



Die O-Ton-Manie

BY MICHEL MASSING

PUBLISHED OCT 17, 2013 UPDATED OCT 18, 2013



Der O-Ton ist für Journalisten und Sportfans die Droge Soma unserer schönen neuen Medienwelt. In fünf Jahrzehnten Bundesliga hat eine mediale Entwicklung zur totalen Fokussierung auf O-Töne und Zitate stattgefunden. Der Sportjournalismus droht sich abzuschaffen.

Ronald Rengs Buch „Spieltage - Die andere Geschichte der Bundesliga“ bietet anhand der Lebensgeschichte des früheren Spielers und Trainers Heinz Höher eine andere Perspektive auf 50 Jahre Bundesliga. In einem herrlich lakonischen Ton erzählt Reng Anekdoten aus dem bewegten und zum Teil tragischen Leben Höhers. En passant bekommt der Leser einen Eindruck und ein Gefühl für den Fußball-Alltag zu Zeiten der Geburtsstunde der Bundesliga, des Bestechungsskandals oder der turbulenten 90er Jahre. Gerade in dieser Beiläufigkeit hat das Buch seine Stärken und hebt sich wohltuend von den plumpen Ansammlungen von Triumphen und Toren zum Bundesligajubiläum ab.

Das Buch beginnt mit der Geschichte, in der Höher als Trainer des VfL Bochums einst half, in einer Nacht- und Nebelaktion Wassereimer auf den Platz des Stadions an der Castroper Straße zu tragen, um den Strafraum zu vereisen und eine Spielabsage zu erzwingen. Mehreinnahmen von mehreren Hunderttausend D-

Mark konnten durch die anschließende Verlegung des Spiels erzielt werden. Die romanhafte Biografie gewährt einen Einblick in die 70er Jahre, als Korruption als akzeptiertes Mittel zum Spielalltag gehörte. Letztlich ist es aber auch die sehr persönliche Geschichte des mittlerweile 75-jährigen Heinz Höher, der als Trainer fachlich anerkannt immer wieder an sich selbst scheiterte und sich in „Burn Out“-artigen Zuständen (als dieser Begriff noch gar nicht existierte) in den Alkohol flüchtete.

Als zusätzlicher Roter Faden dient Reng die Geschichte des Aktuellen Sportstudios, das als einziges Format die Bundesliga seit August 1963 bis heute medial begleitet und dem Erzähler somit als Gradmesser der Berichterstattung dient. Das Fernsehen ist für Reng der Motor der Entwicklung des Fußballs in den letzten fünf Jahrzehnten. Die Medien sind aber immer auch ein Spiegelbild gesellschaftlicher Entwicklungen und unterliegen somit auch Kommerzialisierungsprozessen.

Gerade die Passagen des Buches, in denen die medialen Begleiterscheinungen der Bundesliga geschildert werden, ließen mich aufhorchen. Die Art der Berichterstattung hat sich stark verändert. So gaben „die meisten Fußballer in den späten Sechzigerjahren in ihrer gesamten Spielerkarriere kein einziges Interview“, schildert Reng. Artikel über den VfL Bochum zum Beispiel beschränkten sich in dieser Zeit „auf die Vorschau am Freitag und den Spielbericht am Montag“. Nachdem Das Sportstudio erstmals Unterhaltungsmomente in die Berichterstattung einführte, nahmen diese Elemente mit dem Einstieg der privaten Fernsehsender und Formaten wie „Anpfiff“ und „ran“ zu.

50 Jahre später berichtet der Sender Sky Sport News HD 24 Stunden am Tag über Sport und vornehmlich über Fußball. Damals waren die Zeitungen das führende Medium und wenn der Sportchef der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ), Heinz Formann, ein Interview machen wollte, bestellte er den Präsidenten und Trainer in die Redaktion. „Die Fußballspieler interviewte er nie“, schreibt Reng. Formanns Meinung stand stellvertretend für einen Großteil der Berichtersteller. „Ein Journalist eines Abonnementblatts zeichnete sich doch dadurch aus, dass er das Spiel mit Worten besser beschreiben und analysieren konnte als ein Fußballspieler,

weshalb also würde er Zitate von Spielern in seinen Bericht einfügen?“, so heißt es in Rengs Buch.

Zieht man erneut die Parallele zur heutigen Berichterstattung, dann fällt auf, dass flächendeckend eine Vielzahl von Artikeln – vor allem die der Nachrichtenagenturen – aus einer mit Füllsätzen verknüpften Aneinanderreihung von Zitaten bestehen. Auch Reng stellt fest, dass in der modernen Fußballberichterstattung Zitate wichtiger zu sein scheinen als die eigenen Beobachtungen. Reng spricht von einer „Besessenheit“ der Journalisten nach O-Tönen (Funk und Fernsehen) und Zitaten (Print- und Onlinemedien).

Dies ist eine Beobachtung, die ich persönlich teilen kann, und eine Entwicklung, an der ich beruflich als Journalist teilhabe. Die Manie der Medien nach Zitaten hat sich sogar zu einem ganzen Sender ausgewachsen. Vermutlich aus der Not, 24 Stunden Sendezeit füllen zu müssen, hat die O-Ton-Manie bei Sky Sport News HD ihren quantitativen Höhepunkt erlangt, nicht ohne qualitative Tiefpunkte zu setzen.

Im Agenturstil werden „News“ verlesen, die keinerlei Nachrichtenwert haben. Beiträge werden aus einzelnen Zitaten aufgeblasen, die meist inhaltlich keinerlei Relevanz besitzen. Aufgaben des Journalismus wie die Einordnung und Analyse der Geschehnisse werden chronisch vernachlässigt. Über diese Entwicklung kann man erschrecken, noch mehr hat es mich beunruhigt, dass ich als Leser (Zuschauer oder User) oftmals selbst nur noch nach Zitaten suche und den Rest der Meldung oder des Artikel allenfalls überfliege.

Macht mich diese Selbsterkenntnis zum Spiegelbild des Otto-Normalverbrauchers? Ist die O-Ton-Manie schlichtweg einer steigenden Nachfrage des Publikums geschuldet, die letztlich von den Agenturen, Sendern, Zeitungen und Sportseiten im Internet bedient wird? Dazu sollte sich jeder selbst fragen, was er sich von Zitaten erhofft. [Fragt man die Forschung, dann glauben Kommunikationswissenschaftler](#) daran, dass das öffentliche Interesse in erster Linie durch die Berichterstattung bedingt wird und nicht umgekehrt.

Im besten Fall dienen Zitate dazu, den eigenen Text mit Informationen zu unterfüttern, Argumentationslinien zu stärken, einen persönlicheren Eindruck von der Szenerie zu vermitteln, oder den Artikel durch die Stellungnahme eines Experten zu bereichern. O-Töne sind zudem für das Selbstverständnis vieler Medien wichtig. Tatsächlich können oder wollen viele Redaktionen es sich nicht mehr leisten, ihre Reporter vor Ort recherchieren zu lassen. Gerade im Online-Journalismus wird abgeschrieben. Bild.de-News werden umgeschrieben und manchmal mit, manchmal ohne Quellenangaben als eigene Nachricht verkauft. Agenturmeldungen werden eins zu eins übernommen, oder nur „hübsch“ gemacht – also leicht umformuliert.

In solchen Zeiten sind exklusive O-Töne die Beweise dafür, dass man noch vor Ort ist. Genau hier liegt auch die Stärke von Sendern wie Sky Sport News HD. Das reicht heutzutage, um als Leitmedium der Branche zu gelten. Zudem sind O-Töne auch ein Nachweis dafür, wie gut die Kontakte sind und welche Prominenz man vor das Mikrofon, ans Telefon oder das Aufnahmegerät bekommen kann.

Zitate oder auch O-Töne vermitteln Authentizität und geben dem Leser das Gefühl, nah am Geschehen zu sein. Diese Originaltöne bieten die Gewissheit der unvermittelten Wirklichkeitserfassung – zumindest der entsprechenden Quelle. Es handelt sich also zunächst einmal um die direkte Wiedergabe einer Aussage des Sportlers. Hier beginnen die Schwierigkeiten im Umgang und der Instrumentalisierung von Zitaten. Zum Beispiel bei der Übersetzung einer Aussage aus einer anderen Sprache, bei der Herausnahme eines Zitates aus dem Gesamtkontext oder der möglichen Einbettung eines O-Tones in eine suggestive Artikelstruktur und Überschrift.

[Das Transfer-Hick-Hack um BVB-Stürmer Robert Lewandowski](#) ist ein gutes Beispiel. Die Berater benutzen die Medien, um in ihrem Interesse Politik zu machen, die Medien nehmen den Ball dankbar auf und scheuchen die nächste Sau durchs Dorf. Mal will der Stürmer zu Real, dann in die Premier League, dann doch wieder zum FC Bayern. Die Verantwortlichen beim BVB werden solange mit den Spekulationen penetriert, bis sie sich ihrerseits dazu äußern und ein neuer O-Ton den Spuk erneut entfacht.

Besonders ärgerlich ist es, dass O-Töne oft nicht auf ihre Relevanz geprüft werden. Wenn Philipp Lahm vor dem Länderspiel sagt: „Wir wollen gegen Schweden gewinnen“, dann ist das wohl weder eine Überraschung, noch eine Aussage, die eine wichtige Information beinhaltet, denn es ist eine Selbstverständlichkeit für einen Sportler, ein Spiel gewinnen zu wollen. In meiner Zeit als Online-Redakteur musste ich feststellen, dass ein Großteil der Berichterstattung – zumindest der Agenturberichterstattung – aus inhaltsleeren Floskeln wie dieser besteht. Da sich ein Großteil der Sportseiten im Internet der Agenturmeldungen bedient, werden die belanglosen Meldungen quer durch das Netz als Nachrichten verkauft.



Jürgen Klopp: „Es wäre auch nicht schlecht, wenn die Informationen richtig wären.“

Boris Büchler: „Dafür haben wir jetzt nicht die Sendezeit.“

Stattdessen hätte es durchaus interessante Themen vor dem Spiel gegen Schweden gegeben. Noch immer warten die Trainer Jürgen Klopp (siehe Videos) und Joachim Löw darauf, dass die Gegentore beim 3:3 gegen Paraguay auch von den Medien gründlich analysiert werden. Das Defensivverhalten der deutschen Mannschaft ist zwar Thema,

aber in die taktische Analyse geht kaum jemand. Genauso ist es mit dem Thema Stefan Kießling. Der ist irgendwie erfolgreich, also ist doch klar, der muss auch Thema in der Nationalmannschaft sein. Dass Kießling erst durch das und in dem speziellen System bei Bayer Leverkusen diese Stärke erreicht hat, interessiert genau so wenig, wie die Tatsache, dass Löw andere Vorstellungen im Offensivspiel hat und wie diese aussehen könnten. Vielleicht sollte man sich einmal fragen, warum niemand fordert, dass Bayern München Stefan Kießling verpflichten soll?

Aber zurück zu der Frage nach der Besessenheit nach O-Tönen, von denen wir Journalisten, wie die Menschen in Aldous Huxleys „Schöne neue Welt“ von der Droge Soma, anscheinend abhängig sind. Die Konditionierung auf den ständigen Konsum von vermeintlichen News und die Sucht nach andauernder Unterhaltung ist nur ein Teil der Antwort. Meine eigenen Beobachtungen haben gezeigt, dass ich als Leser auch deshalb nach

Zitaten scanne, weil ganz einfach der Rest des Artikels meist noch weniger Erkenntniswert besitzt, als die Zitate selbst.

Spannen wir den Bogen in [die Zukunft der Branche](#), dann steht im [Online-Journalismus](#) über allem die Frage, wie in Zukunft Geld mit Journalismus im Netz verdient werden kann. An wie auch immer ausgestalteten Bezahlmodellen wird vermutlich kein Vorbeikommen sein. Bild hat schon eine „Bezahlschranke“ für gewisse Inhalte eingeführt (das Hamburger Abendblatt und Welt.de ebenso). Doch eines ist zumindest mir vollkommen klar: Geld zahle ich im Internet nur für Qualität, nicht für eine inhaltsleere Berichterstattung, die auf nichtssagenden O-Tönen und sogenannte Experten, die Sieg und Niederlage allein durch mentale Gesichtspunkte zu erklären versuchen, besteht. Die Qualität von Sky Sport News HD und bild.de besteht in der Exklusivität ihrer Nachrichten. Können sie diese nicht mehr liefern (Verlust der Bundesligarechte - Abbau der Mitarbeiter vor Ort), sind sie tot. Orientieren andere Medien sich an diesen Vorbildern, dann schaffen sie sich ab.



re:publica: Digital Natives im Journalismus.
Mit Jochen Wegner (Chefredakteur Zeit Online), Katharina Borchert (Geschäftsführerin Spiegel Online), Stefan Plöching (Chefredakteur süddeutsche.de).

"Es gibt eine Analyseverweigerung"

Interview mit Dr. Roger Repplinger, 55, Lehrbeauftragter für Sportpublizistik an der Universität Tübingen und Lehrbeauftragter im Bereich Medienmanagement an der Macromedia-Fachhochschule in Hamburg. Dazu ist Repplinger Journalist und Buchautor.

Dr. Roger Repplinger: "Die Medien haben sich die Probleme, die sie haben, selbst eingebrockt."

Mein Artikel baut auf einigen Beobachtungen aus der Lektüre des aktuellen Buchs von Roland Reng

„Spieltage“ auf. Dort wird die Geschichte der Bundesliga anhand des Lebens von Heinz Höher beschrieben. Als eine Art Nebenhandlung wird die mediale Berichterstattung über den Fußball eingewoben. Reng stellt fest, dass es in den Sechziger

Jahren für viele Print-Journalisten absolut unüblich war, Zitate von Spielern einzubinden. Wenn Interviews gemacht wurden, dann mit Trainern oder Präsidenten, aber nicht mit Spielern. Heutzutage scheint es eine regelrechte Besessenheit nach Zitaten und O-Tönen zu geben, wobei der Informations- und Wissensgewinn meist gering ausfällt. Würden Sie diesem Phänomen zustimmen?

Ich weiß, worauf Sie hinaus wollen. Tatsächlich gibt es in weiten Kreisen unseres Berufsstandes eine Analyseverweigerung, die durch das Benutzen von Zitaten kompensiert wird. Allerdings muss man zunächst einmal die positive Entwicklung sehen, dass Sportler ihre Meinung äußern und sich auch gegenüber ihren Vereinen und Arbeitgebern emanzipierten. Muhammad Ali trat als einer der ersten Sportler durch politische Meinungsäußerungen in Interviews öffentlich in Erscheinung. Davon profitiert der Journalismus, denn wir wollen ja nicht die Meinungen von Vorständen, Präsidenten und der PR-Abteilung abdrucken. Zunächst mal steckt also in der Tatsache, dass wir heute Spieler interviewen, ein Moment der Loslösung von Hierarchien.

Dennoch besteht die Frage, welchen Mehrwert die vielen nichtssagenden Interviews und Meldungen, die auf belanglosen Zitaten aufbauen, haben sollen?

Ich glaube, das ist eine Frage des Settings. Spieler nach dem Spiel zu interviewen, wenn sie ausgelaugt und außer Atem intelligente Antworten geben sollen, macht wenig Sinn. Wenn man sich aber in einem anderen Rahmen zu einem Gespräch trifft, dann besteht die Chance, interessante Antworten zu bekommen. Vorausgesetzt, die Fragen sind gut.

Ist die Entwicklung hin zu einem hohen Gebrauch von Zitaten auch deshalb möglich geworden, weil die Spieler im Umgang mit den Medien besser ausgebildet sind?

Die Medien haben sich die Probleme, die sie haben, selbst eingebrockt. Die Medien erzeugen den medien-affinen Spieler. Gehen wir die Sache einmal andersherum an. Wenn sich ein Spieler in der Vergangenheit einen verbalen Fehltritt erlaubt hat, wie die Aussage von Bruno Labbadia: "Das wird alles von den

Medien hochsterilisiert", dann wird das jahrzehntelang als Gag reproduziert. Die Konsequenz ist, dass die Spieler geschult werden, um in Interviewsituationen gut auszusehen. Was wiederum bedeutet, dass viele Spieler Floskeln von sich geben. Es ist zynisch, wenn wir den Spielern daraus einen Vorwurf machen. Die Situation ist mit der Politik vergleichbar. Wenn man sich die Debatte um Gerhard Schröder als „Medienkanzler“ anschaut, dann sind es die Medien, die mediengerechte Politiker fordern und erzeugen, was dann den Politikern von den Medien zum Vorwurf gemacht wird.

Im Fußball war das Aktuelle Sportstudio vielleicht die erste Sendung, die die Entwicklung in Richtung Interviews und Personalisierung angekurbelt hat. Erstmals wurden Gäste eingeladen und Musik eingebunden. Das Ganze sollte den Unterhaltungscharakter erhöhen. Reden wir also über eine Entwicklung, in der Zitate vornehmlich ein Unterhaltungselement sind?

Die Entwicklung ist richtig beschrieben. Allerdings liegt es an der Art des Interviews, welchen Charakter das Gespräch hat. Wir beide machen ja auch ein Interview, das keinen unterhaltenden, sondern eher analytischen Charakter hat. Wenn wir die Entwicklung kritisieren, dann kritisieren wir die Entwicklung, die der Sportjournalismus in den letzten 20 Jahren genommen hat und damit auch das Interview als Form der journalistischen Darstellung. Oft wird aus den Spielern und Trainern nicht alles, was an analytischen Kompetenzen in ihnen vorhanden ist, herausgeholt. Journalisten bremsen Spieler und Trainer. Spieler werden interviewt wie Models oder Schauspieler, als Teil der Kulturindustrie – um mit Adorno zu sprechen. Das liegt also nicht an der Darstellungsform „Interview“, sondern den Personen, die die Interviews machen, bzw. den Entscheidungsträgern, die glauben, dass die Zuschauer das so sehen, die Leser das so lesen wollen. So hat sich der Fußball zu einem Teil der Popkultur entwickelt. David Beckham ist die Ikone dieser Entwicklung, Lothar Matthäus das Beispiel für das Misslingen. Dass Interviews heute meist seicht und im Hinblick auf fußballerische Inhalte doof sind, ist ein Ergebnis dieser Entwicklung. Es gibt im Übrigen Trainer und Spieler, die bedauern, dass es kaum Plattformen gibt, in denen sie Dinge hintergründig erklären können.

Kann man Sky Sport News HD als Beispiel nennen, ein Sender in dem der Zitate-Wahnsinns kumuliert?

Die "Experten-Darsteller": Markus Merk, Lothar Matthäus und Jan Åge Fjørtoft. (Foto: Imago)

Das sehe

ich ähnlich. Die Experten, die dort sitzen, sind Experten-Darsteller. Die tun so, als ob sie analysieren, tun es aber nicht, sondern quatschen herum. Das Problem des Journalismus ist, dass man nicht sagen kann: Dies oder das hat mit Journalismus nichts zu tun, da es keinen Konsens darüber gibt, was Journalismus ist und was nicht. In den zwanziger Jahren, als sich die Fächer Journalistik und Zeitungswissenschaften an den Universitäten etabliert haben, wurde von vielen Professoren die Meinung vertreten, Journalismus kann man nicht lehren, weil es ein Begabungsberuf ist, was Unsinn ist. Es gibt bis heute keine verpflichtende akademische Ausbildung von Journalisten, so haben wir keine verbindlichen Kriterien, was guter Journalismus ist und was nicht.

Ist also der kleinste Nenner für Journalismus, dass Texte Leser finden und Sendungen eine gute Einschaltquote?

So weit würde ich nicht gehen. Wir beide würden uns schnell auch auf einige Punkte bezüglich dessen, was Journalismus, was guter Journalismus ist, einigen. Wir würden uns auch darauf einigen, dass Unterhaltung dazu gehört und ein Teil des Berufes ist. Das, worauf wir uns einigen würden, ist aber nicht Konsens in diesem Beruf. Wenn Ärzte mehrere Kunstfehler begehen, dann können sie nicht mehr in ihrem Beruf arbeiten. In unserem Beruf können wir journalistische Arbeit kritisieren, aber es hat keine Konsequenzen. Jeder kann sich Journalist nennen. Unter professionstheoretischen Gesichtspunkten ist es problematisch, wenn Sender viel Geld für Sportrechte ausgeben und sich dann verpflichtet fühlen, das so teure Produkt dem Zuschauern zu verkaufen, statt es distanziert darzustellen.

Es gibt aber auch keine Beweise dafür, dass es mit gehaltvolleren Konzepten nicht genauso erfolgreich laufen kann. Im US-Amerikanischen Sport gibt es in vielen Bereichen echte Experten, die in die taktische Analyse einsteigen können. Auch das Auswerten und Einbinden von Statistiken hat einen ganz

anderen Stellenwert und die Berichterstattung oft eine andere Qualität.

Das stimmt. So weit ich weiß, haben wir in Deutschland keine empirischen Daten darüber, dass sich das Publikum über den Journalismus im Fernsehen beschwert. Dass ihre These stimmt, kann man vielleicht daran ablesen, dass Trainer zunehmend keine Lust mehr haben, sich mit Journalisten zu unterhalten. Der Berufsstand Sportjournalismus interpretiert ein solches Verhalten als Verweigerungshaltung, ohne sich zu fragen, ob er damit was zu tun hat. Die ökonomische Zufriedenheit auf der einen, die angebliche Zufriedenheit der Rezipienten scheint groß genug zu sein, sodass sich nichts ändert.

Ein weiterer Trend ist das ständige Herausheben mentaler Gesichtspunkte. Niederlagen werden mit dem „fehlenden Willen“ der Spieler erklärt, es wurde nicht genug „gekämpft“ oder der Charakter der Mannschaft wird in Frage gestellt. Wieder eine Ersatzhandlung für die Analyse des sportlichen Geschehens?

Das ist im Grunde eine in der deutschen Geschichte bewährte Betrachtungsweise. Bezogen auf den Ersten und Zweiten Weltkrieg, wo propagiert wurde: „Wenn die ganze Welt unser Feind ist, dann müssen wir nur genug Willen und Einsatz zeigen, dann können wir alle schlagen.“ Aus dieser – wenn Sie so wollen – soldatischen Perspektive heraus wird die Mentalität zum entscheidenden Faktor für Sieg oder Niederlage. Völlig irrational. Auch hier haben wir eine Verweigerung der Analyse. Ich hatte bei einem Länderspiel mal einen Streit mit einem Journalisten auf der Tribüne über das Thema „Mitsingen der Nationalhymne“. Die Italiener hatten vor dem EM-Sieg gegen die deutsche Mannschaft inbrünstiger ihre Hymne gesungen, was einige Journalisten als Indiz fehlenden Kampfgeists und Grund für die Niederlage angegeben haben. Im Grund ist das ein verbrämtes nationalistisches Argument, das sich gegen Spieler wie Mesut Özil und Sami Khedira richtet. Die singen die deutsche Hymne nicht, weil sie nicht deutsch sind.

...zumal die Spanier überhaupt keinen Text in ihrer Hymne haben und trotzdem alle Gegner schlugen. Aber warum setzen

viele Journalisten auf Zitate, Personalisierung und mentale Gesichtspunkte, statt auf hintergründige Spielanalyse?



Klopp: „Ich verdiene einen Großteils meines Geldes deshalb, weil so wenig Leute Ahnung von Fußball haben.“

Es ist die Vermutung, dass dies ein Deutungsangebot ist, das die Chance hat, von den Lesern und Zuschauern akzeptiert zu werden. Ein gutes Beispiel ist auch der Spieler Heiko Westermann beim HSV oder aktuell Mats Hummels. An der überbordenden Kritik an diesen beiden Spielern lässt sich vieles ablesen.

Man pickt sich den Spieler heraus, der als letzter in der Fehlerkette steht und alles was zuvor passiert ist, und zur Situation, in der sich der Innenverteidiger befindet, geführt hat, wird nicht in die Betrachtung einbezogen. Der Verteidiger hat die geringste Chance, noch etwas zu retten. Diese Spieler werden dann medial an den Pranger gestellt. Das meist vier oder fünf Spieler an den Aktionen beteiligt waren, wird ignoriert. Das da eine Mannschaft und es um Strukturen geht, wird nicht gesehen. Es geht darum, den Rezipienten einen Schuldigen zum Fraß vorzuwerfen.

Da steckt ja keine böse Absicht dahinter, sondern vermutlich eine gewisse Entscheidung für eine Herangehensweise?



Jürgen Klopp ertrug die Fragen zu seinem Verhältnis zu Jogi Löw, ließ sich keinen O-Ton herauskitzeln, mit dem die Journalisten das Spielchen Löw vs. Klopp hätten weitertreiben können. Am Ende sagte er dann entnervt: „Das ist das speziellste Fußballspiel der ganzen Saison und ihr habt keine Frage dazu“, und verließ die Pressekonferenz.

Natürlich. Es gibt viele Gründe dafür. Es gab in Deutschland in weiten Teilen der Presse lange Zeit eine Art Gesinnungsjournalismus. Die eine Zeitung schrieb für eine bürgerliches Publikum, die andere für ein proletarisches, für eine Partei, für eine Konfession, für Hausbesitzer. Heutzutage besteht die Gesinnung nicht mehr in der Form einer Konfession oder Partei, sondern darin Geld zu verdienen. Das ist der zentrale Gesichtspunkt. Ein anderer Gesichtspunkt ist, dass sich viele Kollegen

nicht mit der Komplexität des Spiels auseinandersetzen wollen. Es

wird nicht mehr einfache Manndeckung gespielt. Es ist nicht mehr Guido Buchwald gegen Diego Maradona. Das Spiel ist komplizierter geworden. Dazu kommt, dass ein Teil des Journalismus sich als Teil der Showbranche begreift und deshalb kein tieferes Interesse am Sport hat. Das sind verschiedene Entwicklungen die dazu führen, dass die Berichterstattung, die keine mehr ist, so aussieht, wie sie aussieht.

Es gibt auch Gegenbeispiele wie Spielverlagerung.de die sich sehr intensiv und tiefgehend mit dem Spiel an sich beschäftigen.

Natürlich gibt es immer auch Gegenbewegungen zum Mainstream-Journalismus. Das Internet birgt die Chance für eine analytische Betrachtung. Das hilft den meisten Leuten aber nicht. Wer Bundesliga guckt, ist der Mainstream-Berichterstattung ausgesetzt.

Der Journalismus muss gerade im Internet auch in Zukunft Geld verdienen. Schafft sich der Journalismus durch die oberflächliche Qualität nicht selbst ab, denn wenn es erst einmal eine flächendeckende Bezahl-Schranke geben sollte oder ein ähnliches Bezahl-Modell, dann würde ich persönlich nur für gute Qualität zahlen?

Aussagen über die Zukunft des Print- sowie Online-Journalismus sind meiner Meinung nach hochgradig spekulativ. Ich tue mich mit solchen Prophezeiungen schwer. Seriös kann man Aussagen über die Strategien der Verlage machen. Man kann in den Aktivitäten von Springer, Madsack, der Funke Gruppe, etc. eine Strategie erkennen, wie diese Verlage die Situation zu meistern versuchen, wo sie hinsteuern und über die Konsequenzen nachdenken. Der Journalismus steht unter einem multiplen Druck. Er steht unter ökonomischen Druck, er steht unter einem qualitativen Druck und unter dem Druck, die richtigen Konzepte für die Zukunft zu finden. Blogger sind eine Sache, aber ich bin mir nicht sicher, ob der traditionelle Journalismus im Netz überlebt.

* * *

Titel- und Fullscreen-Foto: Imago

12 Kommentare



Diskutieren Sie mit...

Neueste ▾ Gemeinschaft

Teilen ↗ Einloggen ▾



Tery Whenett · vor einem Monat

Großartiger Text, der ein wichtiges Problem der Medienlandschaft anspricht. Gerade die Wechselwirkung Medien-Spieler/Akteure-Medien muss irgendwie (wieder) durchbrochen werden. Diese ganze Typ-Debatte ist sowas von selbst gemacht, denn kaum ist jemand "ein Typ" wird er abgeschliffen.

Aber es sind halt nicht mehr die Zeiten, als Journalisten und Mannschaft im Flieger, im Hotel aufeinander getroffen sind und eine Symbiose im konstruktiven Sinne gebildet haben. Das mag es noch geben, aber der Standard sieht anders aus. Fast-Foodiger.

Ich halte es (bzw versuche es) mit Dobelli: Vergessen Sie die News!

<http://www.dobelli.com/no-news...>

△ ▾ · Antworten · Teilen ›



Ahlers · vor 2 Monaten

Ich stimme Michel Massing zu. Der HSV zieht seit Wochen regelmäßig den Titel des Kickers, es gibt keine Grauzonen, nach einem Sieg ist die Berichterstattung entsprechend positiv, nach einer Niederlage das ganze Gegenteil. Auch der beschriebene "Kuschelkurs" ist keine Legende und gerade da bin ich schnell beim Namen Frank Lußem.

Was am Freitag für mich skandalös war, ist, dass Völler Schiedsrichter Brych unterstellt, absichtlich alles dafür getan zu haben, dass das Spiel noch unentschieden endet. Im heutigen Kicker finde ich darüber keine Silbe. Warum wohl? Damit die fehlende Anerkennung für Leverkusen, die permanent eingefordert wird, nicht gänzlich in die falsche Richtung driftet?

An dieser Stelle sehe ich gerne über den O-Ton-Journalismus hinweg, denn das ist für mich viel schlimmer: Wenn die Objektivität verloren geht. Und da ist der Fall Kicker und Bayer Leverkusen ein Musterbeispiel.

△ ▾ · Antworten · Teilen ›



Frank Lussem > Ahlers · vor 2 Monaten

Abgesehen davon, dass ich Rudis Völlers Annahme teile, war ich nicht zuständig für die Berichterstattung der Causa, da nicht in Sinsheim vor Ort. Und Kuschelkurs? Fragen Sie nach bei Labbadia, Dutt, Völler, Holzhäuser. Mit Verlaub: Zu kurz gesprungen! Viel zu kurz! Da ist Objektivität verloren gegangen - mehr noch: Die Kompetenz. Sie sind der typische Fall desjenigen, der denkt, er wüsste etwas....falsch gedacht!

△ ▾ · Antworten · Teilen ›



Ahlers > Frank Lussem · vor 2 Monaten

Völlers Aussage wird nicht dadurch besser, dass Sie sie teilen. Er

Voller Aussage und mehr darüber lesen, dass Sie sie kennen. Er unterstellt dem Schiedsrichter, absichtlich gegen Leverkusen zu pfeifen. Wenn das jeder zukünftig macht und darf, dann herzlichen Glückwunsch. Gerade Völler hätte ich bei einem solchen Tor gegen Leverkusen nicht erleben wollen.

Die persönlichen Kontakte zu Labbadia, Dutt und Holzhäuser fehlen mir, der Bericht im Sonderheft ist aber ein guter Beleg für meine Ansicht. Oder: Welcher Verein wird mit einem extra Kommentar bedacht, wenn er einen unberechtigten Elfmeter gegen sich bekommt? Eine Sache, die wöchentlich passiert. Eine oder zwei Wochen später springt Hilbert im Strafraum der Ball an die Hand, da liest man nichts von Frank Lußem, da hört man nichts von Rudi Völler.

Vielleicht fällt es Ihnen auch schwer, Objektivität zu bewerten, wenn Sie mit im Boot sitzen.

Und zum Thema Seriösität: Da hat sich Jürgen Klopp ähnlich geäußert und erwähnt, dass der Unterschied zwischen Kicker und Sport Bild nicht

Mehr anzeigen

△ ▽ • Antworten • Teilen ›



Frank Lussem > Ahlers • vor 2 Monaten

Es geht nicht um persönliche Kontakte, es geht um die Bewertung der Arbeit von Entscheidungsträgern und dass diese dem Verein, in dessen Boot ich angeblich sitze, eben ganz und gar nicht gefällt. Weil sie eben in höchstem Maße kritisch ist und nichts verschweigt.

Aber diese Diskussion will ich jetzt nicht führen, das ist mir dann doch ein wenig zu schlicht. Nichts für ungut.

Was Jürgen Klopps Vergleich angeht: Wer lesen und verstehen kann, weiß, dass der Gute da nichts als dummes Zeug geredet hat. Kann ja mal passieren, wenn man viel redet. Aber man muss es nicht gleich nachplappern, oder?

Hochjubeln? Vernichten? Ich kann mir denken, welche Printprodukte Sie sich beim Bäcker kaufen.

Sei's drum. Ihnen noch eine stressfreie Saison und der Bundesliga feste Netze.

△ ▽ • Antworten • Teilen ›



Ahlers > Frank Lussem • vor 2 Monaten

Wenn Sie mir die Ausführungen noch erlauben:

- a) Erst einmal danke dafür, dass Sie sich überhaupt mit dem "Breitenfan" beschäftigen, das ist mir so nicht bekannt, auch wenn ich Ihren Kollegen damit nicht auf die Füße treten will
- b) Die Berichterstattung über Leverkusen ist geprägt von meinem Eindruck, nicht von Unterstellungen
- c) Ich finde es dennoch schade, dass Sie auf konkrete Belege nicht eingehen. Wenn sich jeder in der Bundesliga die Freiheit nehmen würde, Schiedsrichtern nach einer Fehlentscheidung Absicht zu unterstellen, dann hätten wir schnell einen riesigen Sauhaufen; die Berichterstattung über Guardiola war maßlos übertrieben. Bei allen Fähigkeiten ist er nach wie vor ein Mensch
- d) Die Sport-Bild kaufe ich mir nur, wenn es eine Magnet-Tabelle dazu gibt. Das reicht mir dann auch fürs Jahr. Den Kicker lesen wir seit Jahren ununterbrochen und das Sonderheft verleiht mir nach wie vor die Gefühle, die ich mit 6 unterm Christbaum hatte - für mich ist sie die "Fußball-Bibel". Das ändert nichts an der Tatsache, dass ich die Berichterstattung kritisch sehen darf und

Mehr anzeigen

△ ▾ • Antworten • Teilen ›



Jens Weinreich • vor 2 Monaten

Interessant, wichtiges Thema, feines Layout und überzeugende Video-Beispiele. Ich nenne es gern He-said-she-said-Journalismus - gilt für Fußballberichterstattung, für Politikberichterstattung (gerade wieder ganz schrecklich am Beispiel Koalitionsverhandlungen zu beobachten) und andere Bereiche. So machen sich Journalisten und Medien überflüssig. Dieser "O-Ton-Manie" kann man sich leicht entziehen. Einfach etwas anders/anderes machen.

Der Witz dabei ist: Ich hätte das Interview gar nicht gebraucht, denn damit wird letztlich doch auch nur gemacht, was im Haupttext kritisiert wird. Stattdessen wünschte ich mir im Haupttext weitere Beispiele und - sic! - (noch) mehr Analyse. Nur nicht so viel wie auf Spielverlagerung und anderen Taktikplattformen - denn man kann es auch übertreiben, da wird irgendwann die Analyse zur Kunstform erhoben, da fehlt dann schon wieder die ganzheitliche Betrachtung :)

Wobei sich mein Analysebegriff wahrlich nicht auf ein Fußball-Handball-Basketball-Eishockey-etc-Spiel beschränkt.

△ ▾ • Antworten • Teilen ›



T0bstar > Jens Weinreich • vor 2 Monaten

Dass wir bei Spielverlagerung keinen ganzheitlichen Blick auf das Spiel haben, liegt in der Natur der Sache - schließlich sind wir ein Taktikblog. Wenn es entsprechende Fußballseiten zum Thema Psychologie, Wirtschaft, Training etc. gäbe, ich wäre der erste Leser. So kann ich jeden verstehen, der sagt, ihn nerve die "Überfülle an taktischen Analysen" und er würde lieber andere Aspekte in den Vordergrund stellen. Nur gibt es außer Spielverlagerung noch Jens Weinreich (Fifa) und Daniel Drepper (Doping) und das war's. Es ist aus meiner Sicht genug Potenzial da, um noch viele weitere Angebote aufzumachen. Nur macht's keiner. Aus meiner Sicht ist aber genau das der Weg der Zukunft: kleine, dezentrale Einheiten.

Übrigens vielen Dank für die netten Erwähnungen im Artikel. Ich wette, die Fokus-Fussball-Autoren werden sich am Ende des Monats streiten, wer den Beitrag als "Blog des Monats" nominieren darf.

△ ▾ • Antworten • Teilen ›



Michel Massing Mod > Jens Weinreich • vor 2 Monaten

@Jens Weinreich:

„Dieser 'O-Ton-Manie' kann man sich leicht entziehen. Einfach etwas anders/anderes machen.“

Trotzdem kann man es doch kritisieren. Hier hat das Interview vielleicht ja doch einen Mehrwert – Repplinger hat vollkommen recht, man kann sich diesem Journalismus oft gar nicht entziehen. Es gibt keine alternative Bundesliga-Live-Berichterstattung im TV, und auch bei Länderspielen kommt man an „Drucksituationen“, „dem zu überwindenden inneren Schweinehund“ und Moderatoren und Moderatorinnen nicht vorbei, die auf kein sportliches Stichwort eingehen können (oder wollen) und die Analyse der sportlich relevanten Szenen sträflich vernachlässigen. Stattdessen darf bei keinem Reporter die überflüssige Frage nach der Vertragsverlängerung Löws mit dem DFB fehlen, aber diese Frage ist seit heute erst einmal beantwortet.

Wie einfach es uns Journalisten derzeit gemacht wird, „einfach etwas anders/anderes zu machen“, wissen Sie wahrscheinlich besser als ich. Aus meiner Erfahrung kann ich nur berichten, dass es in einigen Online-



Frank Lussem • vor 2 Monaten

Ich stimme Ihnen in ganz vielen Bereichen zu, nicht aber, dass es im Sportjournalismus eine Analyseverweigerung in tutto gäbe. Wenn wir auch oft als altmodisch oder überseriös abgetan werden, so finden Sie im kicker exakt die Analysen, die sie anderswo vermissen. Warum Kießling nicht zu Löw passt, warum Hummels nicht Alleinschuldiger war, warum das Defensivverhalten der deutschen Mannschaft nichts taugt und so weiter und so fort. Zitatjournalismus hat bei uns längst ausgedient, überzeugen Sie sich selbst davon, Montags und Donnerstags und unter der Woche täglich online. Eben nicht jeder "News" hinterher hecheln - das ist Souveränität, Und die haben wir. Nichts für ungut, ansonsten treffen Sie den Nagel auf den Kopf.

△ ▾ • Antworten • Teilen ›



Michel Massing Mod > Frank Lussem • vor 2 Monaten

@Frank Lussem: Im Interview sagt Roger Repplinger: „Tatsächlich gibt es in weiten Kreisen unseres Berufsstandes eine Analyseverweigerung“. Ich finde es beachtenswert, dass Sie sich der Reflexion stellen und mir die Gelegenheit geben, Ihre durchweg positive Sicht auf das eigene Blatt mit einigen Bemerkungen zu kontern.

Zunächst einmal: Ich bin treuer Leser des kickers. Dennoch gibt es meiner Meinung nach auch an der Berichterstattung Ihres Fachblattes einiges zu kritisieren. Zum Beispiel die tendenziöse Berichterstattung über den HSV, die mein Kollege Katzenbach seiner Zeit bei gegenball.com thematisierte (über 21.000 Mal geklickt!).

<http://gegenball.com/gefuehl...>

Bei der Berichterstattung zu einigen anderen Clubs habe ich den Eindruck, es herrsche eine Art „Kuschelkurs“ zwischen den Verantwortlichen des Clubs und dem zuständigen Redakteur. Die Transferpolitik wird oft nicht kritisch hinterfragt. Das Spiel als solches nimmt in der kritischen Auseinandersetzung mit den sportlich Verantwortlichen eine untergeordnete Rolle ein. In den

Mehr anzeigen

1 △ ▾ • Antworten • Teilen ›



Frank Lussem > Michel Massing • vor 2 Monaten

Was Spielverlagerung.de angeht: Die Jungs und Mädchen machen das gut, mit viel Liebe und richtig viel Ahnung. Aber: Sie mit einem Printprodukt zu vergleichen, ist nicht ganz in Ordnung. Trotzdem kann nicht unbeachtet bleiben, dass sowohl 11freunde als auch wir regelmäßig versuchen, der Sache gerecht zu werden. Und dies auch schaffen - wenngleich nicht immer. Und vor allen Dingen nicht in diesem Ausmaße.

Was die Berichterstattung HSV betrifft, kann ich nicht sehen, dass der Kollege da tendenziös berichtet. Das würde auch nicht goutiert. Zum Thema Kuschelkurs: Keiner kann auf Dauer gegen Realitäten anschreiben. Aber man kann eine Meinung vertreten. Und dies durchaus länger als die Fähnchen im Winde, die heute so und morgen so wehen. Aber Kuschelkurs? Haben Sie die Berichterstattung Nationalelf/Löw vor Augen? Nur so als Beispiel? Ich habe das, was da von uns kommentiert wurde, so nirgends anders gelesen. Schon gar nicht bei den großen Kuschelkurs-Kollegen von der Zeitung, deren Macher denken, diese sei die einzig relevante Meinungs-Macherin der Republik.

Ich gestehe zu, dass es Einzelfälle geben mag, die ihre Worte belegen. Die große Linie aber stimmt, dessen bin ich ganz sicher. Und ich würde mich gerne mit Ihnen gemeinsam an die Analyse machen;-)

△ ▾ • Antworten • Teilen ›

✉ Abonnieren

d Disqus deiner Seite hinzufügen



About Us

Hier erwartet dich ein Spektrum sorgfältig ausgewählter Storys aus der Sportwelt. **the next bryk thing ist der erste von mehreren Bausteinen.**

Newsletter abonnieren

E-Mail-Adresse eintragen



Contact

[Twitter](#)

[Team](#)

[Autoren](#)

[Datenschutz](#)

[Impressum](#)