ist immer ein Unterschied ob du den Sport selber ausübst, oder ausgeübt hast.“* KLEIN ist aber auch der Ansicht, dass der Sportjournalismus dabei natürlich eine soziale Funktion innehat. Auch wenn er seine Hauptrolle nicht darin sieht, Leute zu erziehen, weißt er der Funktion eine wichtige Rolle zu und untermalt dies mit der Vermittlung von Werten: *„[...] ich denke mir schon, dass es wichtig ist eine bildende Funktion zu übernehmen. Man sollte eigentlich schon so etwas wie Werte vermitteln. Es ist halt dann immer die Frage, ob Werte die gleichen sind, die Andere haben. Ich denke es gibt in einer Gesellschaft aber allgemeingültige Werte. So wie Fairness. Oder dass es egal ist, ob man schwarz, weiß, oder welche Hautfarbe auch immer man hat, ist. Ganz allgemeine Grundsätze. Die kann man über den Sport auch ganz super transportieren.“*

Bezüglich des Fußballs und dessen Berichterstattung bezieht sich KRUTZLER wieder auf die gesellschaftliche Relevanz und beharrt auf Qualität: *„Fußball ist ein gesellschaftliches Phänomen, da gehen ja tausende von Leuten ins Stadion. Aber gute journalistische Arbeit ist wichtig.“*

Auch bei Dimitriou und Sattlecker wiesen die Befragten der Fairness und der Integrationsfähigkeit eine hohe Rolle zu (vgl., ebd., S.125).

9.2.2 Kategorie B2: Aufgaben eines Sportjournalisten

KLEIN sieht in seinen Aufgaben als Sportjournalist einen Mix aus Unterhaltung und Information. Seine primären Aufgaben als Printjournalist sieht er jedoch in mehreren Bereichen und bezieht sich auf die vorhin erwähnte Vermittlung von Werten und Inhalten: *„Schauen was wirklich stimmt, was dran ist. Zusammenfassen, sprachlich gut darstellen, mit Bildern. Das zu vermitteln irgendwie.“* Jedoch ist er der Ansicht, dass der Sportjournalismus, zumindest bei der *SportWoche*, zum großen Teil Unterhaltung ist, *„weil der Großteil der Rezipienten es als Unterhaltung sieht, wenn sie Sportgeschichten lesen. Informieren tust du sowieso, indem du neue Sachen erzählst.“* So kann die Form des Sportjournalismus auf einer Rezipienten Ebene geführt werden, bei dem es unter anderem darum geht, was der Leser sich vom Medium erwartet.

KLEIN glaubt zudem im Zusammenhang mit der Berichterstattung über Fans, dass dem Leser auch ein Mehrwert geboten werden muss, damit er es auch liest: *„Ich würde schon sagen, dass nur faktische Berichterstattung irgendwie zu wenig ist.“*

Auch GP4 ist dessen Ansicht: *„Auf jeden Fall geht es in erster Linie um Information. Soll aber durchaus auch eine Unterhaltung dabei sein. Also so eine ganz knochentrockene Information ist glaub ich in einer Printzeitung nicht mehr angebracht.“*

ROSENBERG bezieht sich in seiner Definition der Aufgaben eines Sportjournalisten vorerst stark auf die Relevanz eines Mediums (dazu mehr in der Kategorie B3). Jedoch dann nennt er einige prinzipielle Aufgaben, die für ihn einen guten Journalisten ausmachen. Ganz im Sinne der vier Kompetenzen von Weischenberg (siehe Kapitel 3.3): *„Geschichten behandeln, die er auf Grund verschiedener Parameter für relevant hält.“ „Etwas zu erzählen und zwar so zu erzählen, dass das Leute auch interessant finden. Egal welche Zielgruppe man damit jetzt ansprechen möchte.“*

GP4 ist jedoch auch die Glaubwürdigkeit einer Geschichte wichtig: *„Aber es muss halt einfach mehr dabei sein als nur die Info. Wenn das jetzt so ausartet, dass man irgendwelche Stories erzählt, die nicht mehr der Wahrheit entsprechen, ist das auch nicht gut. Weil meiner Meinung nach ist schon die Glaubwürdigkeit ganz zentral.“*

KRUTZLER verweist hier auf eine sorgfältige Arbeit ganz im Sinne der Definition von Schaffrath (siehe Kapitel 2.2): *„Da wird ein großer Schwerpunkt drauf gelegt, dass es eine ordentliche Arbeit ist. Also ohne Check, Re-check, Double-check geht bei uns gar nichts. Also wenn wir vertrauliche Informationen haben dann werden die einfach zwei bis dreimal gegengecheckt.“* Vergleichen wir genannte Aussagen mit der Studie von Dimitriou und Sattlecker, können wir sehen, dass die Gesprächspartner auch hier zum Durchschnitt der österreichischen Sportjournalisten zählen. Laut jener Erhebung ist es der Hälfte der untersuchten Personen primär wichtig, Rezipienten zu informieren, Sachkomplexe zu vermitteln und Missstände aufzudecken (siehe ebd. S.113). Keiner der Gesprächspartner nannte jedoch die dritte Kategorie „Missstände aufdecken“ von Dimitriou und Sattlecker. Dies kann jedoch mit einer notwendigen kritischen und hintergrundbezogenen Berichterstattung gedeckt werden.

GP4 dazu: „Bei uns ist es glaube ich ganz wichtig, dass wir Hintergründe liefern.“
„Also einfach den Leuten einen Mehrwert liefern.“

Auch ROSENBERG ist es ganz wichtig, dass in den Arbeiten seiner Redaktion mehr Hintergründe geliefert werden: „Mehr Hintergrundinfos. Also das heißt nicht nur aus einer Perspektive.“ Hierbei beharrt ROSENBERG generell auf eine gute mehrspurige Recherche: „Grundlegende Recherche zum Beispiel. Das sind natürlich oft stilistische Sachen. Aber eben auch einen Zugang wählen, wo man verschiedene Seiten betrachtet. Wo man versucht, auch wenn es vielleicht nur im Kleinen geht, umfassend über die Dinge zu berichten und da auch fair zu sein.“

Für GP4 spielt hierbei der Wahrheitswert eine große Rolle: „Also wir erzählen Geschichten, die halt stimmen sollten. Aber wie vorhin erwähnt, ist es wichtig, dass das nicht die Grundinformation ist, weil sonst kann man die Leute glaub ich nicht dazu bringen für ein Print-Produkt Geld auszugeben.“ Auch bei Dimitriou und Sattlecker wird der gründlichen Recherche in Beiträgen die größte Relevanz zugewiesen (siehe ebd., S.140).

Interessant zu beobachten ist, dass die bei Dimitriou und Sattlecker relativ unbedeutende Kategorie der Unterhaltung (siehe ebd. S.114) bei den Gesprächspartnern dieser Studie doch einen, wenn nicht den wichtigsten Grund, einnimmt. Dies widerlegt auch dem von Dimitriou und Sattlecker attestierten Verlust jener Aufgabe (vgl. ebd., S.114). Hier muss aber auch immer wieder auf die Ausgewogenheit von Unterhaltung und Information verwiesen werden.

KLEIN glaubt sogar, dass es Berufskollegen gibt, die jene Funktionen aufgrund der Macht und des Einflusses total verloren haben: „Da gibt es Leute, die haben schon lange ihre Rolle als Journalisten verloren. Objektiv berichten und Inhalte vermitteln. Aber die machen teilweise so wie es Ihnen passt und wo sie die größten Vorteile rauschlagen können. Das wäre vielleicht noch eher zu ertragen, wenn da nicht die Macht dahinter wäre.“ Vergleichen wir dies mit der Studie von Dimitriou und Sattlecker, können wir auch sehen, dass in Österreich anderen Kollegen mittlerer redaktioneller Ebene eine recht großer Einfluss zugewiesen wird (vgl., ebd., S.120). Jedoch glauben österreichische Sportjournalisten, dass der größte Einfluss immer noch von der Chefredaktion und journalistischen Leitlinien ausgeht.

KRUTZLER ist es wichtig, in Zusammenhang mit Agenturinformationen seinen Arbeiten eine eigene Richtung zu geben: *„Wir haben Agenturen, die sehr viele Geschichten vorschlagen. Also sozusagen die Thematiken vorgeben, worüber sehr viel berichtet wird. Das gilt es natürlich zum Halten, aber auch eigene Geschichten, eigene Scherbungen zu setzen, über die dann auch vielleicht danach berichtet wird.“* Hier folgt er genau der von Schaffrath erstellten Definition eines Sportjournalisten (siehe Kapitel 3.2).

ROSENBERG steht Agentur-Meldungen wesentlich kritischer gegenüber und bezieht dies zum Teil auf den Boulevardjournalismus: *„Das ist jetzt meine Unterstellung, aber im Journalismus oder im Mainstream-Journalismus kommt sehr oft nur eine Perspektive vor. Das ist halt die Perspektive zu der es am einfachsten Zugang gibt. Das heißt, es ist oft die Agentur-Perspektive, welche ja auch oft die Grundlage für viele Artikel ist, die publiziert werden.“* *„Ich glaube wenn man mehr erzählen will, dann braucht man halt einen tieferen Zugang und eine detaillierte Recherche und auch Standpunkte.“* Mit dieser Aussage untermauert er die Meinung von Hauer (2012), die ebenfalls glaubt, dass der Großteil der Journalisten Agenturtexten folgt und demzufolge der eigenen Recherche weniger Aufmerksamkeit schenken (siehe Kapitel 3.2).

9.2.3 Kategorie B3:Medienlandschaft und deren Veränderung bezüglich journalistischem Handeln

ROSENBERG macht von Anfang an klar, dass die journalistische Arbeit stark von der Art des Mediums abhängt: *„Ich glaube es kommt immer sehr stark auf das Medium an. Also da sind immer Fragen wichtig wie: wen will ich erreichen? Habe ich die Mittel dazu, diejenigen die ich erreichen will auch so zu erreichen wie ich will und kann?“* Dies artikuliert sich laut ihm auch in der Art des Zuganges zu einem Thema und bezieht sich auf den in Kapitel III behandelten Faktor Zeit: *„Auf der anderen Seite gibt es halt die Medien, wie unseres, die nicht unter einem solchen Zeitdruck stehen und auch nicht auf diese aktuelle Berichterstattung eingehen.“* KRUTZLER verweist diesbezüglich auf die Schnelligkeit in der journalistischen Arbeit und zieht eine Parallele zur Berichterstattung über Fans: *„Man muss als Journalist schnell arbeiten und da hängt es auch oft von Aktualität ab. Trotzdem probiert man diese Qualitätsmerkmale zu verfolgen, also die*

Gegenseite anzuhören und sonst soll ein Bericht einfach nicht erscheinen, ganz einfach.“

GP4 nennt im Rahmen der technischen Umstellung im Tagesjournalismus ebenfalls die Schnelligkeit: *„Grundsätzlich bin ich ein Print-Journalist. Nachdem das aber immer stärker verzahnt ist, gehen meine Artikel auch alle online. Und es gibt teilweise Artikel, die ich bewusst nur für Online schreibe. Wenn es jetzt nur um schnelle, kurze Infos geht, dann schreibe ich für die Online-Kollegen schnell was zusammen.“*

Bezüglich der Umstellung durch das Internet, meint ROSENBERG: *„Dass online ganz anders funktioniert als print, das ist ja ganz klar“*. Gleichzeitig zeigt er, wie dies in seiner Redaktion funktioniert: *„Wir haben im Online-Bereich auch nicht diese Tagesaktualität, die heutige Onlinemedien bzw. Tagesmedien haben. Also stündliche Aktualität oder sehr schnelle Aktualität die ja Onlinemedien auszeichnet.“*

GP4 behauptet aber, dass sich diesbezüglich für ihn in der Arbeit nicht viel ändert: *„Also die Quellen und Recherchemethoden sind die Gleichen. Es geht nur um das Veröffentlichungstempo.“*

KLEIN stützt sich generell auf Österreich und bezieht sich auf die journalistische Ausbildung: *„Österreich ist halt ein ganz spezielles Medienpflaster, ganz eigen, so dass das dann in der Realität oft ganz anders aussieht.“*

ROSENBERG glaubt aber, dass es kritischere Medien in der Medienlandschaft eher schwer haben: *„Gerade in der Medienkritik sind das keine kleinen Kontrahenten die man da hat. Das sind Verlagshäuser, die Millionen oder Hunderttausende Auflagen haben, von denen wir nur träumen können. Die haben eine Reichweite, von der wir nur träumen können.“*

KLEIN glaubt hingegen, dass es für einen Sportjournalisten keinen Unterschied machen sollte, für welches Medium er arbeitet, betont aber die Merkmale der SportWoche, welche auch in Kapitel VIII erhoben wurden und bezieht sie auf die Art der Berichterstattung: *„Die SportWoche hat viele junge Leser. Wir sind nicht die Bravo Sport und wir sind auch nicht der Spiegel Sportteil. Irgendwie so mittendrin. Ich z.B. ein großer Gegner davon – wir haben eine junge Leserschicht – dass man das ganze ‚verdodelt‘ quasi. Oder nur noch auf Styling oder sowas*

aufhängt. Im Endeffekt dürfte meiner Meinung nach kein großer Unterschied darin sein, für was ich schreibe.“

Jedoch hebt KLEIN eindeutig den Unterschied zwischen Wochenmagazin und Monatsmagazin heraus und beschreibt es folgendermaßen: *„Z.B. die großen Fangeschichten, die machen wir einfach im Sportmagazin. Da ist viele mehr Platz. Da kannst du dreimal so viel Text schreiben, du kannst ganz anders arbeiten.“* Zusammenhängend betont er ebenfalls die Komplexität des Themas: *„Fußball und Fans, das ist so vielschichtig. Ich denke da braucht man viel Platz um das entsprechend zu erklären und darstellen zu können.“* Dabei betont er erneut den Machtkampf mit anderen Mitbewerbern und bezieht sich auf das Monatsmagazin *Ballesterer FM*: *„Irgendwie brauchst du halt irgendwas mit dem du dich abhebst von den anderen. Der Ballesterer z.B. macht das super gut. Mit geiler Recherche, geile Hintergrund-Berichte usw.“*

ROSENBERG glaubt hier, dass sein Magazin (siehe Kapitel VIII) mit einer anderen Struktur, nicht so arbeiten könnte, wie es zurzeit der Fall ist: *„Wenn wir unter den momentanen Voraussetzungen wöchentlich erscheinen müssten, dann würden wir einfach nicht erscheinen. Aber wenn wir eine andere Struktur hätten, würde es anders aussehen.“* In weiterer Folge bezieht er dies auf die Art der Berichterstattung: *„Wir wollen die Möglichkeit haben, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Ich glaube aber, dass das als Wochenmagazin wahrscheinlich für die Leser nicht so funktionieren würde.“*

ROSENBERG glaubt zudem an eine fundamentale Entwicklung im Sportjournalismus und verweist auf die Verstrickung von Medien und Sport: *„Ich glaube, dass es im Sportjournalismus jahrelang gang und gebe war zu sagen: ‚Ok das ist der Sport und das ist eine Welt die nach eigenen Regeln funktioniert und die irgendwie auch ein bisschen außerhalb der Normalwelt steht‘. Infolgedessen bezieht er es auf den in Kategorie C1 eingegangene Fangewalt in der Sportberichterstattung: *„Ich glaube, wenn dort dann Dinge passieren, die nicht aus dieser rein sportlichen Welt stammen und geschehen, dass sich dann gerade Sportjournalisten, die sich vielleicht jahrelang damit auseinandergesetzt haben, das nicht begreifen können und somit Schwierigkeiten damit haben.“**

KLEIN charakterisiert die Medienlandschaft bezüglich der Berichterstattung zu Fußballfans folgendermaßen: *„Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist in*

Konkurrenz mit dem Privatfernsehen, Qualitätsmedien in Konkurrenz mit Boulevardmedien und so. Darum kommt es zu dieser grauslichen Vermischung, glaube ich.“

GP4 glaubt an einer Veränderung des Sportjournalismus bezüglich der in Kategorie B1 erläuterten sozialen Kompetenz: *„Also ganz rein zu sagen: ‚ich mach nur den 0815 Sport und nix links nix rechts‘, das geht glaub ich nicht mehr. Vielleicht machen das manche Kollegen oder so, das hat sicher keine Zukunft.“*

ROSENBERG betrachtet dies geschichtlich und glaubt an einem Wandel im 21.Jhd. bezüglich der Fußballberichterstattung: *„Gerade in der Zwischenkriegszeit, wo der österreichische Fußball eine Vorreiterrolle hatte, gab es sehr viel Feuilleton- Journalismus zum Fußball. Ich glaub, dass das eigentlich seit 2000 ein Revival hat und dass das auch wahrscheinlich daran liegt, dass der Fußball insgesamt mehr und auch breitere Schichten anspricht.“*

Die Gesprächspartner attestieren so dem Sportjournalismus eine durchaus zu erkennende Veränderung. Zudem berufen sie sich auf die Art des Mediums, welches sichtlich Einflüsse auf die Art der Berichterstattung hat. Die Veränderung des Internets scheint dabei auch im Journalismus angelangt zu sein.

Die Studie von Dimitriou und Sattlecker zeigt uns, dass jene befragten Journalisten in Zukunft an einen guten Mix zwischen Unterhaltung und Information glauben, bei dem jedoch Kommerzialisierung und Boulevardisierung nicht im Vordergrund steht (siehe ebd., S.156). Jedoch wird dem Internet, nach dem Fernsehen die bedeutendste Rolle zugewiesen (siehe ebd., S.159). Dies widerspiegelt sich auch durch einen Blick auf die Arbeit unserer Gesprächspartner.

9.3. Kategorie C

9.3.1 Kategorie C1: Gewalt in der Sportberichterstattung

KRUTZLER ist der Meinung, dass über Gewalt und Zuschauerausschreitungen durchaus berichtet werden sollte. Er sieht keine Alternative darin, nicht darüber zu berichten. Dies begründet er folgendermaßen: *„Es kommt drauf an, was man damit erreichen will. Will man einen Diskurs darüber erreichen, muss man darüber*

schreiben. Will man Sachen verschweigen? Nein, als Journalist tut man das nicht, Verschweigen.“

Auch KLEIN findet, dass darüber berichtet gehört, jedoch immer mit einem kritischen Auge: *„Das muss auch das Ziel von uns Medien eigentlich sein. Auch von Sportjournalisten. Den Leuten zu erklären und vermitteln und schildern, wie das ist. Auch wenn das ein Bereich ist, der über den reinen Sportjournalismus hinaus geht, dann ist das aber trotzdem deine Pflicht als Sportjournalist, dich damit auseinanderzusetzen.“*

ROSENBERG sieht darin ebenfalls ein Problem: *„Das Problem ist, dass viele Medien bei Themen wie Pyrotechnik, Gewalt etc. die Diskussion erst gar nicht anfangen.“*

GP4 ist sich bei Fanausschreitungen nicht wirklich sicher, ob es immer zum Sport gehört, jedoch: *„Wenn es auf einem Fußballfeld passiert, dann ist das für mich schon Sport.“* Die Grenzen der Ansiedlung sind bei ihm aber nicht ganz klar, sodass es für ihn bedeutend ist, dies auch immer mit seiner Redaktion abzuklären, ob es jetzt in die Sportberichterstattung fällt, oder nicht. Jedoch ist er auch KRUTZLERS Ansicht, dass man über Fanausschreitungen berichten kann: *„Aber grundsätzlich wäre es falsch zu sagen, man berichtet nicht darüber. Weil dann könnte noch was Schlimmeres passieren.“ „Aber von Totschweigen halte ich persönlich nichts.“*

KRUTZLER glaubt, dass Informationen über Gewalt durchaus wichtig sein können: *„Ich glaube auch das Informationen über Gewalt aufklären können.“* Hiermit zeigt sich wieder die bildende Funktion des Sportjournalismus, indem im Rahmen eines Fußballspieles auch Ereignisse passieren können, die auf einer sozialen Ebene behandelt werden müssen und somit auch eine Bildungsfunktion inne haben können. Zudem glaubt KRUTZLER, dass es bei Fanausschreitungen durchaus legitim ist darüber zu berichten, weil sich Personen (Beispiel „Hass-Griechen“, siehe Kapitel I) dabei unter anderem in den Vordergrund stellen. *„Aber wenn sich eine Person ins öffentliche Interesse stellt, wie in dem Falle, ist sie eine Person des öffentlichen Interesses geworden, weil sie sich so sehr in den Vordergrund gestellt hat. Da kann man über sie berichten. Die Anonymisierung muss aber trotzdem gewahrt werden.“* Dabei findet es KRUTZLER jedoch wesentlich interessanter, warum solche Sachen passieren und nicht wie sie passieren. Am Beispiel einer Reportage über Gewalt bei der Fußball-

Europameisterschaft im Jahre 2012, an der er gearbeitet hat, wollte er ebenfalls einer gängigen Stereotypisierung von, in dem Falle Hooligans, entgegen wirken: *„Es war jetzt natürlich kein Soziodrama, aber eine Reportage, die zeigen soll, dass es nicht die üblichen Personen sind, die sich hier schlägern, sondern es auch ganz andere Personen sein können.“*

KRUTZLER glaubt am Beispiel der Verwendung von Pyrotechnik, welche beim Fußball durch die Berichterstattung kriminalisiert wird, beim Skisport jedoch als positiv dargestellt wird, an einen Appell an die Medien: *„Man müsste vielleicht die Medien dazu etwas mehr sensibilisieren.“* *„Möglicherweise sollte man das etwas mehr thematisieren, nicht so ausweiten.“*

KRUTZLER ist der Meinung, dass wenn es im Rahmen von Fußball zu Fanausschreitungen kommt, es durchaus wichtig ist, mit Informationen der Polizei zu arbeiten: *„Also natürlich muss man mit der Polizei gearbeitet werden. Also wir haben auch eine Pressestelle, wo es offizielle Meldungen gibt. Mit denen muss man zusammen arbeiten, sonst kommt man gar nicht an die Meldungen ran. Aber wenn sich Ereignisse und Fakten nicht überprüfen lassen, muss die Polizei als Quelle angegeben werden.“*

Auch GP4 teilt bei Zweitem KRUTZLERS Meinung: *„Also ich finde man muss ganz klar drauf hinweisen, wer die Quelle ist. Man kann das nicht einfach eins zu eins übernehmen.“*

ROSENBERG steht dem wiederum etwas anders gegenüber und glaubt nicht unbedingt, dass man auf Informationen der Polizei angewiesen ist: *„Wenn man jetzt auch von Fankultur spricht, ist ja Gewalt nur ein Teilaspekt davon und Vorfälle wo man tatsächlich Polizeimeldungen benötigt sind eher in der Minderheit.“* *„Vor allem ist die Polizei jetzt nicht ein Ansprechpartner den wir sehr häufig in Anspruch nehmen.“* Gleichzeitig verweist ROSENBERG aber auf die gängige Berichterstattung: *„Meistens ist es aber so, dass die aktuelle Berichterstattung schon auf deren Aussagen aufbaut.“* Am Beispiel eines Platzsturmes von Fußballfans im Rahmen eines österreichischen Fußballspieles macht er deutlich, wie er hierbei arbeitet und bezieht sich auf die Aussagen verschiedener Involvierter. Hier zeigt er wieder, wie wichtig eine mehrspurige Perspektive ist.

Auch GP4 sagt dazu: *„Aber man muss schon aufpassen und kritisch sein. Darum versuche ich am besten beide Seiten zu hören. Also sowohl die beteiligten Fans, sowie die Polizei als auch die Vereine.“*

KLEIN legt hingegen in Zusammenhang mit Fanausschreitungen die Verantwortung in die Hände der Chefredakteure: *„Ich glaube das liegt eher an der Verantwortung von Chefredakteuren, Herausgeber etc., die da den Blick drauf haben und die Redakteure leiten. Das passiert in Wirklichkeit, glaube ich, leider nur sehr selten.“*

9.3.2 Kategorie C2: Die journalistische Arbeit mit den Fans: die Vermittlerrolle

ROSENBERG sieht hier vorerst ein grundlegendes Problem: *„Bei Fanthemen kommt es sehr oft vor, dass nur eine Seite dargestellt wird. Hierbei wird ja meistens ohne Fans diskutiert. Diskussionen werden ohne sie geführt. Artikel kommen ohne Fanstimmen aus. Ich glaube, dass man hier auch ein gewisses Missverständnis erkennt.“* Richtungsweisend gibt er gleich mal einen Lösungsansatz: *„Es muss eigentlich vor allem in diesen Themen gezeigt werden, wen die Fans eigentlich repräsentieren, wer sie sind und wer eigentlich über Fans redet.“* Zudem bezieht es ROSENBERG nicht nur auf die Medien sondern auf die Gesellschaft: *„Also ich glaube dass Fußballfans in der Öffentlichkeit eine sehr zwiespältige Rolle haben, weil sehr stark zwischen guten und Bösen Fans getrennt wird.“*

KRUTZLER glaubt auch, dass es durchaus gut sein kann, wenn man versucht an Informationen seitens der Fans zu gelangen, wenn dies möglich ist: *„Wenn man mit denen einen Kontakt stellen kann und die wollen eine Stellung dazu nehmen, dann wird die auch genommen. Nur wenn sie sagen, die wollen keine Stellung nehmen, dann wird das auch geschrieben.“* Gleichzeitig verweist er aber auch auf die Schwierigkeit, überhaupt an Informationen zu gelangen: *„Es ist schon schwierig mit denen in Kontakt zu treten. Also sie sind nicht so scharf drauf in der Öffentlichkeit zu stehen. Daher ist es schon recht schwer die zweite Seite völlig richtig zu zeigen.“* Zusammenhängend gibt er an, wie umgegangen werden soll, wenn man keine Informationen erhält: *„Man muss alles unternehmen um die zweite Seite beleuchten zu können. Wenn es nicht funktioniert von denen direkt an*

Informationen zu kommen, muss man alle Informationen hinnehmen die man sonst über diese Gruppierung so sammeln kann. Das muss auch so ausgewiesen werden. Wenn die Person selber nicht Stellung nehmen will, dann muss man das auch anführen. Das nicht anzuführen, wäre journalistisch bedenklich.“ Er spricht hier aber ebenfalls von journalistischen Problemfällen, macht es aber wie bereits erwähnt, an der Aktualität fest.

ROSENBERG zeigt, dass eine bestimmte Art der Berichterstattung bereits von KRUTZLER genannte Schwierigkeiten beseitigen kann: *„Ich würde sagen, dass es für uns einfacher ist als für alle Anderen. Ich glaube das liegt daran, dass wir einen Zugang haben bei dem irgendwie klar ist, dass wir fair sind und das wir, gerade was Fanthemen betrifft, nicht in die Mainstream Berichterstattung abdriften und schnell mal irgendwo hingehen.“* Jedoch schlägt er eine gewisse Schwierigkeit nicht aus: *„Ich glaube auch, dass für die Fanbewegung oder die organisierte Fanszene Abgrenzung natürlich wichtig ist. Alles was identitätsstiftend ist und nicht gerade zusammen passt, ist heikel.“* Zudem verweist er auch auf die länderspezifischen Unterschiede: *„Gleichzeitig ist es halt von Land zu Land unterschiedlich. Es gibt dort Gruppen, die mit mehreren Medien reden und teilweise gibt es halt Gruppen die total abblocken. Das haben auch wir zum Teil stärker zu spüren bekommen.“*

GP4 bezieht dies auf eine persönliche Ebene: *„Wenn man sie persönlich kennt, und einen gewissen persönlichen Zugang hat, dann ist das ganz was anderes, als wenn man irgendwo anonym in einer Redaktion sitzt und die Leute eigentlich gar nicht kennt oder nur den Namen kennt.“* Er spricht hier von einem Vertrauensverhältnis, das aufgebaut werden muss. Dabei betont er auf einen respektvollen Umgang miteinander, ohne jegliche Rollenverteilung: *„Ich will den Menschen auf Augenhöhe begegnen und ich will sagen können, dass ich an ihnen interessiert bin. Ich kann nicht alles gut heißen was da passiert ist, aber ich möchte wissen, wie es dazu kommt.“* Dazu betont er jedoch, dass dies sehr viel Zeit in Anspruch nimmt, um solch eine Vertrauensbasis zu schaffen. *„Dann habe ich über die Jahre gemerkt, dass das sehr lange dauert. Jedoch öffnen sich über die Jahre hinweg die Leute und sprechen auch mit einem. Was ja auch teilweise unter diesen Fankreisen schwer umstritten ist.“* Jedoch ist er der Ansicht, dass ein Interview mit, nach ihm definierte „Hardcore-Fans“ immer noch nicht möglich ist. *„Das ist glaub ich die rote Linie, wo sie nicht drüber hinweg können. Was sie aber*

schon gemerkt haben, ist, dass es für sie nicht das schlechteste ist, wenn sie auch kommunizieren.“ Jedoch sieht GP4 seine Aufgabe und Funktion doch beschränkt und glaubt, dass es eine zu große Bürde wäre, bei Problemen zwischen Fans und Öffentlichkeit als Vermittler zwischen jenen Fronten zu dienen: *„Aber ob in irgendeiner Form Journalisten diesen Grundstein zwischen diesen Seiten ausgleichen können, das ist wahrscheinlich zu viel verlangt.“*

KLEIN macht an einem Beispiel, wo er als Vermittler zwischen Fans und Verein agieren hätte sollen, die Schwierigkeiten an dieser Rolle ersichtlich und zieht diesbezüglich folgenden Schluss: *„Da gibt es diese Faninitiative, aber du darfst dann die Fragen aus der Fanszene, oder die Vorwürfe, nicht stellen. Die interessieren sie dann trotzdem nicht dafür. Der von der Faninitiative, mit dem ich da in Kontakt war, war super nett, super professionell. Ich wollte nicht, dass er jetzt wegen mir Stress bekommt. Auf das wird es aber hinausgelaufen sein.“*

ROSENBERG glaubt hingegen an eine Vermittlerrolle, weil: *„man wahrscheinlich einfach Informationen bekommt, die andere Leute vielleicht nicht bekommen. Es können auch Informationen sein, die Verbände vielleicht auch nicht bekommen. Aber da sehe ich mich weniger aktivistisch.“* Jedoch verweist er klar auf die Trennlinie seiner Aufgaben als Journalist, wenn es interne Probleme gibt: *„Unsere Aufgabe ist es hier nicht zu intervenieren, indem wir verschiedene Parteien an den Verhandlungstisch bringen. Ich glaube es ist wichtiger es auf der Ebene zu betrachten dass wir Interventionen bringen die Standpunkte auf den Tisch bringen, die sonst wahrscheinlich untergehen würden oder gar nicht kommen würden.“*

GP4 glaubt zwar, dass es einen Einfluss auf die öffentliche Meinung, zumindest bezüglich dem Thema Fußballfans, gibt, glaubt aber nicht an seine Rolle dabei: *„Das ist glaub ich auch nicht meine Aufgabe das zu beurteilen. Ich kann meinen Job möglichst gut machen. Ob das dann wirklich was bewegt oder einfach bei dem einen Ohr reingeht und dann wieder sofort vergessen wird, das weiß ich nicht.“*

9.3.3 Kategorie C3: Die Arbeit mit Sprache und Bilder

ROSENBERG glaubt an die Wichtigkeit von Sprache bei journalistischen Handeln und verweist auf den bewussten Umgang damit: *„Man sollte wissen was man mit Sprache, die man verwendet, bezeichnet. Wenn ich Begriffe verwende, von denen*

ich weiß, dass sie falsch sind, dann mache ich einen schlechten Job und wenn ich nicht weiß, dass sie falsch sind, dann mache ich auch keinen guten Job.“ Zudem bezieht er die Bedeutung der Sprache auf die Rolle des kritischen Medienbeobachters: *Besonders wenn man sich mit Sprache auseinandersetzt, sollte man wissen, was Sprache bewirkt. Wenn da fahrlässig Fehler gemacht werden, dann finde ich es nicht nur legitim die aufzuzeigen, sondern es auch notwendig ist sie zu zeigen.“* Die in der Studie von Dimitriou und Sattlecker befragten Sportjournalisten der sprachlichen Begabung ein eher niedriges Qualitätskriterium zu. Hierbei scheint das sportliche Fachwissen, sowie aber auch die gute Recherche, welche in Kategorie B2 gut erhoben wurde, von größerer qualitativer Wichtigkeit zu sein (siehe Sattlecker/Dimitriou, S.136).

KRUTZLER glaubt, dass Boulevardmedien wesentlich anders Arbeiten als Qualitätsmedien und gibt im Rahmen des Beispiels um den Begriff des „Hass-Griechen“ (siehe Leitfragen Kapitel 13.1) folgende Erklärung: *„Natürlich ist dieses konstruieren und dämonisieren ein super Mittel um Emotionen zu erzeugen, von dem her. Qualitätsmedien versuchen hier natürlich einen Schritt zurück zu setzen damit dass auch richtig projiziert wird und einen Diskurs darüber in Gang zu bringen.“* *„Aber natürlich, also wenn es zu Ausschreitungen, Krawallen und Rowdies kommt, das muss berichtet werden. Aber genau solche Wörter funktionieren super mit Zeitungsverkauf“*

ROSENBERG zum Begriff „Hass-Griechen“: *„Ich glaube das ist eine Schmutzkübel-Kampagne, die dann auch zu anonym ist, wenn man patz oder Falsches schreibt.“*

Auch KLEIN bezieht sich auf den Boulevard: *„Ängste schüren und Vorurteile schüren. „Gerade der Boulevard lebt schon von sowas und mit sowas. Alles möglichst einfach darstellen.“* *„Und mit der Leier holt man anscheinend auch die Leute, indem man alles möglichst reißerisch und möglichst vereinfacht darstellt.“*

GP4 glaubt hier eher an die Macht des Visuellen „*„Es geht ja dann am Schluss oft um die Macht der Bilder.“* Dazu ist es ihm wichtig, dass jene Bilder nicht zur Unterhaltung dienen sollten und verweist damit indirekt auf die soziale Relevanz jener Ereignisse: *„Mir wäre es aber schon wichtig, dass man die Leute nicht irgendwie bloßstellt und sich ein öffentliches Gaudium draus macht.“*

KLEIN geht sogar einen Schritt weiter und zeigt, dass eine bestimmte Art des „storytelling“ bereits in der journalistischen Ausbildung gelernt wird: *„Wie auch im*

Studium. Da geht es bald darum was die Geschichte ist. Es muss fetzen, so auf die Art. Das muss irgendwas dabei sein und das ist dann das was ich irgendwie komisch finde. Artikel die mir dann auch nicht gefallen. Wo es zu reißerisch wird.“ Dabei stört ihn aber die Konstruktion eines gewissen Schemas, das laut ihm immer wieder auftaucht: *„Das was ich nicht mag ist dieses Gut und Böse Schema, dieses Schwarz oder Weiß. Es gibt kein Mittelding. Es wird immer alles verknüpft und verkürzt, dass es möglichst spektakulär klingt und da geraten die Fakten dann schon in den Hintergrund.“* Auch ROSENBERG ist dieser Meinung: *„Also ich glaube, dass Fußballfans in der Öffentlichkeit eine sehr zwiespältige Rolle haben, weil sehr stark zwischen guten und bösen Fans getrennt wird.“*

Jedoch weist KLEIN auch den Rezipienten eine gewisse Teilschuld zu: *„Es ist anscheinend immer gut, wenn man so Emotionen und Ängste bedient und schürt. Ich glaube, dann lesen es die Leute gleich, weil sie sich so eher angesprochen fühlen.“*

Sie bestätigen somit die in Kapitel IV aufgestellte Vermutung, dass besonders gewalttätige Inhalte gepaart mit emotionalen Bildern Aufmerksamkeit steigern können aber auch zur Unterhaltungsgenerierung beitragen können. Negative Ereignisse scheinen so Reize auszulösen, die für den Verkauf von Inhalten durchaus gut dienen.

KRUTZLER verweist aber durchaus auch auf die Gefahren, die z.B. Hooligans mit sich bringen: *„Natürlich kann man sagen darüber wird berichtet um Aufmerksamkeit zu erregen, aber wehret den Anfängen sage ich dazu. Deswegen gehört das genauso ernst genommen.“*

Für GP4 ist es wichtig, wie mit Begriffen umgegangen wird. Er verweist besonders auf die Gefahr, mit dem Begriff Hooligan falsch umzugehen. *„Nicht jeder, der jetzt irgendwo reinläuft oder jemand haut, ist gleich ein Hooligan. Das ist eine eigene historische Entwicklung.“* Dazu bezieht er sich auf die Verwendung von stigmatisierenden Begriffen: *„Sowas wie Chaoten oder Idioten oder so schreibe ich grundsätzlich nicht.“*

X. Resümee

Die Gesprächspartner dieser empirischen Erhebung scheinen somit mit einigen Erhebungen des österreichischen sportjournalistischen Durchschnitts zu korrelieren. So scheint wie bei der Studie von Dimitriou und Sattlecker (siehe ebd., 2011, S.171) eine gute, tiefgründige Recherche als fundamentaler Faktor journalistischer Qualität. Hierbei ist es unseren Gesprächspartnern wichtig, dass mehrere Seiten beleuchtet werden und wenn möglich auch zu Wort kommen. Hier verbirgt sich aber bei einigen die Schwierigkeit, an bestimmte Informationen zu kommen. Ähnlich wie die befragten Journalisten von bei Dimitriou und Sattlecker (siehe ebd., S.172) dem Internet eine sehr große zukunftsweisende Rolle. Der Blick auf die Arbeit einiger der Gesprächspartner zeigt, dass bereits im Printjournalismus eine Umstrukturierung im Gange ist, was sich auch auf die Arbeitsweisen auswirkt. Interessant scheint die Erkenntnis, dass der Faktor Zeit ein sehr wichtiger Einflussfaktor journalistischen Handelns ist und bestimmte Arbeitsvorgänge nur anhand zeitintensiver Vorgänge von statten gehen können. Wie bei Dimitriou und Sattlecker (siehe ebd., S.170) ist den Gesprächspartnern ein bestimmtes Fachwissen ebenso wichtig, wie die Verwendung von Hintergrundinformationen. Der Verwendung von Agenturmeldungen steht man hingegen gegensätzlich gegenüber. Hier herrscht eine Differenz bei den Gesprächspartnern. Dem Sport wird aber eine sehr bedeutende Rolle zugewiesen und somit dient er auch der Vermittlung von Werten und Inhalten, die in einer anderen Berichterstattung wo möglich unter gehen. Dahingehend sehen die Journalisten auch ihre Rolle im Mediensystem. Sie finden durchaus, dass man Unterhaltung anbieten kann, gleichzeitig aber Informationen liefert, die einen gewissen Wert vermitteln. Besonders bei Thematiken wie Fangewalt scheint eine differenzierte Betrachtung abseits der Unterhaltung von zentraler Rolle. Gleichzeitig weisen die Gesprächspartner dem Boulevardjournalismus Attribute zu, welche nicht journalistischen Standards folgen. Somit ist es für sie auch wichtig, über Fußballfans zu berichten, auch es nicht für alle den gleich hohen Stellenwert hat. Vor allem wird hier auf die Arbeit mit Sprache und Bildern verwiesen, die für alle Gesprächspartner durchaus wichtig erscheint. Hier scheint man auch den Grund des Boulevardjournalismus problemlos durchschaut zu haben und somit geben sie auch Lösungsansätze.

XI. Interpretation

Nun können Anhand der Auswertung im Wechselspiel mit den in Teil A erhobenen Ausführungen einige Erkenntnisse und Schlüsse gezogen werden und auf die Beantwortung forschungsleitender Fragen eingegangen werden.

Sport an sich scheint somit ein wesentlich komplexerer Bereich sein als man von außen beobachten kann. Er kann auf der einen Seite unterhalten und Darstellungen von Erfolg, Zusammenhalt aber auch Feindschaft attestieren. Generell ist festzuhalten, dass sich der Sport in den letzten Jahren generell verändert hat und sich dies auch im Mediensport selbst widerschlägt. Der Sport ist wesentlich professioneller und vor allem bedeutender und Größer geworden. Wurde Sport Anfangs nur als Freizeitbeschäftigung gesehen, kann er heute als ein wichtiger wirtschaftlicher Zweig moderner Industriegesellschaften gesehen werden. Er kann gesamte gesellschaftliche Lebensbereiche prägen, regeln und beeinflussen. So ist es auch nicht erstaunlich, dass Sport immer mehr Bedeutung in der medialen Landschaft hat und somit auch ein abhängiges Verhältnis eingeht. Sobald er aber in das System der Medien eingebracht wird, kann er verschiedene Ausformungen annehmen und auch seinen Inhalt und Wert verändern. Die Auseinandersetzung mit dem Mediensport und seinen Entwicklungen hat uns durchaus gezeigt, dass es mittlerweile eine starke Abhängigkeit der Faktoren Sport, Wirtschaft und Medien gibt. Dieses Verhältnis scheint auch weiter zu bestehen, wenn nicht sogar stärker zu werden. Dabei scheint auch eine Verteilung hin zu Sportarten, welche medienwirkungsvoller sind (siehe Kapitel 3.10), zu vollziehen. Besonders der Fußball scheint hier einem großen Wandel unterzogen zu werden, indem er durchkommerzialisierter und professioneller erscheint und auch so auftritt. Demzufolge verändert sich nicht nur der Sport selbst, sondern auch die Berichterstattung darüber. Journalistisches Handeln unterliegt zwar gängigen Einflussfaktoren (siehe Kapitel III), jedoch gibt es in der Sportberichterstattung durchaus andere Ausprägungen, die eine bedeutende Rolle spielen. Die Auswertung zeigt uns, dass Sportjournalismus durchaus eine Form der Unterhaltung sein kann und diesen Anspruch auch nicht verliert. Dabei geht es um die Vermittlung und Erzählung von Geschichten, die für den Leser einen Mehrwert darstellen können. Wichtig erscheint den Journalisten hierbei, jedoch immer Glaubwürdigkeit zu vermitteln und den Anspruch auf Vollständigkeit nicht

zu verlieren. Dem Leser soll so ein mehrspuriges Bild gezeigt werden, das nicht nur auf faktischer Berichterstattung beruht, aber auch nicht zu einseitig und demzufolge nicht zu aufgeladen sein sollte. Die Journalisten finden es wichtig, mehrere Seiten zu beleuchten und zu Wort kommen zu lassen. Sozusagen ein Wechselspiel aus Infotainment und Entertainment. Hier scheint auch im Gegensatz zu vergangenen Theorien (siehe Kapitel 3.9) doch ein recht hohes Selbstwertgefühl vorhanden zu sein, indem der eigenen Rolle des Sportjournalisten ein doch hoher Einfluss zugewiesen wird. Jedoch erachten es die Journalisten dieser Studie auch nicht von großer Relevanz, große Macht und Einfluss zu haben, weisen aber jene Attribute durchaus anderen Berufskollegen, vorrangig in den Boulevardmedien, zu.

Kritische Berichterstattung dringt hier durch die gesamten Gespräche durch und wird auch immer wieder betont. Dabei beharren sie darauf, eigener Recherche große Aufmerksamkeit zu schenken. Sie scheinen durchaus bemüht zu sein, journalistischen Standards zu folgen, indem sie ihren Beruf sorgfältig ausführen, ganz im Sinne eines sachlichen Kritikers und sorgfältigen Chronisten, so wie in Kapitel 2.3 attestiert.

Eine Hürde bei der gewünschten Arbeitsart scheint hierbei jedoch die Art und Weise des Medienformates zu sein. So ist eine intensivere und tiefgründige Medienberichterstattung vorwiegend nur dann möglich, wenn man auch mehr Zeit und Platz hat. So wird einem Monatsmagazin, welches nur einmal im Monat erscheint, eine höhere Möglichkeit an hintergrundbezogener Berichterstattung zugewiesen. Tageszeitungen scheinen hier immer noch einem starken Druck an Aktualität und Schnelligkeit zu unterliegen. Besonders der Onlinebereich scheint dies stark zu verändern. So geht es hierbei nicht nur mehr um die Vermittlung von wahrheitsgetreuen Inhalten, sondern immer auch um die Konkurrenz mit anderen medialen Formaten. Dabei scheint es vorwiegend wichtig zu sein, dass man die Nachricht als Erstes vermittelt. Die Konkurrenz wird dabei auch nicht kleiner, sondern größer und vor allem mächtiger. Besonders im Printbereich, der Tageszeitungen, scheint dies der Fall zu sein. Der Aufgabenbereich des Journalisten scheint hierbei, obwohl von Generationskonflikten geprägt, stark davon abhängig zu sein. Der Tagesjournalismus befindet sich so in einem Umbruch. Durch die Schnelligkeit des Internets und den freien Fluss von

Informationen wird der tägliche Printjournalismus seine Aufgabenbereiche verändern und seine Strukturen ändern. Geschichten müssen so aufgearbeitet werden, dass der Leser dabei einen Mehrwert erfährt und Informationen erhält, die er sonst nicht bekommen würde. Gleichzeitig beruht der Qualitätsjournalismus jedoch auf eine starke Glaubwürdigkeit jener Informationen. Geht er diesen Ansprüchen nicht nach, verliert er seinen qualitativen Wert und rutscht in die Form des Boulevardjournalismus. Der Boulevardjournalismus wird jedoch diesen Ansprüchen nicht Folge leisten und beschränkt sich im Machtkampf um Aufmerksamkeit, Reichweiten- und Auflagensteigerung auf die Verwendung von emotionalen und reißerischen Bildern. Dies zeigt sich am Beispiel der Berichterstattung über Fußballfans in Form einer undifferenzierten Benutzung regulierender Maßnahmen wie Pyrotechnik als Reiz, sei es negativ wie positiv (siehe vergleichend Kapitel I und 13). Dabei wird jedoch dem Fußball ein inhärentes Gewaltpotential zugewiesen, während es auf der anderen Seite gleichzeitig als unterhaltendes Element verwendet wird. Deshalb ist es auch wenig überraschend, dass Themen wie Gewalt, in unserem Falle in Zusammenhang mit Fußballfans, ganz im Sinne der in Kapitel IV beschriebenen Theorien zur Aufmerksamkeitssteigerung, genutzt werden. Angst wird im Boulevardjournalismus nicht zwingend als Mittel der Diskurseröffnung verwendet. Dieser Anspruch scheint hier nur in Einzelfällen vorhanden zu sein. Hierbei hegt der Qualitätsjournalismus, einen wesentlich größeren Anspruch. So glauben auch unsere Journalisten, dass mit Themen zu Gewalt ein Diskurs in Gange gebracht werden kann, der auch von äußerster Bedeutung ist. Wichtig ist es hier jedoch dies auch anhand mehrerer Perspektiven zu erläutern. So haben die befragten Sportjournalisten durchaus einen Anspruch, das Thema neutral zu behandeln. Dabei wird auf eine starke hintergrundbezogene Arbeit verwiesen, um journalistische Standards zu wahren. Andersrum kann dem auch ein gewisses persönliches Interesse seitens der Sportjournalisten unterstellt werden. Demzufolge geht es ihnen nicht nur um die Vermittlung von negativen Aspekten, sondern auch der Darstellung positiver Elemente.

Dabei wird rückschließend wieder auf die gesellschaftspolitische Relevanz des Sportes im Allgemeinen und in weiterer Folge dem Fußball und seinen Fans verwiesen. So können Geschichten über Fußballfans auch als Spiegel der

Gesellschaft hergenommen werden und soziale Strukturen und Entwicklungen damit aufgezeigt und behandelt werden. Dies muss dabei nicht zwangsläufig einen negativen Charakter haben, wie uns die Gespräche mit unseren Interviewpartnern gezeigt haben. Zudem scheint hier dem Journalisten durchaus bewusst zu sein, eine bildende Funktion inne zu haben. Zudem glauben sie auch zu einem gewissen Anteil an der Vermittlung von Inhalten zwischen Fans und der Öffentlichkeit beizutragen. Jedoch sehen sie darin aber auch nicht ihre Hauptaufgabe. Sie sehen es eher als Form einer Diskurseröffnung und einer Beseitigung von Stereotypen, welche mithilfe von Sprache bekämpft werden können. So ist es den Journalisten durchaus wichtig, im Rahmen presseethischer Grundsätze zu berichten, um nicht in gängige Mainstream-Muster zu verfallen. Jene presse-ethische Grundsätze können aber vice versa wieder aufgrund des Machtkampfes im Mediensystem, verloren gehen.

So kann Sport und in weiterer Folge Sportjournalismus, auf einer höheren Ebene betrachtet, nicht nur zur Vermittlung von Inhalten und Informationen dienen, sondern auch von Werten wie Gleichberechtigung und Fairness. Dies zeigt uns sehr deutlich, dass Sportjournalismus auf einer sozialen Ebene von äußerster Bedeutung ist. Auf der anderen Seite muss auch betont werden, dass Journalisten besonders bei der Beschaffung von detaillierten Informationen sehr schnell an ihre Grenzen stoßen. Um auf hintergrundbezogene Inhalte zu stoßen, muss ein Sportjournalist nicht selten auf einer persönlichen Ebene agieren. Andernfalls kommt er nicht zu den Hintergründen, die er liefern will. Hier verbergen sich aber einige Probleme: auf der einen Seite muss er mit der in Kapitel III erwähnten „klebrigen Nähe“ arbeiten. Damit arbeitet er mit einer Art von Recherchearbeit, die besonders bei Fußballfans sehr verhasst ist und somit auf Widerstand stößt. Die Gespräche haben uns gezeigt, dass hier ein hohes Maß an Vertrauen von Nöten ist, damit dies zu Stande kommt. Kommt der Journalist, welcher immer noch Hintergründe liefern will, nicht zu diesen Informationen, hegt er schnell zu Agenturmeldungen zu greifen. Jene Meldungen folgen aber wiederum der allgemeinen Darstellung, sodass die Grundidee einer mehrspurigen Perspektive ruckartig verloren geht. Der Journalist kann zwar auf die immer professioneller werdende Pressearbeit seitens der Fußballfans zurückgreifen und diese von außen analysieren. Jedoch wird besonders bei heiklen Themen einem Interview

mehr glauben geschenkt, als reinen Kommentaren. Dazu ist hier in bestimmten Fällen ein fundiertes Fachwissen von Nöten, was wiederum Zeit in Anspruch nimmt, welche sichtlich nicht immer vorhanden ist. Das Vertrauen kann aber durch eine objektivere Art von Berichterstattung in Zusammenhang mit der Wahrung von journalistischen Standards durchaus markant verändert werden. Dies kann bereits durch einen bewussten Umgang mit Sprache, sowie den Verzicht von Bildern mit emotionalem Inhalt erfolgen. Jedoch leben wir in einer auf größtenteils visuellen Merkmalen fixierten Gesellschaft. Die Arbeit mit Bildern ist dabei eine sehr markante Form der Informationsvermittlung. Somit können positive wie negative Inhalte vermittelt werden. Die Frage ist nur, wie damit umgegangen wird und welche Werte und Inhalte man damit vermitteln will?

XII. Conclusio

Abschließend kann gesagt werden, dass es sich hierbei um einen äußerst komplexen Themenbereich handelt, der sich eigentlich eine wesentlich ausgiebigere Behandlung verdient hätte, welche aber im Rahmen einer solchen Arbeit nicht möglich wäre. So wäre es interessant, die Untersuchung einem breiteren Spektrum an Journalisten zu unterziehen, sowie auch andere Medienformate mit in die Erhebung zu nehmen. Ein länderübergreifender Vergleich wäre diesbezüglich auch von großer Bedeutung. Somit kann die Studie repräsentativ gestaltet werden und könnte für die Wissenschaft fundamentale Erkenntnisse bringen. Jedoch haben wir in der Interpretation bereits neue Erkenntnisse gewonnen, die es gilt zu beobachten und deren Entwicklung zu verfolgen, um nötige Problemlösungen zu definieren.

Durch die immer größere Durchstrukturierung des Sportes und demzufolge größer werdenden Bereich des Sportjournalismus, werden auch immer mehr Faktoren eine bedeutendere Rolle spielen. Hier bedarf es in einem ersten Schritt einer Umstrukturierung der Sichtweisen und des Denkens. Sport muss daher, wie in dieser Arbeit nun ausgiebig erläutert wurde, noch mehr als gesellschaftspolitisches Konstrukt verstanden werden. Dies muss nicht nur ständig betont werden, sondern auch umgesetzt werden. Entwicklungen müssen kritisch beobachtet werden und dürfen nicht gängigen Beobachtungsweisen folgen. Der Sportjournalismus darf hierbei nicht nur mehr als reine Unterhaltung angesehen werden. Der Sportjournalismus sollte hierbei mehr in anderen Bereichen agieren (können). Dies bedarf aber einer gesamten Umstrukturierung in Redaktionen selbst. Der Sportjournalismus darf nicht nur mehr von außen betrachtet und behandelt werden, sondern muss ein wichtigerer Teil der Berichterstattung werden, indem er auch in andere Themenkomplexe und Entwicklungen eingebunden wird. Die Rolle als Außenseiter darf ihm nicht mehr aufgedrängt werden. Der Journalist selbst muss sich aber einer gewissenhaften und genauen Recherche verpflichtet fühlen. Persönliche Interessen können zwar weiterhin verfolgt werden, jedoch auf Ebene gesellschaftlicher Werte und Standards. Eine mehrspurige Recherche, indem verschiedene Perspektiven gezeigt werden, ist dabei zielführend. Die Journalisten müssen sich hierbei mehr von den Agenturen

lösen und individueller recherchieren. Eine intensivere Recherche auf Internetportalen von Fußballfans würde z.B. schon einiges erleichtern.

Bezüglich der Berichterstattung über Fans können auch einige Vorschläge eingebracht werden: den Fans selber sollte mehr Artikulationsmöglichkeit eingeräumt werden, um Missverständnisse zu vermeiden. Hierbei ist ein Trend Richtung Öffnung gegenüber Journalisten erkennbar. Dies muss auch genutzt werden, indem auf Dialog gesetzt wird. Durch die Steigerung journalistischer Standards kann aber auch das Vertrauen gesteigert werden und somit die Informationsbeschaffung erleichtert werden. Wichtig ist es nur, dass Sichtweisen nüchtern und sachlich dargestellt werden und nicht missbraucht werden. Ein Diskurs muss damit gefordert werden. Es darf nicht um die Berichterstattung im Zuge persönlicher oder wirtschaftlicher Interessen gehen. Auch ein sensibilisierter Umgang mit bestimmten stereotypischen Begriffen soll innerredaktionell gelehrt werden und sollt ein Anspruch jeder Redaktion sein. Dabei muss auf die Wissenschaft der letzten Jahre zurück gegriffen werden, die einige neue Trends erkennen lässt. Die Arbeit mit Bildern muss ebenfalls sensibilisiert werden. Die Interpretation jener Inhalte muss gelernt sein und darf nicht pauschalisiert werden.

Organisierte Fangruppen wie die „Ultras“ müssen jedoch auch ihr Denken umstrukturieren. Journalisten dürfen nicht blind als „Täter“ angesehen werden. Es muss ihnen verdeutlicht werden, dass nicht jeder Journalist böswillig agiert. Vieles geschieht immer noch aufgrund publizistischen Drucks, internen Redaktionsleitlinien und nicht aufgrund persönlicher Einstellungen und Mutwilligkeit. Dazu dürfen Journalisten nicht als Pädagogen verstanden werden. Sie können zwar eine gewisse bildende Funktion inne haben, dienen aber eher als Vermittler von Informationen und Sichtweisen. Deren Aufgabe sollte auch von Seiten der Fans auf jener Ebene thematisiert werden. Fans können sie nutzen, um Standpunkte auf darzustellen, die sonst untergehen würden und niemand bemerken würde. Doch muss dies auch mit Vorsicht genutzt werden und die Auswahl des Mediums sorgfältig getroffen werden. Der Dialog muss dabei gefördert werden und darf nicht, auf beiden Seiten, stumpf abgeblockt werden.

Eine wünschenswerte, aber bis dato utopische Sichtweise: der durch den Konkurrenzkampf geprägte publizistische Druck muss verringert werden, damit

den Medienformaten mehr Möglichkeiten zu gewissenhafter tiefgründiger Recherche gegeben werden kann. Dies würde aber nur gehen, wenn den Journalisten selbst mehr Zeit eingeräumt werden würde. Eine Möglichkeit wäre es, anhand von mehr Fachmedien dieser Entwicklung entgegen zu wirken und den Druck der Aktualität verringern.

C.QUELLENVERZEICHNIS

13.1 Verwendete Literatur

Agricola, Sigurd (1986): Freizeit-Lexikon. [neue Begriffe aus Politik, Wissenschaft, Praxis]. Ostfildern: Fink-Kümmerly u. Frey.

Alber, Elisabeth (2006): Kommunikation am Fußballplatz. eine Analyse des Kommunikationsverhaltens von Fußballfans und dessen Beeinflussung durch die Medien am Beispiel der Wiener Derbys vom 26. Mai 2005 bzw. vom 22. Oktober 2005. Diplomarbeit. Universität Wien, Wien. Publizistik - und Kommunikationswissenschaften.

Amelang, Manfred; Bartussek, Dieter (1990): Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung. 3. Aufl. Stuttgart u.a: Kohlhammer (Kohlhammer-Standards Psychologie).

Angeli, Thomas; Benz, Daniel (2004): Hooligans - der Kick nach dem Kicken. In: *Beobachter* (10), S. 48–55.

Aschenbeck, Arndt (1998): Fussballfans im Abseits. Kassel: Agon Sportverlag.

Baerns, Barbara (1985): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Zugl.: Bochum, Univ., Habil.-Schr., 1981. Köln: Verl. Wiss. u. Politik (Bibliothek Wissenschaft und Politik, 32).

Baeyer, Walter von (1996): Angst und Sicherheitsbedürfnis. In: Hermann Lang und Günther Feller (Hg.): Das Phänomen Angst. Pathologie, Genese und Therapie. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 74–79.

Becker, Peter (1983): Sport in Massenmedien. Zur Herstellung und Wirkung einer eigenen Welt. In: *Sportwissenschaft* (1), S. 24–45.

Becker, Peter; Pilz, Gunter A. (1988): Die Welt der Fans. Aspekte einer Jugendkultur. München: Copress.

Berekoven, Ludwig (Hg.) (1996): Marktforschung. Methodische Grundlagen und methodische Anwendungen. Unter Mitarbeit von Werner Eckert und Peter Ellenrieder. 7.überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Berekoven, Ludwig; Eckert, Werner; Ellenrieder, Peter (2009): Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. 12. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. Online verfügbar unter http://ebooks.ciando.com/book/index.cfm/bok_id/328673.

Berkowitz, Leonard (Hg.) (1988): Advances in experimental social psychology. San Diego: Academic Press.

Bernreuther, David (2012): Zwischen Maulkorb und Meinungsfreiheit. Kritische Interviews von Fußballprofis und ihr Medienecho ; eine Inhaltsanalyse. Berlin, Münster: LIT.

Bernreuther, David (2012): Zwischen Maulkorb und Meinungsfreiheit. Kritische Interviews von Fußballprofis und ihr Medienecho. Münster: LIT.

Binnewies, Harald (1978): Tagespresse: zu wenig Lokalsport. In: Josef Hackforth (Hg.): Sport und Massenmedien, Bd. 1. Unter Mitarbeit von Siegfried Weischenberg. 1. Aufl. Bad Homburg: Limpert Verlag, S. 39–48.

Birnbach, Marius (2007): Hooligans: Fußballfans, missverstandene Jugendliche, Gewalttäter? 1. Aufl. s.l.: GRIN Verlag. Online verfügbar unter http://ebooks.ciendo.com/book/index.cfm/bok_id/116197.

Blankenburg, H. (1996): Vitale und existenzielle Angst. In: Hermann Lang und Günther Feller (Hg.): Das Phänomen Angst. Pathologie, Genese und Therapie. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 43–73.

Bondolfi, Alberto; Holderegger, Adrian (Hg.) (1992): Ethik der Medienkommunikation. Grundlagen. Freiburg, Schweiz: Univ.-Verl (Studien zur theologischen Ethik, 33).

Bonz, Müller; Öz, Otto Weiskirchl Trepnau (2010): Fans und Fans. Fußball Fankultur in Nordeutschland. 1.Auflage. Bremen: Temmen Edition.

Bortenschlager, Rainer (2000): Sport, Gewalt und Sensation! Die Rolle der englischen Boulevardzeitungen in der Hooliganberichterstattung - Information oder Provokation? Diplomarbeit. Universität Wien, Wien. Grund- und Integrativwissenschaftliche Fakultät.

Bourdieu, P. (1986): Historische und soziale Voraussetzungen modernen Sports. In: Gerd Hortleder und Gunter Gebauer (Hg.): Sport, Eros, Tod. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 91–112.

Brändle, Fabian; Koller, Christian (2002): Goal! Kultur- und Sozialgeschichte des modernen Fussballs. Zürich: Orell Füssli.

Bremer, Christoph (2003): Fussball ist unser Leben!? Ein Zuschauersport und seine Fans. Marburg: Tectum-Verl.

Bryman, Alan; Burgess, Robert G. (Hg.) (1999): Qualitative research. London [etc.]: Sage Publications.

Condreau, Gion (1996): Zur Phänomenologie der Angst. In: Hermann Lang und Günther Feller (Hg.): Das Phänomen Angst. Pathologie, Genese und Therapie. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 32–42.

Costa, Gianni: "Hooltras" lösen Hooligans ab. Online verfügbar unter www.rp-online.de/sport/fussball/hooltras-loesen-hooligans-ab-1.1639638.

Daxbacher, Roland (2006): Analyse der Berichterstattung über die Fußballweltmeisterschaft 2006 in ausgewählten österreichischen Printmedien. Diplomarbeit. Universität Wien, Wien. Fakultät für Sozialwissenschaften an der Universität Wien.

Diekmann, Andreas (2001): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 7. Aufl. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.

Digel, Helmut (1983): Sport und Berichterstattung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Dimitriou, Minas; Sattlecker, Gerold (2011): Sportjournalismus in Österreich. Empirische Fakten und Positionierung im deutschsprachigen Raum. Aachen: Meyer & Meyer.

Duden-Lexikon (1964). Mannheim: Bibliogr. Inst.

Dunning, Erich; Murphy, Patrick; Williams, John (2003): Zuschauerausschreitungen beim Fußballspielen. Versuch einer soziologischen Erklärung. In: Norbert Elias, Eric Dunning, Reinhard Blomert und Detlef Bremecke (Hg.): Sport und Spannung im Prozeß der Zivilisation. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Gesammelte Schriften, 7), S. 433–472.

Ek, Ralf (1996): Hooligans. Fakten, Hintergründe, Analysen. Worms: Cicero-Verlag.

Elias, Norbert; Bremecke, Detlef; Dunning, Eric (2003): Sport und Spannung im Prozess der Zivilisation. Frankfurt a.M: Suhrkamp.

Elias, Norbert; Dunning, Eric; Blomert, Reinhard; Bremecke, Detlef (Hg.) (2003): Sport und Spannung im Prozeß der Zivilisation. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Gesammelte Schriften, 7). Online verfügbar unter <http://www.gbv.de/dms/faz-rez/FD1N200306231917391.pdf>.

Emig, Jürgen (1987): Barrieren eines investigativen Sportjournalismus. Eine empirische Untersuchung zu Bedingungen und Selektionskriterien beim Informationstransport. Bochum: N. Brockmeyer.

Fally, Michael (2011): Sportjournalismus in Tageszeitungen. Mit- oder Gegenspieler der Public Relations. Hochschulschrift, Wien. Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Finch, Janet; Mason, Jennifer (1999): Decision taking in the fieldwork process. theoretical sampling and collaborative working. In: Alan Bryman und Robert G. Burgess (Hg.): Qualitative research. London [etc.]: Sage Publications.

Fischer, Christoph (1993): Professionelle Sportkommunikatoren. Redaktionelle Textproduktion & Sportjournalismus-Didaktik. Berlin: Vistas.

Fleischhauer, Michael (2004): Internet-Journalismus. In: Heinz Pürer (Hg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online ; inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. 5. Aufl. Konstanz: UVK-Verl.-Ges (Praktischer Journalismus, 9), S. 236–245.

Flick, Uwe (1995): Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften. Orig.-Ausg. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (Rowohlt's Enzyklopädie, 546).

Flick, Uwe (Hg.) (2012): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 9. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (Rororo, 55628).

Gabler, Jonas (2010): Die Ultras. Fußballfans und Fußballkulturen in Deutschland. Köln: Papy Rossa Verlag.

Gläser, J./ Laudel G. (2009): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen. 3. überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Gleich, Uli (2000): Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. In: *Media Perspektiven. Herausgegeben im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegeellschaften. Frankfurt am Main* 11, S. S.511-516.

Görner, Felix (1995): Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Dt. Sporthochsch, Berlin, Köln.

Grimmer, Christoph (2009): Sportjournalismus im internationalen Vergleich. Eine empirische Studie zur Fußball-EM 2008. Hg. v. Thomas Horky. Norderstedt: Books on Demand.

Hackeforth, J. (Hg.) (2006): Beiträge des Lehrstuhls für Sport, Medien und Kommunikation. 3 Bände. Pullheim: MedienSportVerlag.

Hackforth, Josef (Hg.) (1978): Sport und Massenmedien. Unter Mitarbeit von Siegfried Weischenberg. 1. Aufl. Bad Homburg: Limpert Verlag.

Hackforth, Josef; Vom Stein, Artur (1988): Sportmedien und Mediensport. Wirkungen - Nutzung - Inhalte [der Sportberichterstattung]. Berlin: Vistas.

Haffner, Steffen (1989): Medien: Mittler der Moral oder Vermittler ohne Moral. In: *Sportjournalist* 5 (39), S. 30–32.

Hahn, Erwin (1988): Fanverhalten, Massenmedien und Gewalt im Sport. 1. Aufl. Schorndorf: K. Hofmann.

Hauer, Stefanie (2012): Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar ; das berufliche Selbstverständnis von sportjournalisten in Deutschland. München, Ludwig-Maximilians-Univ., Diss. Münster: LIT (Sportpublizistik, 8).

Heitmeyer, Wilhelm; Peter, Jörg-Ingo (1988): Jugendliche Fußballfans. Soziale und politische Orientierungen, Gesellungsformen, Gewalt. Weinheim: Juventa-Verl (Jugendforschung).

Heitmeyer, Wilhelm; Peter, Jörg-Ingo (1992): Jugendliche Fussballfans. Soziale und politische Orientierungen, Gesellungsformen, Gewalt. 2. Aufl. Weinheim: Juventa-Verl (Jugendforschung).

Hermann, Hans Ulrich (1977): Die Fußballfans. Untersuchungen zum Zuschauersport. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport. Schorndorf: Karl Hoffmann.

Hermann, Ingo; Heygster, Anne-Luise (Hg.) (1981): Fernseh-Kritik. Sprache im Fernsehen. Spontan? Konkret? Korrekt? Annäherung an das Thema. Mainz: v. Hase Köhler Verl (Mainzer Tage der Fernseh-Kritik, 13).

Hoffmann-Riem, Wolfgang; Binnewies, Harald (1988): Neue Medienstrukturen. Neue Sportberichterstattung? 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos.

Honauer, Urs (1990): Sport & Wort. Sportberichterstattung - zwischen Strohfeuerjournalismus und kritischer Reportage. Zürich: Werd-Verl.

Horak, Roman (1988): "Ein Spiel dauert länger als 90 Minuten". Fußball und Gewalt in Europa. 1. Aufl. Hamburg: Junius.

Horak, Roman; Maderthaner, Wolfgang (1997): Mehr als ein Spiel.. Fußball und populäre Kulturen im Wien der Moderne. Wien: Löcker Verlag.

Horky, Thomas (2001): Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Zugl.: Hamburg, Univ., Diss., 2001. Orig.-Ausg. Jesteburg: XOX-Verl. Burmeister.

Hortleder, Gerd (1974): Die Faszination des Fussballspiels. Soziologische Anmerkungen zum Sport als Freizeit und Beruf. Frankfurt AM: Suhrkamp.

Hortleder, Gerd (1981): Die Sprachlosigkeit des Fernsehsports. In: Ingo Hermann und Anne-Luise Heygster (Hg.): Fernseh-Kritik. Sprache im Fernsehen. Spontan? Konkret? Korrekt? Annäherung an das Thema. Mainz: v. Hase Köhler Verl (Mainzer Tage der Fernseh-Kritik, 13), S. 85–93.

Hortleder, Gerd; Gebauer, Gunter (Hg.) (1986): Sport, Eros, Tod. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Huber, Martin (2004): Die Bedeutung heimischer Sportserfolge für die österreichische Identität. Der Mythos Córdoba und die Rolle der Medien im nationalen Identifikationsprozess. Wien, Univ., Dipl.-Arb., 2004. Wien.

Huttner, Sandra (2009): Angstappelle in der Werbung - Modelle und Wirksamkeit. München: GRIN Verlag GmbH.

Illl, Maurice (2004): Hooliganismus in der Schweiz - Erscheinungsformen und Ursachen. In medias res - mittendrin, statt nur dabei. Zürich.

Merten, K.; S.J. Schmidt; S. Weischenberg (Hg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Kaltenbrunner, Andy (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive : eine repräsentative Befragung. Wien: Facultas.wuv.

Kassl, Siegfried (2000): Expertenbefragung und Experteninterview als Forschungsmethoden am Beispiel von Diplomarbeiten. Diplomarbeit, Eisenstadt. Fachhoch-Studiengang Internationale Wirtschaftsbeziehungen.

Kautz, Fabian (2011): Blickpunkt Doping. Eine explorative Studie zu Meinungen und Einstellungen von Sportjournalisten im Bezug auf Doping, die Berichterstattung darüber und mögliche Lösungen des Dopingproblems. 1. Aufl. Münster, Westf: LIT.

Kepper, Gaby (1990): Unternehmenskultur als wesentliche Einflussgrösse einer erweiterten Corporate-Identity-Strategie. Arbeitspapier des Seminars für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marktforschung und Marketing der Universität zu Köln. Kurzfassung. Köln: Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marktforschung und Marketing der Univ.

Kepper, Gaby (1994): Qualitative Marktforschung. Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien. Zugl.: Köln, Univ., Diss., 1993. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl (DUV-Wirtschaftswissenschaft).

Kirsch, Andreas (2000): Gewalt bei sportlichen Großveranstaltungen. Univ, Frankfurt am Main, Trier.

Knobbe, T.: Spektakel Spitzensport. Der Moloch aus Stars, Rekorden, Doping, Medienwahn, Sponsorenmacht. In: Michael Schaffrath (Hg.): Sportpublizistik, Bd. 1, S. 103–109.

Kohlhaas, Daniel (2009): Fußball und Gesellschaft - Die Entwicklung des Fußballspiels aus sozio-kultureller Sicht. München: GRIN Verlag GmbH.

Kolb, S. (2009): Sportjournalisten in Deutschland. In: Thorsten Schauerte und Jürgen Schwier (Hg.): Sportjournalismus. Praktischer Journalismus, Bd. 86. Konstanz: UVK, S. 45–62.

König, Thomas (2002): Fankultur. Eine soziologische Studie am Beispiel des Fussballfans. Münster: LIT.

Kübert, Rainer (1994): Fussball, Medien und Gewalt. Medienpädagogische Beiträge zur Fussballfan-Forschung. München: KoPäd Verlag.

Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid (2000): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Wien u.a: Böhlau (Böhlau-Studien-Bücher).

Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. 5. Aufl. Weinheim [u.a.]: Beltz.

Lamprecht, Markus; Stamm, Hanspeter (2002): Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz. Zürich: Seismo-Verl.

Lang, Hermann; Feller, Günther (Hg.) (1996): Das Phänomen Angst. Pathologie, Genese und Therapie. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Lang, Moritz (2009): Fussball-TV-Kommentierung - Sicherung von Qualität und Standards. Eine Online-Befragung unter Sportjournalisten. Berlin, Münster: LIT.

Langner, Sven (2005): Solidarität, Zusammenhalt und Engagement - Die Ultrabewegung in Deutschland. Eine explorative Interviewstudie zu einer neuen Fußballfankultur. Magisterarbeit. Universität Bremen, Bremen. Kulturwissenschaft.

Levanthal, H. (1988): Findings and theory in the study of fear communications. In: Leonard Berkowitz (Hg.): Advances in experimental social psychology, Bd. 3. San Diego: Academic Press, S. 119–186.

Leyendecker, H. (2006): Klebrige Nähe. Anmerkungen zur Korruption im modernen deutschen Sportjournalismus. In: J. Weinreich (Hg.): Korruption im Sport. Leipzig: Forum Verlag, S. 228–240.

Loosen, Wiebke (1998): Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung. Zugl.: Münster (Westfalen), Univ., Diss., 1997. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl (DUV-Sozialwissenschaft).

Lösel, Friedrich (2001): Hooliganismus in Deutschland. Ursachen, Entwicklung, Prävention und Intervention : Abschlussbericht eines Forschungsprojektes für das Bundesministerium des Innern. Berlin: Bundesministerium des Innern.

Makkos, Andrea (2009): Aggressive Fußballfans? Eine empirische Analyse des Zusammenhangs von Sport - Medien - Gewalt". Magisterarbeit. Universität Wien, Wien. Institut für Publizistik - und Kommunikationswissenschaft.

Marschik, Matthias; Müllner, Rudolf (2010): Sind's froh, dass Sie zu Hause geblieben sind. Mediatisierung des Sports in Österreich. Göttingen: Die Werkstatt.

Marschik, Matthias; Spitaler, Georg (2006): Helden und Idole. Sportstars in Österreich. Innsbruck: Studienverlag.

Mason, Jennifer (2009): Qualitative researching. 2. Aufl. London: SAGE Publ.

Mast, Claudia (Hg.) (2008): ABC des Journalismus. Ein Handbuch. 11. Aufl. Konstanz: UVK-Verl.-Ges (Praktischer Journalismus, 1).

May, Rollo (1982): Antwort auf die Angst. Leben mit e. verdrängten Dimension. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.

Mayring, Philipp (1996): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 3. Aufl. Weinheim: Beltz.

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 5. Aufl. Weinheim [u.a.]: Beltz.

McCombs, Maxwell E.; Shaw, Donald L. (1972): The agenda-setting function of mass media.

Merten, K.; Schmidt, S.J; Weischenberg, S.; (Hrsg.) (1994.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft.

Mikos, Lothar (Hg.) (2009): Mediennutzung, Identität und Identifikationen : die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim [u.a.]: Juventa-Verl.

Nitschmann, Johannes (1989): Sport-Journalismus im Zwielficht. In: *Die Feder* 6 (38), S. 14–29.

Parks, Tim (2003): Eine Saison mit Verona. Eine Reise durch Italien auf der Suche nach Träumen, Fußball und Herzen des Landes. München: Goldmann.

Pezzy, Raphaela (2009): Traumberuf Sportreporter - Berufung oder Bürde? Eine Untersuchung über Berufsbild und Selbstverständins der österreichischen TV-Sportjournalisten. Diplomarbeit. Universität Wien, Wien. Institut für Publizistik und kommunikationswissenschaften.

Pilz, Gunter (1982): Sport und Gewalt. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft. Köln: Verlag Karl Hoffmann.

Pramann, Ulrich (1983): Fußballfans. Betrachtungen einer Subkultur. Taschenbuchausg. München: Goldmann (Goldmann Stern-Bücher, 11521).

Pürer, Heinz (Hg.) (2004): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online ; inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. 5. Aufl. Konstanz: UVK-Verl.-Ges (Praktischer Journalismus, 9).

Reisin, Andrej (2012): No Hope For Glory. Warum Fußballfans und Journalisten sich nur selten auf eine gemeinsame Version der Wahrheit einigen können – und warum die Folgen dieser oftmals konträren Blickwinkel unter Umständen fatal sein können. In: *Transparent Magazin* (2), S. 22–25.

Saxer, Ulrich (1992): Journalistische Ethik im elektronischen Zeitalter - eine Chimäre? In: Alberto Bondolfi und Adrian Holderegger (Hg.): Ethik der Medienkommunikation. Grundlagen. Freiburg, Schweiz: Univ.-Verl (Studien zur theologischen Ethik, 33), S. 105–120.

Schaffrath, Michael (2000): Das sportjournalistische Interview im deutschen Fernsehen. Empirische Vergleichsstudie zu Live-Gesprächen bei Fussballübertragungen auf ARD, ZDF, RTL, SAT. 1, DSF und Premiere. Münster: LIT.

Schaffrath, Michael (2006): Spitzensport und Sportjournalismus. Empirische Studie zum grundlegenden Verständnis der Beziehungen zwischen zwei Subsystemen und Akteurgruppen. In J. Hackforth (Hrsg.): Beiträge des Lehrstuhls für Sport, Medien und Kommunikation. Pullheim: Medien Sport Verlag.

Schauerte, Thorsten (2002): Quotengaranten und Minderheitenprogramme. Theoretisch-empirische Analyse der Nutzung von medialen Sportangeboten in Deutschland. Sonderausg. Berlin: Dissertation.de.

Schauerte, Thorsten; Schwier, Jürgen (Hg.) (2009): Sportjournalismus. Praktischer Journalismus. Konstanz: UVK.

Schierl, Theodor; Bertling, Christoph (Hg.) (2007): Handbuch Medien, Kommunikation, Sport. Schorndorf: Hoffmann (Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, 159), zuletzt geprüft am 12.11.2013 unter http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?id=2920341&prov=M&dok_var=1&dok_ext=htm.

Schmidt, Sandra (2009): Framing in der Nachrichtenberichterstattung. Amerikanisierung der politischen Kommunikation in Deutschland. München: GRIN Verlag GmbH.

Schramm, H. (2007): Mediensport und seine Wirkungen. In: Theodor Schierl und Christoph Bertling (Hg.): Handbuch Medien, Kommunikation, Sport. Schorndorf: Hoffmann (Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, 159), S. 212–227.

Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. 1. Aufl. Freiburg (Breisgau) u.a: Alber (Alber-Broschur Kommunikation, 4).

Schwier, Jürgen (2007): Ultras - zur Selbstmediatisierung jugendlicher Fußballfans. In: *Mediennutzung, Identität und Identifikationen*, S. 149–162.

Schwier, Jürgen; Schauerte, Thorsten (2008): Soziologie des Mediensports. 8. Aufl. Köln: Sportverlag Strauß.

Schwier, Jürgen (2009): Ultras. Zur Selbstmediatisierung jugendlicher Fußballfans. In: Lothar Mikos (Hg.): *Mediennutzung, Identität und Identifikationen : die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*. Weinheim [u.a.]: Juventa-Verl, S. 149–162.

Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Univ, Freiburg, Mainz.

Stix, Martina (2003): "Gleiche Höhe" oder doch "Abseits"? Eine empirische Untersuchung zum Auto- und Hetero-Stereotyp von Sportjournalisten im österreichischen Tageszeitungsbereich unter Miteinbeziehung von 30 Jahren deutschsprachiger Sportkommunikatorforschung. Wien, Univ., Dipl.-Arb., 2003.

Strabl, Josef (1980): Wir Sportreporter. 100 Jahre österreichische Sportpresse. Wien: Österreichischer Bundesverlag.

Van Eimeren, Birgit; **Frees**, Beate (2007): Internetnutzung zwischen Pragmatismus und YouTube-Euphorie. ARD/ZDF-Online-Studie 2007. In: *Media-Perspektiven* (8), S. 362–378.

Verma, Markus (2006): Kollektives Engagement ‚gegen den modernen Fußball‘. Motive und Bedingungen für kollektives Handeln in Ultra-Gruppierungen. Diplomarbeit. Ludwig-Maximilians-Universität München, München. sozialwissenschaftliche Fakultät.

Vom Stein, Artur (1988): Massenmedien und Spitzensport. Theoretische Konkretisierung und ausgewählte empirische Analyse von Wirkungen der Mediensportrealität auf den Spitzensport in der Bundesrepublik Deutschland. Zugl.: Münster (Westfalen), Univ., Diss., 1987. Frankfurt am Main u.a: Lang (Europäische Hochschulschriften : Reihe 40, Kommunikationswissenschaft und Publizistik, 14).

Weinreich, J. (Hg.) (2006): Korruption im Sport. Leipzig: Forum Verlag.

Weinreich, J. (2009): Leitlinien des Sportjournalismus.

Weischenberg, Siegfried (1976): Die Aussenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion u. Bedingungen d. Sportjournalismus : Theorie u. Analyse im Rahmen e. allg. Konzepts komplexer Kommunikatorforschung. Bochum: Studienverlag Brockmeyer.

Weischenberg, Siegfried (1994a): Annäherung an die Außenseiter. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus. In: *Publizistik* 4 (39), S. 428–452.

Weischenberg, Siegfried (1994b): Journalismus als soziales System. In: K. Merten, S.J. Schmidt und S. Weischenberg (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 427–454.

Zubayr, C. (2007): Das Angebot von Sport in den Medien in Deutschland. In: Theodor Schierl und Christoph Bertling (Hg.): Handbuch Medien, Kommunikation, Sport. Schorndorf: Hoffmann (Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, 159), S. 56–68.

13.2 Internetquellen

Hooligan-Krieg vor Wiener Derby. Bei Massenschlägerei wurde nach Angaben der Polizei doch kein Kind verletzt (2012). In: **Österreich**, 21.10.2012. Online verfügbar unter <http://sport.oe24.at/fussball/fussball-national/bundesliga/Hooligan-Krieg-vor-Wiener-Derby/82455567>, zuletzt geprüft am 12.11.2012.

Ballesterer FM (2011): Mediadaten 2011. Online verfügbar unter www.ballesterer.at/index.php?art id=6 abgerufen am 24.10.2011

Ballesterer FM (2013): Mediafolder 2013. Online verfügbar unter http://ballesterer.at/documents/ballesterer_mediafolder_2013.pdf, zuletzt geprüft am 04.03.2013

Dembowski, Gerd (2012): Nur nichts anbrennen lassen. Online verfügbar unter <http://kopfballduesseldorf.de/?p=257#more-257>, zuletzt geprüft am 25.10.2012.

DerStandard Mediadaten (2012): Mediadatenübersicht 2012. Online verfügbar unter http://images.derstandard.at/2012/10/18/Allgemeine_Praesentation_121018.pdf, zuletzt geprüft am 03.03.2013

Höllriegl, Wolfgang (2012): Rapid Hooligan: "Ich esse keine Milka-Schoko". In: *Heute*, 12.11.2012. Online verfügbar unter <http://www.heute.at/sport/fussball/art23663,606841>, zuletzt geprüft am 12.11.2012.

Kleber, Viktoria (2012): Viele Tote in ägyptischem Fußballstadion. Angriff auf die Revolutionäre. In: *Spiegel Online*. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/panorama/viele-tote-in-aegyptischem-fussballstadion-angriff-auf-die-revolutionaere-a-812846.html>, zuletzt geprüft am 12.02.2013.

Lexikon Stangl: Lexikon für Psychologie und Pädagogik. Hg. v. Lexikon Stangl. Online verfügbar unter <http://lexikon.stangl.eu/55/hooliganismus/>, zuletzt geprüft am 27.02.2013.

Media - Analyse (2012): Tageszeitung Total. Hg. v. media-analyse.at. Online verfügbar unter <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=11/12&title=Tageszeitungen&subtitle=Total>, zuletzt geprüft am 02.03.2013.

Media - Analyse (2012): Wochenmagazine Total. Hg. v. Media - Analyse. Online verfügbar unter <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseWochenmagazineTotal.do?year=11/12&title=Wochenmagazine&subtitle=Total>, zuletzt geprüft am 02.03.2013.

Österreichische Werbeanalyse/ÖWA: ÖWa Basics. Online verfügbar unter <http://www.oewa.at/index.php?id=2>, zuletzt geprüft am 04.03.2013

Poppe, Thorsten (2012): Illegal, legal – oder egal? Probleme der Medien mit internen Informationen der Polizei. In: *SPORTjournalist*. Verband Deutscher Sportjournalisten E.V., Jahrgang 62, S. 5–8. Online verfügbar unter <http://www.rot-schwarze-hilfe.de/downloads/sportjournalist.pdf>, zuletzt geprüft am 12.02.2013.

Ruf, Christoph (2012): DFL- Sicherheitskonzept. Das Schein-Papier. In: *Spiegel Online*. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/sport/fussball/kommentar-zum-sicherheitskonzepts-schein-papier-a-872567.html>, zuletzt geprüft am 12.12.2012.

Schmitt, Maximilian (2012): Gespräche gegen das Misstrauen. Der Umgang zwischen Fußballfans, Journalisten und Verbänden birgt für alle Seiten Diskussionspotential. Bei den Mainzer Fantagen wurde diese Diskussion von den Fans offensiv gesucht - und vom DFB nicht angenommen. In: *Transparent Magazin*. Online verfügbar unter <http://transparent-magazin.de/blog/gesprache-gegen-das-misstrauen/#more-425>, zuletzt geprüft am 12.12.2012.

Selmer, Nicole (2012): Die Moral der sogenannten Journalisten. In: *Ballesterer Fußballmagazin*. Online verfügbar unter <http://www.ballesterer.at/aktuell/die-moral-der-sogenannten-journalisten.html>, zuletzt geprüft am 25.10.2012.

Steinbrecher, Michael (2011): "Verkäufer" oder kritische Berichterstatter. Anmerkungen zum TV-Sportjournalismus. In: *Journalistik*. Online verfügbar unter <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=709>, zuletzt geprüft am 04.03.2013.

Styria- Multi- Media (2013): Mediadaten Men. Online verfügbar unter http://www.styria-multi-media.com/upload/mediadaten/men_neu.pdf, zuletzt geprüft am 13.02.2013

Styria- Multi- Media (2013): Mediadaten Digital Portfolio. Online verfügbar unter <http://www.styria-multi-media.com/upload/mediadaten/digital.pdf>, zuletzt geprüft am 13.02.2013

Tölva, Jan (2012): Tod in der dritten Halbzeit. Vor 30 Jahren starb der 16jährige Werder-Fan Adrian Maleika. In: *Jungle World*, 01.11.2012 (Nr.44). Online verfügbar unter <http://jungle-world.com/artikel/2012/44/46535.html>, zuletzt geprüft am 05.11.2012.

Verband deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ) (2013): die Mediadaten der PZ-Verlage. Print, Online und Mobile. PZ-Online. Hg. v. Verband deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ). Online verfügbar unter www.pz-online.de/analyse, zuletzt geprüft am 29.01.2013.

Whannel, Garry (1992): Fields in vision. Television sport and cultural transformation. London: Routledge (Communication and society). Online verfügbar unter <http://www.loc.gov/catdir/enhancements/fy0648/91047903-d.html>.

13.3 Graue Literatur

Fontó, Alexander; Knoppik, Matthias (2012): Die Darstellung der Fußballfans in den Medien. Forschungsseminar „Angst und Schrecken in den Medien“ bei Peter Vitouch. Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften. Wien. nicht publiziert.

D.ANHANG

14.1 Leitfaden für die Leitfadengespräche

Soziodemographische Daten und einleitende Fragen

- Wie alt sind Sie?
- Für welches Medium arbeiten Sie heute hauptsächlich?
- Seit wann arbeiten Sie als Sportjournalist?
- In welchem Arbeitsverhältnis befinden Sie sich zurzeit?
- Wie gefällt Ihnen ihr Job?
- Sind Sie selber Fußballfan? Wenn ja, von welchem Verein?
- Gehen sie selbst ins Stadion?
- Wie wichtig sind die Fans für den Fußball?
- [optional] was halten sie von Ultras? Wie definieren Sie Hooligans?

Aufgaben und Arbeit des/der Sportjournalist/In

- Was sind Ihrer Meinung nach Ihre Aufgaben als Sportjournalist?
- Soll Ihre Berichterstattung [über Fußballfans] primär informieren oder auch unterhalten?
- Was halten Sie vom Begriff „storytelling“? Gibt es so etwas Ihrer Meinung nach überhaupt im Sportjournalismus [und in der Berichterstattung zu Fußballfans]?
- Inwiefern spielen bei Ihnen strukturelle (redaktionelle) Vorgaben eine Rolle wenn Sie einen Artikel zu/über Fußballfans verfassen?

Recherche/Quellenbeschaffung

- Was sind Ihre primären Quellen bei der Erstellung eines Artikels, die Fußballfans/Ultras/Hooligans zum Inhalt haben?
- Wie gehen sie mit dem Informationsangebot von Agentur und Polizei um?
- Verwenden Sie auch Hintergrundinfos bei der Berichterstattung zu und über Fans? Wie wichtig finden sie solche?
- Wie schwer ist es für Sie an Informationen von und über Fans heranzukommen?

Selbst- und Rollenverständnis

- Welche Kompetenzen muss ein Sportjournalist für Sie erfüllen? Gibt es so etwas wie eine soziale Kompetenz?
- Wie groß ist Ihrer Meinung nach Ihr Einfluss auf die öffentliche Meinung [bezüglich Fußballfans]?
- Fühlen Sie sich als Vermittler zwischen Fans und Gesellschaft?
- Kann eine gewisse Form der Berichterstattung Ihrerseits zu vermehrten Krawallen und Ausschreitungen führen? [Provokation]
- Wie würden Sie Ihre Beziehung zu Fußballfans und z.B. organisierten Fangruppen wie den Ultras sehen?

Werteverständnis

- Ist es Ihrer Meinung nach von journalistischer Relevanz, über Fußballfans zu berichten?
- Wie wichtig finden presse-ethische Grundsätze in der Berichterstattung [über Fans]?
Erklärung: keine Beleidigungen, Schützen der Privatsphäre etc.
- Wie weit darf bei der Berichterstattung über Fans in die Privatsphäre eingegriffen werden? Ist hier die Hemmschwelle niedriger als wie im Ressort Politik z.B.? [Fall Hass-Griechen als Beispiel nennen]

14.2 Transkript des Interviews mit David Krutzler

DerStandard, Cafe Europa, 1060 Wien, am 22.01.2013

A: Können Sie mir etwas über sich erzählen? Wie alt sind Sie? Wie lange arbeiten Sie schon als Journalist? Wie lange schon für den Standard? Wie haben Sie den Weg zum Sportjournalismus gefunden?

K: Ich bin 28 und ich bin schon ziemlich lange journalistisch tätig. Ich habe beim Schüler Standard, also für die Schülerzeitung vom Standard, meinen Einstieg gefunden. Ich habe dort als Mitarbeiter ein paar Geschichten geliefert und dort alles betreut, weil ich ja noch keine Arbeit hatte. Ich habe nach der Matura dann mit 18, 19 ein Praktikum beim Standard gemacht und von da an war ziemlich klar dass ich Journalist werden will. Ich habe das dann auch auf der FH Journalismus studiert. Habe das 4 Jahre lang studiert und habe dann vier Praktikas gemacht: bei Presse, Sportwoche und Standard noch einmal. Nebenher habe ich auch für ein Musikmagazin geschrieben, da ich nicht nur Sportjournalismus machen wollte und habe dann ab 2005 nach einem Praktikum für den ORF gearbeitet. Das waren einige Sozialreportagen. Nebenbei war ich aber auch freier Mitarbeiter beim Standard im Sportressort. Ab der Euro 2008 in Österreich und der Schweiz wurde ich dann fixer freier Mitarbeiter für den Standard. Also als normaler redaktioneller Mitarbeiter. Ich mache auch noch viel Motorsport und Skisport. Wie gesagt, sehr breit gestreut. Dadurch dass wir nicht so viele Leute sind müssen wir auch recht viele Bereiche abdecken. Ich betreue somit auch die Umweltseite des Standards. Das ist so mein zweites Standbein. Also Sport und Umwelt. Die Artikel erscheinen vorwiegend im Printbereich, aber dann unter Anderem auch Online. Das kommt drauf an. Aber eigentlich bin ich reiner Printjournalist. Online hab ich glaub ich nur zwei Berichte gemacht.

A: Hatten Sie Präferenzen was den Sport betrifft oder waren Sie da schon immer relativ offen?

K: Nein, es war generell die Vorliebe für Sport. Ich war aber von Anfang an bei uns zuständig für Trendsportarten. Für Trendsportarten, die nicht so im zentralen Fokus stehen. Also etwas Recherche aufwändigere Geschichten. Also Abseits der normalen Berichterstattung. Ich war aber auch beim Champions League Finale letztes Jahr. Wenn möglich mehr über diese Sportarten von denen nicht so viel berichtet wird. Die zwar Berechtigung haben, aber nie so genannt werden.

A: Wenn Sie sagen, Sie machen auch etwas rechercheaufwändigere Geschichten, können wir ja mal kurz über Ihre Arbeit diesbezüglich sprechen. Wenn Sie solch einen Artikel erstellen, was sind denn hier Ihre primären Quellen bei der Erstellung eines Artikels?

K: Wir haben natürlich Agenturen. Die sehr viele Geschichten vorschlagen, also sozusagen die Thematiken vorgeben, worüber sehr viel berichtet wird. Das gilt es natürlich zum halten, aber auch eigene Geschichten, eigene Scherbungen zu setzen, über die dann auch vielleicht danach berichtet wird. Recherchequellen, ja das ist ganz unterschiedlich. Man hat natürlich über die Jahre, also das 10. Jahr in der Redaktion, da baut man sich schon so ein kleines Netz an Kontakten auf. Also verschiedenste Sportmanager, mit Sportaffinen Menschen aber genauso wie mit Fans. Also man trifft sich auch mit Leuten und telefoniert sehr viel. Journalistische Arbeit halt. Da wird ein großer Schwerpunkt drauf gelegt, dass es eine ordentliche Arbeit ist. Also ohne Check, Re-check, Doublecheck geht bei uns gar nichts. Also wenn wir vertrauliche Informationen haben dann werden die einfach zwei bis dreimal gegengecheckt.

A: In Deutschland kam es in letzter Zeit zu einem Vorfall bei dem ein Fußballfan des 1. FC Nürnberg bei einem Zusammenstoß mit Fans von Mainz an einem Bahnhof vor den Zug geschubst wurde und somit einen Arm verlor. Dieser Vorfall kam dann schnell in die Presse, bei dem Informationen von der Polizeipressestelle geliefert wurden. Die Rechtshilfe der Fans des FC Nürnberg kritisierte daraufhin die Presse und die verschiedenen Artikel, mit der Argumentation, dass die angegebenen Infos gar nicht stimmten und warfen den Medien vor, die Informationen der Polizei einfach blind übernommen zu haben, ohne sie überhaupt zu überprüfen. Dabei wurde der Presse vorgeworfen, in enger Kooperation mit der Polizei zu stehen und gar nicht mehr daran interessiert zu sein, andere Hintergrundinformationen zu sammeln. Hatten Sie schon mal ähnliche Erfahrungen? Wie geht man damit um? Was halten Sie davon?

K: Also natürlich muss man mit der Polizei gearbeitet werden. Also wir haben auch eine Pressestelle, wo es offizielle Meldungen gibt. Mit denen muss man zusammen arbeiten, sonst kommt man gar nicht an die Meldungen ran. Aber natürlich muss gesagt werden, dass es überprüft gehört. Bzw. muss man sagen, wenn sich Ereignisse und Fakten nicht überprüfen lassen, muss man die Polizei als Quelle angeben. Also bei uns wird das auch gemacht. Wenn es ganz kritisch ist, dann wird es dazu geschrieben. Wenn man hier z.B. über eine andere Person Informationen hat, wird ganz klar dazu geschrieben, dass es nur die Sicht der Polizei ist.

A: Sie sagen, Sie sprechen bei Ihrer Recherchearbeit auch mit Fans. Wenn wir jetzt z.B. so einen Fall wie den Platzsturm bei Rapid im Jahre 2011 hernehmen, bei dem Fans das Feld stürmten und einen Spielabbruch herbeiriefen. Wie schaffen Sie es hier an Informationen seitens der Fans zu kommen? Ist dies in diesem Fall überhaupt möglich für Sie? Haben Journalisten überhaupt eine Möglichkeit mit Fans zu sprechen?

K: Ja natürlich hat man das. Fans haben ja mittlerweile auch Fansprecher. Rapid hat z.B. einen Fanbeauftragten, den Andi Marek. Der arbeitet natürlich auch eng mit Fansprechern und Fan-chefs sozusagen, also Chiefs von Fangruppen, zusammen. Wenn man zu denen einen Kontakt stellen kann und die wollen eine Stellung dazu nehmen, dann wird die auch genommen. Nur wenn sie sagen, die wollen keine Stellung nehmen, dann wird die auch geschrieben. Es ist schon schwieriger mit denen in Kontakt zu treten. Also sie sind nicht so scharf drauf in der Öffentlichkeit zu stehen. Daher ist es schon recht schwer die zweite Seite völlig richtig zu zeigen. Man muss sie auch zeigen, eben auch dass sie nichts sagen dazu.

A: Glauben Sie, dass es auch Journalisten gibt, die, wenn, wie Sie sagen, die Fans abblocken, gar nicht mehr versuchen an die Informationen zu kommen und darauf verzichten und somit nur ihre Informationsquellen verwenden?

K: Also da wird mit zweierlei Maß gemessen. Man muss einerseits sagen, der Versuch man muss alles unternehmen um die zweite Seite beleuchten zu können. Wenn es nicht funktioniert von denen direkt an Informationen zu kommen, muss man alle Informationen hinnehmen die man sonst über diese Gruppierung so sammeln kann. Das muss auch so ausgewiesen werden. Wenn die Person selber nicht Stellung nehmen will, dann muss man das auch anführen. Das nicht anzuführen wäre journalistisch bedenklich. Aber es wird in den meisten Fällen angeführt.

A: Die wissenschaftliche Theorie geht z.B. davon aus, dass wenn man über Zuschauerausschreitungen und Gewalt schreibt, dass dies auf der anderen Seite zu noch mehr Gewalt und Ausschreitungen (seitens der Fans) führen kann. Was halten Sie davon?

K: Also das muss ich jetzt wiederholen? Meine Berichte sollen die Stimmung noch mehr aufheizen? Was wäre dann die Alternative, gar nicht mehr darüber zu berichten? Das ist auch keine Lösung. Es kommt drauf an, was man damit erreichen will. Will man einen Diskurs darüber erreichen, muss man darüber schreiben. Will man Sachen verschweigen? Nein, als Journalist tut man das nicht, Verschweigen. Anders gelagert ist es vielleicht bei Geschichten wo es um Selbstmord etc geht. Da weiß man aus der Forschung, dass es Trittbrettfahrer gibt. Angenommen

bei den Wiener Linien schmeißt sich jemand vor den Zug, gibt es eine Übereinkunft, dass es nicht so ausgeschildert werden soll, da es Trittbrettfahrer geben soll. Aber bei Fankrawallen, kann ich mir das ehrlich gesagt nicht vorstellen. Also wenn wir das Beispiel Platzsturm hernehmen, wie sie bereits gesagt haben, oder beim letzten Spiel von Rapid in Griechenland gegen Paok wo es Ausschreitungen gegeben hat. Die Bilder gibt es ja im Fernsehen, wie kann dann eine Zeitung oder ein Radio nicht darüber berichten. Das geht ja nicht. Das muss man ja thematisieren. Das schauen sich ja kleine Kinder an. Da gehen ja Eltern mit ihren Kindern ins Stadion. Natürlich gehört darüber berichtet. Ich glaub auch das Informationen über Gewalt aufklären können. Forschungen mögen was Anderes sagen, aber sie sind ja auch dazu da sie widerlegen zu können.

A: Wenn es jetzt um die Berichterstattung über Gewalt geht und wir wieder den Platzsturm hernehmen. Da gab es ja die Geschichte des Hass-Griechen die von der Tageszeitung Österreich erzählt wurde. In der Theorie nennt man so eine Geschichtenkonstruktion „storytelling“. Sagt Ihnen das was? Was halten Sie davon?

K: Natürlich sagt mir das was. Es gab sogar mal ein Semesterlang nur eine einzige Vorlesung dazu auf der Uni, die sich nur mit diesem Begriff beschäftigte und wie man Geschichte dazu aufbaut. Ich kenne mich da gut aus. Natürlich haben Boulevardmedien einen anderen Zugang zu Themen wie Qualitätsmedien. Die Geschichte des Hass-Griechen, so wie er getitelt wird, also der Franz Fuchs hat auch seinen Namen abbekommen, der Herr Fritzl hat auch seinen Namen abbekommen. Natürlich ist dieses konstruieren und dämonisieren ein super Mittel um Emotionen zu erzeugen, von dem her. Qualitätsmedien versuchen hier natürlich einen Schritt zurück zu setzen damit das auch richtig projiziert wird und einen Diskurs darüber in den Gang zu bringen. Bei uns war so, beim Platzsturm hat es danach sehr wohl Gespräche mit den Fangruppierungen gegeben, wie den Vatos Locos, die für das Ganze verantwortlich gemacht wurden etc.

A: Bei jener Berichterstattung wurde mit Begrifflichkeiten wie „Idioten“ und „Chaoten“ gearbeitet, bei der man sehr schnell persönlich wurde und schon einen Eingriff in die Privatsphäre darstellte. Wie muss in diesem Bereich überhaupt mit presse-ethischen Grundsätzen umgegangen werden? Also die Wahrung der Privatsphäre, Unschuldsvermutung etc.? Wo liegt hier die Hemmschwelle?

K: Also ich mag das jetzt nicht nur auf den Hass-Griechen fest machen. Aber wenn sich eine Person ins öffentliche Interesse stellt, wie in dem Falle, ist sie eine Person des öffentlichen Interesses geworden, weil sie sich so sehr in den Vordergrund gestellt hat. Da kann man natürlich über sie berichten. Die Anonymisierung muss aber trotzdem gewahrt werden. Ich würde jetzt nicht den Namen der Person nennen, aber er hat sich in den Vordergrund gerückt und so kann auch darüber berichtet werden. Interessanter wär: wo ist er sozialisiert worden? Warum kommt er nach Wien? Wie kommt er nach Wien? Wie kommt er zu den Rapid Fanclubs und wie kommt es dazu dass er hier mit marschiert? Das ist das Interessante. Die Fragen die diese Tat aufmachen und nicht wer dieser Hass-Griechen jetzt ist. Ich erzähl eine Geschichte dazu. Ich war vor der Euro 2012 in Polen und Ukraine weil natürlich befürchtet wurde, dass es zu starken rassistischen Ausschreitungen und Fankrawallen kam, was dann auch eingetreten ist. Weniger als wie man geglaubt hat im Vorfeld. Ich war da in der Grenzstadt in Lemberg und habe da mit Ukrainischen Hooligans gesprochen, wie sie die Lage sehen, ganz offen. Das interessante daran war, dass dieser Fan der gebrannt hat für seinen Klub, sich jede Woche schlägert mit dem Gegenklub in der Stadt. Der war gedeckt mit Job, gebildet, hat fertig studiert, also eine Ausbildung gehabt. Keiner der völlig frustriert war etc. Also, dass auch solche Menschen sozialisiert werden können, dass sie auch so was machen. Sowas ist interessant.

A: Wurde das auch im Standard publiziert?

K: Ja das wurde publiziert. Es war jetzt natürlich kein Soziodrama, aber eine Reportage, die zeigen soll, dass es nicht die üblichen Personen sind, die sich hier schlägern, sondern es auch ganz

andere Personen sein können. Möglicherweise war es ein besonderes Beispiel, aber es zeigte, dass es halt auch solche Personen gibt. Dazu haben wir noch Themen über Rassismus, Fankrawalle, Krankheiten, Aids etc. gemacht.

A: Gehen Sie privat auch ins Stadion?

K: Also da wir einen Kollegen haben, der sehr gerne über Rapid schreibt, gehe ich auch oft so als Fan ins Stadion, also als neutraler Zuschauer

A: Vielleicht noch etwas zum Sportjournalismus selber. Wie sehen Sie ihre Zukunft als Sportjournalist? Hat sich in den letzten Jahren auch hinsichtlich der Berichterstattung über Fans irgendwas verändert?

K: Also es gibt Sportjournalisten-Jahrgänge, sprich Ausbildungen dafür. Jede Bildung die in diese Hinsicht geht ist gut. Ich würde mich aber nicht als Sportjournalist selber sehen, also Schwerpunkt Sport, sondern als Journalist, mit großem Schwerpunkt Sport. Ich bin zwar journalistisch ausgebildet, habe mich aber dann selber weitergebildet und spezialisiert. Nur weil man sich für Sport interessiert, ist man deswegen nicht ein Sportjournalist. Und auch nicht nur wenn man eine Zeitung macht und dafür schreibt. Also das ist keine Berufsgruppe die geschützt ist. Sie können sich auch als Journalist bezeichnen. Möglicherweise sollte man da noch sehr viele Sachen nebenher machen. Es geht hierbei aber ja auch um Qualität. Es gibt so viele verschiedene Richtungen die Zeitungen haben, verschiedene Einflüsse von Redakteuren, verschiedene Wahrnehmungen...ich weiß nicht wie man das bewerten will. Aber die Leidenschaft für den Sport ist sicherlich nicht schlecht. Wobei sollte man den Sport nicht nur als Wettbewerb sehen. Es gibt soviel dahinter. Wie werd ich überhaupt Sportler? Wie kann ich als Sportler überleben? Wenn wir auch die aktuelle Debatte Wehrpflicht ja/nein ansehen, müssen wir uns auch fragen was man mit den Sportlern machen, die beim Bundesheer angestellt sind. Also die dadurch überleben können, dadurch Geld bekommen und dadurch die Chance haben den Sport zum Beruf zu machen. Es gibt Fußballspieler den muss man nichts gehen, aber keine Ahnung, Rennfahrer, Skiläufer, die brauchen Unterstützung und darum kommen sie zum Bundesheer. Deswegen hat der Sport auch wirtschaftliche Pflichten zu erfüllen. Diese zu beobachten find ich genau so interessant wie den Wettkampf zu beobachten.

A: Glauben Sie, dass Sportjournalisten eine soziale Kompetenz vorweisen müssen? Hat der Sportjournalismus eine gesellschaftliche Funktion oder dient er vorwiegend als Unterhaltungsformat?

K: Absolut! Natürlich ist Sport Show teilweise, eine super Show, wenn wir z.B. Schladming anschauen, das ist eine super Show. Aber wie du dahin kommst dass du diese Show machen kommst, das ist doch auch interessant, was hier dahinter steckt. Wenn Sie sagen soziale Kompetenz, dann ist das interessant was z.B. mit der Rapid-Viertelstunde gemacht wird. Ich meine mit gesellschaftlicher Verantwortung ist Sport Gott sei dank wichtig. Es wird mehr diskutiert über mehr Sport in Schulen. Ganz unabhängig wie man dazu politisch stehen will. Es geht aber einfach darum dass die Menschen zu wenig Sport machen und das ist wissenschaftlich hundertprozentig erwiesen, dass Menschen an Gewicht zu legen und weniger Sport machen, über die letzten Jahre gerechnet. Ja das ist ja auch soziale Kompetenz nicht?

A: Weil Sie kurz Schladming erwähnt haben. Im letzten Jahr wurde das Thema Pyrotechnik auch im Skisport thematisiert. Dabei wurde das Thema jedoch anders behandelt als wie im Fußball und wurde auch als Stimmungsmacher und faszinierendes Bild betitelt und behandelt. Wie stehen sie dazu? Wie soll damit umgegangen werden und warum wird hier anders argumentiert als wie im Fußball, obwohl es sich ums Gleiche handelt, auch auf gesetzlicher Ebene?

K: Pyrotechnik ist verboten im Stadion. Da werden sie mir recht geben, dass das gesetzlich so ist. Wenn sich daran nicht gehalten wird, ist es gegen das Gesetz. Dann kann man auch darüber berichten. Ich finde nicht, dass man hier nicht darüber berichten sollte. Man muss hier aber auch aufpassen. Es gibt ja auch Sondergenehmigungen. Bei Choreographien können sie ja auch erlaubt sein. Da ist aber eine gewisse Diskrepanz dazwischen, weil da kann man genau so jemanden verletzen der daneben steht. Aber für mich sollte es generell aus den öffentlichen Räumen verbannt werden würden.

A: Die Diskussion ist hierbei ja, dass es im Skisport auch verboten ist, aber es nicht negativ thematisiert wird als im Fußball.

K: Das kommt aber auch weniger bei anderen Skirennen vor als in bei Rennen in Österreich. In Amerika haben 200 Leute zuschauen beim Rennen. In Frankreich irgendwie auch. In Deutschland kommen vielleicht mehr Leute und in Italien. Aber Österreich ist hier sicher ein Sonderfall. Kitzbühel wird's wieder Abgehen, Schladming im Nachtslalom wird's abgehen und bei der Europameisterschaft auch. Natürlich wird's auch Pyrotechnik geben. Aber wenns verboten ist solls auch verboten werden und so geahndet werden, genauso wie beim Fußball. Natürlich ist es beim Fußball anders, bei der Fankultur für die es eine Art Zauber ist. Keine Ahnung wie es im Skisport ist.

A: Im Skisport wurden aber z.B. Bilder von brennenden Bengalfackeln mit Titelschlagzeilen wie „was für eine Stimmung“ verwendet, einige Wochen später beim Fußball konnte man von illegaler Pyrotechnik in Zusammenhang mit Ausschreitungen lesen. Der ORF verwendet in seinen Teaser-Bildern auch Bilder von brennenden Bengalen im Fansektor, auf der anderen Seite wird immer wieder betont dass es seitens der Fans ein Schwachsinn ist, sowas abzufeuern. Was halten Sie von dieser Diskrepanz?

K: Ja da haben sie wirklich recht. Man müsste vielleicht die Medien dazu etwas mehr sensibilisieren. Aber wir haben sicher auch schon mal in Zusammenhang von Randalen und Krawallen Bilder genommen wo es im Stadion gebrannt hatte, Pyrotechnik abgefeuert wurde. Aber ja, möglicherweise sollte man das etwas mehr thematisieren, nicht so ausweiten. Aber es gibt jetzt keine Richtlinien, dass wir das auch nicht verwenden sollen und dürfen. Ich wüßts interessant finden, obs beim Nachtslalom in Schladming verboten wird. Wenn es in öffentlichen Räumen verboten ist, so wie sie es sagen, dann sollte es auch beim Slalom verboten werden.

A: Kleiner Input: Die Deutsche Presse Agentur hatte nach dem Fall des Fans von Nürnberg, wie vorher erklärt, auf starken Druck verschiedener Faninitiativen etc. einen Sensibilisierungskurs eingeführt, bei dem es um die Erlernung der Begriffen wie Hooligans, Ultras, Gewalttäter-Sport etc. ging. Ein Journalist des deutschen Sportjournalisten Verbandes meinte diesbezüglich, es liegt jetzt an der Rolle der Sportjournalisten, hier als Vermittler zwischen Fans und offiziellen Stellen wie Polizei und Verein, auf der anderen Seite zwischen Fans und Gesellschaft einzutreten. Was halten Sie davon?

K: Also man probiert das wirklich zu machen. Man will sich aber nicht auf eine gewisse Seite schlagen. Es wird hier wirklich schwer zu Fanvertretern zu gelangen. Also vielleicht schafft man den Kontakt, aber es kommt dann zu keinem Austausch weil sie nicht darüber reden wollen. Aber hier gibt es natürlich genug journalistische Problemfälle. Man muss als Journalist schnell arbeiten und da hängt es auch oft von Aktualität ab. Trotzdem probiert man diese Qualitätsmerkmale zu verfolgen, also die Gegenseite anzuhören und sonst sollst ein Bericht einfach nicht erscheinen, ganz einfach. Und sonst muss ich mir halt einfach einen Tag länger Zeit nehmen. Wenn das geht ohne dass eine leere Seite oder ein leerer Fleck entsteht, sollte man das auch machen. Aber das ist wirklich ein super interessantes Thema.

A: Glauben Sie, dass der Sportjournalismus lange gar nicht ernst genommen wurde und es jetzt vielleicht immer noch wird? Was halten Sie davon?

K: Der Standard ist ohne Sportteil gegründet worden. Da war am Anfang überhaupt kein Sport drinnen. Der ist erst reingewachsen. Wir versuchen natürlich nicht nur ergebnisorientierte Berichterstattung zu machen, sondern auch die gesellschaftliche Relevanz von Sport ein bisschen vorzustellen, zu beleuchten, zum Diskurs zu stellen. Da passt natürlich dieses Thema Fangewalt, auch Rassismus, Hooliganismus dazu. Man sollte schon schauen das nicht ganz zu verdrängen. Es ist schon ein Wahnsinn wenn sie mit ihrem Kind zum Match gehen, was sie da akustisch zu hören bekommen. Die Beschimpfungen, das sollte eigentlich auch so geahndet werden, da muss nicht extra Pyrotechnik dafür abgebrannt werden. Das erlebt man aber genauso in der ersten Klasse Ost. Wie man aber jetzt auch in den letzten Jahren gesehen hat, beim Derby Platzsturm oder bei der Euro 2012 dass die Uefa hier schon sanktioniert. Es hat auch jetzt wieder Sanktionieren gegeben wegen Ungarn und Rumänien, die jetzt die nächsten Spiele ohne Zuschauer ausführen müssen aufgrund von rassistischen Auswüchsen. Natürlich kann man sagen darüber wird berichtet um Aufmerksamkeit zu erregen, aber wehret den Anfängen sage ich dazu. Deswegen gehört das genau so ernst genommen. Ich war selber in England bei Premier League und man hat immer gesagt, keine Ahnung, es gibt keine Stimmung mehr im Stadion, die ganzen Fangruppen sind weg gekommen als es Gewaltesse gegeben hat. Da kann ich ohne Probleme mit der Family ins Stadion gehen, also ohne irgendwie Angst haben zu müssen. Und da hat es auch funktioniert, dann wird's auch bei uns funktionieren. Das Englische Modell. Natürlich verkauft Rapid als Marke genau so die Fans, die machen Stimmung, Rapid-Viertelstunde, bei minus fünf Grad sitzen die mit nackten Oberkörper da, alles super lässig. Das gehört alles dazu. Man muss aber dann auch das nicht so Gute beleuchten. Das gehört ja auch zur Arbeit des Journalisten und ist eine soziale Kompetenz. Aber da ist sicherlich ein großes Interesse da beim Thema. Da kommt ja der Redaktionsschlüssel dazu. Wenn wie beim Derby die Ausschreitung war, war ja nicht klar ob das Match abgebrochen wird. Da fragte man sich, was macht man? Also wie berichtet man? Wie steht man da? Man kann ja nicht schreiben „Abbruch“ der dann nicht ist. Da kommen noch so viele Dinge dazu. Deswegen ist das ein super interessantes Thema. Fußball ist ein gesellschaftliches Phänomen, da gehen ja tausende von Leuten ins Stadion. Aber gute journalistische Arbeit ist hier wichtig.

Haben sie die Bild letzte Woche gesehen? Mit der Admira? Das ist ja eine völlige Falschinformation, Panikmache. Höchst bedenklicher Journalismus, aber das in der größten Tageszeitung Deutschlands. Das mit einer Million Leserschaft und das wird abgedruckt. Natürlich wir wissen dass es ein Blödsinn war, aber die Leser nehmen das dann als Wahrheit an. Das ist natürlich super Fragwürdig. Aber wenn du Medienberichterstattung machst, ist es auch das wichtig kritisch zu beleuchten. Ok, als Journalist kannst du Fehler machen, aber das war Manipulation. Und das ist sehr bedenklich. Es können Fehler passieren. Es passieren genug Fehler. Aber bewusst solche Falschmeldungen zu machen ist schlimm. Aber abseits dieses Falles würde ich nicht die ganze Zeit darüber berichten. Aber natürlich, also wenn es zu Ausschreitungen, Krawallen und Rowdies kommt, das muss berichtet werden. Aber genau solche Wörter funktionieren super mit Zeitungsverkauf. Aber es ist nicht so dass das jetzt ein Daily Shizzle ist. Wir werden nicht die ganze Zeit über Fangruppen und Fans berichterstaten, das hat keine dauerhafte Relevanz für uns.

A: Ich bedanke mich für das Gespräch und die Zeit die sie dafür aufgewendet haben.

14.3 Transkript des Interviews mit Jakob Rosenberg

Ballesterer Redaktion am 24.01.2013

A: Danke dass du dir für dieses Gespräch Zeit genommen hast.

R: Ich finde es spannend und ich freu mich, wenn wir es quasi auch auf die Uni schaffen. Also hin und wieder in Seminararbeiten, Bakk-Arbeiten oder Magisterarbeiten. Aber ich find das gut, weil das ein wichtiges Gebiet ist und auch auf die Uni gehört.

A: Kannst du mir kurz etwas über dich erzählen? Hast du studiert? Seit wann arbeitest du beim Ballesterer? Wie sieht deine journalistische Laufbahn aus?

Also ich bin am 30.4.1981 in Wien geboren und habe von 2000 bis 2007 Studium der Politikwissenschaft an der Universität Wien und der Università degli Studi di Napoli - L'Orientale studiert. Seit 2006 bin ich beim Ballesterer tätig. Ab 2009, das müsste ich aber noch einmal überprüfen, war ich dann stellvertretender Chefredakteur bzw. dann Chef vom Dienst, also seit Jänner 2012 Chefredakteur. Journalistisch habe ich abgesehen vom Ballesterer noch bei ein paar Medien einzelne Artikel publiziert z.B. Wiener Zeitung, Transparent, Il Manifesto und vorm Studium, also 1999, habe ich noch ein Radio-und- Internetjournalismus-Ausbildung beim Polycollege Stöbergasse gemacht. Neben den journalistischen Tätigkeiten war ich von 2007 bis 2012 als Lehrbeauftragter am Institut für Politikwissenschaften der Uni Wien tätig und habe auch ein paar wissenschaftliche Artikel und gemeinsam mit Georg Spitaler das Buch "Grün-Weiß unterm Hakenkreuz - Der Sportklub Rapid im Nationalsozialismus", geschrieben.

A: So als Einstieg: verstehst du dich als Chefredakteur eines Fachmagazin, eines Special-Interest Medium, als Sportjournalist?

R: Gute Frage. Ich würde sagen ja, auf jeden Fall. Wir verstehen uns schon als Sportjournalisten. Aber ich würde sagen, wir verstehen uns nicht nur als Sportjournalisten. Ich glaube, dass bei Vielen noch weitere Bereiche dazu kommen. Was das Selbstverständnis betrifft, ist das doch immer schwer zu mutmaßen. Es sind für jeden einzelnen die Beweggründe wichtig, warum sie das machen. Aber ich würde sagen, dass wir uns schon als Sportjournalisten verstehen. Gleichzeitig aber auch wahrscheinlich in einer Abgrenzung zum regulären Sportjournalismus. Aber schon als Qualitätsjournalisten. Das kann dann verschiedene Aspekte beinhalten. Also wir haben viele Leute von der Uni übernommen/bekommen. Das sind dann Leute, die sich vielleicht auch noch als Historiker, Politikwissenschaftler oder was auch immer verstehen. Nebenbei sind sie auch Sportjournalisten, oder umgekehrt. Wir haben viele Leute die studentisch geprägt sind, die Journalismus studieren oder aber auch andere Dinge studieren und sich dann halt auch als Sportjournalisten verstehen. Wir haben auch Leute, die ganz normal in der Arbeitswelt verankert sind. Oder Leute, die auch in anderen journalistischen Zusammenhängen schreiben und das auch machen. Aber ich glaube, dass der Sport bei uns im Mittelpunkt steht. Speziell Fußball, das ist klar. Das ist auch irgendwie ein gemeinsamer Nenner.

A: Was sind für dich die primären Aufgaben eines Sportjournalisten oder generell eines Journalisten? Hast du Vorstellungen was ein Sportjournalist eigentlich machen soll und was er nicht machen soll?

R: Naja ich glaube es kommt immer sehr stark auf das Medium an. Also da sind immer Fragen wichtig wie: wen will ich erreichen? Habe ich die Mittel dazu, diejenigen die ich erreichen will auch so zu erreichen wie ich will und kann? Ich glaube im Endeffekt gilt beim Journalismus prinzipiell die Grundfrage: kann ich eigentlich Geschichten erzählen die die Leute interessiert? Da gibt es verschiedene Zugänge. Also da kann man sagen: „Ich bin ein Fernsehjournalist und ich berichte live von einem Spiel, wo vielleicht das Ergebnis oder die Spielkunst des Spiels im Mittelpunkt steht.“ Auf der anderen Seite gibt's halt die Medien, wie unseres, die nicht unter einem solchen Zeitdruck stehen und auch nicht auf diese aktuelle Berichterstattung eingehen. Da wird dann

gesagt: „Ok, wir erzählen euch Geschichten die in diesem Sport spielen oder die dort ablaufen sind aber die vielleicht noch mehr erzählen oder das erzählen was man vielleicht im Fernsehen nicht erzählt bekommt oder nicht sieht. Aber prinzipiell glaube ich, dass das einen Journalisten ausmacht: Geschichten behandeln, die er auf Grund verschiedener Parameter für relevant hält. Relevanz ist glaube ich ein wichtiger Punkt. Etwas zu erzählen und zwar so zu erzählen dass das Leute auch interessiert finden. Egal welche Zielgruppe man damit jetzt ansprechen möchte. Ich glaube, dass das Journalismus ist. Dann gibt es für mich noch ein paar Kriterien die guten Journalismus definieren. Grundlegende Recherche zum Beispiel. Das sind natürlich oft auch stilistische Sachen. Aber eben auch einen Zugang wählen, wo man verschiedene Seiten betrachtet. Wo man versucht, auch wenn es vielleicht nur im Kleinen geht, umfassend über die Dinge zu berichten und da auch fair zu sein.

A: Also mehr die Hintergründe beleuchten?

H: Ja genau, mehr Hintergrundinfos. Also das heißt nicht nur aus einer Perspektive. Das ist jetzt meine Unterstellung, aber im Journalismus oder im Mainstream-Journalismus kommt sehr oft nur eine Perspektive vor. Das ist halt die Perspektive zu der es am einfachsten Zugang gibt. Das heißt, es ist oft die Agentur- Perspektive, welche ja auch oft die Grundlage für viele Artikel ist die publiziert werden. Das sind dann Agenturmeldungen beziehungsweise offizielle Informationen. Wenn zum Beispiel ein Verein eine Presseäußerung zu einem Transfer macht, wird dies dann sehr oft übernommen und als seine eigene Aussage angegeben. Somit glaube ich, dass das dann eigentlich nicht tiefgreifend genug ist. Ich glaube wenn man mehr erzählen will, dann braucht man halt einen tieferen Zugang und eine detailliertere Recherche und auch andere Standpunkte. Bei Fanthemen, was ja jetzt für dich auch sehr interessant und relevant ist, kommt es sehr oft vor, dass nur eine Seite dargestellt wird. Hierbei wird ja meistens ohne Fans diskutiert. Diskussionen werden ohne sie geführt. Artikel kommen ohne Fanstimmen aus. Ich glaube, dass man hier auch ein gewisses Missverhältnis erkennt. Es muss eigentlich vor allem in diesen Themen gezeigt werden, wen die Fans eigentlich repräsentieren, wer sie sind und wer eigentlich über Fans redet.

A: Wie gehst du denn mit Meldungen von Agenturen und Polizei um, wenn es jetzt ganz konkret um Berichte geht, die Fußballfans beinhalten wie z.B. der Platzsturm von Rapid?

R: Ja zum Glück gibt es nicht so viele Fälle wo die Polizei tatsächlich wesentlich. Wenn man jetzt auch von Fankultur spricht, ist ja Gewalt nur ein Teilaspekt davon und Vorfälle wo man tatsächlich Polizeimeldungen benötigt sind eher in der Minderheit. Konkreter Fall Platzsturm Rapid: das war Ende Mai und wir haben da einfach relativ lang Zeit gehabt, weil wir im Juni kein Heft haben, sondern erst wieder im Juli. Da haben wir uns für einen Zugang entschieden, wo ich selber dann auch die Geschichte geschrieben habe, bei dem wir einfach versucht haben mit möglichst vielen unterschiedlichen Vertretern zu reden. Wir haben mit dem Leiter des Zentrums für Sportangelegenheit aus dem BMI geredet. Wir haben mit dem Verein geredet. Wir haben mit verschiedenen Fans geredet. Wir haben mit Anwälten geredet und mit Fußballhistorikern, also einem in dem Fall. Ich glaube halt, dass das der Zugang ist. Es ist prinzipiell falsch zu sagen: „ok es gibt jetzt nur eine Polizeimeldung und auf dieser schreiben wir einen Artikel.“ Das kommt eigentlich nicht vor. Vor allem die Polizei ist jetzt nicht ein Ansprechpartner den wir sehr häufig in Anspruch nehmen. Meistens ist es aber, so dass die aktuelle Berichterstattung schon auf deren Aussagen aufbaut. Wir verwenden deren Infos eher selten. Dass wir Polizeiberichte anfordern, das passiert echt nicht. Es sind dann eher Expertengespräche. Wir haben auch immer wieder Interviews mit Szenekundigen Beamten gehabt oder mit sonstigen Polizisten, die man befragt und die dann O-Töne oder Infos beisteuern. Aber jetzt einfach nur einen Bericht hernehmen ohne die vermeintliche andere Seite zu Wort kommen zu lassen, das passiert nicht.

A: Glaubst du, ihr würdet anders Berichterstatten wenn ihr zum Beispiel einmal in der Woche erscheint statt einmal im Monat? Inwiefern würde sich bei euch irgendwas ändern dadurch?

R: Ja ich glaube, wenn die Struktur genau so wäre wie sie jetzt ist, also eine semi-professionelle Struktur, würden wir es nicht schaffen. Wir berufen uns ja zu sehr großen Teilen auf ehrenamtliche Arbeit oder haben relativ wenige Ressourcen für eine wöchentliche Erscheinung. Wenn wir unter

den momentanen Voraussetzungen wöchentlich erscheinen müssten, dann würden wir einfach nicht erscheinen. Aber wenn wir eine andere Struktur hätten, würde es anders aussehen. Wir sind halt ein Monatsmagazin und ich glaube es ist eine bewusste Entscheidung zu sagen: „wir wollen das wir die Zeit haben Sachen zu recherchieren.“ Wir wollen die Möglichkeit haben, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Ich glaube aber, dass das als Wochenmagazin wahrscheinlich für die Leser nicht so funktionieren würde. Wir kriegen immer wieder die Rückmeldung, dass das Heft vielleicht nicht zu 100% gelesen wird, weil es irgendwie anstrengend ist oder es einfach zu viel ist. Man kann einen Monat lang dran lesen. Bei einer wöchentlichen Erscheinung wären die Dichte an Artikeln und die Dichte an Informationen einfach viel zu viel. Vielen Leuten würde das nicht gefallen. Von unseren Strukturen her wäre es wahrscheinlich schwierig es auf einer wöchentlichen Basis zu produzieren und genauso ist es auf der Ebene der Rezipienten schwierig. Wir würden einfach diese Art der Intensität vielleicht nicht hinbekommen. Da aber viele von uns ja auch für andere Medien wie Tagesszeitungen, Wochenzeitungen oder Internetblogs arbeiten, glaube ich durchaus, dass unsere Leute fähig wären, auch an solche Geschichten ähnlich heran zu gehen. Nur eben auf Basis einer anderen Struktur.

A: Inwiefern hat sich bei euch der Onlinebereich verändert? Mir wurde von anderen Gesprächspartnern gesagt, dass sie teilweise Print und online arbeiten. Wird eine strikte Trennlinie, wie sie in der Wissenschaft noch vorhanden ist, schrittweise aufgelöst?

R: Also ich glaube, dass es bei uns schon eine Trennlinie gibt. Dass online ganz anders funktioniert als print das ist ja eigentlich ganz klar. Ich glaube dass wir auf Online-Basis eher diesen Blogcharakter haben. Viele haben ja auch sehr spezialisierte Blogs wo es um Taktik-Analysen oder Gesellschaftspolitik geht, aber auch um Fanbelangen oder was auch immer. Das haben wir nicht oder eben vielleicht zu wenig. Wir haben im Online-Bereich auch nicht diese Tagesaktualität, die heutige Onlinemedien bzw. Tagesmedien haben. Also stündliche Aktualität oder eine sehr schnelle Aktualität die ja Onlinemedien auszeichnet. Also insofern ist unsere Website sicher ein Medium, das eher den Charakter vom Magazin hat. Ich glaube, dass die Website vor allem das transportiert und als Information über das Magazin selbst und uns gibt. Aber die Homepage so zu befüllen, wie das wahrscheinlich für eine Homepage notwendig wäre, das tun wir im Moment nicht. Das sollten wir besser machen, was wir aber mit der derzeitigen Struktur nicht schaffen.

A: Weil du vorher gesagt hast, dass es wichtig ist immer Hintergrundinformationen zu recherchieren. Es herrscht in der Wissenschaft die gängige Annahme, dass Journalisten, besonders wenn sie jetzt als solche erkennbar sind, es viel schwerer haben an Informationen von Fans zu kommen weil viele Fanszenen abblocken. Wie geht ihr damit um oder wie schwer oder einfach ist es für euch/dich?

R: Ich würde sagen, dass es für uns einfacher ist als für alle Anderen. Ich glaube das liegt daran, dass wir, wie ich vorher gesagt habe, einen Zugang haben bei dem irgendwie klar ist, dass wir fair sind und dass wir, gerade was Fanthemen betrifft, nicht in die Mainstream Berichterstattung abdriften und schnell mal irgendwo hingehen. Das Problem ist, dass viele Medien bei Themen wie Pyrotechnik, Gewalt etc. die Diskussion erst gar nicht anfangen. Ich glaube, dass wir uns da, zumindest in Österreich, einen gewissen Namen gemacht haben und viele Leute auch wissen, wenn sie auf uns zugehen, dass wir uns an journalistische Standards halten. Jene Standards definieren wir auch und geben sie auch vorher den Gruppen. Wenn es jetzt um aktive Fanszenen geht, dann kommunizieren wir das auch und bitten Leute nochmals um eine Freigabe von Interviews, Aussagen etc. Das ist ja nicht nur bei Fans so, sondern auch in den anderen. Uns geht es jetzt nicht drum zu sagen: „Schauen wir mal. Machen wir mal ein Interview und schauen dann, ob er sich dann verplappert oder so.“ Solche Konflikte hatten wir eigentlich auch noch nicht. Wir hatten diesbezüglich auch nie irgendwie Probleme in dieser Hinsicht. Gleichzeitig ist es halt von Land zu Land unterschiedlich. Gerade in Deutschland, wo wir letzten Sommer auch diese Nummer über die Situation der Ultrabewegung in Deutschland gebracht haben, ist der Umgang mit den Medien insgesamt offener. Es gibt dort Gruppen, die mit mehreren Medien reden und teilweise gibt es halt Gruppen die total abblocken. Das haben auch wir zum Teil stärker zu spüren bekommen. In Österreich selber ist es so, dass wir eigentlich mit den meisten Gruppen mit denen wir reden wollen auch reden können.

A: Es gibt Meinungen von deutschen Sportjournalisten, die sagen, es ist eine Aufgabe der Journalisten als Vermittler zwischen öffentlichen Stellen und den Fans zu agieren aber auch als Vermittler zwischen Fans und der Gesellschaft. Verstehst du dich in der Hinsicht als Vermittler zwischen Fans und der Öffentlichkeit?

R: Ich würde das weniger aktiv begreifen. Also ich glaube schon, dass man eine Vermittlerposition hat, weil man wahrscheinlich einfach Informationen bekommt, die andere Leute vielleicht nicht bekommen. Es können auch Informationen sein, die Verbände vielleicht auch nicht bekommen oder was auch immer. Aber da sehe ich mich weniger aktivistisch. Unsere Aufgabe ist es hierbei nicht zu intervenieren, indem wir verschiedene Parteien an den Verhandlungstisch bringen. Ich glaube es ist wichtiger es auf der Ebene zu betrachten, dass wir Interventionen durch die dann Standpunkte auf den Tisch kommen, die sonst wahrscheinlich untergehen würden oder gar nicht kommen würden. Da sind auch Denkanstöße dabei, die auch für viele, ob das jetzt Verbandsvertreter, Polizei oder was auch immer ist, wichtig sind. Ich glaube aber auch, dass es die Aufgabe von Journalisten ist, sich unterschiedliche Zugänge anzuschauen und die dann auch abzuwägen und auch gegenüber zu stellen. Und da mag es sein, dass wir die Standpunkte die durch, sagen wir mal Mainstream- Presse, eh schon auf und ab gebetet worden sind, weniger stark behandeln als es Andere tun. Das stimmt schon.

A: Wenn wir uns jetzt z.B. die Berichterstattung um den Hassgriechen anschauen: hierbei wurde ziemlich tief in die Privatsphäre eingegriffen. Wie wichtig findest du in dieser Hinsicht presseethische Grundsätze? Wo glaubst du liegt hier die Hemmschwelle?

R: Ich glaube das ist eine Schmutzkübel-Kampagne, die dann auch zu anonym ist, wenn man patzt oder was Falsches schreibt. Aber ich glaube, dass man in vielen Teilen der Berichterstattung, gerade nach dem Platzsturm, gesehen hat, dass Fußballfans zu einer Gruppe gehören, über die sehr schnell geschrieben wird. Es wird sehr schnell mit denen Stimmung gemacht, obwohl sie eigentlich nicht darüber informiert sind. Ich glaube, dass es kein Zufall ist, dass zum Beispiel eine Innenministerin auf Profilierungsversuch hin, sich Fußballfans rauspickt und auf deren Ebene ihre Argumente behandelt. Also ich glaube, dass Fußballfans in der Öffentlichkeit eine sehr zwiespältige Rolle haben, weil sehr stark zwischen guten und Bösen Fans getrennt wird. Es gibt die guten Fans, die die Mannschaft immer unterstützen, ins Stadion gehen und auch tolle Choreographien machen. Die sind gut, solange es nicht irgendwie Pyrotechnik gibt. Dann kommt es wiederum sehr schnell zur Geschichte wo man von einer Welt spricht, die in sich geschlossen ist und zu der die Öffentlichkeit keinen Zugang hat. Auf einmal sind sie in irgendeiner Form bei Allem böse und gewalttätig und sind nur auf einer Selbstinszenierung aus. Diese Stereotype kennt man ja alle und ich glaube, dass das von der Presse noch einmal verstärkt wird. Gerade wenn so etwas wie der Platzsturm passiert, der vielleicht für die Medien auch nicht zu greifen war, dann glaube ich, dass das kein Zufall ist, das so geschrieben wird. Medien und Sport sind hierbei schon sehr miteinander verstrickt. Ich glaube, dass es im Sportjournalismus jahrelang gang und gebe war zu sagen: „Ok das ist der Sport und das ist eine Welt die nach eigenen Regeln funktioniert und die irgendwie auch ein bisschen außerhalb der Normalwelt steht.“ Ich glaube, wenn dort dann Dinge passieren, die nicht aus dieser rein sportlichen Welt stammen und geschehen, dass sich dann gerade Sportjournalisten, die sich vielleicht jahrelang damit auseinandergesetzt, das nicht begreifen können und somit dann Schwierigkeiten haben.

A: Kann das auch als eine soziale Kompetenz, die Journalisten aufweisen müssten weil Thematiken aus anderen Bereichen wichtiger werden, verstanden werden?

R: Ja. Ich glaube, dass es nicht nur eine Frage der sozialen Kompetenz ist, sondern auch eine Frage von Ausbildung und Selbstverständnis, aber auch von Allgemeinbildung zum Teil. Wenn Fans gesellschaftskritische Spruchbänder machen, kann man die gutheißen oder aber auch schlecht finden. Man sollte sie aber verstehen. Man sollte aber auch verstehen, was da gerade zum Ausdruck kommt und dass es sich vielleicht auch um eine Subkultur handelt, die nicht nur im Stadion ist um z.B. den tollsten Übersteiger eines Spielers zu sehen. Ich habe zwar auch so meine Schwierigkeiten mit dem Begriff Subkultur, aber es geht dabei um mehr. Ich glaube, dass das eine Ebene ist, die vielleicht zu wenig ankommt oder die auch schwierig ist. Ich glaube, wenn man sich in dieser Welt nicht bewegt und wenn man Stadien vor allen Dingen nur von Pressetribünen aus

sieht, dann hat man zu der Welt keinen Zugriff, keinen Zugang. Das kann dann auch genau umgekehrt sein. E ist ja auch nicht so, dass Fanszenen die Offensten sind. Also wenn ich jetzt herkomme und sage: „Ich bin jetzt der Journalist so und so von der Tageszeitung so und so“, dann werden die sagen: „schön für dich“ und mir die kalte Schulter zeigen. Ich glaube, dass es da schwierig ist diesen Schritt zu gehen. Viele wollen dann auch nicht dass es in der Blattlinie drin ist und im Selbstverständnis der Zeitung.

A: Glaubst du, es ist auf beiden Seiten nicht gewollt? Sprich von journalistischer Seite sowie von Fanseite? Glaubst du es gibt Journalisten die kein Interesse haben mit den Fans zu reden?

R: Ja. Vielleicht weil es auch keine relevanten Informationen für sie sind. Vielleicht ist es für den einen Journalisten gerade wichtiger, in welcher Formkurve sich ein Spieler bewegt. Dann ist egal, wie das Fan- Bild zu diesem Spiel aussieht. Ich glaube, dass das ein Punkt ist. Ich glaube auch, dass für die Fanbewegung oder die organisierte Fanszene, sowie für jede andere, ich nenn es jetzt Subkultur, obwohl das schwierig ist, Abgrenzung natürlich wichtig ist. Alles was identitätsstiftend ist und nicht gerade zusammen passt, ist heikel. Eine Ultras-Bewegung hat ja eine sehr grundsätzliche Kritik: die Ablehnung des modernen Fußball, der Kommerzialisierung des Sports, des Staatsapparates. Da tut man sich dann auch schwer, mit Leuten, die man als Repräsentanten dieses Fußballs oder dieses Staatsapparats ansieht, zusammen zuarbeiten. Das wird dann auch nicht mehr funktionieren.

A: Die DPA hat zum Beispiel Sensibilisierungskurse angefordert, bei denen der Umgang mit Begriffen wie Ultras, Gewalttäter und Kategorie-C Hooligans gelehrt werden sollte. Wie wichtig findest du in der Berichterstattung eine Differenzierung zwischen Supporters, Ultras und Hooligans?

R: Ich glaube, wenn man mit Sprache arbeitet, und ich glaube das tun alle Journalisten, dann ist das unumgänglich. Man sollte wissen was man mit der Sprache, die man verwendet, bezeichnet. Wenn ich Begriffe verwende, von denen ich weiß, dass sie falsch sind, dann mache ich einen schlechten Job und wenn ich nicht weiß, dass sie falsch sind, dann mach ich auch keinen guten Job. Dann müsste ich mich besser informieren.

A: Es gibt Meinungen von anderen Berufskollegen, die sich schwer tun wenn Begrifflichkeiten wie Idioten etc. verwendet werden. Laut ihnen schreibt ihr auch oft in jener Art über andere Medien, wie z.B. eure Sparte zum ORF. Was hältst du davon?

R: Das wir uns lustig machen über Medien?

A: Ja. Auf der einen Seite versucht ihr kritischen und qualitativen Journalismus zu betreiben, auf der anderen Seite macht ihr euch über andere Medien lustig.

R: Das finde ich interessant. Ich verstehe, dass man sich da angegriffen fühlt. Ich versteh auch, dass man Fehler macht, über die wir uns dann lustig machen. Das sind oft Versprecher oder dumme Aussagen oder sowas. Ich glaub, dass man einfach eine gewisse Distanz braucht und sich darüber vielleicht selber lustig machen kann. Ich glaub, dass das mit der Geschichte von unserem Magazin zu tun hat. Wir sind eigentlich als Fanzine, sprich als vereinsübergreifendes Fanzine entstanden. Das sind Wurzeln, wo Satire und Humor eine große Rolle spielen. Ich finde, dass das gerade die „Lachen mit dem ORF“ - Kolumne betrifft. Das ist ein Teil dessen. Dann gab es natürlich auch den Anspruch den Sportjournalismus an sich zu kritisieren. Ich war aber bei der Gründung des Ballester noch nicht dabei. Man wollte aber sagen, der Sportjournalismus ist so wie er sich momentan entwickelt nicht gut und es ist auch keine Änderung absehbar. All die Dinge die wir vielleicht auch schon davor angesprochen haben. Das man da einen Gegenstandspunkt hat und sagt: „ok wir schauen auf qualitätsvolle Berichterstattung. Wir schauen, dass wir Geschichten hinter den Geschichten erzählen. Wir schauen darauf, dass wir eben nicht diese Vereinheitlichung machen und nicht Stereotype verstärkt und so weiter.“ Ich glaube dass man natürlich sagen kann, dass arrogant sind. Aber ich komme mir nicht arrogant vor. Aber ich glaube, dass man diesen

Eindruck haben kann. Andererseits muss man dazu sagen, dass wir uns da auch versuchen zu positionieren. Gerade in der Medienkritik sind das keine kleinen Kontrahenten die man da hat. Das sind Verlagshäuser, die Millionen oder Hunderttausende Auflagen haben, von denen wir nur träumen können. Die haben eine Reichweite, von der wir nur träumen können. Ich glaube, dass die auch eine besondere Verantwortung haben damit umzugehen. Ich glaube, dass wenn man kritischer Medienbeobachter ist oder wenn man auch in diesem Bereich arbeitet, dass man sich dessen bewusst sein muss und sich auch bewusst ist, was man macht. Besonders wenn man sich mit Sprache auseinandersetzt, sollte man wissen, was Sprache bewirkt. Wenn da fahrlässig Fehler gemacht werden, dann finde ich es nicht nur legitim die aufzuzeigen, sondern es auch notwendig ist sie zu zeigen.

A: Glaubst du, dass sich der Sportjournalismus in Österreich in den letzten zehn Jahren geändert hat?

R: Ja, glaube ich schon. Also ich glaube, dass sich der Sport an sich verändert hat. Das ist das Wesentliche. Sport hat insgesamt eine Veränderung erlebt. Da reicht es, wenn man sich die Zuschauerzahlen in der österreichischen Bundesliga anschaut. Es gehen mehr Leute ins Stadion als vor zehn Jahren. Es ist zwar auf mehreren Fernsehsendern in Österreich zum Teil weniger geworden. Also im ORF ist die Fußballberichterstattung weniger geworden, aber insgesamt ist die gesamte Medienberichterstattung über Fußball viel stärker geworden. Fußball wird, und das ist auch schon so eine überstrapazierte Floskel, immer stärker durchprofessionalisiert und auch durchkommerzialisiert. Auch in Österreich, auch wenn man im internationalen Vergleich, im Vergleich zu anderen Ländern, weit hinten nachhinkt. Ich glaube auch, dass sich der Sportjournalismus verändert hat. Dem Sport werden mittlerweile in ganz unterschiedlichen Medien und unterschiedlichen Formen mehr Bereiche und mehr Platz eingeräumt. Ob das jetzt der Standard ist, der in den letzten zehn Jahren seine Sportberichterstattung intensiviert hat oder sonst ein Medium. Ich würde sagen, dass da immer noch ein großer Spielraum nach oben vorhanden ist. Aber es gibt jetzt einen Sport im Standard, das hat es vor, ich weiß nicht wann sie ihn eingeführt haben, aber vor fünfzehn Jahren noch nicht gegeben. Ich glaube auch, dass Sport und Freizeit und Sport im generellen, einen anderen gesellschaftlichen Stellenwert bekommen hat. Fußball ist jetzt zum Beispiel nicht mehr so stigmatisiert als der, ich nenn es mal Proletensport, oder was auch immer. Dies war zum Teil in den 90er viel stärker. Ich glaube das sieht man auch und das hat auch mit der ganzen Professionalisierung und Kommerzialisierung des Fußballs zu tun. Wenn man sich nur anschaut, dass es Verlage gibt, die nur Fußballbücher rausbringen. Jeder große Verlag bringt zumindest auch Fußballbücher raus. Das hat sich wieder sehr stark verstärkt. Das ist nicht ein völlig neues Phänomen. Man kann es schon nur historisch betrachten. Da hab ich ja auch dieses Buch mitproduziert. Gerade in der Zwischenkriegszeit, wo der österreichische Fußball eine Vorreiterrolle hatte, gab es sehr viel Feuilleton- Journalismus zum Fußball. Ich glaub, dass das eigentlich seit 2000 ein Revival hat und dass das auch wahrscheinlich daran liegt, dass der Fußball insgesamt mehr und auch breitere Schichten anspricht. Man kann und darf mittlerweile mehr über Fußball reden. Vergleicht man das mit anderen Ländern wie Italien, wo es zwei große und ein paar kleine Sporttageszeitungen gibt, sind das immer noch andere Ebenen. Aber ich glaube dass da auch besonders Magazine, und ich möchte uns jetzt nicht überbewerten, aber auch die 11Freunde, die auch 2000 entstanden sind, was dazu beigetragen haben. Aber auch Medien, sagen wir mal „von unten“, haben dazu beigetragen. Ob das jetzt irgendwelche Taktikblogs oder sonstige Blogs im Internet sind, für die es nicht nur mehr reicht, irgendwelche Matchbericht am Tag nach dem Spiel zu bringen. Ein Matchbericht ist erstens schon im Liveticker zu verfolgen und zweitens, steht die Agenturmeldung wahrscheinlich 10 Minuten nach dem Spiel drin.

A: Oder vorstandardisierte Matchberichte

R: Genau. Die Herausforderung für den Journalismus ist hierbei, mehr zu bieten als nur das. Ich glaube, dass sich da schon auch was verbessert hat.

Ein ganz zentraler Punkt ist, das Stadion als Freiraum, wo viel jugendliche Kreativität passiert und sich was entwickelt, zu betrachten. Wenn man sich nur anschaut, was die Ultrabewegung, die in Österreich zwar klein ist, alles bewegt hat. Es herrscht aber diesbezüglich ein tendenzielles Wachstum. Das ist dann etwas, was auch gesellschaftspolitisch total spannend ist. Es gibt eine Bewegung, die staatskritisch und kommerzkritisch ist. Die Punks waren es ja auch. Die gibt's ja mittlerweile fast nicht mehr. Ok, vielleicht hat das oft auch einen Nostalgiewert. Was ist der

vormoderne Fußball überhaupt und war der wirklich so gut oder hat es den überhaupt gegeben? Ist das nicht auch eine Projektion? Aber man kann eigentlich sagen, dass diese Bewegung gegen den Zeitgeist rennt. Zeitgeist z.B., ist weiß ich nicht, die Ich-AG. Das finde ich dann extrem spannend und ich glaube, dass es auch kein Zufall, dass sich das in den letzten zehn fünfzehn Jahren so stark entwickelt hat. Ich glaube, dass das auch einen enormen Einfluss darauf hat, wie der Fußball sich professionalisiert. Rapid z.B., hat jahrelang extrem davon profitiert, dass sie eine lebendige, laute und eine auch mächtige Fanszene gehabt haben. Irgendwann ist das dann ein Punkt, der auch kippen kann. Ich glaube spätestens mit dem Platzsturm ist das auch irgendwo gekippt und da wird es schwierig, für alle Beteiligten eine Lösung zu finden.

A: Mehr oder weniger haben wir in Gespräch schon alles abgedeckt. Hoffentlich bringt es etwas für die Wissenschaft und ich bedanke mich für das Gespräch.

R: Ja das dreht sich ja im Kreis. Da muss man sagen, da gibt es ein paar Leute die das machen. Die das schon sehr lange machen und die auch ihre Anerkennung oder ihr Lob verdient haben. Aber da ist schon lange nichts mehr passiert in der Wissenschaft und es ist gut wenn was Neues dazu kommt.

14.4 Transkript des Interviews mit Alexander Klein

SportWoche, Cafe Blue Orange, 1090 Wien, am 13.02.2013

A: Danke dass du dir für das Gespräch Zeit genommen hast. Kannst du ein bisschen was über dich erzählen? Seit wann bist du Sportjournalist? Warum bist du es überhaupt geworden? Wie sieht deine journalistische Laufbahn aus?

K: Ich bin mit 20 nach Wien gekommen und habe angefangen Jus zu studieren. Damals schon mit dem Ziel Journalist zu werden. Gar nicht so speziell Sportjournalist. Da ich mich lange für Politik interessiert habe wollte ich sowas machen. Davon haben mir aber alle abgeraten: „Das brauchst du nicht wirklich, besser wäre Jus zu studieren, das bringt dir mehr, da hast du mehr Alternativen.“ Das habe ich dann drei Jahre lang gemacht. Anfangs weniger ernsthaft, dann ernsthafter und dann bin ich mittendrin gesteckt und es hat sich mir überhaupt nicht erschlossen, was es mir bringen sollte, Jurist zu werden. Dann habe ich aufgehört Jus zu studieren. Es war gerade Herbst und ich wollte auf die Fachhochschule für Journalismus gehen. Die war damals relativ neu, es hat schon zwei Jahrgänge gegeben. Das Ding war: es geht erst in einem Jahr wieder los, mit den ganzen Bewerbungen erst in einem halben Jahr. Was sollte ich nun inzwischen machen? Dann dachte ich mir, ich suche mir was in einer Redaktion oder so. Die SportWoche war das Erste, wofür ich mich beworben habe. Ich bin da zu dem Vorstellungsgespräch hin, dachte ich bereite mich nicht vor, sondern bin einfach so wie ich bin dahin. Ich dachte mir: „das wird schon werden.“ Ich war dann beim Chefredakteur und der hat mich so richtig in die Mangel genommen. Ich kann mich erinnern dass wir haben über Sportarten, die ich mache, gesprochen haben. Und wie ich Tennis sage, fragt er mich, wer mein Lieblingsspieler sei. Das war damals der Marat Safin und er fragt mich gleich: „Warum? Sag mir drei Gründe warum!“ Ich habe mir das selbst noch nie überlegt, mir taugt einfach seine Art Tennis zu spielen. Ich dachte mir dann beim Hinausgehen noch: „Das war Scheiße“, aber er sagt mir dann noch: „Passt, kommst morgen wieder“. So hat das angefangen. Ich habe da so meine ersten Geschichten geschrieben. Ich kann mich erinnern, die erste Geschichte, die ich geschrieben habe war zu irgendeiner WM, irgendeiner Großveranstaltung. Es war ein Maradona Portrait. So hat es angefangen, dass ich zuerst einzelne Geschichten geschrieben habe, dann habe ich Sachen für Zusatzprodukte geschrieben, so bin ich da Schritt für Schritt reingekommen.

A: Aber immer Print?

K: Am Anfang immer Print, dann hat die SportWoche sportnet.at als Internetableger gegründet. Das hat damals alles einem Eigentümer gehört und ich wurde gefragt ob ich lieber bei der SportWoche bleiben will, oder ob ich zu sportnet.net gehen will. Dadurch, dass ich damals im Studium war und das wirklich zeitintensiv war, wollte ich lieber ins Internet gehen und das geringfügig machen. Dann kann ich mir das gut einteilen, sodass ich zwei bis drei Tage die Woche da bin. Dann war ich eine Zeit lang bei sportnet.at

A: Sind das zwei eigene Redaktionen?

K: Das waren im Grunde zwei eigene Redaktionen, aber es war immer so: „Schauen wir mal ob wir es schaffen“. Ich weiß nicht ob wir später noch darüber reden, aber meine Erfahrung ist, das funktioniert nur sehr schwer. Auch komisch zu sehen, welche Einstellung ältere Kollegen teilweise zu Online haben. Das war damals, ich glaube 2006, noch ganz anders als jetzt. Das verbessert sich eh von Jahr zu Jahr und wächst näher aneinander, aber am Anfang war das schon komisch. Dann habe ich sportnet.at eine Zeit lange gemacht, dann gab es Massive Moves, einen Extremsport Ableger und ich wurde gefragt, ob ich das machen will, mit einem Zweiten zusammen. „Ja, warum nicht.“ Ist ganz interessant das von Null weg mitzuerleben. Wie funktioniert das? Wie wird das gemacht? Anfangs haben wir mehr gemacht, dann fast nur noch Fußball und dann vielleicht noch ein wenig Skateboarden, Snowboarden, Surfen und so. Das hat mir früher auch immer getaugt. Deshalb dachte ich: „Ja, mach ich das, das ist ganz gut.“ Das habe ich dann eine Zeit lang gemacht, dann habe ich aufgehört, um mich rein auf das Studium zu konzentrieren.

A: Ganz aufgehört zu arbeiten, oder wie?

K: Dort? Ja. Es hat sich da auch viel verändert. Es waren am Anfang sehr viele Redakteure und jeder hat ein Fachgebiet gehabt. Und wie sich das ganze Portal so entwickelt hat, das ist dann immer mehr softer geworden, von den Themen her. Es waren am Anfang viel zu viele Leute, dass das rentabel funktionieren könnte. Und dann sind sie draufgekommen, es müssen immer weniger werden und es ist dann stellenweise seichter geworden. Es war nicht mehr der Anspruch wie am Anfang. Ich habe dann aufgehört dort und habe ein Praktikum gemacht. Wir mussten während der FH insgesamt nur ein halbes Jahr Praktikum machen und ich habe mir den Großteil davon über diesen Verlag anrechnen lassen. Dann war ich noch ein Monat lang beim Standard. Das war sehr cool. Sehr interessant eine Tageszeitung mitzuerleben. Dann hat es eigentlich mit der WM 2010 und deren Vorberichterstattung angefangen. Die SportWoche hat mich damals angefragt – der Kontakt ist nie ganz abgerissen - ob ich sowas wie eine Serie schreiben möchte. Die einzelnen Teams vorstellen und so. Das war zwar furchtbar stressig, weil ich genau da mit der Diplomarbeit beschäftigt war. Aber ich dachte: „Jetzt war ich schon ein, zwei Jahre weg von ihnen, wenn ich jetzt sage 'Nein es geht nicht', dann war's das, dann suchen die sich einen anderen“. Dann habe ich das gemacht und wie ich dann fertig war mit der Diplomarbeit. habe ich da eigentlich fix angefangen. Also Vollzeit. Seit dem bin ich bei der SportWoche. Mein Ressort ist hauptsächlich Fußball international. Ich mache nur wenig Fußball national, da meist nur eher fürs Bundesliga Journal. Das machen wir redaktionell. Dann betreue ich z.B. Wiener Neustadt, Innsbruck, Ried, oder solche Sachen. Jetzt mache ich in der SportWoche auch ein bisschen dafür, aber prinzipiell bin ich da für Fußball international, was so mein Ding ist. Jetzt kommt wieder ein bisschen Extremsport dazu.

A: Aber immer Print?

K: Ja.

A: Ist sportnet redaktionell immer noch getrennt?

K: Der sportnet Eigentümer, Pinculic hat der geheißen, hat vor schätzungsweise... Warte mal, wie war das? Das Magazin ist vom Styria Magazin aufgekauft worden. Dadurch war das weg von sportnet. Der Pinculic, dem das früher alles gehört hat, der hat nur noch sport.net weiterbetrieben. Die Styria hat dann Sport10 gegründet. Da waren auch ein paar Kollegen dabei, die vorher bei sportnet waren. Und jetzt vor Kurzem erst war es so, dass Styria den Rest vom Pinculic auch gekauft hat, also sportnet. Da ist die Devise, so wie ich das mitgekriegt habe: Sport10 wäre gedacht gewesen, die besten zehn Sportgeschichten des Tages zu erklären. Und eigentlich keine Spielberichte, oder sowas. Nur merkt man dann in der Realität, dass man auch die aktuellen Sachen braucht. Und so wie ich das mitgekriegt habe, soll sportnet das Aktuelle sein, was die Ergebnisse hat und Sport10 ist halt das Hintergründige mit Geschichten, Reportagen etc. Das ist jetzt aber erst seit ein, zwei Monaten oder so, dass das wirklich fix ist. So wie ich das kennengelernt sind die Redakteure bei der Sportwoche teilweise um die 40 oder älter und da merkt man schon einen großen Unterschied. Ich bin jetzt 30. Auch wenn nur zehn Jahre dazwischen sind, gerade mit Online, Internet, da ist riesig viel passiert und das ist ja mit den 20jährigen von heute nochmal anders. Am Anfang war es wirklich so. Man kriegt das schon mit, alteingesessene Printjournalisten fühlen sich einfach bedroht ein bisschen. Die kriegen mit, dass die Auflage zurück geht, Zeitungen sich nicht mehr so gut verkaufen. Wer ist schuld? Das Internet. Das war schon witzig. Ich habe immer beides miterlebt. Ich habe auch mitgekriegt wie sich die Einen über die Anderen aufregen. Es wird viel aneinander vorbeigeredet. Anstatt dass man sagt: „Ok, wir machen das jetzt bestmöglich“, war das immer so... hinten rum. Ich glaube es ist doch sehr anders, Printjournalismus und Onlinejournalismus. So wie ich Onlinejournalismus bei sportnet kennengelernt habe, ist es wirklich um Schnelligkeit gegangen, um Aktualität. Das ist aber primär das. Du musst es einmal draufhaben, dann kann man noch immer mehr machen. Dadurch hat sich das Bild des Printjournalismus sehr gewandelt, weil die früher auch sowas wie Spielberichte drinnen hatten. Das interessiert dann natürlich niemanden mehr, wenn das eine Woche später erscheint. Jetzt muss grade Print irgendwie schauen, sich abzugeben. Das geht, finde ich, am besten mit großen Geschichten, Hintergrundgeschichten, mit Personalien und so, aber halt nicht mehr so wie früher. Da war ein großer Wandel in den letzten Jahren.

A: Zwecks Hintergrundberichte: wenn du einen Artikel schreibst, wie gehst du vor? Wie startest du, mit was arbeitest du, mit welchen Quellen und auf was legst du da Wert?

K: Es ist bei mir z.B. nicht leicht mit Fußball international wie im Gegensatz zu Fußball national. Fußball national ist gerade in Österreich super angenehm, weil man schnell zu den Nummern von den ganzen Leuten kommt und man kann einfach anrufen und mit ihnen reden. Wenn ich jetzt eine Geschichte über Ronaldo schreibe, dann fällt das alles weg. Dann merke ich wieder: Internet. Also Internetrecherche. Was man laufend mitkriegt sowieso. Ich würde auch fast sagen, als Printjournalist kann man schon, also da kannst tausend Möglichkeiten online und ich würde es schon als meine Aufgabe sehen, das zusammenzufassen, oder so. Schauen was wirklich stimmt, was dran ist. Zusammenfassen, sprachlich gut darstellen, mit Bildern. Das zu vermitteln irgendwie. Ein Praxisbeispiel: Ich soll z.B. eine Geschichte schreiben. Ich habe in der Redaktionskonferenz nur den Auftrag bekommen, eine Ronaldo Geschichte mit Manchester United und Ferguson zu machen. Jetzt hat es geheißen, ich soll eine Bayern Geschichte machen, weil die ja doch das große Thema sind. Ich soll mir irgendeine Geschichte zu den Bayern überlegen, die auch Covertauglich wäre und da war ein Ansatz mit dem Alaba von uns am Montag. Mit dem war ich früher regelmäßig in Kontakt, das hat sich alles in letzter Zeit sehr verändert. Eh klar. Er ist jetzt am Sprung zum wirklichen Weltstar im Fußball, jetzt geht es nicht mehr, dass man anruft und sagt: „Hey, hast heute Zeit, oder morgen Zeit?“. Das macht es halt wieder schwer, irgendwie. Was schreibt man, wenn man nicht mit ihm reden kann? Wenn man sich lang damit auseinandersetzt kriegt man aber mit, wer seine Freunde sind usw. Er ist da bei den Bayern Amateuren und jetzt haben wir gesagt, wir suchen seine Weggefährten und schauen, dass wir mit denen noch einmal reden können: „Was hat sich verändert? Wie ist das jetzt? Wie sehen die das?“. Und so werde ich jetzt probieren, dass mir die Sachen erzählen, die jeder hören will.

A: Weil du gesagt hast, von deiner Aufgabe her ist es wichtig zusammenzufassen, es richtig darzustellen. Was ist für dich bezüglich Sportjournalismus besonders wichtig? Also geht es dir darum Leute zu unterhalten? Zu Informieren? Beides?

K: Ich würde sagen beides. Es kommt vor Allem immer auch sehr darauf an, für welches Medium du schreibst. Die SportWoche hat viele junge Lese. Wir sind nicht die Bravo Sport und wir sind auch nicht der Spiegel Sportteil. Irgendwie so mittendrin. Ich bin z.B. ein großer Gegner davon – wir haben eine junge Leserschicht – dass man das ganze „verdodelt“ quasi. Oder nur noch auf Styling oder sowas aufhängt. So unsinnige Sachen. Im Endeffekt dürfte, meiner Meinung nach, kein großer Unterschied drinnen sein, für was ich schreibe. Es ist sicher zum großen Teil Unterhalten. Also einfach weil der Großteil der Rezipienten es als Unterhaltung sieht, wenn sie Sportgeschichten lesen. Informieren tust du sowieso, indem du neue Sachen erzählst.

A: Weil du jetzt den Spiegel genannt hast. Ich weiß nicht wie viel du den Spiegel liest, besonders den Online Bereich. Man merkt aber beim Spiegel, dass Tag täglich Artikel erscheinen, bei denen es um Fußballfans geht, Entwicklungen von Fankurven, Fanprojekten/initiativen, Sicherheitsdebatte, Ausschreitungen oder dem Verhältnis zu Polizei oder Verein. Dabei wird beim Spiegel fast alles unter dem Ressort Sport publiziert. Wie wichtig findest du es überhaupt, im Sportjournalismus auch über sowas zu schreiben?

K: Ich glaub jetzt bei Fußballfans ist es deswegen sehr heikel, weil es schnell über den reinen Sportjournalismus darüber hinaus geht. Es spielen dann wirklich ganz viele Entwicklungen aus der Gesellschaft mit und irgendwie muss man das als großes Ganzes betrachten. Darum finde ich es z.B., dass es zum Spiegel passt, weil es ja ein Anspruch vom Spiegel ist. Bei uns ist das eher weniger der Fall, dass wir jetzt die großen Fangeschichten haben.

A: Habt ihr über den Platzsturm von Rapid berichtet?

K: Jaja, sicher, sicher. Also wir sind die SportWoche, wir sind das Wochenmagazin und dann haben wir die Sportmagazine dabei. Und z.B. die großen Fangeschichten oder die großen Wettbetrug Geschichten, die machen dann einfach im Sportmagazin. Da ist viel mehr Platz. Da kannst du dreimal so viel Text schreiben, du kannst ganz anders arbeiten. Grad so ein Thema jetzt auch: Fußball und Fans, das ist so vielschichtig. Ich denke da braucht man viel Platz um das entsprechend zu erklären und darstellen zu können. Wenn ich jetzt so Dreitausend Zeichen habe, dann tu ich mich schwer das alles irgendwie unterzubringen. Dann wird das halt wieder verkürzt

dargestellt. Nicht dass mein Chef so ist, aber generell, wie ich das mitgekriegt habe...Wie auch im Studium. Da geht es bald darum: „Was ist die Geschichte?“. Es muss fetzen, so auf die Art. Das muss irgendwas dabei sein und das ist dann das was ich irgendwie komisch finde. Artikel, die mir dann auch nicht gefallen. Wo es so reißerisch wird: „Das ist böse, das ist gut“. Das ist gerade bei dem Thema irgendwie so. Dass da doch sehr viel persönliche Meinung vom Redakteur mitspielt, wird oft verschwiegen. Da sind aber Fragen interessant wie: Wie sehr ist Fußball sozialisiert worden oder wie erlebt der das mit?

A: Da gibt's auch den Begriff „Storytelling“. Jener Begriff bedeutet, Geschichten aufbereiten um sie medial interessanter zu gestalten. Paradebeispiel Nummer eins: der Hassgrieche. Oder aber auch deine genannte Geschichte über Alaba. Ist es für dich primär wichtiger beim Faktischen zu bleiben, oder auch eine Story auszuschmücken und eine Geschichte zu erzählen?

K: Wenn wir jetzt beim Alaba bleiben. Es gibt da rein faktisch nicht unendlich viel zu Erzählen. Er ist 20 Jahre alt, er war jetzt bei den Bayern im Nachwuchs, er spielt jetzt als linker Verteidiger Stammspieler. Da stehst ja schnell mal an nur mit den Fakten. Die Fakten, diese groben Fakten, die weiß ja – gerade im Falle Alaba – jeder, der sich damit beschäftigt, weil die sind ja schon hunderte Male irgendwo gestanden. Beim Hassgriechen ist es etwas anders. Der ist so populär geworden, weil er das Klischeebild verkörpert. Das ist genau das was man sehen will. Ich glaube, da spielt einfach viel mit. Wie der schon ausschaut, kann Ängste schüren und Vorurteile schüren. Gerade der Boulevard lebt schon von sowas und mit sowas. Alles möglichst einfach darstellen. Das was ich nicht mag ist dieses Gut oder Böse Schema, dieses Schwarz oder Weiß. Es gibt kein Mittending. Es wird immer alles verknüpft und verkürzt irgendwie, dass es möglichst spektakulär klingt und da geraten die Fakten dann schon in den Hintergrund.

A: Beim Hassgriechen wurde ja teilweise in seine Privatsphäre eingegriffen. Da wurde ein Bild des arbeitslosen Randalierers kreiert. Wo glaubst du, ist da die Hemmschwelle? Wie findest du hinsichtlich presseethischer Grundsätze, wie die Wahrung der Privatsphäre, Verleumdung etc.?

K: Ich glaube dass man im Sportjournalismus persönlicher sein kann, weil: Was ist Sport irgendwie? Das ist irgendein Mensch, der hat viel trainiert und kann jetzt irgendwas gut. Wie gesagt, das rein sportliche, das sieht ja eh jeder sofort. Du brauchst nur den Fernseher einzuschalten, siehst ein Fußballspiel und schon hast das rein sportliche. Das war immer mein Ding. Ich habe früher selber viel Sport gemacht. Mich interessiert halt schon: „Was denkt der?“. Da ist faszinierend zu beobachten, wie unterschiedlich Sportler sind. Aber es ist ja auch nur ein Abbild der Gesellschaft. Das sind halt so quasi die verschiedenen Rollen, die es gibt. Ich würde schon sagen, dass nur faktische Berichterstattung irgendwie zu wenig ist. So wie du sagst, mit dem Griechen, ich glaub du auf der Uni und ich auf der FH: in der Ausbildung werden uns da schon hohe ethische Standards vermittelt. Österreich ist halt ein ganz spezielles Medienpflaster, ganz eigen, so dass das dann in der Realität oft ganz anders aussieht.

A: Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ZDF hatte letztes Jahr nach dem „Aufstiegs-Platzsturm“ eine Sendung die den Namen: „Gewalttätige Leidenschaft - Zerstören die Fußballfans unseren Fußball?“ trug.

K: Das ist etwas, was mich ein bisschen verstört...es gibt das Modell wie es in der Theorie sein soll. Als öffentlich-rechtlicher Sender musst du die Standards hoch halten. Das finde ich eigentlich sehr wichtig. Aber anscheinend ist es ja in der Wirklichkeit anders. Sie sind auch in Konkurrenz mit dem Privatfernsehen. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist in Konkurrenz mit dem Privatfernsehen, Qualitätsmedien in Konkurrenz mit Boulevardmedien und so. Darum kommt es zu dieser grauslichen Vermischung, glaube ich. Dass sich so einer wie der Kerner denkt: „Jetzt müssen wir auch rein fetzen und das so hart wie möglich formulieren“. Im Endeffekt will er ja auch eine Quote haben. Und mit der Leier holt man anscheinend auch die Leute, indem man alles möglichst reißerisch und möglichst vereinfacht darstellt. Das ist einfach das, was auch mich in der Realität und in meiner Arbeit öfters stört. Dieses: du machst eine Geschichte und sie muss super fetzen. Sie muss super geil sein. „Was ist die Message dahinter?“ etc. Irgendwie kommen dadurch oft der Inhalt und die Qualität in den Hintergrund. Das Ganze muss man sich dann immer vor Augen halten: du stehst mit so vielen Mitbewerbern in Konkurrenz und irgendwie brauchst du halt

irgendwas mit dem du dich abhebst von den anderen. Der Ballesterer z.B., macht das super gut, Mit geiler Recherche, geile Hintergrund-Berichte usw. Andere gehen den einfachen Weg und machen es halt reißerisch. Es ist anscheinend immer gut, wenn man so Emotionen und Ängste bedient und schürt. Ich glaube, dann lesen es die Leute gleich, weil sie sich so eher angesprochen fühlen.

A: Glaubst du es ist gefährlich, wenn man besonders in solchen Bereichen, wo dann wirklich Gewalt dargestellt wird, noch mit Emotionen gearbeitet wird?

K: Ich glaube, es ist in Wirklichkeit einfacher. Wenn du ein Redakteur bist der das macht: in dem Moment hat man halt nicht den Blick von außen, oder drauf. Du sitzt da und hörst: „Ok du musst jetzt was machen“. Ich weiß nicht. Wenn man es nicht bewusst macht, dann kommt mir oft vor, wie unbewusst das reißerischste Bild ist. Ich glaube das liegt eher an der Verantwortung von Chefredakteuren, Herausgeber etc., die da den Blick drauf haben und die Redakteure leiten. Das passiert in Wirklichkeit, glaube ich, leider nur sehr selten. Weil du kannst recht und überall mit möglichst wenig Personal möglichst großen Ertrag machen. Leider, glaube ich, bleiben dann solche Sachen auf der Strecke.

A: Es ist vor einiger Zeit in Deutschland zu einem Fall gekommen, bei dem ein Nürnberger Fan bei Zusammenstößen mit Mainzer Fans von einem Zug überrollt wurde und einen Arm verloren. Ich weiß nicht ob du davon gehört hast?

K: Nein ich glaub nicht.

A: Dabei ist es zur Berichterstattung gekommen, bei der Polizeinformationen ohne Gegencheck blind übernommen wurden. Dabei wurde seitens der Rechtshilfe Nürnberg und Fans starke Kritik an Medien und Presseagentur geäußert, da Fans wieder pauschalisiert als Hooligans in einen Topf geworfen wurden. Im Anschluss dazu kam es von der Deutschen Presseagentur zu Sensibilisierungskursen, wo es darum ging, wie man mit Begrifflichkeiten wie Ultras, Hooligans, Gewalttäter- Sport, Pyrotechnik etc. umgeht. Wie wichtig findest du es hier, zu differenzieren? Wie gehst du damit um?

K: Na enorm wichtig. Genau um das geht es und genau das muss auch das Ziel von uns Medien eigentlich sein. Auch von Sportjournalisten. Den Leuten zu erklären und vermitteln und schildern, wie das ist. Auch wenn das jetzt ein Bereich ist, so wie die sagen, der über den reinen Sportjournalismus hinausgeht, dann ist das aber trotzdem deine Pflicht als Sportjournalist, dich damit auseinanderzusetzen. Eh so wie die gesagt haben: „Ok, ihr müsst das jetzt lernen verstehen irgendwie“. Weil wenn du das selber für dich durchschaut hast und das erklären kannst, dann kannst du es auch dem Leser vermitteln, also deine Rezipienten. Das ist sicher enorm wichtig. Generell ist das eh ein voll spannendes Thema, finde ich. Gewalt, Fans und Fußball. Ich kann mich an ein ganz prägendes Ereignis erinnern. Da war ich noch ein Kind. Also in Steyr hat es früher Vorwärts Steyr gegeben die auch in der Bundesliga waren. Die Fans waren dort eigentlich Ok, aber ich war zwölf, oder so irgendwas. Ich war am Fußballplatz gegen Austria Wien und bin rausgegangen und wir sind richtig verdroschen worden von so Wiener Fans. Sag mir, sind das Fans, oder wie bezeichnet man sowas? Ich meine: ich war zwölf und die haben mich verdroschen bis ich mich nicht mehr gerührt habe. Das war für mich auch so ein prägender Moment. Weil ich war ab dann nimmer oft am Fußballplatz. Ich habe das oft miterlebt, dass das zu aggressiv ist. Ich habe das nie verstanden warum das so sein muss. Es hat ja das eine mit dem anderen nichts zu tun. Es bündeln sich halt auf den Rängen auch verschiedene soziale Schichten. Aber diese Gewalt in der Fanszene habe ich nie verstanden und verstehe ich bis heute noch nicht. Warum ist das so ausgeprägt? Vielleicht ist das auch weil ich noch nie ein super Fan von irgendwen war. Vielleicht fehlt mir da auch etwas, dass ich mir das so richtig vorstellen kann. Genau. Das ist mir persönlich einfach suspekt.

A: Es gibt Berufskollegen, die besonders bei dieser Thematik versuchen mit den beteiligten Personen, in dem Falle den Fußballfans selber, zu sprechen.

K: Ja, ich habe da ein ganz interessantes Beispiel. Ein Kollege von mir macht ja die ganze Rapid Berichterstattung. Der kriegt das ganz anders mit. Der kriegt des Öfteren ganz anders von denen

eine drauf. Ich bin da nicht in persönlichem Kontakt zu denen. Irgendein Beispiel, das ich sehr interessant gefunden habe: es war bei uns Sonntag. Eine Seite war noch Bundesliga zu machen. Da habe ich den Auftrag bekommen, ich soll eine Geschichte zu einer Bundesliga Mannschaft [Namen aufgrund Wunsch des Gesprächspartners anonymisiert] machen. Ich sollte den Trainer anrufen, was der zu dem Ganzen sagt. Dann habe ich mir gedacht: „naja, wenn ich jetzt den Trainer, muss ich mir ovrher überlegen was dem von Seiten der Fans für Vorwürfe gemacht werden“. Bevor ich mir irgendwas aus den Haaren ziehe, habe ich mir gedacht: „die haben eine super Faninitiative. Wie wäre es, wenn ich von dort irgendwen anrufe, mit dem rede und der soll mir sagen, was in der Fanszene die Vorwürfe gegen den Trainer sind.“ Den habe ich dann angerufen. Der war gleich sehr angetan von der Story und hat gesagt: „Ja, super! Es gibt schon vier, fünf Punkte, die kommen immer wieder. Die Vorwürfe an den Trainer“. Ihm ist wichtig, dass ich dem Trainer sage, dass das von der von der Faninitiative ist und es nicht seine persönliche Meinung ist. Ich habe gesagt: „Jaja, das ist ja mein Anliegen und ich will ja nicht persönlich sein, sondern ihr als Medium von Fans für Fans. Sagt mir einfach was sind die Vorwürfe in der Fanszene?“. Er sagt mir fünf Punkte, ich rufe den Trainer an. Mit dem habe ich ein paar Mal vorher zu tun gehabt. Ich habe den eigentlich immer geschätzt, als korrekten Menschen. Und ich sage ihm halt: „Ja, Herr Trainer, wir wollen uns anschauen, was es von Fanseite her für Vorwürfe gibt.“ Dann hat er gesagt, ich soll ihm einmal die Punkte vorlesen. Dann habe ich ihm alle Punkte vorgelesen und er hat zu jedem einzelnen Punkt gesagt, er verweigert seinen Kommentar. Und dann habe ich gefragt: „Warum? Ich verstehe das nicht. Es ist ja auch Ihre Aufgabe“. Kannst ja nicht sagen: Nein, ich sage jetzt nichts. Und dann hat gemeint, dass er es nicht einsieht, dass vereinsnahe Personen einen Kleinkrieg gegen ihn führen und das über uns, als Medien. Dann habe ich ihm echt probiert zu erklären, dass das nicht der Fall war, sondern ich mich an die gewendet habe mit der Intention, mir im Zuge meiner Recherche Informationen zu holen und die weiterzuleiten. Das hat er nicht verstanden. Dann habe ich aufgehört zu telefonieren. Daraufhin habe ich das so meinen Kollegen erzählt. Die meinten nur: „Ja, komisch, aber so ist er halt, der Trainer. Der spinnt halt herum.“ Ich konnte seine Situation schon verstehen. Es ist anstrengend und du bist da jetzt der Arsch für alle. Aber trotzdem ist das seine Aufgabe. Das gehört zu seinem Berufsfeld, dass er einfach mir gegenüber, nicht als Privatperson, aber mir als Medium, Stellung nimmt. Dann habe ich ihn nochmal angerufen, weil ich nicht so verbleiben wollte. Ich hatte das Gefühl, er versteht das irgendwie nicht. Beim zweiten Telefonat war es wieder gleich. Er hat das Gefühl gehabt, das sei eine riesengroße Intrige gegen ihn und die von der Fanszene hauen ihm über mich das Messer ins Kreuz. Er hat immer so getan, als ob ich so naiv wäre und ich nicht verstehen würde, was d dahinter steckt. Er wollte einfach keine Stellung dazu nehmen. Dann habe ich gemeint: „Aber was ist der Unterschied? Wenn ich die Fanszene nie erwähnt hätte, würden Sie mir ja auch auf die Fragen antworten. Er meinte, dass er mit Vereinsnahen nicht über das Medium SportWoche kommuniziere. Aber ich bin noch immer dagestanden und hatte nichts in der Hand. Es ist immer später geworden, wir mussten am Abend fertig sein. „Was mache ich mit der Geschichte?““, dachte ich mir. Daraufhin habe ich mit Kollegen eine Rücksprache gehalten. Ich habe mir schon gedacht: „Ok, schreibe ich halt hinein, er verweigert.“ Das ist ja auch ein Indiz, wie es dort brennt. Dann hat mein Chefredakteur mir gesagt, er möchte von mir, als Gegenmittel, das Interview mit fünf Fragen darzustellen und jeweils darunter: „Das sagt der Trainer: Kein Kommentar“. Das quasi nochmal verschärft darstellen. Aber er hat es ja genau so gesagt. Ich hätte es halt anders geschrieben, ich hätte es als Geschichte verpackt. So ist es halt bewusst scharf übergekommen und er ist dadurch nicht gut weggekommen. Das war mir bewusst, aber ich habe alles so zitiert, wie es war. Das ist am Dienstag dann veröffentlicht worden und ich bin gerade zu einem Termin nach München geflogen. Als ich gerade beim Einchecken war kommt ein Anruf vom Trainer: „Jetzt reden wir einmal“. Er war jetzt nicht super aggressiv, aber er sagte: „Das ist eine Frechheit. Das ist das Übelste. Das ist Yellow Press Journalismus.“ Er meinte er habe die SportWoche immer geschätzt. Ich habe das für mich persönlich so faszinierend gefunden. Ich dachte mir: „Eigentlich tut mir das ja leid, wenn er das so glaubt von mir, weil das will ich echt nicht“. Er meinte dann die ganze Zeit: „Ein Schmierfink sind Sie!“ Ich dachte mir: „Nein. Ich will mir das von dir nicht sagen lassen, aber was soll ich machen? Du denkst jetzt so, ich sehe es anders.“ Aber da hat er mich einmal so richtig beschimpft und dann habe ich gesagt: „Ja, Herr Trainer, dann lassen Sie uns einmal treffen und in Ruhe reden. Ich stehe jetzt gerade am Flughafen. Ich bin noch immer der Ansicht, dass es sich um ein großes Missverständnis handelt.“ Da war er aber komplett eingeschossen. Ich hab das sehr interessant gefunden. Da gibt es diese Faninitiative, aber du darfst dann die Fragen aus der Fanszene, oder die Vorwürfe, nicht stellen. Die interessieren sie dann trotzdem nicht dafür.

A: Hast du dich da ein bisschen als Vermittler zwischen Fans und dem Trainer und in weiterer Folge zwischen Fans und der Öffentlichkeit gesehen?

K: Ja mir hat es dann z.B. leid getan. Der von der Faninitiative, mit dem ich da in Kontakt war, war super nett, super professionell. Ich wollte nicht, dass er jetzt wegen mir Stress bekommt. Auf das wird es aber hinausgelaufen sein, weil der Trainer dann noch meinte: „Was seid ihr für Arschlöcher“, Ich verstehe das nicht. Ich kriege das halt nicht mit, was da wirklich abläuft. Aber es interessiert mich in dem Fall halt auch einfach nicht. Mir ist es ja rein um die sportlichen Vorwürfe gegangen. Aber auf einmal war ich mittendrin. So wie in einem persönlichen Kleinkrieg, den die da anscheinend länger haben und du kriegst es halt nicht mit, wenn du nicht nahe dran bist. Das habe ich komisch gefunden. Und auch sehr unprofessionell von Vereinsseite her. Ich mache ja viel Fußball international und auch deutsche Bundesliga. Natürlich ist da auch mehr Geld dahinter, aber es ist auch eine ganz andere Professionalität, die da dahintersteht. Nicht so wie bei uns. Bei uns ist das schon ein großes Problem. Diese Überstellung z.B. von Krone und ORF, das die einfach vernetzt sind untereinander. Es gibt Journalisten die jahrzehntelang nichts anderes getan haben, als ihren Lieblingen in den Arsch zu kriechen und anderen, die sie nicht mögen, eine drauf zu geben. Da fehlt halt jemand, der sagt: „Nein, so geht das nicht. Aus!“ Da gibt es Leute, die haben schon lange ihre Rolle als Journalisten verloren. Objektiv berichten und Inhalte vermitteln. Aber die machen teilweise so wie es Ihnen passt und wo sie die größten Vorteile rauschlagen können. Das wäre vielleicht noch eher zu ertragen, wenn da nicht die Macht dahinter wäre. Bei bestimmten Zeitungen gibt's aber dieses enorme Meinungsbildende. Dass die null trennen zwischen Bericht und Kommentar, ist oft egal. Das ist einfach eine Mischform. Aber es läuft in der Realität einfach anders als ich es in der FH gelernt habe. Ich habe mich z.B. lange gewehrt per Du zu sein mit irgendwem. Weil wir gelernt haben, nur per Sie zu sein und Distanz zu wahren. Nur wenn man da mit jungen Fußballern zu tun hat, ist es nicht natürlich wenn man sie mit der Höflichkeitsform anspricht. Vor Allem ist das auch für einen selber komisch. Man muss ja irgendwie eine Beziehung haben, damit sie einem einfach Sachen erzählen. Sonst tun sie es ja nicht.

A: Was hältst du von Pyrotechnik?

K: Das finde ich z.B. ein schwieriges Thema, weil ich sowas schon sehen will im Stadion. Wenn es aber Leute gibt, die sich beruflich mit dem auseinandersetzen und mir sagen, dass das viel zu gefährlich ist und das das furchtbar riskant ist, dann würde ich das hinnehmen und sagen: „Ja, ok“. Dann würde ich einfach jemanden brauchen, der mir sagt: „das ist vertretbar oder auch nicht.“ Rein prinzipiell finde ich es super geil, von der Stimmung her. Sobald aber Gewalt ins Spiel kommt, verstehe ich es nicht mehr. Dann gefällt es mir nicht mehr. Dann machen die Sachen den Sport kaputt. Aber sowas wie beim Skifahren in Schladming stört mich. Dieses generelle schwarz weiß malen. Es gibt immer nur eins. Es gibt kein Mittelding. Beim Skifahren ist es super gut und toll und stimmungsfördernd, beim Fußball dann wieder schlecht. Ich mag das generell nicht. Ich mag nicht wenn Sport, so wie beim Skifahren, unsere Nation bestimmt und wir uns jetzt alle als Skifahrer fühlen müssen. Da wird einfach viel zu viel rein projiziert, als es an sich ist. Im Endeffekt bedeutet Skifahren einen Berg hinunterfahren und schauen wer der Schnellere ist und Fußball ist elf gegen elf einen Ball ins Tor hinein hauen. Es ist einfach übertrieben. Da kommt mir das Kotzen, wenn ich mir denke, ich müsste mich als Österreicher übers Skifahren definieren. So eine Bedeutung wie es z.B. der ORF immer zuweist, gibt es in keinem anderen Land. Wir machen das aber zum Mittelpunkt der Welt. Das ist eigentlich lächerlich. Bei uns hauen sich dann alle Sponsoren drauf. Ich mag auch nicht diesen Teambewerb. Das ist mir zu viel. Das ist der Hirscher, das ist ein Skifahrer und der fährt jetzt gut Ski. Aber er wird dann gleich „unser“ Marcel und rettet unsere Ehre wieder. Mag schon sein, dass es wirklich genug Leute gibt, die es so haben wollen oder denen das so gefällt. Ich verstehe es halt einfach nicht. Man muss sich ja nur die Ski-WM anschauen. Das ist ja ein Politikum durch und durch. Von der Bewerbung weg mit. Die schanzen sich zig Millionen gegenseitig zu. Schade ist einfach, dass der Sport an sich aus den Augen verloren geht. Aber ich glaube es ist immer ein Unterschied, ob du den Sport selber ausübst, oder ausgeübt hast. Sei es ob du einmal die Woche mit deinen Freunden zum Fußball spielen gehst oder was weiß ich. Du kriegst ganz einen anderen Blick auf das Ganze, als wie du jetzt nur ein Hardcore Fan bist und dich auf Leben und Tod in den Verein reinsteigerst. Das ist schon schade. Da geht der Sport an sich ja verloren und das Schöne am Sport. Dieses miteinander, gegeneinander... Bei Rapid haben meiner Meinung nach die Fans schon das Wesentliche aus den Augen verloren. Bei Rapid – aber das ist nur meine eigene Sicht von außen, gibt es ein paar Personen, die an relativ viel Macht

gekommen sind und so das Gefühl haben, sie können jetzt bestimmen was Sache ist und auf des geilen sie sich einen ab. Und der Sport an sich, an dem hängen sie es auf. Aber im Endeffekt ist es dann ja austauschbar. Da könnten sie ja auch zum Eishockey gehen. Interessant finde ich auch die ganzen Geschichten mit RedBull Salzburg. Man kann wirklich von dem halten was man will. Ich bin ja auch nicht der große Fan, aber man muss schon sagen: „Warum nicht?“ Wenn der Mateschitz die Kohle hat und bereit ist das rein zu hauen in das Team, warum nicht. So rennt es ab im Leben. Und Rapid ist im Vergleich zu Vorwärts Steyr oder Ried auch besser gestellt. Die kriegen auch ihre Millionen aus dem stadtnahen Umfeld. Aber da wird auch immer von Kult gegen Kommerz geredet. Das ist ja auch Augenauswischerei. Man macht es halt irgendwie. Und wieder wird alles in Gut und Böse eingeteilt und dann geht es schon wieder gegeneinander los. Mir ist ja ein Rätsel warum die sich so auf den Dressen aufgespießt haben. Sie wollten einfach violett im Trikot haben. Da denke ich mir dann: „Das ist auf der RedBull Dose auch drauf!“. Warum hat er nicht gesagt: „Ja. Wir lassen die Dressen einfach so wie sie sind.“ Die haben sogar ähnlich ausgesehen. Nein, er will jetzt weiß und rot, weil er sich vom alten Verein komplett unterscheiden will. Da wurde er einfach idiotisch beraten, weil wenn er das ein bisschen klüger anlegt hätte und vor allem geschickter, dann ist das kein Thema, einfach. Oder kurz ein Thema und beruhigt sich dann. Ich verstehe schon, dass das für einen Austria Salzburg Fan eine Katastrophe ist, wenn jetzt einer kommt und dir den Verein wegnimmt. Das kann ich schon nachvollziehen. Also das verstehe ich auch nicht, warum. Aber das hängt immer von den ganzen Hintergründen ab. Wer flüstert dem das ein, was hat der davon? jeder schaut irgendwie nur auf sich selber und auf seinen eigenen Vorteil. In allen anderen Sportarten bekommt es RedBull gut zusammen. Im Fußball gibt es aber genug Gegenwind. Mir ist z.B. erzählt worden, dass sie den amerikanischen Markt schon denen überlassen haben. Also zumindest was die Sportler betrifft. Außer gegen Coca Cola, das würde sogar Red Bull verlieren. Das ist schon aber schon alles eine zweischneidige Sache irgendwie. Auf der einen Seite gibt es den Sportlern einfach die Möglichkeit, davon zu leben. Was super ist, was wichtig ist und dadurch bringst du den Sport voran. Man kann halt alles übertreiben und irgendwie tendieren sie überall dazu.

A: Glaubst du dass hier der Sportjournalismus bilden kann? Sprich den Leuten was lernen kann? Ihnen z.B. zeigen, dass es im Sport nicht nur ums ganz große Geld geht z.B. So eine Art soziale Funktion?!

K: Ja, auf jeden Fall. Das ist generell bei Journalisten so. Das ist natürlich eine Wahnsinns Aufgabe, so wie: „du sollst das irgendwie den Leuten vermitteln.“ Wer sagt, dass ich das kann? Aber ich denke mir schon, dass das sein soll. Dass man auch eine Art Orientierung gibt. Schau, was mich immer so aufregt ist dieses: Sport ist einfach einer der besten Spiegelbilder der Gesellschaft. Da wird so viel hinein projiziert. Da kann man alles mit verfolgen und da kann ich nicht sagen: Wenn es nicht so wäre, dann würden sich auch viel weniger Leute für Sport interessieren.“ Wer dann jetzt das Tor macht, oder nicht, das wäre dann nicht so wichtig. Und dann kann ich nicht sagen: „Nein, ich will jetzt nur unterhalten.“ Das ist nicht mein Ding. Auch wenn ich nicht primär die Leute erziehe. Aber ich denke mir schon, dass es wichtig ist eine bildende Funktion zu übernehmen. Man sollte eigentlich schon so etwas wie Werte vermitteln. Es ist halt dann immer die Frage, ob meine Werte die gleichen sind, die Andere haben. Ich denke es gibt in einer Gesellschaft aber allgemeingültige Werte. So wie Fairness. Oder dass es egal ist, ob man schwarz, weiß, oder welche Hautfarbe auch immer man hat, ist. Ganz allgemeine Grundsätze. Die kann man über den Sport auch ganz super transportieren. Irgendwie finde ich den Alaba so faszinierend. Der ist bei uns in der Gesellschaft vollkommen akzeptiert Wie viele schwarze Sportler haben wir vorher gehabt? Ganz, ganz wenige. Hier kann den Alaba schon hernehmen und fragen: „Wie hat er früher z.B. Rassismus miterlebt?“. Ich habe mit irrsinnig vielen jungen Fußballern zu tun, jetzt vor Kurzen z.B. mit dem Toni Vastic. Ich frage die schon immer, auch wenn ich es oft nicht hineinschreibe, aber weil es mich persönlich interessiert: „Was bedeutet Kroatien für Sie?“, oder so. So etwas interessiert mich halt auch. Gerade junge Leute, so wie der, die sagen halt einfach: „Ja, beides gleich“. Und das ist so witzig, weil sie sich mir gegenüber versuchen zu rechtfertigen. Ich glaube zu einem habe ich einmal gesagt, er braucht sich nicht zu rechtfertigen, ich kann das schon nachvollziehen. Man muss ja vorsichtig sein. Ich denke gerade Rassismus ist wirklich etwas, was man mit Sport super bekämpfen kann. Denk nur mal gewisse Tageszeitungen in Österreich. Da bekommt der Leser auch gleich den Eindruck, dass alle Schwarzen Drogendealer sind. Interessant ist zu sehen, wie sie es aber dann oft ausblenden. Auf der einen Seite ist es das normalste der Welt und zwanzig Seiten vorher hast dann wieder die andere Ansicht. Oder auch das Beispiel Arnautovic ist so super. Ich finde da kann man viel über Österreich ablesen. Wie wir als Volk so denken. Der hat mir dann schon so leidgetan, weil es eigentlich egal ist was er macht.

Er bleibt der blöde Kanake, so auf die Art. Und er ist sowieso nur großkotzig. Der ist ein super Beispiel. Das hat eigentlich mit Sport alles nichts zu tun. Da werden Grenzen überschritten. Ich weiß auch nicht warum

A: Hast du mit dem schon zu tun gehabt als er bei Inter Mailand war?

K: Nein. Da war noch ein anderer Kollege von mir, der war damals dort auf Fotoshooting. Und der ist dann zurückgekommen und hat gesagt, der Typ ist voll abgehoben. Aber er hat auch gesagt, er ist nicht unsympathisch, aber voll abgehoben. Man muss das immer einordnen. Wer wäre das nicht, wenn ich jetzt auf einmal Millionen bekomme und am Comosee in einer Villa wohne. Er lebt halt in seiner eigenen Welt. Wer bin ich, dass ich das jetzt groß beurteile? Das ist seine Sache wie er leben will und so soll er das machen. Mich interessiert halt eigentlich, primär einmal, wie er als Fußballer ist und was er da so macht. Ich finde, da sieht man gut wie wir als Gesellschaft sind. Gerade so im Umgang mit Migrant*innen etc.

A: Ich bedanke mich recht herzlich für das Gespräch und ich hoffe es war für dich auch nicht zu anstrengend.

K: Danke dir. Und lass mir die Arbeit zukommen, sobald sie fertig ist. Mich würde sie sehr interessieren.

14.5 Transkript des Interviews mit Gesprächspartner Nr.4

Interview, Anonym, Redaktionsstandort Wien, 24.01.2013

A: Danke dass du dir für das Gespräch Zeit genommen hast. Kannst du ein bisschen was über dich erzählen? Seit wann bist du Sportjournalist? Warum bist du es überhaupt geworden? Wie sieht deine journalistische Laufbahn aus?

B: Ich hab 2000 zu studieren angefangen. Publizistik und Politikwissenschaft und hab mich dann relativ schnell umgeschaut, dass ich irgendwo Praxis sammeln kann neben meinem Studium. Mein Bruder hat früher studiert und der hat mir das empfohlen. Und er hat gesagt, dass sind Studienrichtungen wo es vielleicht daran scheitern kann, dass man in der Praxis irgendwie nicht wirklich unterkommt. Und deswegen hab ich dann bei österreichischen Tageszeitung, also ich glaub das waren zwei oder drei Zeitungen, angefragt. Aber am Wichtigsten war es mir eigentlich bei meiner jetzigen Tageszeitung, weil ich mir gedacht hab das könnte gut passen. Da habe ich mich dann beworben für ein Volontariat. Nach zwei Semestern war das. Also das war 2001. Frühjahr 2001. Hab glaub ich damals Kultur, Sport und Innenpolitik angeführt. Weil das die drei Bereiche sind die mich interessieren oder mich auch damals interessiert haben. Und ich wäre mit Allem glücklich gewesen. Und dann hab ich die Antwort bekommen, ich kann in den Sport. Und da hab ich gesagt, „ja super“ und war dann im, glaube ich, August 2001, ja August 2001, Volontär. Das heißt man darf einen Monat lang mitarbeiten. Ich hab damals sozusagen das Glück gehabt, das gehört wahrscheinlich immer dazu, zum Einen dass die Kollegen da gesagt haben, „das ist ganz gut“ und die könnten sich vorstellen dass ich da mehr machen kann und zum Anderen ist damals eine Mannschaft aufgestiegen in eine Liga wo meine Tageszeitung da drüber berichtet hat. Und da haben sie niemanden gehabt. Und ich bin aus der Gegend dort und dann haben sie gefragt ob ich das machen will. Und da bin ich in die Schule gegangen und nicht soweit weg davon aufgewachsen. Und dann bin ich ab dem Zeitpunkt eigentlich direkt als freier Mitarbeiter geblieben und hab halt hier und da was gemacht. Und dann ein Jahr später hab ich schon rechtzeitig angefragt ob ich wieder in den Sommerferien verstärkt kommen kann, weil ich dann mehr Zeit habe. Und da haben sie gesagt, „ja gerne“. Und so ist das dann sukzessive mehr geworden und 2004 bei der Europameisterschaft hat der damalige Sportchef gesagt, es wäre sozusagen an der Zeit, dass ich das halt gescheit mache. Also so Halber ist das halt schwierig. Und ich hab dann ab der Euro 2004 Vollzeit gearbeitet, aber habe noch nebenbei mein Studium abgeschlossen bis – wann war ich fertig – 2005. Also ich hab das letzte Jahr sozusagen parallel studiert, Diplomarbeit geschrieben und schon gearbeitet. Und war dann auch offiziell ab, glaub ich, Jänner 2005 Vollzeit bei jener Tageszeitung.

A: Im Sport?

B: Ja. Da hat sich dann nix mehr geändert.

A: Sind deine Artikel primär Printartikel oder auch Online-Artikel? Wie läuft das eigentlich bei euch genau?

B: Das ist gerade auch eine technische Umstellung. Grundsätzlich bin ich ein Print-Journalist. Nachdem das aber immer stärker verzahnt ist gehen meine Artikel auch alle online. Da drüben sitzen die Online-Kollegen jetzt. Also die waren früher woanders. Und sitzen jetzt bei uns und müssen auch zusammenarbeiten. Und es gibt auch teilweise Artikel die ich bewusst nur für Online schreibe. Wenn es jetzt nur um schnelle, kurz Infos geht wo ich sage, ok das ist wird in ein paar Stunden in die Zeitung gedruckt und es ist nicht mehr so relevant dann schreibe ich für die Online-Kollegen schnell was zusammen. Aber eher so die schnellen Sachen. Und sonst ist es so dass ich für Print schreib und das wird dann für Online übernommen.

A: Ok

B: Aber dieser Bereich ist überhaupt gerade im Umbruch. Das hat sich sicher verändert.

A: Wenn du jetzt sagst, dass es einen Unterschied zwischen Print und Online gibt. Inwiefern führt sich das auf die Recherchearbeit aus? Was sind eigentlich deine primären Quellen wenn du jetzt einen Print-Artikel schreibst und wenn du jetzt zum Beispiel einen Online-Artikel schreibst?

B: Also die Quellen und Recherchemethoden sind die Gleichen. Es geht nur um das Veröffentlichungstempo. Also Online muss es schnell gehen. Ganz konkretes Beispiel: wenn ich jetzt weiß, es wird irgendwann im Laufe des Abends ein Transfer offiziell vermeldet werden, ein Fußballtransfer, und ich weiß es schon vormittags und es spricht nichts dagegen, dass ich das veröffentliche, weil niemand darauf beharrt oder sagt „das wäre schlecht“, dann sage ich das den Online-Kollegen. Weil Transfers, wenn sie stimmen, auf das legen wir immer großen Wert, viele Klicks und Aufmerksamkeit bringen. Dann sage ich den Online-Kollegen: „ich hab da was recherchiert ich schick euch das.“ Dann stellen wir das online, weil in ein paar Stunden das sowieso offiziell wird. Dann ist das für Online eine gute Sache. Dann blicken die Leute hin, lesen in unserer Tageszeitung „aha der und der wechselt von dort dahin“. Wenn es dann später offiziell bestätigt wird, ist es für die Glaubwürdigkeit gut. Hat Interesse generiert. Würde mir aber nichts bringen wenn ich sage „haha ich weiß es aber ich schreibe es erst morgen in die Zeitung“. Weil dann wissen es eh schon alle. Das ist dann der Vorteil von Online. Es ist aber jetzt nicht so, dass ich für Online irgendwie anders recherchieren würde. Also ich recherchiere immer gleich und dann muss man sich entscheiden, wie man wo was unterbringt. Das ist jeden Tag eine eigene Entscheidung. Das kann einmal so, mal so sein. Manchmal geht es auch darum, dass die Konkurrenz, ich sag mal die Print-Konkurrenz, was nicht wissen soll. Dann mach ich mit den Kollegen der Online-Redaktion aus, dass sie es frühestens um Mitternacht online stellen. Um Mitternacht sind dann sozusagen die Zeitungen zu und dann weiß ich, dass sie es nicht mehr abschreiben können. Das fällt dann halt speziell im Sport auf, weil unsere Tageszeitung relativ viele Sachen exklusiv hat. Es gibt dann andere Zeitungen, weiß nicht ob wir da jetzt mit Namen drüber reden müssen. Aber es gibt halt auch Konkurrenz die gnadenlos abschreibt. Wenn du es online stellst, können die das einfach per copy- paste abschreiben und es ist ihre, unter Anführungszeichen, eigene Geschichte. Wenn ich es erst um Mitternacht online stell, dann kann ich zumindest sicher sein, dass das nur wir haben.

A: Da können wir vielleicht eh anknüpfen: wenn du sagst, dass es Journalisten oder Zeitungen gibt, die wirklich copy-paste machen, was ist deiner Meinung nach überhaupt deine Aufgabe als Sportjournalist? Also sagst du es geht mir primär darum, Leute zu informieren oder geht es mir auch darum, Leute zu unterhalten oder auch nur schnell was zu schreiben damit ich meine Arbeit erledigt habe?

B: Also das Letzte sicher nicht. Ich würde sagen eine Mischung. Auf jeden Fall geht es in erster Linie um die Information. Soll aber durchaus auch eine Unterhaltung dabei sein. Also so eine ganz knochentrockene Information ist glaub ich in einer Printzeitung nicht mehr angebracht. Bei uns ist es glaube ich ganz wichtig, dass wir Hintergründe liefern. Also zu erklären, warum ist das passiert, was die Leute jetzt eh schon über andere Kanäle erfahren haben? Also wenn es jetzt zum Beispiel, weil wir nachher ja über Fans reden, es irgendwo zu Ausschreitungen kommt, dann geht das sehr schnell um die Welt. Dann steht das überall. Dann kann man das im Internet, im Fernsehen, im Teletext lesen. Dass und das hat es gegeben. Dann ist mir ganz wichtig, dass ich in der Zeitung erklären kann, soweit das eben geht, was die Hintergründe dafür sind und warum das passiert ist und wie dies einzuordnen ist. Also einfach den Leuten einen Mehrwert liefern. Einen Nutzen. Das sie was davon haben. Das sie sagen: „ok, das hab ich in der Tageszeitung gelesen.“ Das sind jetzt Informationen die in der Zeitung zu lesen sind und die unterscheiden sich im besten Fall von jenen Infos, die sie woanders kriegen. Positiv unterscheiden.

A: Sagt dir der Begriff „storytelling“ irgendetwas? Das ist ein Begriff aus der Wissenschaft wo es darum geht, wie man Geschichten einfach erzählt und sie medialer aufarbeitet. Dabei gibt es eine Grenzlinie zwischen faktischer Berichterstattung und purer Unterhaltung. Was haltest du davon?

B: Also der Begriff sagt mir was. So wie du das jetzt beschreibst, würde ich das auch auf unsere Arbeit zuordnen. Also wir erzählen Geschichten, die halt stimmen sollten. Aber wie vorhin erwähnt, ist es wichtig, dass das nicht nur die Grundinformation ist, weil sonst kann man die Leute glaub ich nicht dazu bringen für ein Print-Produkt Geld auszugeben. Wenn sie das Gleiche eins zu eins ganz nüchtern irgendwo auf Orf.at gratis und vor allem früher lesen können, dann geben sie kein Geld für die gleiche Information aus. Darum muss die Geschichte so erzählt werden, dass schon mehr dabei ist. Am besten mehr Info. Vielleicht auch mehr Unterhaltung. Das kommt immer auf das Gebiet drauf an. Bei manchen ernsten Themen finde ich es jetzt deplatziert, wenn man da groß auf lustig macht. Bei manchen Themen bietet es sich an. Aber es muss halt einfach mehr dabei sein als nur die Info. Wenn das jetzt so ausartet, dass man irgendwelche Stories erzählt, die nicht mehr der Wahrheit entsprechen, ist das auch nicht gut. Weil meiner Meinung nach ist schon die Glaubwürdigkeit ganz zentral.

A: Glaubst du, dass der Sportjournalismus, unabhängig von der Unterhaltungsfunktion, auch eine gewisse soziale Kompetenz, sprich eine bildende Funktion, inne hat?

B: Ja das ist wahrscheinlich. Ich würde schon sagen, dass es relevant ist, weil der Sport einen wesentlichen Teil in unserem allgemeinen Leben ausfüllt und in gewisser Weise auch ein kleiner Mikrokosmos ist. Er bildet auch vieles ab, was in unserer Gesellschaft passiert. Dass er natürlich eine Sonderrolle hat, ist ganz klar. Also der Sport ist jetzt anders als Wirtschaft und Politik. Aber es spielen viele Bereiche von dort auch eine Rolle. Er soll nicht ganz getrennt vom Rest betrachtet werden. Ich habe das bei einer Dienstreise in Griechenland erst selbst erlebt. Wenn es dort soziale Probleme gibt und man kommt dort hin in die Stadt, spürt man, dass die Leute frustriert und arbeitslos sind und keine Zukunftschance haben. Dann wundert es mich auch nicht, wenn am nächsten Tag beim Fußballspiel Aggression aufkommen. Die Hintergründe dazu sind aber ein ganz anderes Thema. Aber da merkt man einfach, dass der Sport von allem Anderen nicht getrennt zu betrachten ist. Es ist kein Zufall, dass in einer gewissen Lage dann auch dort was passiert. Das hätte jetzt nicht sein müssen, aber man spürt dann einfach, dass der Sport auch teilweise ein Ventil dafür ist. Wenn man sich bisschen umschaut. Wenn man die Menschen sieht. Wenn man weiß was da abgeht, dann merkt man, dass der Sport mit reinspielt und dass dann da auch Leute vorhanden sind, die sonst eben in anderen, unter Anführungszeichen, wichtigen Lebensbereichen, enttäuscht sind und das im Sport ausleben. Deswegen hängt das alles miteinander zusammen. Und deswegen ist der Sport auch sicher für jede Art von Berichterstattung relevant.

A: Inwiefern merkt ihr das jetzt intern bei eurer Tageszeitung? Also beim Platzsturm von Rapid z.B., ist in der Österreich vieles im Chronik-Teil erschienen.

B: Ja. Also das ist jedes Mal eine neue Diskussion wo solche Sachen anzusiedeln sind. Wenn es jetzt zum Beispiel einen Prozess gibt, dann ist das für mich nicht mehr Sportberichterstattung. Wenn es aber um das Ereignis geht, ob das jetzt ein Platzsturm ist oder irgendwas was in der Nähe des Sportes, dann ist das für mich noch Sport. Die Grenzen sind aber fließend. Wenn das jetzt so ist, dass es einen Fall gegeben hat, der am Westbahnhof passiert ist, dann ist das schon fragwürdig. Weil das ist ja eigentlich nicht mehr Sport. Wenn es auf einem Fußballfeld passiert, dann ist das für mich schon noch Sport. Ich kann da jetzt keine allgemein gültige Definition abgeben. Das müssen wir im Haus und auch mit den Kollegen von anderen Ressorts jedes Mal neu diskutieren, wo wir das hin tun. Wichtig ist nur, dass es eine gewisse Konstanz gibt. Es ist nicht gut, wenn es an einem Tag dort steht und an einem anderen Tag im anderen Ressort steht. Dann finden sich die Leute nicht zurecht und dann können sie es auch nicht mehr einordnen. Also man

muss da schon irgendwann sagen: „ok das ist jetzt ein Sportthema oder das ist kein Sportthema.“ Also wir haben zum Beispiel früher von einem Kollegen, der jetzt leider nicht mehr da ist, sehr oft über Sportkriminalitätsfälle berichtet. Kartnig, Jungwirth und solche Sachen. Das könnte man jetzt theoretisch als Chronik zuordnen, aber bei uns war das ganz klar dass es um Sport geht, weil das wesentliche Faktoren und Menschen des Sportes. Das interessiert dann auch den Sportleser, was mit denen da passiert und was die teilweise für Sachen angestellt haben.

A: Glaubst du, da hat sich generell das ganze Berufsfeld des Sportjournalisten gewandelt? Dahingehend, dass man auch von sich selber aus offener arbeiten muss und ein bisschen Mehrspuriger arbeiten muss?

B: Ganz sicher. Ja. Man muss mehr wissen. Man muss Zusammenhänge erkennen. Man muss mehr in anderen Bereichen spüren. Da geht es ja auch um ein gewisses Gefühl, ums Gespür. Also ganz rein zu sagen: „ich mach nur den 0815 Sport und nix links nix rechts“, das geht glaub ich nicht mehr. Vielleicht machen das manche Kollegen noch so, aber das hat sicher keine Zukunft.

A: Weil du Griechenland genannt hast vermutlich wird dass das PAOK Spiel gemeint sein oder?

B: Ja

A: Du sagst, du willst auch Hintergrundinformationen liefern. Wenn es jetzt konkret um solche Fälle geht, die zum Beispiel die Ultras Rapid betrifft. Wie schwer ist es für dich da überhaupt an Hintergrundinformationen zu kommen. Wie kommst du überhaupt dazu? Sprich auch an Informationen die von den Fans selber kommen.

B: Das ist ein heikles Thema. Das ist auch schwer. Im Endeffekt geht es darum, und das erlebe ich eigentlich immer wieder in meiner Arbeit, die Leute länger zu kennen. Wenn man sie persönlich kennt und einen gewissen persönlichen Zugang hat, dann ist das ganz was anderes, als wenn man irgendwo anonym in einer Redaktion sitzt und die Leute eigentlich gar nicht kennt oder nur den Namen kennt. Also konkret geht es darum, dass ich die Leute so kennenlernen muss, dass ich ein gewisses Vertrauensverhältnis aufbauen kann und dann mit ihnen sprechen kann. Sie müssen mir glauben wenn ich sag: „ich möchte mich jetzt einfach informieren wie das ist und sie brauchen jetzt keine Angst haben da irgendwie zitiert zu werden oder irgendwie schlecht dargestellt zu werden oder persönlich angegriffen zu werden sondern“. Ich hätte einfach nur gerne Informationen und ich möchte jetzt nicht nur der böse Journalist sein, der hinhaut und sagt: „ihr habt das und das verbochen. Ich kenn euch zwar nicht, aber ich verurteile euch.“ Ich will den Menschen auf Augenhöhe begegnen und ich will sagen können, dass ich an ihnen interessiert bin. Ich kann nicht alles gut heißen was da passiert ist, aber ich möchte wissen, wie es dazu kommt. Dann hab ich über die Jahre gemerkt, dass das sehr lange dauert. Jedoch öffnen sich über die Jahre hinweg die Leute und sprechen auch mit einem. Was ja auch teilweise unter diesen Fankreisen schwer umstritten ist.

A: Viele Fans behaupten, dass ganz viel abgeblockt wird, weil das Vertrauen in Journalisten so gut wie nicht mehr vorhanden ist.

B: Ich weiß nicht ob es jemals vorhanden war. Also generell da war.

A: Aber kommt dir vor, dass sich Fans mittlerweile ein bisschen öffnen diesbezüglich?

B: Die Fans haben sicher gemerkt, dass es ihnen nicht schadet, selbst auch in irgendeiner Form zu publizieren. Egal ob das jetzt vorm Stadion ein Zettel ist, wo ihre Meinung drauf steht oder ein Spruchband im Stadion oder ein Onlineblog oder vielleicht sogar eine offizielle Mitteilung. Die rote Linie ist nach wie vor ein Interview. Also ein Interview mit Hardcore-Fans ist glaub ich immer noch

nicht drin. Vielleicht anonymisierst. Aber dass man ein richtiges offizielles Vier-Augen-Gespräch bekommt, wo drin steht: „der ist der und der sagt das“ und lässt vielleicht sogar ein Foto von sich machen. Das ist glaub ich die rote Linie, wo sie nicht drüber hinweg können. Was sie aber schon gemerkt ist, dass es für sie nicht das schlechteste ist, wenn sie auch kommunizieren. Ich bin jetzt kein Ultras-Experte, was aber aus dieser Ultras-Bewegung aus Italien früher gekommen, ist die strikte Ablehnung von Kontakten mit irgendwelchen offiziellen Stellen. Nie mit Journalisten reden. Das wird glaube ich schon überdacht, weil sie gemerkt haben, dass es auf Dauer nicht mehr geht, einfach Forderungen zu stellen ohne in irgendeiner Form zu kommunizieren.

A: Wie gehst du diesbezüglich mit Informationen um die von der Polizei kommen wenn es jetzt wirklich konkret um Ausschreitungen geht?

B: Also ich finde man muss ganz klar drauf hinweisen, wer die Quelle ist. Man kann das nicht einfach eins zu eins übernehmen und sagen: „ja da hat es vier Verletzte gegeben etc.“. Man muss halt sagen: „laut Polizei soll es vier Verletzte gegeben haben“. Am Besten im Konjunktiv. Ich würde jetzt nicht sagen, dass die Polizei grundsätzlich negativ zu beurteilen ist und dass das alles Blödsinn ist. Aber man muss schon aufpassen und kritisch sein. Darum versuche ich am besten beide Seiten zu hören. Also sowohl die beteiligten Fans, sowie die Polizei als auch die Vereine. Es ist wichtig alles abzubilden und dann kann man vielleicht eine Meinung haben. Dann sich aber immer noch die Frage, ob man diese Meinung auch veröffentlichen soll oder ob das, wenn es heikel ist, wirklich nur ein faktischer Bericht sein sollte. Das ist immer sehr schwer, weil es halt natürlich unterschiedliche Sichtweisen dazu gibt. Also Polizei und Fans werden sich ganz selten einig sein in ihrer Darstellung des Erlebten.

A: Kurzer Input: Es gab vor Kurzen einen Fall in Deutschland, wo ein Nürnberg Fan bei Zusammenstößen mit Mainzer Fans von einem Zug überrollt wurde und einen Arm verloren hat.

B: Ja das hab ich mitbekommen.

A: Dabei ist es zur Berichterstattung gekommen, bei der Polizeiinformationen ohne Gegencheck blind übernommen wurden. Im Anhang dazu gab es im Sportjournalist, die Zeitung des Sportjournalistenverband Deutschland, zum Appell, dass es als Sportjournalist die Aufgabe wäre, als Vermittler zwischen Polizei/öffentlichen Stellen und den Fans zu agieren weil, wie du auch selber gesagt hast, Fans nicht direkt mit offiziellen Stellen reden werden und auch nicht direkt mit der Polizei reden. Findest du daran irgendwas Wichtiges dran?

B: Es ist natürlich eine sehr große Bürde, wenn sozusagen der Journalismus zwischen diesen Bereichen vermitteln soll. Ich könnte mir vorstellen, dass es wichtig ist, dass der Journalist darauf achtet, dass es nicht zu einseitig wird. Das ist auf jeden Fall wichtig. Aber ob in irgendeiner Form Journalisten diesen Grundstreit zwischen diesen Seiten ausgleichen können, das ist wahrscheinlich zu viel verlangt. Aber in der eigenen Arbeit muss man sicher immer wieder einen Schritt zurück machen und lieber nochmal nachchecken, ob die Infos der jeweiligen Seiten stimmen. Ob das dann schon eine Vermittlung ist, weiß ich nicht. Aber immer aufpassen, dass man nicht zu sehr auf eine Seite rückt.

A: Glaubst du, dass du überhaupt in deiner Berichterstattung Einfluss auf die öffentliche Meinung hast, auch bezüglich Fußballfans? Glaubst du, du kannst da viel lenken oder nicht?

B: Das ist schwierig. Das ist glaub ich auch nicht meine Aufgabe das zu beurteilen. Ich kann nur meinen Job möglichst gut machen. Ob das dann wirklich was bewegt oder einfach bei dem einen Ohr reingeht und dann wieder sofort vergessen wird, das weiß ich nicht. Das ist wahrscheinlich seit es Medien gibt eine grundsätzliche historische Frage, die man wahrscheinlich nie ganz

beantworten kann. Also ich denk einmal, das es grundsätzlich in irgend einer Form einen Einfluss gibt. Aber wie stark der ist oder ob der sich verändert, das traue ich mich wirklich nicht zu sagen.

A: Bezüglich des vorhin genannten Falles, gab es im Nachhinein von der Deutschen Presseagentur, welche ganz stark kritisiert wurde, Sensibilisierungskurse, wo es darum ging, wie man mit Begrifflichkeiten wie Ultras, Hooligans, Gewalttäter- Sport, Pyrotechnik etc. umgeht.

B: Ja. Also mir ist ganz wichtig, dass man beim Begriff Hooligans immer aufpasst. Ich habe mich ein bisschen mehr damit beschäftigt. Nicht jeder, der jetzt irgendwo reinläuft oder jemand haut, ist gleich ein Hooligan. Das ist eine eigene historische Entwicklung. Sowas wie Chaoten oder Idioten oder so, schreib ich grundsätzlich nicht. Für mich ist es aber wichtig es zu sagen. Also wenn es jetzt wirklich erwiesen ist dass das ein Blödsinn war und die Fans das dann unter Umstände auch ohne dass sie direkt zitiert werden, in Gesprächen selbst zugeben. Teilweise sind sie ja auch verärgert untereinander. Das ist ja nie eine ganz homogene Gruppe. Da gibt es immer Splittergruppen. Manche wissen nicht wieso der andere das tu. Das ist ja eine breite Masse, bei der jetzt nicht immer alle gleich handeln. Aber da gibt es meiner Meinung nach eine Möglichkeit um Kritik zu üben. Wenn man dann Hooligans unter Anführungszeichen schreibt, dann ist das nicht beleidigend, aber durchaus treffend.

A: In der öffentlichen Debatte wird immer wieder über Pyrotechnik diskutiert und es wird vorwiegend negativ dargestellt, weil es im Stadion ja verboten ist. Auf der anderen Seite werden, wie beim ORF Spiel-Teaser z.B., Bilder gezeigt, bei denen Pyrotechnik verwendet wird. Wie findest du diesen Umgang? Wie sollte man mit solchen Unterschieden arbeiten? Auf der einen Seite ist es verboten, auf der anderen Seite wird es im medialen Kontext als unterhaltendes Element verwendet.

B: Das ist ganz schwer. Das ist ganz schwer. Man kann jetzt natürlich ganz streng sein und sagen: „Das ist verboten. Wir werden niemals irgendwo ein Bild verwenden wo Pyrotechnik vorkommt.“ Aber ich weiß nicht, ob das sinnvoll ist. Also das ist wirklich schwierig. Wichtig ist hierbei wahrscheinlich, nicht scheinheilig zu sein. Wenn man auf der einen Seite wettet und sagt:

„Pyrotechnik ist verboten“ und dann auf der anderen Seite, wie du es vorher gesagt hast, irgendwelche unfairen Begriffe verwendet und sagt: „diese Chaoten, diese Trottel, diese Idioten.“ Dann nutzt man aber andererseits wieder Bilder, um irgendwie Emotionen zu wecken oder weil sie gut als Bild wirken und stellt das dann unkommentiert hin. Also das ist schwierig. Ich glaube, da gibt es keine generelle Linie, bei der man sagen kann: „so ist es richtig.“ Andererseits, jedes Mal wenn dann irgendwo ein Bild auftaucht, drauf hinweisen, dass das ja eigentlich verboten ist, ist auch schwierig. Mich reißt es jedes Mal nur, wenn der Nachtslalom in Schladming ist, wo ja unglaublich viel Pyrotechnik im Einsatz ist und es dort überhaupt kein Thema ist. Also ich glaube, dass dort nie jemand auf die Idee kommen würde, weder vom Orf noch vanderen Medien oder Veranstalter, es zu untersagen und anzuprangern.

A: Gesetzlich ist es ja bei Sportveranstaltungen verboten und nicht nur in Fußballstadien

B: Ja. Dass da jemand sagt: „diese Ski-Idioten“. Den Begriff gibt es ja gar nicht. Da merk ich immer, dass das anders betrachtet wird, als wenn es im Stadion passiert. Das hat aber auch seine Hintergründe. Hab jetzt noch nie gesehen, dass irgendwo ein Ski-Fan einen Bengalen auf einen anderen wirft. Vielleicht ist es mal passiert, aber man hat nie davon gehört. Der Platzsturm war halt ein Sonntag- Nachmittags Live-Spiel, noch dazu ein Derby. Wenn man aber sieht, wie ein Rapidler einen Bengalen Richtung Austria-Fanblock wirft und der dann über dem Netz einen halben Meter, wo die Lucke ist, durch geht und dann in den Fansektor reinfällt, dann ist das halt ein Bild, das sich einbrennt und sowohl das Image als auch die öffentliche Wahrnehmung ganz stark

verändert. Es geht ja dann am Schluss oft um die Macht der Bilder und das war eben so ein Bild. Zum einen dieser, unter Anführungszeichen, Hassgrieche und dann zum anderen dieser fliegende Bengale, der über das Sicherheitsnetz auf die Osttribüne und infolgedessen auf die Austria- Fans fällt. Das waren zwei ganz zentrale Bilder und die bleiben bestehen. Wenn man aber jetzt an Schladming denkt, dann denkt keiner, wie ich vorher gesagt habe, an Skichaoten oder Ähnlichem. Da kommt ja auch Pyrotechnik zum Einsatz kommt. Es wird aber anders wahrgenommen.

A: Weil du gerade den Hassgriechen genannt hast: bei dem wurde ja auch in der Form dieses „storytelling“ eine ganze Geschichte konstruiert und auch teilweise Privatinformationen von ihm preisgegeben. Was hältst du davon? Wie gehst du damit um? Auch hinsichtlich presseethischer Grundsätze, sprich Wahrung der Privatsphäre schützen etc.

B: Da stellt sich die Frage, wo man die Grenze zieht. Ich weiß durch Gespräche, wie der heißt und ich weiß auch Erzählungen von Fans über ihn. Aber ich würde jetzt nie den Namen von dem veröffentlichen. Das ist nicht meine Aufgabe. Das ist auch nicht zielführend. Weil er eben eine öffentliche Person geworden ist und so ein Bild ausgelöst hat, hab ich irgendwann versucht, den nicht zu oft vorkommen zu lassen. So wichtig war der ja auch nicht. Aber wenn er vorkommen musste, dann hab ich auch, wenn ich mich richtig erinnere, irgendwann mal Hassgrieche unter Anführungszeichen geschrieben. Weil dann hat jeder gewusst, wer das ist. Ich hab das dann unter Anführungszeichen gesetzt. Aber es ist in der Zuspitzung oft schwierig. Mir wäre es aber schon wichtig, dass man die Leute nicht irgendwie nur bloßstellt und sich ein öffentliches Gaudium draus macht und die Leute dann sagen: „haha“. Das geht überhaupt nicht. Aber der ist halt irgendwie ein Symbol für das Ganze geworden, wo schließlich die Grenze zum Privaten fließend ist.

A: In der Wissenschaft gibt es einen Ansatz, dass wenn es zu Ausschreitungen kommt und man darüber berichtet, dies auf Fanseite nochmal zu mehr Aggression und mehr Ausschreitungen führen kann. Sei dahin gestellt ob der Bericht jetzt positiv oder negativ ist oder provokant geschrieben ist. Findest du etwas Wahres daran?

B: Naja schwierig. Das erinnert mich ein bisschen an die Diskussionen eines Amoklaufes. Es gibt irgendwo ein Amoklauf an einer Schule. Dort liest man in den Medien dann die ganzen Details dazu, also wie es der Attentäter geplant hat. Was er genau gemacht hat. Wo er die Waffne gekauft hat. Wie er die Schulsicherheit ausgetrickst hat. Das wird alles genau beschreiben weil es da ein öffentliches Interesse dran gibt. Dazu wird noch gesagt, wie schlimm das alles ist. Hierbei kann man auch darüber diskutieren ob nicht genau durch diese genauen Beschreibungen sich vielleicht Nachahmungstäter finden lassen. Das ist wahrscheinlich in jedem Bereich so und so kann man wahrscheinlich auch bei Fanausschreitungen darüber diskutieren. Aber grundsätzlich wäre es glaube ich jetzt falsch zu sagen, man berichtet nicht darüber. Weil dann könnte noch was Schlimmeres passieren. Also das ist ja auch nicht die Aufgabe der Medien. Man muss halt versuchen Grenzen zu wahren und nüchtern zu bleiben. Aber ich glaube jetzt nicht, dass es gut ist zu sagen: „machen wir lieber gar nichts, schweigen wir das tot weil sonst könnte vielleicht irgendeine Fangruppe zu Ausschreitungen aufrufen“. Dann schreibt man auch nicht mehr über Schulattentäter. Da ist glaube ich das öffentliche Interesse zu groß. Man muss halt immer aufpassen, dass man in der Berichterstattung gewisse Grundsätze wahrt. Aber von Totschweigen halt ich persönlich nichts.

A: Was hältst du eigentlich von Fachmagazinen wie z.B. dem Ballesterer, der sich jetzt auch mit Fußballfankultur beschäftigt und mit dem Thema anders umgeht als die Mainstream-Meiden? Dabei wirft man dem Ballesterer oft vor, zu viel auf Seiten der Fans zu berichten.

B: Ich kenn die Leute vom Ballesterer und habe auch ein Abo vom Ballesterer. Wenn man im Grunde weiß, dass das Fans sind, dann ist auch verständlich wie sie berichten. Ich weiß jetzt nicht,

ob sie sich selbst so sehen und sagen: „wir versuchen eine objektive Berichterstattung“. Ich glaube, dass die sich eher als Fanmagazin sehen. Dabei ist es ganz logisch, dass die aus der Sicht des Fans schreiben. Wenn sie sich dann, was sie teilweise gerne tun, über andere Medien echauffieren und sich lustig machen wie schlecht die das nicht machen oder was die für falsche Standpunkte einnehmen, dann könnte man jetzt drüber diskutieren und sagen: „hallo was habt ihr für Standpunkte.“ Aber grundsätzlich, und darum habe ich ja auch ein Abo, finde ich das gut und was die machen. Es ist eine positive Ergänzung in der Medienlandschaft. Ich würde jetzt aber nicht alles als objektiv gemeinte Berichterstattung hinnehmen, sondern eher als Berichterstattung aus Sicht der Fans, die halt versuchen, über diesen normalen Fankreis hinaus zu kommen. Das schaffen sie auch. Also ich merk schon, dass auch andere Kollegen darüber reden, was da geschrieben wird. Also das haben sie ganz gut geschafft. Sprich eine Berichterstattung, die diesen engen Fankreis verlässt. Wahrscheinlich werden die intern auch oft diskutieren ob sie auf Seiten der Fans sind oder schon Journalisten sind. Das ist immer eine fließende Grenze.

A: Würdest du es als Qualitätsmedium bezeichnen?

B: Das ist ganz schwer zu sagen.

A: Oder als Special Interest Medium

B: Also Special Interest sind sie auf jeden Fall. Und in ihrem Bereich auch qualitativ. Ob sie jetzt einem Qualitätsmedium im Sinne der allgemeinen Öffentlichkeit, bei dem es wahrscheinlich auch dazu gehört, möglichst objektiv zu sein. Das weiß ich nicht genau. Da wird es dann schwierig. Darum schätze ich persönlich eigentlich die Berichte, wo es nicht direkt um Fans geht, sondern eher um Fußball Trainer oder Taktik. Dies ist in diesem Sinne objektiv. Wenn es dann zum Beispiel um Rapid und den Westbahnhof sowie den Platzsturm und solche Sachen geht, dann ist es mit einem gewissen Hintergrund zu lesen. Das dürfen wir dann nicht alles eins zu eins übernehmen und sagen: „Das ist jetzt so!“ Es ist halt aus einer gewissen Sicht geschrieben und das ist auch in Ordnung so. Aber man darf nicht vergessen was der Hintergrund dabei ist.

A: Nur so als kurze Infofrage: gehst du eigentlich selber ins Stadion?

B: Also ich bin andauernd vom Beruf aus im Stadion

A: Also aus privaten Gründen?

B: Und deswegen bin ich privat nicht mehr viel im Stadion, weil es halt sonst Overkill wär. Privat schau ich mir dann lieber Amateurfußball in meiner Heimatstadt an. Da wo ich früher selbst gespielt habe. Das hat dann auch was Nettes. Das ist dann auch eine nette Abwechslung. Aber ich bin jetzt nicht so der Hardcore-Fan, der wenn er einmal frei hat, gleich in ein Stadion fährt. Ich schau mir dann manchmal im Fernsehen noch Spiele an, schaue mir ganz gerne Zusammenfassungen an, damit ich einen Überblick bekomme. Aber ich bin jetzt nicht der, der jeden Tag, wenn es nur irgendwie geht, im Stadion sitzt. Das hab ich ja durch den Beruf schon sehr viel.

A: Ja gut das war es eigentlich mehr oder weniger. Haben eigentlich über alles gesprochen und es war sehr aufschlussreich.

B: Danke dir.

14.6 Lebenslauf

Alexander Fontó, Bakk. phil

Ausbildung und berufliche Laufbahn

1993- 1998: Volkshochschule Lana

1998- 2001: Hauptschule Lana

2001- 2006: Fachhochschule für Soziales „Marie Curie“ Meran

Ferialpraktika: 2003 EuroSpin GmbH Lana

2004: Tourismusverband Lana

2005: Film- und Tontechnik Studio Haller Lana

2006: Hoppe UK Ltd. Marketing Wolverhampton (GB)

2006- 2010: **Bakkalauratsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien**

Wahlfächer: Markt- und Meinungsforschung

Historische Medien- und
Kommunikationsforschung

Werbung und Marktkommunikation

Freie Wahlfächer: Geschichte, Theater-Film undv
Medienwissenschaften, Italienisch, Politikwissenschaften

Bakk.-Arbeit 1: Aktuelle Forschung und Ergebnisse zur
Glaubwürdigkeit von online und offline Informationen

Bakk.- Arbeit 2: Auf dem Weg zum kanadischen Vorbild?
Interkulturelle mediale Integration als Mittelweg zwischen
medialer Assimilation und medialer Segregation.

Ferialpraktika: 2007 Donauturm Wien Service

2008: Hoppe Abteilung Werbung in Allendorf (D)

2010: Live! Magazin der Krone Zeitung

2009: OGM Markt- und Meinungsforschung

seit Oktober 2010: **Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft**

Wahlfächer: Publizistik und Kommunikationswissenschaften (20 ECTS) sowie THEWI (6 ECTS) und ETHNOLOGIE (4 ECTS)

Forschungsseminar- Abschlussarbeit 1: Die Darstellung der Fußballfans in den Medien

Forschungsseminar- Abschlussarbeit 2: Propaganda im ersten Weltkrieg. Die Tiroler Soldatenzeitung von 1915 bis 1917 – eine erste Annäherung

2010-2012: DCA Demurex Cover Arts Bildagentur Wien

2012-2013 CAM Security Management Wien

Sprachkenntnisse: Deutsch (Muttersprache)

Italienisch (Zweitsprache)

Englisch (sehr gut)

Französisch (genügend)

Zusätzliche Kenntnisse:

Microsoft Office (MS Word, Excel, Power Point, Front Page, Access)

Adobe Premiere, Attila.ti, Word Press, Joomla, HTML, MAGIX, Ableton

Sonstiges

Führerschein der Klasse B

14.7 Abstract

Verfasser	Alexander Fonto
Titel	Soziale Dimensionen des Sportjournalismus am Beispiel der Berichterstattung über Fußballfans. Eine explorative Studie zu Einstellungen und Meinungen von österreichischen Sportjournalisten und deren Arbeitsweisen
Umfang	109 Seiten
Typ	Magisterarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften
Ort, Jahr	Wien, 2013
Begutachter	Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas, stellv. Studienprogrammleiter
Untersuchungsgegenstand	Im Zentrum dieser Magisterarbeit steht die Auseinandersetzung mit sozialen Dimensionen des Sportjournalismus und seinen Entwicklungen. Anhand des Beispiels der Berichterstattung über Fußballfans wird die Rolle des Sportjournalismus im Mediensystem behandelt und seine gesellschaftliche Funktion erhoben. Mit Hilfe explorativer Interviews wird die Rolle österreichischer Sportjournalisten im Verhältnis zwischen Medien und Sport qualitativ erhoben.
Theorie	Nachdem die Arbeit mittels aktueller Debatten die Problematik thematisiert, wird auf die Aufgabe des Sportes im sogenannten „magischen Dreieck“ von Sport – Wirtschaft – Medien thematisiert. Infolgedessen befasst sich die Arbeit mit den Dimensionen des Sportjournalismus, sowie den Einflussfaktoren journalistischen Handelns, allen voran die „Gatekeeper-Forschung“, News-Bias“-Forschung, sowie der Framing-Ansatz. Dazu folgen Theorien der Aufmerksamkeitssteigerung Modelle der Angst- und Furchtforschung wie das Sicherheitsmodell und das Parallel-Response-Modell.

Ziel, Fragesetellung	Hat der Sportjournalismus eine soziale (bildende Funktion inne oder soll er bloß unterhalten? Welche Einflussfaktoren spielen bei sportjournalistischen Handeln eine Rolle? Gibt es einen Wandel im Sportjournalismus bezüglich der Aufgabenbereiche von Sportjournalisten? Wie wird mit Fangewalt in der Sportberichterstattung umgegangen? Wie wird in der Berichterstattung über Fußballfans mit Sprache und Bilder gearbeitet?
Forschungsdesign	Nach einer umfassenden Literaturrecherche für den theoretischen Teil in Zusammenhang mit aktuellen Debatten wurde mittels qualitativen Expertenbefragungen ins Feld gegangen. Per Leitfadeninterviews wurden vier österreichische Sportjournalisten nach ihren Einstellungen und Meinungen zu Aufgaben und Arbeitsweisen von Sportjournalisten befragt. Der Umgang mit der Berichterstattung über Fußballfans wurde ebenfalls erhoben. Deren Aussagen wurden vergleichend analysiert und mit quantitativen Studien aus dem Forschungsfeld gestützt.
Ergebnisse	Der Sport nimmt im Mediensystem eine immer bedeutendere Rolle ein und dient nicht nur mehr als Unterhaltung. So wird dem Sport und infolgedessen dem Sportjournalismus eine starke gesellschaftspolitische Rolle zugewiesen. Dies attestiert sich sehr gut am Beispiel der Berichterstattung über Fußballfans, da jenes Feld ein Spiegelbild der Gesellschaft abbildet. Jedoch rücken Ereignisse im Zusammenhang mit Fangewalt in den Fokus medialer Sportberichterstattung. Emotionale Bilder, sowie die Verwendung reißerischer Begriffe dienen dabei als Mittel der Aufmerksamkeitssteigerung, welche im Konkurrenzkampf der Publizität eine immer wichtigere Rolle einnimmt. So geraten journalistische Standards wie tiefgründige Recherche, Hintergrundberichterstattung, Mehrdimensionalität und kritische Beobachtung in den Hintergrund. Um dem jedoch gegenüber zu wirken bedarf es an mehr Zeit, die jedoch aufgrund der Entwicklungen um das Internet

immer mehr zu einem knappen Gut wird, sodass die Sportberichterstattung darunter leidet.