

Wolfgang Hoffmann-Riem (Hrsg.): Neue Medienstrukturen - neue Sportberichterstattung? - Baden-Baden: Nomos Verlags-Gesellschaft 1988 (Symposien des Hans-Bredow-Instituts, Bd. 9), 166 S., DM 48,-

Aktualität ist nicht nur ein zunehmend prägnantes Kriterium der Sportberichterstattung, sondern zeitigt heute ebenso deutliche Wirkungen auf die Reflexion über das Verhältnis von Sport, Medien und Ökonomie. Schlug zur Zeit des '87er-Symposiums des Hans-Bredow-Instituts z.B. die Auseinandersetzung um den "Globalvertrag" zwischen ARD/ZDF und DSB noch hohe Wellen, kehrten sich inzwischen die Fronten der Kontroverse um - u.a. durch den Übertragungsrechteerwerb für Fußball seitens der UFA oder den Kauf der Wimbledon-Senderechte durch einen privaten TV-Veranstalter.

W. Hoffmann-Riem eröffnet den Sammelband inhaltlich und weist - unter teils weitem Rückgriff auf historische Bezüge - die Entwicklung des Sport "vom Ritual zum Medienspektakel" (S. 12) nach. Die "Dreieinigkeit von Sport, Werbung und Medien" (S. 19), so die Schlußfolgerung des Autors, sei erst noch im Begriff, einen gemeinsamen Orientierungsnenner in einer dualen Medienwirklichkeit voll zu entwickeln: Die gleichartige ökonomisch-finanzielle Basis, die zugleich strukturelle "Risiken des Marktversagens" (S. 20) impliziere.

Im Zuge einer Bestandsaufnahme referieren anschließend Vertreter aus (öffentlich-rechtlichen) Medien, Wissenschaft, Sportmanagement und dem Sport selbst. ARD-Programmdirektor D. Schwarzkopf bekräftigt die Auffassung, daß die "unerläßliche Grundversorgung" (S. 26) als Auftrag an ARD und ZDF eine weitgehende Reduzierung massenattraktiver Sportprogramme (zugunsten des Privat-TV) nicht beinhalte, dafür aber zumindest das Recht auf freie Kurzberichterstattung außerhalb umfassender erworbener Sportrechte. B. Frank von der ZDF-Medienforschung liefert aufschlußreiche Befunde zu Rezipientenstruktur und -verhalten bei TV-Sport und belegt u.a., daß das Publikum sich angesichts von Sportsendungen extrem polarisiert. Sport werde auch deshalb zur Macht, weil der Sport-Enthusiast "überall (seine) Programminteressen durchsetzt" (S. 37). Die Erwartungen des Sports an die Medien formulierend, fordert DSB-Präsident H. Hansen eine stärkere Thematisierung von Hintergründen und Problemen gerade auch des Breitensports im Fernsehen, damit auch eine Professionalisierung des Sportjournalismus. K. Heinemann (Univ. Hamburg) schildert mögliche Konsequenzen des wachsenden Kommerzialisierungsgflechts aus Medienstrukturen und Sport: Die Bedrohung der "kulturellen Vielfalt" des Sports, ein "Marktversagen" dieses Geflechts durch das Wirken einer "eigendynamische(n) Spirale der Präferenzverschiebung" (S. 44) bei den Rezipienten mit der Folge des Bedeutungsverlustes vieler Sportarten und schließlich nachteilige Veränderungen der Ressourcen-Struktur von

Vereinen und Verbänden aufgrund einer stärkeren Orientierung an Markteinnahmen.

Die journalistische Praxis wird in einer Reihe von Einzelbeiträgen behandelt. Ergebnisse eines Forschungsprojekts an der Universität Münster präsentiert J. Hackforth, indem er vier wesentliche Bestimmungsfaktoren für das Verhältnis von Medienstruktur und Sportberichterstattung anführt: Die Determinismen der neuen (Medien-)Technik und der Informationsgesellschaft, das duale Rundfunksystem sowie die Ausweitung der Präsentation wenig 'telegener' Sportarten in den audio-visuellen Medien. Darüber hinaus gibt der Autor einen Überblick über die neueren kommunikationswissenschaftlichen Ansätze zur Erforschung der Wirkungen von Strukturveränderungen im Objektbereich Sport und Medien. Solche Strukturveränderungen benennt H. Binnewies detailliert; er beharrt auf einer intensiven beruflichen Selbstreflexion der Sportjournalisten in einer gegenwärtigen Phase der "Orientierungslosigkeit" (S. 64).

Anhand einer profunden und ausgreifenden (vergleichenden) Analyse untersucht der ausgewiesene Journalismus-Forscher S. Weischenberg Aspekte von Professionalität, Image und Selbstverständnis der Sportjournalisten sowie prinzipiellere Fragen nach den Bezügen zwischen Unterhaltung und Information in der Sportberichterstattung und dem publizistischen Charakter von kommerziellen Mediensportereignissen heute und vor 15 Jahren. Unter vielfältigem Rekurs auf die Forschungsliteratur ist hiermit eine komplexe und aussagekräftige Problematisierung des Schnittfeldes der sozialen Systeme Wirtschaft, Sport und Medien gelungen. Neben einem knappen Statement zu Sport im Hörfunk von R. Cabanis befassen sich J. Emig und vor allem M. Blödorn ausführlich mit dem TV-Sport. Emig plädiert dafür, die konstatierte und "als gesellschaftlich disfunktional erkannte rein quantitative Ausweitung" (S. 99) von Sport-Live-Übertragungen umzulenken auf eine qualitativ tragfähige Programmentwicklung. Die Geschichte des "magischen Dreiecks" (S. 102) Sport-TV-Kommerz hin zur Telekratie und Ökonomisierung arbeitet Blödorn intensiv auf, um dann anhand von 20 Sportarten ihre "Telegenisierung" (S. 110) durch veränderte Regelwerke aufzuzeigen und schließlich verschiedene Denkmodelle zur Zukunft des TV-Sports zu entwerfen. Was bei Blödorn auch anklingt, wird bei H. Seifart vertieft: Er geht auf die wichtigsten Elemente der Sportdramaturgie im Rundfunk ein und beschreibt einige ihrer Zukunftsszenarien. Zum Schluß kommt der Print-Bereich zu Wort: P. Bizer schildert kursorisch die (internationale) Sportpresse und betreibt schließlich auch ein wenig Marketing für sein Blatt (*Sports*).

In seinem Resümee weist K. Heinemann besonders auf Defizite und Probleme hin, die das Thema des Symposiums kennzeichnen. So ergeben sich z.B. Schwierigkeiten einer konsensorientierten Definition der 'Neuen Medienstrukturen' und deren Vermittlung mit Veränderungstendenzen im Sportjournalismus.

Die versammelten Beiträge (und eine angefügte Auswahlbibliographie *Sport und Medien*) vermitteln einen großteils fundierten Überblick zu aktuellen Problemen der Sportberichterstattung im dualen Rundfunksystem sowie zum Forschungsstand auf einem lange nicht nur von der Kommunikationswissenschaft eher vernachlässigten Gebiet. Gewisse Redundanzen v.a. bei Herleitungen der massenmedialen Strukturveränderungen bleiben insgesamt jedoch nicht aus.

Michael Gedatus