



Deutsche
Journalisten
Akademie

F09

Sportjournalismus

Prof. Dr. Thomas Schierl und Dr. Christoph Bertling

Impressum

Deutsche Journalisten-Akademie

Karmeliterweg 84
13465 Berlin

kontakt@djamail.de

www.deutschejournalistenakademie.de

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
2	Entwicklung des Sportjournalismus	8
2.1	Geschichte des Sportjournalismus	8
2.2	Allgemeine, aktuelle Situation des Sportjournalismus	9
2.3	Medienspezifische, aktuelle Situation des Sportjournalismus	11
3	Aktuelle Arbeitsbedingungen im Sportjournalismus	17
4	Das Berufsfeld Sportjournalismus	21
4.1	Soziodemographische Daten	21
4.2	Das Rollenverständnis von Sportjournalisten	22
4.3	Generelle Erwartungsmuster des Publikums	23
4.4	Anforderungsprofil zwischen Unterhaltung und Information	23
5	Präsentation des Sports in den Medien	27
5.1	Charakteristika und Eigengesetzlichkeiten des Sports	27
5.2	Charakteristika und Eigengesetzlichkeiten der Sportberichterstattung	27
6	Ethische Aspekte der Sportberichterstattung	30
6.1	Problemfelder der Sportberichterstattung	30
6.2	Vermittlung ethischer Grundsätze	31

7 Fazit

33

Literaturverzeichnis

34

Sportjournalismus

Allgemeine Lernziele

Nachdem Sie dieses Modul durchgearbeitet haben, sind Sie in der Lage,

- die Besonderheiten des vorliegenden Berufsfeldes entwicklungsgeschichtlich sowie aktualitätsbezogen einzuordnen,
- die spezifischen Produktionsmuster im Sportjournalismus einzuschätzen,
- das Berufsfeld sowie das vorherrschende Rollenselbstverständnis zu verstehen,
- zu bestimmen, welche Charakteristika und Eigengesetzlichkeiten der Sportberichterstattung zu berücksichtigen sind, wenn Sie in diesem Feld journalistisch tätig werden.
- Der Studienbrief versetzt Sie somit in die Lage, die typischen Darstellungsmuster der Sportberichterstattung kritisch zu hinterfragen und somit Ihr eigenes zukünftiges Handeln verantwortungsbewusst zu reflektieren.

1 Einleitung

Der vorliegende Studienbrief beschäftigt sich mit dem Berufsfeld „Sportjournalismus“ in Deutschland. Er ist in fünf Abschnitte gegliedert. Im ersten Kapitel wird auf die Entwicklung des Sportjournalismus eingegangen. Kapitel 2 setzt sich mit den aktuellen Arbeitsbedingungen im Sportjournalismus auseinander.

Kapitel 3 beschreibt das Berufsfeld bezüglich seiner soziodemographischen Verteilungen und geht näher auf generelle Erwartungsmuster des

Publikums und daraus entstehende Anforderungsprofile an Sportjournalisten ein. Kapitel 4 widmet sich der Präsentation des Sports in den Medien. Es wird hierbei in einem ersten Schritt auf die Charakteristika und Eigengesetzlichkeiten des Sports eingegangen bevor die Aufbereitungsmuster der Sportberichterstattung stärker beleuchtet werden. Kapitel 5 verweist auf ethische Aspekte, deren Beachtung in diesem Berufsfeld zunehmend wichtiger wird.



2 Entwicklung des Sportjournalismus

Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet bearbeitet haben,

- **haben Sie einen Überblick über die Geschichte des Sportsjournalismus und die aktuelle Situation in diesem Ressort gewonnen**
- **kennen die aktuellen Tendenzen des Sportjournalismus in TV, Print und Online**

2.1 Geschichte des Sportjournalismus

Bereits von Beginn an schlug der Sportjournalismus im Vergleich zu anderen klassischen Ressorts einen Sonderweg ein. Mit der Berichterstattung über sportliche Ereignisse verfolgten Sportjournalisten seit jeher nicht primär aufklärerische Ziele, sondern waren stärker an ökonomischen Zielen ihres jeweiligen Medienunternehmens – wie höhere Reichweiten mittels massenattraktiver Unterhaltungsaufbereitung zu generieren – orientiert. Sport bot sich aufgrund seines Sieg-, Rekord- und Sensationsprinzips besonders gut an, den Massengeschmack anzusprechen und damit auch unternehmerisch zu profitieren. Journalistische Sportbeiträge konnten außergewöhnliche Leistungen feiern, allzu unglückliche Niederlagen bedauern und damit zahlreiche Mythen und Legenden für nahezu jedermann entstehen lassen.

Mit steigender Popularität englischer Sportarten wie Fußball, Pferderennen oder Tennis, begann in den 1880er-Jahren die erste große Aufbruchswelle im deutschen Sportjournalismus. Die großen Medienkonzerne in Deutschland setzten um die Jahrhundertwende nahezu alle auf die große Anziehungskraft der Sportberichterstattung und sorgten für eine immer stärkere Verankerung des Sportjournalismus in ihren Verlagshäusern – vorwiegend, um sich in einem härter werdenden Konkurrenzkampf gut zu positionieren.

Aus heutiger Sicht ist es schwierig zu klären, ob die Massenmedien dem Sport zur breiten Durchdringung der Gesellschaft verhalfen oder die Massenmedien lediglich ein Phänomen für sich nutzten, dem sowieso breites Interesse in der Bevölkerung entgegengebracht wurde. Es lässt sich allerdings sehr deutlich erkennen, dass die modernen Massenmedien und der moderne Sport bereits in ihrer Entstehungsphase ein sehr enges, nahezu symbiotisches Verhältnis eingingen.

Bereits um die Wende zum 20. Jahrhundert ließen sich erste tiefgreifende Mediatisierungseffekte beobachten. So entwickelten Medienunternehmen eigene Sportveranstaltungen, um über zusätzliche massenattraktive Sportinhalte verfügen zu können. Das enge Zusammenspiel zwischen Medien, Sport und Wirtschaft lässt sich gut anhand der Entstehung des Radklassikers „Tour de France“ aufzeigen: Es war die Zeitung „L' Auto“, die um die damalige Jahrhundertwende die bekannte Frankreichrundfahrt als attraktives Berichterstattungsobjekt für das eigene Medium ins Leben rief. Die Fahrradindustrie unterstützte dieses Vorgehen, da sie die neue Freizeitbewegung aus ökonomischen Gründen fördern wollte. Die Sportverbände begrüßten es, da sie sich gegen ein immer stärker werdendes Konkurrenzangebot auf dem Sportsektor absetzen konnten. Daraus erwuchs eines der größten Sportmedienergebnisse weltweit.