

Christian Hartmann¹ & Tino Meyer

Warum Deutschland eine neue Sportjournalistenausbildung braucht

1. Hinführung

Der deutsche Sportjournalismus kennt viele Facetten, Aus- und Weiterbildung gehören jedoch eher nicht dazu. In ihrer Entwicklungsgeschichte hat sich die Branche damit nur sehr widerwillig auseinandergesetzt. Und noch heute muten diese Begriffe in einem in seiner Bedeutung stetig wachsenden Berufsfeld wie Fremdworte an. Zumindest die hochschulgebundene Ausbildung von Sportjournalisten steht nun aber seit geraumer Zeit dennoch auf dem Prüfstand – nicht freiwillig, sondern zwangsläufig im Zuge des *Bologna-Prozesses*, also der Einführung eines gestuften Studiensystems mit den zwei aufeinander aufbauenden Zyklen Bachelor und Master.

Ungeachtet dessen ist die Bedeutung des Sports – und dies verschärft das Dilemma – in der deutschen Gesellschaft in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten deutlich angewachsen. Das lässt sich nicht nur an Massenereignissen wie der Fußball- (2006), Handball- (2007) und Leichtathletik-Weltmeisterschaft (2009) festmachen; dies ist auch belegt durch ein verändertes Freizeitverhalten der Menschen, die sich immer öfter für eine aktive Gestaltung ihres Lebensbereiches außerhalb der Arbeitswelt entscheiden.² Digel (2000) spricht in

¹ Betreuer des Projekts „Sport & Medien – SPORTAKUS“

² Der *Deutsche Olympische Sportbund* (DOSB) hat laut Jahresbilanz von 2010 rund 27,6 Millionen Mitglieder. Gegenüber 1990 bedeutet dies eine Steigerung von fast vier Millionen. Nicht berücksichtigt sind in dieser Statistik die vielen Freizeitsportler, die ohne Mitgliedschaft in Vereinen aktiv sind. Dazu zählt u.a. ein erheblicher Teil der sieben Millionen Menschen, die regelmäßig in kommerziellen Fitness-Studios trainieren sowie die stetig anwachsende Lauf-, Wander- und Walkingbewegung.

diesem Zusammenhang von einer „Versportlichung der Gesellschaft“, weil der Sport deren Bereiche inzwischen allesamt berührt. Die politische Einflussnahme ist gewachsen, Wissenschaft und Technik sind ebenso gefragt wie die Medizin. Auch das Rechtssystem muss sich zunehmend mit Sportthemen beschäftigen. Gleiches gilt natürlich und insbesondere für die Medien.

Der Sportjournalismus hat in diesem Kontext einen erstaunlichen Wandel erlebt. Durch ausgeprägte Merkmale wie Aktualität, Spannung und Bewegung hat sich Sport zu einem elementaren und unverzichtbaren Bestandteil medialer Berichterstattung entwickelt, vor allem für das Fernsehen. Die Medien bilden die Sportrealität aber nicht nur ab, sie bestimmen die Wirklichkeit in immer stärkerem Maße mit. Sie verschieben Akzente, setzen Trends, kontrollieren das Geschehen und stellen neue Regeln auf. Gut und richtig ist demnach, was sich verkauft. Damit verbunden ist die Kommerzialisierung. Sportereignisse versprechen in der Regel hohe Einschaltquoten – leichter lässt sich Unterhaltung kaum produzieren. Die Tendenz geht auch deshalb ganz klar hin zu einer noch stärkeren Kommerzialisierung, die bestimmt wird von König Fußball und anderen quotenträchtigen Sportarten wie zuvorderst Formel 1 und Boxen.

Ein aktuelles Beispiel liefert die Debatte um eine mögliche Live-Übertragung der Leichtathletik-WM 2011 aus dem südkoreanischen Daegu. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten ARD und ZDF lehnen bislang den Erwerb der Senderrechte aus Kostengründen ab. Im Raum stehen Lizenzgebühren in Höhe von zwölf bis 15 Millionen Euro für diese und die danach folgende Weltmeisterschaft. Gleichzeitig plant die ARD aber einen Dreijahres-Kontrakt mit einem Box-Promoter im Wert von rund 50 Millionen Euro.