

# hamburger hefte zur **medienkultur**



ISSN 1619-5442 | Herausgegeben vom  
Institut für Medien und Kommunikation des Departments Sprache, Literatur, Medien SLM I der Universität Hamburg



## FUSSBALL - MEDIEN MEDIEN - FUSSBALL

Wolfgang Settekorn (Hrsg.)

Zur Medienkultur eines weltweit populären Sports

no **07**

# Impressum

Universität Hamburg  
Fakultät für Geisteswissenschaften  
Department für Sprache, Literatur, Medien - SLM I  
Studiengänge Medien- und Kommunikations-  
wissenschaft/ Medienkultur

Hamburger Hefte zur Medienkultur (HHM)  
Preprints aus dem IMK - Institut für Medien und  
Kommunikation des Departments SLM I der  
Universität Hamburg

Hrsg. von Ludwig Fischer, Knut Hicketier, Johann  
N. Schmidt und Wolfgang Settekorn  
in Zusammenarbeit mit Klaus Bartels, Joan Kristin  
Bleicher, Jens Eder, Bettina Friedl, Jan Hans, Corinna  
Müller, Hans-Peter Rodenberg, Peter von Rügen, Joa-  
chim Schöberl, Rolf Schulmeister, Harro Segeberg

Gestaltung und Satz dieser Ausgabe:  
Anja Svenson

Druck: Print & Mail der Universität Hamburg  
ISSN 1619-5442

Für die 2., korrigierte Auflage © IMK 2007

Anschrift des Studiengangs:  
Universität Hamburg  
Institut für Medien und Kommunikation  
Von-Melle-Park 6  
20146 Hamburg  
Sekretariat:  
Tel: 040.42838-4816  
Fax: 040.42838-3553  
Web: [http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/  
Medienprojekt/](http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/)



... auf dem Weg ins Stadion

# FUSSBALL - MEDIEN MEDIEN - FUSSBALL

Zur Medienkultur eines weltweit populären Sports

Wolfgang Settekorn (Hrsg.)



# Inhalt



## Teil I:

- I. Einleitung: Noch ein Buch über Fußball? - Aber ja!  
(Wolfgang Settekorn) S. 08
- II. Fußballkultur: kulturelle Traditionen, religiöse Praktiken,  
mediale Konstitution  
(Wolfgang Settekorn) S. 16
- III. Sport ist Wirtschaft und Wirtschaft ist Sport.  
(Gehört zusammen, was zusammenwächst?)  
Elemente der fortschreitenden Verknüpfung von Wirtschaft,  
Sport und Medien  
(Mirja Kuckuk) S. 32
- IV. Ein Ereignis - zwei Perspektiven? Vergleichende Untersuchungen  
zu Live - Reportagen im deutschen und französischen Hörfunk  
(Nele General) S. 53



## Teil II:

- V. Ein doppelter Blick: Metaphern in der deutschen und französischen Fußballberichterstattung (Torsten Heidemann) S. 70
- VI. Sprachliches Bewerten als journalistisches Problem in Texten der Sportberichterstattung (Hanns-Christian Kamp) S. 84
- VII. „Tor (.) Tor für Deutschland (.) und was für ein wunderschönes Tor“ S. 102  
Wie Fußballreportagen im Radio Wendepunkte schildern.  
(Petra Serbin)
- VIII. Ich sehe was, was du nicht siehst. S. 110  
Fußball - Live - Reportage für Blinde und Sehbehinderte: Inhalte, Funktionen und Perspektiven einer jungen journalistischen Darstellungsform  
(Broder-Jürgen Trede)



---

## Noch ein Buch über Fußball? - Aber ja!

Wolfgang Settekorn

Wozu noch ein Buch über Fußball, wo doch die WM von 2006 in ihrer Bugwelle einen Schwall einschlägiger Bücher und Artikel vor sich herspült und zudem Vorlesungsreihen, zahlreiche Ausstellungen sowie andere Aktivitäten auf das Großereignis vorbereiten?

Dass Fußball als weltweit populärste und global über alle Medien verbreitete Sportart ein Milliardenpublikum anzieht und damit immer wieder aktuell ist, reicht als Hinweis allein nicht aus, um die vorliegende Publikation zu rechtfertigen. Gerade weil Fußballspiele aller Ligen und Klassen in den meistent Ländern der Welt immer wieder das Interesse der Massen auf sich ziehen und eine immer umfangreichere, intensiviertere und globalisierte Medienberichterstattung laufend über Spiele, Spieler und Verbände informiert, stellt sich die Frage nach *Kontinuitäten, Konstanten, Entwicklungen, Tendenzen und längerfristigen Folgen des Fußballgeschehens* und nach den *technischen, kulturellen und ökonomischen Bedingungen und Folgen der medialen Berichterstattung zum Fußball und den mit ihm verbundenen Bereichen*.

Antworten auf diese Fragebereiche lassen sich nicht aus dem Ärmel schütteln. Sie erfordern längerfristige und detaillierte Untersuchungen, die sich nicht vom der oft hektischen Wort- und Bilderflut blenden lassen, mit denen täglich weltweit über Fußball berichtet wird. Eine distanzierte und eindringliche Annäherung an einen schnellen, oft kurzatmigen Gegenstand wird erst möglich, wenn man ihn, mit einem theoretisch fundierten, methodisch geschulten und praktisch erfahrenen Blick betrachtet, der den Beiträgen dieses Bandes eigen ist. Seine Autorinnen und Autoren sind medien-, diskurs- und sprachtheoretisch geschult, diskursanalytisch erfahren, und in den

meisten Fällen sind sie auch durch eigene Praxis in den entsprechenden Medien und im Umgang mit erfahren; sei es durch Mitarbeit in Medien, z.B. in Sportredaktionen von Presse, Rundfunk und Fernsehen, sei es durch eigene Erfahrungen mit Fußball als Spieler, Trainer oder Fan.

Um welche allgemeinen thematischen Felder es dabei geht, lässt sich am Beispiel der überregionalen Fußballberichterstattung in deutsche Medien zum Ende des Jahres 2005 zeigen. Abgesehen von der tagesaktuellen Berichterstattung zu Spielen, Ergebnissen, zu Spielern und besonderen Vorfällen auf nationaler

und internationaler Ebene<sup>1</sup> ging es dort um folgende längerfristige Themen<sup>2</sup>:

- a) Wie stark ist die deutsche Nationalmannschaft? Wie gut ist sie für die WM 2006 gerüstet?
- b) Wie entscheidet die FIFA im Fall der Ausschreitungen, die sich nach Spielende ereignet hatten, nachdem die türkische Nationalmannschaft vor heimischem Publikum mit der 4:2 Niederlage gegen die Schweiz sich nicht zur Teilnahme an der WM qualifizieren konnte?
- c) Bleibt Ballack in München? Wohin kann er wechseln? Will er überhaupt, oder doch nicht?
- d) Wie entscheidet die DFL über die Neuvergabe der Übertragungsrechte in Funk und Fernsehen?
- e) Wie steht es um die Bilanzen der Vereine der ersten und zweiten Fußballbundesliga?

Bei diesen Themen spielten die **Interessen** eine Rolle, welche die **verschiedenen Akteure des nationalen und internationalen Fußballs** verfolgen; nämlich:

- **das nationale und internationale Interesse des deutschen Fußballs** allgemein;
- **die nationalen und internationalen Interessen des türkischen und des helvetischen Fußballverbandes**, sowie um **Kontroll- und Sanktionsinteressen des Weltverbandes FIFA**;
- **die partikularen Interessen eines Spielers, sowie die von deutschen und internationalen Vereinen, die an seiner Verpflichtung interessiert sind**;
- **die vom Dachverband der Profivereine vertretenen ökonomischen Interessen**;
- **die Interessen der privaten und öffentlich-rechtlichen Anbieter von Fußballübertragungen und von Fußballberichterstattung in elektronischen Medien**;
- **die ökonomischen Interessen, Zielsetzungen und Handlungsweisen der Vereine**.

Die angesprochenen Bereiche bilden einige jener Konstanten, die das Fußballgeschehen auf der einen und die Fußballberichterstattung auf der anderen Seite durchziehen. Beide Bereiche sind durch ebenso zahlreiche wie enge Wechselbeziehungen miteinander verbunden und aufeinander bezogen. Dass beide Bereiche inzwischen eine feste Einheit bilden und durch ihre Praxis gemeinsam definieren, was am Fußball als relevant und wichtig gilt, fällt erst auf, wenn man einiges von dem benennt, was in den großen überregionalen Medien weniger oder überhaupt nicht vorkommt. Wird über die Spiele der ersten und zweiten Liga noch recht ausführlich berichtet, so nimmt die Berichterstattung über die „tieferen“ Ligen und Klassen rapide ab; nur wenig mehr erfährt man über Frauen- und Jugendfußball – eine Ausnahme machen hier allerdings die stadtteilgebundenen Gratis- und Werbezeitungen; dass es sehr aktive Freizeitlichen mit regem Spielbetrieb gibt, erfährt man aus den „gängigen“ Medien in aller Regel nicht. Dazu muss man schon in Fachpublikationen schauen.

Es liegt in der Natur der Fußballsache, dass ein zentrales Interesse dem gilt, was in den normalerweise 90 Minuten der Spiele abläuft. Deshalb stehen die Live-Übertragungen, vor allem die im Fernsehen an erster Stelle. Aber auch Radioreportagen und geschickt zusammengestellte Radioformate wie die samstägliche Bundesligashow finden Interesse, das durch eine breite Vor- und Nachberichterstattung in allen Medien stimuliert wird. So gesehen ist Fußball im geläufigen Sinn also nationaler und internationaler Berufsfußball, wie er in den gängigen

Massenmedien in vielfältiger Form inszeniert wird. Es kommt hinzu, dass das Interesse neben dem normalen Spielbetrieb in den nationalen Ligen durch zusätzliche nationale wie internationale Wettbewerbe für Vereins- und Nationalmannschaften in Form von Pokalwettbewerben und Turnieren zusätzliche Nahrung erhält. Der Tendenz nach findet Fußball als praktisches Geschehen und als Gegenstand der Berichterstattung immer und überall auf der Welt statt.

Da in diesem Sinn Fußball erst durch massenmediale Vermittlung zum öffentlichen und globalen Ereignis wird, gilt das Interesse der Beiträge dieses Bandes **den Perspektiven der Wahrnehmung des Fußballgeschehens** sowie den **Formen und Mitteln der einschlägigen Berichterstattung**. Die Tatsache, dass Fußball ein Kampfsport ist, bei dem zwei Mannschaften um den Sieg „kämpfen“ bringt drei Hauptperspektiven mit sich: **parteiisch für Mannschaft A oder für Mannschaft B oder neutral, und damit weder für A noch für B**. Der Bezugsbereich dieser Perspektiven fällt unterschiedlich aus. Er reicht vom lokalen, über regionales, nationales, kontinentales bis hin zu globalem Interesse, und er ist auf jeder Ebene eigens durch entsprechende Spielklassen und institutionelle Regelungen (Vereine, und Verbände) strukturiert, entlang derer es durchaus zu Wechseln von Perspektiven und Identifikationen kommen kann: wer etwa auf nationaler Ebene (etwa in der Bundesliga) „gegen“ Bayern München eingestellt ist, kann der Mannschaft und dem Verein auf internationaler Ebene (etwa in der Champions League) den Erfolg wünschen und gönnen. Im internationalen Spielbetrieb nimmt allerdings die nationale Ebene in der Regel dann eine Sonderstellung ein, wenn es nicht um Vereinsfußball, sondern um die jeweilige Nationalmannschaft geht.

Dass - und wie stark - hier über eine regionale Sichtweise hinaus nationale Identitäten zum Ausdruck kommen, hat zum Beispiel die Gründung von Nationalmannschaften auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawien gezeigt: aus einem Staat mit einer Nationalmannschaft sind fünf Staaten mit je eigenen Nationalmannschaften hervorgegangen (Slowenien, Kroatien, Bosnien-Herzegowina, Serbien und Montenegro sowie Mazedonien). Hier kommt ein für Europa symptomatisches Paradoxon zum Ausdruck: während auf der politischen und ökonomischen Ebene der Prozess der Europäisierung, z.B. durch die Erweiterung der EU, vorangetrieben wird, kam es während der 90er Jahre des zwanzigsten Jahrhunderts in Osteuropa und auf

dem Balkan zur staatlich-politischen Ausdifferenzierung. So auch bei der Trennung der ehemaligen Tschechoslowakei in die zwei Staaten Slowakei und Tschechien; auch sie haben jetzt eigene Fußballnationalmannschaften. Das Fußballgeschehen ist dadurch differenziert und die Zahl der internationalen Begegnungen auf der Verbands- wie Vereinsebene beträchtlich gesteigert worden. Die Medien haben dadurch zusätzlichen Stoff zur Fußballberichterstattung erhalten, und die Zahl der perspektivbildenden Identifikationen ist gestiegen.

Dass unterschiedliche Perspektivierungen auch dort zu Konflikten führen können, wo einzelne Ebenen nicht verbandsoffiziell strukturiert sind, lässt sich an zwei Fällen aus Spanien zeigen. Zum einen hält sich der Erstligist FC Bilbao zugute, dass in seiner Mannschaft nur Spieler mit baskischer Herkunft spielen, was Probleme aufwirft, wenn sich eine bestimmte Position nicht oder nur schwer mit einem entsprechenden Spieler besetzen lässt. Zum anderen brach im Dezember 2005 in Barcelona und ganz Katalanien ein mehrfacher Konflikt auf, über den die *Frankfurter Rundschau* in ihrem Sportteil vom 14.12.2005 berichtet: anders als gewollt und erhofft, ist die katalanische „Nationalmannschaft“ von der UEFA nicht anerkannt, zum anderen erhielt der nationalistische katalanische Nationalspieler Oleguer einen Ruf in die spanische Nationalmannschaft, was ihn in „Gewissensnot“ brachte.

„Katalane in Gewissensnot

#### **Oleguer vom FC Barcelona folgt dem Ruf des Nationaltrainers**

Kommt er oder kommt er nicht? Leistet der Fußballer Oleguer Presas dem Ruf von Trainer Luis Aragonés in die spanische Nationalmannschaft Folge oder weigert er sich? Diese Fragen beherrschten seit Tagen die Schlagzeilen der Sportpresse in Spanien. Die Blätter witterten sechs Monate vor der Weltmeisterschaft einen Eklat. Der Verteidiger des FC Barcelona ist ein engagierter katalanischer Nationalist. Er hat nie einen Hehl daraus gemacht, für welche Nationalelf er am liebsten spielen würde: für die Kataloniens.

Aber die Region im Nordosten Spaniens darf mit ihrer Auswahl an keiner Europa- oder Weltmeisterschaft teilnehmen. Sie darf allenfalls Freundschaftsspiele bestreiten. Der Ruf des Nationaltrainers stellte den 25-jährigen Oleguer vor ein Dilemma. Sollte er als erster Kicker in der spanischen Fußballgeschichte aus politischen Gründen

einen Einsatz in der spanischen Nationalelf verweigern? Bei „Barças“ Heimspiel am Sonntag gegen FC Sevilla forderten die Fans ihn mit Spruchbändern auf: „No hi vagis!“ (Fahr nicht hin!)“ (*Frankfurter Rundschau*, 14.12.2005).

Wer die aktuellen Verhältnisse in Spanien nicht kennt, erfährt aus diesem Beitrag einiges über die katalanischen Bestrebungen nach Eigenständigkeit. Und die gehen weit über die immer wieder genannte „Rivalität“ der Vereine FC Barcelona und Real Madrid hinaus. Sie betreffen die aktuelle und künftige staatlich-politische, die ökonomische und kulturelle wie sprachliche Struktur Spaniens und damit auch die der Europäischen Union.

Hier deutet sich an, was Franklin Foer (2004) mit us-amerikanischer Sicht im Titel seines Fußballbuchs zum Ausdruck bringt: *How Soccer explains the World*. Das Fußballgeschehen steht einerseits in sehr komplexen Zusammenhängen, die bei seiner Analyse zu beachten sind; andererseits lässt seine Analyse modellhaft viele Aspekte des aktuellen Globalisierungsprozesses erkennen. In diesem Sinn kündigt der Untertitel des Buchs von Foer *An {Unlikely} Theory of Globalization* an. Auch wenn das insgesamt recht hoch greift, so kann Foer doch anhand zahlreicher Beispiele aus allen Kontinenten eindrucksvoll zeigen, wie stark Fußball mit den zahlreichen Facetten der Globalisierung verbunden ist und wie sich dabei vom Lokalen bis zum Globalen hin die verschiedenen Ebenen miteinander verzahnen und wechselseitig durchdringen.

Auch wenn sich die Beiträge dieses Bandes hauptsächlich auf der europäischen Ebene bewegen und einen deutlichen Schwerpunkt auf Deutschland haben, so lässt die Komplexität und Verwobenheit der Ebenen und Bereiche und eine Entwicklung schon hier deutlich erkennen, die sich in den letzten zehn Jahren beschleunigt hat. Das belegen eindrucksvoll die jüngsten Analysen der Sportwissenschaftler Klaus Cachay und Ansgar Thiel, über welche die *Frankfurter Rundschau* - ebenfalls in ihrem Sportteil vom 14.12.2005 - berichtet. Mit dem Bosmann-Urteil vom 15.12.1995 lässt sich der Ausgangspunkt für die Beschleunigung der neueren Entwicklung im internationalen Fußballgeschehen genau datieren:

„Der ´radikale Wandel´, so Cachay, habe zu Beginn der 90er Jahre eingesetzt, als sich ´die territoriale Bindung des Spitzensports´ begann aufzulösen. Beschleuniger der Entwicklung war am 15. Dezember 1995, also vor genau zehn Jahren, das Bosman-Urteil: Der belgische Kicker Jean-Marc Bosman hatte geklagt, dass seine Freigabe für einen neuen Klub von einer Ablösezahlung abhängig ge-

macht sein wollte. Bosman gewann: Freie Wahl des Arbeitsplatzes geht vor, so der Europäische Gerichtshof, jeder müsse jederzeit überall spielen können dürfen, unabhängig vom Pass. Schnell fielen nationale Beschränkungen. Schon 1998 standen bei Borussia Mönchengladbach erstmals sechs Nichtdeutsche in der Startelf, gut zwei Jahre später lief bei Energie Cottbus erstmals eine komplette Ausländerelf auf“ (Frankfurter Rundschau, 14.12.2005).

Das Urteil reicht jedoch über Europa hinaus und öffnete dessen „Spielermarkt“ für alle Länder der Welt. Der Fußball hat hier für Spieler aus Ländern der sogenannten „Dritten Welt“ eine „Marktfreiheit“ erreicht, die weder für ihre emigrationswilligen Landsleuten noch den dort produzierten Waren und Gütern in gleichem Maß gewährt wird. In ihrem Roman *Der Bauch des Ozeans* zeigt Fatou Diome (2004), dass auch hier der Fußball und die Einstellung zu ihm einiges von den alltäglichen Verhältnissen in den betroffenen Ländern erkennen lässt: der „Romanheld“ möchte von Afrika aus an jenen Migrationsströme teilhaben, die das Bosman-Urteil ermöglichte:

„Seitdem sind Migrationsströme“ entstanden, mit Folgen, die im Extremfall so aussehen: Ein Spieler stammt gebürtig aus Land A, hat die Staatsbürgerschaft B, arbeitet in schneller Folge bei Klubs in den Ländern C-F, deren Sponsoren und Werbepartner aus G-L kommen, der Trainer aus M, der Clubmanager aus N, der eigene Berater aus O und die Mitspieler aus P-Z“ (Frankfurter Rundschau, 14.12.2005).

Der beschleunigte Wechsel wirft jedoch Fragen der für die Anhänger und Fans der Vereine wichtigen Identifikation mit Verein und Spielern auf.

„Früher spielten auf Schalke Schalker. Am besten noch solche Schalker, die Schalker Püttgeruch kannten. Lokale Identifikation war so selbstverständlich, dass niemand groß darüber redete. Wenn heutzutage beim FC Bayern zufällig ein Münchner im Kader ist, gilt das als Kuriosum. Der Profisport hat sich tiefgreifend geändert, vor allem in der vergangenen Dekade: Vereine, eben noch tapfer von ehrenamtlichen Kräften geführt, sind Kapitalgesellschaften geworden. Verbände haben sich mit weltweit agierenden Konzernen zusammengetan. Stadien sind Werbearbeiten mit Sponsorennamen, Turniere tragen Markennamen. Und die Spieler sind als Global Player tätig. Gleichzeitig wollen die Wanderarbeiter aber vor Ort immer noch als lokale Helden gefeiert werden. Ein Drahtseilakt“ (Frankfurter Rundschau 14.12.2005).

Der Rahmen, innerhalb dessen Berichterstatte, Medien-

nutzer, Fans, Vereine, Spieler und Sponsoren ihre Perspektivierungen vornehmen, ist auch dann weit gespannt, wenn man sich auf die europäischen Verhältnisse konzentriert, die sich sehr schnell als eben nicht nur europäische, sondern als globale Verhältnisse erweisen. Immerhin lassen sie sich an Spielen festmachen, die im Rahmen europäischer Strukturen wie UEFA-Pokal oder Champions-League stattfinden.

Die Perspektivierungen und Identifikationsmöglichkeiten werden durch einen weiteren Faktor geprägt: Bei dem ist Mannschaftssport Fußball, kommt es auf das effiziente Mittun aller Spieler – auf dem Platz und auf der Reservebank – an. Allerdings sind gerade im Profifußball nicht alle gleich, denn die Berichterstattung rückt vornehmlich Spieler in den Mittelpunkt, die sich durch besondere Leistungen auszeichnen. Ihnen verschafft sie damit neben allgemeiner Bekanntheit auch jene Anerkennung, die sich bei Gehaltsverhandlungen und Transfers kapitalisieren<sup>3</sup> lässt. Unter Nutzung verschiedenster Formen öffentlicher Auszeichnung (Torschütze des Jahres, Europa- oder Weltfußballer des Jahres etc.) können sie zu Stars, in einigen Fällen zu Weltstars werden, die ihr symbolisches, soziales und kulturelles Kapital als Werbeträger einsetzen und dabei durch Werbeverträge ihr ökonomisches oder durch Eintreten für „eine gute Sache“ (z.B. durch Teilnahme an Wohltätigkeitsveranstaltungen, Unterstützung von Hilfsaktionen etc.) ihr symbolisches Kapital steigern können. Das macht sie gerade für die großen Herstellerfirmen von Sportartikeln interessant, die ihr eigenes Image an das der Stars binden um so die Bekanntheit ihrer Produkte und deren Absatz zu steigern. Besonders deutlich kam dies 1998 bei der Fußballweltmeisterschaft in Frankreich zum Ausdruck, als das Endspiel zwischen *Brasilien* und *Frankreich* zur Entscheidungsschlacht im Krieg der Schuhe (*Nike* gegen *Adidas*) stilisiert wurde, in der die beiden Weltstars *Ronaldo* und *Zidane* als Vorreiter ihrer Mannschaften galten. Der Sieg Frankreichs wurde auch als Sieg von Adidas gefeiert.

### Zu den Beiträgen dieses Bandes

Die Beiträge zum vorliegenden Band thematisieren jeweils einzelne Elemente der genannten Perspektivierungen.

Dabei greift der einleitende Beitrag von **Wolfgang Settekorn** eine Überlegung von André Jolles auf, der schon 1930 auf funktionale Entsprechungen zwischen mittelalterlichen Heiligen und deren Legenden auf der einen Seite, und modernen Sportstars und Sportreportagen auf der

anderen hingewiesen hat. Heiligenverehrung ist nicht nur ein religiöses oder spirituelles Phänomen. Sie war und ist immer auch mit mehr oder weniger großem Handel mit Devotionalien, mit Pilgerreisen, mit besonderer Einkleidung der Pilger, mit eigenen architektonischen Einrichtungen und entsprechenden Infrastrukturen verbunden. Die Parallelen zum modernen Fußball-, Star- und Fankult sind dabei unübersehbar (Settekorn 2003). Deshalb zeigt der Beitrag am Beispiel von *Nike*, wie kulturelle Schlüssel-symbole – hier der Swoosh – pseudoreligiöse Inszenierungen und auf einzelne Sportarten bezogene Spezifizierungen dazu führen, dass jeder von ihnen ein eigener Weltstar wie ein Heiliger zugeordnet ist, der im Namen der Marke global agiert. Wie sich das im Bereich des Fußballs manifestiert, zeigt beispielhaft die Inszenierung von Ronaldo. Ihm war 1998 bei der Fußballweltmeisterschaft in Frankreich bei der zum Krieg der Schuhe hochstilisierten Auseinandersetzung mit dem Gegner *Adidas* die Doppelrolle als Repräsentant von Brasilien und *Nike* zugeschrieben worden. Dass Ronaldo dort zum tragischen Helden geriet und Zidane als Vertreter von Frankreich und *Adidas* zum globalen Helden und Superstar aufstieg, liegt möglicherweise daran, dass die Firma ihren vor dem Endspiel noch gesundheitlich angeschlagenen Helden kurzfristig hat spielen lassen.<sup>4</sup>

Wie die eingangs genannten national und kulturell unterschiedlichen Perspektivierungen bei der Berichterstattung auf internationaler Ebene im Einzelfall zum Ausdruck kommen, untersuchen zwei Beiträge dieses Bandes: sie gehen anhand von Fallbeispielen der Frage nach, wie über ein Fußballereignis in deutschen und französischen Medien berichtet wird. **Nele General** untersucht die Praxis von Live-Reportagen im Radio und hat dazu die in einem deutschen und einem französischen Radio gesendeten Reportagen der Begegnung in der Gruppenphase der Champions-League (2000/2001) zwischen FC Nantes und Bayern München aufgezeichnet, transkribiert und analysiert. Sie zeigt einerseits Gemeinsamkeiten, die der Situation der Live-Reportage im Radio geschuldet sind und weist andererseits auf unterschiedliche Reportagestile der deutschen und französischen Radioreporter hin.

**Torsten Heidemann** hat sich der Berichterstattung in den Printmedien gewidmet und behandelt die Metaphorik in der Presseberichterstattung zum Hin- und Rückspiel im Uefa-Pokal zwischen Werder Bremen und den Girondins de Bordeaux (November 200) in den beiden regionalen Tageszeitungen *Sud-Ouest* und *Weserkurier*;

er stellt weitgehende Übereinstimmung im Metapherngebrauch beider Tageszeitungen fest und vermutet, dass die Metaphern der Fußballberichterstattung in Tageszeitungen ihren Gegenstand europaweit in ähnlicher Weise konzipieren.

Ebenfalls unter Bezug auf den Metapherngebrauch untersucht **Mirjam Kuckuk** in ihrem Beitrag, wie das Verhältnis der Berichterstattung über Fußball und Wirtschaft ausfällt. Sie hat dazu die These aufgegriffen, dass es zu einer starken Vermengung der Bereiche Fußball und Wirtschaft kommt, die sich in einer ausgeprägten wechselseitigen Metaphorisierung niederschlägt, bei der Fußball als Wirtschaft und Wirtschaft als Fußball konzipiert wird. Dabei besteht die Tendenz zu einer konzeptuellen Integration beider Bereiche, die sich weit über den Metapherngebrauch hinaus auf weitere Bereiche der Textgestaltung erstreckt. Wie stark die Affinitäten beider ausgeprägt sind, lässt sich nicht zuletzt an der Zahl der „Klicks“ messen, mit denen man in den Online-Ausgaben der untersuchten Zeitungen vom einen Ressort ins andere gelangt.

Ein anderes wichtiges und prägendes Element der Perspektivierung untersucht **Hanns-Christian Kamp**. Er geht der Frage nach, wie und mit welchen Mitteln bei der Berichterstattung sprachliche Bewertungen zum Ausdruck kommen. Er hat dazu Berichte zur Bundesliga aus dreißig deutschen Printmedien herangezogen. Er greift die traditionelle Unterscheidung von Bericht und Bewertung auf und zeigt, dass diese sich in der Praxis der Berichterstattung nicht aufrecht erhalten lässt. Sprachliche Bewertungen von Akteuren, Aktionen und Ereignissen sind fester und unabdingbarer Bestandteil der Berichterstattungen, deren Produzenten sich dazu einer Vielzahl differenzierter sprachlicher Mittel bedienen. Über die reine Analyse hinaus diskutiert Hanns-Christian Kamp auch Möglichkeiten zu einem angemessenen Umgang mit sprachlichen Bewertungen in der Sportberichterstattung. Wie bei anderen Kampfsportarten liegt ein besonderer Reiz darin, dass es im Verlauf des Geschehens zu Umschwüngen kommen, dass „das Blatt sich wenden“, dass ein „hoher Favorit“ verlieren kann. Wie Radioreporter entsprechende Wendepunkte in einer Live-Reportage gestalten, hat **Petra Serbin** am Beispiel der Reportage zum letzten Gruppenspiel der deutschen Nationalmannschaft der Herren bei der Fußball-EM gegen Tschechien vom 23.7.2004 untersucht, das bekanntlich zum Ausscheiden der deutschen Mannschaft geführt hat. Entsprechend hoch war der emotionale Anteil, den die beiden Reporter

ihren Hörern vermittelt haben. Petra Serbin untersucht in einer Detailanalyse das Verhältnis zwischen Spielbericht und Zusatzinformationen und analysiert die Mittel, mit denen zwei so emotional gegensätzliche Momente wie das erfolgsversprechende Führungstor zum 1:0 der deutschen Mannschaft und der „verheerende“ Ausgleich zum 1:1 für die tschechische Mannschaft über den Äther an die Hörer an ihren Rundfunkgeräten gebracht worden sind.

Keine Radiogeräte, wohl aber Kopfhörer haben auf der Tribüne des ehemaligen Volksparkstadions und der jetzigen AOL-Arena die Hörer jener besonderen Reportagen, die **Broder-Jürgen Trede** in seinem Beitrag untersucht. Er stellt das von ihm geleitete Projekt „Durch die Ohren sehen“ vor, das an der Universität Hamburg am Institut für Sportjournalistik in Zusammenarbeit mit dem Hamburger SV betrieben wird. Ziel dieses Projektes ist es, sehgeschädigten und blinden Fußballfans durch eine eigens für sie gestaltete Vollreportage zu ermöglichen, vor Ort an dem Geschehen teilzunehmen. Der Beitrag zeigt, dass die üblichen Bundesligareportagen im Radio allein schon wegen ihrer Kürze – Vollreportagen kommen hier nicht vor – für Sehbehinderte und Blinde zu wenig Information liefern. Ein Fußballspiel erweist sich dabei als ein komplexes Ereignis, das weit über die reine Spielzeit und das Geschehen auf dem Platz hinausreicht. Dass die untersuchte Reportageform angesichts ihrer Adressaten zusätzliche Anforderungen an die Reporter stellt, zeigen die Analysen zu einzelnen Elementen, wie das Verhältnis von Bericht und Kommentar, Schilderung von Atmosphäre, Raum- und Zeitverhältnissen, Aktionen, Wahl sprachlicher Mittel usw. Vergleicht man die Gestaltung der entsprechenden Passagen und die eingesetzten Mittel mit denen der gängigen, über die Radiolautsprecher verbreiteten Kurzreportagen, wird der Mehraufwand deutlich, der den für Sehgeschädigte und Blinde *live* berichtenden Reportern abgefordert wird. Es bietet deshalb nicht zuletzt auch eine Möglichkeit zur Schulung in der Reportagepraxis, von der auch etablierte Radioreporter Anregungen bekommen können.

Insgesamt lassen die Beiträge mit ihren Gegenständen und Herangehensweisen ein breites, vielfältiges und ausgewogenes Bild von Faktoren, die zur Perspektivierung des Fußballs, seiner Ereignisse und Akteure erkennen: Vier Beiträge sind dem Printbereich gewidmet, der auf visueller Wahrnehmung basiert und der seiner medialen Logik nach im Verhältnis zum Spielereignis auf die Vor- und Nachberichterstattung festgelegt ist. Dagegen bietet

der in drei Beiträgen behandelt mündlich-sprachliche Bereich der Radioberichterstattung die Möglichkeit zur zeitgleichen Live-Reportage. Interessant ist nun, dass bei der im Beitrag von Broder-Jürgen Trede vorgestellten Reportageform sich Zielpublikum und Reporter am Ort des Geschehens und zudem in räumlicher Nähe und in direktem Kontakt zueinander befinden. Hier bietet sich die Möglichkeit zu einer unmittelbaren und direkten Rückmeldung und damit zur direkten Interaktion zwischen Reportern und Hörern, die im Falle der Radioreportagen allenfalls indirekt und mit räumlicher wie zeitlicher Verlagerung möglich ist. Die folgende Tabelle fasst die behandelten Medien, Gattungen, Sichtweisen und Gegenstände im Überblick zusammen:

#### ANMERKUNGEN:

- 1) In der Türkei war es im November 2005 nach dem Ausscheiden der türkischen Fußballnationalmannschaft in der WM-Qualifikation zu erheblichen Ausschreitungen gekommen, welche die FIFA zu einem Untersuchungsverfahren veranlasste.
- 2) Wo nichts unaktueller ist als „die Zeitung von gestern“, kann eine Themenbehandlung als „längerfristig“ gelten, die sich über mehr als zwei Wochen hinzieht.
- 3) Der Kapitalbegriff wird hier i. S. der Soziologie von Pierre Bourdieu verwendet. Vgl. zur Einführung: Fuchs-Heinritz/König 2005, 157-171; Boike Rehbein.
- 4) Selbstverständlich hielten sich entsprechende Gerüchte möglicherweise gerade weil sie heftig dementiert worden sind.



**LITERATUR:**

**DIOME, FATOU** (2004): Der Bauch des Ozeans. Zürich.  
**FOER, FRANKLIN** (2004): How Soccer Explains the World. An {Unlikely} Theory of Globalization. New York.  
**JOLLES, ANDRÉ** (1930): Einfache Formen. Legende, Sage, Mythe, Rätsel, Spruch, Kasus, Memorabile, Märchen,

Witz. Tübingen (Abdruck der 3.Aufl. 1965 bei WBG Darmstadt 1969).  
**SETTEKORN, WOLFGANG** (2003): Lebende Legenden: Wie Medien Fußballheroen machen. In: Ecker, Hans-Peter (Hrsg.): Legenden: Geschichte, Theorie, Pragmatik. Passau, 185-208.

	Print	Radio/ Audio	Gattung	Publikum	Sichtweise	Gegenstand
Settekorn	+		Mehrere	allgemein	historisch- kulturell	Mediale Inszenierung
General		+	Live- Reportage	allgemein	Interkulturell D/F	sprachliche Mittel
Heidemann	+		Bericht	allgemein	interkulturell D/F	sprachliche Mittel; Metaphern
Kuckuk	+		Bericht	allgemein	Interkulturell D/F	sprachliche Mittel; Metaphern
Kamp	+		Bericht	allgemein	D	sprachliche Mittel des Bewertens
Serbin		+	Live- Reportage	allgemein	D	sprachliche Mittel
Trede		+	Live- Reportage	spezifisch	D	sprachliche Mittel



**Sportvermarktung  
im Fernsehen**

**Fest im  
Griff**

*Sportübertragungen im Fernsehen zählen noch immer zu den Zuschauernugenden. Vor allem die großen Fußballspiele locken das Publikum massenweise vor die Bildschirmne. So wird denn unter den Sendern heftig um die Übertragungsrechte sportlicher Wettbewerbe gepokert. Denn hohe Einschaltquoten versprechen lukrative Werbeeinnahmen. Doch inzwischen bitten die Sportveranstalter so hemmungslos zur Kasse, daß die Sender ihre Investitionen kaum noch refinanzieren können. Wohin führt der Kampf um die gehehrte Programmware? Ein kritischer Blick auf das kommerzielle Spektakel.*

Journalist 7/1997, S. 12

Wolfgang Settekorn

*Abstract*

Der folgende Beitrag soll zeigen, daß und wie die Fußballkultur ebenso auf traditionelle kulturelle und religiöse Muster zurückgreift wie die Massenmedien, die diese Kultur in ihrer Berichterstattung zu allererst als soziale Ereignisse konstituieren. Dazu steht in einem ersten Abschnitt zunächst die Funktion kultureller Symbole im Mittelpunkt der Betrachtung sowie die Rolle der Medien bei der Konstitution von Fußballstars. Gefragt wird nach dem Verhältnis der Fans zu den Stars und nach den Formen, in denen sich dieses Verhältnis artikuliert. Der Berichterstattung über den Endspielsieg der französischen Fußballnationalmannschaft bei der WM von 1998 ist ein zweiter Abschnitt gewidmet. Dabei tritt die Rolle der beiden Hauptstars dieser WM – Ronaldo und Zidane – für die Vorbereitung und Vermittlung dieses Ereignisses und für die ihrer Sponsoren in den Blick. Das abschließende dritte Kapitel weist zum einen darauf hin, daß eine zunehmende „Sportivierung“ die mediale Berichterstattung durchzieht, und daß zum anderen die traditionellen Formen der Verehrung und Kapitalisierung von Reliquien und von Devotionalien ebenso von ungebrochener Aktualität sind wie traditionelle narrative Formen in der aktuellen Sportberichterstattung. Schließlich wird hier gezeigt, wie in der Werbung die Vermengung von Wirtschaft und Sport über die neuesten Medien, deren Praktiken und ökonomische Bedingungen vermittelt und dabei neue Polysemien und Metaphern spielerisch einsetzt.

Andre Jolles hat schon 1930 auf Ähnlichkeiten zwischen Legenden, mittelalterlichen Heiligen und modernen Sportlern hingewiesen: Die Sportkanonen, schreibt er, „vertreten etwas, was uns erreichbar und nachahmenswert erscheint. Nicht Tugend vergegenständlicht sich in ihnen, aber eine Kraft wird in ihnen tätig, die uns aufnimmt; sie sind imitabile. Und diese tätige Kraft wird wieder meßbar in einer Bestätigung, die wir Rekord nennen“ (Jolles 1969, 60)

Dies alles setzt soziale Bekanntheit und Anerkennung voraus. Denn was nutzen der weiteste oder der höchste Sprung, was der schnellste Lauf, wenn niemand sie zur Kenntnis nimmt? Um bekannt zu werden und Anerkennung zu finden braucht die Leistung, braucht das Ereignis die mediale Vermittlung. Dies galt schon im antiken Griechenland nicht nur für Götter und Helden, deren Geschichten und Ruhm die Epen und Sagen verbreite-

ten, sondern auch für den Sport und jene Olympioniken, denen ein Sieg bei einer Olympiade neben finanziellem Gewinn<sup>1</sup> auch Ruhm und Anerkennung einbrachte. Zu deren Mehrung trug neben den Heldenepen<sup>2</sup> eine eigene literarische Gattung bei:

„Das Epinikion oder Siegeslied auf Sportler, die bei einem der großen panhellenischen Agone den ersten Platz errungen hatten. Das «Anrühliche» dabei ist die Tatsache, daß es sich um Auftragsdichtung handelte: der Sieger beauftragte einen «professionellen» Dichter, die Erinnerung an seinen Erfolg in einer feierlichen Ode festzuhalten, und bezahlte ihn dafür“ (Weeber 1991, 48).

Den Ruhm der christlichen Heiligen verbreiten die ihnen gewidmeten Legenden, und was die Legende für den Heiligen, ist nach Jolles die Sportberichterstattung für den Spitzensportler. Wie das Epinikion formen beide Textsorten individuelle Biographien um, verleihen ihnen eine öffentliche, um das Besondere und Außergewöhnliche, um die Wunderkraft oder um das Charisma angereicherte Lesart.

„Eine eigentliche Vita besitzt der Sieger im Sport nicht, aber die Einfache Form der Legende liegt vor in jedem Teil der Zeitung“, der ausschließlich der Sportberichterstattung gewidmet ist und der stets scharf von anderen Teilen der Zeitung getrennt wird“ (Jolles 1969, 61).

Die Frage cui bono, zu wessen Nutz die Legende geschrieben wurde, führt selten zu der Person eines Auftraggebers, doch lassen die Erfolge vieler Wallfahrtsorte vermuten, daß die einschlägigen Legenden den Eigennutz derer fördern, die dort ein nicht selten einträgliches Gewerbe betrieben haben oder betreiben. Kulturelle Traditionen, wie die der Olympiaden, religiöse Praktiken, wie die der christlichen Heiligenverehrung sind ebenso medial konstituiert und vermittelt, wie die Sportstars samt der ihnen gewidmeten Kulte.

**1. Kulturelle Schlüsselsymbole, Religion und Kommerz**

Als im Endspiel der Fußballweltmeisterschaft von 1998 der Außenseiter Frankreich den hohen Favoriten Brasilien geschlagen hatte, feierte Adidas einen Sieg in dem von Nike ausgerufenen Krieg der Schuhe. Damit hatte

die Firma mit den drei Streifen nach dem Verlust einer zuvor lange Zeit ungebrochenen Vormachtstellung, endlich einen Sieg über ihre ernsthafte US-amerikanische Konkurrentin errungen. Nike war es rechtzeitig vor dem fußballerischen Weltereignis gelungen, in einem hochdotierten Vertrag den brasilianischen Fußballverband zu verpflichten, seine Spieler im Zeichen des „Swoosh“ spielen zu lassen. Mit einem Sieg der Brasilianer sollten der Ruhm der Mannschaft und ihrer Nation, und auch der des Ausstatters und dessen Umsatz gemehrt werden. Der Kampf der Mannschaften war der zwischen den Sportartikelherstellern, und so auch der ihrer Firmenlogos. Unter einem Zeichen und Symbol einen entscheidenden Sieg zu erringen, hat eine lange christlich-abendländische Tradition, weil der Herausbildung der römisch-katholischen Kirche ein wichtiger militärischer wie politischer Sieg unter den Kreuzeszeichen voraus ging:

„Zu der vielleicht folgenreichsten Wende in der Geschichte des Christentums kommt es unter Kaiser Konstantin dem Großen. Am 28. Oktober 312 tritt der Kaiser mit einem verhältnismäßig schwachen Truppenkontingent zur Entscheidungsschlacht gegen den Usurpator Maxentius bei der Milvischen Bücke in Rom an. Die abergläubischen Soldaten scheuen vor dem Sturm zurück. Konstantin bittet den universalen Reichsgott Sol invictus um Beistand. Da, so berichtet der Kirchenhistoriker und Biograph des Kaisers – allerdings erst ein Vierteljahrhundert später –, erscheint am hellen Nachmittag am Himmel ein leuchtendes Kreuz, überschrieben mit den Worten »touto nika« (»In diesem [Zeichen] siege«). Christus gebietet ihm in der folgenden Nacht, das Kreuz nachzubilden und im Kampf mitzunehmen. Konstantin läßt einen Standarte mit dem Christusmonogramm [...] im Siegerkranz sowie mit seinem und seiner Söhne Bild auf einer Fahne herstellen, den Legionären befiehlt er, auf ihren Schilden das Kreuzeszeichen anzubringen. Darauf geht er mit einer kleinen Streitmacht zum Angriff über – Maxentius wird vernichtend geschlagen und findet im Kampf den Tod. Die kaiserliche Standarte mit dem Kreuz avanciert später zum Labarum, zum höchsten, siegesverheißenden Feldzeichen der byzantinischen Herrscher“ (Lippold 1993, 69).

Auch wenn man die Umstände des so errungenen Sieges, nachdem das Christentum zur römischen Staatsreligion wurde, „getrost ins Reich der Legende verweisen“ (ebd.) kann, so ist es gerade die Legende, mit der die Wunderkraft des Zeichens artikuliert, mit der für den Religionswechsel des Kaisers geworben und Anerkennung gesucht

wird.

Im Mittelalter wurde neben dem Kreuz die Muschel der Jakobspilger weltumspannendes kulturelles Schlüsselsymbol, mit denen Grundkonzepte des christlich geprägten Abendlandes zum Ausdruck kamen. Das Muschelsymbol der Jakobspilgerie hatte eine eigene Legende und Karriere (Moraiejo 1998). Es beruht auf der Legende des im heiligen Land enthaupteten Jakobus, dessen Körper auf wunderbare Weise nach Galizien gelangt und dort unter noch wunderbareren Umständen gefunden worden sein soll.<sup>3</sup> Um diesen Fund und die ihm zugeschriebene Wunderwirkung herum entstand ein Kult, der eine über Jahrhunderte hinweg andauernde Praxis der Pilgerie und Verehrung mit einer eigenen gigantischen touristischen, kulturellen und ökonomischen Infrastruktur und mit weltweitem Ruf hervorbrachte. Die christliche Legende brachte hier den Kult der mit seinen vielfältigen kulturellen (Pilgerie, Bautätigkeit, Hospizwesen usw. (Oursel 1998)) und ökonomischen Praktiken hervor (wie die Produktion und den Vertrieb von Pilgerausstattungen und Devotionalien sowie touristische Strukturen (Foster 1990)). Legende und Pilgerpraxis waren zugleich ein wichtiges ideologisches Element bei der Reconquista: Sie halfen die Vertreibung der Mohammedaner von der iberischen Halbinsel zu begründen und zu befördern und trugen so zur Herausbildung des spanischen Nationalstaates bei.

Bei Konstantin waren es die Krieger selbst, die unter dem Christuszeichen kämpften, die sich das Kreuz symbolisch auf ihren Schilden angebracht und sich damit dessen Kraft angeeignet hatten. Sie trugen so gezeichnet zu dem legendären Sieg über den weitaus stärkeren Gegner bei. Auf eine derlei vermittelnde und vermittelte Wunderkraft hoffen auch die Jakobspilger, wenn die sich dem Heiligen nähern, seine Reliquie berühren, sich unter sein Zeichen stellen.

Anders als die traditionellen Symbole des christlichen Abendlandes sind die neuen globalen Schlüsselsymbole an der Wende vom zwanzigsten zum einundzwanzigsten Jahrhunderts rein weltlich. So jedenfalls scheint es auf den ersten Blick: Der Schriftzug von Coca Cola, das den Augen von Donald Duck nachgestaltete große „M“ von MacDonald und der Mercedesstern stehen für eine Marke. Dies gilt auch für das Swoosh-Zeichen des amerikanischen Sportartikelherstellers Nike, mit dessen Entstehung ein eigene Geschichte verbunden ist. Es handelt sich hier um ein

„Logo, das immer mal leicht verändert wurde, und das

dem Godfather der Company anfangs nicht zugesagt hat ‚Nun ja, es gefällt mir nicht, aber das kann ja kommen‘, maulte Knight, als ihm die Graphikerin Carolyn Davidson 1972 den ersten Swoosh vorlegte. 35 Dollar verlangte die Dame dafür. Einen Preis, den Knight noch herunterhandeln wollte. Sein Swoosh gefiel ihm nicht. Das hat sich geändert, und wie.“ (Kistner/Weinreich 1998, 226f.).

Vielleicht ist die Geschichte von der Entstehung des Swoosh keine Legende; aber einem Märchen aus dem Reich von Konsum und Kapitalismus gleicht jener Bericht schon, mit der Robert Goldman und Stephen Papson (1998) in ihrem Buch zur „Nike Culture“ die Karriere dieses Markenzeichens skizzieren.

„We live in a cultural economy of signs and Nike’s swoosh is currently the most recognizable brand in that economy. Nike’s swoosh is a commercial symbol that has come to stand for athletic excellence, a spirit of determination, hip authenticity, and playful self-awareness. While the logo carries the weight of a currency, Nike’s „Just do it“ slogan has become part of the language of everyday life. Indeed, the Nike ‚s swoosh is so firmly lodged in the public consciousness that Nike no longer necessarily includes its name in its ads or its billboards. The shoe vanished from Nike TV some time ago. Then in the mid 1990s the Nike name has also quietly disappeared, leaving only the swoosh logo to mark the ads. Nike signs its ads with only that icon, so confident they are that the swoosh can be interpreted minus any accompanying text (Goldman/Papson 1998, 1).<sup>4</sup>

Betrachtet man dieses Unternehmen näher, zeigt sich, wie stark man sich dort bei der Schaffung einer Corporate Identity pseudoreligiöser Formen bedient.

### **1.1. Die Selbstpräsentation von Nike: der Swoosh, der Chef, die Angestellten und die Stars**

Den Bereich der traditionellen Symbole und der neuen Kommerzsymbole scheinen auf den ersten Blick nichts zu verbinden. Bei näherem Hinsehen zeigen sich jedoch erstaunliche Ähnlichkeiten in Funktion und Gebrauch dieser kulturellen Symbole. Schon die Selbstpräsentation der Firma Nike, die ihres Personals, ihrer Gebäude, ihrer Werbung tragen pseudoreligiöse Züge. Zudem schuldet vor allem die Präsentation der im Namen dieser Firma tätigen und von ihr bezahlten Sportheroen erstaunlich viele Grundelemente den mittelalterlichen Formen und Praktiken von Legendenbildung und Heiligenverehrung.

Nicht nur mit der Wahl des Firmennamens knüpft die Firma an antike und religiöse Motive an:

„Auf dem »World Campus« in Beaverton, einem Vorort von Portland, wurden ein Dutzend Gebäude wie Tempel um einen künstlichen See gruppiert. Jeder Schrein, in dem fleißige Menschen unermüdlich für den Ruhm für den Ruhm des Ganzen ackern, ist einer der Nike-Ikonen gewidmet. Knight liebt diese klobige Symbolik, darauf baut er sein nach der griechischen Siegesgöttin benanntes Reich“ (Kistner/Weinreich 1998, 226).

Die pseudoreligiöse Ausrichtung prägt als Faktor der Corporate Identity auch das soziale Verhalten der Angestellten mit eigenen Riten, und das Firmensymbol ist allgegenwärtig :

„In den Nike towns, den Verkaufs- und Sakralbauten, in denen sich die Mitarbeiter wie in New York des morgens vor der Ladenöffnung gern zum beschwörenden Kreis versammeln und die es demnächst auch in Europa (London, Berlin) geben soll, in diesen Konsumpalästen sind sogar die Griffe der Klotüren dem Swoosh nachempfunden“ (ebd.).

Zentraler Bestandteil des Nike-Systems<sup>5</sup> sind die teuer bezahlten PR-Dienste der Rekordler und Idole jener Sportarten, für die Nike Sportausrüstungen verkauft.

Daß die brasilianische Fußballnationalmannschaft auf ihrem Trikot und ihren Schuhen den Swoosh trägt, hängt, wie schon erwähnt, mit dem 1996 geschlossenen Vertrag zwischen dem brasilianischen Fußballverband und Nike zusammen. Die Firma hatte lebhaftes Interesse an Ronaldo, dem jungen Wunder und Zauberfußballer als bestem Werbeträger in Sachen Fußball gewonnen. Zusammen mit anderen Spitzensportlern repräsentiert Ronaldo wie ein Heiliger die „Nike-Weltanschauung“, und „Nike-Philosophie“. Das überaus informative und lesenswerte Buch „Das Milliardenpiel. Fußball, Geld und Medien“ von Thomas Kistner und Jens Weinreich schildert in dem Kapitel „Die Fußsoldaten. Nike und sein Fußball-Feldzug“, wie Nike die Formen seiner Präsentation und Repräsentation an religiös-kirchlichen Vorbildern orientiert: „Hereinspaziert ins Wunderland des Sports. In Halle 7 der Münchener ISPO werden Illusionen verkauft. Der größte Sportartikelhersteller der Welt, die Nike Incorporation hat einen Traumtempel errichtet. Ewiger Jubel klingt heraus. [...] Hinter Gazevorhängen lauern zunächst einmal nur Pappkameraden. Fünf Heilige vom Dienst, sorgfältig erwählt und mit messianischem Eifer zu Megastars geformt. Eine Marketingmaschine überschüttet die Mensch-

heit mit radikaler Werbung, bei der Emotionen und nicht mehr Produkte im Vordergrund stehen. Tennisroboter Pete »perfect« Sampras, die ewige Nummer eins der Welt-rangliste. Wunderknabe Eldridge »Tiger« Woods, jüngster Golf-Masters-Sieger aller Zeiten. Seine Hoheit Michael »Air« Jordan von den Chicago Bulls, der reichste Sportler der Welt. Nur bei Michael Johnson, der die Stadionrunde zwar überaus erfolgreich in goldenen Spikes herunterstampft, den aber trotzdem kaum jemand kennt, hinkt die Vermarktung noch ein wenig. Doch der fünfte Unterhaltungsbuddha im Pavillon, ein glatzköpfiger brasilianischer Jüngling, befindet sich auf allerbestem Weg.

Ronaldo Luiz Nazario de Lima, gerade 21 Jahre alt, schießt Tore am laufenden Band, darf sich schon Weltmeister nennen (obwohl der damals 17jährige 1994 in den USA nie eingesetzt worden ist) und wurde bereits zweimal zum Weltfußballer des Jahres gekürt.

Ronaldos gelb-grünes Nationaltrikot ruht im Zentrum der Halle, in einem Schrein unter einer monströsen Lupe, durch die der Besucher jede Faser des kostbaren Leibchens erkennen kann. Auf dem Bildschirm davor läuft eine Dauerschleife mit dem passend gestrickten Trailer.“ (Kistner/Weinreich 1998, 218)

## 1.2. Ein magischer Zirkel: Fußball, Fernsehen, Presse

Die Formen der Legendenbildung haben sich vervielfacht und auf mehrere Ebenen verteilt: Die Schaffung des Fußballhelden erfolgt, darauf hat Jolles hingewiesen (s.o.), durch die Sportberichterstattung in Presse und Radio, vor allem aber im Fernsehen, das im Fußball seinen Live-Gegenstand schlechthin gefunden hat. Die Sender überbieten sich auf dem heiß umkämpften Markt der Übertragungsrechte:

Die Konkurrenz um die Ausstrahlungsrechte hat die Preise derart in die Höhe getrieben, daß kein Sender sie durch die Fußballübertragungen mehr einspielen kann. Fußball wird im Fernsehen als Luxus vorgezeigt, den sich der Sender leistet. Er soll als subventioniertes Sonderangebot die Kunden anlocken. [...] Fernsehübertragungen aus dem Fußballstadion sind deshalb die teuersten Medieninvestitionen überhaupt. (Schümer 1998, 142f.)

Die Fußballberichterstattung wird dabei fortlaufend differenziert und bietet immer neue Perspektiven und Einsichten – schon denkt man an die Kamera im Ball – und immer mehr eingeblendete Statistiken schaffen hinter dem sichtbaren Ablauf des Spiels ein zusätzliches Er-

eignis (James 1989; Schümer 1998) und bei der WM in Frankreich fand auf den Bildschirmen der Fernsehgeräte der fließende Übergang der Live-Bilder in digitalisierte Simulationen von Spielszenen statt:

Eine Fußballaufbereitung im Fernsehen bedeutet den Triumph der Technik. Nicht mehr die Reporter sprechen das entscheidende Wort, sondern die Geräte: Sind die Athleten auch schnell und trickreich, fliegt der Ball auch überraschend, herrscht auf dem Platz auch eine Kakophonie, bewegen sich die Spieler auch richtungslos – die Kameras, Zooms, Grafiken, Tabellen, Mikrofone haben alles unter Kontrolle. (Schümer 1998, 131)

Seit Murdoch den Frauensender TM3 zur Verbesserung der Einschaltquoten die Übertragungsrechte der Champions-League kaufen ließ, findet Fußball in manchen Wochen täglich auf dem Bildschirm statt.<sup>6</sup> Obwohl erste Vermutungen der Übersättigung geäußert werden, ist ein Ende der Fußballflut im Fernsehen um so weniger absehbar als in einem Prozeß gigantischer Selbstreferenz (Schümer 1998, 136ff) „der Betrieb [...] sich selbst“ beobachtet: Manche Fußballveteranen werden in den Clubs immer wieder umgewälzt, sie treten als Co-Kommentatoren, als Analysten in der Vor- und Nachberichterstattung auf, spielen in Veteranenmannschaften publicityträchtig für gute Zwecke:

Der Fußball hat, seit seine Gewinnerschöpfung privatisiert wurde, als erstes, aber gewiß nicht als letztes Segment unserer Kultur den Schritt von der ernstesten öffentlichen Angelegenheit zur selbstreferentiellen Unterhaltung vollzogen. Wie in einer Vorabendserie gibt es beim Fußball kein Draußen mehr. Alle dienen mit derselben affirmativen Grundhaltung demselben zweckfreien Zweck. (Schümer 1998, 140)

Die Presse bereitet das gezeigte Geschehen vor und nach, macht es zum Gegenstand der Kommentare von Individuen, und zitiert nicht selten in einem weiteren Salto der Selbstreferenz auszugswise andere Presseorgane. Die Fachpresse strickt als Tages- oder Wochenzeitung weiter an dem Geschehen und rückt in vertiefenden Geschichten die Spieler in den Mittelpunkt, über deren Vita dann noch Bilder und Bildchen formal ähnlich informieren, wie dies die traditionellen Heiligenbildchen getan haben. Zwar werden dabei viele gerufen, doch wenige dann wirklich auserwählt und mit den höheren Weihen des Nationalspielers ausgezeichnet. Und selbst dort gibt es gewaltige in Gehalts-, Prämien- und Transfergeldern aus-

gedrückte Statusunterschiede. Ein differenziertes System von Auszeichnungen und Bewertung schafft Bekanntheit und Anerkennung und verbindet hohes symbolisches mit hohem ökonomischen Kapital: Die Leistungen der Einzelnen werden von Spiel zu Spiel mit Schulnoten bewertet; es gibt Mannschaften der Woche, Spieler der Woche, das Tor des Monats; es gibt die jährliche Wahl zum Spieler der Kontinente und schließlich die zum Weltfußballer; die Wahl der Sportler und der Mannschaften des Jahres bietet Gelegenheit zur Inszenierung einer eigenen Show.

Gunter Gebauer hat eindringlich analysiert, wie in diesem Verbund der medialen Berichterstattung Idole geschaffen werden, und er unterstreicht die Rolle der sprachlichen Vermittlung:

Die künstliche Erzeugung von Idolen durch die Sprache gehört zu deren normalem Funktionieren. Sportidole erhalten, wie die anderen Idole, ihr Leben aus und in Texten: allein dadurch, daß sie in „Geschichten“, erzählten, geschriebenen, gefilmten, übertragenen Wirklichkeiten mit einer eigenen Ordnung vorkommen, und von diesen geformt werden, gewinnen sie eine besondere Existenzweise, die nur den Idolen eigen ist. Als textliche Produkte sind sie mehr als die empirischen Sportler-Personen; was das Idol ausmacht, geht über die Beobachtung hinaus. Die wahrgenommene Idol-Person transportiert zusammen mit ihrer Maske gleichsam ihre Biographie mit sich. (Gebauer 1988a, 133)

Gebauer faßt die neuen Formen der Berichterstattung als zusehends professionalisiertes Erzählen, das für die soziale Konstitution und Bestätigung des Charismas von Sportidolen unabdingbar ist.

Professionelles Erzählen verlangt regelmäßige und häufige Wiederkehr charismatischer Ereignisse und lange Dauer des Charismas bei dessen Trägern. Unter dem Einfluß der Medien tendiert charismatische Herrschaft von Idolen zu „Dauergebilden“; ihre Labilität, die freilich ihre genuine Form ausmacht, muß einer Versachlichungsstrategie unterworfen werden. Das Gesamte Hochleistungssport-System wird so organisiert, daß, in Weberscher Sprechweise, eine Fülle von „Ämtern“ geschaffen wird („Herbstmeister“, „Rekordhalter auf der 25-Meter-Bahn“, „Pokal Verteidiger“); die charismatische Qualität wird nicht „an eine Person als solche, sondern an den Inhaber eines Amtes... geknüpft“. Aber dieses „Hineinströmen des Charismas in den Alltag, seine Umwandlung in Dauergebilde, (bedeutet) die tiefgreifende Umgestaltung seines Wesens und seiner Wirkungsart. Gebauer 1988a, 140f)

Die Transformation eines unbekanntes Individuums in ein Sportidol und in Sporthelden durch die Erzählung ähnelt der des Individuums in eine(n) Heilige(n) durch die Legende:

„Nicht viel anders als die Heiligen der kirchlichen Legenden haben die Sporthelden eine Aura. Menschen wie du und ich, werden nach einem unscheinbaren Leben während der frühen Kindheit mit ihrer ersten Wunderthat hochgewirbelt in den Stand des Heiligseins [...]. Ihr eigentliches, wirkliches Leben beginnt mit der Legende: Im Medium der Erzählung blühen ihrer Taten auf, wachsen in den Himmel und fordern zur Nachahmung heraus. Das Medium transformiert das Leben der Heiligen in eine Folge von Wundern, erhöht ihre Freunde und Wegbereiter, verleiht den von ihnen getragenen Kleidungsstücken reliquienhafte Würde.“ (zitiert nach: Kistner/Weinreich 1998, 232f)

### **1.3. Fußballheld und Fan: Nahe Weite und ferne Nähe**

Die Entfernung zwischen Zuschauern und ihren Helden wird durch das mit der Satellitentechnologie global agierende Fernsehen zwar verringert – man kann sie in allen Kontinenten live agieren sehen – doch bleibt zwischen dem in die Wohnstube gebrachten Geschehen und dem Zuschauer eine beträchtliche Distanz. Dies gilt auch für die Stadien, wo die Zuschauer durch Zäune oder Gräben auf Distanz zu den Akteuren gehalten werden. Es wird alles getan, um zu verhindern, daß die Fans auf den Platz strömen. Geschieht dies dennoch, herrscht der Ausnahmezustand, positiv beim Siegesjubiläum, negativ bei Ausschreitungen. Vor diesem Hintergrund funktionieren das Rennen in die Fankurve nach einem Tor oder Sieg, das Abklatschen der durch den Zaun gereckten Zuschauerhände, der Wurf von Trikots oder Fußballschuhen in die Menge als Gesten einer Annäherung, deren Ausnahmecharakter den Wert dieses symbolischen Aktes steigert. Das von einem Spieler beim grandiosen Sieg über die Mannschaft überlassene Trikot, das noch den Schweiß des Helden trägt, hat in der Tat den Charakter einer Reliquie und gewinnt dabei einen kapitalisierbaren Wert, der den Kaufpreis des Gegenstandes leicht um ein Vielfaches übersteigt. Die von Spielern signierten Bälle, Bilder und Kleidungsstücke haben ebenfalls den Status authentischer Reliquien, welche die dauerhafte Distanz zwischen Spieler und Fan symbolisch überwinden. Hier kann das Element der Authentizität, des Echten, Wahren und Originalen

seine magische Funktion entwickeln und ein kleines Stück der Heroen in den Alltag ihrer Bewunderer bringen. Wie die Devotionalien bei der Heiligenverehrung und Pilgeri als Massengut einen eigenen gewinnträchtigen Markt haben, für den eifrig produziert wird, haben die Fanartikel ihre eigenen Produktionsstätten und ihren gewinnträchtigen Markt.<sup>7</sup> „Bei Zitterpartien sind die Fans mit Schnuller und Schal gut bedient. Die Eintracht läßt ihre Anhänger in (fast) keiner Lebenslage im Stich – das Geschäft mit Fan-Artikeln blüht“ vermeldete die Frankfurter Rundschau am 14. April 1999 in ihrem Lokalteil. Die entsprechenden Kataloge der Vereine und der Vermarkter gleichen denen großer Versandhäuser: Die angebotenen Produkte können den Fan in allen Altersstufen und Lebenslagen rund um die Uhr begleiten. Für alles und jedes gibt es ein Produkt mit den Emblemen der Vereine. Wie die mittelalterlichen Pilger in die Pelerinen<sup>8</sup> hüllen sich die Fans in die Fahnen ihrer Vereine, tragen Jacken, Mützen und Schals mit den Emblemen ihrer Vereine und vor allem auch die Trikots mit Rückennummern und Namen und manchmal sogar den Autogrammen der Spieler. Für ihre Einkleidung und das Outfit investieren Fans und Sporttreibende immense Summen, denn viele meinen, mit dem richtigen Design könne man das richtige Bewußtsein ausdrücken. Und die Merchandisingindustrie tut alles, daß dem, wo nicht von der Wiege, so doch von der Schule an entsprochen werden kann.

#### **1.4. Pseudoreligiöse Formen der Inkorporation von Fußball**

Die Imitatio der Sportheroen und der Spitzenmannschaften führt zur gezielten Einkleidung der Körper (Adkorporation) und trägt zur Inkorporation spezifischer Habitus bei: Gesten des Jubelns, des Abklatschens, Bewegungsabläufe versucht man mehr oder weniger erfolgreich nachzuahmen. Kaum trägt ein Fußballheld wie Ronaldo seine Glatze erfolgreich zur Schau, fallen manche Haare, andere lassen sie in Nachahmung eines anderen Fußballers blond färben oder tragen wie Maradonna einen Diamanten im Ohr (Bromberger 1989, 138). Wesentlich dauerhafter sind Tätowierungen von Vereins- oder Firmenlogos: Phil Knight, der wie ein absolutistischer Sektenführer sein Unternehmen leitet, hat es nicht nur seinen Angestellten vorgemacht und sich den Swoosh „auf den linken Knöchel tätowieren lassen“ (Kistner/Weinreich 1998, 226), auch Sportler, die unter diesem Zeichen siegen oder siegen wollen, taten es ihm nach um zu zeigen, in welch hohem

Maß sie sich mit ihrem Ausrüster identifizieren (Goldman/Papson 1998, 1).

Nicht nur die Strukturen und ritualisierten Verhaltensweisen der Firma gleichen denen einer religiösen Sekte, sondern auch der Gehorsam der Angestellten: „Der Binnenstruktur einer Sekte vergleichbar folgten [sie] ihrem Chef, der wiederum stets beteuert, niemanden aufgefordert zu haben, ihm zu folgen“ (Kistner/Weinreich 1998, 226).

Die Fans haben ihre eigenen, an religiösen Riten orientierten oder sie parodierenden Verhaltensweisen: Wie zum Gebet erweisen die Sitzplatzzinhaber durch zwischenzeitliches Aufstehen ihrer Mannschaft die Referenz und drücken ihre Identität mit Verein und Mannschaft aus. Gleiches tun Fahnen, Banner, Schals, Freudenfeuer, Schlachtengesänge und Kriegsrufe sowie riesige, über die Zuschauerränge gerollte Tücher mit den Vereinseemblemen. Beim Einzug der Mannschaften ergießt sich ein Konfettiregen und ein Gewimmel von Papierrollen über die Ränge. Die bei der WM in Mexiko weltweit gezeigte La Ola-Welle bildet eine gigantische Menschenkinetik, gezielt gehaltene Bänder und Kartons formen Graphiken in den Farben der Heimmannschaft. Mancher Fan baut seinen Fußballheiligen zuhause eine Ikonostas, mit schreinartig aufgebauten Bildern; die Poster der Stars schmücken die Wände vieler Zimmer wie Heiligenbilder Kapellen und Kirchen; die Bilder der Helden werden wie die der Heiligen in den Straßen gezeigt, und immer wieder gibt es Montagen, die Fußballer als Heilande zeigen. Neben Praktiken bei Spielern, Trainern und Fans, die magischen Handlungen ähneln, kommt es vornehmlich in mediterranen-katholischen Ländern zur Vermischung von Religion und Fußball: Der FC Barcelona hat auf dem Montserrat, dem katalanischen Nationalheiligtum ganz nahe bei der schwarzen Madonna, der Nationalheiligen, eine eigene Kapelle, wo Mannschaft und Fans für den Sieg beten und Trophäen wie Fanartikel als Devotionalien hinterlegen. In Marseille beten die Fans in Notre-Dame de la Garde für den Sieg ihrer Mannschaften (Bromberger 1989a, 120); dort kennt man auch Bittgebete in Gedichtform (ebd., 369f.). Als Maradonna den FC Neapel zum Gewinn der nationalen Meisterschaft geführt hatte, errichteten Fans zu seinem Ruhm einen Altar (ebd. 341) und auf ihren Vereinsfahnen schwebte in übergroßer Dimension der Stadtheilige San Gennaro über der Bucht von Neapel, dem man auf diese Weise für den außerordentlichen Sieg Dank für seine Mithilfe beim Fußballwunder zollte (ebd. 336).

Christian Bromberger, der diese Praktiken eingehend beschrieben und analysiert hat, warnt zu Recht vor einer vorschnellen Gleichsetzung der mit dem Fußball verbundenen Riten mit religiösen Riten und Praktiken und sieht hier ein Patchwork unterschiedlicher Elemente, die zudem häufig ironisierend gebraucht werden :

Die rituellen Verhaltensweisen bilden eher ein schillernes Patchwork, das aus disparaten, den verschiedensten magisch-religiösen Welten entnommenen Elementen gebildet wird, aus synkretistischen Neuauslegungen übernommener Formen (Gesänge, Pokale, Weihegesten), um ihnen, oft spielerisch, einen neuen Sinn zu verleihen.... Wenn man auch das Fußballspiel wie eine Zeremonie mit kodifizierten Handlungen analysieren kann, die von offiziellen Vertretern und ihren Helden ausgeführt werden, so gibt es doch keinen Codex mythischer oder symbolischer Interpretationen, der explizit den Sinn jeder dieser Handlungen und der Emotionen entspricht, die sie auslösen (Übers. W.S.).<sup>9</sup>

### **1.5. Ikonographische Traditionen**

Die Funktion der Ausrüstung der mittelalterlichen Pilger hatte ein reduziertes Inventar von recht gleichförmigen Bekleidungsstücken hervorgebracht, dem das der aktuellen Fans ähnelt. Umhang und Mütze gehören dazu: Den zusätzlichen Zeichen, mit denen man für alle sichtbar die Zugehörigkeit zu einer spezifischen Gruppe ausdrückt, schaffen sie einen begrenzten Raum, und der vorne hochgeklappte Rand des Schlapphutes bot dem Abzeichnen einen exponierten, gut sichtbaren Platz.

In den achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts wurde der in den späten fünfziger und frühen sechzigern schon einmal beliebte Typ der „Cangol-Mütze“ wieder Mode, und wie bei der ebenfalls zu jener Zeit in Europa verstärkt verbreiteten Baseball-Mütze setzte sich die Angewohnheit durch, das Mützenschild hinten zu tragen. Bei der Cangolmütze rutschten dadurch die hinten angebrachten Firmenlogos nach vorn, von wo aus ihr Umriß dem der traditionellen Baskenmütze ähnelte.<sup>10</sup> Gerade die Sportheroen von Nike konnten so den Swoosh vorne, über ihrer Stirn zur Schau stellen.

### **2. Fußball als kultureller, sozialer und politischer Faktor – Das Endspiel um die Fußballweltmeisterschaft (Zwölfter Juli 1998)**

Frankreich war 1998 Veranstalter der Fußballweltmeisterschaft und hatte erstmals seine Fußballnationalmann-

schaft ins Endspiel gebracht. Der Weg dorthin war vor allem für den Trainer der Mannschaft dornenreich, denn nach einigen wenig glücklichen Vorbereitungsspielen hatte „l'Equipe“, die große französische Sporttageszeitung, ihn heftig und hart kritisiert. Zwei Jahre zuvor hatte der Rechtspopulist Le Pen anlässlich der in England ausgetragenen Europameisterschaft die französischen Mannschaft mit nationalistischer und rassistischer Kritik überzogen; sie erschien ihm angesichts der alles andere als französischen Namen und nicht weißen Hautfarbe einiger Spieler als zusammengewürfelte „Multikulti-Truppe“. Das sollte sich zwei Jahre später gründlich ändern, denn allein schon die Tatsache, daß Frankreich im Sommer 1998 das Endspiel erreicht hatte, war ein aus französischer Sicht eher erhoffter als für realistisch erachteter Erfolg. Die Brasilianer waren trotz aller Chancen, die man sich in Frankreich ausrechnete, haushoher Favorit. Hätten sie gewonnen, wäre auch in Frankreich niemand erstaunt oder gar böse gewesen. Die allgemeine Freude um den Sieg war umso größer, als dieser mit 3:0 mit einer nicht für möglich gehaltenen Deutlichkeit ausfiel.<sup>11</sup>

### **2.1. Gesellschaftliche und politische Folgen eines Fußballsieges**

Die Teilnahme der französischen Fußballmannschaft am Endspiel der Fußballweltmeisterschaft war nicht nur eine „Belohnung“ für das Land, das die Fußballweltmeisterschaft von 1998 vorbereitet und durchgeführt hatte, sie ließ nicht nur die Folgen der Ausschreitungen deutscher Hooligans in den Hintergrund treten, die in Lens einen französischen Polizeibeamten ins Koma geprügelt und getreten hatten. Vielmehr wirkte sie tief in die französische Gesellschaft hinein: Symbolisch und für alle Fernsehzuschauer unübersehbar saßen Ministerpräsident Jospin und Staatspräsident Chirac auf der Tribüne und trugen in Fortsetzung der Spielernummerierung ihrer Mannschaft deren Trikots sowie – ganz als echte Fans – auch die Schals der französischen Nationalmannschaft. Die Feiern des unerwartet deutlichen Siegs vom 12.7.1998 wurden am 14. Juli in den Nationalfeiertag verlängert. So meldete Reuters an diesem Tag im Internet, daß die Mitglieder der Nationalmannschaft und ihr Trainer zu Mitgliedern der Ehrenlegion gemacht und dies Ende Juli im Journal Officiel – der Entsprechung zum Deutschen Bundesgesetzblatt – veröffentlicht werde:

PARIS, den 14. Juli, Reuters: Die Blauen (= die Mitglieder der frz. Nationalmannschaft) werden mit der Aufnahme

in die Ehrenlegion geehrt werden. - Der Staatspräsident Jacques Chirac hat am Dienstag den Spielern der Französischen Nationalmannschaft angekündigt, daß er sie zu Mitgliedern der Ehrenlegion ernennen werde; das teilte die Pressestelle des Elysee-Palastes mit. Die Verwaltung der Ehrenlegion hatte am Montag die Ehrung von Aime Jacquet, dem Trainer der französischen Nationalmannschaft, angekündigt, der auch zum Ritter der Ehrenlegion ernannt worden war. Dies werde Ende Juli im Journal Officiel veröffentlicht. Wie der Pressedienst weiter mitteilte, werden die Spieler der Nationalmannschaft die Orden etwas später von Staatspräsidenten erhalten (Übers. W.S.).<sup>12</sup>

Über diese innerstaatlich-offiziellen Ehrungen und Anerkennungen hinaus, die das symbolische Kapital der Mannschaft und ihrer Spieler erhöhten, erfuhr die französische Fußballnationalmannschaft eine erhebliche internationale Aufwertung. Diese fiel umso größer aus, als man sich nun – endlich, mögen sich viele in Frankreich gesagt haben – vor den deutschen Nachbarn in der Rangliste des internationalen Fußballs setzen konnte. So meldete AP aus Zürich:

Wie der internationale Fußballverband am Mittwoch mitteilt, ist Frankreich durch seinen Sieg bei der Fußballweltmeisterschaft in der FIFA-Rangliste vom 17. auf den 2. Platz vorgerückt. Trotz seiner Niederlage bleibt Brasilien seit 52 Monaten ununterbrochen an der Tabellenspitze. Nach seinem Ausscheiden im Viertelfinale fällt Deutschland auf den dritten Platz zurück, während Kroatien, die Überraschungsmannschaft der WM, einen Sprung vom 14. auf den 4. Platz macht. Die Niederlande machen als WM-Vierte ebenfalls einen Fortschritt und steigen vom 25. auf den 8. Platz, punktgleich mit Italien, auf (Übers. W.S.).<sup>13</sup>

Dieser Prestige-Gewinn zahlte sich aber auch wirtschaftlich aus. Mit dem symbolischen mehrte sich auch das ökonomische Kapital des französischen Fußballs. So berichtet die FR in ihrem Wirtschaftsteil vom 7.6.1999 unter der Überschrift

„Der Fußball-Weltmeister spielt jetzt auch finanziell in der ersten Division. Titel-Gewinn ,98 hat Geldgeber in Frankreich von der Reservebank geholt. Immer mehr Unternehmen beteiligen sich an Klubs.“ (FR 7.8.1999, 15) in einem ausführlichen Artikel über die finanziellen Verbesserungen, die der Sieg bei der WM mit sich brachte. Der Gewinn der Fußballweltmeisterschaft hatte darüber hinaus auch für die innenpolitische Situation eine unü-

bersehbare Bedeutung. Die Berichte über die Feiern in Marseille machen dies besonders deutlich, weil in der dortigen Situation ethnischer Vielfalt der Fußball Grenzen überwindet und vor allem auch ein Mittel in der Auseinandersetzung mit den dort stark vertretenen Rechtsextremisten des Front National ist. Bernard Tapie, der Unternehmer und zwischenzeitliche Vorstand von Adidas, war als Kandidat der Sozialisten dem erstarkenden FN entgegengetreten, und unter seiner Vereinspräsidentschaft hatte Olympique Marseille den Europapokal der Landesmeister gewonnen. Da es angesichts unlauterer Machenschaften zum Zwangsabstieg von OM und dann zum Wiederaufstieg in die erste französische Liga kam, wurde der Weltmeistertitel in Marseille mit besonderer Intensität als Sieg des multikulturellen Geistes Frankreichs gefeiert. Es kam zu vorher nicht gekannten Verbrüderungen, bei der die Vertreter sämtlicher Ethnien zeigten, daß sie alle Franzosen sind. Folgender Ausschnitt aus der Sportseite der „Humanité“ vom 15.7.1998 belegt dies:

Das multikulturelle Genie Frankreichs

In Marseille ließ die Stimmung auch nicht um einen Viertelton nach. Weil es am Sonntag keine französische Fahnen mehr gab, haben sich die Leute selbst welche genäht. Es war ein einziges Aufbrausen. Sobald der Sieg feststand, umarmten sich alle, alle Schranken fielen, es war eine einzige riesige Verbrüderung. Und weil wir Chauvinisten sind, haben wir geschrien; Marseille hat gewonnen. Das Publikum ist der zwölfte Mann der Mannschaft, derjenige, der antreibt. Wir haben mit aller Macht versucht, Desailly nach dessen Platzverweis zu ersetzen. Sie zeigen, wie sehr sie ihrem Land verbunden sind. Dieser Sieg zeigt Le Pen einen großen Stinkefinger. Vor kurzem noch hat der Front National sein Fest in der Provence gefeiert. Eine Person mit italienischem Akzent beklagt sich, daß es sich nicht um eine richtig französische Mannschaft handele. Seit einiger Zeit zeigt der FN auf seinen Kundgebungen die provenzalische Fahne. Er will uns auch unsere Kultur stehlen. Aber jetzt gibt es einen Sieg Frankreichs, wie man ihn sich nur erträumen kann, mit einer Fahne, die man zurückerobert. Und dann fällt das noch mit dem Nationalfeiertag zusammen. Ein wahrhaftiges Symbol. Das ist der Gipfel! Der multikulturelle Geist Frankreichs hat über alle Vorurteile gesiegt. Wenn man gewinnt, werden die Probleme leichter. Du hast mehr Energie, sie anzupacken und zu lösen. Du hast einen Grund, glücklich zu sein. Das ist winzig, aber unersetzlich (Übers. W.S.).<sup>14</sup>

## 2.2. Die Inszenierung der Helden

Aber all dies wäre undenkbar ohne die Spielerstars, die nicht nur für sich, ihre Mannschaft, ihren Verein, ihre Stadt, ihren Verband und ihr Land, sondern immer auch – und vielleicht auch manchmal zuallererst – für Produkte werben. Im eigenen Interesse, weil so reichlich zusätzliche Gelder in ihre wahrlich nicht gerade leeren Kassen fließen, aber zugleich auch im Interesse der Firmen, die vom Image der gekauften Idole profitieren. Es kommt dabei zu einem gut abgestimmten magischen Dreieck: „Sport, Fernsehen und Kommerz spielen sich die Bälle zu. In den Vereinen übernehmen immer häufiger wirtschaftliche Interessen die Spielmacherrolle,“ vermeldet die FR (7.8.1999, 15) in ihrem Wirtschaftsteil.<sup>15</sup>

Im Blickpunkt des Endspiels von 1998 standen zwei Spieler: Auf der brasilianischen Seite: der weitgereiste Wunderfußballer Ronaldo; er war schon vor Beginn des WM-Turniers als dessen unbestreitbarer Star gehandelt worden. Auf der französischen Seite Zinedine Zidane; ihm ging der Ruf voran, bei allen spielerischen Qualitäten noch keinen internationalen Titel gewonnen zu haben; die italienische Sportpresse handelte ihn als „schwarze Katze“, die bekanntlich Unglück bringt. Mit seinen beiden Toren wurde der Spielmacher zum Matchwinner und zum Hauptstar der WM 1998.

### 2.2.1. Der angeschlagene und geschlagene Ronaldo

Die Medien stilisieren Sportler zu Idolen und Helden, denen die Fans wie Heiligen ihre Bewunderung und Verehrung entgegenbringen und die sie nachahmen. Wer einen Star für seine Marke verpflichten kann, der darf auf Image- und gewinnträchtige Mitnahmeeffekte hoffen, wie dies in der Bindung von Ronaldo an Nike der Fall ist:

„Ronaldo wirkte in Eindhoven – der PSV wird inzwischen von Nike ausgestattet. Ronaldo verzauberte Barcelona – der CF geht eine Ehe mit Nike ein. Ronaldo kickt in Mailand – Nike bemüht sich massiv um Inter, eine italienische Bastion. Es scheint als schicke die Company ihren Dressman gezielt durch die Welt. Zum Hemdenwechseln. In nur einem Jahr in Barcelona betrug der Anteil der Barca-Fanartikel, die mit Ronaldo verbunden waren, 57 Prozent. Im Sog Ronaldos versammelt Nike eine Mannschaft nach der anderen unter dem Swoosh und baut parallel dazu die Vertriebszentren für Fußballeinrichtungen aus.“ (Kistner Weinreich 1998, 232f).

Für die Brasilianer stand das Endspiel im neu errichteten Stade de France in St. Denis unter einem ungünstigen

Stern, stellte sich doch die Frage, ob der kranke Ronaldo überhaupt spielen könne<sup>16</sup>, und immer wieder kommen auch ein Jahr später noch Gerüchte auf, er sei überhaupt erst auf Druck von Nike im Endspiel von St. Denis eingesetzt worden. Doch zeigte sich, daß er auch nach der Niederlage nur wenig von seinem einträglichen Glanz verloren hatte. Zum „Retter Brasiliens“ hatte er sich am 12.7.98 mit seinen wenig spektakulären Leistungen und ohne auch nur ein einziges erzieltes Tor nicht auf werfen können. Derlei rundum geglückte Leistung blieb Zinedine Zidane vorbehalten.

### 2.2.2. Der (endlich) erfolgreiche Zidane

Die Geschichte des Sohnes von kabyllischen Einwanderern, der in Marseille im Castellane-Viertel das Licht der Welt erblickt, dort aufwächst, Fußball spielen lernt, die Geschichte jenes Zinedine Zidane<sup>17</sup>, der zum Sohn Mar-

## Der Millionen-Kick

Wie Adidas bei der Fußball-WM über Nike triumphierte

Von LARS HAIDER

Hamburg – Die Euphorie ist noch wie vor groß in der Adidas-Strada Nummer eins. Hier, im kleinen Ort Herzogenmaurach, trägt man seit Montag morgen bei der Arbeit das blaue Trikot der französischen Nationalmannschaft. Und am Hauptbahnhof hängt ein riesiger 16 Meter großer Plakat mit der Aufschrift: „Zidane in France.“

In Frankreich feiert das ganze Land den Gewinn der Fußball-Weltmeisterschaft. In Herzogenmaurach feiert Adidas. „Das Endspiel“, sagt Firmensprecher Oliver Böttger, „war auch das Ende eines langen Wettbewerbs.“ Nach einem WM-Turnier, das der Chef des weltweit wichtigsten Konkurrenzrivalen Nike, Phil Knight, als „Krieg ohne Regeln“ erklärt hatte, wendeten sie sich jetzt bei Adidas alle dem wenigsten Wettbewerber zu. Schließlich habe man die Adidas der Amerikaner auf dem Fußballmarkt, auf dem Adidas einen Anteil von 20 Prozent, Nike aber nur zehn Prozent, erfolgreich abgewirkt.

Nicht nur, daß Frankreich, Anführer Zidane im Finale, Werbesparten Nike, 3:0 geschlagen hat. Der Konzern aus Deutschland wurde außerdem zum bestmännlichen WM-Sponsoren. Nike nutzten Fans

TV-Zuschauer sagten deutlich weniger als einen Finger der Fußballwelt, ergaben sich in der Bindung von Ronaldo an Nike der Fall ist:

100 Millionen Mark für France '98

Nach einer Umfrage von Emul und des Instituts für Sportpublizistik erzielte Nike im ersten Bekanntheitsgrad von 77 Prozent. Adidas kam dagegen schon nach den ersten zwei Wochen auf 30 Prozent. Die größte deutsche Werbegesellschaft BDO hatte zuvor bereits festgestellt, daß sich das WM-Engagement nur für Adidas gelohnt habe. Selbst durch TV-Spots, die die brasilianische Mannschaft mit Fußballspielern in einem Flugzeug, mit dem Brand zeigten, hatte Nike kein Profil zeigen können. „Die Spots“, sagt Lutz Meibohm von der WIFO-Buchler BrandLink, seien nicht orientierungsgewiss gewesen.

Diese Kritik kann Matthias Weinreich, Sprecher Nike Deutschland, nicht verstehen: „Die Ressourcen, die wir auf unsere Spots bekommen haben, war überaus gering“, sagt er dem Hamburger Abendblatt. Und überhaupt sei die WM „ein Riesenerfolg“ für das Unternehmen: „Wir haben uns auf dem Fußballmarkt deutlich positioniert.“

Jeweils sechs Mannschaften, die an der WM teilnahmen, haben die beiden Kontinentalen unterstützt. Jeder für sich rund 100 Millionen Mark für das WM-Engagement ausgegeben. Adidas Werbesparten sei die Kombination von Anzeigenwerbung und Fernsehspots mit einem hohen Wiedererkennungswert gewesen, sagt Rolf Scholz, Sponsoring-Experte der Sporthochschule Köln: „Das ist wichtiger



Das freut den Sponsor: Frankreichs Zinedine Zidane jubelt im Finale der Fußball-WM über einen seiner zwei Tore. Steht dabei das blaue Trikot bis zum Kinn hoch – so daß jeder jeder sehen kann, für wen er spielt.

als die Show um eine einzige Mannschaft.“ Im Mittelpunkt der Nike-Strategie hatte das brasilianische Team gestanden. Das Superartikelhersteller für zehn Jahre unter Vertrag hat Nike zahlte für 70 Millionen Mark – und noch einmal rund drei Millionen Mark pro Jahr für Südkorea. Die Entscheidung hat, sondern Zidane“, sagt Böttger.

Der Kampf um das Spiel der Spiele geht weiter. „Fußball ist der größte Sport des 20. Jahrhunderts“, sagt Phil Knight. Deshalb

### WM-Aktivitäten

Adidas stattete bei der WM 1998 in den USA zehn von 24 Teams aus, diesmal waren es sechs von 32. Frankreich, Deutschland, Argentinien, Jugoslawien, Brasilien und Spanien. Als offizieller Sponsor, hatte die Konzern sich alle Schiedsrichter und Helfer aus, hatte die Schiedsrichter in Paris betriebe Adidas den „Fußball Park“ am Trocadéro. Nike war Anwärter von folgenden sechs Mannschaften: Brasilien, Holland, Italien, Nigeria, USA, Südkorea. Die Amerikaner verwendeten das Pariser Hochhausverlet La Defense in ein gigantisches Präsentationsgebäude, die „Fokushalle“ des Fußball. Außerdem schickte Nike eine PR-Tour de France“ durch 70 Städte.

seilles wird, dessen Herz an der Stadt und an Olympique Marseille auch dann noch hängt, als er in anderen Städten (sogar einige Jahre bei den Girondins Bordeaux, den ewigen Erzrivalen von Marseille) Fußball spielt, diese Geschichte wurde auch außerhalb Frankreichs erzählt. So in der renommierten spanischen linksliberalen Tageszeitung „El Pais“, die in ihrer Ausgabe vom 13.7.1998 den Weg von Zidane zusammen faßte:

Als Fan von Olympique Marseille konnte er trotz seines frühen Ruhms nie in seiner Traummannschaft spielen. Er spielte für Cannes und wurde dann zu den Girondins Bordeaux transferiert, wo er in jener berühmten Saison hervorstach, in der diese französische Mannschaft über den UI-Cup ins Endspiel des UEFA-Pokals kam. Etwas Fremdartiges umgab diesen immer ruhigen Spieler, der im Strom des heutigen hyperaktiven Fußballs offensichtlich abseits stand. Cruyff hatte ihn Barcelona empfohlen, aber schließlich unterschrieb er bei Juventus. Er kam nach Italien in eine Umgebung, deren Mißtrauen der Antipathie entsprang, die der Calcio einem Spielertyp wie Zidane entgegenbringt: als wenig exzessiver Spieler ist er anscheinend langsam, wirkt lässig, bleibt ohne große Torausbeute. Aber seine Laufbahn war in Italien ohne Makel. Er hat mit Juve zwei nationale Meisterschaften gewonnen und konnte sich als einer der Spitzenspieler unserer Zeit verewigen. Sein fußballerischer Anschein trügt jedoch: er ist schneller als es aussieht, seine Einsatzbereitschaft steht außer Zweifel und seine deutliche Zurückgezogenheit entspringt mehr seiner Körpersprache als anderen Dingen. Macello Lippi, sein Trainer bei Juve sagt, daß Zidane zuhört, aufmerksam ist, gerne dazu lernt und keine Starallüren hat. Fußball ist seine große Passion. Seine Mannschaft Olympique Marseille. Sein Vorbild der Uruguayer Enzo Francescoli, der ehemalige Spieler von Marseille. Zu dessen Ehre nannte er seinen ersten Sohn Enzo. Man weiß wenig mehr über einen ruhigen Mann, der kurz vor einem Spießrutenlauf stand. Schwarze Katze, nannte man ihn despektierlich. Jetzt ist er der französische Held, der Fußballer, der Brasilien im Endspiel besiegte. Der Mythos ist aus: Zidane ist eine weiße Katze. Es war sein Endspiel (Übers. W.S.).<sup>18</sup>

Ein weiterer Beitrag bringt die Sache im gleichen Heft von „El Pais“ auf den Punkt: „Zidane ist heute Symbol jenes Fußballs, den die guten Fußballer lieben, und er ist auch Symbol des neuen multiethnischen Frankreichs.“ (Übers. W.S.).<sup>19</sup>

Und genau so sahen es die Bewohner von Marseille, als

sie am Abend des WM-Sieges dem Sohn aus einem Einwandererviertel ihrer Stadt huldigten:

In allen Stadtvierteln (von Marseille) hat man die ganze Nacht zur Ehre der Mannschaft gefeiert, und das mit besonderen Gedanken an Zidane. Zizou kommt aus Castellane. Für die Jugend verkörpert er die Würde. Es ist unwerfend, wenn Dutzende Halbwüchsiger sich einer Fahne bemächtigen und rufen: „Frankreich hat gewonnen, wir haben gewonnen“. Sie zeigen, wie sehr sie diesem Land verbunden sind (Übers. W.S.).<sup>20</sup>

Während bei dieser Feier in der traditionellen Einwandererstadt Marseille eine neu bekräftigte, französische und multikulturelle Nationalität einen besonders starken Ausdruck fand, stand in Paris die offizielle Würdigung im Vordergrund. Zidane wurde dort als Retter der Nation gefeiert.

Schon zwei Tage vor dem Endspiel hatte er seinen Optimismus bekundet:

„Comme le souligne Zinedine Zidane, les Brasiiliens ne sont donc pas imbattables“ (Wie Zinedine Zidane unterstreicht, sind die Brasilianer nicht unschlagbar), hatte Reuters am 10.7.1998 gemeldet und der farbige, in Pointe à Pitre geborene Lilian Thuram<sup>21</sup> war der gleichen Meinung: „Man darf ihnen nicht allzu viel Respekt entgegenbringen, sagt der Verteidiger Lilian Thuram, der im Halbfinale mit zwei Toren gegen Kroatien zum Retter Frankreichs wurde“ (Übers. W.S.).<sup>22</sup>

Am Abend des Sieges projizierte man ein Porträtphoto von Zidane in übergroßem Format auf den Arc de Triomphe und machte ihn so zum Altar, auf dem man dem Retter Frankreichs zumindest in jener Nacht huldigte. Sein Bild überdeckte das Bild der napoleonischen Kriegshelden als vorübergehende bunte Farbschicht. Der übergroße Held sah in der Stunde seiner Apotheose auf das feiernde französische Fußballvolk herab. In dem auf Symbolik sehr bedachten Frankreich war dies eine nicht zu überbietende Huldigung an den neuen Nationalhelden.

### **2.3. Der Krieg der Schuhe, oder: Wie mit Adidas und Frankreich einen Sieg über Nike und Brasilien er-ringt**

Das Bild von Zidane auf dem Triumphbogen brachte Fußball und Krieg, brachte den Fußballspieler und die Kriegshelden in optischen Kontakt miteinander, und sie verbanden sich zu einer neuen Dimension der Symbolik. Nun haben Fußball und Krieg historisch im wörtli-



chen Sinn viel miteinander zu tun. So hatten „1914 [...] einige englische Infanterieoffiziere ihre Soldaten in den Angriff geschickt, indem sie einen Fußball in Richtung der deutschen Stellungen kickten“ (Eisenberg 1997, 32). Die militärischen Elemente der Fußballmetaphorik, wie „Angriff, Flanke, Schuß, Verteidigung, Taktik, Sturm- lauf, Abwehrriegel usw.“ haben demnach einen historisch durchweg konkreten Bezug. Der moderne Sport war in deutschen Landen als Körperertüchtigung seit den Tagen von Turnvater Jahn nicht zuletzt auch Mittel der Weh- rertüchtigung.<sup>23</sup> Die Sportidole haben deshalb neben ihrer heiligen oft auch eine kriegerisch-heldenhafte Seite. Nicht nur metaphorisch ist dies zumal dann der Fall, wenn sie nicht nur für sich, ihre Mannschaft, ihrem Verein und ihr Land kämpfen, sondern wenn sie im Sold potenter Firmen stehen. Dann sind sie als Werbeträger Kämpfer für die Firma.

Als der so „coole“ Zidane bei seinem zweiten Endspieltor in Richtung der Seitenauslinie lief und sein Trikot lupfte, war dies alles andere als überbordende Begeisterung allein. Es war wohlüberlegte Pose im Dienste des Sponsors, dessen Firmenlogo er so in eine gut ablichtbare Position brachte, denn unter seinem Trikot trug er ein zweites auf dem groß der Firmenname „Adidas“ stand.<sup>24</sup> Spontane Freude ist allenfalls ein Vorwand, sich das Trikot vom Leib zu reißen und das Leibchen darunter zur Schau zu stellen.<sup>25</sup> Es scheint als habe Zidane stilbildend gewirkt, denn seine Geste wird inzwischen zusehends beliebter und immer wieder nachgeahmt.

Kistner und Weinrich (1998) widmen das dritte Kapitel ihres Buches dem „Krieg der Schuhe“ und zeichnen eindrucksvoll nach, mit welcher hohen Investitionen, welchen Winkelzügen und Tricks, mit welchen Strategien und Personen Adidas und Nike die Fußballweltmeisterschaft in Frankreich – von langer Hand vorbereitet – als Schlacht um die Vorherrschaft auf dem weltweiten Markt der Sportartikel konzipiert haben. Da war es nur konsequent, daß das Hamburger Abendblatt am 15. Juli 1998 in seinem Wirtschaftsteil über diesen Kampf unter der Überschrift berichtete:

„Der Millionen-Kick. Wie adidas bei der Fußball-WM über Nike triumphierte“

Die Euphorie ist nach wie vor groß in der Adi-Dassler- Straße Nummer eins. Hier, im kleinen Ort Herzogenau- rach, trägt man seit Montag morgen bei der Arbeit das blaue Trikot der französischen Nationalmannschaft. Und am Haupteingang hängt ein neun mal 16 Meter großes

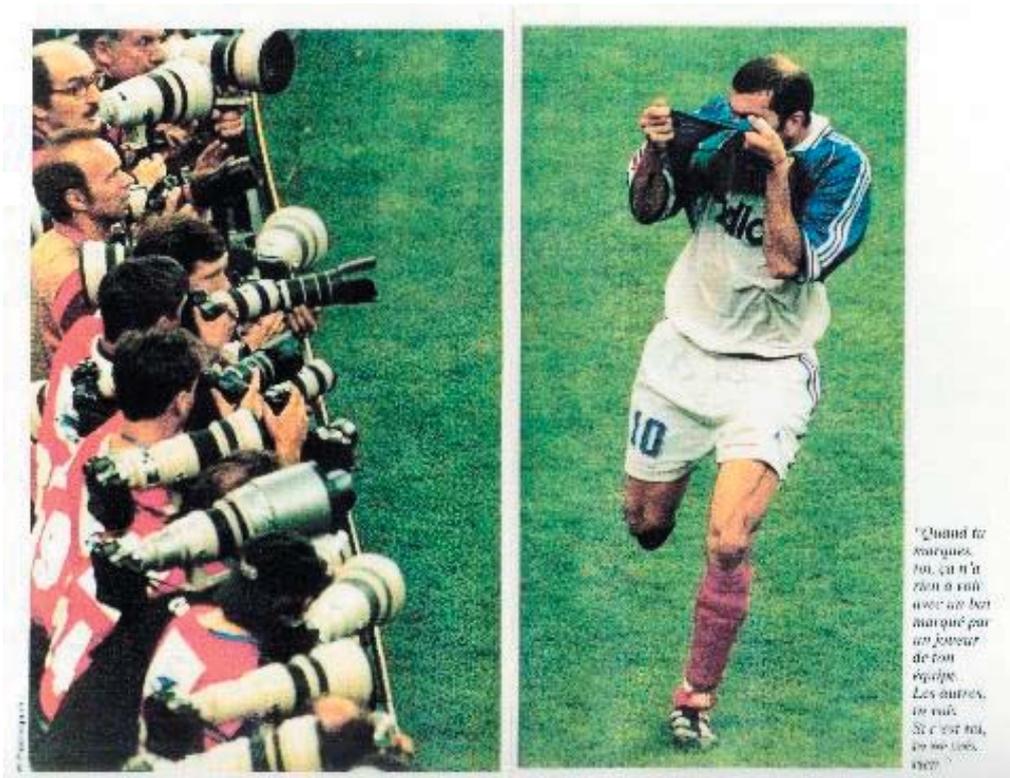
Plakat mit der Aufschrift: „Bravo, la France“.

In Frankreich feiert das ganze Land den Gewinn der Fuß- ball-Weltmeisterschaft. In Herzogenaurach feiert Adidas. „Das Endspiel“, sagt Firmensprecher Oliver Brüggem. „war auch des Endspiel der beiden großen Sportarti- kelhersteller. Und wir haben gewonnen.“ Nach einem WM-Trunier, das der Chef des weltweit wichtigsten Kon- kurrenten Nike, Phil Knight, zum „Krieg ohne Kugeln“ erklärt hatte, würden sich jetzt bei Adidas alle ein wenig wie Weltmeister fühlen. Schließlich habe man die Attacke der Amerikaner auf dem Fußballmarkt, auf dem Adidas einen Anteil von 35 Prozent hält, Nike aber nur zehn, erfolgreich abgewehrt. Nicht nur, daß Frankreich, Aus- rüster Adidas, im Finale Brasilien, Werbepartner Nike 3:0 geschlagen hat. Der Konzern aus Deutschland wurde außerdem zum bekanntesten aller WM-Sponsoren. Nike nahmen Fans und TV-Zuschauer dagegen deutlich weni- ger als einen Förderer des Fußballs wahr, ergaben, von einander unabhängige Untersuchungen.“ (Hamburger Abendblatt 15.7.1998, 19).

Hier schließt sich der Kreis: Adidas sponsert den Fuß- ball und rüstet die französische Mannschaft aus; die Me- dien übertragen und zahlen; ein Spieler trägt entschei- dend zum Gewinn des Spiels bei; weltweit können die Fans das legendäre Geschehen, können das unverhoffte blaue Wunder zeitgleich und weltweit mit eignen Augen sehen; der Held wird zum Idol, zum Retter Frankreichs, er wendet die zuvor umstrittene Multikulturalität ins un- eingeschränkt Positive, er wird Symbolgestalt ethnischer Integration; und er tut noch mehr: Er zeigt in der Minute seines größten Triumphes den Namen seines Sponsors, auf den so in den Augen all derer ein Teil der Wunder- wirkung übergeht, die ihn sehen und uneingeschränkt be- wundern. Trag selber Adidas, dann kannst auch Du das, mag mancher denken, denn so wie Zidane möchten viele sein, die selber kicken, oder doch ein ganz klein wenig wenigstens in diese Richtung. Nur: grundsätzlich neu ist all dies nicht, wie wir gesehen haben. Neu sind die Dimensi- onen, die all dies angenommen hat, und neu sind auch die weiterführenden Folgen, die dies zeitigt.

#### ANMERKUNGEN

- 1) Vgl. Weeber (1991), 66-89.
- 2) Vgl. Weiler (1981), 78-88; Weiler (1981), 781f. gibt einen Überblick zu den einschlägigen Quellen.
- 3) Vgl. zur Einführung Plötz (1998) und Diaz Diaz (1988).
- 4) Wir leben in einer kulturellen Ökonomie von Zeichen und



Aus dem Bildteil von: Zidane/ Franck (1999).

der Swoosh von Nike ist momentan in dieser Ökonomie das am besten wahrnehmbare Markenzeichen. Der Swoosh von Nike ist ein kommerzielles Symbol, das für athletische Sonderstellung steht, für einen Geist der Entschlossenheit, höchste Authentizität und spielerisches Selbstbewußtsein. Während das Logo wie eine Währung wiegt, ist der Slogan von Nike „Just do it“ in die Alltagssprache eingegangen. Und tatsächlich ist der Swoosh von Nike so fest im öffentlichen Bewußtsein verankert, daß Nike seinen Namen nicht mehr in seiner Werbung oder seinen Werbetafeln führt. Schon vor einiger Zeit verschwand der Schuh aus der Fernsehwerbung von Nike. Dann verschwand Mitte der 90er auch in aller Stille der Name Nike und überließ es allein dem Swoosh-Logo, die Werbung zu markieren. Nike zeichnet seine Werbung allein mit diesem Zeichen, so sicher sind sie, daß der Swoosh ohne weiteren begleitenden Text verstanden werden kann (Übers. W.S.).

5) Auch wenn Goldman/Papson die Frage „The Image of Philosophy or the philosophy of Image“ (1998, 169-175) mit einem Plädoyer für die Verwendung des Terminus „Philosophie“

in Verbindung mit der Nike-Werbung antworten, scheint mir die Verwendung dieses Terminus in einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung allein schon deshalb unangebracht, weil er als Selbstattribution inzwischen selbst Bestandteil der Werbe- und PR-Sprache geworden ist. So bin ich mir sicher, daß die – hier improvisierte – Rede von der „Philosophie der Hersteller von Toilettenpapier“ in breiten Teilen der Öffentlichkeit als „völlig normal“ angesehen wurde.

6) „Genau dieses Ziel – ein dauerhafter Spielbetrieb, ohne daß einer ausscheidet- schwebt den Medien auch für den Fußball vor. Am besten wäre es, jeder spielt gegen jeden, jeden Tag und bis zum jüngsten Tag“ (Schümer 1998, 148).

7) „Nach Angaben des Managers von Borussia Mönchengladbach, Rolf Rüssmann, setzen die Clubs mit Fanartikeln jährlich rund 200 bis 250 Millionen Mark um“ (FR 12.8.1997, 12).

8) Der bei Foster (1990, 254) abgebildete Pilger aus dem 16. Jahrhundert würde mit seinem Aufzug heutzutage in einem Fußballstadion wohl wenig Aufsehen erregen.

9) Les comportements rituels constituent plutôt un chatoyant

patchwork qui fait d'emprunts disparates aux univers magico-religieux le plus divers, de réinterprétations syncrétiques captant des formes (des cantiques, des coupes, des gestes sacramentels) pour leur donner de nouveaux sens, souvent sur un mode ludique. [...] Si le match de football se décompose, comme une cérémonie, en opérations codifiées, exécutées par des officiants et des assistants, nul corps d'explications mythiques ou symboliques ne rend compte explicitement du sens de chacun de ces actes et des émotions qu'ils suscitent. (Bromberger 1989a, 348)

10) Bei den Basketballmützen verlief die Bewegung umgekehrt.

11) Wie groß die Freude darüber war, konnte ich im engsten Freundeskreis an der telephonisch überboldenden Freude eines Freundes und Kollegen erfahren, der am Morgen des Endspiels von Hamburg nach Bordeaux zurückgefliegen war und sich in den Jahren, Monaten und Stunden vor dem Endspiel herzlich wenig für Fußball interessiert hatte. So noch im Wintersemester 1994/95 wo er sich strikt weigerte, mich ins Stadion zu begleiten, als ich während meines siebenmonatigen Aufenthaltes so oft wie möglich die Heimspiele der Girondins besuchte.

12) Les Bleus seront décorés de la Légion d'Honneur par Chirac mardi 14 juillet 1998, 15h44 heure de Paris

PARIS, 14 juillet, Reuters – Le président Jacques Chirac a annoncé mardi aux joueurs de l'équipe de France de football qu'il les ferait Chevaliers de la Légion d'Honneur, a annoncé le Service de presse de l'Elysée.

La chancellerie de la Légion d'Honneur avait annoncé lundi la décoration d'Aimé Jacquet, l'entraîneur des Bleus, qui a été lui aussi fait Chevalier. La publication au Journal officiel aura lieu d'ici fin juillet. Les Bleus seront décorés ultérieurement par le chef de l'Etat, a précisé le Service de presse

13) Grâce à sa victoire dans la Coupe du monde de football, la France est passée du 17e au 2e rang dans le classement établi par la FIFA, a annoncé mercredi la fédération internationale. Malgré sa défaite, le Brésil reste en tête de ce classement pour le 52e mois consécutif. Éliminée en quart de finale, l'Allemagne recule de la deuxième à la troisième place, tandis que la Croatie, équipe surprise du Mondial, effectue un bond du 19e au 4e rang. Les Pays-Bas, qui ont terminé quatrièmes de la Coupe du monde, affichent également une très forte progression, passant de la 25e à la 8e place, à égalité avec l'Italie.

14) Le génie multiculturel de la France

A Marseille, l'ambiance n'a jamais baissé d'un quart de ton. Dimanche, comme on ne trouvait plus assez de drapeaux français.

Mais, les gens ont commencé à en fabriquer. C'était l'effervescence. Dès la victoire assurée, tout le monde s'embrassait, il n'y avait

plus de barrières, seulement une immense fraternité. Comme nous sommes chauvins, nous hurlions: „Marseille a gagné.“ Le public, c'est le douzième homme de l'équipe, celui qui pousse. On a essayé de remplacer Desailly quand il est sorti, de toutes nos forces.

[...] Ils montrent combien ils sont attachés à ce pays. Cette victoire met un gros doigt à Le Pen. Il y a peu, le Front national a organisé sa fête en Provence. Une personne à l'accent italien se plaignait du fait qu'il ne s'agit pas d'une vraie équipe de France. Depuis quelque temps, le FN met le drapeau provençal dans ses manifestations. Il veut aussi nous voler notre culture. Mais là, c'est la victoire de la France comme on la rêve, avec un drapeau que l'on reconquiert. En plus, cela tombe avec la Fête nationale. Un véritable symbole! Nous sommes comblés.

Le génie multiculturel de la France l'a emporté sur tous les préjugés. Quand on gagne, les problèmes deviennent plus légers. Tu as davantage d'énergie pour les affronter et les résoudre. Tu as une raison d'être heureux. C'est minime, mais irremplaçable.

15) Es war dies der fünfte Teil einer dem Thema „Sport und Kommerz“ gewidmeten Reihe (die vorangehenden Teile waren am 24., 27. und 30. Juli sowie am 03.08.1999 erschienen).

16) Dazu schreibt El Pais am 13.07.1998: „Ronaldo no estaba ayer para jugar. Ya no figuraba en la primera alineación oficial que se facilitó tres cuartos de hora antes del encuentro. Llevaba un par días sin entrenarse, pero respondía: „Me reservo para el partido“. Ayer, sin embargo, pasó por el hospital antes de llegar al estadio, y los médicos le autorizaron a jugar a última hora. La organización cambió la hoja de las alineaciones y, al riempo, informó de lo sucedido: pudo haber precipitación en el anuncio de los equipos, pero Ronaldo no decidió jugar hasta el final“. (Ronaldo war gestern nicht in der Mannschaftsaufstellung. Und er war auch nicht in der ersten offiziellen Mannschaft, die eine dreiviertel Stunde vor Spielbeginn mitgeteilt wurde. Einen Tag nahm er nicht am Training teil, hat aber gesagt: „Ich schone mich für die Partie“. Gestern war er dennoch vor dem Spiel in eine Klinik gegangen bevor er ins Stadion kam, und die Ärzte gaben ihm in letzter Minute zum Spiel frei. Die Organisatoren wechselten die Seite mit der Mannschaftsaufstellung gab folgende Information: die Mannschaftsaufstellungen seien vorzeitig erfolgt aber Ronaldo habe bis zum Finale nicht spielen wollen).

17) Inzwischen liegt eine Biographie Zidanes in Taschenbuchform (Zidane, Franck 1999) vor, die dessen Leben als „Roman d'une victoire“ nacherzählt.

18) Hijo de emigrantes de la Kabila argelina, de origen bereber, Zidane nació en el barrio de la Castellane de Marsella, refugio

de inmigrantes norteafricanos. Fanático del Olympique de Marsella, nunca pudo jugar en el equipo de su corazón, a pesar de su temprana fama. Fichó por el Cannes y después fue traspasado al Girondins de Burdeos, donde fue decisivo en la celebre temporada que llevó al equipo francés de la Intertoto a la final de la Copa de la UEFA. Había algo extraño en aquel jugador siempre sereno, aparentemente fuera de onda en el hiperactivo fútbol de hoy. Cruyff lo recomendó al Barcelona, pero finalmente firmó por el Juventus. Llegó a Italia en medio de cierta desconfianza, producto de la antipatía que tiene el calcio hacia el tipo de jugador que representa Zidane: un futbolista poco excesivo, aparentemente lento, con un aspecto indolente, sin demasiado gol. Pero su trayectoria en Italia ha sido intachable. Ha ganado dos Ligas con la Juve y se ha consagrado como un jugador fundamental de nuestro tiempo. En realidad es un futbolista engañoso: es más rápido de lo que parece, su laboriosidad es indiscutible y su evidente hermetismo es más gestual que otra cosa. En el campo se explica como nadie. Marcello Lippi, su entrenador en la Juve, dice que Zidane escucha, atiende, aprende y no tiene delirios de grandeza. Su pasión es el fútbol. Su equipo, el Olimpico de Marsella. Su idolo, el uruguayo Enzo Francescoli, ex jugador del club marseles. En su honor llamó Enzo a su primer hijo. Poco más se sabe de un hombre tranquilo que ha estado cerca de sufrir un calvario. Gato negro, se atrevieron a llamarle. Ahora es el héroe francés, el futbolista que derrotó a Brasil en la final de la Copa del Mundo. Se acabó el mito: Zidane es gato blanco. Era su final.

19) „Zidane es hoy el símbolo del fútbol que quieren los buenos futbolistas y también de la nueva Francia multirracial.“

20) Les quartiers ont fait la fête toute la nuit, pour célébrer l'équipe, avec une pensée spéciale pour Zidane. Zizou vient de la Castellanne. Il incarne, pour la jeunesse, la dignité. C'est bouleversant de voir ces dizaines de minots s'emparer du drapeau tricolore en criant „la France a gagné, on a gagné“. Ils montrent combien ils sont attachés à ce pays. (Humanité 13.7.1998)

21) Wie die Biographie von Zinedine Zidane weist auch die von Lilian Thuram diesem Fußballer als Kindes von Einwanderern aus.

22) „Il ne faut pas trop leur montrer de respect, affirme le défenseur Lilian Thuram, auteur de deux buts et sauveur de la France face à la Croatie en demi-finale.“

23) Das war schon im antiken Griechenland der Fall (Weiler 1981, 89f.).

24) Die Geste wurde beim letzten Qualifikationsspiel für die EM 2000 zwischen Frankreich und Island am 9.10.99 an fast gleicher Stelle im Stade de France deutlich sichtbar wiederholt.

25) Das entsprechende Bild ging um die Welt, und es ist kein

Zufall, daß genau diese Geste und das Logo „adidas“ auch auf dem Umschlagbild der Romanbiographie von Zidane zu finden sind. In dem Buch selbst zeigt dann ein Photo die ganze Szene (Franck/Zidane 1999, zwischen S. 160 und 161, Abb. 12 und 13): Zidane hält sein Trikot den vor ihm postierten Photographen entgegen.

#### LITERATUR

**BROMBERGER, CHRISTIAN** (Hrsg.) (1998): Passions ordinaire. Du match de football au concours de dictée. Paris.

**BROMBERGER, CHRISTIAN et al.** (1995): Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin. Paris.

**BROMBERGER, CHRISTIAN** (1998): Football, la bagatelle la plus sérieuse du monde. Paris.

**DIAZY DIAZ, MANUEL C.** (1998): Der Über Sancti Jacobi. In: SAUCKEN (Hrsg.), 39 -56.

**ECKER, HANS-PETER** (1993): Die Legende. Kulturanthropologische Annäherung an eine literarische Gattung. Stuttgart.

**EISENBERG, CHRISTIAN** (Hrsg.) (1997): Fußball, soccer, calcio. Ein englischer Sport auf seinem Weg um die Welt. München.

**FAULSTICH, WERNER** (1991): Stars: Idole, Werbeträger, Helden. Sozialer Wandel durch Medien. In: Medien und Kommunikation. Konstruktion von Wirklichkeit. Studienbrief 7. Weinheim/Basel, 39-79.

**FOSTER, NORMAN** (1990): Auf den Spuren der Pilger. Die großen Wallfahrten im Mittelalter. Augsburg.

**GEBAUER, GUNTER** (Hrsg.) (1988): Körper- und Einbildungskraft. Inszenierungen des Helden im Sport. Berlin.

**GEBAUER, GUNTER** (1988a): Die Masken und das Glück. Über die Idole des Sports. In: GEBAUER (Hrsg.), 125-143.

**GEBAUER, GUNTER** (1988b): Zwischen Besitz und Gemeinschaft. Individualismus im Sport. In: GEBAUER (Hrsg.) 191-215.

**GEBAUER, GUNTER/ WULF, CHRISTOPH** (1988): Spiele der Gewalt – Ein Bild-Essay. In: GEBAUER (Hrsg.), 11-30.

**GEBAUER, GUNTER/ LENK, HANS** (1988): Der erzählte Sport. Homo ludens – auctor ludens. In: GEBAUER (Hrsg.), 144-163.

**GOLDMAN, ROBERT/ PAPSON, STEPHEN** (1998): Nike Culture. The Sign of the Swoosh. London/ Thousand Oaks/ New Delhi.

**JAMES, FRANCIS** (1989): Le problème de révolution du Statut de l'image dans réinformation télévisée, le football sur «Canal Plus». In: L'information télévisée: modèles descriptifs et stratégies de formation (=Bulletin du Centre NO 10), 11-21.

**KISTNER, THOMAS/ WEINREICH, JENS** (1998): Das Milliarden-spiel. Fußball, Geld und Medien. Frankfurt/M.

**LIPPOLD, LUTZ** (1993): Macht des Bildes – Bilder der Macht.

Kunst zwischen Verehrung und Zerstörung bis zum ausgehenden Mittelalter. Leipzig.

**LOPEZ ALSINA, FERNANDO** (1998): Eine Stadt für den Apostel. In: SAUCKEN (Hrsg.), 57 -74.

**MIGNON, PATRICK** (1998): La Passion du football. Paris.

**MORAIEJO, SERAFFIN** (1998): Der heilige Jakobus und die Wege seiner Ikonographie. In: SAUCKEN (Hrsg.), 75 – 90.

**MORITZ, RAINER** (1997): Immer auf Ballhöhe. Ein ABC der Befreiungsschläge. München.

**OSTHUS, DIETMAR** (1998): Metaphernspiele in Presstexten. Ludischer Metapherneinsatz in französischen und deutschen Tageszeitungen. In: GIL, ALBERTO/ SCHMIDT, CHRISTIAN (Hrsg.): Kognitive und kommunikative Dimensionen der Metaphorik in den romanischen Sprachen. Akten der gleinamigen Sektion des XXV. Deutschen Romanistentages, Jena (28.9.-2.12.1997). Bonn, 150-166.

**OURSEL, RAYMOND** (1998): Cluny und der Jakobsweg. In: SAUCKEN (Hrsg.), 115 -148.

**PLÖTZ, ROBERT** (1998): Pilgerfahrt zum heiligen Jakobus. In: SAUCKEN (Hrsg.), 15 -37.

**PÖRKSEN, UWE** (1997): Weltmarkt der Bilder. Eine Philosophie der Visotype. Stuttgart.

**SAUCKEN, PAOLO CAUCCI VON** (Hrsg.) (1998): Santiago de Compostela. Pilgerwege. Augsburg.

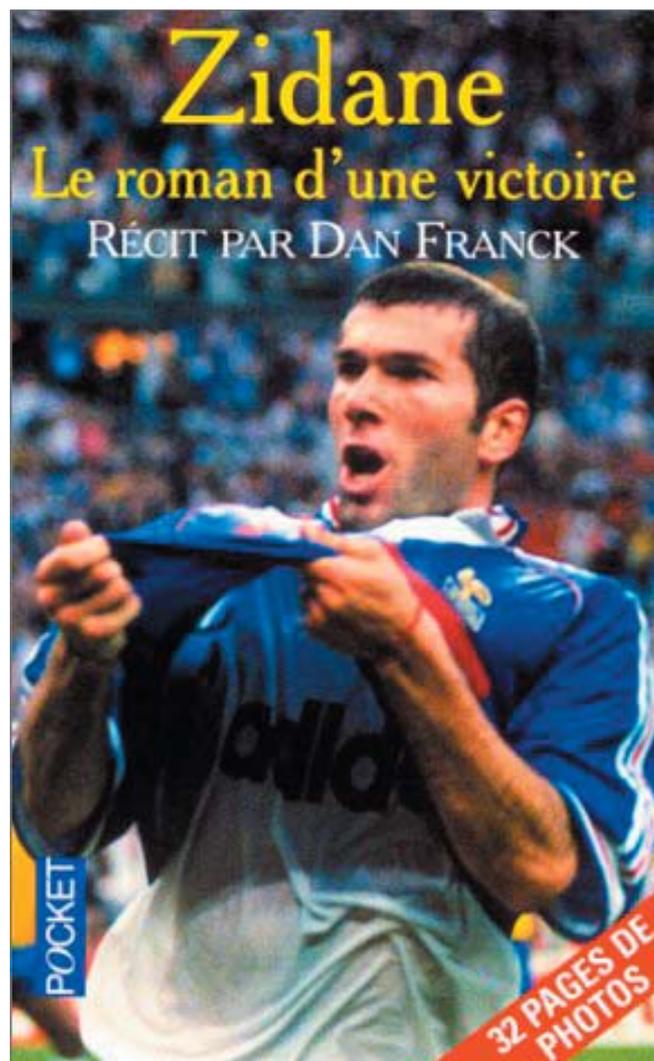
**SCHÜMER, DIRK** (1998): Gott ist rund. Die Kultur des Fußballs. Frankfurt/M.

**SETTEKOM, WOLFGANG** (1997): Metaphorisations mutuelles, mises en scene et medias: Invitations à l'induction? In: Communication & Organisation 12, 203-226.

**WEEBER, KARL-WILHELM** (1991): Die unheiligen Spiele. Das antike Olympia zwischen Legende und Wirklichkeit. Zürich/ München: Artemis.

**WEILER, INGOMAR** (1981): Der Sport bei den Völkern der alten Welt. Eine Einführung. Mit einem Beitrag >Sport bei den Naturvölkern< von CHRISTOPH WULF. Darmstadt.

**ZIDANE, ZINEDINE / FRANCK, DAN** (1999): Zidane. Le roman d'une Victoire. Paris.



*Abstract*

*Der Beitrag zeigt anhand deutscher und französischer Print- und Onlinemedien auf, wie durch den Gebrauch von Metaphern und von grafischen Präsentationsformen die Domänen Wirtschaft und Sport zusehends einander angenähert und miteinander vernetzt werden. Die zunehmende „reale“ Vernetzung der Bereiche führt zu redaktionellen Neuerungen, so zu der Rubrik „Sportbusiness“ der FAZ. NET, sowie zur Integration eines Sportteils in die Financial Times Deutschland. Anhand ausgewählter Beispiele werden der Gebrauch von Metaphern, Fotos, Infografiken sowie das Zusammenspiel der Layout-Elemente und ihre Wirkung auf die Rezeption analysiert und auffällige Rubrikzuweisungen sowie Überschneidungen der Themen Sport und Wirtschaft in den Sport- und Wirtschaftsteilen als weitere Faktoren der kognitiven Annäherung und Vernetzung beider Bereiche nachgewiesen. Im Zentrum der Analysen stehen die mediale Aufbereitung der Fußball-WM 2002 in Japan/Südkorea und die Berichterstattung über Fußball in Sport- und Wirtschaftsteilen; in ihr erscheint Fußball zusehends als „marktwirtschaftlicher Wettbewerb“, „Sponsorengeschäft“ und „Konjunkturmotor“ und Fußballspieler gelten als „Marke“.*

**1. Einleitung**

Lesen sich Beiträge des Sportteils von Tages- oder Onlinenzeitschriften wie Wirtschaftsberichte oder werden andererseits wirtschaftliche Sachverhalte anhand von Sportmetaphern erklärt, so ist dies als historisch und kulturell bedingtes Phänomen zu verstehen. Denn wer den modernen, in den Medien präsentierten Leistungssport verstehen will, muss sich zunehmend über wirtschaftliche Zusammenhänge im Klaren und mit einer gewissen Wirtschaftsterminologie vertraut sein. Die Kommerzialisierung und Medialisierung des Sports vernetzt die Bereiche Sport und Wirtschaft, und es stellt sich die Frage, ob eine strikte kognitive Trennung der konzeptuellen Domänen Sport und Wirtschaft, insbesondere in ihrer medial vermittelten Form, überhaupt noch möglich ist.

Der Gedächtnispsychologe Draaisma hat in seinem Buch „Die Metaphernmaschine“ (1999) dargelegt, wie die Entwicklung der Technik das Hervorbringen und Funktionieren von Metaphern bestimmt. Die Erfindung der Fotografie beispielsweise führte zur Herausbildung und zur Prägung des Begriffs des „fotografischen Gedächtnisses“.

Analog dazu kann man sich die Frage stellen, inwieweit die heutigen Medien das Funktionieren von Metaphern ermöglichen. Bildet die *Medientechnik* die Grundlage für die Etablierung metaphorischer Konzepte und ermöglicht sie schließlich das Funktionieren der auf diesen Konzepten basierenden sprachlichen Metaphern? Wie kommt es zu der Selbstverständlichkeit, mit der Metaphern in den Medien rezipiert werden? Auf diesen Fragestellungen basiert der vorliegende Beitrag, dessen Fokus auf mediale Vermittlungsformen der konzeptuellen Domänen Sport und Wirtschaft gerichtet ist.

Eine linguistische Untersuchung des Sprach- und insbesondere des Metapherngebrauchs sowie verschiedener Präsentationsformen ausgewählter französischer und deutscher Print- und Onlinemedien soll der Suche nach möglichen Antworten dienen.

In den Printmedien wird durch die *haptische* Erfahrung, d.h. die lokale Nachbarschaft von Wirtschafts- und Sportteil der meisten Tageszeitungen bereits eine erste assoziative Nähe hergestellt. Weiterhin trägt die *optische* Gestaltung von Sport- und Wirtschaftsteil zu einer Annäherung der Domänen bei.<sup>1</sup> Die Präsentationsformen der Rubriken weisen eine zunehmende perzeptuelle Homologie auf, deren Wirkungsweise anhand exemplarischer Analysen betrachtet werden soll. Das relativ junge Medium, der Internetdienst World Wide Web (www) verfügt mit der ebenfalls relativ jungen Textsorte *Hypertext* über die Möglichkeit, einen Rezeptionsmodus zu konstruieren, der zur Annäherung oder gar Vermischung der konzeptuellen Domänen Sport und Wirtschaft führt. Schließlich gilt es, die *sprachliche* Annäherung bis hin zur Vermischung der Bereiche zu untersuchen.

Da ein Großteil unseres Wissens medial vermittelt ist, muss von einem gerichteten Wissen gesprochen werden. Die Medien dienen als Filter, sie selektieren, *was* und auch *wie* etwas vermittelt wird.<sup>2</sup> Das *Wie* steht hier im Zentrum. Ein wichtiges und für den medialen Sprachgebrauch charakteristisches sprachliches Mittel ist die Metapher und ihre kognitiven und kommunikativen Funktionen.

Doch nicht nur sprachliche Bilder helfen uns, Wirklichkeit zu konzeptualisieren. Die Medien greifen auf optische Hilfsmittel zurück, um dem Rezipienten (komplexe)

Sachverhalte zu vermitteln. Schließlich gilt, nach Pörksen (1997), in den westlichen Gesellschaften das „visuelle Argument“ häufig mehr als das sprachliche.<sup>3</sup> Tendenzen der Annäherung und/oder Vermischung der Domänen Sport und Wirtschaft sollen im Folgenden anhand einer eklektischen Auswahl von Beiträgen deutscher und französischer Print- und Onlinezeitungen aufgezeigt werden.

## 2. Metaphern und Präsentationsformen als Mittel der Textproduktion

### 2.1. Die Metapher als kognitiver Prozess mit kommunikativer Funktion

Die Verwendung von Sprach- und Bildmetaphern in der Sport- und Wirtschaftsberichterstattung wird auf der Grundlage der kognitiven Metapherntheorie von Lakoff/Johnson (1980) analysiert. Diese beruht auf der Erkenntnis, dass die Metapher ein grundlegendes kognitives Instrument ist, das unser Denken und Handeln bestimmt. Zentral ist die These von der *Ubiquität* der Metapher, nach der die Metapher keine sprachliche Ausnahmeerscheinung, sondern allgegenwärtig in der Alltagssprache und somit Bestandteil der allgemeinen Sprachkompetenz ist. Lakoff (1980) weist die zeitgenössische Metapherntheorie der kognitiven Sprachwissenschaft, dem Bereich der kognitiven Semantik holistischer Ausrichtung zu. Bedeutung wird als „mentales Phänomen“, als Konzeptualisierung verstanden. *Konzeptualisierung* ist der grundlegende Denkprozess, der die Erfahrungsbewältigung einer komplexen Umwelt ermöglicht. Dabei ist Wahrnehmung stets an eine Einordnung gebunden, wir nehmen stets etwas „als etwas“ wahr (Baldauf 1997, 47). Kreative und unverzichtbare Prozesse sind dabei Metaphern, Metonymien und mentale Bilder. Lakoff/Johnson gehen von einer *konzeptuellen Metaphorik* aus. Unserer Sprache liegt ein konventionelles Metaphernsystem zugrunde, das aus unserer direkten physischen und sozialen Erfahrung heraus resultiert und eine zentrale Rolle in unserem täglichen Sprachgebrauch spielt. Etablierte Metaphern-Konzepte werden dabei zur kognitiven Routine. Das enzyklopädische Wissen wird in Form von *kognitiven Bereichen* (*cognitive domains*), einem Bezugsrahmen aus Welt- und Vorwissen sowie Präsuppositionen, repräsentiert.<sup>4</sup>

Nach Humboldt'scher Terminologie, eine *Weltansicht*.<sup>5</sup> Durch auswählende Zeichenbildung erfasst der Mensch Wirklichkeit, er ist psychologisch und kommunikativ auf sie angewiesen. In der Form der Alltagssprache einer

Gemeinschaft kommt die Priorität der Sprache bei der Konstruktion einer Weltansicht zum Ausdruck. Durch sie wird das Weltwissen einer Gemeinschaft übertragen, konserviert und erlernt. Die *Alltagssprache* ist wiederum in den Medien präsent und formbar. Folglich bedeutet die Untersuchung von Sprache in den Medien als Bestandteil der Alltagssprache die Weltansicht, d.h. die Konzeptualisierungsweisen einer spezifischen Gemeinschaft in einem bestimmten historischen Kontext zu betrachten.<sup>6</sup>

### 2.2. Die Metapher – ein unidirektionaler Prozess?

Während Lakoff/Johnson in ihrer *Unidirektionalitätstheorie* von einem unumkehrbaren Mapping-Prozess von der *source* auf die *target domain* ausgehen, beschreibt Settekorn (1998) anhand der Analyse massenmedialen Sprachgebrauchs einen „beschleunigten“, d.h. bidirektionalen Metaphorisierungsprozess und prägt den Begriff der *métaphorisations mutuelles* (= wechselseitige Metaphorisierungen). So geht Settekorn davon aus, dass Massenmedien sich des kommunikativen Mittels der Metapher bedienen, um eine bestimmte Weltsicht zu vermitteln, d.h. die mediale Darstellung von Ereignissen trägt, wie es auch Lakoff (1992) beschreibt, zur automatischen und unbewussten Erstellung von Konzepten bei, die der Rezipient unbewusst in seiner Sichtweise aufnimmt. Dabei erfährt der Metaphorisierungsprozess eine Beschleunigung. In der Metapher kommt es zur „*incorporation fonctionnelle*“<sup>7</sup>, d.h. die Gebrauchssituation und die Quellendomäne entsprechen einander und machen die beschriebene Situation auf metaphorische Weise verständlich. Es kommt zur *gegenseitigen* Metaphorisierung von *source* und *target domain*. Auf diesen Substitutionsvorgang folgt die Entstehung spezifischer Konzepte und Weltbilder, und es kann von veränderter Wahrnehmung und sozialem Verhalten ausgegangen werden. Besonders deutlich festzumachen ist der Vorgang der wechselseitigen Metaphorisierungen bei der medialen Vermittlung von Sport und Wirtschaft. Als Beispiel hierfür soll im Folgenden das im Januar 2001 eingeführte Format der Sportberichterstattung, die Rubrik „Sportbusiness“ der Online-Zeitung FAZ.NET angeführt werden, welche die hier beschriebenen kognitiven Prozesse zu vereinen scheint und möglicherweise auch weitreichendere kognitive Konsequenzen hat als ein bidirektionaler Metaphorisierungsprozess. Der rekurrente Einsatz von wechselseitigen Metaphorisierungen kann zu einer kognitiven Routine werden, die möglicherweise zu einem komplexeren kognitiven Phänomen führen als es

in dem von Veale<sup>8</sup> beschriebenen *Conceptual Blending* der Fall ist. So stellt Settekorn (2005) die Frage nach der Verschmelzung der Domänen Sport und Wirtschaft im Sinne der Entstehung einer „Superdomäne“<sup>9</sup>.

Die Rubrik „Sportbusiness“ zählt zu der Kategorie „Sportberichterstattung“. Der Leser geht mit einer gewissen Erwartungshaltung an den Text und die mediale Präsentation des Sachverhalts heran. Es handelt sich also um Nachrichten aus der Domäne *Sport*. Innerhalb dieser sollen jedoch komplexe wirtschaftliche Sachverhalte vermittelt werden. Auf sprachlicher Ebene wird mittels Metapherneysatzes die Isotopie-Ebene des Sports aufgebaut. Das hier aufgerufene mentale Bild fügt sich in das bestehende Konzept „Sport“. Zusätzlich prägen Bildmetaphern, die sich in die Isotopie-Ebene „Sport“ einfügen, den hier vermittelten Wirklichkeitsausschnitt. Im Sinne von Veale rufen Ikonen aus dem Bereich des Sports mentale Bilder hervor, die als Vermittlerkonzept dienen, um die konzeptuelle Domäne *Wirtschaft* zu begreifen. Die Bildmetaphern stützen sich dabei häufig auf bekannte sprachliche Metaphern, die in Form des Bilduntertitels das Funktionieren der komplexen Metapher zusätzlich gewährleisten bzw. erleichtern sollen. Es geht hier also um die *Wirtschaft im Sport*, die in einem eigenen Wirklichkeitskonzept erfasst wird, welches eine Vermischung der Domänen Sport und Wirtschaft darstellt. Die Konzepte Sport und Wirtschaft sind nicht mehr getrennt voneinander zu begreifen. Das zusammengesetzte Wort „Sportbusiness“ kann als lexikalisiertes Resultat dieser Verschmelzung interpretiert werden.<sup>10</sup>

### 2.3. Mediale Präsentationsformen: Das visuelle Argument

Pörksen (1997) bezeichnet unsere Gesellschaft als eine, die mit Worten, aber vor allem mit Bildern und Zahlen argumentiert. Er sieht die Tendenz, dass das sprachliche vor dem „visuellen“ Argument zurücktritt. Grundsätzlich gelten Wort und Bild (Verbalität und Ikonizität) als die beiden wichtigsten Denkcodes des menschlichen Bewusstseinsstandes, die einander dialektisch in komplizierter Weise zugeordnet sind (Bräuer 1998, 11ff.). Textverständnis ist also partiell bildhaftes Denken. Der Einsatz von illustrierenden bildlichen Elementen dient der leichteren Rezeption und Verständnisvertiefung. Anschauungsbilder sollen dem Leser die Konstruktion mentaler Modelle erleichtern. Diagramme, Tabellen und Infografiken sind geläufige Präsentationsformen der Wirtschafts- und

in zunehmenden Maße auch der Sportberichterstattung. Der Journalist bedient sich dieser Darstellungsformen, um komplexes Datenmaterial zugänglich zu machen. Obwohl viele Schaubilder wenig populär sind, d.h. für den Laien nicht ohne weiteres verständlich, wirken sie objektiv, übersichtlich und unangreifbar (Bräuer 1998, 18ff.). Auch Wotjak (1998) geht bei der Gestaltung und Wirkung von Texten von einer interaktiven Beziehung zwischen Sprache und Bild, zwischen lexikalisch-sprachlichen und piktorematisch-semiotischen Anteilen aus. Wird das betreffende Bild mit einer bestimmten kommunikativen Bezeichnungsabsicht vom Sprecher verwendet, spricht man von einem piktorematischen Zeichengebrauch. Das Bild besitzt ‚Zeichencharakter‘. Der Nutzen von piktorematischen Bestandteilen in Texten liegt außerdem in ihrem höheren Grad an Unmittelbarkeit (Wotjak 1998, 99). Die suggerierte Authentizität und Expressivität von Bildern kann bei ihrem Einsatz in der Sport- oder Wirtschaftsberichterstattung zur Vernetzung der Domänen Sport und Wirtschaft führen. Werden Bilder aus dem Bereich des Sports zur Illustration (sport-) wirtschaftlicher Sachverhalte verwendet, steckt hinter dieser Wahl eine Wirkungsintention des Kommunikators. Denn ähnlich der Funktionsweise von Metaphern, können Bilder ökonomisch Bewertungen und Perspektiven zum Ausdruck bringen. Die Kombination von Sprachmetapher und Bild ist ein beliebtes Ausdrucksmittel, da Bilder den sprachspielerischen Umgang mit polysemen und/oder homonymen lexikalischen Einheiten unterstützen, d.h. sie ermöglichen das „Bedeutungsebenen-switching“ und blockieren die Monosemierung (Wotjak 1998, 102). Sie führen ein in das Nebeneinander von Bedeutungsebenen und sind somit ein geeignetes Textgestaltungsmittel. Insbesondere wenn es um die inhaltliche Vermischung der Domänen Sport und Wirtschaft geht, ermöglicht die Illustration wirtschaftlich geprägter Texte anhand von Bildern des Sports, die Vernetzung als eine „tatsächliche“ oder zumindest als selbstverständlich zu rezipieren. Dies gewährleistet das Funktionieren sprachlicher Metaphern.

### 2.4. Zur Sprache und Bild des Sports in den Medien

In Bußmanns „Lexikon der Sprachwissenschaft“ (1990) ist unter dem Eintrag „Pressesprache“ zu lesen: „Bezeichnung für den Sprachgebrauch der Presse als besonderer Ausprägung schriftlichen und öffentlichen Sprechens. P. ist keine einheitliche Varietät im Sinne eines sprachlichen Teilsystems, ihre Merkmale sind vielmehr

bedingt durch die Struktur der Massenkommunikation und hängen im einzelnen ab von Adressatenkreis, [...], inhaltlicher Rubrik (*Sport, Wirtschaftsteil*) [...].“

Es mag Zufall sein, dass gerade die Merkmale der *Sport- und Wirtschaftsrubrik* als Unterscheidungskriterium für Pressesprachstile angeführt werden. Im Mittelpunkt dieser Ausführungen soll anhand der vorgenommenen Sprachanalyse argumentiert werden, dass diese klare Rubrikentrennung in vielen Fällen nicht mehr ohne weiteres vorgenommen werden kann, da zunehmend die sprachlichen und inhaltlichen Grenzen verschwimmen.

Die Kommerzialisierung des Sports bleibt zwangsläufig nicht ohne Folgen für die Rolle und Aufgabe des Sportjournalisten, schließlich bilden Wirtschaft, Sport und Medien (gemeinsam mit der Politik) einen „cercle enchanté“ (Sette Korn 2005). Wiederholt wird, auch in den Medien, Kritik an einem „unkritischen“, dem Diktat der Wirtschaft unterworfenen Sportjournalismus laut.

So kommt Hortleder (1988) mit Blick auf die Kommerzialisierung des Sports und ihrer Auswirkung auf die Organisation der Presseorgane und die Aufgabe von Sportjournalisten zu dem Schluss:

„Alles in allem leisten die Sportressorts der Massenmedien in der Bundesrepublik in ihrer Mehrheit nicht jene Funktion, die von den anderen Ressorts der Medien meist vortrefflich wahrgenommen werden: eine distanzierte, über die Wiedergabe von Fakten hinausgehende Kritik. Ihre Redakteure sind nicht selten ehemalige Leistungssportler aus einer Zeit, in der die Welt des Sports noch relativ heil war. In ein modernes Sportressort hingegen gehören Journalisten mit fundierten politischen, ökonomischen und soziologischen Kenntnissen. Konsequenz zu Ende gedacht, müsste man das Sportressort in die Wirtschaftsredaktion eingliedern.“ (Hortleder 1988, 60f.) Sieht man die enge Zusammenarbeit von Sport- und Wirtschaftsredaktionen, zum Beispiel der FAZ.NET und den neuen Sportteil in der Wirtschaftszeitung „Financial Times Deutschland“ (FTD), scheint die von Hortleder geforderte Konsequenz Wirklichkeit geworden zu sein. Nach Angaben der Pressestellen der FAZ.NET und FTD sind innerredaktionelle Veränderungen und Modifizierungen ihres Produktes bewusste Reaktionen auf die Wechselbeziehung zwischen Wirtschaft, Sport und Medien.<sup>11</sup>

Die Sportrubrik der FAZ.NET teilt sich in sieben Unterrubriken, zu denen die Sparte „Sportbusiness“ zählt. Guido Franke, Leiter der Sportredaktion FAZ „Electronic Media GmbH, Frankfurt/M.“, bestätigt die mediale

Vernetzung von Sport und Wirtschaft und begründet diese wie folgt:

„Eine enge Vernetzung vom Sport- mit dem Wirtschafts- und Finanzressort war schon vor unserem Launch im Januar 2001 geplant. [...] Immerhin gibt es mittlerweile in Europa 31 börsennotierte Fußball-Klubs, werden die Strukturen des Sports aus einem Magischen Dreieck mit Medien und Sponsoren ähnlich der klassischen Unterhaltungsbranche bestimmt. [...] Sportbusiness gilt dabei als Sammelbegriff für Sport-Politik, Sport-Sponsoren, Sport-Recht, Sport-Wirtschaft, Sport-Medien. Sport-Business bietet zudem eine ideale Plattform, um die Vernetzung mit dem Wirtschafts- und Politik-Ressort zu erreichen. Dies berücksichtigen wir bereits in der redaktionellen Gesamtplanung.“<sup>12</sup>

Die Wirtschaftstageszeitung FTD reagierte im Februar 2001 auf die fortschreitende Vernetzung der Bereiche Sport und Wirtschaft mit der Integration eines Sportteils.

Claudia Frenz von der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der FTD begründet die Erweiterung der Wirtschaftszeitung um einen Sportteil unter anderem mit dem Leserinteresse. Zur Zielgruppe der FTD zählen Personen in wirtschaftlichen Führungspositionen („Entscheider“), von denen viele „sogar selbst früher im Leistungssport aktiv (waren) und schon von daher sehr sport-affin (sind)“. Der potentielle FTD-Leser kann demnach als „personalisierte Vernetzung“ der Bereiche Sport und Wirtschaft gesehen werden. Interessant ist zudem folgende redaktionsspezifische thematische Trennung, die im Gegensatz zu der Bewertung/Einordnung sportwirtschaftlicher Belange seitens der FAZ.NET-Redaktion steht:

„Themen aus dem Sport-Business werden in der FTD ebenfalls aufgegriffen, sie sind jedoch nicht im Sport-Teil, sondern im Unternehmensressort angesiedelt, das einen eindeutigen Fokus auf wirtschaftliche Zusammenhänge hat“.

Der redaktionellen Gewichtung der FTD zufolge, sind Nachrichten aus dem Bereich des Sports mit Wirtschaftsnachrichten gleichzusetzen und fallen in den Zuständigkeitsbereich des *Unternehmensressorts*. Hier tritt wieder die doppelte Rolle von Fußballklubs zutage, die zugleich als wirtschaftliche Unternehmen Schlagzeilen machen. Auch wenn hier scheinbar eine Rubrikentrennung vorgenommen wird, lassen sich in Bezug auf das „Sport-Business“ keine klaren thematischen Grenzen zwischen den Bedeutungsebenen Sport und Wirtschaft ziehen.<sup>13</sup>

Selten finden sich in der aktuellen Sportberichterstattung kritische Kommentare, welche die enge Vernetzung der Bereiche hinterfragen, wie zum Beispiel in dem Beitrag (1) „Eine unreife Kapitalanlage“ (SZ, 11.10.01).

Die Metapher nimmt Bezug auf den damals 21-jährigen Fußballprofi Sebastian Deisler, der wegen eines möglichen Vertragsbruchs im Transfergeschäft in die Schlagzeilen geraten ist. Der Kommentar zeichnet sich durch hyperbolischen Metapherngebrauch auf der Isotopie-Ebene „Wirtschaft“ aus. Es kommt zu einem im Lakoff'schen Sinne *highlighting* der rein wirtschaftlichen Perspektive auf den Sport, worin der Kommentator seine Kritik an dem hier entworfenen Konzept vom „Wirtschaftssystem Fußball“ ausdrückt.

## 2.5. Einführung in das Untersuchungskorpus: Spezifika der Textsorte „Hypertext“

Ein Grundprinzip des Hypertextes ist seine Nicht-Linearität. Die Kohärenzbildung hängt noch radikaler von der Rezeptionssituation ab als beim Text (Kuhlen 1991, 27). Allerdings basiert er häufig, insbesondere in Form der Online-Zeitung, auf linearen Textelementen.

„Die Grundidee von Hypertext besteht darin, dass informationelle Einheiten, in denen Objekte und Vorgänge des einschlägigen Weltausschnittes auf textuelle, grafische oder audiovisuelle Weise dargestellt werden, flexibel über Verknüpfungen *manipuliert* werden können. Manipulation bedeutet hier in erster Linie, dass die Hypertexteinheiten vom Benutzer leicht in neue Kontexte gestellt werden können, die sie selber dadurch erzeugen, dass sie ihnen passend erscheinenden Verknüpfungsangeboten nachgehen.“ (Kuhlen 1991, 13ff.)

Dennoch gilt das „dialogische Prinzip“, d.h. der Rezipient wählt, „manipuliert“ den Hypertext nicht völlig frei, sondern es findet immer eine Lenkung durch den Autor und Seitengestalter statt, der die Verlinkungen setzt, „Lese-pfade“ bildet und damit Vorschläge zur weiteren Lektüre macht. Der sogenannte *Hyperlink* wirkt hier kohärenzstiftend (Wolf 2001, 182). Das *Linking* beinhaltet eine Wertung der Information, denn Nachrichten aus dem Bereich des Sports werden durch entsprechende Verlinkung gleichzeitig als Sport- und Wirtschaftsnachrichten klassifiziert. Die *baptische* Nachbarschaft von Sport und Wirtschaftsru-brik, die durch die lineare Seiten- und Rubrikanordnung in der Tageszeitung zustande kommt, entsteht im Fall der FAZ.NET durch das Verlinken der Rubriken. Nicht das Blättern der Zeitungseite führt den

Leser von der Wirtschaftslektüre zum Sportteil, sondern das Anklicken von Links, d.h. das Befolgen vorgegebener möglicher Lese-pfade.

## 3. Sprach- und Bildmetaphern in deutschen und französischen Medien

### 3.1. Sport in der Wirtschaftsberichterstattung

#### 3.1.1. Sprachliche Verknüpfung von Sport und Wirtschaft: Sport als source domain des strukturellen Mappings

Sportmetaphern zur Illustration komplexer wirtschaftlicher Sachverhalte und Vorgänge sind ein häufig zu beobachtendes Mittel der Wirtschaftsberichterstattung diverser deutscher und französischer Tageszeitungen sowie ihrer Online-Angebote. Der Sport, seine Struktur und seine Regeln werden beim Leser als allgemein bekannt und leicht verständlich vorausgesetzt, weshalb er gern als *source domain* des strukturellen *Mappings* zur Konzeptualisierung der Domäne Wirtschaft herangezogen wird. Diese wird häufig als komplizierter empfunden, da sie nicht zum unmittelbaren Erfahrungsbereich des Rezipienten gehört.

(2) „Comroad/ Börse zückt rote Karte“ (FR Wirtschaft, 20.02.02)

(3) „Telekommunikation/ Langstreckenlauf zum mobilen Internet.“ (FAZ.NET Wirtschaft, 07.02.02)

(4) „Eichel gerät auf der Zielgeraden ins Schwitzen/ Haushaltsberatungen vor der Entscheidung/ Minister legen sich beim Sparkurs quer/ Zinsausgaben sollen sinken.“ (FR Wirtschaft, 10.06.02)

Die Schlagzeilen besitzen resümierende Funktion. Die detaillierten Informationen der Fließtexte über Vorgänge in der Wirtschaft und Wirtschaftspolitik werden vereinfachend in Form von Sportmetaphern zusammengefasst. Es handelt sich hierbei nicht um die Vermittlung einer tatsächlichen inhaltlichen Verknüpfung der Bereiche, sondern um eine rein sprachliche Gleichsetzung. Ad-hoc-Metaphern aus dem Bereich des Sports sind generell beliebtes Mittel, um komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge darzustellen.

#### 3.1.2. Die Kategorie der *métaphorisations mutuelles*: sprachliche und inhaltliche Verknüpfung

Fußballklubs als börsennotierte Unternehmen, Vereinsvorsitzende als Manager – der Sport macht regelmäßig Schlagzeilen auf den Wirtschaftsseiten von Print- und Onlinemedien.

Die „doppelte“ Rolle der Fußballklubs wird durch eine



ser vollzieht sich einerseits mittels der Substitution des Namens „Kirch“ durch das Lexem „Münchner Medienkonzern“ sowie durch das Lexem „Pleite“. Die syntaktische Konstruktion der Unterzeile sowie die Nominalphrase der Schlagzeile drücken gleichermaßen einen kausalen Zusammenhang aus, bei dem „Kirch“ bzw. „der Münchner Medienkonzern“ an erster Position stehen und das kausale Phänomen begründen, das weitreichende Folgen für den sportlichen Bereich haben kann. Die syntaktische Anordnung unterstreicht das Abhängigkeitsverhältnis des Profifußballs von der Medienwirtschaft. Diese Reihenfolge spiegelt sich auch in der Anordnung der Rubriken diverser Tageszeitungen wider: Der Sportteil folgt für gewöhnlich dem Wirtschaftsteil. Hier findet eine inhaltliche Gleichsetzung statt, die zudem zu einer Vermischung von rubriktypischen Präsentationsformen führt.

### 3.1.3. Die Fußballweltmeisterschaft (WM) als Wirtschaftsfaktor: Die ökonomische Perspektive auf ein sportliches Großereignis

Der Fußballweltmeisterschaft 2002 in Japan und Südkorea widmeten sich Sport- und Wirtschaftsredaktionen gleichermaßen. Sowohl die Vorberichterstattung als auch die begleitende der am 31. Mai 2002 beginnenden WM zeichnet sich durch zahlreiche Beiträge der Wirtschafts- und Sportberichterstattung aus, die das Sportspektakel unter wirtschaftlichen Aspekten betrachtet.

(10) „Wer gewinnt in Japan? Adidas, Sony oder Yahoo?“ (Welt am Sonntag, 19.05.02, s. rechte Seite)

Die Seite 1 des Wirtschaftsteils der „Welt am Sonntag“ erweist sich als ein Beispiel für eine komplexe Form der Vermischung der Domänen Sport und Wirtschaft, die sich sowohl auf inhaltlicher als auch auf formaler Ebene vollzieht.

Im inhaltlichen wie im visuellen Mittelpunkt der Themenseite steht der Gewinn der Fußballweltmeisterschaft, symbolisiert durch die Abbildung des goldenen „FIFA WORLD CUP“, die sich mittig über fast die gesamte Seitenlänge erstreckt. Die Abbildung befindet sich zwischen dem rechtsseitigen Hauptartikel der Seite und einem Interview auf der linken Seite. Sie kann gleichzeitig als verbindendes Element gewertet werden, denn beide Beiträge, wie auch der farbig unterlegte Kasten (rechts unten), widmen sich der Fußball-WM in Japan. Die Abbildung der Trophäe ist das dominierende gestalterische Element der Seite. Zudem resümiert sie in ihrer symbolhaften Bedeutung die zentrale Frage, die in den drei Textbeiträgen

erörtert wird. Der „FIFA WORLD CUP“ ist Symbol für sportlichen Erfolg. Jedoch erfährt das Symbol in dem spezifischen Kontext eine Bedeutungsverschiebung. Die Seite trägt den fettgedruckten Rubrikittel „WIRTSCHAFT“. Schräg rechts darunter ist die Schlagzeile des Hauptartikels zu lesen: „Wer gewinnt in Japan? Adidas, Sony oder Yahoo?“ Die Schlagzeile ist durch den gleichen Schrifttyp mit dem Lexem „Wirtschaft“ visuell verknüpft. Dadurch entsteht eine Kontextualisierung, welche die erste in der Schlagzeile gestellte Frage desambiguiert. Die Frage lautet nicht, welche Nationalmannschaft als sportlicher Sieger in Japan hervorgeht, sondern wer am Ende wirtschaftliche Erfolge verbucht. Die Siegetrophäe gilt dem wirtschaftlichen Gewinner. Die Umdeutung eines weltweit bekannten Symbols des Sports in wirtschaftlichem Sinne stellt eine Form der Vermischung der Bedeutungsebenen dar. Wirtschaftlicher Wettbewerb wird als sportlicher Wettkampf konzeptualisiert, und zwar zwischen drei so genannten „global players“, welche die Triade der Weltwirtschaft „Europa – Japan – USA“ repräsentieren. Hier liegt eine Personifizierung der hinter den Namen stehenden Unternehmen vor. Zur Veranschaulichung komplexer wirtschaftlicher Vorgänge wird das als allgemein bekannt vorausgesetzte Konzept des sportlichen Ereignisses „WM“ herangezogen. Dieses bietet sich an, da gleichzeitig eine direkte inhaltliche Verknüpfung zwischen den Bereichen Sport und Wirtschaft besteht. Hierin liegt der besondere Grad der Vernetzung der konzeptuellen Domänen. Es gilt, die wirtschaftlichen Hintergründe der WM zu erläutern. Zu ihrer Konzeptualisierung wird ein Teil der Domäne selbst, sprich die „sportliche“ Seite der WM herangezogen. Gleichzeitig aber erfährt das kognitive Konzept „Fußball-WM“ beim Rezipienten eine bedeutende Modifizierung. Der Begriff „WM“ erhält wichtige neue Konnotationen, die der konzeptuellen Domäne Wirtschaft zuzurechnen sind. Diese Bedeutungserweiterung bzw. -verschiebung geht Hand in Hand mit der o.g. Umdeutung des visuellen Symbols, des FIFA-Pokals.

Tatsächlich treten mit *Adidas*, als europäischem Sportartikelhersteller, *Sony*, als japanischem Hightech-Produzenten, und *Yahoo*, als amerikanischem Internetportal, drei branchenunterschiedliche Gegner bei der WM an, die auf dem Markt nicht in direkter Konkurrenz zueinander stehen. *Adidas* hofft auf ein „reines Adidas-Finale“, das zustande käme, wenn Frankreich im Endspiel auf Japan oder Argentinien trafe. Alle drei Mannschaften werden mit Sportartikeln des FIFA-Sponsors ausgestattet. Noch



Samstag, 19. Mai 2002 | Nr. 20

# WIRTSCHAFT

WELT SONNTAG



31

Georg Kofler über das Zittern um Premiere

## „Wir erwarten keinen großen Ansturm“

**WELT am SONNTAG:** Herr Kofler, seit Anfang Mai hat die Sendung *Premiere* täglich ein paar tausend Abonnenten hinzugewonnen, obwohl kurz vor der Fußball-Weltmeisterschaft doch eigentlich der große Ansturm auf das Pay-TV erwartet wurde.

**Georg Kofler:** Moment mal. Seit Anfang Mai haben wir netto 15.000 neue Abonnenten gewonnen, und das in einer Situation, in der viele sagen, man wisse nicht, was und ob es bei *Premiere* weitergeht. Es ist doch ein großer Erfolg, dass wir damit jeden Tag 1000 neue Abonnenten hinzugewinnen und unsere Kundenzugrate, die nach vier ersten halben Jahr bei 23 Prozent lag, jetzt nur noch 16 Prozent beträgt.

Einmal schmackhaft zu machen. Kofler: Unsere finanziellen Spielräume sind derzeit sehr eng. Langfristig sind für uns zufriedenstellend. Kunden, die heute die beste Investition sind. Denn Kunden sind ein wertvolles Kapital. Aber-Geschäft ist immer wichtiger. Kofler: Wir werden die Sender kurz über die Jahre zurück gewinnen. Kofler: Das Geld zum Investor hinanzugewinnen hat er. Werbung muss zielgerichtet sein und mit Angeboten betrieben werden. Kofler: Wir werden die Sender kurz über die Jahre zurück gewinnen. Kofler: Das Geld zum Investor hinanzugewinnen hat er. Werbung muss zielgerichtet sein und mit Angeboten betrieben werden.



**Zur Person:**  
**Georg Kofler**  
• 26. April 1957  
• 1983 Promotion zum Dr. phil.  
• 1987-1989 Assistent und Berater von Leo Kirch  
• 1988-2000 Chef von ProSieben  
• 2000-2002 Vorstandsvorsitzender der H.Q.T. Networks AG  
• seit Februar 2002 Vorstandsvorsitzender *Premiere*

**Wand:** Die Diskussion um den Fortbestand von *Premiere* kommt über den freudigen schließlichen Zeitpunkt.  
**Kofler:** Ich habe mir diese Situation leider nicht aussuchen können. Wir erwarten jetzt auch keinen großen Ansturm in den beiden kommenden Wochen vor dem WM-Start. Über sechs Millionen Zuschauer in *Premiere*-Häusern können sich auf die WM freuen, und denen werden wir die Aufmerksamkeit und beste Berichterstattung in der Fernsehgeschichte bieten. Schließlich konnte sich vorher noch nie ein Zuschauer selber aussuchen, wann er ein Spiel anschauen will, und er konnte sich nie auf mehreren Kanälen zwischen unterschiedlichen Spielen wählen.  
**Wand:** Nur vielen Thesen ausgeht jetzt die Mittel für die Werbung, um das Angebot präzisieren zu

lassen schmackhaft zu machen. Kofler: Unsere finanziellen Spielräume sind derzeit sehr eng. Langfristig sind für uns zufriedenstellend. Kunden, die heute die beste Investition sind. Denn Kunden sind ein wertvolles Kapital. Aber-Geschäft ist immer wichtiger. Kofler: Wir werden die Sender kurz über die Jahre zurück gewinnen. Kofler: Das Geld zum Investor hinanzugewinnen hat er. Werbung muss zielgerichtet sein und mit Angeboten betrieben werden. Kofler: Wir werden die Sender kurz über die Jahre zurück gewinnen. Kofler: Das Geld zum Investor hinanzugewinnen hat er. Werbung muss zielgerichtet sein und mit Angeboten betrieben werden.

# Wer gewinnt in Japan? Adidas, Sony oder Yahoo?



**W**enn es nach Delfin Train geht, dann kommt Deutschland im Finale und verliert im Elfmeterschießen. Diese Sehnsucht nach einer asiatischen Trippel bis so herlos wie nachvollziehbar. Train ist Geschäftsführer des Sportwettenspieler *Insomniac*, und seine Erklärung lehnt, dass die Deutschen nicht wieder sich überhaubt am liebsten auf ihr Team setzen. Je länger so ein Turnier mit beidseitiger Beteiligung läuft, desto mehr Wittern sehen sich verführt, auf einen Weltmeistermittel der Voller-Trippe zu tippen. Und wenn die es dann am Ende doch vermissen, dann geht *Insomniac* mit einem schönen Gewinn aus dem Turnier.

Wenn es nach Eric Stamminger geht, dann lautet das Finale Frankreich gegen Japan. Denn beide Teams werden unterstützt von Sportartikelhersteller Adidas, beide Ländern Wirtschaftsmärkte in dem Segment, und Marketing-Vorstand Stamminger kann sich naturgemäß nichts Schöneres vorstellen als ein reines Adidas-Finale. Erweitert glücklicherweise er am Ende aber doch nicht an den Durchschlag der japaner und tippt auf ein Finale der Top-Pantheon Frankreich gegen Argentinien – was dazu auch eine Auseinandersetzung innerhalb der Marke Adidas wäre.

Und wenn es nach den heimischen Erwartungen geht, dann hoffen sie in neuer beschleunigt eigentlich nur, dass „Deutschland möglichst weit kommt“. Die Berichter, die angesichts der TV-Live-Übertragungen in den Vorwettbewerbsspielen über die Zuschauerzahlen können, wissen, dass es die Sonderkonjunktur Fußball-WM im Gegensatz zu früher einmal nicht geben wird.

Fred behält, denn während die Braueren mit gemäßigter Vorfreude den Spielen entgegenzusehen und die Fußballfans noch mit zunehmender Fanik überlegen, wie Fußball und Arbeit zu kombinieren sind, sind die meisten Unternehmen

Noch nie fand eine Fußball-WM morgens im TV statt. Noch nie waren die Übertragungsrechte so unsicher. Trotzdem erwarten viele Unternehmen steigende Umsätze

**Von Matthias Welt**

Wenn die Vorteile dieser ungewöhnlichen WM, die zuvor hat bislang eine Weltmeisterschaft in Asien stattgefunden, nie zuvor waren Hardcore-Fans dazu gewonnen, sich um 7.30 Uhr ein Spiel anzuschauen, nie zuvor fanden nur 25 von 64 Spiele live im freieinfahbaren Fernsehen statt, und nie zuvor mussten Werbepotenzialmarkt und Werbeteilnehmer auf derart unüblichsten Terrain vorstufen.

Während bei der WM in Frankreich ARD und ZDF, die nach 23 Uhr nicht werden dürfen, bei den Abendspielen auf die Top-Einnahmen verzichten mussten, können sie dieses Mal jeden Tag so richtig aus dem Vollen schöpfen. So kostet in der Halbzeitpause betriebs Spiel Kamerun gegen Deutschland ein 30-Sekunden-Spot 50.000 Euro brutto, und auch bei Brasilien gegen China muss in der gleichen Zeit der Werbende 75.000 Euro hinblättern. Die Werbeplätze, so heißt es beim ZDF, seien so gut wie ausgebucht. Die Marketingabteilungen der Konzerne scheitern demnach auszugehen, dass die Werbeteilnehmer schon irgendeinen Weg zum Fernseher finden werden.

Wer tagüber über tagtäglich findet abends seine Tagesausgaben bei Sat.1. Dort läuft jedes Tag, ab 21.15 Uhr die zwei Stunden WM. 28.000 Euro kostet hier im Schnitt eine halbe Minute Werbespot, weniger als bei den Öffentlich-Rechtlichen, weil das Live-Ereignis

zweit das Marketing für diese WM kennen, zusätzlich können noch die längerfristigen Verträge mit den Nationalmannschaften und Abschlüsse mit einzelnen Spielern wie David Beckham, Kazu und Zinedine Zidane dazu. Gelebt hat sich das Engagement allemal: Nach dem WM-Sieg der Franzosen wurde Adidas dort Marktführer zu Lasten von Nike, dem Anbieter des Endspielgiganten Bräunlin.

Zehn Mannschaften der 32 WM-Teilnehmer hat Adidas einen Vertrag. Deutschland ist auch dabei, der Trikotverkauf verläuft entsprechend unseren Erwartungen“, sagt Stamminger und lässt keinen Zweifel daran, dass die gemäßigten sind. Wenn nicht als 150.000 Stück habe man im Vorfeld der WM verkauft, das sei „nicht übermäßig wenig“. Aber eben auch nicht übermäßig viel. Zum Vergleich: Die Japaner haben schon über 300.000 Nationaltrikots verkauft.

Gesetzter Gewinner sind die Telefonierer. Zwischen 13 und 18 Prozent ist in der Vergangenheit in dem beiden Monaten und während der WM der Verkauf der Geräte nach oben gegangen. Der Verband Unterhaltungs- und Kommunikations-elektronik rechnet diesmal mit einem Plus von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr, für das Gesamtjahr mit vier Prozent.

Sony, Thomson & Co. brechen damit 2002 aus der ansonsten stagnierenden Branche aus. Vor allem großformatige Geräte mit einem erwarteten Verkaufsumsatz von bis zu 45 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert 2001 seien der Hammer, heißt es bei Sony. Wichtig sei aber vor allem, dass der Fernseher endlich wieder ein Thema werde, nicht immer nur die Expressionsmaschine.“

Anpfiff um 7.30 Uhr! Die Expressions-Maschine geht dann ...

### Ökonomen-Tipp: Wer gewinnt, und wer sollte gewinnen?

 <p><b>Herbert Weber,</b> Chefvollkammer Deutsche Bank „Für mich steht fest: Brasilien wird Fußball-Weltmeister 2002.“</p>	 <p><b>Ulrich Krawe,</b> Chefvollkammer „In meiner Abteilung werden Frankreich und Argentinien als Sieger gehandelt. Ich sage: Argentinien.“</p>	 <p><b>Klaus Friedrich,</b> Chefvollkammer Dresdner Bank „Ich glaube in Argentinien. Vor zwanzig Jahren habe ich in den USA eine Jugendfirma gegründet.“</p>
<p>Korea wird von der WM am meisten profitieren. Zwar werden die Chancen die positiven Signale noch dringender brauchen. Aber Korea ist ein junges und begeistertes Land und hat deshalb die besseren Karten. Deutschland hingegen profitiert von der Fußball-WM nicht. Wir brauchen zum Aufschwung keine Weltmeisterschaft, sondern ein junges Parlament und eine junge Regierung.“</p>	 <p><b>Winfried Beinhorn,</b> Chefvollkammer „Für mich steht fest: Brasilien wird Fußball-Weltmeister 2002.“</p>	<p>Winfried Beinhorn hat die Hälfte von Psychologie. Der WM-Sieg wird ein Problem. Auch hier Argentinien. Das Land hat so große Schwierigkeiten, dass eine Verbesserung der Stimmung und die Erkenntnis, dass es in Argentinien noch Leistung gibt, eine willkommene Entlastung für das gebeliebte Land wäre.“</p>

vorteilhafter wäre Japan als Gegner, da es hier noch einen neuen Markt zu erschließen gilt. Die Metapher „Adidas-Finale“ fokussiert auf einen wirtschaftlichen Aspekt des Fußballereignisses: das Sponsoring. Drei gegnerische Mannschaften werden eins unter dem Namen des Sponsors. Frankreich, Japan und Argentinien stehen und spielen für Adidas. Das Konzept des „Gegeneinander-Spielens“ wird ausgeblendet zugunsten des Konzepts „Miteinander im Auftrag eines Unternehmens-Spielens“. „Gesetzter Gewinner“, im Sinne von Sportwetten, ist laut Artikel die Firma *Sony*, die steigende Umsatzzahlen beim Verkauf von Fernsehgeräten verbuchen kann. Der Internet-Anbieter *Yaboo* will sich die mit dem Austragungsort Asien verbundene Zeitverschiebung der Live-Übertragung sowie den im Vorfeld geführten Streit der Sendeanstalten um die Übertragungsrechte zunutze machen und ein kostenpflichtiges Fußballprogramm im Internet anbieten. Die Übertragungsrechte sind der zweite thematische Aufhänger der Seite. In dem Untertitel des Hauptartikels wird das Thema durch die Fettung des Wortes „Übertragungsrechte“ hervorgehoben und stellt damit ein verbindendes Element zu dem linksseitigen Beitrag dar, einem Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden des Pay-TV-Senders *Premiere*. *Premiere*, ein Sender der insolventen Gruppe KirchMedia, möchte sich ebenfalls zu den Gewinnern der WM zählen können. Der finanziell angeschlagene Sender besitzt die Übertragungsrechte der WM und erhofft sich dadurch einen Abonnentenzulauf. In diesem Textbeitrag wird dem Sportereignis Produktcharakter verliehen: die WM als „Medienware“.

Auch die FAZ.NET-Sportberichterstattung stellt die Fußball-WM 2002 als globales Sponsoringgeschäft dar:

(11) „Die Sportartikel-Giganten/ Adidas kontra Nike oder Krieg ohne Kugeln“ (FAZ.NET Sportbusiness, 06.05.02, s. rechts oben)

Das Fußballturnier wird als wirtschaftlicher Wettkampf zweier Sportartikelhersteller konzeptualisiert, einem bereits aus der WM 1998 in Frankreich bekannter Konflikt. Er versinnbildlicht die latente Konkurrenz zwischen der EU und den USA, die sich sporadisch in drohenden „Handelskriegen“ äußert.

(12) „Sportartikel/ Das Finale: Adidas vs. Nike“ (FAZ.NET Sportbusiness, 27.06.02)

Dem Artikel zufolge käme ein Sieg der Brasilianer über die Deutschen im WM-Endspiel einem Sieg des Brasilien-Sponsors Nike über Konkurrent Adidas gleich. Der Bericht entwirft eine Kosten-Nutzen-Rechnung der Wer-

## Die Sportartikel-Giganten: Adidas kontra Nike oder Krieg ohne Kugeln



Marken-Stars: Ronaldo spielt für Nike, Zidane für Adidas

beaufwendungen der beiden Unternehmen, wobei Sport- und Wirtschaftssprache miteinander verschmelzen: Adidas „schießt 26,5 Millionen Dollar in das Turnier“, es steht mittlerweile „10:8 für Adidas“, das „weltmeisterliche Umsatzsprünge“ verzeichnen kann.

(13) „Fußball-WM/ Beim Duell Adidas gegen Nike liegt Puma vorne“ (FAZ.NET Sportbusiness, 28.06.02, s. unten)

### Fußball-WM

#### Beim Duell Adidas gegen Nike liegt Puma vorne



Nike streckt sich für den WM-Erfolg

Der Artikel ist verlinkt mit dem o.g. Beitrag „Krieg ohne Kugeln“ vom Vortag. Er bildet gleichsam eine Brücke zur Wirtschaftsberichterstattung durch seine Redundanz auf den FAZ.NET-Seiten „Sportbusiness, Wirtschaft Aktuell, Wirtschaft Unternehmen, Wirtschaft Finanzmärkte“. Der Beitrag stellt durch sein paralleles Erscheinen in mehreren Unterrubriken von Sport und Wirtschaft ein typisches Beispiel für die Domänenvermischung in der Online-Berichterstattung der FAZ dar.

### 3.2. Wirtschaft in der Sportberichterstattung

In ihrer Ausgabe vom 18. März 1997 berichtet die „Frankfurter Rundschau“ unter der Rubrik „Wirtschaft“ über ein medienspezifisches Dilemma, das aus der fortschreitenden Vernetzung der Welt des Sports mit der Weltwirtschaft resultiert:

(16) „In den Zeitungen streiten sich Sport- und Wirtschaftsredakteure um die Berichterstattung.“

Im Verlauf der letzten Jahre scheint sich dieser „Streit“ zugunsten der Sportredakteure entschieden zu haben. Denn quantitativ betrachtet nehmen sportbezogene Wirtschaftsnachrichten mittlerweile einen großen Teil der Sportrubriken ein, so dass ihre Rezeption mitunter einer Wirtschaftslektüre gleicht. Bei der Betrachtung von Sprache und Präsentationsformen deutsch- und französischsprachiger Artikel der Sportberichterstattung sollen herausgearbeitete Charakteristika aber nicht ausschließlich als „Reaktion/Antwort“ der Medien auf diese Entwicklung bewertet werden. Es gilt der Frage nachzugehen, ob die Medien nicht gleichzeitig eine *aktive* Rolle einnehmen, indem sie via Sprache und Präsentationsformen eine perzeptuelle Ähnlichkeit oder sogar eine perzeptuelle Homologie vermitteln, die als kognitives Fundament dienen, um weitere Annäherungen bzw. Vernetzungen der Domänen als „selbstverständlich“ zu rezipieren.

#### 3.2.1. Sportlicher Wettkampf als marktwirtschaftlicher Wettbewerb

(17) „*Der Markt schlägt zurück* / Nach der jüngsten sportlichen Talfahrt kann auch Dieter Hoeneß Trainer Jürgen Röber nicht länger halten“ (FR Sport, 08.02.02)

Der Vorgang des Trainerwechsels einer Fußballmannschaft wird als Folge eines marktwirtschaftlichen Gesetzes verstanden. Die Lexeme „Markt“ und „Talfahrt“ etablieren die wirtschaftliche Bedeutungsebene. Wertverluste einer Aktie werden metaphorisch als „Talfahrt“ bezeichnet und anhand eines Kurvendiagramms visualisiert.

„Talfahrten“ entsprechen der Baisse im ökonomischen Kontext. Was für einen gewöhnlichen Arbeitnehmer gilt, gilt hier für einen Fußballtrainer: Wer keine oder schlechte Leistung erbringt, wird durch eine leistungsfähigere Kraft ersetzt. Dieses ökonomische Prinzip wird als Grund für den Trainerwechsel beim Hertha BSC angeführt. Das metaphorisch gebrauchte Verb „zurückschlagen“ versinnbildlicht, dass nicht nur sportliche Gegner zum Gegenschlag ansetzen können, sondern im Fußballgeschäft auch wirtschaftliche Konkurrenten existieren.

(18) „Spanien und England erfolgreichste Verbände“ (SZ Sport, 01.11.01)

Der sportliche Wettkampf Champions League wird dem Artikel zufolge vorrangig auf der finanziellen Ebene ausgetragen. Die folgende Aufzählung von Lexemen soll illustrieren, wie auf lexikalischer Ebene die Konzeptualisierung des Turniers als marktwirtschaftlicher Wettkampf herbeigeführt wird:

FC Bayern München als „Bank“/ 20 Millionen schwere Champions-League-Zwischenrunde/ Gruppen-Erste und Zweite werden auf vier Töpfe verteilt/ FC Bayern und Bayer Leverkusen profitieren finanziell vom Vorrunden-Aus der [...] Clubs/ Wettbewerb/ Prämienschlüssel/ [...] mehr Geld aus dem für die DFB-Klubs mit fast 100 Millionen Mark [...] gefüllten TV-Pool kassieren/ Rekordeinnahme von 90,1 Millionen Mark an UEFA-Prämien/ mit Einnahmen kalkulieren/ erneute Steigerung des Einnahme-Rekordes nach dpa-Berechnungen/ Vereinsrekord entgegensteuern/ kassieren/ Zahlungen aus dem TV-Pool/ erfolgsabhängige Einnahmen aus dem TV-Pool/ Sockelbetrag von 33,65 Millionen Mark an UEFA-Prämien/ Endabrechnung

Charakteristisch für diesen Kalkulationsbericht über mögliche finanzielle Gewinne und Verluste bei der Champions-League ist die gehäufte Nennung (12 Mal) von „Millionen-“Beträgen. Im dritten Absatz des Textes dienen in Klammern angefügte Spielergebnisse der Bewertung eines Klubs. Im letzten Absatz zählt aber die finanzielle Stärke, d.h. die deutschen Teilnehmer an der Champions-League werden über ihre Prämienhöhe charakterisiert. Erfolg steht hier für finanzielle Stärke, die wiederum von der sportlichen Leistung abhängt. Der Profifußball basiert auf einem wirtschaftlichen System, weshalb die Lektüre von Artikeln beschriebener Art nicht ungewöhnlich erscheint.

### 3.2.2. Sportbusiness: Das neue Format der Sportberichterstattung

#### 3.2.2.1. Verlinkung von Sport- und Wirtschaftsberichterstattung und ihre thematische Gleichsetzung

Ein Charakteristikum des FAZ.NET-Angebots ist das zeitgleiche Erscheinen einzelner Artikel auf Seiten mit unterschiedlicher Rubrikzuordnung. So zeichnen sich die Unterrubriken der Seiten „Wirtschaft“ und „Sport“ wiederholt durch eine thematische Redundanz aus, die als das Auflösen von Rubrikgrenzen gewertet werden kann. Wie engmaschig diese Vernetzung in der FAZ.NET-Berichterstattung sein kann, verdeutlicht folgendes Beispiel:

(19) „Sportartikel/ Adidas Salomon erzielt Bestmarke.“ Diese sportmetaphorische Schlagzeile ist am 07.02.02 sowohl auf der Seite „Wirtschaft/ Unternehmen“ als auch auf der Seite „Sportbusiness“ zu lesen. Von beiden Seiten gehen Hyperlinks zu folgenden Artikeln aus: „Salomon rüstet für den Sommer“/ „Adidas-Aktie prescht vor“/ „Adidas muss im vierten Quartal hoch springen“.

Durch die Verlinkung der Beiträge entsteht ein Themenkomplex, ein so genannter Cluster, der sich durch den einheitlichen Gebrauch von Sportmetaphern auszeichnet, wodurch eine bestimmte Perspektive vermittelt wird. Das Thema „Sportartikelhersteller“ bedeutet per se die Vernetzung von Sport und Wirtschaft. Dies wird zusätzlich auf sprachlicher Ebene transportiert. Der Verfasser bedient sich der Domäne „Sport“, um wirtschaftliche Vorgänge innerhalb eines Unternehmens wiederzugeben („Bestmarke erzielen, vorpreschen, hoch springen“). Wirtschaftliche Handlungen werden als Bewegungsabläufe im Rahmen des sportlichen Wettkampfes konzeptualisiert. Die Tatsache, dass die o.g. Artikel am selben Tag sowohl unter der Rubrik „Wirtschaft Aktuell“, als auch auf der Seite „Sportbusiness“ abrufbar sind, zeugt von der Tendenz zur *inhaltlichen Gleichsetzung* der Rubriken.

#### 3.2.2.2. Der Einsatz von Bildmetaphern

Fast jeder Beitrag auf den FAZ.NET-Seiten enthält mindestens ein illustrierendes Bildelement. Charakteristisch sind Bilder aus der Sportberichterstattung. Diesem kognitiven „Hilfsmittel“ wird über die Bildunterschrift eine metaphorische Bedeutung zugewiesen, sie bildet die Brücke zwischen Bildmaterial und Text. In einem Bericht über sportwirtschaftliche Texte ergibt sich auf der Textebene eine propositionale Repräsentation der Domäne „Wirtschaft“, während das entsprechende Bildmaterial die Kon-

struktion eines mentalen Modells vom „Sport“ fördert. Die doppelte Metaphorik, auf bildlicher *und* sprachlicher Ebene, lässt die Rezeption der Wirtschaft „als Sport“ selbstverständlich erscheinen. Denn das Evozieren eines mentalen Bildes wird durch die „Mitlieferung“ von Bildmaterial sozusagen vorweggenommen.<sup>15</sup>

#### 3.2.2.3. „Sportliche“ Wirtschaftsberichterstattung der Financial Times Deutschland

Während der Fußball-WM 2002 findet der Sport sowohl sprachlich, als auch inhaltlich Eingang in die Wirtschaftsmeldungen der FTD.

(20) „Schily kickt Microsoft aus Behörden“ (FTD, 04.06.02)

Während der Fußball-WM 2002 in Japan und Südkorea ist die Quellendomäne „Fußball“ beliebt bei der Kreation von Ad-hoc-Metaphern, da sie als ein aktuelles, unmittelbar abrufbares kognitives Konzept beim Rezipienten vorausgesetzt werden kann. In diesem Fall wird das aus der Fußballsprache stammende Verb „kicken“ zur stilistisch saloppen Metapher, die einen komplexen wirtschaftspolitischen Vorgang veranschaulichen soll.

Doch nicht nur sprachlich findet die WM Eingang in die Berichterstattung der FTD. Sie wird, wie in anderen Fällen bereits gezeigt, auch zum Thema derselben:

(21) „WM 2002: Fußball gucken statt Aktien handeln“ (FTD, 29.05.02)

Die WM wird in diesem Beitrag als ernstzunehmende Größe dargestellt, die sich negativ auf das Börsengeschehen auswirken kann. Denn, wenn die Broker lieber „Fußball gucken statt Aktien handeln“, ist die „Angst vor [einem] Umsatzeinbruch“ nicht ungerechtfertigt:

„Weil die Übertragung der Fußball-WM mitten in die Handelszeiten der Börse fällt, rechnen Händler mit einem spürbaren Rückgang der Umsätze. Die Broker wollen möglichst wenig Spiele verpassen - und zocken lieber mit Derivaten auf gelbe und rote Karten.“

Die passive Tätigkeit des „Fußballguckens“ wird hier anhand einer Metapher in einen aktiven Vorgang transformiert. Der Vorgang des „Zockens“ bezeichnet die eigentliche Tätigkeit der Broker. Die Metapher „zocken [...] mit *Derivaten auf gelbe und rote Karten*“ verbindet auf der kursiv gesetzten lexikalischen Ebene die Bedeutungsebenen „Fußball“ und „Börse“ und vollzieht so die Bedeutungsübertragung des Verbs „zocken“ auf die Bedeutungsebene „Sport“. Hier kommt besonders die Funktion der Metapher als ludischer Sprachgebrauch<sup>16</sup> seitens des

Textproduzenten zum Ausdruck.

Der umgekehrte Fall von Bedeutungsübertragung findet in folgender Schlagzeile statt:

(22) „Das Kapital: Japan kann demnächst Weltmeister werden“ (FTD 28.05.02)

In dem zeitlichen Kontext dieser Schlagzeile, d.h. wenige Tage vor Beginn der Fußball-WM in Japan, stellt das Lexem „Weltmeister“ ein Sprachspiel dar. Auf der Bedeutungsebene „Sport“ kann die Aussage „Japan kann demnächst Weltmeister werden“ durchaus zutreffen, wenn die japanische Nationalmannschaft die entsprechende sportliche Leistung erbringt. Das einleitende Lexem „Das Kapital“ sowie die Anreißermeldung desambiguieren die Schlagzeile: „Der mit weitem Abstand wichtigste, alles überragende Grund ist natürlich die Fußball WM. Aber dass Japan in aller Munde ist, liegt auch an der Börse.“

Es wird explizit in die Domäne der Wirtschaft eingeführt. Das der Sportsprache angehörende Lexem „Weltmeister“ erhält metaphorische Bedeutung zur Beschreibung der derzeitigen positiven Börsensituation Japans.

#### 3.2.2.4. Das „Sportbusiness“ in der französischen Sportberichterstattung

Der Begriff des „Sportbusiness“ existiert auch in der französischen Pressesprache und findet Eingang in die Sportberichterstattung:

(23) „L'Italie face aux écueils du sport business“<sup>17</sup> (Le Figaro Sport, 21.06.02)

In Anbetracht der ausgeprägten Form der Sportbusiness-Berichterstattung der FAZ.NET und der Bedeutung, die der wirtschaftlichen Seite des Sports seitens der FTD zugemessen wird, nimmt das „Sportbusiness“ in der Sportberichterstattung von „Le Monde“ (= LM) und „Le Figaro“ (= LF) relativ wenig Platz ein. Natürlich sind Sport und Wirtschaft auch in Frankreich nicht mehr unabhängig voneinander zu betrachten. Die Sportseite der Online-Ausgabe von Le Monde besitzt die Untertitel „Football et Affaires“, in der die geschäftlichen und sportpolitischen Belange des französischen Profisports thematisiert werden. Unter anderem spielt hier die wirtschaftliche Verbindung von Sport und Medien (am Rande auch die „Kirch-Krise“) eine Rolle:

(24) „Après la faillite de Kirch, les constructeurs se mobilisent“<sup>18</sup> (Le Monde Sport, 15.04.02)

(25) „Menace de banqueroute de dizaines de clubs anglais“<sup>19</sup> (Le Monde Sport, 25.03.02).

Auch das Sponsoring-Geschäft führt zur Schlagzeilenbil-

dung :

(26) „Zinedine Zidane en contrat avec Orange pour 3 millions d'euros“<sup>20</sup> (Le Monde Sport, 18.04.02)

Das Konzept vom Fußballklub als wirtschaftliches Unternehmen und, damit einhergehend, vom Fußballspieler als Arbeitnehmer wird sowohl inhaltlich als auch über Metaphern vermittelt. Dies hat unter anderem Beiträge zur Folge, die sich wie Wirtschaftsbilanzen lesen:

(27) „L'audit de Olympique Marseille est accablant“<sup>21</sup> (Le Monde Sport, 07.05.02)

In dem Bericht über die Untersuchungsergebnisse, die eine der größten internationalen Unternehmensberatungen (PWC) bezüglich der wirtschaftlichen Lage des Fußballklubs Olympique Marseille vorgelegt hat, dominieren Lexeme aus der Domäne „Wirtschaft/Finanzen“:

l'audit/ la rentabilité financière/ l'image du club/ le corporatisme/ la direction nationale de contrôle de gestion (DNCG)/ le procureur/ rétablir la situation financière/ la masse salariale/ la charge du personnel/ le chiffre d'affaires du club/ la masse salariale des joueurs/ un salaire moyen/ la gestion des joueurs/ des pertes/ l'endettement/ les financements complémentaires de son principal actionnaire/ la société/ la société OM TV, chaîne de télévision payante du club/ le bilan/ situation déficitaire/ déficit net de trésorerie<sup>22</sup>

Hier wird eine rein wirtschaftliche Perspektive auf einen Fußballklub gerichtet.

### 3.3. Präsentationsformen in der deutschen und französischen Sport- und Wirtschaftsberichterstattung

#### 3.3.1. Der „ökonomische“ Sportbericht (Tabellen, Diagramme, Statistiken)

Eine feste Präsentationsform der Sportrubrik in der „Süddeutschen Zeitung“ (SZ) ist die Kategorie „Aktuelles in Zahlen“. In der Montagsausgabe der SZ erstrecken sich über eine Seite Tabellen, in denen die Spielergebnisse derjenigen Sportarten aufgeführt werden, die in den deutschen Medien als weniger wichtig erachtet und demnach nicht zum Thema einer ausführlichen Berichterstattung gemacht werden. Darunter fallen unter anderem American Football, Baseball, Golf und Pferdesport. Unter dem Titel „Kurz gemeldet“ finden sich zudem Meldungen im Presseagenturstil. Die Wiedergabe von Sportergebnissen erfolgt hier in formelhafter Verkürzung, es gibt keine syntaktischen Konstruktionen, sondern lediglich eine Aneinanderreihung von Namen und Zahlen. Dies führt dazu, dass nur der Kenner der jeweiligen Sportart die Informa-

tion „entschlüsseln“ und auswerten kann. Diese Textsorte richtet sich also an spezifische Leser, die gezielt nach Information suchen.

Form und Rezeptionsmodus zufolge kann von dieser Textsorte eine Parallele zu den Börsennachrichten in Tageszeitungen gezogen werden. Auch hier reihen sich formelhaft wiedergegebene Informationen in tabellarischer Auflistung aneinander. Ferner erfordert die Sinner-schließung ein bestimmtes Vorwissen vom Rezipienten. Präsentationsformen der Sportberichterstattung der Kategorie „Aktuelles in Zahlen“ können somit als eine Art der Annäherung der Textsorten bzw. Homogenisierung der Präsentationsformen von Sport- und Wirtschaftsru-brik gewertet werden. Weiterhin ersetzen „Statistiken“, Instrumente der Wissenschaft und Wirtschaft, klassische sportjournalistische Textsorten wie den Vor- oder Nach-bericht zu einem Fußballspiel. Ihre Verwendung in der Sportrubrik evoziert die Assoziation vom Sport als „be-rechenbare“ Größe:

(28) „Statistik zu Bayern München – Manchester United“ (SZ Sport, 21.11.01)

„20.11.2001 - FC Bayern München - Manchester Uni-ted 1:1 (0:0) FC Bayern München: Kahn - Sagnol, Kuf-four, Robert Kovac, Lizarazu - Salihamidzic (73. Zickler), Hargreaves, Effenberg (67. Sforza), Sergio - Elber (67. Jancker), Pizarro - Manchester United: Barthez - Gary Neville, Blanc, Brown, Irwin (46. Silvestre) - Beckham, Keane, Veron, Fortune - Scholes - Van Nistelrooy (85. Yorke) - Schiedsrichter: Frisk (Schweden) - Zuschauer: 59 000 - Tore: 0:1 van Nistelrooy (74.), 1:1 Sergio (86.) - Gelbe Karten: Sergio/ Brown, Blanc - Beste Spieler: Kuffour, Robert Kovac/ Veron, Keane“

Alle spielrelevanten Informationen über ein Spiel der Champions-League werden in dieser „ökonomischen“ Form des Vorberichts erfasst. Sie bedeutet die Erreichung größtmöglicher sprachlicher Ökonomie, unter anderem durch den Einsatz von Ziffern.

Auch die Wirtschafts- und Sportseiten der Print- und Onlineausgabe der „Frankfurter Rundschau“ (FR) weisen analoge Darstellungsformen auf. Hier entsteht eine zu-sätzliche Ähnlichkeit zwischen den Präsentationsformen der Rubriken durch *sprachliche* Nähe, d.h. die Namensge-bung: Das „Börsentelegramm“ und die „Nachrichten-börse“ der Wirtschaftsru-brik können als Pendant zur „Wechselbörse“ auf der Sportseite gesehen werden, das „Firmentelegramm“ wiederum als Äquivalent zum „Er-gebnistelegramm“.

Im Rahmen von sportlichen Großereignissen werden temporär weitere Unterrubriken eingeführt, die sportli-che Ergebnisse in ökonomisierter Form präsentieren:

Die Unterrubriken „WM im Stenogramm“ und „Olym-pia in Zahlen“ präsentieren alle Ergebnisse des Tages in einer listenförmigen Übersicht.

In der Online-Ausgabe der FR vom 18.02.02 finden sich auf der Sportseite alle o.g. Präsentationsformen. Das chronologische „Anklicken“ aller Beiträge ergibt eine Lektüre von insgesamt zehn (gedruckten) Seiten, auf denen ausschließlich in Form von Tabellen und Listen über Sportereignisse informiert wird. Diese Art der Be-richterstattung findet sich auch in „Le programme de la semaine“ der Montagsausgabe von „Le Monde“, in dem formelhaft verkürzt die Fußballspiele der Woche ange-kündigt werden.

### 3.3.2. Infografiken (FAZ.NET)

Ein weiteres Gestaltungselement, das der komprimierten Informationsvermittlung und Illustration dient, ist die *Infografik*.<sup>23</sup> Ihr Einsatz lässt sich vornehmlich in der Rubrik „Sportbusiness“ der FAZ.NET feststellen. Dabei weisen die Infografiken Darstellungsformen auf, die ursprüng-lich zur Vermittlung wirtschaftlicher Inhalte dienen, bei-spielsweise Balken- und Kreisdiagramme.

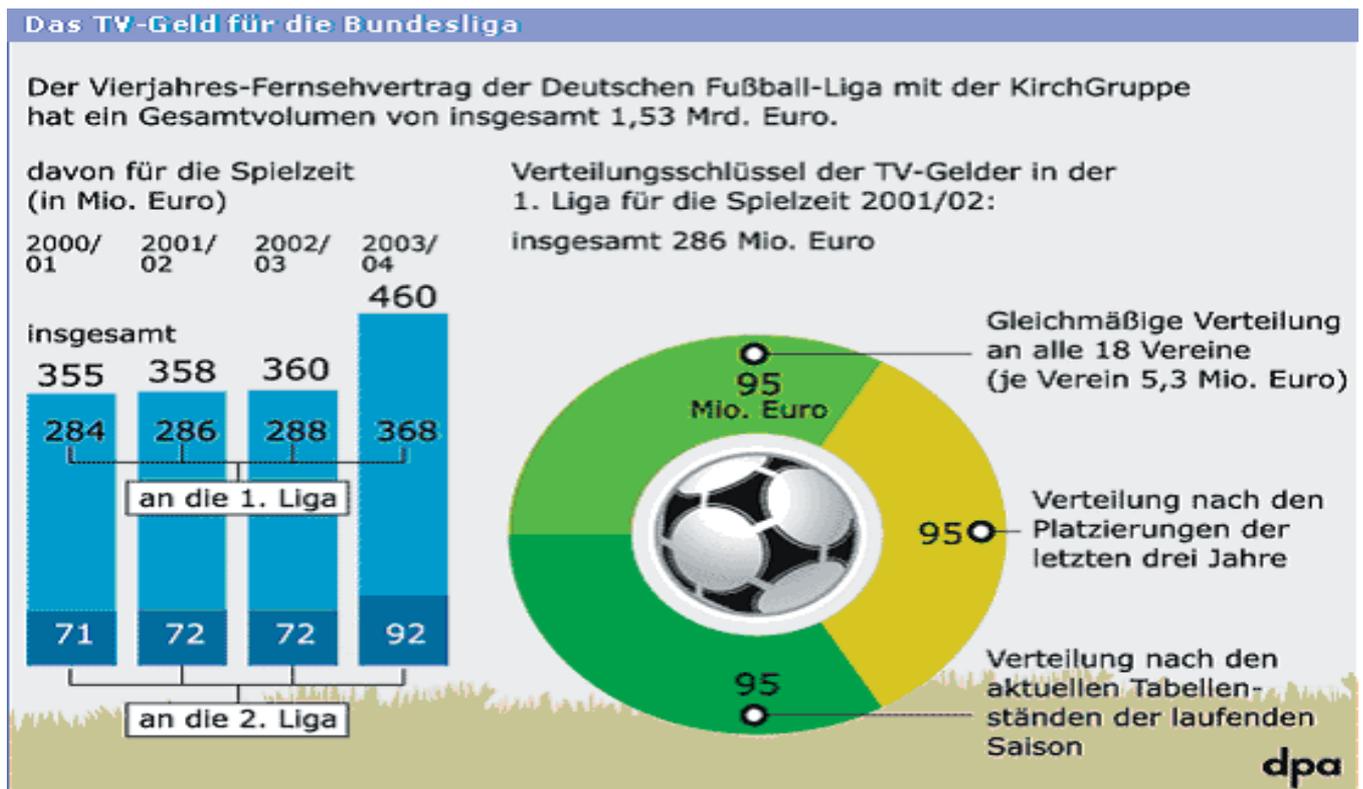
(29) „Kirch-Krise/ Angst um TV-Gelder führt zu Streit in der Liga“ (FAZ.NET Sportbusiness 27.02.02)

Der Artikel informiert über mögliche Folgen der Kirch-Pleite auf die Einnahmen von Bundesliga-Klubs durch die Fernsehvermarktung, eine ihrer Haupteinnahmequel-len.

Der Beitrag, der die Vernetzung von Sport und Medi-enwirtschaft thematisiert, greift auf typische Präsentati-onsformen aus der Wirtschaftsberichterstattung zurück. Dem Fließtext schließt sich folgende Infografik an:

(30) „Das TV-Geld für die Bundesliga“ (FAZ.NET Sport-business, 27.02.02, s. rechte Seite)

Konstituierende Elemente dieser Infografik sind ein Bal-ken- und Kreisdiagramm, Worte und Ziffern. Sie erläutert den Vierjahres-Fernsehvertrag der Deutschen Fußball-Liga mit der Kirch-Gruppe. Die assoziative Verknüpfung der Bereiche Sport und Wirtschaft erfolgt nicht nur durch die sprachlichen Erläuterungen der Infografik, sondern auch über ihre optische Gestaltung. Das Kreisdiagramm ist in Anlehnung an die runde Form des Fußballs ge-wählt. Explizit wird dieser Bezug durch das Symbol eines Fußballs in der Mitte des Kreisdiagramms. Ferner ist der



Hintergrund der Infografik in „gras-grün“ gehalten, der untere Rand stellt einen stilisierten Rasenquerschnitt dar. Hier vermischen sich also Darstellungsformen aus der Wirtschaftsberichterstattung mit Symbolen, die dem Fußballsport eigen sind. Die kognitive Vernetzung der Bereiche Sport und Wirtschaft verläuft in diesem Beitrag über ein Layout, welche die sprachliche Ebene (Schlagzeile, Fließtext, Erläuterungen zur Infografik) und die optische Ebene (Infografik in Form eines Balken- und Kreisdiagramms, optisch aufbereitet durch Symbole/Piktogramme des Fußballsports) verbindet.

Die gleiche Infografik erscheint wiederholt wenige Tage später unter derselben Rubrik zu einem thematisch verwandten Beitrag:

(31) „Fußball-Bundesliga/ Image verbessern, Publikum verjüngen“ (FAZ.NET Sportbusiness, 06.03.02)

Darin geht es um das „Produkt“ Bundesliga“, dessen „Werthaltigkeit“ und „Imageprobleme“. In diesem Fall illustriert die Infografik, die Verteilung von Millionen-Euro-Beträgen auf die Liga und Vereine und ist als Dar-

stellung des Marktwerts des „Produktes“ Bundesliga zu verstehen.

(32) „FC Bayern/ Strategische Partnerschaft“ (FAZ.NET Sportbusiness, 08.03.02, s. folgende Seite)

Der Fließtext unter dieser Schlagzeile informiert über den neuen Sponsorenvertrag des kürzlich in eine AG umgewandelten Klubs Bayern München mit der Telekom. Dabei wird der FC Bayern in einem Zitat des Vorstandsvorsitzenden Rummenigge als „Marke FC Bayern, stark wie noch nie“ bezeichnet. Die Infografik im Anschluss an den Text unterstreicht diese wirtschaftliche Perspektive auf den Sport. Unter dem Titel „Vereine und ihre Sponsoren“ zeigt sie eine zweiseitige Auflistung der deutschen Erst- und Zweitliga-Vereine und ihrer Sponsoren. Dabei bilden je drei Zeilen eine Einheit. Der Vereinsname steht jeweils an erster Stelle. Er wird durch fette, schwarze Lettern hervorgehoben und bildet eine Art „Überbegriff“. Es folgen der Sponsorenname, das Auslaufdatum des Vertrags und die Vertragssumme, die sozusagen die wichtigsten „Eckdaten“ bilden. Es handelt sich um eine Art „Rangliste“,



deren entscheidendes Ordnungskriterium die Höhe der Vertragssumme bildet. Die FC Bayern München AG rangiert an erster Stelle mit einem 20 Millionen Euro teuren Sponsorenvertrag mit der Telekom. Das Schlusslicht bildet der Verein Energie Cottbus mit einem 2,05 Millionen Euro teuren Sponsorenvertrag.

Die Grafik enthält keine zusätzliche verbale Erläuterung. Die kognitive Vernetzung von Sport und Wirtschaft gilt als Voraussetzung zum Verständnis einer solchen Tabel-

le.

Hilfestellung gibt hierbei allerdings ein weiteres gestalterisches Element, das in piktografischer Form die „Zusammengehörigkeit“ von Wirtschaft und Sport, von Geld und Fußball symbolisiert: Im Hintergrund der Tabelle sind schemenhaft ein, im Verhältnis zu der gewählten Schriftgröße, übergroßes *Eurozeichen* sowie das Symbol eines *Fußballs* zu erkennen. Die Piktogramme vermitteln auf einen Blick, was Wort- und Zahlenbeiträge der Gra-

fik näher definieren: Sport und Wirtschaft gehen Hand in Hand.

### 3.3.3. Wechselseitige Metaphorisierungen auf visueller Ebene: Das Bild als assoziative Verknüpfungslinie

Die für die deutschen Medien beschriebene Gleichsetzung von Fußballklubs mit Wirtschaftsunternehmen findet auch in den französischen Medien statt. Unter der Rubrik „Économie/Entreprises“ berichtet „Le Figaro“ (03.10.01) von der Finanzlage europäischer Fußballklubs: (33) „Football/ A l'exception de Manchester/ Les finances des clubs européens restent fragiles“.<sup>24</sup> (Le Figaro, 03.10.01, s. unten)

**FOOTBALL A l'exception de Manchester**

## Les finances des clubs européens restent fragiles



Qualifié de club « le plus riche du monde », Manchester United a annoncé pour l'exercice 2000-2001 une hausse de 5 % de son bénéfice d'exploitation avant impôts et survaleurs, à 31,7 millions de livres (51,25 millions d'euros). (Photo Kinsy Wigglesworth/AP)

**Sixtine Léon-Dufour**

Il est de notoriété publique que le ballon rond outre-Manche ne craint pas les paradoxes. Lors de son dernier rapport annuel sur les finances de ce secteur, le cabinet d'audit et de conseil Deloitte & Touche le mettait en évidence : le football anglais est aussi riche que peu rentable.

Pourtant Manchester United, le plus grand des clubs britanniques, échappé à cette règle et vient de le démontrer une nouvelle fois lors la présentation de ses résultats annuels. Qualifié de « plus riche du monde », il a annoncé pour l'exercice 2000-2001 une hausse de 5 % son bénéfice d'exploitation avant impôts et survaleurs, à 31,7 millions de livres (51,25 millions d'euros).

Le chiffre d'affaires a progressé de 12 % à 129,6 millions de livres (209,53 millions d'euros). « Ces données excellentes sur le chiffre d'affaires et la rentabilité différencient Manchester United de la plupart des autres clubs de Grande-Bretagne et d'Europe continentale », a expliqué Roland Smith, le président du club. Reste qu'il s'agit d'un cas à part, de l'avis des analystes, en raison de ses performances régulières tant sportives que commerciales.

Car dans l'ensemble, les clubs de football européens apparaissent bien fragiles. Notamment parce qu'ils sont trop exposés à des paramètres tels que les résultats sportifs, les transferts aléatoires des joueurs, la hausse des salaires et des charges et donc une masse salariale qui croît plus vite que les recettes.

Ainsi sur la saison 1999-2000, en Grande-Bretagne la masse salariale est passée à 747 millions de livres (1,2 milliard d'euros), soit 69 % des revenus générés par les clubs.

« Contrôler le coût des joueurs reste le principal défi dans notre secteur d'activité », reconnaît Roland Smith, « nous avons réussi jusqu'à présent à financer la hausse des salaires par l'augmentation de notre chiffre d'affaires et nous voulons poursuivre cette stratégie à moyen terme ».

Sage décision, car des modèles économiques précaires ont fait plonger plus d'une équipe dans le rouge. Leeds, par exemple, affichait au 30 juin, lors de la clôture de son exercice 2000-2001 une perte avant impôts de 7,6 millions de livres (12,26 millions d'euros), contre un résultat positif l'année précédente. Hier c'était au tour du club allemand du Borussia Dortmund d'annoncer 9 millions d'euros de pertes annuelles liées notamment, selon lui, aux coûts de l'introduction en Bourse.

Pourtant beaucoup de clubs européens veulent toujours aller chercher leur salut en Bourse. En Angleterre c'est chose faite puisque l'on dénombre une vingtaine d'équipes inscrites à la cote. Le phénomène gagne le reste du Vieux Continent. A preuve, l'introduction programmée (mais retardée pour le moment) de la Juventus de Turin. Pour la plupart, les capitaux levés leur permettent de financer leur développement immobilier ou leur stratégie marketing (produits dérivés).

Si le marché constitue un pôle attractif pour les clubs - y compris en France où certains militent dans ce sens - leur parcours n'est pas toujours de nature à satisfaire les investisseurs. Selon eux la visibilité sur les résultats économiques dépasse rarement une année.

Eine Besonderheit dieses Beitrags besteht in der vorliegenden Text-Bild-Kombination, die eine Verknüpfung von Präsentationsformen aus der Sport- und Wirtschaftsberichterstattung darstellt. Der Wirtschaftsteil des „Figaro“ beinhaltet für gewöhnlich nur selten Bildmaterial.

Umso mehr springt das in diesem Kontext verwendete Foto dem Leser ins Auge. Der Wirtschaftsbericht wird mit einem Foto aus der Sportberichterstattung illustriert, das sich direkt unter der Schlagzeile befindet und die jubelnde Mannschaft des englischen Klubs Manchester United zeigt. Die Bildunterschrift in ihrer kommentierenden Funktion erklärt den Jubel der Spieler mit positiven wirtschaftlichen Daten:

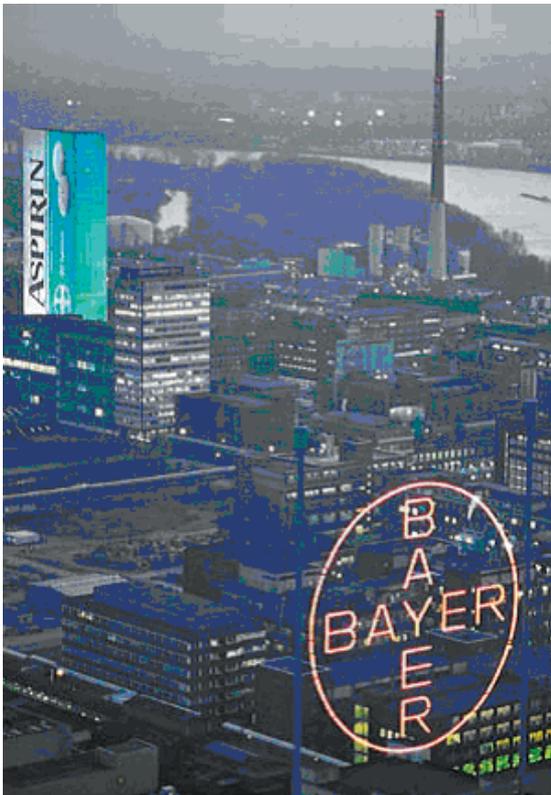
„Manchester United a annoncé pour l'exercice 2000-2001 une hausse de 5% de son bénéfice d'exploitation avant impôts et survaleurs, à 31,7 millions livres (51,25 millions d'euros).“<sup>25</sup>

Die Bildunterschrift ist ein Zitat aus dem Fließtext, der in seinem einleitenden Satz Manchester United als „qualifié de club „le plus riche du monde““<sup>26</sup> charakterisiert. Die sportliche Szene auf dem Foto erfährt eine Interpretation auf wirtschaftlicher Ebene. Der Jubel gilt nicht dem sportlichen Erfolg, sondern der positiven Wirtschaftsbilanz. Es liegt hier also eine wechselseitige Metaphorisierung auf bildlicher Ebene vor, mittels derer wirtschaftlicher Erfolg als Freude von Sportlern visualisiert wird. Das Bild dient als assoziative Verknüpfungslinie und visuelle Metaphorisierung.

Auch der umgekehrte Fall, d.h. dass in der Sportberichterstattung ein Bild mit dem Denotat „Wirtschaft“ zur Illustration herangezogen wird, lässt sich als Beispiel für die Vernetzung von Sport und Wirtschaft via optischer Präsentationsformen anführen.

(34) „Fußball/ Millionen-Mann Franca passt nicht in Bayerns Gesamtfrage“ (FAZ.NET Sportbusiness, 25.01.02, s. folgende Seite)

Die Text-Bild-Kombination dieses Artikels macht einmal mehr auf die Tatsache aufmerksam, dass hinter den meisten Profifußballklubs Konzerne mit wirtschaftlichem Interesse stehen. Der FC Bayer Leverkusen wird in diesem Fall als „Tochterunternehmen“ des Pharmakonzerns Bayer dargestellt, zwischen denen unmittelbare wirtschaftliche Interdependenzen bestehen. Es geht um das Ausscheiden des brasilianischen Fußballspielers Franca wegen finanzieller Engpässe des Mutterkonzerns. Diese resultieren aus der so genannten „Lipobay-Affäre“, einem Medikamenten-Skandal, in dem Pharmakonzern



hohe Schadensersatzprozesse drohen. Die Gesetze des Marktes treffen auch den Fußball: Geht es dem Mutterkonzern schlecht, muss auch die „Fußballtochter“ kürzer treten und auf teure Investitionen, wie dem Spieler Franca, vorerst verzichten. Ein „Machtwort der Bayer-Bosse“, ein „Veto von Wirtschaftsführern“ wirkt sich unmittelbar auf fußballerische Belange aus. Die Überschrift „Ein Mal Meister vor der Rente“ fügt sich mit den Lexemen „Meister“ und „Rente“ ebenfalls in die Bedeutungsebene „Wirtschaft/Arbeitsmarkt“ ein. Der wirtschaftliche Rahmen des Fußballs wird zusätzlich auf visueller Ebene entworfen. Der Text wird durch ein Foto illustriert, das die Bayer-Werke in Leverkusen aus der Luftperspektive zeigt. Im Vordergrund ist ein übergroßes, beleuchtetes Bayer-Emblem zu erkennen, im Hintergrund das Emblem des wohl bekanntesten Produktes des Konzerns, des Schmerzmittels „Aspirin“. Das Bild vermittelt einen Eindruck von der Größe des Konzerns und damit, im übertragenen Sinne, von der hier thematisierten „Macht“, die er auf den Fußball ausübt. Anstelle eines Spielerporträts (etwa des besagten Spielers Franca) tritt die Aufnahme eines Chemiekonzerns. Die Text-Bild-Kombination

suggeriert, dass es im Fußball weniger um den Sport und seine Sportler geht als vielmehr um die „hintergründig“ ablaufenden Geschäfte.

Abschließend sei an dieser Stelle noch ein Beispiel für eine „Nachbarschaft“ *par excellence* hingewiesen: Die Doppelseite in „Le Journal de Dimanche“ (14.10.01) illustriert sowohl lokale Nachbarschaft als auch die Annäherung der konzeptuellen Domänen Sport und Wirtschaft mittels homogener Präsentationsformen.<sup>27</sup>

### 3.3.4. Die Bildung homogener Präsentationsformen

Eine Doppelseite in „Le Journal du Dimanche“ vom 14.10.01 (Abbildungen s. rechte Seite) illustriert sowohl eine lokale Nachbarschaft als auch eine Annäherung der konzeptuellen Domänen Sport und Wirtschaft mittels homogener Präsentationsformen.

Die linke Seite gilt den Börsennachrichten und trägt die Dachzeile „Bourse“. Die rechte Seite widmet sich dem Sport, es handelt sich hierbei um eine Themenseite, die sich ausschließlich mit der Person des Fußballtrainers Luis Fernandez beschäftigt. Die Schlagzeile stellt die Frage: „Fernandez est-il un bon entraîneur?“<sup>28</sup>, auf die im Fließtext und in einem Interview mit dem Trainer eine Antwort gefunden werden soll.

Inhaltlich stellen die Seiten zwei separate Rubriken dar. Das Layout der Doppelseite hingegen weist verwandte Gestaltungsformen auf, welche die Seiten in visuelle „Nachbarschaft“ rücken.

Die Seite „Bourse“ öffnet mit einer horizontalen Reihe von grau-roten Börsenkursdiagrammen. Diagonal entgegengesetzt, der okzidentalischen Leserichtung folgend, befindet sich am Ende der Sportseite ebenfalls ein Kursdiagramm. Der Hintergrund ist „fußballrasen-grün“, die rot eingezeichnete Kurve stellt eine visuelle Verknüpfung zu den Diagrammen am anderen Ende der optischen Achse dar. Weiterhin befindet sich auf beiden Seiten je ein Foto, die sich im oberen Drittel der Seiten unter der Schlagzeile und dem *Lead* des jeweiligen Hauptartikels befinden. Das Foto auf der Börsenseite zeigt einen Unternehmenschef. Er blickt nachdenklich, sein Blick weist nach rechts. „Folgt“ der Rezipient seinem Blick, trifft er auf das Foto der rechtsseitigen Sportnachrichten. Darauf ist der besagte Fußballtrainer zu sehen, der in die entgegengesetzte Richtung, sprich nach links blickt. Die Blicke der beiden Männer scheinen sich „zu treffen“, wodurch eine optische Achse zwischen der Wirtschafts- und der Sportseite entsteht.

Table with market data including CAC 40, Europe 50, Dow Jones, Nikkei, FTSE 100, and other indices.

LA SEMAINE A PARIS

Table with weekly market performance for various sectors like Energie, Industrie, etc.

SUR LES MARCHÉS LE CAC 40 PROGRESSE DE 20% EN DIX JOURS

OPA : la chasse est ouverte

Après une déprime sans précédent, les investisseurs ont repris leurs esprits en France comme aux Etats-Unis. Ils estiment que c'est le moment d'acheter. Les rumeurs de raids sur les valeurs les moins chères se multiplient.

Après le choc, ce n'est pas la hausse de la semaine dernière qui a permis de rassurer les investisseurs. Le CAC 40 a progressé de 20% en dix jours. Les investisseurs ont repris leurs esprits en France comme aux Etats-Unis. Ils estiment que c'est le moment d'acheter. Les rumeurs de raids sur les valeurs les moins chères se multiplient.

Confidentiel

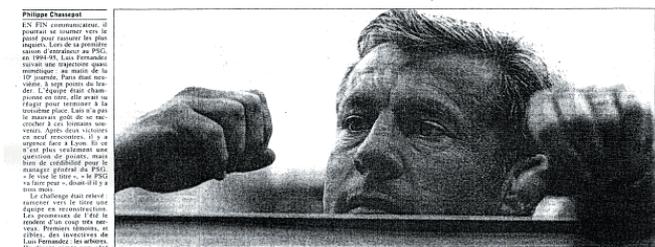
Concordé en privé... Les investisseurs ont repris leurs esprits en France comme aux Etats-Unis. Ils estiment que c'est le moment d'acheter. Les rumeurs de raids sur les valeurs les moins chères se multiplient.

Le bio-terrorisme fait flamber les petits labos

Un bio-terrorisme fait flamber les petits labos... Les investisseurs ont repris leurs esprits en France comme aux Etats-Unis. Ils estiment que c'est le moment d'acheter. Les rumeurs de raids sur les valeurs les moins chères se multiplient.

Fernandez est-il un bon entraîneur ?

Ce soir face à Lyon (20 h 45), le PSG joue gros et son manager général aussi. « Je vise le titre », jurait-il. On en est loin et c'est désormais sa crédibilité qui est en cause.



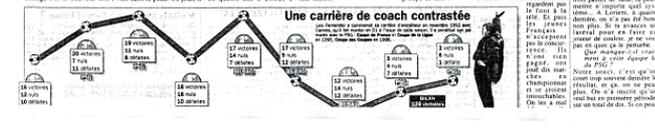
Philippe Chatrier. Le président du Tennis Professionnel...

Philippe Chatrier... Le président du Tennis Professionnel... Ce soir face à Lyon (20 h 45), le PSG joue gros et son manager général aussi. « Je vise le titre », jurait-il. On en est loin et c'est désormais sa crédibilité qui est en cause.

“Anelka, je l'aime !”

Luis minimise le conflit avec son attaquant vedette, qui est revenu à l'entraînement hier. Il justifie aussi ses choix tactiques controversés.

Luis minimise le conflit avec son attaquant vedette, qui est revenu à l'entraînement hier. Il justifie aussi ses choix tactiques controversés. Anelka, je l'aime !



Das Kurvendiagramm der Sportseite führt zur zusätzlichen Vernetzung der Domänen Sport und Wirtschaft auf konzeptueller Ebene. Es trägt den Titel: „Une carrière de coach contrastée“. Der Verlauf der Kurve illustriert das „Auf und Ab“ der Erfolge, die Fernandez als Trainer im Verlauf seiner Karriere verzeichnen konnte. Der untere Rand des Diagramms bildet mit neun chronologisch angeordneten Jahreszahlen die x-Achse. Die Jahreszahlen bezeichnen die einzelnen Spielzeiten. Jedem Punkt auf der x-Achse ist ein Punkt im Kurvenverlauf zugeordnet, gekennzeichnet durch das Symbol eines Fußballs. Ober- oder unterhalb der einzelnen Punkte befinden sich die Namen der Klubs, die Fernandez zu diesem Zeitpunkt trainierte. Außerdem wird in Form von gelb-grünen Kästen der Karrierestand des Trainers bilanziert, anhand folgender untereinander aufgeführter Kriterien: - Der Ranglistenplatz des Klubs in der Liga,

- die Anzahl der Siege der Mannschaft während der Trainingzeit von Fernandez, - die Anzahl der unentschieden gespielten und verlorenen Partien. Am Ende der Kurve, zwischen den letzten Punkten der x-Achse werden in einem schwarz-grünen Kästen die abschließende Bilanz gezogen und alle Einzelwerte zusammengestellt. Am rechten Rand der Grafik zeigt eine Fotomontage Fernandez in typischer Trainerpose, d.h. am Spielfeldrand stehend, den rechten Arm zum Zeichen erhoben. In diesem Kontext erfährt die Pose eine Bedeutungsschiebung. Der generelle Tenor des Beitrags betont die zurückliegende Misserfolge des Trainers, was zur Infragestellung seiner Kompetenz in der Schlagzeile führt. Für einen Trainer bedeutet das häufig die Entscheidung für einen Rücktritt oder Vereinswechsel. Vor diesem Hintergrund ließe sich das Foto am Ende des Kurven-

Sport ist Wirtschaft und Wirtschaft ist Sport

verlaufs wie folgt interpretieren: Fernandez ist nach links gewandt und scheint somit auf den Kurvenverlauf zu blicken. Er steht am möglichen Ende seiner Karriere, auf die er zurückblickt. Der erhobene rechte Arm kann als „Stopp“-Zeichen interpretiert werden, das seiner Karriere ein Ende setzt. Schließlich endet der Verlauf der Kurve hier.

Form und Inhalt der beschriebenen Seiten greifen ineinander, um ein bestimmtes Konzept eines Fußballtrainers zu vermitteln, das eine Vermischung der Bedeutungsebenen Sport und Wirtschaft beinhaltet. Die Karriere eines Trainers lässt sich in Form eines Diagramms, das sich auf fußballbezogene Zahlenwerte stützt, bilanzieren. Die Rolle des Trainers wird als Unternehmenschef begriffen, der seinen Klub bzw. seine Mannschaft zu Erfolg oder Misserfolg führt.

Hier wird, ähnlich den in Kapitel 3.3.2 beschriebenen Infografiken, eine typische Präsentationsform aus der Wirtschaftsberichterstattung mit optischen Elementen und Symbolen aus dem Bereich des Sports gestaltet. Die visuelle Verknüpfung führt zur Vermischung der konzeptuellen Domänen und erleichtert die Vermittlung und Rezeption des oben genannten Konzeptes. Unterstützend bei seiner Etablierung wirkt in diesem Fall auch die beschriebene *räumliche* Nachbarschaft, die erste assoziative Verknüpfungslinien herstellt.

#### 4. Resümee

Mediale Kommunikation in Printmedien kann als primär ikonisch betrachtet werden, d.h. sie bedient sich bestimmter mentaler Repräsentationen und Operationen, zu denen Metaphern in Wort und Bild gehören. Die hier durchgeführten Untersuchungen beschäftigten sich mit der besonderen Beziehung zwischen der Form der Präsentation von Information und ihrer Rezeption. Die exemplarischen Sprach- und Bildanalysen von Beiträgen diverser Print- und Onlinemedien lassen erkennen, dass der Einsatz von Metaphern und Präsentationsformen in deutschen und französischen Medien zur Vernetzung der konzeptuellen Domänen „Sport“ und „Wirtschaft“ beiträgt. Sowohl die qualitative als auch die quantitative Analyse medialer Inhalte zeigen, dass sich das bestehende symbiotische Verhältnis zwischen modernem Profisport und Wirtschaft in den medialen Vermittlungsformen vielfältig widerspiegelt. Rekurrente metaphorische Konzepte rücken die beiden Domänen in assoziative Nähe oder führen bis hin zu ihrer Substitution; medienspezifische for-

male und grafische Gestaltungsformen zeugen von einer Tendenz zur *Homogenisierung* der Präsentationsformen von Sport- und Wirtschaftsrubriken. Bei regelmäßiger Lektüre der Sport- und Wirtschaftsberichterstattung kann von der Entstehung bestimmter, gerichteter Rezeptionsgewohnheiten ausgegangen werden. Die Perception des Lesers und seine kognitive Verarbeitung der vermittelten Inhalte werden dahingehend geformt, dass die beiden Domänen wenigstens in unmittelbare Nähe gerückt oder aber auf annähernd homogene Weise konzeptualisiert werden.

Dabei spielt die Medientechnik eine Rolle, denn die fortschreitende Digitalisierung unserer Gesellschaft und ihrer Medien beeinflusst unsere Perception nachhaltig. Das Beispiel der FAZ.NET und ihrer Rubrik „Sportbusiness“ zeigt, dass das relativ junge Medium der *Online-Zeitung* Rezeptionsweisen ermöglicht, die verstärkt zur Annäherung bis hin zur Vermischung von konzeptuellen Domänen führen können. Dass der Sport, und besonders der Fußball, schon lange nicht mehr „die schönste Nebensache“ der Welt ist bzw. dies nie war, ist allgemein bekannt. Der Sport als gesellschaftliches Phänomen wurde seit seinen Anfängen entweder politisch oder wirtschaftlich in unterschiedlicher Ausprägung instrumentalisiert. Doch zeigt sich deutlich die Tendenz, dass qualitativ und quantitativ die Sportrubrik des Öfteren als „Subkategorie“ von Wirtschaftsnachrichten konzipiert und rezipiert wird. Inhaltlich und stilistisch erscheint der medial vermittelte Leistungssport von heute als ein komplexer Wirtschaftszweig im Dienstleistungssektor, in dem Aktienkurse ebenso wichtig sind wie Spielergebnisse und Korruption. Steuerhinterziehung oder Vertragsbrüche sind ebenso an der Tagesordnung wie in anderen Branchen. Die konzeptuelle Domäne „Sport“ wird bei regelmäßiger Mediennutzung um die Wirtschaft als festem Bestandteil erweitert.

#### ANMERKUNGEN



- 1) Settekorn, W. (2001): Tor des Monats, Tor zur Welt. Zum Metapherngebrauch in Massenmedien, in: Möhn, Dieter u.a. (Hrsg.) (2001): *Mediensprache und Medienlinguistik*. Festschrift für Jörg Hennig. Frankfurt/M.
- 2) Helfrich, Uta (1998): *Mediensprache: Annäherung an ein linguistisches Konzept und Tendenzen der romanistischen Forschung*, in: Helfrich, Uta/ Klöden, Hildegard (Hrsg.) (1998): *Mediensprache in der Romania*. Beitrag zum XXV. Deutschen Romanistentag in Jena (28.9.-2.10.1997), 1.
- 3) Siehe Abschnitt 2.3.
- 4) Baldauf (1997), 35ff. Beispielsweise ist das Wort „Elfmeter“ nur vor dem Bezugsrahmen „Fußball“ bedeutungsvoll.
- 5) Bertau (1996), 7.
- 6) Ebenda, 14ff.
- 7) Ebenda, 206ff.
- 8) Veale (1998), 2.
- 9) Settekorn (2005), 106.
- 10) Exemplarische Text-, Bild- und Grafikanalysen siehe Abschnitt 3.
- 11) Siehe Abschnitt 3.2.2.
- 12) Diese Zitate sind den via e-Mail übermittelten Antworten entnommen, welche die o.g. Personen auf von mir gestellte Fragen bezüglich der spezifischen Formen von Sport- und Wirtschaftsberichterstattung gaben. Die e-Mail der FTD - Pressestelle datiert vom 7. Mai 2002, die der FAZ.NET - Sportredaktion vom 08.05.2002.
- 13) Siehe Abschnitt 3.2.2.
- 14) „Kippt der Münchner Medienkonzern, droht vielen Bundesligaklubs die Pleite.“
- 15) Siehe auch Abschnitt 3.1.
- 16) Vgl. D. Osthus (1998): *Metaphernspiele in Presstexten. Ludischer Metapherneinsatz in französischen und deutschen Tageszeitungen*, in: Gil, Alberto/Schmitt, Christian (1998): *Kognitive und kommunikative Dimensionen der Metaphorik in den romanischen Sprachen*. Akten der gleichnamigen Sektion des XXV. Deutschen Romanistentages, Jena (28.9.-2.10.1997). *Romanistische Kongressberichte 5*, Bonn, 150-166.
- 17) „Italien an der Klippe des Sportbusiness“
- 18) „Nach Konkurs von Kirch machen die Konstrukteure mobil.“
- 19) „Bankrottbedrohung für Dutzende von englischen Klubs.“
- 20) „Zinedine Zidane verhandelt mit Orange über 3 Millionen Euro.“
- 21) „[Das Ergebnis der] Buchprüfung von Olympique Marseille ist niederschmetternd.“
- 22) „Buch-/Wirtschaftsprüfung / die finanzielle Rentabilität / das Image des Klubs / Korporatismus / der Generalstaatsanwalt

/ die finanzielle Lage stabilisieren / das Lohn-/Gehaltsaufkommen / Personalkosten / die Geschäftszahlen / die Lohnkosten der Spieler / ein durchschnittliches Gehalt / Geschäftsführung der Spieler / Verluste / Verschuldung / zusätzliche Finanzierung durch den Hauptaktionär / die Unternehmensgesellschaft / das Bezahlfernsehen des Klubs / die Geschäftsbilanz / die defizitäre Situation / das reine Finanzdefizit“

23) Vgl. dazu Liebig (1999).

24) „Fußball/ Mit Ausnahme von Manchester United/ Die Finanzlage der europäischen Klubs bleibt labil.“

25) „Manchester United hat für die Saison 2000-2001 einen wirtschaftlichen Gewinnzuwachs von 5% vor Steuern und Mehrwertsteuern auf 31,7 Millionen Pfund (51,25 Millionen Euro) angekündigt“.

26) „gilt als ‚reichster Klub der Welt‘“.

27) Weitere Beispiele für Formen der Annäherung und Vermischung der Bereiche Sport und Wirtschaft vgl. Kuckuk (2002): *Annäherung und/oder Vermischung konzeptueller Domänen*. Untersuchungen zu der Frage, ob der Einsatz von französischen und deutschen Medien zur Vernetzung von Wirtschaft und Sport beiträgt. Hamburg. (Magisterarbeit), 33-106.

28) „Ist Fernandez ein guter Trainer?“

29) „Eine kontrastreiche Trainerkarriere“.

#### LITERATUR

**BALDAUF, CHRISTA** (1997): *Metapher und Kognition. Grundlagen einer neuen Theorie der Alltagsmetapher*. Frankfurt/M.

**BERTAU, MARIE-CÉCILE** (1996): *Sprachspiel Metapher*. Denkweisen und kommunikative Funktion einer rhetorischen Figur. Opladen.

**BÄUER, ROLF** (1998): *Visuelle Ikonizität*, in: Fuchs, Volker (Hrsg.): *Von der Unklarheit des Wortes in die Klarheit des Bildes?* Festschrift für Johannes Thiele. Tübingen, 11-22.

**BUSSMANN, HADUMOD** (<sup>2</sup>1990): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Stuttgart.

**HORTLEDER** (1988), zitiert nach: Brandt, Wolfgang (Hrsg.): *Sprache des Sports: Ein Arbeitsbuch für die Sekundarstufe II*, Frankfurt/M.

**KUCKUK, MIRJA** (2002): *Annäherung und/oder Vermischung konzeptueller Domänen*. Untersuchungen zu der Frage, ob der Einsatz von französischen und deutschen Medien zur Vernetzung von Wirtschaft und Sport beiträgt. Hamburg. (Magisterarbeit)

**KUHLEN, RAINER** (1991): *Hypertext. Ein nicht-lineares Medium zwischen Buch und Wissensbank*. Berlin.

**LAKOFF, GEORGE/JOHNSON, MARK** (1980): *Metaphors We Live By*. Chicago.

**LIEBIG, MARTIN** (1999): Die Infografik. Reihe praktischer Journalismus Bd. 39.

**OSTHUS, DIETMAR** (1998): Metaphernspiele in Presstexten. Ludischer Metaphereneinsatz in französischen und deutschen Tageszeitungen, in: Gil, Alberto/Schmitt, Christian (1998): Kognitive und kommunikative Dimensionen der Metaphorik in den romanischen Sprachen. Akten der gleichnamigen Sektion des XXV. Deutschen Romanistentages, Jena (28.9.-2.10.1997). Romanistische Kongressberichte 5, Bonn, S. 150-166.

**PÖRKSEN, UWE** (1997): Weltmarkt der Bilder. Eine Philosophie der Visiotype. Stuttgart.

**SETTEKORN, WOLFGANG** (1998): Métaphorisations mutuelles, mise en scène et médias : invitation à l'induction ? In: Induction et communication. Actes du colloques du Grec à Bordeaux, juin 1997 (= Communication & Organisation Numéro 12, 2e semestre 1997), 203-226.

**SETTEKORN, WOLFGANG** (2001): Tor des Monats, Tor zur Welt. Zum Metapherngebrauch in Massenmedien. In: Möhn, Dieter/ Roß, Dieter/ Tjarks-Sobhani, Marita (Hrsg.): Mediensprache

und Medienlinguistik. Festschrift für Jörg Hennig. Frankfurt/M., 93-109.

**SETTEKORN, WOLFGANG** (2005): Du sport à l'économie. Les constituants d'un cercle enchanté. In: Dubois, Jacques/ Durand, Pascal/ Winkin, Yves (Hrsg.): Le Symbolique et le Social. La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu. Liège, 289-302.

**VEALE, TONY** (1998): The Mechanics of Blend Recruitment in Visual Metaphor. <http://www.compapp.dcu.ie/~tonyv/metaphor.html> Kontaktiert im Wintersemester 1998/99.

**WOLF, NORBERT RICHARD** (2001): (Deutsche) Sprache und Medien. In: Breuer, Ullrich/ Korhonen, Jarmo (Hrsg.): Mediensprache – Medienkritik. Symposium zum Thema „Pressesprache“ im Herbst 1997 in Helsinki. Frankfurt/M.

**WOTJAK, GERD** (1998): Zum Beitrag des Bildes zum kommunikativen Sinn der Äußerung. In: Fuchs, Volker (Hrsg.): Von der Unklarheit des Wortes zur Klarheit des Bildes? Festschrift für Johannes Thiele. Tübingen.



Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25. Juni 1996, S. 28.

# Ein Ereignis – zwei Perspektiven? Vergleichende Untersuchungen zu Live-Reportagen im deutschen und französischen Hörfunk

Nele General

## Abstract

*Durch ihre lebendige und schnelle Form der Berichterstattung faszinieren Fußball Live-Reportagen eine Vielzahl von Hörern. Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich die Arbeit mit einem Vergleich zwischen zwei Fußball Live-Reportagen im deutschen und französischen Hörfunk. Dabei wird die Frage untersucht, in welcher Form sich sprachliche und inhaltliche Merkmale einer deutschen und französischen Berichterstattung unterscheiden und welchen Reportageintentionen sie zugrunde liegen. Der Aufbau der Analyse wird sich dabei an der Struktur der Live-Reportage in ihren Hauptmerkmalen orientieren. Eine konkrete Vergleichsmöglichkeit ergibt sich hierbei nur in der Gegenüberstellung zweier Reportagen, in denen dasselbe Spiel wiedergegeben wird. Das Untersuchungsmaterial dieser Arbeit setzt sich darum aus den vollständigen Transkriptionen der beiden Reportagen desselben Fußballereignisses zwischen einer deutschen und einer französischen Mannschaft zusammen. Bei der Partie handelt es sich um das Hinspiel in der Gruppenphase der Champions-League 2001/2002, in dem die Mannschaft des FC Nantes gegen den FC Bayern antrat. Dieses Spiel wurde im deutschen und französischen öffentlich-rechtlichen Hörfunk als Vollreportage ausgestrahlt und jeweils von zwei Berichterstattern in einer Co-Kommentation dargestellt.*

*Das Hauptziel dieser Arbeit ist es, herauszustellen, inwieweit sich eine französische und eine deutsche Reportage trotz desselben Schilderungsgegenstandes und gleicher Rahmenbedingungen in ihren sprachlichen Mittel und Inhalten unterscheiden und welche Ursachen derartige Differenzen haben können. Dabei ist zu beachten, dass bei der Analyse von Sportberichterstattungen die zu kommentierende Sportart, das übertragende Medium und die journalistische Darstellungsform grundsätzlich einen entscheidenden Einfluss auf die Reportageweise des Berichterstatters und die Rezeption des Hörers ausüben.*

## 1. Zwei Reportagen - Eine Faszination

B (( )) jetzt Eckball (.) Hargreaves die Kulisse ist relativ ruhig geworden kurzer Anlauf Ball schwebt herein MÖGLICHKEIT (.) UND DA IST ER DRIN (.) DANN IST ER DRI::N UND ES IST ER PAULO: (.) SERGIO: (.) DER BRASILIANER (( )) [1472-1476]  
A (( )) attention à ce quatrième corner pour les Municois EST BIEN FRAPPÉ LA TÊTE DE BUT

## LE BUT DU

BAYERNE DE MUNIQUE C'EST PAULO SERGIO APPAREMMENT (.)

QUI A: OUVERT LE SCORE MAIS BEN VOILÀ (( ))

[1653-1656]<sup>1</sup>

Live-Reportagen im Radio besitzen für viele Hörer eine große Faszinationskraft. Besonders Fußball Live-Reportagen. Es ist davon auszugehen, dass gerade die Lebendig- und Schnelligkeit dieser besonderen Form der Berichterstattung dazu beitragen. Außerdem bekommt der Hörer einer Fußball Live-Reportage die Möglichkeit, ein populäres Sportereignis in einer Original Übertragung und damit nahezu zeitgleich mitzuerleben, ohne selbst auf der Tribüne eines Fußballstadions zu sitzen. Der Eindruck des hautnahen Miterlebens wird durch die allgemeinen Kommentierungsbedingungen einer Fußball Live-Reportage, aber auch durch die spezielle Art der Umsetzung der jeweiligen Reporter geprägt. Das trifft sowohl für Reportagen im französischen als auch im deutschen Hörfunk zu. Im Folgenden geht es um die Frage, in welcher Form sich sprachliche und inhaltliche Merkmale der deutschen und der französischen Berichterstattung unterscheiden und welchen Reportageintentionen sie zugrunde liegen. Eine konkrete Vergleichsmöglichkeit ergibt sich hierbei nur in der Gegenüberstellung von zwei Reportagen, in denen dasselbe Spiel wiedergegeben wird. Das Untersuchungsmaterial setzt sich darum aus den vollständigen Transkriptionen der beiden Reportagen desselben Fußballereignisses zwischen einer deutschen und einer französischen Mannschaft zusammen. Bei der Partie handelt es sich um das Hinspiel in der Gruppenphase der Champions League 2001/2002, in dem die Mannschaft des FC Nantes gegen den FC Bayern München antrat. Das Spiel wurde als Vollreportage im Nachrichtensender des Bayerischen Rundfunks, B-5 Aktuell, sowie im französischen Regionalsender France Bleu Loire Océan, der zu Radio France gehört, ausgestrahlt. Beide Rundfunkanstalten sind Regionalsender mit einer öffentlich-rechtlichen Struktur, sowohl in der französischen als auch in der deutschen Reportage kommentierten – den heutigen Umsetzungskriterien einer Vollreportage entsprechend – zwei Berichterstatter das Spiel. Auf deutscher Seite handelte



Günther Koch (li. Bild):

<http://www.gueko-zur-wm.de/cgi-bin/gueko-zur-wm/index.pl>

Edgar Endres (re. Bild):

[http://euro2004.ard.de/em2004/ard\\_team/radio\\_1.html](http://euro2004.ard.de/em2004/ard_team/radio_1.html)



es sich hierbei um Günther Koch und Edgar Endres, die französischen Kommentatoren waren Arnaud Carré und Yves Deroff.

Für den deutsch-französischen Vergleich zwischen zwei Live-Kommentierungen desselben Spiels bot sich die journalistische Darstellungsform der Vollreportage, die Gesamtübertragung einer Partie, an. Auch wenn sie der allgemeinen Hörfunkentwicklung zu immer kürzeren Wortbeiträgen entgegensteht, verspricht sie aufgrund ihrer Länge und der damit verbundenen Gestaltungsmöglichkeiten den Vergleichsrahmen zu erweitern und so zu mehr und vor allem präziseren Ergebnissen zu führen.

Bei der Analyse von Sportberichterstattungen ist generell zu beachten, dass die zu kommentierende Sportart, das übertragende Medium und die journalistische Darstellungsform einen entscheidenden Einfluss auf die Reportageweise des Berichterstatters und die Rezeption des Hörers ausüben. Außerdem ist der Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad der jeweiligen Sportart von besonderer Bedeutung. Gerade weil Fußball nicht nur auf nationaler Ebene sondern auch international außerordentliche Popularität besitzt, bieten sich Fußballreportagen für einen länderbezogenen Vergleich an.

Die spezifischen Merkmale des Mediums des Hörfunks und der journalistischen Darstellungsform der Live-Reportage prägen das deutsche und französische Reportageergebnis gleichermaßen und können somit als allgemeine Rahmenbedingungen der beiden Kommentierungsweisen angesehen werden. Dies trifft auch auf die besonderen Anforderungen und Erwartungen an den Reporter einer Live-Berichterstattung im Radio zu.

Auf den nächsten Seiten wird es darum gehen, die grundsätzlichen Bedingungen einer Fußball Live-Reportage und somit die Konstanten der französischen und deutschen Berichterstattung abzustecken, um darauf aufbauend die

Differenzen auf ihre Ursachen überprüfen zu können.

Dabei sollen sprachliche Mittel, welche die französischen und deutschen Kommentatoren in ihrer Umsetzung verwenden, und inhaltliche Aspekte ihrer Berichterstattung berücksichtigt werden.

Hauptziel ist es dabei, herauszustellen, inwieweit sich die französische und die deutsche Reportage trotz desselben Schilderungsgegenstands und gleicher Rahmenbedingungen unterscheiden und welche Ursachen derartige Differenzen haben können.<sup>2</sup>

## 2. Rahmenbedingungen einer Fußball Live-Reportage im Hörfunk

### 2.1. Massenspektakel Fußballsport

Nicht nur die Kommentierungs- sondern auch die Rezeptionsweise einer Live-Sportberichterstattung hängen eng mit der zu reportierenden Sportart, dem übertragenden Medium und der journalistischen Darstellungsform zusammen.

Wie kaum eine andere Sportdisziplin besitzt Fußball eine außergewöhnlich große Popularität. Es ist dabei davon auszugehen, dass der gesellschaftliche Stellenwert des Fußballspiels in einer besonderen Faszinationskraft, die diese Sportart auf eine große Anzahl an Menschen ausübt, begründet liegt. Jedoch auch der Einfluss der Medien spielt auf die Wahrnehmung des Fußballgeschehens beim Rezipienten eine entscheidende Rolle.

Durch die Begeisterung, die Fußball bei einem Millionenpublikum hervorruft, kann diese Sportart als ein Massenphänomen bezeichnet werden. Dabei sind sowohl die mehr oder weniger passionierten Fußballanhänger als auch diejenigen, die sich nicht für das sportliche Geschehen interessieren oder dieses sogar ablehnen, mit dem Sport durch Fernsehen, Radio, die Tagespresse und diverse Fachsportzeitschriften alltäglich konfrontiert (Derèze

1996, 10).

Ein weiteres Merkmal, das den Fußball als Massenphänomen in unserer Gesellschaft charakterisiert, ist der weit verbreitete Kenntnisstand des Publikums über diese Sportart. Ein Journalist kann in seinen Beiträgen zum Fußballgeschehen die Austragungs- und Vorgehensweise des Spiels als bekannt voraussetzen. Ebenso kann er fußballspezifisches Fachvokabular verwenden, das beispielsweise Spielerpositionen und Taktiken beschreibt oder Informationen zu Wettkampfbestimmungen liefert.

Da Fußball ein Zuschauersport ist, der die Massen mobilisiert, entwickelt er automatisch eine professionelle Seite und provoziert kommerzielle Interessen.<sup>3</sup> Die Professionalisierung des Fußballs durchzieht das vielschichtige Ligasystem und entwickelt vor allem in den ersten Profiligen Dimensionen, die sich durch Millionenbeträge bei Spielertransfers oder Spielergehältern kennzeichnen lassen. Dabei ist allerdings zu beachten, dass die herausragende wirtschaftliche Entwicklung dieser Sportart untrennbar mit dem beständigen Zuspruch des Publikums verbunden bleibt. So ist davon auszugehen, dass der Fußball eine besondere Anziehungskraft auf die Rezipienten ausübt, die sich durch folgende Eigenschaften charakterisieren lässt:

Die Begeisterung für den Fußball ist vor allem mit der Attraktivität des Spielgeschehens auf dem Platz zu begründen. Ballbeherrschung, Schnelligkeit und Eleganz der Spieler können dabei genauso wie Strategien des Spielaufbaus und die Dramatik einer spannenden Partie eine unmittelbare, unabweisbare Anziehungskraft ausüben. Dabei spielen die Ungewissheit über den Ausgang des Spiels und die Disponiertheit der Akteure sowie der Einfluss von Zufall und Glück eine entscheidende Rolle (Neugebauer 1986, 124). Das Verfolgen von Fußballspielen direkt im Stadion oder durch mediale Vermittlung von Fernsehen und Radio kann bei den Rezipienten starke emotionale Reaktionen hervorrufen. Diese sind - je nach Mannschaftspräferenzen - individuell verschieden und lassen sich auf eine leidenschaftliche Anteilnahme am Spielgeschehen zurückführen. Dabei ist es die entscheidende Aufgabe des Sportkommentators, die Spannung in dramatischen Situationen zu vermitteln und somit den Zuschauer oder Zuhörer durch seine Anteilnahme noch stärker an das Spielgeschehen zu binden.

Nicht nur Dynamik und Spannung des Spiels, sondern auch die mediale Präsentation von Fußballereignissen ist dafür verantwortlich, dass eine große Anzahl von Rezipi-

enten in den Bann dieser Sportart gezogen wird. So lassen sich zwischen Sport und Medien gegenseitige Wechselbeziehungen feststellen: Die Präsenz von Zeitung, Radio und Fernsehen bei sportlichen Ereignissen ist von der Relevanz der jeweiligen Veranstaltung für das Publikum abhängig und der Attraktionswert für das Publikum ist wiederum durch die Medien maßgeblich geprägt.

„[...] les relations entre les sports [de haut niveau] et les médias sont consubstantielles, c'est-à-dire qu'elles se construisent dans des dynamiques (économiques, spectaculaires, institutionnelles...) inséparables. [...] Alors que le spectacle sportif a pris ses marques et ses habitudes dans la programmation télévisuelle et dans les pages de nos journaux quotidiens, il semble patent que le sport et les médias [...] tentent de se servir mutuellement“ (Derèze 1996, 7).

In den Medien wird Fußball heute mehr und mehr dem Bereich der Unterhaltung zugeordnet. „Um für das Spiel neue Schichten zu erschließen und es für den Kampf mit konkurrierenden Freizeitangeboten zu rüsten, musste im Zeitalter der Event-Kultur sein Unterhaltungselement gestärkt werden“ (Schulze-Marmeling 2000, 177). Gerade in der Fernsehberichterstattung führte das Streben nach Unterhaltungseffekten zu einer eigenen Wirklichkeit des Fußballs, welche die Wahrnehmung der Zuschauer und damit auch ihre Erwartungshaltung gegenüber dem Spiel verändert hat (Mikos 1982, 20). Durch den hohen Einsatz an Technik in den Fußballstadien wird dem Fernsehzuschauer das Spiel auf eine Weise präsentiert, die sich von der des Stadionbesuchers erheblich unterscheidet.

„Komprimierte Passagen, Modellierung von prägnanten Verlaufstrukturen aus dem diffusen Spielgeschehen durch Selektion, Typisierung des Geschehens durch Verwendung von Stereotypen, Dramatisierung durch Inszenierung individueller Antagonismen (Duell der Spielmacher), Emotionalisierung durch das Zeigen der Gesichter von Spielern und Trainern in besonderen Situationen, Intensivierung der Wahrnehmung durch Wiederholung von Spielszenen aus den verschiedensten Kamerastandpunkten und -perspektiven, Ästhetisierung des Dargestellten durch Nah- und Großaufnahmen, Standbilder, Zeitlupen, Kameraschwenks, Animation usw.: Fußballspiele erscheinen im Fernsehen auf eine Weise, die kein Zuschauer erlebt, der im Stadion auf die gleich bleibende Perspektive und Entfernung seines Steh- oder Sitzplatzes festgelegt ist“ (Martínez 2002, 27f.).

Der Einfluss des Fernsehens hat sogar zu Veränderungen

der Fußballregeln geführt - zu fernsehadequaten Wettkampfbestimmungen - die eine mediengerechte Präsentation der Sportart gewährleisten. Um die Geschwindigkeit des Spiels zu erhöhen und damit seine Attraktivität in den Medien zu steigern, wurde beispielsweise der Ball aus Leder durch einen wasserdichten Kunststoffball ersetzt, der weniger wiegt und dadurch schneller fliegt als der herkömmliche Ball (Galeano 1998, 33). Zusätzliche Regeln legten fest, dass die Torhüter schneller abstoßen müssen und dass der Torjubel daher nicht allzu lange dauern darf, um das Spiel im Sinne des Gegners schnell wieder aufnehmen zu können. Ein weiteres Beispiel für den Einfluss der Medien ereignete sich während der Weltmeisterschaften 1986 in Mexiko und 1994 in den USA: Trotz Spielerprotesten wurden die Partien zur Mittagszeit unter glühendheißer Sonne ausgetragen, um den europäischen Sendeanstalten die Möglichkeit zu geben, die Spiele am Abend während der ‚Prime Time‘ auszustrahlen (Galeano 1998, 213 u. 241).

Die deutschen und französischen Reporter kommentieren also eine Sportart, die maßgeblich von dem großen Stellenwert dieser Disziplin und dem damit verbundenen Einfluss der Medien bestimmt ist. Vor dem Hintergrund der Wahrnehmung und des Kenntnisstandes der Rezipienten müssen die Berichtersteller also nicht nur die außerordentlichen Popularität dieses Sports, sondern auch die sich daran anknüpfenden Erwartungen ihres Publikums berücksichtigen.

## **2.2. Nähe, Erwartung, Spannung: Die Live-Reportage im Hörfunk**

Live-Reportagen im Radio sind beim Hörerpublikum sehr beliebt. Das ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass der Reporter ein Wettkampfgeschehen schildert, dessen Ausgang er selbst noch nicht kennt. Die Reportage gilt als eine erlebnishafte und emotionale Darstellungsform, die dem Hörer suggeriert, das Ereignis hautnah mitzuerleben (Seip 2000, 179f.). Dabei spielt der Aspekt der Aktualität eine große Rolle. „Der unmittelbare Ereignisbezug dominiert die Sportberichterstattung, live ist und bleibt Trumpf“ (Fischer 1994, 58). Auch Fabien Wille weist der Sportreportage im Hörfunk eine besondere Wirkung zu:

„La radio introduit une dimension supplémentaire au reportage sportif. L’instantanéité de l’événement donne désormais du mouvement aux reportages et l’émotion du direct procure un effet de spectacle (Wille 1999, 67).

Dieser Eindruck wird zudem durch die Übertragung der Geräuschkulisse im Stadion erreicht und verstärkt das Gefühl des Miterlebens beim Zuhörer. Dieser kann sich den Zuschauern in den Rängen nah fühlen und das Spiel mit vergleichbarer Spannung verfolgen, ohne selbst eine Eintrittskarte erworben zu haben.

Auch die Planung des Sportprogramms ist maßgeblich vom Aktualitätsaspekt, beispielsweise von Einsatz und Terminen von Live-Schaltungen, bestimmt. Viele Sportsendungen im Hörfunkprogramm zeichnen sich durch einen hohen Anteil von Live-Schilderungen aus. So wird deutlich, welchen Stellenwert die Live-Reportage für die Attraktivität von Sportsendungen hat. In ihr verfolgt der Reporter das Ziel die Hörer in größtmögliche Spannung zu versetzen. Er unterliegt dabei besonderen Anforderungen, auf die im Folgenden eingegangen wird.

## **3. Der Fallrückzieher des Fußballjournalismus - Erwartungen und Anforderungen an die Live-Reportage**

Anforderungen und Erwartungen, die der Reporter einer Fußball Live-Reportage zu erfüllen hat, können als ein erheblicher Bestandteil der Rahmenbedingungen während seiner Berichterstattung angesehen werden.

Der Reporter hat bei einer Sportreportage verschiedene Schwierigkeiten zu meistern. Seine Aufgabe besteht zunächst einmal darin, den Rezipienten das Geschehen miterleben zu lassen. Doch er muss nicht nur das sportliche Geschehen auf dem Spielfeld schildern, sondern sollte zusätzlich dafür sorgen, dass seine Reportage einen unterhaltenden Charakter erhält. Dafür ist es wichtig, dass er ein Gespür für die entscheidenden Momente des Spiels entwickelt, sie rechtzeitig erkennt und dem Rezipienten dann besonders bildhaft schildert. Um dies zu bewerkstelligen, muss er das Spiel sehr aufmerksam verfolgen und Spielentwicklungen frühzeitig erkennen können. „Der Rundfunkberichter muß ständig damit rechnen, daß etwas Wichtiges geschieht, die Wirklichkeit der vorbereitenden Kombination muß für den Hörer schon präsent sein, wenn es zum Torschuß kommt“ (Bausinger 1984, 82).

Darüber hinaus ist der Reporter vor die Aufgabe gestellt, ein schnell ablaufendes Geschehen unmittelbar wiederzugeben und gleichzeitig auf die Verständlichkeit seiner Ausführungen zu achten. Die größte Schwierigkeit ist hierbei, in der sprachlichen Umsetzung der Geschwindigkeit des ablaufenden Geschehens standzuhalten.

So wird deutlich, dass die Arbeit des Live-Berichterstatters eine hohe Konzentrationsfähigkeit erfordert. Er muss das Spielgeschehen visuell erfassen und spontan eine Beschreibung des Spielverlaufs liefern, so dass er kontinuierlich zu nachträglichen Formulierungen bei der Darstellung des aktuell ablaufenden Spielgeschehens gezwungen ist. Während er das Spiel kommentiert, muss er die Aufnahmefähigkeit besitzen, parallel zu seinem Sprechvorgang das gegenwärtige Geschehen auf dem Platz visuell zu speichern, um die neuesten Ergebnisse Sekunden später schildern zu können. Gleichzeitig muss der Reporter abwägen, welche aktuellen Spielverläufe er beschreibt und welche nicht. Denn er kann nicht jede einzelne Spielsituation schildern, weil häufig Aktionen ablaufen, die für den Hörer nicht relevant sind, um dem Spielgeschehen folgen zu können.

In der Fußballreportage wird die Schilderung des aktuell ablaufenden Spielgeschehens durch Zusatzinformationen ergänzt. Dieter Rosenbaum betrachtet die Co-Existenz von Aktuell- und Zusatzschilderung als Hauptmerkmal der Fußball Live-Reportage.

„Phasen, in denen das Spielgeschehen ununterbrochen abläuft, und Phasen, in denen das Spielgeschehen unterbrochen ist. Die erste Phase verlangt vom Sprecher unmittelbare Information an den Empfänger über das Geschehen in dieser Phase (Aktionstext). Die zweite Phase gibt dem Reporter Gelegenheit, weitere Informationen an die Zuhörer zu übermitteln, die für das Gesamtverständnis des zu übermittelnden Geschehens von mehr oder weniger großer Bedeutung sind. In dieser Phase entfällt eine wichtige Komponente, die das Sprechen in der ersten Phase besonders beeinflusst: die Forderung nach zeitlicher Kongruenz von Information und ablaufendem Geschehen (Erzähltext)“ (Rosenbaum 1978, 146).

Das Ziel des Berichterstatters ist es hierbei, einen gelungenen Übergang zwischen aktuellem Spielablauf und Hintergrundwissen zu schaffen. Dafür eignen sich gerade jene Spielsituationen, in denen das Spiel unterbrochen ist oder nichts auf dem Spielfeld passiert. In solchen Phasen kann der Reporter beispielsweise das Spiel analysieren, erläuternde Nachschilderungen liefern, den Rahmen des Ereignisses abstecken oder wichtige Hintergründe darstellen (Scheu 2000, 201f.).

„Ich bemühe mich, zu möglichst jedem Sportler über den ich berichte, eine kleine Geschichte im Hinterkopf zu speichern - manchmal auch auf einem Spickzettel. Die Stories können rein sportlich oder aus dem ‚Yellow-Be-

reich‘ sein, sollten mit Einschränkungen aber den Betroffenen nicht schlecht aussehen lassen und müssen dann angebracht werden, wenn auf dem Platz gerade nichts los ist, zum Beispiel bei einer Verletzungsunterbrechung oder einer Pause. Darüber hinaus gucke ich immer danach, ob Randereignisse aus dem Publikum oder kleine Besonderheiten rund um den Wettkampf so typisch sind, dass man sie erzählen kann.“<sup>4</sup>

Die jeweiligen Anteile von Aktuelschilderung und Zusatzinformationen sind also weitestgehend von der Dramatik des Spiels abhängig. Generell besteht aber der Anspruch an den Reporter, die unterschiedlichen Darstellungsformen angemessen zu gewichten und harmonisch miteinander zu verknüpfen.

Obwohl dies nicht ganz einfach ist, gibt es auch Dinge, welche die Arbeit des Reporters erleichtern. Wie bereits dargestellt, kann der Reporter davon ausgehen, dass seinen Hörern die Regeln des Fußballspiels weitgehend bekannt sind und kann somit ein besseres Verständnis seiner Ausführungen voraussetzen.

Darüber hinaus kann der Reporter anhand von Erfahrungswerten über immer wiederkehrende Spielaktionen und Taktiken die Variationsmöglichkeiten des sportlichen Ablaufs voraussehen oder abschätzen. Bei der sprachlichen Vergegenwärtigung kann er darum teilweise darauf verzichten, bestimmte Spielsituationen vollständig auszuformulieren. Häufig wird beispielsweise durch den kontextuellen Gebrauch eines Spielernamens verkürzt aber eindeutig dargestellt, was sich gerade auf dem Platz abspielt.

Zur weiteren Verknappung kann er auf ein - dem Fußballpublikum in der Regel bekanntes - Fachvokabular zurückgreifen, wie beispielsweise auf Formulierungen, die eine bestimmte Spieltaktik, Position oder Funktion eines Spielers beschreiben. Zusätzlich ist es ihm möglich, seine Kommentierung durch den Gebrauch von Sportmetaphern abwechslungsreich zu gestalten und damit das Hörerlebnis für den Rezipienten zu verstärken.

„Über die eigentliche Fachterminologie hinaus hat die Sportberichterstattung einen überaus reichen ‚Jargon‘ entwickelt, eine Art von Insidersprache, die Vorgänge, die man auch mit gemeinsprachlichen oder (neutralem) fachsprachlichen Vokabular bezeichnen könnte, mit konnotativ besetzten Wörtern, Phrasemen, Metaphern benennt (z.B. [...] *den Ball pflücken/ fischen* etc. für *den Ball fangen*, [...] *XY spielt mit angezogener Handbremse* für *spielt nicht mit vollem Einsatz* usw.)“ (Burger 1990, 271).<sup>5</sup>

Je stärker der Reporter seine Schilderungen durch sein Vokabular oder Metaphern sprachlich verkürzt, umso mehr Raum kann er in dem begrenzten Zeitrahmen einer Reportage für inhaltliche Ausführungen gewinnen. Zusammenfassend lässt sich also feststellen, dass die Verknappung und Bildhaftigkeit seiner Sprache das Gelingen einer guten und verständlichen Reportageleistung fördert.

#### 4. Deutsche und französische Fußball Live-Reportage im Vergleich: Das Spiel FC Nantes - FC Bayern München

Wie bereits in Anlehnung an Rosenbaum als Hauptmerkmal der Fußball Live-Reportage beschrieben, setzt sich diese journalistische Darstellungsform aus der Schilderung des aktuellen Spielgeschehens und dem Vermitteln von Zusatzinformationen zusammen. Dabei besitzt jeder der beiden Reportagebestandteile charakteristische Eigenschaften. Während die Inhalte der Aktuelschilderung weitgehend vom Spiel vorgegeben sind und sich darum in beiden Reportagen sehr ähneln, entscheiden die jeweiligen Kommentatoren innerhalb ihrer Zusatzschilderungen relativ frei, was zum Gegenstand ihrer Berichterstattung wird. Um die Unterschiede zwischen den inhaltlichen Darstellungen herauszustellen, bietet es sich daher an, sich in ihrer Analyse auf die Zusatzinformationen zu konzentrieren. Die sprachlichen Mittel sind hingegen gerade unter der Voraussetzung ideal zu vergleichen, dass sie zur Darstellung desselben inhaltlichen Kontextes verwandt wurden und lassen sich dementsprechend in ihrem Gebrauch innerhalb der Aktuelschilderungen gegenüberstellen.

##### 4.1. Kurze Erläuterung zur Transkription

Um die Charakteristika der Live-Berichterstattungen zu verdeutlichen, werden Transkriptionsbeispiele aus der deutschen und der französischen Kommentierung herangezogen. Grundsätzlich ist aber zu beachten, dass eine verschriftlichte Darstellung der Kommentierung eines Reporters nicht mit einem Hörbeispiel gleichzusetzen ist. Um das Hörerlebnis für den Leser trotzdem so nachvollziehbar wie möglich zu machen, sind neben den folgenden Transkriptionen zusätzlich parasprachliche Ausdrucksmittel abgebildet. Mit einer kurzen Erläuterung meiner Transkriptionen möchte ich an dieser Stelle ihre Verständlichkeit gewährleisten:

Sie orientieren sich an dem Gesprächsanalytischen Tran-

skriptionsverfahren (GAT) (Selting et al. 1998, 91-122). Diese Methode bietet sich an, weil sie durch ihre zahlreichen Darstellungsmöglichkeiten einen individuellen Abstufungsgrad in der Feinheit der eigenen Transkription zulässt. Folgende Verschriftlichungsformen habe ich als sinnvoll erachtet und daher in den Transkriptionen angewandt:

(.)	Pause kürzer als eine Sekunde
(2.0)	Pause länger als eine Sekunde (als Beispiel 2 Sekunden)
[ ]	Überlappungen und Simultansprechen
<u>schnell</u>	Unterstrich: schnelle Sprechweise
AUF	Großschreibung: Betonung <sup>6</sup>
: :: :::	Doppelpunkt: Dehnung, je nach Dauer (drei Abstufungen)
=	Gleichheitszeichen: Verschleifungen zwischen Wörtern
((hustet))	doppelte Einklammerung: außersprachliche Handlung
(( ))	doppelte Einklammerung ohne Inhalt: Auslassung im Transkript, beispielsweise bei Unverständlichkeiten
A	in der deutschen Reportage: Günther Koch
A	in der französischen Reportage: Arnaud Carré
B	in der deutschen Reportage: Edgar Endres
B	in der französischen Reportage: Yves Deroff
[11-15]	Verweis auf die Stelle in den vollständigen Transkriptionen <sup>7</sup> (als Beispiel Zeile 11 bis 15)
<i>kursiv</i>	Kursivdruck: Aktuelschilderungen
normal	Normaldruck: Zusatzschilderungen

##### 4.2. Spielablauf und Hintergrund: Das Verhältnis von Aktuell- und Zusatzschilderung

Im quantitativen Verhältnis von Aktuell- und Zusatzschilderung gleichen sich die deutsche und die französische Reportage des Champions League Spiels zwischen dem FC Nantes und dem FC Bayern München: In beiden überwiegt die Zusatzschilderung mit etwa der Gesamtdarstellung, der Kommentierungen hingegen beschreibt das aktuelle Spielgeschehen.<sup>8</sup>

##### 4.3 Die Aktuelschilderung

###### 4.3.1. „Müller Eckball vor's Tor“: Die sprachliche Umsetzung der Aktuelschilderungen

Sowohl in Frankreich als auch in Deutschland ist ein Kennzeichen der Live-Reportage, dass das Hauptaugenmerk des Reporters auf der Beschreibung der aktuellen

Spielabläufe liegt. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass seine Rezipienten möglichst nah an dem Live-Ereignis teilnehmen möchten, ohne selbst am Ort des Geschehens zu sein und daher gerade an den aktuellen Beschreibungen ein großes Interesse haben.

Wie bereits beschrieben, ist es für den Reporter sinnvoll, seine Kommentierung des schnell ablaufenden Spielgeschehens durch sprachliche Mittel zu verknappen, um die Vielzahl der relevanten Aktionen in der bemessenen Zeit erfassen zu können. Bei der Betrachtung der verschiedenen Verkürzungsmethoden beider Reportagen wird deutlich, dass diese Vorgehensweise - trotz ihres aussparenden Charakters - zum Verständnis des Hörers beitragen kann. Demgegenüber werden monotone Momente der Partie mit detaillierten Zusatzinformationen überbrückt und dienen den Rezipienten zu einer weitgehenden Einordnung des Geschehens. Trotz des hohen Stellenwerts der Aktuelschilderung für die Live-Reportage neigt diese also zur Verknappung, während die Phase der Zusatzschilderungen, die nur von sekundärer Bedeutung ist, zur Ausführlichkeit tendiert.

Dies ist ein generelles Merkmal der Fußball Live-Reportage und trifft daher auf beide der hier verglichenen Berichterstattungen zu.

Ein Beispiel für sprachliche Einsparungen sind die Ellipsen. In Form einer Aussparung von Subjekt oder Verb treten sie sowohl in der deutschen als auch der französischen Reportage auf.

A (( )) sie sind jetzt aber mehrheitlich in der Hälfte des FC Bayern (.) aber nach der zweiten dritten Vorwärtsbewegung immer der Rückpass (.) jetzt dreißig Meter vor dem Tor des FC Bayern aber DREI Münchener sichern ab (( )) [418-422]

A (( )) Stéphane Ziani maintenant sur le côté droit face à Paulo Sergio Stéphane Ziani (.) dans l'axe vers: Hassan Ahamada (.) toujours pour Frédéric da Rocha qui volait=laisser (.) passer (.) ce ballon (( )) [295-298]

Zudem kann das sprachliche Mittel der Ellipse den Schwung und damit die Spannung einer Reportage fördern. Denn gerade Verkürzungen können die Dynamik eines Spiels dokumentieren (Scheu 2000, 203) oder den Aussagen des Reporters einen besonderen Nachdruck verleihen (Kroppach 1970, 129).

Liegt in beiden Versionen auch ein starkes Verkürzungsbestreben in der Aktuelschilderung vor, so lassen sich jedoch deutliche Unterschiede in der Art der sprachlichen

Umsetzung erkennen.

Wie die Gegenüberstellung der Reportagen ergibt, hat die französische Aktuelschilderung dabei einen beschreibenderen Charakter als die deutsche. Dies zeichnet sich insbesondere in der geringeren Verwendung von Ellipsen und der hypotaktischeren Struktur ab. Die deutschen Reporter streben hingegen in ihrer Schilderung nach einer vergleichsweise starken Komprimierung der zu vermittelnden Informationen.

A (( )) Einköpfen (.) Ball kommt (.) unsichere Faustabwehr Nachschussmöglichkeit Lizarazu (.) Getümmel im Strafraum (.) der Ball ist schon wieder draußen und von der linken Seite die Ecke (( )) [1186-1190]

Koch und Endres ersetzen durch fußballspezifische Ausdrücke - häufig in zusammengesetzten Substantiven<sup>9</sup>, wie beispielsweise „Kopfbalkklärung“ oder „Brachialschuss“ - oder die schlichte Wiederholung eines Spielernamens sogar die Schilderung ganzer Spielabläufe. In der französischen Fassung werden diese eher durch Relativzusammenhänge ausformuliert und damit dem Hörer ausführlicher präsentiert.

A (( )) Einköpfen (.) Ball kommt (.) unsichere Faustabwehr Nachschussmöglichkeit Lizarazu (.) Getümmel im Strafraum (.) der Ball ist schon wieder draußen und von der linken Seite die Ecke (( )) [1186-1190]

B (( )) jetzt kommen sie endlich einmal über die linke Seite mit Quint (.) Quint flankt sofort in den Strafraum (( )) [281-283]

A (( )) jetzt vielleicht über die linke Seite (.) Sylvain (.) Armand (.) Armand versucht sich durchzusetzen schön ABGEBLOCKT gut gemacht (.) von

Niko Kovac auf Jancker Jancker wird angerempelt (.) fällt nicht um (.) kann den Ball zurückspielen auf Fink (( )) [453-458]

A (( )) avec un ballon dans les pieds de Mathieu Berson pour (.) Charles Devineau qui voulait alerter Armand assez directement sur: Niko Kovac Fink avec: Pizarro (.) qui se heurte: à Devineau qui qui s'est bien rattrapé (.) sa petite passe ratée (( )) [224-227]

A (( )) Lasपालles avec Frédéric da Rocha (.) da Rocha pour Ziani qui lui redonne Frédéric da Rocha essayant de trouver l'ouverture peut-être avec Moldovan qui va essayer de donner à Lasपालles

(( )) [1723-1726]

Stärker als ihre französischen Kollegen neigt das deutsche Reporterteam dabei zur Nominalisierung und spart auf diese Weise genauso Verbalkomplexe aus, wie anhand des Gebrauchs von Partizipialkonstruktionen, durch die sie soviel Information wie möglich in ihrer Schilderung unterzubringen versuchen.

A (( )) schön gemacht von Pizarro zurückgespielt zu Sagnol (.) Sagnol auf die rechte Seite Niko kommt zu spät *Niko Kovac* (( )) [682-684]

In der französischen Kommentierung werden hingegen die einzelnen Abläufe durch Präpositionen stärker lokalisiert. Auch daran lässt sich der detailliertere und beschreibendere Charakter der französischen Aktuellschilderung erkennen.

A (( )) avec Lizarazu: au prise (.) avec Frédéric da Rocha ça sera un six mètres (( )) [1877-1878]

A (( )) avec (.) Olembe Berson à la: (.) à la récupération da Rocha et Quint sur les: les côtés (.) et le tandem Andre Moldovan devant (( )) [1967-1969]

Der komprimierende Charakter der deutschen und der demgegenüber beschreibendere Charakter der französischen Reportage wird bei Betrachtung der verschiedenen Kommentierungsweisen ein und desselben Spielabschnitts besonders deutlich:

A (( )) einköpfen (.) Ball kommt (.) unsichere Faustabwehr Nachschussmöglichkeit Lizarazu (.) Getümmel im Strafraum (.) der Ball ist schon wieder draußen und von der linken Seite die Ecke (( )) [1186-1190]

A (( )) c'est toujours Hargreaves l'anglais qui va: frapper ce corNE:R Mickaël Landreau qui est trop court (.) ça revient avec=Lizarazu qui frappe devant le but intervention (.) de Nestor Fabbri (.) qui dégage comme il le peut et troisième corner (.) (( )) en faveur des hommes d'Ottmar Hitzfeld (( )) [1321-1326]

Insgesamt ist auffällig, dass die deutschen Berichtersteller ihr Augenmerk eher auf die Übermittlung von spannenden und dramatischen Ereignissen richten, um den Hörer an das Geschehen zu binden. Dies wird insbesondere an den tendenziell parataktischeren und mehr auf den Abschluss des Situationsverlaufs ausgerichteten Aktuellschilderungen sichtbar. Zusätzlich unterstreicht das deutsche Reporterteam die spannende Atmosphäre häufig durch Einleitungen, welche plötzliche Spielwendungen und die

mit ihnen verbundene Dramatik markieren und so die Aufmerksamkeit der Hörer fokussieren. So werden zum Auftakt der Aktuellschilderungen häufig Adverbien wie ‚jetzt‘ und Konjunktionen wie ‚und‘ benutzt und die aktuellen Aktionen auf diese Weise mit Nachdruck eingeleitet.

A (( )) Nachspielzeit gibt's dann auch noch zwei Minuten jetzt kommen sie mit Laspalles über rechts aber (.) Robert Kovac ruhig (.) souverän (.) schnell (.) *läuft den Ball ab* (( )) [1575-1578]

A (( )) viele großartige französische Spieler (.) sind im Ausland tätig (.) so zum Beispiel beim Welpokalsieger FC Bayern (.) nämlich Lizarazu und Sagnol (.) und die müssen jetzt AUFPASSEN denn sie werden allmählich immer besser (( )) [1297-1301]

#### 4.3.2. „Der Ball flüiiiiiiiegt“: Parasprachliche Ausdrucksmittel und Ikonizität

In beiden Reportagen lassen sich darüber hinaus Tempo, Betonungen und Dehnungen innerhalb des Sprechens als sprachliche Mittel zur Verdeutlichung der Atmosphäre im Stadion erkennen. So wird sowohl von den deutschen als auch von den französischen Reportern die Geschwindigkeit beim Sprechen erhöht, wenn sich spannende oder dramatische Spielabläufe auf dem Fußballfeld abzeichnen.

A (( )) à nouveau de Nicolas Gillet on se bat là dans le milieu de terrain Olivier Quint qui met le pied sur le ballon avec Mathieu Berson (.) Stéphane Ziani à l'appel de Nicolas Laspalles sur la droite (.) qui voulait remettre vers Frédéric da Rocha (.) Lizarazu intervient mais LasPALLEs (.) remet bien ce ballon pour da Rocha qui a un peu d'espace Lizarazu est éliminé toque la FRAPPE elle est cadrée (.) cette frappe de Frédéric da Rocha (( )) [906-914]

A (( )) Ziani ein bisschen abgetaucht im Zweikampf mit Fink (.) verlagert das Spiel auf die rechte Seite aber Laspalles (.) der hat große Probleme (.) mit der Ballbehandlung jetzt Fehler der Bayern (.) jetzt haben sie die Chance Ahamada wartet SCHUSS und WESSELS (.) geht nach unten (.) da Rocha war's (( )) [822-829]

Gleichwohl werden die wichtigen Momente in diesen Situationen durch starke Betonungen akzentuiert. Aus dem Vergleich der Prononcierungen in den Aktuellschilderungen geht jedoch hervor, dass das deutsche Reporterteam innerhalb seiner Kommentierung gerade in brenzligen

Spielmomenten häufiger Betonungen setzt als das französische.

B (( )) Owen Hargreaves (.) wird schießen (.) der junge (.) englische (.) Nationalspieler der Zwanzigjährige kurzer Anlauf Hargreaves (.) SCHNIPPELT DEN BALL INS TOR hätte ich fast gedacht  
aber war SCHÖ:N SCHÖN gemacht (.) knapp vorbei (( )) [724-729]

A (( )) ein Kurzpassspiel auf der rechten Angriffsseite beim FC Nantes (.) LasPALLES den Ball nach innen geZOGEN (.) vorm Franzosen von Sagnol (.) *gegen Fabbri* (( )) [1940-1943]

A (( )) le centre vers Ziani (.) QUI LAISSE POUR AHAMADA HOU=ET HASSAN AHAMADA (.) QUI SE CRÉE LA PREMIÈRE OCCASION NANTAISE (.) de cette rencontre (( )) [499-501]

A (( )) il est frappé par Stéphane Ziani le ballon qui s'élève la déviaTION elle était BELLE cette déviation Nestor Fabbri (( )) [572-574]

Aus den oben stehenden Beispielen und der stärkeren Tendenz zur Betonung innerhalb der deutschen Reportage geht erneut hervor, dass die spannungsvolle Präsentation des Geschehens in ihr einen noch größeren Stellenwert besitzt als in der französischen Version. Dies wird durch den Umgang mit Dehnungen zusätzlich unterstrichen. Anders als Carré und Deroff, die ihre Dehnungen eher zur Zeitgewinnung für die eigene Orientierung setzen, benutzen die deutschen Kommentatoren dieses parasprachliche Mittel zur Spannungssteigerung des Hörers, indem sie sein Warten auf das jeweilige Ergebnis von einer „zumeist brenzlichen“ Situation begleiten.



Sportjournalisten bei der Arbeit, aus: Journalistik Journal 2/2004, S.11.

A (( )) le long dégagement de Kuffour la tête de (.) (.) de:: Sylvain Armand (1.0) c'étaient devant *Pizarro* (( )) [862-864]

B (( )) oui be:n il faut il faut se relancer dans cette deuxième mi-temps eh (.) continuer sur la bonne lancée qu'on avait en première mi-temps (( )) [1201-1203]

B (( )) jetzt die Bayern über rechts mit Hargreaves (.) FLANKE: OH:: und dann geht Nicolas Gillet mit ausgestecktem Bein mit einer Grätsche (.) in diesen *Ball hinein* (( )) [1465-1468]

A (( )) hier die Mannschaft von Nantes hat eine kleine Chance aber (.) GU:T jetzt aufgepasst (.) von *Roberto* wie sie ihn nennen (.) Robert Kovac (( )) [1284-1287]

Die Beobachtungen zur Schnelligkeit, Betonung und Dehnung rücken ein weiteres Merkmal der Live-Reportage – und zwar die Ikonizität – in den Blickpunkt. Diese beschreibt Ähnlichkeiten „zwischen einer sprachlichen Form und der von ihr bezeichneten Sache“ (Pörrings/Schmitz 1999, 8). So markiert beispielsweise eine hohe Sprechgeschwindigkeit häufig eine schnelle und die Betonung eine bedeutsame Spielsituation, während eine Dehnung das sprachliche Abbild eines langgezogenen Vorgangs auf dem Spielfeld oder der abwartenden Haltung des Reporters ist. Derartige Spiegelungen von parasprachlichem Mittel und dem Gegenstand der Darstellung treten sowohl in der deutschen als auch in der französischen Reportage hauptsächlich in der Aktuelschilderung auf. Dabei ist die Ikonizität der sprachlichen Darstellung sowohl von dem tatsächlichen Spielverlauf als auch von der persönlichen Wahrnehmung des Kommentators abhängig. Diese wird wiederum häufig durch die spezielle Intention seiner Kommentierungsweise – beispielsweise das Bestreben, eine besonders spannende Reportage zu präsentieren – beeinflusst.

Da in der französischen Reportage häufiger und vor allem länger mit einer hohen Sprechgeschwindigkeit kommentiert wird, ist unter dem Aspekt der Ikonizität davon auszugehen, dass Carré und Deroff das Spiel auch dynamischer wahrgenommen haben als ihre deutschen Kollegen. Dies deckt sich auch mit den entsprechenden inhaltlichen Aussagen der jeweiligen Kommentatoren. In einem Interview weist Carré darauf hin, dass die spiegelbildliche Entsprechung von Spiel- und Sprechgeschwindigkeit hohe Anforderungen an den Reporter stellt.

„Comme je commente les matchs de Nantes dans leur in-

tégralité, il faut tenir une heure et demi. Du coup, il s'agit de doser le commentaire pour accélérer quand le jeu accélère et prendre son temps quand il ne se passe pas grand-chose sur le terrain.<sup>410</sup>

In der deutschen Reportage finden hingegen eher die Besonderheiten des Spiels - bemerkenswerte Einzelaktionen, bedeutsame Spielerleistungen und abrupte Situationswechsel - ihre ikonische Umsetzung innerhalb der sprachlich angewandten Mittel. So werden herausragende Spielmomente von Koch und Endres exponiert, indem sie sie durch das parasprachliche Mittel der Betonung hervorheben.

Wie beschrieben, wird das parasprachliche Mittel der Dehnung sowohl in der deutschen als auch der französischen Reportage angewandt. In ihrer Ikonizität lassen sich jedoch Unterschiede zwischen den jeweiligen Dehnungen erkennen. In der deutschen Reportage finden in ihnen die sich tatsächlich länger hinziehenden Spielmomente, wie ein andauernder Ballflug oder Laufbewegungen der Akteure, ihre Abbildung. In der französischen Aktuelschilderung spiegelt das sprachliche Mittel hingegen eher die spezifische Reportagesituation des Kommentators wider. So entspricht die Dehnung hier Denkpausen, der Dauer von Wahrnehmungsvorgängen oder dem Verharren vor einer bedeutsamen Spielwendung.

#### 4.4. Aktualität und Dialog: Die Dynamik von Präsens und Reporterwechsel

Nachdem bisher ausschließlich Aspekte im Blickpunkt des Vergleichs standen, die sich eindeutig der Aktuelschilderung zuordnen ließen, soll im Folgenden auf Vergleichspunkte eingegangen werden, die in beiden Kommentierungsphasen von Relevanz sind. Dabei ist die Wahl des Tempus von besonderem Interesse. Darüber hinaus ist aber auch die Analyse von Reporterübergängen für den Vergleich nützlich, um herauszustellen, in welcher Weise sich das gemeinsame Kommentieren sowohl im deutschen als auch im französischen Miteinander der Berichterstatter unterscheidet.

Die Verwendung des Präsens wird sowohl in der deutschen als auch in der französischen Reportage ebenfalls als ein Mittel zur Spannungssteigerung benutzt. Der Gegenwartsbezug unterstreicht die Aktualität der Berichterstattung und bedient somit das Hauptinteresse der Hörer an der Live-Reportage. Dementsprechend lässt sich herausstellen, dass das Präsens als dominierendes Tempus vor Vergangenheits- und Zukunftsformen in beiden

Kommentierungen verwendet wird. Hierbei fällt auf, dass die deutschen Berichterstatter konsequenter in der Gegenwartsform reportieren und somit noch stärker auf die damit verbundene Aktualität ihrer Schilderungen verweisen als ihre französischen Kollegen.

A (( )) avec un premier ballon là qui était joué par::

Sagnol (.) c'était à destination (.) de: Niko Kovac sur le côté droit un premier touche (.) en faveur du

Bayerne on cherche le Bolivien Pizarro=intervention de

Mathieu Berson (.) Olivier Quint avec un premier ballon

pour Hassan Ahamada sur le: côté gauche (( )) [9-14]

A (( )) setzt sich schön durch (.) halblinks zum linken Pfosten (.) des warn noch neun Meter da kann er sechs Meter laufen (.) so dass er draufschnallt

oder draufsteigt und querpasst hebt er überhastet

nach dem SCHÖnen Solo gegen Willy Sagnol (.) mit dem

linken Fuß den Ball mit'm Vollspann über die Querlatte (( )) [542-548]

Während in der deutschen Berichterstattung die verschiedenen Schilderungen der beiden Reporter von einer festen zeitlichen Struktur gekennzeichnet sind und die einzelnen Redebeiträge der jeweiligen Kommentatoren darum eher Monologcharakter besitzen, finden sich in der französischen Version deutlich mehr Faktoren, die dazu führen, dass sich die Ausführungen der Reporter stärker aufeinander beziehen und damit die Situation eines regen Gesprächs suggerieren.

A (( )) vielleicht kommt Elber in der zweiten

Halbzeit zum Einsatz riskanter Rückpass (.) und der tapfere Sami Kuffour (.) hat geklärt (.) weiter (.) mit Edgar Endres (.)

B und bei dieser Aktion gerade Armand gegen Pizarro

bleibt der Peruaner an der Seitenauslinie liegen hält sich das (.) Rückgrat hat sich ein bisschen

verletzt (( )) [781-787]

A (( )) tout le monde es:t est revenu et apparemment

Yves Deroff il=y=a pas de: (.) de changement en tout cas pas du côté de: de Nantes et apparemment pas non plus (.) du côté du: du Bayerne

B non à première vue (.) c'est vrai que: tous les

acteurs de la première mi-temps sont revenus en

deuxième mi-temps sur le terrain (( )) [1178-1184]

A (( )) il=y=a Hargreaves qui est venu qui a:

reposé le ballon (.) il a vingt ans [mais]

B [oui ]  
 B il=prend les initia[tives ]  
 A [il=prend] les initiatives (.)  
 B il a raison c'est comme ça je pense qu'on=y arrive  
 (( )) [784-789]

Es lässt sich feststellen, dass der Dialogcharakter in der französischen Reportage gerade durch zahlreiche - sich häufig überlappende - Reporterwechsel und das damit verbundene simultane Sprechen zustande kommt. Die Reportage von Carré und Deroff wirkt auf diese Weise dynamischer und abwechslungsreicher als die ihrer deutschen Kollegen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Innerhalb der Aktuellschilderungen weisen beide Reportagen eine hohe Ikonizität aller verwendeten sprachlichen Mittel zum Spielgeschehen auf. Denn immer wieder spiegeln sich in der sprachlichen und parasprachlichen Umsetzung des Geschehens einzelne auf dem Fußballfeld ablaufende Aktionen wider. Interessant ist hierbei, dass sich die Auswahl der sprachlichen Mittel in der französischen und der deutschen Reportage trotzdem unterscheidet. Dies ist vermutlich auf die jeweiligen voneinander differierenden Intentionen und die damit verbundenen Wahrnehmungsschwerpunkte der Kommentatoren zurückzuführen. Während sich der Fokus in der deutschen Reportage insbesondere auf die Vermittlung von Dramatik und Spannung richtet, konzentrieren sich die französischen Berichtersteller vor allem darauf, ihrer Kommentierung einen abwechslungsreichen Dialogcharakter zu geben und dabei ausführlicher auf das aktuelle Spielgeschehen einzugehen.

Dennoch zeichnet sich in beiden Reportagen das Hauptbestreben ab, durch den gezielten Einsatz von sprachlichen Mitteln die Schilderungen zu verknappen und sie für den Hörer verständlich, dynamisch und ereignisnah zu gestalten.

#### 4.5. Die Zusatzschilderung

Die Vermittlung von ergänzenden Informationen zu Spielern, Fußballgeschehen und Mannschaften wurde in diesem Aufsatz bereits als ein fester, wenn auch sekundärer Bestandteil der Fußball Live-Reportage erkannt.

Generell besitzen diese Phasen der Reportagen einen ausführlicheren und ruhigeren Charakter als die der Aktuellschilderung. Dies findet in der Ausführlichkeit der Formulierungen und dem vergleichsweise seltenen Vorkommen von Ellipsen seine Entsprechung. Bei einem Vergleich der

französischen und der deutschen Reportage wird insgesamt deutlich, dass sie sich in der sprachlichen Umsetzung ihrer Zusatzschilderungen nur geringfügig unterscheiden. Demgegenüber tauchen bei einem inhaltlichen Vergleich dieser Kommentierungsphasen interessante Unterschiede auf, die im Folgenden näher beleuchtet werden sollen. Anders als in den Aktuellschilderungen können die Reporter in der Berichterstattung von Hintergrundinformationen relativ frei entscheiden, welche Inhalte sie den Hörern vermitteln wollen. Dass sich die französischen und deutschen Zusatzschilderungen inhaltlich unterscheiden, ist daher wenig verwunderlich. Interessant ist hierbei jedoch, welche Inhalte von den französischen und welche von den deutschen Kommentatoren für berichtenswert erachtet werden, mit welchen Bewertungen die Reporter sie verknüpfen und mit welchen Intentionen dies geschieht. So sticht in der Gegenüberstellung heraus, dass die deutschen Reporter in vielfacher Hinsicht eine negative Spieleinschätzung zum Ausdruck bringen, während ihre französischen Kollegen den Leistungen der beiden Mannschaften und ihren Spielern eher positive Attribute zuschreiben.

A (( )) dieses Fußballspiel zählt nicht zu einer Klasse Begegnung in der Champions League (.) das muss man sagen (( )) [1281-1283]

A (( )) die Bayern sollten mehr nach vorne gehen sollten etwas schneller spielen (.) denn dieser Gegner ist wirklich verunsichert das sieht man (.) und das spürt man ihm an (( )) [338-341]

A (( )) il=y=a pas de buts mais on s'ennuie pas dans ce: Nantes de Bayerne ce un match de: de haut niveau=hein c'est un match (.) où on le sait eh: le résultat va jouer à: (.) à de: à de petits détails (( )) [896-900]

A (( )) les Nantais (.) qui continuent à: insister (1.0) ils sentent que la muraille (.) de Munique n'est peut-être pas aussi armétique (( )) [1037-1039]

Es ist davon auszugehen, dass die verschiedenen Bewertungen mit dem Image der jeweiligen Vereine und die mit ihm einhergehenden differierenden Erwartungshaltungen in enger Verbindung stehen. Da die Mannschaft des FC Bayern München nicht nur national, sondern auch international ein hohes Ansehen besitzt, stellen die deutschen Reporter entsprechende Anforderungen an die Leistungen der Spieler. So unterstreichen die deutschen Kommentatoren in ihrer Berichterstattung, dass sie mit der Spielweise der bayrischen Mannschaft in dieser Partie

unzufrieden sind.

A (( )) es steht immer noch null zu null (.) und

Bayern München spielt erbärmlich schwach (( )) [1410-1412]

Grundsätzlich fällt auf, dass die französischen Kommentatoren die Mannschaften und Spieler im Allgemeinen, aber auch die Leistungen des FC Bayern München im Besonderen nicht ganz so negativ bewerten wie ihre deutschen Kollegen. Dies lässt sich möglicherweise auch darauf zurückführen, dass sie das Spiel mit einer anderen Erwartung verfolgen. So ist ihnen der FC Nantes, seine Erfolge und seine Leistungen durch die Berichterstattung in französischen Zeitungen, Fernseh- und Radiosendern präsenter als ihren deutschen Kollegen. Es ist darum davon auszugehen, dass ihnen während der Kommentierung des Champions League Spiels auch die brenzlige Ausgangslage des inländischen Vereins stärker im Bewusstsein steht: Der FC Nantes befand sich zum Zeitpunkt dieses Spiels auf einem Abstiegsplatz in der französischen Liga. Durch die im Vergleich zur deutschen Kommentierung milder ausfallendere Kritik am bayrischen Gegner halten die französischen Reporter dessen bekanntes Image der Spielstärke aufrecht und verweisen damit noch deutlicher auf die Schwierigkeit für den FC Nantes, ihn zu besiegen.

A (( )) mais on sent Yves Deroff que: ces Bavaois

ils ont pas besoin de=beaucoup beaucoup d'occasions pour être dangereux (( )) [794-796]

Dass die französischen Berichtersteller mit einer derartigen Erwartungshaltung in ihre Kommentierung einstiegen, findet in einer nachträglichen Aussage des Reporters Carré seine Bestätigung:

„C'était un match particulier pour Nantes, peu habitué à affronter des adversaires aussi prestigieux. Le Bayerne ne m'avait pas fait forte impression mais son expérience européenne et le talent individuel de ses joueurs lui avaient permis de battre Nantes 1-0.“<sup>11</sup>

Insgesamt wird trotzdem deutlich, dass die französischen Reporter den Fokus ihrer Einschätzungen mehr auf momentane Spielsituationen legen, während sich ihre deutschen Kollegen in ihren Bewertungen mehr auf den Spannungsgehalt des Spiels sowie das Image, Erfolge und Misserfolge der Mannschaften beziehen.

Wie ihre vergleichsweise härtere Bewertung der einzelnen Spielleistungen des FC Bayern München, lässt sich auch die harsche Kritik der deutschen Reporter am gesamten Spielgeschehen auf bestimmte Erwartungen zurückfüh-

ren, die sie im Vorhinein an die Partie gestellt haben mögen, die jedoch nicht erfüllt werden. Wie stark sich ihre Enttäuschung darüber in ihren inhaltlichen Darstellungen widerspiegelt, soll im untenstehenden Transkriptionsbeispiel – den Schlussworten Kochs – abschließend noch einmal verdeutlicht werden.

A (( )) es tut uns schrecklich leid dass wir ihnen

keine schwingvollere (.) spannendere Radioreportage bieten konnten (.) DAS aber lag an den Akteuren die hoch bezahlt sind (.) und eher wie Billigpersonal (.) das Spiel (.) eher als lästige Pflichterfüllung ansahen (( )) [2066-2071]

Neben den Unterschieden fallen bei dem Vergleich der beiden Reportagen jedoch auch inhaltliche Gemeinsamkeiten der Zusatzschilderungen auf. So liefern alle beteiligten Reporter immer wieder Hintergrundinformationen rund um das Fußballspiel und zu den einzelnen agierenden Spielern. Dabei fällt jedoch auf, dass die deutschen Berichtersteller im Gegensatz zu ihren französischen Kollegen häufig Hinweise zum Erscheinungsbild der französischen Spieler geben und dabei sehr oft – teilweise in mehrfacher Wiederholung – auf deren Alter eingehen.

A (( )) und vorne (.) fast einsam und verlassen (.)

unser kleiner junger Mann zwanzig Jahre Hassan Ahmada

(.) ein gebürtiger Marokkaner aber lange Zeit schon in Frankreich (( )) [148-151]

B (( )) Andre der bringt Schwung (.) dieser

großgewachsene lange eins sechsundachtzig große Stürmer

(.) der hätte eigentlich die Möglichkeit bei einer Standardsituation (.) vielleicht mit dem Kopf noch einmal ranzukommen (( )) [1961-1964]

A (( )) on a l'impression Yves vous me démentez si:

vous n'êtes pas d'accord bien sûr que=eh c'est de garder la balle en=en milieu de terrain et: de: de trouver la: l'espace libre du côté: du côté nantais (( )) [231-235]

Dass Koch und Endres immer wieder das Alter von manchen französischen Spielern in den Vordergrund stellen, macht deutlich, dass sie es als eine Außergewöhnlichkeit empfinden, die für ihre deutschen Hörer von besonderem Interesse ist. So zeigt sich, dass sich die Unterschiede innerhalb der deutschen und der französischen Fußballschaft in hohem Maße auf die Inhalte der jeweiligen Kommentierungen auswirken können. Denn tatsächlich hängt das vergleichsweise junge Lebensalter der französi-

schen Spieler mit den spezifischen Ausbildungsmöglichkeiten des Fußballnachwuchses in Frankreich zusammen. In Fußballinternaten werden die jungen Talente früh professionalisiert, so dass sie beim Einstieg in die Profiligen in der Regel weit jünger sind als deutsche Spieler. So verwenden Koch und Endres die Angaben zum Alter einiger Spieler, um ihren Hörern eine ungewöhnliche - möglicherweise unbekannte - und damit wissenswerte Zusatzinformationen zu vermitteln und ihre Reportage auf diese Weise interessanter zu gestalten. Für Carré und Deroff sowie ihre Hörer in Frankreich stellt die junge Professionalisierung der Heimspieler hingegen eine Selbstverständlichkeit dar und bleibt dementsprechend innerhalb der französischen Kommentierung auch gänzlich unerwähnt.

Wie sich anhand der inhaltlichen Untersuchung der französischen und deutschen Zusatzschilderungen herausstellen lässt, unterscheiden sich diese darüber hinaus deutlich in ihren spielanalytischen Herangehensweisen bei der Kommentierung. Sie gestalten sich in der französischen Version sehr viel ausführlicher. Ausgehend von einzelnen Spielsituationen wird dabei in höherem Maße auf fußballerische Qualitäten von deutschen oder französischen Spielern hingewiesen.

A (( )) on a l'impression Yves vous me démentez si:  
vous n'êtes pas d'accord bien sûr que=eh c'est de  
garder la balle en=en milieu de terrain et: de: de  
trouver la: l'espace libre du côté: du côté nantais  
(( )) [231-235]

Wie sich an verschiedenen Stellen der Reportagen belegen lässt, neigt die französische Kommentierung generell eher zu Ausführlichkeit als ihr deutsches Pendant. Wie in der aktuellen Berichterstattung einzelner Spielzüge, mag dies auch in ihrer nachträglichen Betrachtung innerhalb der Zusatzschilderungen dazu geführt haben, dass Carré und Deroff sie detaillierter Form beleuchten. Außerdem ist in diesem Zusammenhang möglicherweise ein weiterer Aspekt von Bedeutung: In der Fußballwelt scheint allgemein Konsens darüber zu bestehen, dass die französischen Spieler über eine ausgefeilte Technik und eine besonders raffinierte Taktik verfügen. Den deutschen Spielern wird hingegen eher Ausdauer zugeschrieben.<sup>12</sup> Schenkt man diesen Einschätzungen Glauben und unterstellt außerdem ein unterschwelliges Zugehörigkeitsgefühl der Reporter zu ihrer Heimmannschaft, so würde dies zu dem Schluss führen, dass Carré und Deroff die besonderen Fähigkeiten der französischen Mannschaft

und ihren Spielern zusätzlich hervorheben wollen, indem sie in ihren Kommentierungen besonders ausführlich auf sie referieren.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass alle inhaltlichen Unterschiede zwischen den französischen und den deutschen Zusatzschilderungen zusätzlich durch den Faktor der ungleichen Ausgangslage der Kommentatoren bestimmt sind. So kommentieren auf der einen Seite zwei deutsche Reporter, die ihre Heimmannschaft an den ausländischen Austragungsort begleitet haben und auf der anderen Seite zwei französische Berichtersteller, die in ihrem Heimatland das Heimspiel der französischen Mannschaft verfolgen. Entsprechend zeigt sich im Vergleich der beiden Reportageergebnisse kontinuierlich, dass nicht nur individuelle Präferenzen der jeweiligen Berichtersteller für den Inhalt der Zusatzschilderungen von Bedeutung sind. Denn wie beschrieben, haben sich ebenfalls die unterschiedlichen Gegebenheiten der jeweiligen Fußballlandschaften, die damit verbundenen Kenntnisse, Spielerwartungen und Interessenschwerpunkte der einzelnen Reporter und ihrer Hörer sowie möglicherweise auch ein unterschwelliges Zugehörigkeitsgefühl der Berichtersteller zu den jeweiligen Heimmannschaften auf die Reportagen ausgewirkt.

## 5. Fazit

Für den Vergleich zwischen einer französischen und einer deutschen Reportage wurden zu Beginn dieses Aufsatzes zunächst die allgemeinen Bedingungen erläutert, welche die Reportageergebnisse geprägt haben. Dabei konnte herausgestellt werden, dass die Kommentierungsweise eines Sportberichterstatters in hohem Maße von der zu schildernden Sportart, dem vermittelnden Medium und der jeweiligen journalistischen Darstellungsform abhängig ist. Als grundsätzliche Rahmenbedingungen einer Fußball Live-Reportage beeinflussen diese Faktoren die Arbeit der französischen und deutschen Berichtersteller gleichermaßen. Als eine weitere Konstante ließen sich die spezifischen Arbeitsanforderungen einer Fußball Live-Berichterstattung darlegen, denen die Journalisten beider Länder gerecht werden mussten. Insgesamt ließ sich damit feststellen, dass sowohl die Sportart als auch das Medium, die journalistische Gattung und die Arbeitsanforderungen sich auf Sprache und Inhalt der französischen und deutschen Kommentierung gleichmäßig auswirken. So impliziert gerade die Rezeption von Fußballreportagen eine bei den Hörern beider Länder voraussetzbare

Kenntnis des Regelwerks und fachspezifischer Begriffe, die weder von den deutschen noch von den französischen Kommentatoren extra erklärt werden müssen.

Auf der anderen Seite wurde deutlich, dass der hohe nationale und internationale Stellenwert des Fußballsports in Frankreich und Deutschland gleichermaßen zu einer Professionalisierung und Kommerzialisierung geführt hat, die seine Präsenz in den Medien und die damit verbundenen Berichterstattungskriterien prägen. So ließ sich nicht nur erkennen, dass Fußball Live-Reportagen eine außerordentliche Faszinationskraft auf ihr Publikum ausüben, sondern auch, dass die Berichtersteller gezwungen sind, mit ihrer Reportage eine solche Faszinationskraft zu entwickeln. Denn um der Erwartungshaltung des Hörers gerecht zu werden, muss der Berichtersteller die Fähigkeit besitzen, das schnell ablaufende Geschehen im Stadion spannend, abwechslungsreich und erlebnisnah zu vermitteln. Grundsätzlich soll die Fußball Live-Reportage dabei zwei Funktionen erfüllen. Neben der Aufgabe, den Informationsbedarf des Rezipienten zu stillen, soll er vor allem auch unterhalten werden. Viel mehr als in anderen Medien ist der Kommentator in einer Radioreportage dabei auf Schnelligkeit und Flexibilität angewiesen, da der Hörer nur anhand seiner Schilderungen und nicht etwa - wie beispielsweise im Fernsehen - durch zusätzliche Bildeindrücke einen Überblick über das Geschehen bekommen kann.

Wie dargelegt wurde, weist die Live-Reportage im Vergleich zu anderen journalistischen Darstellungsformen in Bezug auf die Arbeitsbedingungen des Reporters einige Besonderheiten auf. Eine von ihnen ist die Unterteilung in Aktuell- und Zusatzschilderung. So finden sich sowohl in der deutschen als auch in der französischen Berichterstattung zusätzlich zu den Kommentierungsphasen, in denen das aktuelle Spielgeschehen geschildert wird, Momente, in denen die Reporter ergänzende Informationen liefern.

Darüber hinaus ist die Live-Reportage grundsätzlich von einer besonderen Publikumsnähe gekennzeichnet. So kennen in der Kommentierung eines Live-Ereignisses weder Hörer noch Berichtersteller im Vorhinein dessen Ablauf und Ausgang. Dieser Umstand stärkt den Spannungseffekt und das Gefühl des gemeinsamen Miterlebens und damit auch die Attraktivität der Live-Reportage. Gleichzeitig wird von den Hörern jedoch eine besondere Lebendigkeit der Reportage erwartet, mit der der Berichtersteller dieses Gefühl unterstreicht.

Insgesamt wurden in der Betrachtung der grundsätzlichen Bedingungen einer Fußball Live-Reportage die Konstanten der französischen und deutschen Berichterstattung dargelegt, so dass darauf aufbauend ein Vergleich sowohl von sprachlichen als auch von inhaltlichen Merkmalen vorgenommen werden konnte.

Dabei wurde deutlich, dass das Hauptaugenmerk in beiden Reportagen auf der Darstellung des aktuellen Spielgeschehens liegt. Die Inhalte dieser Schilderungsphasen sind weitgehend vom Spielablauf vorgegeben und ähneln sich daher in den beiden Reportagen. Darum konzentrierte sich der Vergleich der Aktuelschilderungen auf ihre sprachlichen Mittel. Gerade weil sie hier zur Kommentierung desselben inhaltlichen Kontextes verwandt wurden, bot sich ihre Gegenüberstellung an. Dabei fiel auf, dass sich die französische und die deutsche Aktuelschilderung in der Wahl ihrer sprachlichen Mittel und der damit verbundenen Reportageintentionen in mehreren Punkten unterscheiden.

So legen die französischen Berichtersteller den Schwerpunkt ihrer Aktuelschilderungen auf die Ausführlichkeit in der Übermittlung der aufeinander folgenden Einzelaktionen und auf die Herstellung eines dynamischen, abwechslungsreichen Dialogcharakters. Die deutschen Reporter hingegen versuchen vielmehr, den Fokus durch besonders konsequente Komprimierung, Prononcierung und einen starken Gegenwartsbezug auf eine spannungsvolle und dramatische Präsentation zu setzen. Insgesamt ließ sich dabei feststellen, dass sowohl in der deutschen als auch in der französischen Version die Vielzahl der sprachlichen Mittel nicht nur zur Verknappung, sondern ebenfalls zur Verständlichkeit beitragen.

Bei näherer Betrachtung der Zusatzschilderungen wurde deutlich, dass sie im Gegensatz zu den Aktuelschilderungen den Berichterstellern einen großen inhaltlichen Freiraum eröffnen. So kann der Reporter in diesen vergleichsweise ruhigeren Kommentierungsphasen je nach persönlichen Präferenzen und Informationszielen entscheiden, mit welchen zusätzlichen Erläuterungen er seine Schilderungen ergänzt. Es zeichnen sich hierbei gerade innerhalb der Bewertungen von Mannschaften, Akteuren und Spielverlauf Unterschiede zwischen der deutschen und französischen Berichterstattung ab. In diesem Zusammenhang ist bemerkenswert, dass die Kritik der deutschen Kommentatoren deutlich negativer ausfällt als die ihrer französischen Kollegen. Diese hingegen lassen in ihre Schilderungen häufiger spielanalytische Betrachtun-

gen einfließen, schenken aber der Vermittlung von Spieldetails - anders als das deutsche Reporterteam - kaum Beachtung.

Insgesamt wurden sowohl für die Aktuell- als auch die Zusatzschilderungen sprachliche und kulturelle Besonderheiten, individuelle Präferenzen der Reporter, differierende Erwartungshaltungen und ein mögliches, unterschwelliges Zugehörigkeitsgefühl zur jeweiligen Heimmannschaft als potentielle Ursachen der unterschiedlichen Kommentierungsweisen erkannt. Sie lassen sich teilweise auf die jeweiligen Besonderheiten der französischen und der deutschen Fußballlandschaft und die daraus resultierenden Unterschiede zwischen den Herangehensweisen der Reporter zurückführen.

Es ist davon auszugehen, dass sich die Reportageweisen einer französischen und einer deutschen Fußball Live-Berichterstattung desselben Sportereignisses aufgrund derartiger Faktoren generell voneinander unterscheiden. Hierbei entstand im Vergleich der beiden Reportagebeispiele der Gesamteindruck, dass die französische Kommentierungsweise ausführlicher, in ihrer Co-Kommentierung gleichzeitig aber auch spontaner und durch den sich daraus ergebenden Konversationscharakter abwechslungsreicher ist, während die deutsche gerade in Bezug auf die Initiierung von Spannungs- und Dramatikeffekten zielgerichteter und strukturierter erscheint.

Darüber hinausgehend wäre ein Vergleich von französischen und deutschen Fußballberichterstattungen in anderen Medien interessant und sinnvoll. So stellt sich beispielsweise auch in Bezug auf das Medium des Fernsehens die Frage, inwiefern sich die französische Live-Berichterstattung von der deutschen unterscheidet, und inwieweit sich diese Differenzen mit den hier herausgestellten Unterschieden decken. Bei einer solchen Untersuchung wäre die unterschiedliche Ausgangslage der rezeptionellen Wahrnehmung von besonderer Bedeutung. Denn anders als der Radiohörer hat der Fernsehzuschauer neben der auditiven auch die visuelle Möglichkeit, das Spielgeschehen mitzuerleben. Es ist wahrscheinlich, dass sich diese zusätzliche Wahrnehmungsebene auf seine Rezeptionserwartungen und damit auch auf die Kommentierungsweise des Reporters auswirkt.

Eine weiterführende Untersuchung der hier zugrunde liegenden Fragestellung in Bezug auf andere Medien steht nach wie vor aus. Es ist allerdings davon auszugehen, dass sich die Ergebnisse des vorliegenden Vergleichs teilweise übertragen lassen.<sup>13</sup> Denn in ihnen finden sich Ansät-

ze, die über den Bereich des Hörfunks hinaus mögliche sprachliche und inhaltliche Differenzen zwischen einer französischen und einer deutschen Fußball Live-Reportage im Zusammenhang mit ihrer rezeptionellen Wirkungsweise zu erklären vermögen.

#### ANMERKUNGEN

1) Ausschnitt aus der deutschen/ französischen Hörfunkreportage des Fußballspiels FC Nantes – FC Bayern München, Champions League 2001/2002, Reporter Edgar Endres (B)/ Arnaud Carré (A), 5. Dezember 2001 in Nantes, B-5-Aktuell, Bayrischer Rundfunk/ France Bleu Loire Océan, Radio France.

Wie in den Transkriptionsbeispielen durch Großschreibung, Unterstreichung und Doppelpunkt vermerkt, betonen Endres und Carré bestimmte Abschnitte, reportieren diese mit einem erhöhten Sprechtempo und dehnen einzelne Silben. Eine genaue Erläuterung der diesem Vergleich zugrunde liegenden Vorgehensweise bei der Transkription erfolgt im Abschnitt *Kurze Erläuterung zur Transkription*.

2) Dabei erhebe ich nicht den Anspruch, eine allgemein gültige Unterscheidung zwischen deutschen und französischen Fußballreportagen vorzunehmen. Vielmehr sollen an dem konkreten Beispiel und in einer Auswahl von Untersuchungsaspekten Ansätze geliefert werden, die mögliche Differenzen in Sprache und Inhalt im Zusammenhang mit ihrer rezeptionellen Wirkungsweise zu erklären versuchen.

3) Vgl. beispielsweise die Schaffung der europäischen Champions League, die durch eine feste Zahl von Meisterschaftsspielen Beschäftigung und Einnahmen der beteiligten Vereine über die gesamte Saison garantieren sollte (Schulze-Marmeling 2000, 122).

4) Auszug aus einem unveröffentlichten Interview der Verfasserin mit dem Sportreporter Rolf Rainer Gecks am 4. April 2003.

5) Zur ausführlichen Differenzierung und Bedeutung der ‚Fußballsprache‘ beziehungsweise der ‚Fachsprache‘ und des ‚Fachjargons‘ vergleiche Dankert 1969, 21-57.

6) Eine Ausnahme bildet hierbei die Abkürzung FC für Fußballclub, die in beiden Transkriptionen bei den Mannschaftsbezeichnungen FC Nantes und FC Bayern München in Großbuchstaben verschriftlicht, aber in den Reportagen nicht betont wird.

7) Die vollständigen Transkriptionen der hier verglichenen Live-Reportagen finden sich in einem zweiten Band meiner Magisterarbeit *Ein Ereignis - zwei Perspektiven? Vergleichende Untersuchungen zu Live-Reportagen im deutschen und französischen Rundfunk*,

einem Transkriptionsband. Die mit eckigen Klammern versehenen Ziffern beziehen sich auf die entsprechenden Zeilen in diesem Band.

8) Eine Untersuchung, aus der hervorgeht, ob sich dieses Verhältnis auch auf andere Spiele übertragen lässt, wäre interessant, liegt aber leider bislang nicht vor. Ebenso wenig eine Analyse, wie sich verschiedene Faktoren eines Spiels - beispielsweise die Dynamik - auf dieses Verhältnis auswirken.

9) In Bezug auf die Wortschöpfungen erscheint die Frage von Interesse, wie die jeweiligen Neubildungen (Minimalistenfußball, Exportliga) und fachspezifischen Zusammensetzungen vom Hörer verstanden werden, welches Wissen von ihnen vorausgesetzt wird und mit welchen Intentionen ihre Verwendung verbunden ist. Dabei interpretiert der Hörer die neuen Komposita im Prozess des Verstehens vor dem Hintergrund seines kulturellen Wissens (Pörings/Schmitz 1999, 54 u. 57). Bei der Bestimmung der Gesamtbedeutung des Kompositums spielt also nicht allein die lexikalische Bedeutung der Einzelkomponenten eine Rolle. Denn der Hörer muss auf zusätzliches Wissen zurückgreifen und damit andere kognitive Systeme heranziehen, um die Gesamtbedeutung der Neubildungen zu erfassen. Sowohl in der französischen als auch in der deutschen Reportage treten vor allem Bezeichnungen auf, die sich auf Kenntnisse in der Fußballterminologie berufen und vom Hörer in diesem Kontext interpretiert werden müssen.

10) Auszug aus einem unveröffentlichten Interview der Verfasserin mit dem Sportreporter Arnaud Carré am 6. März 2003. (Weitere Zitate aus diesem Interview werden im Folgenden als unveröffentlichtes Interview/ Carré abgekürzt).

11) Unveröffentlichtes Interview/ Carré.

12) So findet sich die besondere Raffinesse der französischen und die körperliche Stärke der deutschen Fußballspieler nicht nur regelmäßig in der fußballbezogenen Presse, sondern auch in den Aussagen der im Rahmen dieser Arbeit interviewten deutschen und französischen Sportjournalisten unterstrichen. Endres weist im Vergleich des französischen mit dem deutschen Fußball darauf hin, dass „die französischen Spieler taktisch und technisch den deutschen weit voraus sind“. (Auszug aus einem unveröffentlichten Interview der Verfasserin mit dem Sportreporter Edgar Endres am 28. Februar 2003). Auch Carré teilt diese Ansicht: „Je pense que le football français est plus technique et plus imagitatif et que le football allemand repose plus sur les qualités physiques et morales.“ (Unveröffentlichtes Interview/ Carré).

Dabei muss allerdings beachtet werden, dass die Unterschiede im internationalen Ligaalltag durch die zahlreichen Spielertransfers ins Ausland immer geringer werden.

13) Dies kann jedoch nur für Medien gelten, in denen die journalistische Gattung der Live-Reportage als Form der Berichterstattung möglich ist. Da sie innerhalb der Printmedien nicht umsetzbar ist, erübrigt sich eine Übertragung von Fragestellung und Ergebnissen meines Aufsatzes auf Zeitungen und Zeitschriften.

#### LITERATUR

**BAUSINGER, HERMANN** (1984): Deutsch für Deutsche. Dialekte, Sprachbarrieren, Sondersprachen. Frankfurt/M.

**BURGER, HARALD** (?1990): Sprache der Massenmedien. Berlin, New York.

**DANKERT, HARALD** (1969): Sportsprache und Kommunikation. Untersuchungen zur Struktur der Fußballsprache und zum Stil der Sportberichterstattung. Tübingen.

**DERESE, GERARD** (1996): Sports et médias: la double attirance. In: Derese, Gerard (Hrsg.): Tribunes de presse. Études sur la construction journalistique du sport. Louvain-la-Neuve, 7-28.

**FISCHER, CHRISTOPH** (1994): Bedeutungswandel des Sports – Aufwertung des Sportjournalismus?. In: Hackforth, Josef/ FISCHER, CHRISTOPH (Hrsg.): ABC des Sportjournalismus. München, 50-76.

**GALEANO, EDUARDO** (?1998): Der Ball ist rund und Tore lauern überall. Wuppertal.

**KROPPACH, DIETER** (1970): Die Sportberichterstattung der Presse. Untersuchungen zum Wortschatz und zur Syntax, Marburg.

**MARTINEZ, MATIAS** (2002): Warum Fußball? In: Martínez, Matías (Hrsg.): Warum Fußball? Kulturwissenschaftliche Beschreibungen eines Sports. Bielefeld, 7-35.

**MIKOS, LOTHAR** (1982): Kulturelle Aspekte von Fußball und Fernsehen. In: Medium, Nr. 6, Jg. 12, 18-21.

**NEUGEBAUER, EVA** (1986): Mitspielen beim Zuschauen. Analyse zeitgleicher Sportberichterstattung des Fernsehens, Frankfurt/M. u.a.

**PÖRINGS, RALF/ SCHMITZ, ULRICH** (Hrsg.) (1999): Sprache und Sprachwissenschaft. Eine kognitiv orientierte Einführung. Tübingen.

**ROSENBAUM, DIETER** (1978): Gesprochen: ‚Einwort-Sätze‘ im Aktionstext. In: Hackforth, Josef/ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Sport und Massenmedien. Bad Homburg, 142-157.

**SCHEU, HANS-REINHARD** (?2000): Sportreportage. In: La Roche, Walther von/ Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München, 199-206.

**SCHULZE-MARMELING, DIETRICH** (2000): Fußball. Zur Ge-

schichte eines globalen Sports. Göttingen.

**SEIP, AXEL** (2000): Reportage. In: La Roche, Walther von/ Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München, 179-193.

**SELTING, MARGRET/ AUER, PETER/ BARDEN, BIRGIT/ BERGEMANN, JÖRG/ COUPER-KUHLEN, ELISABETH/ GÜNTNER, SUSANNE/ MEIER, CHRISTOPH/ QUASTHOFF, UTA/ SCHLOBINSKI, PETER/ UHMAN, SUSANNE** (1998): Gesprächsanalytisches Transkriptionsverfahren (GAT). In: Grewendorf, Günther/ Stechow, Arnim von (Hrsg.): Linguistische Berichte. Forschung Information Diskussion, Heft 173, 91-122.

**WILLE, FABIEN** (1999) : Le sport, un opérateur de changements dans la production médiatique: Le modèle du Tour de France. 1. Band. Paris.

#### UNVERÖFFENTLICHTE QUELLEN

Interview mit Arnaud Carré am 6. März 2003. (Sportjournalist France Bleu Loire Océan).

Interview mit Edgar Endres am 28. Februar 2003. (Sportjournalist Bayerischer Rundfunk).

Interview mit Rolf Rainer Gecks am 4. April 2003. (Sportjournalist Norddeutscher Rundfunk).

#### AUFNAHMEN

Champions League Saison 2001/ 2002 Gruppenphase Hinrunde

FC Nantes – FC Bayern München

Reporter: Günther Koch und Edgar Endres

5. Dezember 2001

Vollreportage

B-5 Aktuell/ Bayerischer Rundfunk

Champions League Saison 2001/ 2002 Gruppenphase Hinrunde

FC Nantes – FC Bayern München

Reporter: Arnaud Carré und Yves Deroff

5. Dezember 2001

Vollreportage

France Bleu Loire Océan/ Radio France



#### DINO - SAURIER - ZEIT

Ein Ereignis - zwei Perspektiven?

## Abstract

Die Metaphernforschung hat mit Lakoff/Johnson (1980) eine kognitive Wende genommen. Das menschliche Denken ist demnach genau wie die Sprache metaphorisch strukturiert. Früher als rhetorisches Stilmittel eingeengt, erfährt die Metapher heute eine breite Diskussion hinsichtlich ihrer Bedeutung in der Alltagssprache. Pressesprache, die zum Ziel die Information, Erklärungen und Unterhaltung hat, bildet eine Form von Alltagssprache. Die Pressesprache orientiert sich jeweils am Gegenstand der Berichterstattung. Fußballberichterstattung ist ein Teil der Presse mit wachsender Bedeutung in Frankreich und Deutschland.

Die untersuchten regionalen Zeitungen „Sud Ouest“ und „Weser Kurier“ bereiteten beide ihre Leser im November 2000 auf die Europapokalbegegnungen zwischen Girondins Bordeaux und Werder Bremen vor, begleiteten die zwei Spiele in Südwestfrankreich und in Norddeutschland und lieferten im Dezember 2000 eine Nachberichterstattung.

Beide Zeitungen wurden auf Attributmetaphern, ontologische Metaphern, bildschematische Metaphern und Konstellationsmetaphern geprüft. Die strukturellen und funktionalen Ähnlichkeiten der Metaphern im Französischen sowie im Deutschen waren weitaus stärker als die Gegensätze. Weinrichs (1976) Schlagwort der „europäischen Bildfeldgemeinschaft“ bestätigt sich auf den untersuchten Bereich (Pressesprache/Fußball) und die untersuchten Sprachen Französisch (Romanische Sprachfamilie) und Deutsch (Indogermanische Sprachfamilie).

## 1. Einleitung

Sportberichte kommen nicht ohne Metaphern aus: metaphorische Ausdrücke wie *Angriff*, *Sturm*, *Schuss*, *Verteidigung*, *Abwehr*, *Sieg* und *Niederlage* sind derart fester Bestandteil der Berichterstattung über viele Mannschaftssportarten, dass sie uns nicht mehr auffallen. Mit ihnen erscheinen die betreffenden Sportereignisse in einer spezifischen Perspektive, die sich fortführen lässt und dazu führt, dass man eine Sportstätte als *Kampfbahn* bezeichnet. Ob die Sportberichterstattung unterschiedlicher Länder, Kulturen und Sprachen im Gebrauch metaphorische Ausdrücke und die mit ihnen verbundenen Perspektiven mehr oder weniger übereinstimmt, untersucht der folgende Beitrag zum Metapherngebrauch am Beispiel der Fußballberichterstattung in deutschen und französischen Presstexten zum gleichen Ereignis, nämlich dem Hin- und Rückspiel der

UEFA-Pokal-Paarung Werder Bremen und den Girondins de Bordeaux in der Saison 2000/2001. Als Textbasis dienten die einschlägigen Artikel der beiden regionalen Tageszeitungen Sud Ouest (Bordeaux) und Weser Kurier (Bremen). Die 111 Beispiele aus diesem Corpus bilden die empirische Basis der Untersuchung, die folgenden Fragestellungen näher nachgeht:

Wo bedient sich die Fußballberichterstattung besonders häufig? Lassen sich dominante Metaphernbereiche ausmachen? Gibt es gravierende Unterschiede zwischen dem Deutschen und dem Französischen? Nach welchem Prinzip funktioniert eigentlich Metaphorik? Und was soll damit beim Leser erreicht werden?

Um diesen Fragen zu behandeln, führt der Beitrag kurz in die Grundideen der aktuellen, durch die Arbeit von Lakoff/Johnson (1980) geprägten Metaphertheorie ein. Sie nehmen an, dass nicht nur unser Sprechen, sondern auch unser Denken und Handeln metaphorisch strukturiert ist.

## 2. Theoretische Grundlagen der kognitiven Metaphertheorie

Die Metapher ist seit über 2000 Jahren Gegenstand von Diskussionen und Untersuchungen. Lange wurde sie als rhetorisches Phänomen behandelt, das in der Literatur erlaubt, aber in der Wissenschaft verboten war. Die Wissenschaft erforschte Wahrheiten und Gesetzmäßigkeiten, die Metapher diente eher als Selbstzweck oder galt als sprachlicher Sonderfall im Bereich der Kunstsprache. Die Alltagssprache existierte nicht als Forschungsgegenstand; das ist heute undenkbar.

In der holistischen, kognitiven Semantik wird die Konzeptualisierung der Umwelt durch den Menschen in den Begriff der *Bedeutung* mit aufgenommen. Das Leben ist durch eine große Menge von Konzepten organisiert, so dass wir die meisten gar nicht wahrnehmen und sie viel zu alltäglich sind, als dass man darüber nachdenkt. Aber warum bedeutet für uns die Farbe rot eine Warnung oder weshalb ist die Zukunft immer vor uns, anstatt in einer anderen Richtung? Es scheint mir wahrscheinlich, dass sprachwissenschaftliche Konzepte eine Verbindung mit allgemeinen kognitiven Prinzipien haben. Dabei spielen Metaphern eine gewichtige Rolle. Das kognitive Meta-

phernverständnis sieht unser Denken und Handeln als metaphorisch strukturiert an und weist der Metapher Alltäglichkeit zu. Ausgangspunkt dieser Entwicklung waren Lakoff/Johnson (1980).

Durch die Untersuchung von Alltagssprache entsteht eine Forschung, die nah an der Praxis ist, weil sie sich mit der Praxis selbst, sprich der Alltagssprache, beschäftigt. Die metaphorischen Ausdrücke, die dabei zustande kommen, haben als Grundlage ein metaphorisches Konzeptsystem. In der Terminologie von Lakoff/Johnson wird ARGUMENTIEREN IST KRIEG als metaphorisches Konzept bezeichnet und die „Erscheinungsformen“ (z. B. *jemanden verbal angreifen*) sind metaphorische Ausdrücke. ARGUMENTIEREN ist dabei der Zielbereich, der angesprochen werden soll. Als Quellbereich bezeichnet man die Quelle, aus der der Ausdruck hervorgeht, in diesem Fall also KRIEG (*angreifen*).

Meistens ist der Zielbereich komplex oder abstrakt und benötigt einfache, konkret vorstellbare Bilder, um erklärt zu werden. Wird ein Zielbereich ständig mit denselben Herkunftsbereichen beschrieben, werden nur bestimmte Aspekte des Zielbereiches hervorgehoben, andere könnten unter den Tisch fallen. Dieses Phänomen wird *high-lightning vs. hiding* genannt.

Die Arbeit von Christa Baldauf (1997), Basis meiner Korpusanalyse, stützt sich ebenfalls auf Lakoff/Johnson. Die Presseartikel des Korpus sind in zwei Sprachen verfasst, Französisch und Deutsch. Die Linguistik ist kein von historischen Entwicklungen befreiter Gegenstand. Selbiges gilt für den Aspekt des Sprachenvergleichs (Osthus 2000, 19ff.).

### 3. Annäherung an den Untersuchungsgegenstand

Um sich der Sprache in der Presseberichterstattung zu nähern, ist es unverzichtbar, sie zu zwei Seiten abzugrenzen: Zum einen gegenüber anderen Medien, zum anderen gegenüber verschiedenen „Sprachen“ wie z. B. die „Sprache der Aktiven“. Gegenüber anderen Medien wie Internet, Radio und Fernsehen ist die Presse immer ein zeitversetztes Medium. Die beiden untersuchten Zeitungen „Sud Ouest“ und „Weser Kurier“ weisen in historischen Entwicklungen und internen Strukturen einige Parallelen auf.

Die „Sprache“ der Fußballberichterstattung hebt das kriegerische Vokabular dieses Sports hervor. Dies haben zahlreiche Untersuchungen (z.B. Gabriel 1998) gezeigt. Die Artikel der regionalen Zeitungen „Sud Ouest“ und

„Weser Kurier“ umfassen den Zeitraum vom 21.11.2000 bis zum 9.12.2000. Das Hinspiel in Bordeaux fand am 23.11.2000 statt und das Rückspiel wurde am 7.12.2000 in Bremen ausgetragen. Es wurden alle Artikel zu dieser Europapokalpaarung herangezogen, darunter befinden sich verschiedene Textsorten. Die Berichterstattung von „Sud Ouest“ erstreckt sich über 2614 Zeilen bei einem Zeilenmittel von ca. 32 Zeichen. Das ergibt ca. 83.648 Zeichen und im Vergleich mit dem „Weser Kurier“ eine 1,8-fache Berichterstattung.

Den großen Unterschied an der Menge der Berichterstattung gewinnt „Sud Ouest“ durch Interviews, Mitteilungen und Porträts, sprich den Textsorten, die eher auf das Ereignis vorbereiten.

In meiner Korpusanalyse ist die entscheidende Stelle für den jeweiligen metaphorischen Ausdruck immer kursiv markiert. Wenn Beispielsätze doppelt erscheinen, so ist auf die kursive Markierung zu achten. Eine Interviewfrage von „Sud Ouest“ lautet zum Beispiel:

a) « Pas facile de retrouver *l'ombre* quand on a connu la lumière? »

b) « Pas facile de retrouver *l'ombre* quand on a connu la lumière? »

Die kursiven Markierungen stehen für zwei Attributsmetaphern: a) NEGATIV IST DUNKEL und b) POSITIV IST HELL. Solche konzeptuellen Metaphern werden in Großschrift dargestellt.

### 4. Korpusanalyse

In der empirischen Analyse dieser Arbeit gehen alle festgestellten, systembildenden Metaphern der Berichterstattung von den Zeitungen „Sud Ouest“ und „Weser Kurier“ zu den UEFA-Pokalspielen zwischen Girondins Bordeaux und Werder Bremen ein.<sup>1</sup> Da das Textkorpus ausschließlich aus dem Bereich der Tagespresse stammt, befinden wir uns stilistisch auf einer Ebene, auf der Erfahrungsbereiche des Alltags thematisiert werden. Dadurch wird bewiesen werden, dass Metaphern ein Alltagsphänomen darstellen. Pressesprache ist eine Form von aktueller Standardsprache und die Vielfalt der Textsorten verspricht eine Vielzahl von Erfahrungsbereichen. Die Artikel sollen eine möglichst breite Leserschaft erreichen, informieren und unterhalten. Um dieses Vorhaben zu erreichen, streben Redakteure nach Allgemeinverständlichkeit.

Die empirische Analyse fußt auf mehreren Annahmen: kognitive Prozesse sind entscheidend für die sprachliche

Auf dem Weg im Internet zu den Girondins de Bordeaux

Quelle: <http://www.foot4u.com/bordeaux.asp>



## GIRONDINS de BORDEAUX



- **Adresse** : rue Joliot Curie, BP 33, 33186, Le Haillan Cedex
- **Ville** : Bordeaux
- **Site internet** : <http://www.girondins.com>  
<http://www.marineetblanc.com>
- **Tel** : 05-56-16-11-11
- **Fax** : 05-56-16-11-35
- **Date de création** : 1881
- **Nom du Stade** : Chaban-Delmas
- **Capacité du Stade** : 35200
  
- **Budget** : 260 MF

**Téléchargez les photos des Girondins**

....und auf dem Weg zu einem Fanclub von Werder Bremen

Quelle: <http://www.dienordmannen.de/>

**Moin, Moin und herzlich willkommen auf der Homepage des SV Werder Bremen Fanclubs  
„Die Nordmannen Ostfriesland“**



Auf diesen Seiten möchten wir uns und unsere Aktivitäten vorstellen. Gegenüber neuen Mitgliedern und Interessierten sind wir jederzeit offen eingestellt. Zu diesem Zweck benutzt bitte das [Kontaktformular](#).



Diese Seiten befinden sich im stetigen Aufbau, werden daher ständig erweitert und aktualisiert. Dankbar wären wir für Anregungen oder auch Fragen. Hierfür schickt uns bitte eine E-Mail bzw. tragt Euch in das [Gästebuch](#) ein.

Viel Spaß und auf die gute Ernte!

**Die Nordmannen Ostfriesland**



Umsetzung; sich dahinter verbergende konzeptuelle Metaphorik muss erkannt werden. Weiter treten Metaphern in gemeinsamen Bildfeldern auf, um Zielbereiche zu beschreiben. Die Herkunftsbereiche entstehen durch idealisierte, prototypische Erfahrungen. Wie Baldauf (1997, 92) bilde auch ich eine Klassifikation, die sich an der Art und der Struktur des Herkunftsbereichs orientiert. Dabei werden vier Klassen von Metaphern unterschieden:

a) Attributsmetaphern: Der Herkunftsbereich geht aus unmittelbaren physischen Erfahrungen hervor. Polare Oppositionen wie *dunkel/hell* oder *stark/schwach* erklären abstraktere Begriffe wie *negativ/positiv*. Dennoch ist das „Mapping“ nicht so sehr wie bei den anderen Metapherentypen vom Konkreten zum Abstrakten geprägt, weil der Zielbereich aus Personen oder Objekten besteht, denen lediglich eine zusätzliche, metaphorische Eigenschaft zugesprochen wird.

b) Ontologische Metaphern: Dabei handelt es sich um eine Konzeptstrukturierung, weil vage und unstrukturierte Erfahrungsbereiche als Objekte oder Substanzen konzeptualisiert werden. Objekte und Substanzen sind greifbar und bilden jeweils ein idealisiertes kognitives Modell (ICM). In Bezug auf Objekte wissen wir von Faktoren wie Dreidimensionalität, Gewicht/Masse und Lokalisierbarkeit, bei Substanzen sprechen wir von Behältern oder vom Fehlen einer festen Oberfläche.

c) Bildschematische Metaphern: Hier werden Bildschemata wie zum Beispiel das BEHÄLTER-Schema spezifiziert. Die bildschematischen Metaphern stellen hinsichtlich ihrer Komplexität eine höhere Ebene als die ontologischen Metaphern dar. Der Herkunftsbereich (z.B. BEHÄLTER) projiziert bildschematische Strukturen auf abstrakte oder vage Zielbereiche.

d) Konstellationsmetaphern: Sie bilden die höchste Stufe der Komplexität. Es fungieren ganze Wissenskomplexe als Herkunftsbereiche. Es wird gezeigt, dass Herkunftsbereich und Zielbereich nicht ausschließlich entgegenge-

setzt (konkret bzw. abstrakt) sind und welche Konstellationen (z.B. KRIEG) hinsichtlich des Fußballspiels von Bedeutung sind.

Die beiden Bildspender „Krieg“ und „Mensch“ belegen bei allen mir bekannten metaphorischen Untersuchungen zur Fußballberichterstattung in Medien die ersten beiden Ränge. Deshalb ist für jede Analyse von großem Interesse, welche Bildspender danach folgen.

Bleiben wir aber in der Reihenfolge und beginnen mit exemplarisch ausgewählten Attributsmetaphern. Danach folgen entsprechend der Komplexitäts-Steigerung die ontologischen, die bildschematischen und die Konstellations-Metaphern.

## 4.1. Attributsmetaphern

### 4.1.1. dunkel/hell

Wenn der Zielbereich mit Dunkelheit metaphorisiert wird, dann sollen Dinge beschrieben werden, die verdächtig, schwermütig, bedrückend oder undurchsichtig bzw. nicht klar sind. In der Dunkelheit fühlen sich Menschen handlungsunfähig, orientierungslos und verletzlich. Die Wahrnehmung von Dunkelheit und die daraus resultierenden Erfahrungen ergeben die Attributsmetapher NEGATIV IST DUNKEL, zu der folgende metaphorische Ausdrücke im Korpus gefunden wurden (Zitate sind gekennzeichnet):

(1) Le Belge, en deux coups de fusil, *éteignit les ultimes illusions* du Werder.

(2) Legwinsky : une première mi-temps à travailler *dans l'ombre*, [...]

(3) Il *ne* peut évidemment *briller* aux avant-postes.

(4) « Le foot est fait de choses *imprévisibles* »

(5) Reinders' Partner im Zweimann-Sturm von Girondins hieß Bernard Lacombe, der 14 Jahre später als Trainer von Olympique Lyon in Bremen eine seiner *dunkelsten* Stunden erleben sollte.

Begriffe wie „Helligkeit“, „Licht“ und „Klarheit“ werden hingegen ganz anders, nämlich positiv bewertet. Wir finden uns im Hellen zurecht, Licht gibt Wärme ab und klare Gegebenheiten sowie glänzende Materialien gelten als angenehm und wertvoll. Die Attributsmetapher heißt demnach: POSITIV IST HELL.

(6) Et dans le jeu vers l'avant, il *rayonne* dès lors que ses courses effrénées sont [...]

(7) Rost rettete dabei mit mehreren *glänzenden* Paraden die *weiße* Weste.

#### 4.1.2. stark/schwach

Die Grundlage für dieses Gegensatzpaar erfahren wir schon in unserer Kindheit. Physische Kraft schafft Überlegenheit und Schwäche beinhaltet Nachteile. Beim Fußball bedeutet dieser Zusammenhang für Stärke: SPIELERISCHES KÖNNEN IST PHYSISCHE KRAFT

(8) « Brème est une équipe solide, très forte en Coupe d'Europe. »

(9) Für ihn trägt der *starke* Rechtsverteidiger François Grenet die Kapitänsbinde.

#### 4.1.3. warm/kalt

Wärme ist spontan bewertet positiv, kann bei genauerem Betrachten aber auch gefährlich werden, wenn eine gewisse Temperatur und damit auch eine Gefahrengrenze überschritten wird. Auf jeden Fall beschreibt Wärme aktive Situationen oder Emotionen. Die Hölle steht selbst als Metapher für Hitze, die wiederum die Extremsituation charakterisieren soll.

(10) La question *brûlait* toutes les lèvres hier au Haillan.

(11) Wird Werder in Bordeaux *die Hölle* erleben ?

#### 4.2. Ontologische Metaphern

Ontologische Metaphern kommen sehr häufig vor und bringen dadurch auch Schwierigkeiten mit sich. So ist nicht immer auf den ersten Blick der metaphorische Charakter hinter einer sprachlichen Äußerung zu entdecken, weil die ontologische Metaphorisierung so stark im alltäglichen Gebrauch vorkommt, dass sie eigentlich für uns schon wirkliche Bedeutung geworden ist. Zwischen Konkretem und Abstraktem bildet sich eine Nebelschicht, die nun durch Korpusbeispiele aufgeklärt werden soll. In erster Linie geht es um das Metaphernkonzept ABSTRAKTA SIND OBJEKTE ODER SUBSTANZEN.

(12) Pour la première fois, Bordeaux s'est imposé à domicile par plus d'un but d'écart.

(13) « On est simplement tombé sur une équipe d'Arsenal [...] »

(14) Marco Bode, âgé de 31 ans maintenant, est devenu lui, intouchable.

(15) Und der Sportdirektor kleidete den Respekt in die passenden Worte.

(16) Morgen Abend, das hat sich Uwe Reinders vorgenommen, will er alte Erinnerungen auffrischen.

(17) In dieser Saison hat der heutige Gastgeber oft auswärts die besseren Vorstellungen abgeliefert als im heimischen Stadion.

#### 4.3. Bildschematische Metaphern

Für die bildschematischen Metaphern liefert die menschliche Raumerfahrung eine breite Basis. Wir nutzen Bildschemata ebenfalls so selbstverständlich, dass der metaphorische Charakter oftmals nicht auf den ersten Blick erkennbar ist. Die nächsten Schritte schlüsseln die einzelnen Schemata auf, wobei wiederum die sprachlichen Instanzen aus dem Korpus angegeben werden.

##### 4.3.1. Die BEHÄLTER-Metapher

Die BEHÄLTER-Metapher ist allgegenwärtig, da unter dem Begriff „Behälter“ von der Milchtüte über den Raum über das Gebäude bis hin zur Welt und dem Universum alles verstanden werden kann, das Menschen, Objekte und Substanzen beinhalten könnte. Aber natürlich kann sich auch etwas außerhalb befinden, wir haben es immer mit einer *in/aus*-Relation zu tun. Unser räumliches Vorstellungsvermögen ermöglicht ein idealisiertes, kognitives Modell von einem Behälter.

Abb. 3: X ist im Behälter



Räume und Zeiten werden oft nach Größe geschachtelt, d.h. die Stadt ist in dem Land, das zu dem Kontinent gehört, der in der Welt ist. Oder: Sekunde > Minute > Stunde > Tag usw. Auch „die Welt des Fußballs“ kann auf diese Weise räumlich und zeitlich dargestellt werden. Mannschaften befinden sich *in* einem Wettbewerb; Spieler erzielen *in* der und der Minute ein Tor.

##### 4.3.2. Die WEG-Metapher

Ebenfalls an unsere Raumerfahrung gebunden ist die einfache Erfahrung eines Weges, zum Beispiel von A nach B.

Abb. 5: Einfaches WEG-Schema



Das zugehörige ICM in unseren Köpfen verlangt Kenntnisse von Richtung, zeitlicher Dimension und einzelnen Punkten der Strecke. Menschliche Handlungen sind fast immer zielgerichtet und daher werden Handlungsziele gerne mit Wegzielen metaphorisiert. Einzelne Handlungen, um an das gewünschte Ziel zu gelangen, sind somit

mit dem Weg von A nach B zu vergleichen. Wird die Handlung geändert, dreht man um. Kommt es zu Problemen, liegen Hindernisse auf dem Weg. Beim Fußball können einzelne Karrieren, die Entwicklung der Mannschaft oder ganze Vereinshistorien Wege sein.

(18) « On *avance* et on s'améliore. »

(19) « On n'en est pas encore *là*. »

(20) „Das Spiel ist ohne Zweifel *richtungsweisend*“

#### 4.3.3. Die SKALEN-Metapher

Die Oberfläche einer Substanz steigt in einem Thermometer nach oben, sobald die Temperatur steigt. Ein *Mehr* wird somit immer als *oben* assoziiert, ein *Weniger* hingegen als *unten*. Die Erfahrung des Ansteigens, aber auch der Anhäufung (z.B. von Geld) oder der eigenen Ausrichtung ist für Menschen fundamental. Eine aufrechte, vertikale Haltung gilt als physisch und psychisch gesund. Der Kopf ist oben und enthält die wichtigen Wahrnehmungsorgane Augen, Nase, Mund und Ohren. Wachstum ist für uns eine Aufwärtsbewegung und Körpergröße nicht selten ein Zeichen von Stärke und Macht. Wege, die ein Spieler, eine Mannschaft oder der ganze Verein zurückgelegt hat, können eine vertikale Ausrichtung (idealisiertes kognitives Modell der Skala) mit den Konnotationen GUT IST OBEN und SCHLECHT IST UNTEN bekommen, die beide für sich ein metaphorisches Konzept bilden. Bei negativ besetzten Begriffen dreht sich das Verhältnis, zum Beispiel sind *hohe Niederlagen* schlecht.

(21) « Mais on a pu *remonter ce handicap* au match retour à Brême. »

(22) « Il n'est peut-être pas au *sommet* de sa forme, [...] »

(23) [...] tant les Girondins étaient *supérieurs*.

(24) [...], mit dem sich Girondins an *die Spitze* der französischen Liga setzte.

(25) Wegen des *Leistungsabfalls*: Note 3,5

#### 4.3.4. Die DISTANZ-Metapher

Aufbauend auf der Raum- und Wegerfahrung sprechen wir über Nähe und Ferne von Objekten oder Personen. Nähe ist immer Vertrautheit, weil man sich selbst an einem Punkt X sieht und alles, was dazu gehört oder in Nachbarschaft ist, bekannter ist als Dinge oder Personen, die weiter entfernt sind. Ferne bedeutet Unkenntnis und zieht das Gefühl mit sich, schwer erreichbar zu sein. Der Weg ist halt lang, das gilt räumlich für ein Auswärtsspiel, zeitlich für das Ende der Saison und perspektivisch für Ziele, die sich eine Mannschaft setzt.

(26) Interviewfrage: « Pour la première fois, Bordeaux s'est imposé à *domicile* par plus d'un but *d'écart*. »

(27) *Trennungslinien* in der Mannschaft.

#### 4.3.5. Die GLEICHGEWICHTS-Metapher

Baldauf (1997, 174ff.) führt noch als weitere bildschematische Metapher die GLEICHGEWICHTS-Metapher an. Konzepte wie Stabilität und Ausgewogenheit bilden den Rahmen für ein idealisiertes kognitives Modell des Gleichgewichts. Der „Weser Kurier“ nimmt dieses Bildschema auf, indem der Bremer Mannschaft nach der Hinspielniederlage fehlendes Gleichgewicht attestiert wird:

(28) Bremen / Bordeaux. Es war gestern 12 Uhr, als das Charterflugzeug Paris überflog. Der Pilot lenkte seine Boeing in eine leichte *Schräglage* – und Werders in Bordeaux mit 1:4 geschlagene Truppe konnte den Eiffelturm bestaunen. In bestaunenswerter *Schräglage* befindet sie sich selbst in diesen Tagen und Bremen fragt sich: Wann endlich bekommt die angeschlagene Elf wieder *geraden* Boden unter die Füße?

#### 4.4. Konstellationsmetaphern

Nach den Attributmetaphern, den ontologischen Metaphern und den bildschematischen Metaphern beenden die Konstellationsmetaphern einen Weg, der von der Komplexität her immer breiter wurde. Konstellationsmetaphern besitzen Breite an Komplexität, weil sie Wissenskomplexe verbinden. Bei der Konstellation „Fußball“ verknüpfen sich zum Beispiel Wissenskomplexe über Spieler, Ball, Regeln und Ablauf des Spiels. Da es aber um Fußball als Zielbereich geht, wenden wir uns nun einer Vielzahl von Konstellationen zu, mit denen das Geschehen auf und neben dem Platz konzeptualisiert wird. Während bei den vorhergehenden Metaphern physische Wahrnehmungen die Grundlagen bildeten, sind es bei den Konstellationsmetaphern vornehmlich kulturelle und gesellschaftliche Erfahrungen über Kriege, Menschen, Natur und vieles mehr.

##### 4.4.1. Die KRIEGS-Metapher

Fußballsprache wird oft mit kriegerischem Vokabular assoziiert. Für den Grundwortschatz trifft dies auch zu: Schießen, Offensive, Defensive, gegen, Attacken, Siege. Würde man alleine diese Begriffe streichen, dann müsste das Kapitel nicht mit dem Konzept KRIEG als häufigste Kategorie beginnen. Nicht nur in der Fußballberichterstattung, sondern in der gesamten Alltagssprache dient

ein klassisches Kriegsbild, das Baldauf (1997:213) auf folgende Grundkonstellation zusammenfasst:

„Zwei Parteien, die entgegen gesetzte, unvereinbare Interessen vertreten, stehen einander auf einem Schlachtfeld gegenüber und versuchen, durch bewaffneten Kampf und die Verfolgung bestimmter Strategien das Ziel der Überwindung oder Vernichtung des Gegners zu erreichen. Die Auseinandersetzung ist gewaltsam, mögliche Verluste, Schmerz, aber auch der Triumph des Sieges sind Teil des idealisierten Modells.“ (ebd.)

Das Zitat ist für die Alltagssprache entstanden und gilt auch für das untersuchte Textkorpus. Bordeaux und Bremen wollen in das Achtelfinale des UEFA-Cups, zwei Spiele werden mit unterschiedlichen Strategien und Taktiken ausgetragen.

Angeschlagene Spieler bestreiten die Matches, Dugarry als Musterbeispiel „opfert“ seine Leiste für den Triumph.

(29) Interviewfrage : « Cette différence de moyens financiers explique-t-elle que vous ne puissiez vous mêler à la lutte pour le titre ? »

(30) Torsten Frings et Mladen Krstajic occupent *les flancs*.

(31) [...] pas lancer dans une telle *bataille* un Hervé Bugnet qui [...]

(32) Deux coups de *fusil*

(33) [...] mit einem *Schrägschuss* erzielt.

(34) Doch Werders *Defensivstrategie* geht nicht davon aus, [...]

(35) [...] Kritik an der *Abwehrfront* [...]

(36) Heißt die Trennungslinie „echte Werderaner“ gegen „gewissenlose *Söldner*“, [...] ?

#### 4.4.2. Die MENSCH-Metapher (Körper und soziales Wesen)

Körperteile, typische menschliche Verhaltensweisen, Leistungen oder Fähigkeiten bestimmen diese Konstellationsmetapher. Dies gilt für Individuen (Spieler) oder Gruppen (Mannschaft) gleichermaßen. Der Kopf ist für das Kalkül zuständig und das Herz für die Emotionen. Der „Weser Kurier“ verwendet auffällig mehr Körperteile in seinen Artikeln als „Sud Ouest“ und bereichert die Texte mit sozialen Rollen (Vater, Kinder) und Anreden („Mister“).

(37) Interviewfrage : « Elle est donc capable de *se transcender* ? »

(38) Entreprenant, enfin *libéré*, il a beaucoup et bien fait ce soir là, étonnant animateur d'un jeu bordelais redevenu *gai*.

(39) Bordeaux entama cette partie d'une façon bien trop *timide*.

(40) [...] Aimé Jacquet, der zwölf Jahre später als *Vater* des Fußball-Weltmeisters Frankreich gefeiert wurde.

(41) Ein paar mehr hat Marco Bode auf dem *Buckel*, er ist heute Abend Werders *Mister* Europacup, [...]

(42) „Mein *Herz* ist immer noch in Schalke.“

#### 4.4.3. Die NATUR-Metapher

Die Metaphorisierungen mit NATUR als Quellenbereich finden zu Lande, zu Wasser und in der Luft statt. Bei diesem Korpus liegt der Schwerpunkt ganz eindeutig bei den Wassermetaphern. Sie drücken von „Geplätscher“ bis „raz-de-marée“ die Bandbreite an Spieltempi aus. Mehr zu den Hintergründen in der Zusammenfassung.

(43) [...] qui a fait tant de *ravage* ces derniers temps.

(44) Hormis les *frissons* du premier quart d'heure, [...]

(45) Et si ce n'est les violentes *rafales* qui ont soufflé durant quinze minutes, ils sont passés à travers le *raz-de-marée* promis par les Brémois.

(46) « Ensuite, on a laissé passer *l'orage* [...] »

(47) Auf diesem *Feld* allerdings dürfte ihm Klaus Allofs überlegen sein, [...]

(48) 80 Minuten *Geplätscher* [...]

#### 4.4.4. Die SEEFAHRT-Metapher

Die Seefahrtmetapher stellt eine Fortsetzung der Naturmetapher dar, weil sich Schiffe an die Gegebenheiten des Wassers anpassen. Schiffe sind beim Fußball Mannschaften, die von einem Kapitän angeführt werden und in eine Seeschlacht (Spiel) aufbrechen. Bei positivem Ausgang wurde der Kurs gehalten, bei einer hohen Niederlage ging man unter.

(49) [...] l'ancien *capitaine* de Toulouse [...]

(50) [...] depuis le début de ses aventures *marines*. („Marine et blanc“ (A 17) sind die Vereinsfarben von Girondins Bordeaux. Anm. d. Verf.)

(51) [...] tout le monde était sur le *pont* [...]

(52) Bordeaux *garde le cap*

(53) En revanche, atteindre la fin de la première période sans dégâts et sans *avaries*, tel était l'objectif de *l'embarcation girondine* pour ce *périple* sur les bords de la Weser. Ce fleuve qui traverse Brême et se jette plus loin dans la mer du Nord. La mission a été parfaitement remplie, même si *l'équipage* a dû *écoper* sec par moments.

(54) [...] ses hommes tentent d'accoster le *navire* français [...]

- (55) Dès qu'il part balle au pied, c'est panique à bord!  
 (56) [...], dass sie morgen Abend alle wieder *an Bord* sind.  
 (57) Immerhin ist er der *Kapitän* [...]

#### 4.4.5. Die WIRTSCHAFTS-Metapher

Fußball ist zu einem Wirtschaftsfaktor geworden und dieser Tatbestand wird natürlich auch in der Berichterstattung repräsentiert. Dieser Abschnitt soll nicht nur zeigen, dass Spieler („Millionen-Transfer“) oder Vereine („Fernsehgelde“) etwas wert sind, sondern auch Spielsituationen, aus denen man *profitieren* kann oder die man wie Geld verschwendet. Möglichkeiten von Spielern, Mannschaften und Vereinen sind *Ressourcen*; ebenso wie Geld bzw. Kapital.

- (58) Interviewfrage: « Bordeaux [...] sait *profiter* des erreurs adverses, [...] »  
 (59) « [...], nous présentons un *bilan* très positif dans cet exercice. »  
 (60) Interviewfrage : « Quelle est la place du Werder de Brême en Bundesliga au niveau des *budgets* ? » (A 4)  
 Die Existenz dieser Frage zeigt, dass Finanzen und sportlicher Erfolg in einer Beziehung stehen. Sportdirektor Klaus Allofs gibt Auskunft, dass der neunte Rang in der Finanztabelle nicht zufrieden macht, wenn man sportlich an 14. Stelle rangiert. Allein die Bezeichnung seines Postens zeigt die Verflechtungen von Sport und Wirtschaft im heutigen Profifußball.  
 (61) Et se dire que vaincre l'adversaire constituera l'aboutissement d'un *investissement* de toute l'équipe.  
 (62) [...] de démontrer toute sa *valeur* [...]  
 (63) Respekt muss man sich *verdienen*.  
 (64) [...], wenn Girondins in Ball*besitz* kam.

#### 4.4.6. Die ARBEITS-Metapher

Grundlage für die eben vorgestellten Wirtschaftsmetaphern ist Arbeit. Wie man sich Geld erarbeitet, so muss auch im Fußball manchmal für den Erfolg gearbeitet werden. Bei den metaphorischen Ausdrücken handelt es sich sowohl um Tätigkeiten als auch um Positionen im Berufsleben.

- (65) « Donc, ça passera par un *travail* collectif [...] »  
 (66) Il s'est une nouvelle fois comporté en parfait *chef* de défense.  
 (67) Roche et Sommeil jouent les *pompier*s de service à merveilles.  
 (68) [...] hat Reinders um *Amtshilfe* vor Ort gebeten, [...]

- (69) Thomas Schaaf wollte einem seiner wertvollsten *Mitarbeiter* mal eine *Pause* gönnen.  
 (70) Aber der Chef redete nicht mit seinem *Angestellten*. (A 46)

Gemeint ist hier das Trainer-Spieler-Verhältnis, das wir auch schon in der Vater-Sohn-Beziehung kennen gelernt haben. Beide Metaphern zeigen das Autoritätsverhältnis und den Verantwortungsbereich.

- (71) Rost: weitgehend *beschäftigungslos*, [...]  
 (72) Werder legte los wie die *Feuerwehr*, [...]

#### 4.4.7. Die MATHEMATIK-Metapher

Wo mit Arbeits- und Wirtschaftsmetaphern über ein Spiel berichtet wird, da sind Zahlen, Tabellen und Geometrie natürlich nicht weit entfernt. Für Sport und Wirtschaft gilt: je mehr Punkte, desto besser. Dadurch bekommt man in einer Rangfolge eine niedrige Zahl, möglichst die „Eins“ und steht in der Tabelle ganz „oben“. Außerdem spielen Zahlen bei Rückennummern und taktischen Formationen eine Rolle.

- (73) « Nous sommes *quatorzième* [...] »  
 (74) Un Bordeaux averti en vaut *deux*  
 (75) [...] der Mann mit der Nummer *fünf* auf dem Rücken [...]

Die Rückennummer *fünf* hat traditionell der Abwehrchef, oder früher der Libero. Das bedeutet, dass die Zahl für einen verdienten oder wichtigen Spieler reserviert ist, an dem Kritik nicht ohne weiteres zulässig ist. Die *fünf* wurde unter anderem auch von Franz Beckenbauer getragen.

- (76) Die Zahl *drei* hat in Bremen traditionell eine besondere Bedeutung.  
 (77) Mit dieser Zahl verbinden die Bremer das Sprichwort: „Dreimal ist Bremer Recht!“ Jedem, der etwas erreichen will, werden drei Versuche zugesprochen.  
 (78) [...], wonach eine *Dreier-* statt einer *Viererkette* in der Abwehr Aufstellung nimmt.

Girondins schien durch das Fehlen des ‚magischen *Dreiecks*‘ [...] nicht wesentlich geschwächt.

#### 4.4.8. Die KULTUR-Metapher

Für diesen Bereich verwende ich einen engen Kulturbegriff, der sich in erster Linie mit Ausdrücken der Literatur und Theaterwelt befasst. Diese kehren in der Fußballberichterstattung immer wieder, sind aber wenig kreativ. So haben Spieler eine gewisse „Rolle“ oder treten als „Auteur d'un but“ in Erscheinung.

- (79) Pedro Miguel Carreiro Resendes, *auteur* de neuf buts



en championnat et trois en Coupe d'Europe.

(80) [...] que l'équipe allemande soit, elle aussi, privée de son meilleur *réalisateur*, [...]

(81) [...] dans un *rôle* de meneur de jeu côté droit [...]

(82) Eine ganz schwache *Szene* allerdings [...]

(83) [...] der *Auftritt* der Mannschaft [...]

(84) [...] die *Kunst* des Konterns [...]

#### 4.4.9. Die SPIEL-Metapher

Die Fußballberichterstattung wird oft mit dem Fachvokabular von Spielen (Karten) oder anderen Sportarten (Tennis, Ski, Fechten) gespickt. Ein Spieler kann dabei ein Trumpf sein, eine Aktion wie ein Slalom aussehen oder wie ein Boomrang zurückkommen, oder ein ganzes Match gleicht einer Kartenpartie.

(85) Bordeaux *entama* cette *partie* [...]

(86) [...], au bout d'un superbe *slalom*.

(87) [...] un *atout* précieux pour son équipe, [...]

(88) Un peu de chance sur ce *lobe* qui s'écrase sur la transversale, [...]

(89) [...], dann wollte sich Monsieur Baup nicht mehr in die *Karten* gucken lassen.

(90) [...], ansonsten zeigte Frank Rost großartige *Paraden*.

#### 4.4.10. Die RELIGIONS-Metapher

Der Beistand von Oben wird gesucht, das Fegefeuer von Unten soll gemieden werden. Die Fußballberichterstattung bewegt sich zwischen Himmel und Hölle.

(91) [...], il sait la difficulté de sa *mission*, [...]

(92) Battles *transfiguré*

Die glorreiche Verwandlung erinnert an Jesus auf dem Berg Tabor, wo nach Markus die „Verklärung Christi“ stattfand.

(93) [...], les Girondins n'ont pas souffert le *martyre* [...]

(94) Wird Werder in Bordeaux die *Hölle* erleben ?

(95) Nun muss schon wieder ein „*Wunder* von der Weser“ her.

(96) „[...]“, hatte der Trainer und Ex-Manager von Eintracht Frankfurt *prophezeit*.

#### 4.4.11. Die TIER-Metapher

Auch die Welt der Tiere spendet Bilder für Metaphern, um den Fußballsport darzustellen. Im Korpus gibt es neben den Tierarten auch Eigenschaften (bissig) und Situationen (in der Falle).

(97) Mais gageons que les hommes de Baup [...] sauront ne pas tomber dans le même *piège*.

(98) [...] Eilst (sic !), son *cerbère* attiré, [...]

(99) Brême essaie de *cracher son venin*.

(100) Weite, hohe Bälle in den Strafraum [...], wo diese eine *Beute* der kopfballsicheren Franzosen wurden.

#### 4.4.12. Die BAUWERK-Metapher

Material und Adjektive, die für Bauwerke typisch sind, bilden sozusagen das Fundament, auf dem die Bauwerkmetapher aufgebaut ist. Dabei sind Spieler der Baustoff, aus dem Mannschaften konstruiert werden.

(101) Dieter Eilts [...] et Franck Baumann forment la *charnière* centrale.

(102) L'une des *clés* du match, [...]

(103) [...], es *bröckelt* und knirscht im Gefüge.

#### 4.4.13. Weitere Konstellationsmetaphern

(104) MUSIK : Un *bémol* toutefois : son manque de performance devant le but, plusieurs occasions nettes gâchées.

(105) MEDIZIN : Ce dernier *enrhume*<sup>2</sup> Kristajic [...]

(106) FUSSBALL ALS BILDSPENDER : « On n'est qu'à la *mi-temps*. »

(107) FAHRZEUGE : [...] pour *composer leur billet* pour les huitièmes de finale [...]

(108) MÄRCHEN : Mais voilà, le *recambolesque* et traumatisant épisode [...]

(109) PHYSIK : Herzog, sorte d'*électron* libre, [...]

(110) NAHRUNG : [...] incapable de *conserver* le ballon [...]

(111) WERKZEUG : Des occasion nettes à la *pelle* pour un manque de réalisme évident.

### 5. Zusammenfassung der vier Metaphernklassen

Die Attributmetaphern waren geprägt von polaren Oppo-

sitionen wie zum Beispiel hell/dunkel. Das entspricht der Grundstruktur des Fußballspiels, der Gegenüberstellung von zwei Mannschaften. Außerdem haben wir erfahren, dass Attributmetaphern viel mit körperlicher Wahrnehmung zu tun haben, dass der Mensch handlungsorientiert ist, dass Gefühle mit Wärme oder Kälte in Verbindung gebracht werden und dass wir generell Grundmuster unseres Lebens in sprachliche Ausdrücke packen.

Die ontologischen Metaphern befassen sich mit der Verfestigung von Abstrakta in konkrete, greifbare Gegenstände. Oftmals werden Abstrakta zu Objekten oder Substanzen.

Bei den bildschematischen Metaphern fiel besonders das Verschachtelungsprinzip bei den Behältermetaphern auf. Interessant war weiter die Vertikalität der Skalenmetapher und die Horizontalität der Wegmetapher. Die Metapher FUSSBALL IST WIE EIN WEG wird bei den Konstellationsmetaphern an einem Beispiel umgedreht. Bei der Beschreibung eines zurückgelegten Weges dient der Begriff der Halbzeit (*mi-temps*) als Streckenpfeiler.

Für die Konstellationsmetaphern wurde schon gesagt, dass sie die höchste Stufe der Komplexität bilden, da ganze Wissenskomplexe wie KRIEG, MENSCH oder NATUR als Herkunftsbereiche fungieren. Die Vielzahl von Bildspendern beweist, dass die Fußballberichterstattung den Sport vielschichtig darstellen möchte. Fußball soll manchmal wie ein Krieg sein, dann wieder menschlich und natürlich, oder wie ein Theaterstück inszeniert und dann wieder berechnet wie eine Wirtschaftsbilanz. Die Häufigkeit der Kriegsmetapher in jeder Fußballberichterstattung und die Häufigkeit von Naturmetaphern speziell in dieser Korpusanalyse veranlassen mich zu einer genaueren Betrachtung.

## 6. Gründe für die Häufigkeit der Natur- und Seefahrtsmetapher

Die Natur- sowie die Seefahrtsmetapher haben diesen Korpus entscheidend geprägt. Der Grund für die Verwendung dieser Metaphern liegt auf der Hand, ist aber doch überraschend gewichtig für die Korpusanalyse. Die Geographie scheint für Fußballvereine und deren Darstellung in den Medien eine entscheidende Rolle zu spielen. Die Lage der Städte sowie die Zugehörigkeit zu Frankreich bzw. Deutschland soll im Folgenden erörtert werden.

Bordeaux liegt an der Garonne, 100 Kilometer vom offenen Meer entfernt, dem Flussverlauf folgend. Für den direkten Zugang zum Atlantik benötigt man nur 50 Kilo-

meter. Die Stadt ist Verwaltungssitz für das Département Gironde und die Region Aquitaine. Die Außenbezirke mitgerechnet, kommt Bordeaux auf etwa 600.000 Einwohner. Der Weinbau<sup>3</sup> und der Hafen bilden die wichtigsten Handelszentren.

Die geographische Lage Bremens weist deutliche Parallelen auf: „[...] la Weser. Ce fleuve qui traverse Brême et se jette plus loin dans la mer du Nord.“<sup>4</sup> „Sud Ouest“ greift nur in diesem Fall etwas von der Stadt auf. Es wird nicht erwähnt, dass das Bremer Stadion direkt an der Weser liegt und nur indirekt, dass es auch deren Namen trägt. 90 Kilometer brauchen die Schiffe noch vom Hafen bis zur Nordsee und auf dem Weg liegt Steuerbord Bremerhaven, ein vorgelagertes Handelszentrum wie es Bordeaux ähnlich entlang der Gironde auch kennt, wenn aber nicht als eigene Stadt angesiedelt. Politisch ist Bremerhaven auch angeschlossen und bildet mit Bremen einen von drei Stadtstaaten in Deutschland. Außerdem lässt die Bezeichnung „Hansestadt“ schon auf die Tradition der Seefahrt schließen, die ganz eng mit der Geschichte von Bremen verwoben ist.

In der Berichterstattung der beiden Zeitungen sind 1:1-Entsprechungen bezüglich der Flüsse vorhanden. Während *Bordeaux an den Ufern der Garonne* spielt, ist der SV Werder *sur les bords de la Weser* zu Hause. Bei den Seefahrtsmetaphern ist es das Bild des Schiffes für eine Fußballmannschaft, das auf beiden Seiten verwendet wird. Ein Stürmer, der sich viel bewegt, sorgt für *panique à bord* der gegnerischen Mannschaft und wenn alle Spieler dabei sind, sind sie *an Bord*. Der Spieler, der die Mannschaft auf das Spielfeld führt und sie gegenüber dem Schiedsrichter repräsentiert, ist der *Kapitän* oder *le capitaine* in beiden Sprachen.

## 7. Fazit

Der eng abgesteckte Rahmen von zwei Zeitungen, die über ein Ereignis (mit Hin- und Rückspiel) berichten, hat viele Vorteile mit sich gebracht. So wurde relativ schnell deutlich, dass Geographie und Regionalität für die Fußballberichterstattung konstituierende Faktoren sind, zumal die beiden Zeitungen als regional zu bezeichnen sind. Im vorliegenden Korpus kam dadurch der häufige Gebrauch von Natur- und Seefahrtsmetaphern zum Vorschein; ein Gebrauch, der von der geographischen Lage der Städte und deren Infrastruktur herrührt. Die vielen Ähnlichkeiten, die dabei auftraten, sind für die insgesamt homogene Berichterstattung von grundlegender Bedeu-

tung. Die größten Unterschiede werden dem Klima zugeschrieben.

Weiter lieferte das Korpus die unterschiedlichen Textsorten, die sich alle trotzdem auf ein Ereignis beziehen. Dadurch konnte der metaphorische Charakter der Textsorten optimal nachvollzogen werden.

Die Methode der qualitativen Analyse brachte im ersten Schritt hervor, dass der Gebrauch eines Metapherentyps oftmals in einem Artikel geballt auftritt. Damit schaffen Redakteure oder auch Interviewpartner Isotopie-Ebenen, die das Geschehen „Fußball“ verständlich, abwechslungsreich und unterhaltsam für den Leser machen. In zweiter und eigentlicher Instanz macht es die qualitative Analyse möglich, zwischen die Beispiele zu gehen und sie punktuell zu bewerten. Im Verlauf wurde immer wieder deutlich, wie grundlegend körperliche Erfahrungen und die Orientierung im Raum für das Verständnis von Metaphorik sind, bis hin zu den komplexeren Strukturen von Konstellationsmetaphern. Diese Erkenntnis liefert eine Bestätigung, nach Baldauf (1997) verfahren zu haben. Ihr ‚neues‘ Metaphernverständnis (Baldauf 1997, 15ff.), das Lakoff/Johnson als Ausgangspunkt hat, hebt die Alltäglichkeit der Metapher in den Vordergrund. Dazu gehört auch die schon häufiger erwähnte Körpergebundenheit von Kognition und Sprache. Selbstverständlich können zwei verschiedene Individuen nie exakt dasselbe meinen oder verstehen, aber die Menschen einer Sprach- bzw. einer Bildfeldgemeinschaft verständigen sich über das Wissen von Prototypen. Deshalb ist eine wichtige Erkenntnis, die oft unterschätzt wird, dass die Mechanismen der Metaphernverwendung im Deutschen und Französischen nach sehr ähnlichen Prinzipien ablaufen. Oder wie Osthus (in: Gil/Schmitt 1998, 163) es in seinem Artikel „Metaphernspiele in Presstexten“ ausdrückt:

„Für den Sprachenvergleich<sup>5</sup> ergibt die vorgenommene Analyse den Befund weitgehend konvergenter Metaphernspielregeln und –funktionen.“ (ebd.)

Die kulturelle Dimension der Metapher schlägt im Vergleich zwischen deutscher und französischer Presseberichterstattung also nicht durch. In Anbetracht der Bildspender, bei denen beide Sprachen oft zu gleichen Teilen vertreten sind, scheint Weinrichs Begriff der ‚europäischen Bildfeldgemeinschaft‘ passend. Den endgültigen Beweis liefert die Erkenntnis, dass es keinen einzigen Bildspender gibt, der in einer Sprache mehrfach, in der anderen dafür gar nicht auftritt. Analog zu diesem linguistischen Phänomen haben wir konstatiert, dass auch Po-

litik, Wirtschaft und Sport eine Europäisierung erleben. Die Einführungen von EU-Ministerräten, des Euro oder der UEFA-Champions-League belegen diese Entwicklung. Um zu deckungsgleichen Ergebnissen zu kommen, müsste man diese Art von Untersuchung auch an anderen Clubs und anderen Zeitungen vornehmen, von den skandinavischen Ländern bis hin nach Südeuropa. In einem nächsten Schritt wären dann die Unterschiede zu Radio-, TV- und Internetreportagen zu betrachten. Große Unterschiede sind dort aber nicht zu erwarten, wie Michels (2001, 97ff.) anhand ihrer TV-Analyse mit Augenmerk auf die Presseuntersuchung von Gabriel (1998) bilanziert.

Im Vergleich zwischen „Sud Ouest“ und „Weser Kurier“ fiel vor allem das *Mebr* an Berichterstattung bei den Franzosen auf. Diese Tatsache durchzog auch die Metaphernanalyse sowie die Untersuchung zu den Textsorten. Bremens Sportdirektor Klaus Allofs spricht in einem von mir geführten Interview von einer größeren Konzentration auf das Ereignis in der französischen Presse. Die Berichterstattung von „Sud Ouest“ endete am 09.12.2000, also einen Tag später als beim „Weser Kurier“.

Der Inhalt war bei beiden Zeitungen von den gleichen Themen geprägt. Verletzte Spieler, mögliche Aufstellungen, Personen mit Bezug zu beiden Vereinen und wenig Informationen über Land, Liga und Leute des Gegners. Vor den Spielen werden Fragen aus der den eigenen Verein betreffenden Perspektive gestellt, die am Tag darauf in den ausführlichen Spielberichten beantwortet werden.

In vielen Bereichen meiner Untersuchung sind die Ähnlichkeiten viel frappierender als die Unterschiede. Das galt für den metaphorischen Gebrauch in beiden Berichterstattungen und für die Vergleiche zwischen den Zeitungen, Clubs und Städten. Deshalb sei das Schlusswort auch den Gemeinsamkeiten gewidmet, die sich im Metapherngebrauch widerspiegeln. Es gibt globale Phänomene wie die Körpergebundenheit von Kognition und Sprache oder wie die Kreativität in bezug auf kognitive Prozesse. Und es gibt kulturelle Phänomene wie das Verständnis von und das Unterhaltenwerden durch Fußballberichterstattung. Die europäischen Länder bilden dabei einen homogenen Raum. Der Metapherngebrauch und die Metaphernfunktion unterscheiden sich hinsichtlich dieser Analyse zwischen dem Deutschen und dem Französischen nur unwesentlich.

#### ANMERKUNGEN

1) Wiederholungen werden nicht erwähnt, weil es nur um das

Vorkommen, nicht aber um die Häufigkeit eines metaphorischen Ausdruckes geht.

2) « ENRHUMER : Passer un adversaire à une vitesse telle qu'il a l'impression de vous avoir rêvé. En coup de vent, en quelque sorte ! » (Merle 2001, 49)

3) Metapher in „Sud Ouest“: Dommage que Laslandes ait *vendangé* quatre énormes occasions

4) Sud Ouest, 08.12.2000

5) Ebenfalls Deutsch-Französisch

#### LITERATUR

**BEARD, ADRIAN** (1998): The language of sport. London.

**BELL, ALLAN** (1994): The Language of News Media. Oxford.

**BELL, ALLAN/ GARRETT, PETER** (1998): Approaches to Media Discourse. Oxford.

**BIERE, BERND ULRICH** (1993): Sprache in den Medien nach 1945. Tübingen.

**BINNEWIES, HARALD** (1975): Sport und Sportberichterstattung. Ahrensburg bei Hamburg.

**BROMBERGER, CHRISTIAN** (1998): Football, la bagatelle la plus sérieuse du monde. Paris.

**CAGNACCI, ASTOLFO** (1998): Pays du foot. Une passion et des styles. Paris (Collection Mutations n° 179).

**DANKERT, HARALD** (1969): Sportsprache und Kommunikation. Untersuchungen zur Struktur der Fußballsprache und zum Stil der Sportberichterstattung. Tübingen.

**DRAAISMA, DOUWE** (1999): Die Metaphernmaschine. Eine Geschichte des Gedächtnisses. Darmstadt.

**EISENBERG, CHRISTIANE** (Hrsg.) (1997): Fußball, soccer, calcio. Ein englischer Sport auf seinem Weg um die Welt. München.

**FAUCONNIER, GILLES** (1999): Mappings in thought and language. Cambridge (Reprint).

**FILLMORE, C. J.** (1982): Frame Semantics. In: LINGUISTIC SOCIETY OF KOREA (Hrsg.): Linguistics in the Morning Calm. Vol. 1, 111-137.

**FINGERHUT, MONIKA** (1991): Fußballberichterstattung in Ost und West. Frankfurt/M.

Furet, François/ Ozouf, Mona (Hrsg.) (1991): La Gironde et les Girondins. Paris.

**GABRIEL, KLAUS** (1998): Zur Metaphorik in der italienischen Fußballberichterstattung. In: Gil, Alberto/ Schmitt, Christian (Hrsg.): Kognitive und Kommunikative Dimensionen der Metaphorik in den romanischen Sprachen. Akten der gleichnamigen Sektion des XXV. Deutschen Romanistentages, Jena (28.9.-2.10.1997). Bonn, 57-85.

**GALISSON, ROBERT** (1978) : Recherches de lexicologie descriptive – La banalisation lexicale. Le vocabulaire du football dans

la presse sportive. Paris.

**GIL, ALBERTO/ SCHMITT, CHRISTIAN** (Hrsg.) (1998): Kognitive und Kommunikative Dimensionen der Metaphorik in den romanischen Sprachen. Akten der gleichnamigen Sektion des XXV. Deutschen Romanistentages, Jena (28.9.-2.10.1997). Bonn.

**HANSEN, KLAUS** (1998): Ballbesitz ist Diebstahl. Köln.

**HUIZINGA, JOHAN** (1956): Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel. Hamburg.

**JÄKEL, OLAF** (1997): Metaphern in abstrakten Diskurs-Domänen: eine kognitiv-linguistische Untersuchung anhand der Bereiche Geistestätigkeit, Wirtschaft und Wissenschaft. Frankfurt/M.

**JOHNSON, MARK** (1987): The body in the mind: the bodily basis of meaning, imagination, and reason. Chicago.

**KISTNER, THOMAS/ WEINREICH, JENS** (1998): Das Milliarden-spiel. Fußball, Geld und Medien. Frankfurt/M.

**KUNTZE, NORBERT** (1994): Werder Bremen. Eine Karriere im kühlen Norden. Göttingen.

**KÜSTER, RAINER** (1978): Militärmetaphorik im Zeitungskommentar. Darstellung und Dokumentation an Leitartikeln der Tageszeitungen „Die Welt“ und „Süddeutsche Zeitung“. Göttingen.

**Küster, Rainer** (1998): Kriegsspiele – Militärische Metaphern im Fußballsport. In: Klein, Wolfgang (Hrsg.): Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik (LiLi), Heft 112, 53-70.

**LADOIRE, JEAN** (1991): Histoire du journal Sud Ouest. Bordeaux.

**LAKOFF, GEORGE** (1987): Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind. Chicago.

**LAKOFF, GEORGE**: Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the Gulf (Part 1 of 2), 1992. In: [http://lists.village.virginia.edu/sixties/HTML\\_docs/Texts/Scholarly/Lakoff\\_Gulf\\_Metaphor\\_1.html](http://lists.village.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_1.html); kontaktiert im Winter 2003.

**LAKOFF, GEORGE** (1993): The contemporary theory of metaphor. In: Ortony, A. (Hrsg.): Metaphor and Thought. Cambridge.

**LAKOFF, GEORGE**: September 11, 2001. Aufsatz wenige Tage nach den Anschlägen auf New York und das Pentagon. In: [www.metaphorik.de](http://www.metaphorik.de); kontaktiert im Winter 2003..

**LAKOFF, GEORGE/ JOHNSON, MARK** (1980): Metaphors we live by. Chicago.

**LAKOFF, GEORGE/ TURNER, MARK** (1989): More than cool reason: a field guide to poetic metaphor. Chicago.

**LAKOFF, GEORGE/ JOHNSON, MARK** (1999): Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to western thought.

New York.

**LANGACKER, RONALD W.** (1987): Foundations of Cognitive Grammar. Vol. 1: Theoretical Prerequisites. Stanford/ California.

**LIEBERT, WOLF-ANDREAS** (1992): Metaphernbereiche der deutschen Alltagssprache. Frankfurt/M.

**MERLE, PIERRE** (2001): Le foot comme on le cause. Paris.

**MICHEL, ANKE** (2001): Metaphern in Fußballreportagen. Untersuchungen zu Fußballübertragungen im französischen Fernsehen. Hamburg (Magisterarbeit).

**OSTHUS, DIETMAR** (1998): Metaphernspiele in Presstexten. Ludischer Metapherneinsatz in französischen und deutschen Tageszeitungen In: Gil, Alberto/Schmitt, Christian (Hrsg.): Kognitive und kommunikative Dimensionen der Metaphorik in den romanischen Sprachen, Akten der gleichnamigen Sektion des XXV. Deutschen Romanistentages, Jena (28.9.-2.10.1997), Bonn, 150-166.

**OSTHUS, DIETMAR** (2000): Metaphern im Sprachvergleich: Eine kontrastive Studie zur Nahrungsmetaphorik im Französischen und Deutschen. Frankfurt/M.

**PROSS, HARRY** (1996): Der Mensch im Mediennetz. Orientierung in der Vielfalt. Düsseldorf.

**SETTEKORN, WOLFGANG** (1997): Von Fußball-Häppchen zum Häppchen-Fußball? In: Zentrum für Medien und Medienkul-

tur: ZMM news: Zeitung des Medienzentrums des Fachbereichs 07, Bd. 2 (1996/97), 40.

**SETTEKORN, WOLFGANG** (2001): Tor des Monats – Tor zur Welt: Zum Metapherngebrauch in Massenmedien. In: Möhn, Dieter: Mediensprache und Medienlinguistik. Festschrift für Jörg Hennig, 93-109.

**SCHÜMER, DIRK** (1998): Gott ist rund. Berlin.

**SCHWEICKARD, WOLFGANG** (1987): Die „cronaca calcistica“. Zur Sprache der Fußballberichterstattung in italienischen Sporttageszeitungen. Tübingen.

**SWEETSER, EVE** (1987): Metaphorical models of thought and speech: a comparison of historical directions and metaphorical mapping in the two domains. In: Aske, J./ Beery, N./ Michaelis, L./ Filip, H. (Hrsg.): Proceedings of the 13th annual meeting of the Berkeley Linguistics Society. Berkeley/California, 446-459.

**SWEETSER, EVE** (1990): From etymology to pragmatics: metaphorical and cultural aspects of semantic structure. Cambridge.

**TRASBOT, FRANÇOIS** (2001) : Mémoire du football – Girondins de Bordeaux. Joué-lès-Tours.

**WEBER, FRAUKE** (1995): Denken in Metaphern. Kognitive Semantik und französische Gefühlsmetaphorik. Europäische Hochschulschriften: Reihe 13. Frankfurt/M.



Fans, Medien, Kommerz und Konsum

*Abstract*

*Bewertungen können als konstitutives Element praktisch jeder Form der Sportberichterstattung gelten, die über die bloße Ergebnismitteilung hinausgeht. Diese Alltagsbeobachtung bedarf keiner empirischen Überprüfung, zumal sie bereits in der Natur des (Spiel-)Sports begründet liegt, wonach bestimmten Aktionen ein positiver oder negativer Wert innerhalb der Logik eines Spiels, bzw. einer Sportart zukommt. Die Folge ist auf sprachlicher Ebene eine Vermischung von beschreibenden und bewertenden Elementen, die sich im Grenzbereich nur schwer trennen lassen. Das Postulat der journalistischen Praxis, wonach der Bericht in seiner Reinform frei von Wertungen zu sein habe, lässt sich für den Spielbericht als journalistische Gattung, bzw. als linguistische Textsorte nicht anwenden.*

*Die vorliegende Arbeit analysiert insgesamt 30 Spielberichte aus verschiedenen deutschen Printmedien zu Spielen der Fußball-Bundesliga hinsichtlich der darin enthaltenen sprachlichen Mittel des Bewertens. Ziel ist es, auf der Grundlage eines Versuches der Abgrenzung der Bewertung von der Beschreibung die sprachlichen Mittel des Bewertens zu identifizieren und zu klassifizieren. Die Ergebnisse können zum einen zu der Verbesserung sowohl der Rezeptions- als auch der Produktionskompetenz bezüglich Texten der Sportberichterstattung beitragen. Zum anderen können sie als Grundlage für weiterführende Untersuchungen herangezogen werden, die – neben sprachlichen – auch inhaltliche Aspekte des Bewertens umfassen.*

**1. Einführung: Beschreibung oder Bewertung?**

„Kein Wort ist erfunden“, bilanziert Ror Wolf am Ende seines Buches „Das nächste Spiel ist immer das schwerste“ (1982, 319). In diesem Band hat der Schriftsteller und Hörspielautor Wolf aus Sport- und Tageszeitungen, aus Radio- und Fernsehberichten, sowie aus Gesprächen mit den Akteuren eine beeindruckende Collage zusammengestellt, die nicht nur detailliertes Porträt der Fußballsprache ist, sondern zugleich auch ein gelungenes Beispiel literarisch wirksamer Sprachkritik. Zitiert sei hier der erste Teil der *Versuche im Erweitern nackter Worte*:

A

der **Ausputzer** der **Aufbauer**  
der **Abpraller** der **Aufreißer**  
der **Abklatscher** der **Abstauber**  
der **Abtropfer** der **Aufsetzer**  
der **Aufsteiger**.

der **Schnitzer** die  
**Mauer** die **Gasse**  
der **Hammer** der  
**Drücker** die **Lücke**  
der **Kasten**.

B

Nach dem Schnitzer des Ausputzers hob der Aufbauer den Abpraller über die Mauer in die Gasse wo der Aufreißer mit dem Hammer am Drücker war und den Abklatscher in die Lücke gab wo der Abstauber den Abtropfer nahm und als Aufsetzer in den Kasten des Aufsteigers setzte.

C

Nach dem groben Schnitzer des knallharten Ausputzers hob der fleißige Aufbauer den harmlosen Abpraller über die wankende Mauer in die geöffnete Gasse, wo der gefährliche Aufreißer mit dem linken Hammer plötzlich am Drücker war und den kurzen Abklatscher in die entstandene Lücke gab, wo der hungrige Abstauber den abgefälschten Abtropfer aufnahm und als tückischen Aufsetzer in den leeren Kasten des abstiegsverdächtigen Aufsteigers setzte. (Wolf 1982, 206; Hervorhebungen im Original)

In diesen wenigen Zeilen hat Wolf bereits ein wesentliches Spannungsfeld der Sprache der Fußballberichterstattung skizziert: das zwischen Beschreibung und Bewertung. In (A) werden zunächst einzelne Lexeme der fußballspezifischen Fachsprache bzw. des Fachjargons aufgereiht. Diese werden in (B) zu einer weitgehend wertungsfreien Beschreibung einer (fiktiven) Spielszene verknüpft. In (C) wird dieselbe Spielszene noch einmal geschildert – diesmal allerdings durchsetzt von zahlreichen Prädikationen, die entweder eine zusätzliche, präzisere Beschreibung ausdrücken (z.B. *kurzer Abklatscher*, *abgefälschter Abtropfer*), oder aber – wie in den meisten anderen Fällen – eine Bewertung.

Die geschilderte Spielszene ist – wie gesagt – Fiktion, und Version (C) stellt ohne Zweifel bereits ein stilistisch verfremdetes, überzeichnetes Bild der Fußballberichterstattung in den Medien dar. Dennoch ist das Sprachmaterial authentisch. Bewertungen sind ein fester Bestandteil der Fußballberichterstattung. Dabei kann so ziemlich alles bewertet werden, was den Journalisten im Zusammenhang eines Fußballspiels in den Blick rückt: Sei es die „Weltklasse-Leistung“ oder die „desolate Vorstellung“, das „Zucker-Zuspiel“ oder der „Katastrophen-Pass“, der „verdiente Sieg“ oder die „unglückliche Niederlage“ – selten wird eine Szene oder ein Sachverhalt geschildert, ohne

zugleich einer Bewertung unterzogen zu werden. Wo fängt jedoch die Bewertung an? Beziehungsweise: Wo hört die Beschreibung auf? Diese Frage deutet sich bereits in der zitierten Textpassage: So handelt es sich bei der Zuschreibung eines *groben Schnitzers* – wie in (C) – wohl zweifelsfrei um eine (negative) Bewertung. Wie verhält es sich aber in (B) mit dem „einfachen“ *Schnitzer* (ohne die Prädikation *grob*)? Drückt *Schnitzer* in diesem Kontext ebenfalls eine Bewertung aus, oder gehört die Erwähnung eines Fehlers hier zur – wertungsfreien – Beschreibung der Spielszene? Ein weiteres Beispiel: In (C) ist der *gefährliche Aufreißer* sicher eine Bewertung. Ist es aber auch der *knallbarte Ausputzer*? Oder der *tückische Aufsetzer*?

Mit diesen Fragen und mit deren Relevanz für die sportjournalistische Praxis beschäftigt sich der vorliegende Beitrag aus einer linguistischen Perspektive.<sup>1</sup> Vorab sei jedoch die Frage nach dem Sinn dieser Überlegungen gestellt: Welchen Nutzen bringt der Versuch der Bestimmung des Verhältnisses von Bewertung und Beschreibung in Texten der Sportberichterstattung? Die Antwort lässt sich aus einer theoretischen und einer praktischen Perspektive formulieren, die eng miteinander verknüpft sind.

Aus der Perspektive der Textlinguistik könnte man ganz allgemein – und abstrakt – antworten, es gehe um eine Erweiterung des Textsortenwissens. Dieses ist jedoch nie Selbstzweck, sondern zielt stets auch auf eine Beschreibung, Erklärung und im Idealfall auch Optimierung von Kommunikationsprozessen. Massenmedial verbreiteten Texten kommt dabei schon deshalb eine besondere Bedeutung zu, weil sie ein großes Publikum erreichen und dementsprechend hohes Wirkungspotenzial besitzen.

Die zweite Perspektive, der Blick auf die Medienpraxis, richtet sich auf Qualitätsfragen im (Sport-) Journalismus: Auf der Produktionsseite können Journalisten profitieren, wenn ihren Texten eine erhöhte Sensibilität für sprachliche Unterscheidungen bzw. Nuancierungen zugrunde liegt. Auf der Rezeptionsseite geht es vor allem darum, den Blick des Lesers zu schärfen. Dies betrifft zunächst die Verständnisebene, also die (sprachliche) Aufschlüsselung journalistischer Texte. Darüber hinaus entsteht durch sprachliche Sensibilisierung aber auch die Möglichkeit, eine kritische Distanz zu diesen Texten zu gewinnen bzw. deren Qualität besser einordnen zu können.

## 2. Forschungsstand: Textsortendiskussion und Funktionen von Bewertungen

Die (spärliche) linguistische Forschung zu sportjournalis-

tischen Texten hat sich durchaus mit dem Verhältnis von Bewertung und Beschreibung befasst. In früheren Arbeiten wird dabei das Ideal einer strikten Trennung beider sprachlicher Muster formuliert. So wirft Brandt der Sportberichterstattung vor, dass „Information und Bewertung nicht sauber getrennt, sondern in fast unauflösbarer Weise verquickt [werden], ganz im Gegenteil zum politischen Ressort, wo Nachricht und Kommentar möglichst exakt auseinandergehalten werden“ (1979, 171).

Eine solche Sicht verweist unmittelbar auf die klassische journalistische Trennungsnorm, die auch heute noch als zentrales Kriterium für die Typologisierung von Darstellungsformen dient. Schönbach postuliert für die Trennung von Nachricht und Meinung einen unbegrenzten Geltungsbereich: „Der Geltungsbereich der Trennungsnorm umfasst grundsätzlich *alle* Themen, über die Presse und Rundfunk berichten.“ (1977, 33; Hervorhebung im Original)

Diese Forderung wird jedoch weiten Teilen der Sportberichterstattung, in erster Linie der Ereignisberichterstattung, nicht gerecht – weil sie dem Charakter des Sports nicht gerecht wird: Dieser fordert eine bewertende Berichterstattung geradezu heraus.

Berichterstattung über Sportereignisse ist – über die reine Ergebnismitteilung hinaus – immer auch Berichterstattung über die Leistung der Akteure. Leistung jedoch ist im Sport in der Regel nur bedingt objektiv und wertneutral erfassbar. Dies mag in höherem Maße beispielsweise für leichtathletische Disziplinen möglich sein, wo das messbare Ergebnis zugleich objektiv die erbrachte Leistung widerspiegelt. In Sportarten ist dies jedoch nicht der Fall: Das Ergebnis eines Wettkampfs ist hier zunächst ein Indikator für den *Erfolg*, nicht aber für die *Leistung* der beteiligten Akteure. Diese wird intersubjektiv zwar in der Regel nach ähnlichen Maßstäben beurteilt, ist dabei aber nicht wirklich messbar oder objektivierbar. Berichterstattung über die Leistung von Akteuren kann deshalb auf Bewertungen nicht verzichten (vgl. auch Schütte 2000).

Der Sportjournalist fungiert in diesem Sinne als Experte, der den Rezipienten über sportliche Ereignisse informiert, *indem* er aufgrund seines Fachwissens das Geschehen nicht nur beschreibt, sondern zugleich die Leistung der Akteure bewertet. Darin ähnelt er beispielsweise auch dem Feuilletonisten, der eine Rezension verfasst (vgl. Ertl 1978; Laux 1993; Schütte 2000).

Dies wird auch von der textlinguistischen Forschung gestützt. So identifiziert Simmler bei seinen strukturalen



Analysen umfangreicher sportjournalistischer Textkorpora Bewertungen als charakteristisches Merkmal von Spielberichten; zugleich schlägt er die Textsorte *Spielbericht* seiner Gruppe der informationsorientierten (im Gegensatz zu den meinungsorientierten) Texten zu (1993; 1997; 2000). Brinker, der von einem funktionalen Textsortenmodell ausgeht, nennt Textsorten wie *Gutachten*, *Rezension* oder *Leserbrief* als Beispiele dafür, dass sich eine informative Textfunktion durchaus mit einem bewertenden Charakter (im Sinne einer evaluierenden thematischen Einstellung) vereinbaren lässt (2001, 109). Dies dürfte analog auch für den *Spielbericht* gelten.

Im Hinblick auf die Funktion von Bewertungen in Texten der Sportberichterstattung liefern Linguistik und Kommunikationswissenschaft weitere Anhaltspunkte:

a) Bislang wurden Bewertungen als sprachliche Muster zur Realisierung einer informativen Textfunktion begriffen. Darüber hinaus besitzen Sport und Sportberichterstattung auch eine *unterhaltende Funktion* (vgl. z.B. Weischenberg 1988; 1994; 1995, Loosen 1998). Eine (Ereignis-)Berichterstattung, die sich auf eine rein informierende, wertungsfreie Wiedergabe der Fakten beschränkt, würde dem kaum gerecht werden. Dabei spielt auch der Faktor Medienkonkurrenz eine Rolle. Angesichts der umfangreichen aktuellen Berichterstattung in (audiovisuellen) Medien liegt der Nutzen der Printmedien eher in einer Komplementierung der übrigen Angebote (Hoffmann-Riem 1988, 13f.). Diese äußert sich u. a. in einer Tendenz zur Kommentierung (Ertl 1978, 179).

b) Unter bestimmten Bedingungen lassen sich Bewertungen auch als *Träger einer appellierenden Funktion* interpretieren. Im Zuge ihrer Mehrfachadressiertheit (vgl. Lüger 1995, 57f.) erreichen journalistische Texte nicht nur am

beschriebenen Geschehen unbeteiligte Leser, sondern zumeist auch die Akteure selbst. Mitunter scheint es zu den Zielen der Sportjournalisten zu gehören, die Haltung und ggf. auch das Verhalten der Rezipienten zu beeinflussen. Gerade in Boulevardzeitungen liegt oft der Eindruck nahe, dass ein bestimmtes Meinungsbild erzeugt werden soll, um dadurch indirekt auch Einfluss auf Entscheidungen der Akteure (Trainer, Vereinsführung) zu nehmen (vgl. Laux 1993, 82ff.).

c) Eine weitere textexterne Funktion von Bewertungen besteht für den Leser in der *Möglichkeit zur Anschlusskommunikation* (vgl. Neugebauer 1986, 184f.). Gemeint ist damit die Möglichkeit, die Bewertungen des Journalisten nicht nur zu rezipieren, sondern sie darüber hinaus als Aktivierung einer eigenen Bewertungstätigkeit zu nutzen und sich mit anderen darüber auszutauschen. Durch das Rezipieren von Bewertungen kann der Leser zudem seine eigene Bewertungs- bzw. Fachkompetenz erweitern.

d) Aus textinterner Sicht bilden Bewertungen in der Sportberichterstattung schließlich auch die *Grundlage von Ergebniserklärungen* (vgl. Schütte 2000). Schütte beobachtet hier sogar eine Interdependenz von Bewertungen und Ergebniserklärungen: „Der Journalist erklärt das Zustandekommen der Ergebnisse, indem er bewertet; und der Journalist bewertet, indem er die Ursachen für das Spielergebnis darstellt“ (Schütte 2000, 64). Übertragen auf die textexterne Ebene stützt das wiederum die These, dass Bewertungen in erster Linie der Informationsfunktion sportjournalistischer Texte dienen.

Trotz dieser Reihe von Aspekten, die für die journalistische Textproduktion unmittelbare Relevanz besitzen, haben die linguistischen Forschungen praktisch keinen Eingang in die journalistischen Lehrbücher gefunden. In



den allgemeinen Handbüchern (z.B. Mast 1994; La Roche 1995 und Pürer 1996) wird auf den Sport als journalistisches Ressort allenfalls am Rande eingegangen. Der *Spielbericht* wird als Darstellungsform nicht einmal erwähnt, geschweige denn gesondert behandelt.

Im „ABC des Sportjournalismus“ (Hackforth/Fischer 1994), dem einschlägigen ressortspezifischen Handbuch, weist der Journalist und Publizistikwissenschaftler Fischer zumindest an einer Stelle auf die Verschränkung von Bewertung und Beschreibung bzw. von Information und Meinung hin:

„Im Sportjournalismus hat sich eine Berichtform herausgebildet, die Information und Meinung verbindet. Sportjournalisten sprechen von kommentierender Nachricht oder nachrichtlicher Kommentierung. Man könnte diese Form der Nachricht neudeutsch auch Infocomment nennen (information + commentary = infocomment).“ (Fischer 1994, 64)

Vor dem eingangs angedeuteten Hintergrund, wonach Bewertungen ein zentrales Merkmal sportjournalistischer Texte darstellen, ist das Fehlen einer weiterführenden wissenschaftlich-praktischen Auseinandersetzung zumindest verwunderlich.

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es daher, zentrale Aspekte des sprachlichen Bewertens in Texten der Sportberichterstattung aus linguistischer Sicht zu diskutieren und für die journalistische Praxis nutzbar zu machen. Dabei geht es zum einen – wie schon angedeutet – um die Bestimmung des Verhältnisses von Beschreibung und Bewertung. Zum anderen soll auch ein Einblick in das sprachliche Bewertungsinventar, also in die Möglichkeiten der sprachlichen Realisierung von Bewertungen im Kommunikationsbereich des Sports, geleistet werden.

### 3. Untersuchungsmaterial: Spielberichte zur Fußball-Bundesliga

Als Untersuchungsgegenstand wurden Exemplare der Textsorte/Darstellungsform *Spielbericht* über Spiele der Fußball-Bundesliga herangezogen. Dabei steht außer Frage, dass sich die Sportberichterstattung nicht auf diese eine Darstellungsform reduzieren lässt, sondern – wie andere Ressorts auch – ein vielfältiges Spektrum verschiedener Genres und Subgenres aufweist. Allerdings darf der Spielbericht – nicht zuletzt wegen seiner relativen Häufigkeit – durchaus als charakteristische bzw. repräsentative Präsentationsform im Sportjournalismus gelten.

Im Untersuchungszeitraum wurden drei konsecutive Spieltage der Fußball-Bundesliga im März 2001 ausgewertet (24. – 26. Spieltag). Die Auswahl der analysierten Printmedien umfasst fünf Tageszeitungen mit jeweils unterschiedlichem publizistischem Profil („Hamburger Abendblatt“, „Hamburger Morgenpost“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Bild am Sonntag“, „Welt am Sonntag“) sowie das zweimal pro Woche erscheinende Fachblatt „Kicker-Sportmagazin“.

Aus allen 116 Artikeln, die innerhalb der entsprechenden Ausgaben über ein Spiel der Bundesliga berichten, wurden pro Medium jeweils fünf Texte zur detaillierten Analyse ausgewählt, so dass das Analysekorpus insgesamt 30 Texte umfasst.<sup>2</sup> Die übrigen 86 Texte gehören zwar zum Gesamtkorpus und wurden bei der Einschätzung quantitativer Tendenzen berücksichtigt; Gegenstand der linguistischen Analyse waren sie nicht.

## 4. Instrumentarium

### 4.1. Bewertungskonzept

Für die linguistische Analyse der sprachlichen Formen

des Bewertens seien an dieser Stelle zwei zentrale Werkzeuge eingeführt: eine *Bewertungsdefinition* sowie ein *Bewertungskonzept*. Das Bewertungskonzept von Ripfel (1987), führt zunächst den kognitiven – und damit vorsprachlichen – Prozess des Bewertens in seinen Detailschritten vor Augen; zugleich setzt es den terminologischen Rahmen für die weitere Analyse:

„Eine Person (BS) bewertet zu einem bestimmten Zeitpunkt  $t_i$  einen Bewertungsgegenstand (BG), indem BS BG im Hinblick auf bestimmte durch die Vergleichsbasis (V) vorgegebene Bewertungsaspekte (BA) anhand diesen zugeordneten Einordnungsskalen (ES) einordnet und die Einordnungsergebnisse (EE) relativ zu in V vorgegebenen Sollergebnissen (SE) verbunden mit einer Gewichtung  $G$  auszeichnet.“ (Ripfel 1987, 155)

Das *bewertende Subjekt* ist im Zusammenhang dieser Untersuchung der Sportjournalist, der in seiner Rolle als Experte das sportliche Geschehen beschreibt, analysiert und bewertet.

Als *Bewertungsgegenstand* kommen potenziell alle am Spiel beteiligten Akteure in Frage (vgl. Neugebauer 1986, 186):

- Einzelspieler, Mannschaftsteile, Mannschaften (Akteure erster Ordnung);
- Trainer, Schiedsrichter, Schiedsrichterassistenten (Akteure zweiter Ordnung);
- Funktionäre, Organisatoren, Helfer etc. (Akteure dritter Ordnung).

Darüber hinaus können auch das Spiel als Ganzes (*Spielbewertung*) und das Ergebnis (*Ergebnisbewertung*) Gegenstand der Bewertung sein (vgl. Schütte 2000).

Die am Spiel beteiligten Akteure werden in erster Linie hinsichtlich ihrer Leistung bewertet.<sup>3</sup> Damit ist *Leistung* der zentrale *Bewertungsaspekt* in der Sportberichterstattung. Dabei kann ein Akteur zum einen *allgemein* unter dem Aspekt der Leistung beurteilt werden (z.B. *gute* oder *hervorragende Leistung*). Zum anderen kann ein Akteur jedoch auch hinsichtlich eines *speziellen Teilaspekts* von Leistung bewertet werden (z.B. *technische* oder *taktische Leistung*, *Zweikampfverhalten*, *Engagement*). *Leistung* ist somit in der Sportberichterstattung als übergeordneter (und dabei weitgehend abstrakter) Bewertungsaspekt zu betrachten, der sich wiederum aus bestimmten Teilaspekten zusammensetzt.

Der Zusammenhang zwischen übergeordnetem Aspekt und Teilaspekten besteht insofern, als einer allgemeinen Bewertung immer auch ein Set von speziellen Teilaspek-

ten zugrunde liegt, die im kognitiven Bewertungsprozess kombiniert und gewichtet werden und so zu einer Gesamtauszeichnung – eben der allgemeinen Bewertung – führen. Für das Bewertungskonzept von Ripfel bedeutet dies, dass eine *Gewichtung* von Teilauszeichnungen (*Einordnungsergebnissen*) weniger zwischen verschiedenen Bewertungsaspekten stattfindet, sondern vielmehr zwischen den Teilaspekten des übergeordneten Aspekts *Leistung*. Dieser Zusammenhang wird auch im Verlauf der Analyse noch einmal veranschaulicht.

Als *Vergleichsbasis* schließlich kommt zweierlei in Frage: Zum einen ist es der – weitgehend subjektive – Vergleichsmaßstab, den der Sportjournalist an den Bewertungsgegenstand anlegt. Dieser ist in erster Linie geprägt vom fachspezifischen Wissen und der journalistischen Erfahrung. Darüber hinaus kann ein Bewertungsgegenstand aber auch mit konkreten Vergleichsgegenständen derselben Gegenstandsklasse – also anderen Akteuren – verglichen werden. Der Vergleich findet dann nicht hinsichtlich einer abstrakten Norm statt, die sich in einem Vergleichsmaßstab äußert, sondern wird anhand zweier konkreter Bezugsgegenstände vorgenommen. Vergleichsmaßstab und Vergleichsgegenstand beziehen sich jedoch im Bewertungsprozess wechselseitig aufeinander und sind deshalb nicht immer klar zu trennen.

#### 4.2. Bewertungsdefinition

Neben einem Bewertungskonzept, das eine systematische Darstellung von Bewertungen ermöglicht, ist als methodisches Instrument darüber hinaus eine *Bewertungsdefinition* erforderlich. Eine treffende, wenngleich sehr allgemeine Definition des sprachlichen Phänomens des Bewertens liefert Klein; danach sind Bewertungen „positive oder negative Stellungnahmen zu Sachverhalten oder Personen, zu Dingen oder zu Handlungen“ (1994, 3).

Problematischer als die Definition ist die Frage, wie Bewertungen sich sprachlich realisieren lassen. Angesichts der Vielzahl sprachlicher Mittel kann hier nur auf einen Ausschnitt des sprachlichen *Bewertungsinventars* (Stürmer u.a. 1997, 277) der Textsorte *Spielbericht* eingegangen werden. Zugleich wurde – ebenfalls aus Gründen der Reduktion von Komplexität – einer lexikalisch orientierten Methode (vgl. z.B. Böheim 1987) der Vorzug gegenüber einer sprachhandlungstheoretischen (vgl. z.B. Zhong 1995) gegeben.

Bewertungen werden damit auf der (semantischen) Ebene von *Bewertungsausdrücken* (Sandig 1979) erfasst, wobei

deren (pragmatische) Einbettung in den Text bzw. Kontext nicht vernachlässigt werden soll. Innerhalb der Bewertungsausdrücke wird bei der Analyse unterschieden zwischen *rein wertenden Lexemen*, *speziell wertenden Lexemen* sowie *bezeichnenden Lexemen (mit beschreibender bzw. bewertender Komponente)*:

- a) *Rein wertend* sind Lexeme, deren semantische Funktion ausschließlich im Ausdruck einer Bewertung besteht; eine beschreibende Bedeutungskomponente tragen sie nicht.
- b) *Speziell wertend* sind Lexeme, die sich auf bestimmte – spezielle – Teilaspekte des übergeordneten Bewertungsaspekts *Leistung* beziehen; sie verweisen damit auf Eigenschaften, Fähigkeiten oder Qualitäten, die im Bereich des Fußballsports als werthaltig gelten können.
- c) *Bezeichnend (mit beschreibender bzw. bewertender Komponente)* sind Lexeme, die in erster Linie der Bezeichnung von Akteuren und Aktionen dienen. Dabei kann ihnen in Abhängigkeit von der Wortwahl und vom Kontext auch eine bewertende Funktion zukommen.

Nicht berücksichtigt werden Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens auf syntagmatischer Ebene. Dazu gehören beispielsweise Vergleiche oder die Modifikation von Bewertungen durch Intensivierung oder De-Intensivierung (vgl. Kamp 2001).

## 5. Bewertungen

### 5.1. Bewertende Standardelemente

Ein erster Blick auf die Texte des Analysekörpus bestätigt bereits, dass Bewertungen zu den zentralen Charakteristika der Berichterstattung gehören. So finden sich zahlreiche Bewertungen, die in Form von standardisierten (bzw. schematisierten) Rubriken bzw. Informationselementen den Spielberichten zugeordnet sind – zum überwiegenden Teil in eigenständigen Textkörpern. Dazu gehören beispielsweise die Benennung von Akteuren, die Präsentation eines ‚Spielers des Spiels‘, oder auch die Zusammenstellung einer ‚Elf des Tages‘. Bewertungen dieser Art sollen als bewertende Standardelemente bezeichnet werden.

Besonders beliebt sind in diesem Zusammenhang Noten zur Beurteilung der Leistung der Akteure, wie sie beispielsweise der „kicker“ vergibt. Zwar lässt sich nach Weischenberg „die Vergabe von Zensuren für Bundesligaspieler in der Presse kaum mit den klassischen Funktionen der publizistischen Information vereinbaren“ (1988, 71). Aus einer deskriptiven Perspektive jedoch wird deutlich, dass sich diese Form der Bewertung in der Berichterstattung der Printmedien längst etabliert hat.

Die Gründe dürften zum einen in der Unterhaltungsfunktion der Sportberichterstattung liegen, zu der im weitesten Sinne auch der Aspekt der Anschlusskommunikation (s.o.) zu rechnen ist. Dies reicht von der Überprüfung des eigenen „Expertenstatus“ des Rezipienten vor der Bewertungsfolie der journalistischen Experten bis hin zur beinahe institutionellen Nutzung der Spielernoten bzw. -daten für verschiedene Formen von Managerspielen. Daneben kann die Notenvergabe sicherlich auch – im Sinne der Informationsfunktion der Sportberichterstattung – als Versuch gewertet werden, die Leistung der Akteure zu quantifizieren und dadurch zugleich eine Objektivität der Bewertung zu suggerieren.

Insgesamt stellen bewertende Standardelemente in fast allen Printmedien des Analysekörpus (mit Ausnahme der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“) einen festen Bestandteil dar. Schon auf dieser Ebene gehören Bewertungen somit zum festen Inventar der Fußballberichterstattung. Von der weiteren Analyse bleiben bewertende Standardelemente jedoch ausgeschlossen, da sie sich häufig – wie im Fall der Noten – einer linguistischen Analyse entziehen.

### 5.2. Leistungsbewertungen

Gegenstand der Analyse sind Leistungsbewertungen, Spielbewertungen und Ergebnisbewertungen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Leistungsbewertungen, wobei aus Gründen der Übersichtlichkeit nur Bewertungen der Leistung von Akteuren erster Ordnung (Einzelspieler, Mannschaftsteile, Mannschaften) berücksichtigt werden. Schon hier wird klar, dass eine Vielzahl von (inhaltlichen) Unterscheidungen hinsichtlich des Bewertungsbezugs möglich sind: So kann die Leistung eines Einzelspielers, eines Mannschaftsteils oder einer ganzen Mannschaft bewertet werden. Die Bewertung kann sich auf den übergeordneten Bewertungsaspekt *Leistung* oder auf einen Teilaspekt von *Leistung* beziehen. Schließlich kann sich die Bewertung auf die Leistung im gesamten Spiel, in einer Phase des Spielverlaufs oder in einer einzelnen Aktion bzw. Spielsituation beziehen.

#### 5.2.1. Rein wertende Lexeme

Rein wertende Lexeme sind Lexeme, deren Funktion ausschließlich in der Bewertung liegt; eine beschreibende Bedeutungskomponente tragen sie nicht. Sie sind explizit bewertend im Sinne einer Positiv-/Negativ-Auszeichnung, beziehen sich dabei aber nicht auf einen bestimm-

ten Aspekt bzw. ein bestimmtes Kriterium. Damit sind sie semantisch nicht speziell auf die Bewertung von Leistungen festgelegt, sondern eignen sich vielmehr in allen Kommunikationsbereichen und unter verschiedensten Aspekten zum Ausdruck von Bewertungen; aus diesem Grund können sie auch als allgemein wertend bezeichnet werden.

Im Analysekorpus ließen sich in erster Linie rein wertende *Beiwörter* (Adjektive, Adverbien, Partizipien) belegen.<sup>5</sup> Unterscheiden lassen sie sich zunächst nach ihrer *Intensität*, also danach, ob die Bewertung eher an den Extrempunkten oder eher in der Mitte einer Positiv-/Negativ-Skala anzusiedeln ist (vgl. Sager 1982, 45f.). Eine mögliche – wenngleich stets subjektiv gefärbte und nicht trennscharfe – Unterteilung des „Wertkontinuums“ (Hannappel/Melenk 1984, 160) in Intervalle besteht in der Unterscheidung sehr positiv wertender, positiv wertender, weitgehend „neutraler“, negativ wertender und sehr negativ wertender Beiwörter (vgl. Böheim 1987, 59ff.).

Zu den sehr positiv wertenden Beiwörtern gehören *beeindruckend* (16,1f.), *eindrucksvoll* (21,64f.), *exzellente* (3,56f.), *herrlich* (28,52; 14,53), *mustergültig* (29,60), *optimal* (18,53), *perfekt* (18,31f.), *toll* (15,43), *traumhaft* (1,62), *überragend* (18,52; 28,54f.), *wunderbar* (12,37 u. 61), *wunderschön* (2,65). Zu den positiv wertenden Beiwörtern gehören *gut* (16,51; 18,10), *erstaunlich* (7,29), *erfreulich* (23,104f.), *prima* (14,30), *stark* (7,39 u. 98; 15,1; 16,41; 22,63), *überdurchschnittlich* (25,68f.), *überzeugend* (21,65f.; 27,38f.).

Zu den negativ wertenden Beiwörtern gehören *enttäuschend* (5,7f.), *schlecht* (10,17) und *schwach* (12,71; 15,42; 18,72; 23,20 u. 38).

Sehr negativ wertend sind *desolat* (6,33), *kläglich* (5,27) und *miserabel* (28,16).

Eine genauere Betrachtung erfordern die Lexeme aus dem mittleren Bereich des Kontinuums. Beispiele aus dem Textkorpus sind *ordentlich* und *durchschnittlich*. Schon rein theoretisch betrachtet widerspräche eine Gleichsetzung solcher Beiwörter mit einer „neutralen“ Bewertung der Definition der Bewertung als Positiv- oder Negativ-Auszeichnung. Aber auch in der Praxis der Sprachverwendung stellen diese Ausdrücke keine „neutralen“ Bewertungen dar.<sup>6</sup>

(1) Hinten machen U. gegen S. und F. gegen M. zwar einen *ordentlichen* Eindruck, dafür bekommt T. immer größere Probleme, die gefürchteten Flankenläufe B. 's zu unterbinden. (Mopo, 2,72–80)

(2) Nach der Pause sank das sowieso nur *durchschnittliche*

Niveau des Spiels weiter, dem sich auch das schwache Schiedsrichter-Gespann anpasste. (HA, 8,80–84)

So wird man *ordentlich* in (1) als gemäßigt positive Bewertung interpretieren. *Durchschnittlich* in (2) dagegen deutet – insbesondere durch die Verbindung mit der Gradpartikel nur – eine negative Bewertung an, obwohl die lexikalische Bedeutung des Wortes eine Einordnung genau in der Mitte einer Positiv-/ Negativ-Skala nahe legen würde.

Für die Praxis wichtiger als die Klassifizierung nach Intensität<sup>7</sup> ist die Frage, was diese Gruppe von Lexemen semantisch leistet. In den folgenden Beispielen werden rein wertende Lexeme zunächst zur (zusammenfassenden) *Bewertung der Gesamtleistung in einem Spiel* gebraucht.

(3) Ansonsten wirkte die Mannschaft ratlos gegen die *starke* Kaiserslauterer Abwehr. (WamS, 16,40–42)

(4) Wieder war es der *überragende* Ro., der Re. optimal in Szene setzte. (WamS, 18,51–53)

(5) [...] boten die Leverkusener über weite Strecken eine völlig *desolate* Vorstellung. (HA, 6,31–34)

Wie die Beispiele zeigen, können so alle denkbaren Bewertungsgegenstände – Einzelspieler, Mannschaften, Mannschaftsteile – bewertet werden. Allerdings ist die Bewertung zwar explizit und deutlich, zugleich aber auch wenig spezifisch. Die Bedeutung der rein wertenden Beiwörter reduziert sich auf den Ausdruck einer Bewertung als solcher; darüber hinaus tragen sie zunächst keine semantischen Merkmale, welche die jeweilige Bewertung näher charakterisieren.

Das bedeutet jedoch nicht, dass eine Bewertung mit rein wertenden Beiwörtern automatisch auch eine pauschale Bewertung darstellt. Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang der Bewertungsbezug: Bewertet man ganz allgemein eine Leistung oder einen Spieler als *gut*, ist das wenig aussagekräftig, weil nicht deutlich wird, auf welche Teilaspekte von Leistung sich die Bewertung bezieht. Zudem können die Bewertungsmaßstäbe intersubjektiv variieren.

Anders verhält es sich, wenn man rein wertende Lexeme zur *Bewertung der Leistung in einzelnen Aktionen bzw. Spielszenen* gebraucht. Bei einem guten Torschuss kommen nur wenige Aspekte in Frage, in erster Linie wohl *Präzision und Härte*. Unter einem guten Torschuss kann man sich daher mehr vorstellen als unter einer guten Leistung – auch was die Bewertung als solche betrifft. Die folgenden Beispiele verdeutlichen das für den Bereich *Passspiel/Torvorbereitung*:

(6) A. legt *herrlich* für R. auf [...] (BamS, 14,53–54)

(7) Wieder war es der *überragende* Ro., der Re. *optimal* in

Szene setzte. (WamS, 18,51–53)

Allgemein gilt daher: Je präziser der Bewertungsbezug, desto präziser auch die Bewertung. Darüber hinaus gibt es jedoch noch einen weiteren Grund, warum eine lexikalisch wenig spezifische Bewertung nicht zugleich auch eine pauschale Bewertung darstellen muss.

So fungieren rein wertende Lexeme als Träger komprimierter Informationen (Hannappel/Melenk 1984, 164). Der sprachlichen Bewertung einer Leistung als *gut* geht ein kognitiver Prozess voraus, in dem – je nach persönlichem Bewertungsmaßstab – eine Reihe von Einzelbewertungen vollzogen werden, die untereinander relativiert werden und so zu einem Gesamturteil führen. Für den Leser ist dieser kognitive Prozess jedoch nicht unmittelbar nachvollziehbar, ihm liegt nur die verbalisierte Gesamtauszeichnung vor.<sup>8</sup>

Natürlich ist davon auszugehen, dass die Bewertungsmaßstäbe der Journalisten und der Leser zumindest teilweise kongruent sind, und so eine Aufschlüsselung der Bewertung zu einem gewissen Grad möglich ist. Dies hängt jedoch stark vom Gegenstand der Berichterstattung ab. So dürfte in einer populären Sportart wie dem Fußball die umfassende Medienberichterstattung ein verhältnismäßig großes Fachwissen der Rezipienten nach sich ziehen, wodurch wiederum ein höheres Maß der Übereinstimmung bei den Bewertungsmaßstäben zu erwarten ist. Für weniger populäre bzw. medial präsente Sportarten dagegen kann das nicht vorausgesetzt werden.

Für den Sportjournalisten stellt sich nun die Frage, wie mit diesem Problem umzugehen ist. Setzt er voraus, dass der Leser komprimierte Bewertungen entschlüsseln bzw. verstehen kann, oder ist es unter Umständen erforderlich, den eigenen kognitiven Bewertungsprozess auch im Text – zumindest teilweise – offen zu legen? Eine eindeutige Antwort gibt es hier nicht, auch wenn ein Versuch der Aufschlüsselung einer Gesamtbewertung in Teilaspekte sicher zu einer größeren Präzision und Verständlichkeit des Textes beitragen kann, wie das in den folgenden Beispielen im Ansatz passiert:

(8) Tatsächlich interpretierte B. die Aufgaben des „letzten Mannes“ *eindrucksvoll*. Sein *Stellungsspiel war überzeugend* [...] (FAZ, 21,63–66)

(9) Mindestens eine Halbzeit lang *überzeugte* der BVB durch eine *spielerisch gute Leistung* [...]. (WamS, 18,8–11)

Beide Male wird die Gesamtbewertung, die jeweils durch ein rein wertendes Lexem (*eindrucksvoll* bzw. *überzeugen*) ausgedrückt wird, durch einen Teilaspekt näher spezifi-

ziert bzw. begründet. Darüber hinaus zeigt (8), welche Rolle das Fachwissen des Rezipienten für das Verständnis pauschaler Bewertungen spielt: Für einen Leser, der die Aufgaben des „letzten Mannes“ im Fußball nicht kennt, ist die Aufschlüsselung der Bewertung unerlässlich.

Schließlich sei noch auf eine weitere Akzentuierungsmöglichkeit innerhalb der Gruppe der rein wertenden Beiwörter hingewiesen.

So suggerieren Beiwörter wie *optimal*, *perfekt*, *mustergültig*, *exzellent*, *überragend* Objektivität, indem sie den Bezug der Bewertung auf bestimmte (tendenziell allgemein-gültige) Normen richten. Beiwörter wie *erstaunlich*, *erfreulich*, *enttäuschend* dagegen stellen eher eine persönliche, subjektive Kommentierung in den Vordergrund, indem sie Bezug auf bestimmte Erwartungen des bewertenden Subjekts innerhalb seines (persönlichen) Bewertungsmaßstabs nehmen. Beiwörter wie *beeindruckend*, *eindrucksvoll*, *überzeugend* schließlich stellen die Wirkung bzw. den Eindruck der jeweiligen Leistung auf das bewertende Subjekt in den Vordergrund. Der Journalist kann somit durch die Wortwahl Einfluss auf die Eigenpräsentation in der Rolle als bewertendes Subjekt bzw. als Autor und Experte nehmen.

### 5.2.2. Speziell wertende Lexeme

Speziell wertende Lexeme definieren sich zunächst nicht über das Verhältnis von Bewertung und Beschreibung. Sie beziehen sich auf bestimmte – spezielle – Teilaspekte des übergeordneten Bewertungsaspekts *Leistung*; dabei verweisen sie auf Eigenschaften, Fähigkeiten oder Qualitäten, die im Bereich des Fußballsports als werthaltig gelten können. Dies wird plastisch, wenn man beispielsweise die speziell wertenden Beiwörter aus dem Analysekorpus bestimmten Kriterien bzw. Teilaspekten von Leistung zuordnet, so dass Gruppen von semantisch ähnlichen Lexemen entstehen:

a) Geschick/Können (8 Belege): *gekonnt* (21,68f.), *geschickt* (11,50; 16,19; 26,42), *leichtfüßig* (25,73), *kopfballstark* (11,36f.), *stümperhaft* (22,26), *unbedarft* (22,45)

b) Engagement/Einsatz/Willen (19 Belege): *agil* (19,40), *aggressiv* (26,35; 30,55), *bemüht* (18,67f.), *bissig* (20,12), *eifrig* (18,67; 22,26), *energisch* (8,54f.; 21,103), *engagiert* (26,59), *forsch* (4,28), *heftig* (5,34), *stürmisch* (12,46f.; 18,83f.), *halbberzig* (4,68), *pomadig* (30,56), *unwillig* (25,59), *zaghaft* (25,22), *zahn* (17,15);

c) Aufmerksamkeit/Konzentration (5 Belege): *ausgeschlafen* (3,33), *bellwach* (2,103f.; 20,49), *konzentriert* (20,27f.),

*leichtfertig* (9,69);

d) (Spiel-)Intelligenz/Cleverness (5 Belege): *clever* (15,49), *klug* (18,28), *rotzfrech* (14,18f.), *dumm* (6,24), *unintelligent* (25,59f.);

e) Organisation/Raumaufteilung (1 Beleg): *kompakt* (18,43f.);

f) Sicherheit/Routine (8 Belege): *routiniert* (21,77; 23,34), *sicher* (16,56; 20,63; 21,77), *souverän* (11,44; 16,15; 21,13)

g) Selbstvertrauen/Psychologie (5 Belege): *gelassen* (21,46), *selbstbewusst* (21,35), *unbeeindruckt* (21,46f.), *demoralisiert* (22,25), *durchgeknallt* (11,10);

h) (Tor-)Gefährlichkeit (4 Belege): *gefährlich* (14,53; 20,50), *gefürchtet* (2,78f.), *harmlos* (21,85f.);

i) Zielstrebigkeit (3 Belege): *schnörkellos* (30,32f.), *zielstrebig* (4,58; 16,69f.);

j) Schnelligkeit/Tempo (6 Belege): *schnell* (5,23; 16,54; 23,15; 26,38), *zügig* (18,45), *lahm* (17,14);

k) Präzision (4 Belege): *präzise* (25,72), *ungenau* (18,35f.), *unplatziert* (17,21), *unsauber* (14,16);

l) Härte (des Schusses) (3 Belege): *hart* (16,55), *scharf* (17,21), *stramm* (17,40).

Speziell wertende Beiwörter tragen sowohl einen bewertenden als auch einen beschreibenden Bedeutungsanteil: Durch die Verwendung speziell wertender Beiwörter werden die jeweiligen Bewertungsgegenstände (Akteure, Aktionen, Sachverhalte) hinsichtlich dieser Eigenschaften und Merkmale charakterisiert bzw. beschrieben, zugleich aber auch bewertet.

Gleiches gilt analog auch für die Substantive dieser Gruppe, die in verschiedener Weise den Akteuren als Bewertungsausdruck zugeschrieben (oder abgesprochen) werden können. Im Analysekorpus wurden belegt: *Kreativität* (13,43; 28,46), *Sicherheit* (8,38f.), *Ballsicherheit* (29,44f.), *(Spiel-)Übersicht* (29,60; 29,67), *Überblicke* (18,72f.), *Ordnung* (27,40), *Elan* (22,30), *(Angriffs-)Schwung* (26,36f.; 30,51), *Zug (zum Tor)* (19,48f.), *Leidenschaft* (24,63), *Schneid* (29,44), *Einsatz* (19,25), *Entschlossenheit* (29,49), *Kampfgeist* (7,72), *Moral* (27,57), *Biss* (29,48), *Gefahr* (12,51; 30,35) bzw. *Torgefahr* (28,62), *Gemeinschaft* (7,14), *Siegermentalität* (23,53), *Unbeschwertheit* (19,68f.), *Bierrube* (23,34), *Rhythmus* (30,45), *Geduld* (29,64), *Konfusion* (8,41; 27,32f.), *Lethargie* (28,59), *Leichtfertigkeit* (29,51).<sup>9</sup>

Das genaue Verhältnis von beschreibendem und bewertendem Bedeutungsanteil ist bei den speziell wertenden Lexemen nur schwer zu bestimmen und variiert innerhalb der Kategorie zum Teil erheblich. So stehen die Lexeme der Gruppe *Geschick/Können* bereits den überwiegend

wertenden – zum Teil vielleicht sogar den rein wertenden – Beiwörtern nahe; die Lexeme aus den Gruppen *Schnelligkeit/Tempo*, *Präzision* und *Härte (des Schusses)* dagegen bilden den Übergang von den wertenden zu den beschreibenden Beiwörtern. In den übrigen semantischen Gruppen jedoch führt der Versuch der Schwerpunktbildung zu Schwierigkeiten.

Durch den Bezug auf einen speziellen Teilaspekt von Leistung sowie aufgrund ihrer größeren Intension (durch den beschreibenden Bedeutungsanteil) sind speziell wertende Lexeme jedoch in der Lage, Bewertungen präziser auszudrücken als rein wertende Lexeme. Dies macht sie wertvoll für die journalistische Praxis, zumal sie – wie im Kontext der rein wertenden Lexeme bereits angedeutet – auch eingesetzt werden können, um zusammenfassende Bewertungen (Gesamtauszeichnungen) aufzuschlüsseln und für den Rezipienten nachvollziehbar zu machen.

Darüber hinaus besteht die Besonderheit der speziell wertenden Lexeme darin, dass sie Hinweise auf die Bewertungsmaßstäbe der Sportjournalisten liefern. Indem sie den abstrakten Leistungsbegriff aufschlüsseln, legen sie diejenigen Kriterien offen, die für die Bewertung der Leistung von Akteuren relevant sind.<sup>10</sup>

Die Einteilung in semantische Gruppen bietet bereits einen (flüchtigen) Einblick darin: Es wird sowohl angedeutet, welche Teilaspekte von Leistung in der Bewertung durch die Journalisten in Frage kommen, zugleich zeichnen sich bereits Tendenzen in deren Gewichtung ab. So sind beispielsweise Lexeme aus der Gruppe *Engagement/Einsatz/Willen* deutlich häufiger belegt als Lexeme aus der Gruppe *Geschick/Können*. Um hier zu verlässlichen Ergebnissen – bis hin zu einer Rekonstruktion von individuellen oder kollektiven Bewertungsmaßstäben von Sportjournalisten zu kommen, wäre allerdings eine weitaus größere Stichprobe nötig.

Abschließend sei noch auf eine Besonderheit der Teilaspekte *Härte (im Zweikampf)* und *Aggressivität* hingewiesen, die im Kontext der Sportberichterstattung eine ambivalente Rolle einnehmen.

(10) Mit frühem Angreifen und einer gesunden, nur von L. ab und an übertriebenen Aggressivität, erstickten sie den Cottbuser Spielaufbau schon im Keim. (Kicker, 28,36–41)

(11) „Zuviele Chancen: Dagegen hilft Härte. J., der Ex-Löwe übertreibt’s.“ (BamS, 15,29–30)

So ist die Zuschreibung von *Aggressivität* bzw. *Härte* offensichtlich nur dann positiv wertend, wenn diese oder jene

ein bestimmtes Maß nicht überschreitet. Dies markiert zugleich den Übergang vom Bewertungsaspekt *Leistung* – zu dem *gesunde Aggressivität/Härte* gerechnet wird – zum Aspekt *Fairness/Fairplay*, der eine eigene Ebene eröffnet.

### 5.2.3. Bezeichnende Lexeme (mit wertender bzw. beschreibender Komponente)

Die bisher behandelten Lexeme wurden innerhalb der Fußballberichterstattung zur – bewertenden und/oder beschreibenden – *Charakterisierung* gebraucht. Für das Verhältnis zwischen Bewertung und Beschreibung ist daneben eine weitere Gruppe von Lexemen von Interesse: Lexeme, die in erster Linie der *Referenz* dienen, also eine Person, eine Aktion oder einen Sachverhalt bezeichnen.

Anhand semantischer Gruppen, die typisch und charakteristisch für die Fußballberichterstattung sind, kann dabei gezeigt werden, dass selbst die bloße Referenz kaum wertungsfrei zu leisten ist. Exemplarisch vorgestellt werden hier die Gruppen *Akteure*, *Torschuss*, *Tor erzielen*, *Zweikampf* sowie *Febler*.<sup>11</sup>

#### 5.2.3.1. Akteure

Bei den Lexemen zur Bezeichnung von Akteuren stellt die namentliche Nennung zunächst ganz allgemein gesprochen die neutrale Form der Personenbezeichnung dar. In der Praxis wird jedoch – aus noch zu diskutierenden Gründen – oft auf andere Formen der Bezeichnung ausgewichen. Häufig zu beobachtende Muster sind:

a) Bezeichnungen, die auf die (taktische) Position bzw. Aufgabe eines Spielers innerhalb der Mannschaft verweisen, wie *Abwehrchef* (6,28), *Bewacher* (15,37), *Sonderbewacher* (8,43), *Spielmacher* bzw. *-gestalter* (16,44f; 21,88), *Kreativkraft* (26,52), *Torjäger* (22,57f.), *Joker* (4,104; 2,120f.).

b) Bezeichnungen, die im weitesten Sinne auf den Status eines Spielers verweisen, wie *Star* (6,29f.; 16,47), *Nationalspieler* (15,32), *Beinahe-Nationalspieler* (16,27), *Auswahlspieler* (18,33), *Amateur* (4,25f.), in ähnlicher Weise auch *Publikumsliebbling* (20,20f.) oder *Millionen-Investition* (18,26f.).

Solche Bezeichnungen dienen häufig dazu, eine Zusatzinformation zu einem Spieler zu liefern – bevorzugt in Form einer Apposition:

(12) [...] Sekunden später musste der Cottbuser Torwart P. gegen *Beinahe-Nationalspieler* K. retten. (WamS, 16,25–28)

Darüber hinaus können Bezeichnungen dieser Art auch rein stilistischen Zwecken dienen, beispielsweise wenn durch variierende Referenzausdrücke Wiederholungen vermieden werden sollen. Dies ist insbesondere dann der

Fall, wenn – auf textstruktureller Ebene – die Textkohärenz eine wiederholte bzw. wiederholende Referenz auf einen bestimmten Akteur erfordert:

(13) Zu viele Chancen: Dagegen hilft Härte. J., der Ex-Löwe, übertreibt' s. Glück für ihn, dass Schiri K. dem Nationalspieler (der schon Gelb hatte) nach einer rüden Attacke gegen H. nicht Gelb-Rot zeigt. (BamS, 15,29–34)

In beiden Beispielen sind die Bezeichnungen wertneutral – zumindest in Bezug auf die Leistung des Spielers im besprochenen Spiel. Obwohl Bezeichnungen dieser Art also nicht unmittelbar bewertend sind, können sie dennoch als bewertungsrelevant gelten, wie die folgenden Beispiele zeigen:

(14) Dazu konnte der zuletzt für seine genialen Momente beim 3:1-Sieg in Leverkusen gefeierte *Spielgestalter* V.M. [...] die Lauterer Defensive nicht überraschen. (FAZ, 21,86–91)

(15) D. ging weder vorwärts noch rückwärts, der verhin-derte *Torjäger* orientierte sich zielstrebig Richtung Kabine. (FAZ, 22,56–59)

Indem die Bezeichnungen unterschiedliche Erwartungen an die Fähigkeiten bzw. Aufgaben der jeweiligen Spieler implizieren, etablieren sie eine Basis für die Bewertung der konkreten Leistung. So wird beispielsweise ein Abwehrchef in erster Linie daran gemessen, ob es ihm gelingt, die Abwehr zu organisieren; von einem Torjäger werden Tore erwartet. Erfüllt der Spieler die Erwartungen, die qua Rollenzuschreibung an ihn gerichtet werden, so wird seine Leistung in der Regel positiv bewertet; erfüllt er sie nicht, fällt die Bewertung – wie in den beiden Beispielen – negativ aus.

#### 5.2.3.2. Aktionen

Bei den Lexemen zur Bezeichnung bestimmter Aktionen stellt sich zunächst ein theoretisches Problem. So sind bestimmte Aktionen bzw. Aktionstypen innerhalb der Logik des Spiels *per se* positiv oder negativ bewertet. Dies bezieht sich auf Aktionen, die einen Einfluss auf das Erreichen des Ziels des Spiels – den Torerfolg – haben. In diesem Sinne ist das *Erzielen eines Tores* sowie alle Aktionen, die das Erzielen eines Tores begünstigen, positiv bewertet, während umgekehrt Aktionen, die im Widerspruch zum Ziel stehen, negativ bewertet sind.

Beispiele hierfür sind Aktionen wie *ein Tor vorbereiten* (positiv), *eine Torchance vergeben* (negativ) oder *einen Fehlpass spielen* (negativ). Die Frage ist nun, ob die Zuschreibung eines solchen Aktionstyps automatisch eine Bewertung

beinhaltet. Dagegen spricht eine einfache Überlegung: Tore sind – genauso wie Fehlpässe – selbstverständlicher Bestandteil des Spiels und müssen als solche auch Bestandteil einer wertfreien Wiedergabe des Spielverlaufs sein können – so wie die Nennung eines Torschützen in einer Statistik eine wertfreie Angabe ist.

Übertragen auf die Wiedergabe des Spielverlaufs im Spielbericht bedeutet dies, dass die Zuschreibung einer (spielimmanent werthaltigen) Aktion zunächst eine Information über diesen Sachverhalt darstellt. In Abhängigkeit von Wortwahl bzw. Kontext kann jedoch zugleich auch eine Bewertung ausgedrückt werden.

#### 5.2.3.2.1. Torschuss

Für die Kategorie Torschuss sind diejenigen Verben relevant, die die Aktion des Torschusses unabhängig von dessen Erfolg oder Misserfolg bezeichnen. Im Analysekorpus wurden hierzu – neben dem neutralen *schießen* (9,47; 13,32; 14,19) – die Verben *abziehen* (1,41f.), *draufbalten* (1,29f.) und *drauffknallen* (4,69ff.) belegt. Diese Verben liefern neben der Bezeichnung der Aktion zugleich eine qualitative Beschreibung, indem sie den Grad der Härte des Schusses ausdrücken. Nachdem harte Torschüsse in der Fußballkommunikation in der Regel als die gefährlicheren gelten, wird so neben der anschaulichen Beschreibung der Szene zugleich eine Bewertung der Akteure impliziert. In der Praxis allerdings dürfte diese intentional und funktional der Beschreibung untergeordnet sein.

Das gilt analog auch für metaphorische Substantive wie *Hammer* (1,31), *Kracher* (14,57) bzw. *Frust-Kracher* (13,24) und *Volley-Kracher* (14,57), *Robr* (14,34), *Knaller* (15,40) oder *Kullerbällchen* (5,29).

#### 5.2.3.2.2. Tor erzielen

Zur Kategorie Tor erzielen gehören diejenigen Verben, die einen erfolgreichen Torschuss bezeichnen. Im Gegensatz zur neutralen Nennung des Torschützen in der Spielstatistik kann in einem Spielbericht die Wortwahl indizieren, auf welche Art und Weise das Tor erzielt wurde.

Verben wie *erzielen* (5,30; 6,12; 7,80; 8,78; 9,15), *machen* (1,57; 4,91), *treffen* (3,49; 4,45; 13,23; 21,74), *(ein Tor) schießen* (14,67), *einschießen* (8,56; 8,101; 20,81) oder *einköpfen* (3,21f., 8,37f., 20,62f.) stellen hier – ähnlich der namentlichen Nennung in der Statistik – eine neutrale Form der Zuschreibung eines Tores dar.

Mit Verben wie *vollstrecken* (11,52) und *versenken* (14,37f.) dagegen sind Assoziationen wie *kaltblütig* oder *sicher* ver-

bunden, die wiederum eine bewertende Komponente enthalten. Verben wie *feuern* oder *jagen* – jeweils mit präpositionaler Ergänzung: *in den Winkel* – weisen auf besonders spektakuläre Tore hin, die in der Fußballkommunikation als besonders gekonnt gelten können:

(16) Der zu ungenau abgewehrte Ball fiel D. vor die Füße, der ihn aus gut 25 m mit Vollspann *in den rechten, oberen Winkel feuerte*. (WamS, 18,35–39)

(17) Als alles gelaufen scheint, schlägt die M.-Truppe doch noch zu: Joker G. *jagt* den Ball zum 2:2 *in den Winkel* [...]. (Mopo, 4,101–105)

In umgekehrter Weise gilt dies auch für negative Varianten, wie im folgenden Beispiel durch das Verb *reinstolpern* deutlich wird:

(18) Wenigstens nach vorne tut er was, *stolpert* den Ball nach einem Solo zum 3:2 *rein*. (BamS, 11,65–67)

In diesem Fall wird ein eher unspektakuläres, darüber hinaus noch ungeschickt erzielt Tor geschildert; die Leistung des Torschützen wird dadurch abgewertet.

Ähnlich wie in der Kategorie Tor erzielen verhält es sich mit der Kategorie Torchance vergeben. Eine Bewertung wird hier erst dann ausgedrückt, wenn es sich in der Darstellung um eine besonders gute, eine *hochwertige* Tormöglichkeit handelt.

#### 5.2.3.2.3. Zweikampf

Während bei den bisherigen Aktionstypen überwiegend Aktionen einzelner Spieler betrachtet wurden, rückt im Bereich Zweikampf ein zweiter Akteur (bzw. valenzgrammatisch: Aktant) ins Blickfeld, der durch seine Beteiligung zugleich ein potenzieller Bewertungsgegenstand ist. Auch hier gilt zunächst wieder die Feststellung, dass die bloße Mitteilung über einen gewonnenen oder verlorenen Zweikampf noch keine Bewertung darstellt; Beispiele hierfür sind die weitgehend neutralen Verben *(den Ball) abnehmen* (7,74f.) oder *sich durchsetzen* (7,76f.).

Wird allerdings durch die Wortwahl auf eine besondere Leistung innerhalb eines Zweikampfes hingewiesen, findet durch den Duellcharakter der Aktion eine zweifache Bewertung statt. So wird in (19) durch das Verb *austanzen* sowohl die Aktion des ballführenden Spielers B. als gekonnt oder gelungen hervorgehoben; zugleich aber wird auch das Abwehrverhalten des verteidigenden Spielers H. implizit als unzureichend charakterisiert.

(19) 40 Sekunden später *tanzt* B. am linken Strafraumeck H. *aus* [...]. (Mopo, 2,61–64)

Dies gilt auch für Verben, die nicht nur auf einen einzel-

nen Zweikampf Bezug nehmen, sondern auf ein Duell zweier Spieler im Spielverlauf:

(20) Hinten reichte die bajuwarische Bierruhe und das routinierte Zweikampfverhalten von A.K., um As. vollkommen zu *kontrollieren*. (BamS, 15,35–38)

(21) E. [...] *sieht* gegen seinen Bewacher B. *keine Schnitte*. (FAZ, 23,33–37)

In diesen Beispielen wird darüber hinaus auch die Bewertung als solche deutlicher ausgedrückt. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass hier nicht mehr die Referenz auf ein konkretes Geschehen (also einen einzelnen Zweikampf) im Vordergrund steht, sondern vielmehr die zusammenfassende Beurteilung mehrerer Zweikämpfe derselben Akteure im Spielverlauf.

#### 5.2.3.2.4. Fehler

Etwas schwieriger ist die Frage nach Beschreibung oder Bewertung schließlich im Bereich Fehler. Hier kommt im Gegensatz zu den bisher diskutierten Bereichen hinzu, dass der Begriff des Fehlers bzw. die Aktion *einen Fehler machen* nicht nur im Sport sondern in allen Kommunikationsbereichen negativ belegt ist. Doch auch hier gilt, dass die Erwähnung eines Fehlers zunächst wertneutral als Information über diesen Sachverhalt begriffen werden kann. Oder umgekehrt: Würde man jede Zuschreibung eines Fehlers automatisch als Bewertung begreifen, würde man zugleich voraussetzen, dass so etwas wie ein fehlerfreies Spiel möglich ist.

Auch hier kommt es stark auf die Wortwahl und das Textumfeld an. So ist beispielsweise der fachsprachliche Begriff *Fehlpass* die neutralste sprachliche Form der Information über den Sachverhalt, dass ein Pass nicht beim Mitspieler ankommt. Die Zuschreibung von Fehlpassen in den folgenden Beispielen ist damit zunächst als Teil der Beschreibung der Spielszene aufzufassen.

(22) Vom HSV war bis zur 45. Minute wenig zu sehen, als E.M. [...] einen T.-*Fehlpass* aufnahm, B. steil schickte und dieser mit rechts Saisontreffer Nummer 17 erzielte. (HA, 8,71–78)

(23) Der Leverkusener Mittelfeldspieler lief in einen O.-*Fehlpass* hinein, sah, dass BVB-Keeper L. zu weit vor seinem Kasten stand, und schoss direkt aus 50 Metern. (HA, 9,43–48)

Eine explizite Bewertung wird erst dann ausgedrückt, wenn der Fehlpass in besonderer Weise herausgestellt wird, wie dies in (24) durch die Angabe *völlig unbedrängt* geschieht:

(24) T. verwirrt das offenbar so sehr, dass er *völlig unbedrängt* einen *Fehlpass* spielt. (Mopo, 4,59–62)

Hier ist zwar ebenfalls eine Beschreibung der Spielszene geleistet. Darüber hinaus liegt aber auch eine Bewertung vor, weil es den Normvorstellungen in jedem Fall widersprechen dürfte, unbedrängt einen Fehlpass zu spielen.

Insgesamt aber tragen Lexeme wie *Fehlpass* oder auch *Stellungsfehler* (20,35) einen höheren Beschreibungsanteil, weil sie neben der Referenz auf die konkrete Aktion zugleich auch eine Spezifikation hinsichtlich der Art des Fehlers vornehmen. Anders verhält es sich mit Lexemen, die nicht näher spezifizieren, um was für einen Fehler es sich handelt:

(25) So war es dann auch kein Wunder, dass dem Bochumer Führungstreffer ein krasser *Fehler* des Unterhachinger Torwarts T. vorausgehen musste: Einen zwar scharfen aber unplatzierten Schuss von P. ließ er abklatschen, so dass C. keine Mühe mit dem erfolgreichen Nachschuss hatte – 0:1. (WamS, 17,15–25)

(26) Dennoch wäre Schalke nach einem Schnitzer von R. im Mittelfeld fast in Führung gegangen. (WamS, 19,49–52)

(27) Und nur 60 Sekunden später patzt O., K. geht alleine aufs Tor zu, aber L. verhindert das 1:2. (Mopo, 1,45–50)

(28) Schon das 0:1 in Haching verbockte J. (BamS, 11,63–65)

Hier steht weniger die Referenz auf eine konkrete Aktion als die Zuschreibung eines Fehlers als solchem im Vordergrund. Dies wird besonders deutlich in (25), wo *Fehler* explizit als Bewertungsausdruck gebraucht wird, die eigentliche Referenz auf die konkrete Aktion aber erst im Folgesatz geleistet wird. Darüber hinaus trägt auch die umgangssprachliche Markierung von Lexemen wie *Schnitzer*, *patzen* oder *verbocken* zu einer Hervorhebung der Bewertung bei. Eindeutig wird die Bewertung schließlich, wenn – wie in (25) – durch eine zusätzliche Charakterisierung ein besonders schwerer Fehler zugeschrieben wird.

#### 5.3. Spielbewertungen

Spielbewertungen sind Bewertungen, die im weitesten Sinne Bezug nehmen auf die Qualität eines Spiels (vgl. Schütte 2000, 59). Mit anderen Worten: Bewertungsgegenstand ist ein (Fußball-) Spiel, das unter dem Aspekt seiner Qualität bewertet wird. Dabei ist zunächst offen, was die Qualität eines Spiels ausmacht. Schütte nennt in diesem Zusammenhang zwei Kriterien: zum einen ist es die spielerische (ästhetische) Qualität einer Partie, zum

anderen deren Unterhaltungswert bzw. deren Dramatik (ebd., 60).

Spielbewertungen sind in den untersuchten Texten zwar bei weitem nicht so häufig wie Leistungsbewertungen, kommen aber immerhin in zwölf der 30 Texte des Analysekorpus vor. Im Gesamtkorpus aller 116 Spielberichte des Untersuchungszeitraums sind es 43 Texte. Insgesamt scheinen Spielbewertungen damit durchaus einen charakteristischen Bestandteil der Textsorte *Spielbericht* darzustellen.

Spielbewertungen stehen zum Teil in engem Zusammenhang mit Leistungsbewertungen. Dies gilt in erster Linie für solche Spielbewertungen, die sich auf den *sportlich-ästhetischen Wert* eines Spiels beziehen. So wird eine Spielbewertung tendenziell auch dann positiv (bzw. negativ) ausfallen, wenn die Leistungsbewertungen für die Mannschaften bzw. der einzelnen Spieler positiv (bzw. negativ) ausfallen.

Der *Unterhaltungswert* einer Partie dagegen ist nicht zwingend an die Leistung der beteiligten Akteure gebunden, sondern kann auch aus der Spannung und Dramatik des Spielverlaufs resultieren: Auch zwei schlecht spielende Mannschaften können sich eine unterhaltsame – weil spannende – Partie liefern:

(29) „Das Spiel war nicht hochklassig, aber hochspannend“, urteilte der Kölner Trainer E.L. (FAZ, 22,97–98)

Was die sprachliche Darstellung von Spielbewertungen betrifft, ähneln die Muster denen der Leistungsbewertungen. So gibt es einen klar definierten Bereich, der eine Wertung klar und explizit ausdrückt. In der Regel geschieht dies durch rein wertende Lexeme wie *sebenswert* (18,7), *durchschnittlich* (8,81), *schlecht* (13,2), *übel* (13,5), *mies* (13,11) und *grausam* (10,4f.). Diesen Bewertungsausdrücken ist zunächst jedoch nicht zu entnehmen, ob sie sich auf den sportlich-ästhetischen Wert, auf die Dramatik eines Spiels oder auf beide Aspekte beziehen.

Daneben gibt es auch hier einen Übergangsbereich von der Bewertung zur Beschreibung, der sich in den speziell wertenden Lexemen widerspiegelt, die ein genaueres Kriterium der Bewertung angeben, dabei aber auch einen beschreibenden Anteil besitzen. Dies sind im Analysekorpus in erster Linie diejenigen Lexeme, die das Spiel entlang der Parameter *spannend* bzw. *langweilig* charakterisieren: *mitreißend* (17,12f.), *packend* (7,4f.), *spannend* (7,70), *aufregend* (14,8), *abwechslungsreich* (19,27), *langweilig* (25,56), *trist* (24,21) oder das *Ad-hoc*-Kompositum *Schnarch-Spiel* (12,54).

Dazu kommt eine weitere Gruppe von Bewertungsausdrücken, die noch präziser auf bestimmte Qualitäten eines Spiels referieren. Hier wurden in erster Linie solche Lexeme dokumentiert, die das Spiel hinsichtlich seines Tempos bzw. seiner Spielgeschwindigkeit bewerten. Im Einzelnen sind dies die Beiwörter *flott* (18,64f.), *lahm* (17,14), *zahn* (17,15), sowie das Substantiv *Tempo* (19,59) als Wertkriterium. Allenfalls zu einer impliziten Bewertung eignen sich schließlich eher beschreibende Lexeme wie *kämpferisch* (21,79), *kampfbetont* (20,1f.) oder *chancenarm* (16,22).

Insgesamt gilt für Spielbewertungen damit weitgehend analog, was für Leistungsbewertungen formuliert wurde: Zum einen ist die Bewertung von der Beschreibung kaum zu trennen. Zum anderen kommt es für den Journalisten darauf an, pauschale Bewertungen zu vermeiden – oder alternativ diese aufzuschlüsseln bzw. zu begründen. Dies kann entweder durch speziellere Aspekte von Spielbewertungen oder aber durch entsprechend stützende Leistungsbewertungen geschehen.

#### 5.4. Ergebnisbewertungen

Als letzter maßgeblicher Bewertungstyp in den Spielberichten des Analysekorpus sollen Ergebnisbewertungen behandelt werden. Ergebnisbewertungen sind Bewertungen, die auf das Ergebnis eines Spiels als Bewertungsgegenstand Bezug nehmen. Dabei lassen sich im Wesentlichen zwei Typen unterscheiden:

a) Ergebnisbewertungen, die das Ergebnis eines Spiels in Relation setzen zu den gezeigten Mannschaftsleistungen. Die Parameter hierfür sind *verdient/unverdient* (bzw. *gerecht/ungerecht*) und *glücklich/unglücklich*.

b) Ergebnisbewertungen, die das Ergebnis in Relation setzen zur sportlichen Situation der Mannschaften. Hier liegt die Frage zugrunde, welchen sportlichen Wert das Ergebnis eines Spiels für die Mannschaften hat.

Insgesamt können Ergebnisbewertungen als wesentlicher Bestandteil der untersuchten Spielberichte gelten. Ergebnisbewertungen des ersten Typs lassen sich in 16 der 30 Texte des Analysekorpus nachweisen (Gesamtkorpus: 55 von 116). Noch häufiger belegt sind Ergebnisbewertungen des zweiten Typs: Eine Einschätzung des sportlichen Werts des Spielergebnisses wird in 22 der 30 untersuchten Texte vorgenommen (Gesamtkorpus: 81 von 116).<sup>12</sup>

Die sprachliche Realisierung von Ergebnisbewertungen unterscheidet sich stärker von den Mustern bei Leistungs- und Spielbewertungen. Das Verhältnis von Bewertung

und Beschreibung spielt hier praktisch keine Rolle mehr. Diejenigen Ergebnisbewertungen, die das Ergebnis eines Spiels in Relation setzen zu den gezeigten Mannschaftsleistungen, orientieren sich sehr stark an den genannten Parametern (*verdient/unverdient* bzw. *gerecht/ungerecht* und *glücklich/unglücklich*). Mit Hilfe dieser Parameter können nicht nur Endergebnisse sondern auch Zwischenergebnisse bzw. einzelne Treffer bewertet werden.

Ergebnisbewertungen dieses Typs sind für den Leser in hohem Maße erklärungsbedürftig. So lässt sich zwar implizit entnehmen, dass den Bewertungen ein Vergleich der Leistungen beider Mannschaften zugrunde liegt. Dieser ist jedoch – wie oben am Beispiel der rein wertenden Lexeme dargestellt – für den Leser nur bedingt nachvollziehbar. Erst die Aufschlüsselung der Gesamtauszeichnung macht die Bewertung verständlich.

Beim zweiten Typ von Ergebnisbewertungen, der das Ergebnis eines Spiels in Relation zur sportlichen Situation der am Spiel beteiligten Mannschaften setzt, geht es nicht mehr um das Verhältnis von Ergebnis und gezeigten Leistungen. Es steht vielmehr die Ermittlung des sportlichen Werts eines Ergebnisses (unabhängig von der jeweiligen Leistung) im Vordergrund. Beispielhaft dafür sei zunächst folgende Textstelle aus dem Analysekorpus zitiert, in welcher der Autor ausdrücklich diese Form der Ergebnisbewertung thematisiert:

(30) Wie war dieses Ergebnis zu werten? Der HSV ist durch das Remis nicht wirklich einen Schritt vorangekommen. (HA, 8,18–21)

Insgesamt lassen sich im Analysekorpus zwei Arten der sprachlichen Realisierung von Ergebnisbewertungen dieses Typs feststellen. Häufig ist zunächst die explizite Bezeichnung eines Ergebnisses als *wichtig* in einer bestimmten sportlichen Situation. Dabei wird zugleich expliziert, warum bzw. wofür der jeweilige Erfolg von Bedeutung ist.

(31) Der 1:0-Sieg gegen die Spitzenmannschaft Schalke 04 war nicht nur *wichtig* für den Abstiegskampf, er zeigt dem HSV-Team auch den Weg, der hinaus führt aus dem Tabellenkeller. (HA, 7,6–11)

(32) Der Sieg war aber auch ein *wichtiger* Schritt Richtung Deutscher Meisterschaft, weil sich der Titelverteidiger an der Spitze absetzen konnte. (BamS, 15,3–6)

Bei der zweiten belegten Variante wird auch ohne die explizite Nennung eines Parameters auf den Wert eines Ergebnisses hingewiesen werden:

(33) Leverkusen gewinnt das Spitzenspiel in Dortmund

3:1! Die Borussia verspielte die Chance, sich den direkten Konkurrenten vom Leib zu halten. Und B.V. ist mit Bayer plötzlich wieder ganz dick im Titelrennen. (BamS, 14,1–7)

(34) Nach dem insgesamt glücklichen 2:1 gegen den VfL Bochum kann die SpVgg Unterhaching im Abstiegskampf wieder hoffen, der VfL Bochum aller Wahrscheinlichkeit nach schon für die Zweite Liga planen. (WamS, 17,1–7)

Bei Ergebnisbewertungen des zweiten Typs entfernt sich die Perspektive der Bewertung bereits vom unmittelbaren Spielgeschehen. Dieses ist nur noch insofern relevant, als es ein bestimmtes Ergebnis hervorgebracht hat, das – unabhängig von der Leistung – einen Einfluss auf die sportliche (Tabellen-) Situation der beteiligten Mannschaften hat. Ergebnisbewertungen dieses Typs bilden damit den Übergang zu den Situationsbewertungen, die nicht mehr an die Textsorte Spielbericht gebunden sind.

## 6. Fazit und Ausblick

Für ein abschließendes Fazit bietet es sich an, noch einmal zur eingangs gestellten Frage nach dem Nutzen zurückzukehren: Was hat der Versuch der Bestimmung des Verhältnisses von Bewertung und Beschreibung in Texten der Sportberichterstattung gebracht?

Theoretisch wurde zunächst formuliert, dass Bewertungen in Spielberichten Spielbericht in erster Linie der Informationsfunktion dieser Textsorte dienen. Der Sportjournalist fungiert damit als Experte, der die Rezipienten über Sportereignisse informiert, *indem* er das Geschehen nicht nur beschreibt, sondern zugleich die Leistung der Akteure bewertet.

Unter dieser Prämisse können aus der Analyse drei zentrale Ergebnisse formuliert werden, die zugleich Kernpunkte für die Praxis der sportjournalistischen Arbeit darstellen.

Zum einen wurde gezeigt, dass Beschreibung und Bewertung als kognitive wie auch als sprachliche Muster in der Sportberichterstattung kaum zu trennen sind – zumindest was die Wiedergabe sportlicher Ereignisse in der Textsorte *Spielbericht* betrifft. Bei der Textproduktion sollte man sich dessen bewusst sein, auch vor dem Hintergrund der hier theoretisch diskutierten textinternen und textexternen Funktionen von Bewertungen. Für den Journalisten stellt die Verschränkung von Beschreibung und Bewertung dann kein elementares Problem dar, sondern bietet im Gegenteil bei entsprechender Reflexion der Bewertungstätigkeit die Chance zu einer präzisen und differen-

zierten Berichterstattung.

Im Verlauf der Analyse wurden bereits einige Ansätze zu einer solchen sprachlichen Optimierung der Berichterstattung angedeutet. Mit Hilfe des Bewertungskonzepts von Ripfel wurde der kognitive Prozess des Bewertens speziell für die Sportberichterstattung aufgeschlüsselt. Auf dieser Grundlage konnten verschiedene Gruppen von Lexemen hinsichtlich ihrer semantischen Leistung bei der beschreibenden und bewertenden Charakterisierung sportlicher Sachverhalte analysiert werden. Dabei wurden zum einen Kriterien für präzise Bewertungen erarbeitet; zum anderen wurde dargestellt, wann die Gefahr pauschaler Bewertungen droht und wie diese zu vermeiden sind.

In Ansätzen wurde schließlich die Verschränkung von Leistungs-, Spiel- und Ergebnisbewertungen thematisiert. Auch hier gilt – ähnlich wie beim Zusammenhang von Gesamtbewertungen und Teilauszeichnungen – dass ein Spielbericht ein komplexes Gefüge von verschiedenen Bewertungen und Bewertungsarten darstellt, die sich – explizit oder implizit – wechselseitig aufeinander beziehen. Hier ist der Journalist gefordert, ein in sich stimmiges Bewertungsgefüge zu schaffen, dessen Bewertungen sich untereinander stützen bzw. diese aufschlüsseln.

Auf der Grundlage der vorliegenden Methoden und Ergebnisse könnte in einem nächsten Schritt der Versuch unternommen werden, die Bewertungsmaßstäbe von Sportjournalisten zu rekonstruieren – also anhand der Texte herauszuarbeiten, welche Teilaspekte von *Leistung* die Journalisten bei ihrer Bewertungstätigkeit in den Vordergrund stellen und wie sie diese untereinander gewichten. Dazu müssten linguistische und inhaltsanalytische Methoden integriert werden und auf größere Textkorpora (ggf. differenziert nach Medientypen) angewendet werden.

Abschließend sei noch auf einen definitorischen Aspekt hingewiesen, der aus linguistischer Sicht zu klären wäre und dabei gleichzeitig Relevanz für die journalistische Praxis besitzt: In der einschlägigen – journalistischen wie linguistischen – Literatur zu Presstexten wird sprachliches Bewerten oft mit der Äußerung von Meinungen gleichgesetzt. Dass eine solche Gleichsetzung jedoch in die Irre führen kann, hat der an anderer Stelle gemachte Versuch der Anwendung der Trennungsnorm von Nachricht und Meinung auf den Bereich des Sports gezeigt.

Für die weitere Diskussion empfiehlt sich daher – zumindest für den Sport – eine noch genauere Betrachtung der Begrifflichkeiten und der zugrunde liegenden sprachli-

chen Konzepte. So unterscheidet Zillig (1982: 244ff) bereits zu Recht zwischen dem interpretierenden Vorgang des *Wertens* (z.B. etwas als Torchance werten) und dem evaluierenden des *Bewertens*. Während dies jedoch für das Verhältnis von Beschreibung und Bewertung bzw. Nachricht und Meinung kaum von Bedeutung ist, scheint ein wesentlicher Unterschied vielmehr zwischen der (unparteiischen) *Bewertung* von Leistungen und deren (von Präferenzen geprägter) *Kommentierung* zu bestehen:

(35) „Nur gut, dass A. [...] mal wieder kein Zielwasser getrunken hat [...]“ (Mopo, 2,84–89)

Hier liegt im ersten Teil des Satzes keine Bewertung der Leistung vor, sondern eine parteiliche Kommentierung aufgrund eigener Präferenzen (bzw. der vermuteten Präferenzen der Leser). Formulierungen dieser Art scheinen sich verstärkt in Boulevardmedien mit lokalem Bezug zu den Akteuren finden zu lassen, sind aber natürlich auch für andere Medien denkbar. Unabhängig von der durchaus diskussionswürdigen Frage, ob diese Form der Kommentierung zu den Aufgaben des Journalisten gehört, eröffnet sich damit ein eigenes Feld der linguistischen Beschäftigung mit dem Sportjournalismus, das jedoch nicht Thema der vorliegenden Arbeit war.

#### ANHANG: ANALYSEKORPUS

Die Spiele des Untersuchungszeitraums

24. Spieltag

Sp1 Borussia Dortmund – Eintracht Frankfurt 6 : 1  
(1:0) Fr., 2. 3. 2001, 20.15 h

Sp2 Hansa Rostock – Bayern München 3:2 (1:1) Sa., 3.  
3. 2001, 15.30 h

Sp3 Energie Cottbus – 1. FC Kaiserslautern 0 : 2  
(0:1) Sa., 3. 3. 2001, 15.30 h

Sp4 Werder Bremen – SC Freiburg 3:1 (2:0) Sa., 3.  
3. 2001, 15.30 h

Sp5 VfB Stuttgart – VfL Wolfsburg 2:1 (1:0) Sa., 3.  
3. 2001, 15.30 h

Sp6 SpVgg Unterhaching – VfL Bochum 2 : 1  
(1:1) Sa., 3. 3. 2001, 15.30 h

Sp7 1. FC Köln – Hertha BSC Berlin 1:0 (0:0) Sa., 3.  
3. 2001, 20.15 h

Sp8 TSV 1860 München – Bayer Leverkusen 1 : 0  
(0:0) So., 4. 3. 2001, 17.30 h

Sp9 FC Schalke 04 – Hamburger SV 0:1 (0:0) So., 4.  
3. 2001, 17.30 h

25. Spieltag

Sp10 Bayer Leverkusen – Werder Bremen 3:0 (1:0) Fr., 9.

3. 2001, 20.15 h			die Hölle heiß“ (19. 3. 01)
Sp11 Hertha BSC Berlin – Hansa Rostock 1 : 0			Hamburger Abendblatt
(0:0) Sa., 10. 3. 2001, 15.30 h		6 (Sp8)	„0:1 – Schroth stürzt Leverkusen in die Krise“ (5. 3. 2001)
Sp12 VfL Bochum – 1. FC Köln 2:3 (2:1) Sa., 10. 3. 2001, 15.30 h		7 (Sp9)	„Mensch Meijer!“ (5. 3. 2001)
Sp13 VfL Wolfsburg – SpVgg Unterhaching 6 : 1		8 (Sp18)	„Barbarez und sonst nichts“ (12. 3. 2001)
(2:1) Sa., 10. 3. 2001, 15.30 h		9 (Sp20)	„Bayer wieder Bayern-Jäger“ (19. 3. 2001)
Sp14 SC Freiburg – Borussia Dortmund 2:2 (1:2) Sa., 10. 3. 2001, 15.30 h		10 (Sp27)	„Nulldiät im Kellerduell“ (19. 3. 2001)
Sp15 Bayern München – Energie Cottbus 2:0 (2:0) Sa., 10. 3. 2001, 15.30 h			Bild am Sonntag
Sp16 Eintracht Frankfurt – FC Schalke 04 0:0		11 (Sp2)	„Bei Kahn flogen die Sicherungen raus“ (4. 3. 2001)
Sa., 10. 3. 2001, 20.15 h		12 (Sp5)	„VfB feiert ‚Adhemar Wunderbar‘“ (4. 3. 2001)
Sp17 1. FC Kaiserslautern – TSV 1860 München 3 : 2		13 (Sp11)	„Dardai sei Dank: Hertha stolpert mit um den Titel“ (11. 3. 2001)
(0:0) So., 11. 3. 2001, 17.30 h		14 (Sp20)	„Das 50-Meter-Tor: Irre, geil – und einfach rotzfrech!“ (18. 3. 2001)
Sp18 Hamburger SV – VfB Stuttgart 2:2 (2:1) So., 11. 3. 2001, 17.30 h		15 (Sp25)	„Kaiser Franz bejubelt Stadtmeisterschaft“ (18. 3. 2001)
26. Spieltag			Welt am Sonntag
Sp19 1. FC Köln – VfL Wolfsburg 0:0 Fr., 16. 3. 2001, 20.15 h		16 (Sp3)	„Kaiserslauterns Sieg hat einen Namen: Basler“ (4. 3. 2001)
Sp20 Borussia Dortmund – Bayer Leverkusen 1 : 3		17 (Sp6)	„Zwei Rote Karten helfen Unterhaching“ (4. 3. 2001)
(1:2) Sa., 17. 3. 2001, 15.30 h		18 (Sp14)	„Dortmund vergibt Sieg“ (11. 3. 2001)
Sp21 FC Schalke 04 – SC Freiburg 0:0 Sa., 17. 3. 2001, 15.30 h		19 (Sp16)	„0:0 – Schalke im Glück“ (11. 3. 2001)
Sp22 Hansa Rostock – VfL Bochum 2:0 (0:0) Sa., 17. 3. 2001, 15.30 h		20 (Sp24)	„HSV spielt defensiv, aber gefährlich“ (18. 3. 2001)
Sp23 Energie Cottbus – Hertha BSC Berlin 3 : 0			Frankfurter Allgemeine Zeitung
(2:0) Sa., 17. 3. 2001, 15.30 h		21 (Sp3)	„Mario Basler erinnert Völler an Herberger“ (5. 3. 2001)
Sp24 Eintracht Frankfurt – Hamburger SV 1 : 1		22 (Sp12)	„Auch mit Vereinsbrille wird der Abstieg unübersehbar“ (12. 3. 01)
(0:0) Sa., 17. 3. 2001, 15.30 h		23 (Sp16)	„Der Sturm bestätigt Assauers Gewinnwarnung“ (12. 3. 2001)
Sp25 TSV 1860 München – Bayern München 0 : 2		24 (Sp19)	„Lieber Schach spielen oder mit Watte werfen“ (19. 3. 2001)
(0:0) Sa., 17. 3. 2001, 20.15 h		25 (Sp22)	„Die ‚Unabsteigbaren‘ geben auf“ (19. 3. 2001)
Sp26 Werder Bremen – 1. FC Kaiserslautern 1 : 2			Kicker-Sportmagazin
(0:2) So., 18. 3. 2001, 17.30 h		26 (Sp4)	Bremen – Freiburg, ‚Analyse‘ (5. 3. 2001)
Sp27 SpVgg Unterhaching – VfB Stuttgart 0:0		27 (Sp13)	Wolfsburg – Unterhaching, ‚Analyse‘ (12. 3. 2001)
So., 18. 3. 2001, 17.30 h		28 (Sp15)	Bayern – Cottbus, ‚Analyse‘
<b>DIE TEXTE DES ANALYSEKORPUS</b>			
Hamburger Morgenpost			
1 (Sp1) „Borussia stürzt die Bayern vom Thron“ (3. 3. 2001)			
2 (Sp9) „1:0   Der HSV ist endlich wieder da!“ (5. 3. 2001)			
3 (Sp10) „Hoppla! Berti kann doch noch siegen...“ (10./11. 3. 2001)			
4 (Sp18) „2:2   Das war leider zu wenig...“ (12. 3. 2001)			
5 (Sp26) „Rote Teufel machen Teams an der Spitze			

- (12. 3. 2001)  
 29 (Sp22) Rostock – Bochum, ‚Analyse‘  
 (19. 3. 2001)  
 30 (Sp23) Cottbus – Berlin, ‚Analyse‘ (19. 3. 2001)

#### ANMERKUNGEN

- 1) Der Beitrag ist hervorgegangen aus meiner Masterarbeit zu „Bewertungen im Sportjournalismus – am Beispiel der Fußballberichterstattung ausgewählter Printmedien“ (2001), die am Institut für Germanistik I unter Betreuung von Prof. Dr. Jörg Hennig entstanden ist.
- 2) Ein Verzeichnis dieser 30 Texte findet sich im Anhang des vorliegenden Bandes. Auf Belegstellen im Analysekorpus wird wie folgt verwiesen: Bei längeren Textstellen wird zunächst per Sigle der Medientitel genannt, dann die fortlaufende Nummer innerhalb des Analysekorpus, sowie die Zeilenangabe (z.B. FAZ, 21, 63–65 für Frankfurter Allgemeine Zeitung, Text Nr. 21, Zeilen 63 bis 65). Die sprachlichen Bewertungsmittel werden dabei zum Teil – im Sinne einer Hervorhebung – kursiv gesetzt. Bei der Wiedergabe einzelner Ausdrücke wird auf die Angabe des Medientitels verzichtet (z.B. 21, 64–65 für Text Nr. 21, Zeilen 64 bis 65).
- 3) Ein anderer möglicher Aspekt wäre *Fairness*.
- 4) Ähnliche Einteilungen, die auf den Forschungsstand zu Bewertungen rekurrieren, finden sich auch Winko (1991), Stock-Gabriel (1994) und Zhong (1995). Die Kategorie der *überwiegend wertenden Lexeme*, wie sie bei Kamp (2001) noch verwendet wird, hat sich als schwer handhabbar erwiesen und wurde aus Gründen einer deutlicheren Darstellung hier aufgelöst. Die Gruppe der *bezeichnenden Lexeme* (mit *beschreibender bzw. bewertender Komponente*) entspricht in Kamp (2001) weitgehend den *überwiegend bezeichnenden/ beschreibenden Lexemen*.
- 5) Analog zu den Beiwörtern gibt es entsprechende Muster auch in den beiden anderen Hauptwortarten des Deutschen. Bei den Substantiven handelt es sich dabei in erster Linie um Komposita und Präfix-Bildungen, die sich aus einer neutralen Basis und einer (rein) wertenden Erstkonstituente zusammensetzen, z.B. *Glanzleistung* (27,64), *Klasse-Spiel* (14,58), *Traumpass* (12,28). Bei den Verben sind es Lexeme wie *überzeugen* (18,9), *glänzen* (18,31), *imponieren* (9,26), *enttäuschen* (23,74–75), die rein wertend sind und sich damit auch nicht in die traditionelle semantische Unterscheidung von Zustands-, Vorgangs- und Tätigkeitsverben eingliedern lassen.
- 6) Die Orthographie der zitierten Textbeispiele folgt jeweils dem Original. Die Namen von Akteuren sind mit Initialen abgekürzt wiedergegeben, um die Aufmerksamkeit auf die sprachliche Ebene zu konzentrieren.

- 7) Ohnehin hängt die Intensität der Bewertung nicht nur vom Bewertungsausdruck selbst ab, sondern auch von möglichen syntagmatischen Kombinationen, beispielsweise mit Gradpartikeln. In der Sportberichterstattung werden Intensivierungen von Bewertungen – so der Eindruck aus dem Textkorpus – sehr häufig vorgenommen (vgl. Kamp 2001, 100–104). Dieser Aspekt war jedoch kein Gegenstand der systematischen Analyse.
- 8) Umgekehrt kann eine (nicht verbalisierte) Gesamtauszeichnung auch implizit aus verbalisierten Einzelbewertungen erschlossen werden.
- 9) Die Besonderheit der speziell wertenden Substantive besteht darin, dass sie – zumindest ein großer Teil der Gruppe – sowohl Aspekte bzw. Kriterien der Bewertung neutral benennen als auch einem Bewertungsgegenstand direkt als Bewertungsausdruck zugeschrieben (oder abgesprochen) werden können. In der Terminologie von Zhong (1995) und Stürmer u. a. (1997) werden Substantive dieser Art auch als *Wertkriterien* bezeichnet.
- 10) In ähnlicher Weise tun dies auch Kombinationen von rein wertenden Lexemen mit (wertneutralen) Teilaspekten von Leistung, z.B. *gutes Abwehrverhalten*.
- 11) Andere mögliche Felder wären entsprechend der Aktions- bzw. Handlungstypen im Fußball *Torschuss abwehren*, *Torchance vergeben* oder *Passspiel*.
- 12) Ergebnisbewertungen des zweiten Typs werden darüber hinaus überwiegend an sehr exponierter Stelle innerhalb der Textstruktur vorgenommen: in den Texten des Analysekorpus allein 17mal im jeweils ersten Absatz, bzw. im *Lead*, zweimal darüber hinaus im zweiten Absatz. Damit scheinen sie nicht nur ein inhaltliches, sondern zugleich auch ein textstrukturelles Merkmal von Spielberichten darzustellen.

#### LITERATUR

- BÖHEIM, GABRIELE** (1987): Zur Sprache der Musikkritiken. Ausdrucksmöglichkeiten der Bewertung und/oder Beschreibung. Innsbruck.
- BRANDT, WOLFGANG** (1979): Zur Sprache der Sportberichterstattung in den Massenmedien. In: Muttersprache 89, 160–178.
- BRINKER, KLAUS** (1985; <sup>5</sup>2001): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. Berlin.
- ERTL, ERIC** (1978): Funktionen des Sportjournalismus. In: Hackforth, Joseph/ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Sport und Massenmedien. Bad Homburg, 178–188.
- FISCHER, CHRISTOPH** (1994): Bedeutungswandel des Sports – Aufwertung des Sportjournalismus? Zum veränderten Anforderungsprofil der Sportberichterstattung. In: Hackforth, Joseph/ Fischer, Christoph (Hrsg.): ABC des Sportjournalismus.

München, 50–76.

**HACKFORTH, JOSEPH/ FISCHER, CHRISTOPH** (1994): ABC des Sportjournalismus. München.

**HANNAPEL, HANS/ MELENK, HARTMUT** (Hrsg.) (1979; <sup>2</sup>1984): Alltagssprache. Semantische Grundbegriffe und Analysebeispiele. München.

**HOFFMANN-RIEM, WOLFGANG** (1988): Sport – vom Ritual zum Medienspektakel. In: Ders. (Hrsg.): Neue Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung? Baden-Baden, 11–20.

**KAMP, HANNS-CHRISTIAN** (2001): Bewertungen im Sportjournalismus – am Beispiel der Fußballberichterstattung ausgewählter Printmedien. Hamburg (Magisterarbeit).

**KLEIN, JOSEF** (1994): Medienneutrale und medien spezifische Verfahren der Absicherung von Bewertungen in Presse und Fernsehen. Typologie und semiotische Distribution. In: Moilanen, Markku/ Tiittula, Liisa (Hrsg.): Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. Berlin u.a., 3–17.

**LA ROCHE, WALTHER VON** (1975; <sup>14</sup>1995): Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege.. München.

**LAUX, ALEXANDER** (1993): Veränderung der Textfunktion? Textanalyse von Fußball-Berichterstattung in ausgewählten Tageszeitungen von 1905 - 1990. 2 Bände. Hamburg (Magisterarbeit).

**LOOSEN, WIEBKE** (1998): Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung. Wiesbaden.

**LÜGER, HEINZ-HELMUT** (<sup>2</sup>1995): Pressesprache. Tübingen.

**MAST, CLAUDIA** (Hrsg.) (1981; <sup>7</sup>1994): ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. Konstanz.

**NEUGEBAUER, EVA** (1986): Mitspielen beim Zuschauen. Analyse zeitgleicher Sportberichterstattung des Fernsehens. Frankfurt/M. u.a.

**Pürer, Heinz** (Hrsg.) (1991; <sup>2</sup>1996): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Mit einer Berufs- und Medienkunde für Journalisten in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Konstanz.

**RIPFEL, MARTHA** (1987): Was heißt Bewerten? In: Deutsche Sprache 15, 151–177.

**SAGER, SVEN FREDERIK** (1982): Sind Bewertungen Handlungen? In: Zeitschrift für germanistische Linguistik (ZGL) 10, 38–57.

**SANDIG, BARBARA** (1979): Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens. Ein Beschreibungsrahmen im Zusammenhang eines fiktionalen Textes. In: Deutsche Sprache 7, 137–159.

**SCHÖNBACH, KLAUS** (1977): Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums. Freiburg.

**SCHÜTTE, CHRISTIAN** (2000): Ergebniserklärungen in der Fußballberichterstattung in Printmedien. Hamburg (Magisterarbeit).

**SIMMLER, FRANZ** (1993): Zeitungssprachliche Textsorten und ihre Varianten. Untersuchungen anhand von regionalen und überregionalen Tageszeitungen zum Kommunikationsbereich des Sports. In: Ders. (Hrsg.): Probleme der funktionellen Grammatik. Bern u. a.

**SIMMLER, FRANZ** (1997): Die informationsorientierten Textsorten und ihre Varianten in der Fußballberichterstattung des „kicker sportmagazins“. In: Ders. (Hrsg.): Textsorten und Textsortentraditionen. Bern u. a., 63–144.

**SIMMLER, FRANZ** (2000): Textsorten im Bereich des Sports. In: Brinker, Klaus et al. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband. Berlin u. a., 718–731.

**STOCK-GABRIEL, FRIEDERIKE** (1994): Die sprachliche Inszenierung des Bewertens in Buch- Rezensionen der Printmedien. 2 Bände. Hamburg (Magisterarbeit).

**STÜRMER, ANETTE ET AL.** (1997): Bewerten und Bewertungsinventar: Modellierung und computergestützte Rekonstruktionsmöglichkeiten. In: Deutsche Sprache 25, 272–288.

**WEISCHENBERG, SIEGFRIED** (1988): Sportjournalismus zwischen Mode und Methode. In: Wolfgang Hoffmann-Riem (Hg.): Neue Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung? Baden-Baden, 66–89.

**WEISCHENBERG, SIEGFRIED** (1994): Annäherungen an die ‚Außenseiter‘. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus. In: Publizistik 39, 428–452.

**WEISCHENBERG, SIEGFRIED** (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen.

**WINKO, SIMONE** (1991): Wertungen und Werte in Texten. Axilogische Grundlagen und literaturwissenschaftliches Rekonstruktionsverfahren. Braunschweig.

**WOLF, ROR** (1982): Das nächste Spiel ist immer das schwerste. Königstein/Taunus.

**ZHONG, LIANMIN** (1995): Bewerten in literarischen Rezensionen. Linguistische Untersuchungen zu Bewertungshandlungstypen, Buchframe, Bewertungsmaßstäben und bewertenden Textstrukturen. Frankfurt/M. u. a.

**ZILLIG, WERNER** (1982): Bewerten. Sprechakttypen der bewertenden Rede. Tübingen.

## „Tor (.) Tor für Deutschland (.) und was für ein wunderschönes Tor“

### Wie Fußballreportagen im Radio Wendepunkte schildern.

Petra Serbin

#### Abstract

*Der Spannungsbogen der Live-Reportage über das ungeliebte letzte Gruppenspiel der deutschen Fußballnationalmannschaft bei der Europameisterschaft 2004 hat zwei entscheidende Wendepunkte aufzuweisen - das 1:0 der deutschen und den Anschlusstreffer der tschechischen Mannschaft zum 1:1. Durch die Auseinandersetzung mit den beiden zentralen Momenten erschließen sich die vielfältigen Mittel, welche auf verschiedenen Ebenen der Spannungssteigerung dienen. Die grundsätzliche Unterscheidung zwischen der Schilderung des aktuellen Spielgeschehens und der Vermittlung von Zusatzinformationen ist ein wesentlicher Charakterzug der beiden Wendepunkte und wirkt sich sowohl auf die inhaltliche als auch auf die formale Gestaltung der Fußball Live-Berichterstattung aus. Am ersten Wendepunkt überwiegt die Aktuelschilderung – die beinahe simultane Darstellung des Geschehens auf dem Spielfeld schränkt die inhaltliche Freiheit des Reporters ein. Folglich konzentriert sich die Untersuchung einerseits auf sprachliche Zusammenhänge wie ökonomischer Sprachgebrauch, vorherrschende Zeitformen und Besonderheiten des Wortschatzes, andererseits auf parasprachliche Gestaltungsmittel wie Intonation, Sprechgeschwindigkeit und Tonhöhe. Der zweite Wendepunkt hingegen liefert größtenteils Zusatzinformationen, was zur Folge hat, dass dem Kommentatoren mehr Raum bleibt seine Reportage thematisch individuell zu gestalten. Die Analyse des zweiten Wendepunktes bezieht sich demnach insbesondere auf die Inhalte der Live-Berichterstattung wie zum Beispiel Inszenierungsformen einzelner Sportler und Einschätzung und Einordnung des Geschehens durch den Reporter. Insgesamt betrachtet geht aus den Beobachtungen zu beiden Wendepunkten hervor, dass durch das Streben nach Aktualität und Allgegenwart zeitliche und räumliche Nähe zum Publikum erreicht werden möchte.*

#### 1. Einleitung

Willkommen zum ersten Endspiel dieser Europameisterschaften, zumindest für die deutsche Mannschaft. Sieben stehen fest für das Viertelfinale, ein Team wird noch gesucht. [...] wir warten noch auf den Anpfiff, hier in der Villa Kunterbunt dieser Europameisterschaften, das Stadion im Nordwesten von Lissabon in Grün und Gelb, die Sitze in allen Farben und noch dazu ein großartiges Bild – eine herrliche deutsche Kurve.<sup>1</sup>

Die „Villa Kunterbunt“ meinte es nicht gut mit den deutschen Nationalkickern, die bekanntlich am Ende der neunzig Minuten einen rabenschwarzen Tag ihrer Fuß-

ballgeschichte zu verzeichnen hatten. Der folgende Beitrag untersucht, wie Edgar Endres und Jens Jörg-Rieck in ihrer Live-Reportage über dieses Spiel berichtet haben; sie führten ihre Hörer am 23. Juli 2004 auf NDRinfo der Mittelwelle durch die Höhen und Tiefen des letzten Europameisterschaft-Gruppenspiels der Deutschen gegen die tschechische Nationalmannschaft.

Untersucht werden die beiden Wendepunkte des Spiels – die Sekunden um das 1:0 für die deutsche Mannschaft und der Anschlusstreffer der Tschechen zum 1:1.<sup>2</sup> Die folgende Analyse ist zwei emotional konträr gefärbten Spielmomenten gewidmet und geht der Frage nach, auf welche Art und Weise die Live-Reporter ihren Hörern die beiden zentralen Momente des Spiels vermitteln.



Jens-Jörg Rieck (links) und Edgar Endres (rechts)  
Quelle: [http://euro2004.ard.de/em2004/ard\\_team/radio](http://euro2004.ard.de/em2004/ard_team/radio)

#### 2. Wendepunkte eines Fußballspiels

##### 2. 1. Grobe Charakterisierung der zu untersuchenden Fragmente

Obwohl sowohl F1 als auch F2 die Sekunden vor einem Tor, einen erfolgreichen Torschuss und die Situation unmittelbar danach umfassen, besteht zwischen beiden ein grundlegender Unterschied im Bezug auf das Was und Wie der Berichterstattung.

Die zu untersuchenden Abschnitte sind beide von einem Wechselspiel zwischen Schilderung und ergänzender Information geprägt- ein Merkmal, welches Werner Zimmer als Grund-Element der Gattung<sup>3</sup> Live-Reportage

bezeichnet.<sup>4</sup>

In F1 überwiegt jedoch die Schilderung des aktuellen Spielgeschehens. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass das 1:0 aus dem laufenden Spiel heraus erfolgt und der Reporter – an dieser Stelle Edgar Endres – die Sekunden vor dem erfolgreichen Torschuss damit füllt, mehrere Aktionen am Spiel entlang nachzuvollziehen (Z 4-11)<sup>5</sup>. Schlussendlich führen diese zum Tor (Z 11). Darauf folgt ein Abschnitt der Zusatzinformation, mit einer Nachschilderung des eben Geschehenen, der Freude über das Tor und einer Einordnung des aktuellen Zwischenstandes (Z 11-15).

Im Gegensatz dazu nimmt in F2 das Vermitteln von Zusatzinformationen weitaus mehr Raum ein. Zum einen deshalb, weil eine Standardsituation zum Tor führt, der eine Spielunterbrechung vorausgegangen ist. Diese überbrücken beide Kommentatoren mit Aussagen von mehr oder weniger allgemeinem Charakter (Z 1-6); darauf folgt die Schilderung des Geschehens bis zum Tor (Z 6-10). Zum anderen, schließen sich an den erfolgreichen Vorstoß der Tschechen erste Hypothesen an, welche die mit dem Tor die greifbare Bedrohung des Ausscheidens thematisieren (Z 10-18).

## **2.2. Inhalt: Was vermittelt die Live-Reportage an den Wendepunkten?**

Die Passagen, welche aktuelles Spielgeschehen vermitteln, bieten wenig fruchtbare Diskussionspunkte, da der Reporter allein dem Spielverlauf folgt.<sup>6</sup> Die inhaltlichen Gestaltungsmöglichkeiten beschränken sich auf die Auswahl dessen, was als erwähnenswert erachtet wird – als weniger relevant eingestufte Details fallen weg. Anders verhält es sich mit Zusatzinformationen. Auch wenn diese in die Schilderung momentaner Ereignisse mehr oder weniger stark thematisch eingebettet sind, hat der Kommentator relativ große inhaltliche Freiheiten.

### **2.2.1. Fragment 1**

Nach Abschluss der Nachschilderung über das Tor, die Edgar Endres mit wenigen zusätzlichen Informationen über die Protagonisten der Vorbereitung und Ausführung des Schusses (Z 9-10) anreichert, stellt der Reporter Vermutungen an welche Bedeutung das Zwischenergebnis im Gesamtkontext des Turniers (Z 11-12) haben könnte. Er macht dem Hörer deutlich, dass diese Spielsituation einen entscheidenden Schritt in Richtung Viertelfinale darstellen könnte. Auf diese Weise schürt Endres die Hoffnung auf

einen aus deutscher Sicht positiven Ausgang des Spiels, wodurch die Spannung und somit auch das Interesse der Zuhörer an der Reportage aufrechterhalten wird. Daraufhin nennt der Reporter den momentanen Spielstand und gibt seinen Hörern so eine Orientierungshilfe indem er bereits Thematisiertes in Zahlen fasst.

In diesem Abschnitt gibt es keine Zusatzinformationen über die Akteure auf dem Spielfeld, ihre Vereine oder Allgemeines zum Thema Fußball. Da es sich um den ersten Wendepunkt in der Dramaturgie des Spiels handelt, geht es vielmehr darum, diesen auszuwerten, die Konsequenzen der Situation einzuschätzen und die Leistung der für das Tor Verantwortlichen zu bewerten. Letzteres geschieht in den Zeilen 12-13.

Um die positiven Emotionen hochzuhalten und so den erfreulichen Moment für den Hörer erfolgreich zu konservieren, wird der Torschuss Ballacks zweimal als herausragend bewertet und nochmals wiederholt, dass sich die deutsche Elf im Vorteil befindet (Z 12-13). Dieser Effekt wird auf *parasprachlicher*<sup>7</sup> Ebene noch verstärkt.

### **2.2.2. Fragment 2**

In der Spielunterbrechung, auf die ein Freistoß für die tschechische Mannschaft folgen wird, bleibt dem Reporter Raum, dem Rezipienten Zusatzinformationen zu liefern. Edgar Endres greift sich den Spieler Marek Heinz heraus, der seiner Einschätzung nach den Freistoß ausführen wird und bringt ihn in Zusammenhang mit dem System Bundesliga (Z 1-3). Der Reporter baut eine Brücke zwischen der fußballerischen Vergangenheit des Spielers und der Gegenwart, lässt so einen Konflikt entstehen und verleiht der Situation zusätzliche Brisanz. Es darf jedoch daran gezweifelt werden, ob dieser Konflikt auch in der Sportwirklichkeit des Marek Heinz existiert – ein einfaches Beispiel dafür, wie durch die mediale Berichterstattung Wirklichkeit vermittelt wird, welche sich vom realen Sportgeschehen entfernt. Der Reporter lässt Spannung entstehen, die vor allem auf persönlicher Mutmaßung beruht und weniger auf nachweisbaren Fakten aufbaut. Die Spielsituation wird auf diese Weise für den Hörer interessanter, da innere Konflikte des Protagonisten inszeniert werden.

Nach dem Tor, welches den Grundstein für die Niederlage der deutschen Mannschaft legen sollte, nennt Edgar Endres die laufende Spielminute (Z 5) und sorgt so für die Orientierung des Hörers. Gleichzeitig wird indirekt deutlich, dass nur noch etwa 60 Minuten zur Verbesse-

<sup>4</sup>„Tor (.) Tor für Deutschland (.) und was für ein wunderschönes Tor“

rung des momentanen Spielstands bleiben, was einmal mehr zur Spannungssteigerung beiträgt.<sup>8</sup> Mit der Zeitangabe wird eine bedrohende Situation eingeleitet, die in den folgenden Sekunden durch eine Reihe von Aussagen konkretisiert wird.

An dieser Stelle der Reportage kommt es zu einem Sprecherwechsel (Z 6).<sup>9</sup> Edgar Endres beendet seinen Turn<sup>10</sup>, indem er den Co-Kommentator mit Namen anspricht und ihn auffordert, die augenblickliche Lage einzuschätzen. Er schafft so eine Einladung zum Dialog, auf die Jens-Jörg Rieck umgehend reagiert (Z 7). Zudem verursacht Endres durch diesen Schritt einen Adressatenschwenk, denn er spricht nicht mehr alle Zuhörenden, sondern explizit seinen Gesprächspartner an.<sup>11</sup> Dieses Vorgehen verleiht der Reportage einen neuen Impuls, sie gibt dem Hörer das Gefühl einer lebendigen Diskussion, die das Geschehen aus verschiedenen Blickwinkeln schildert und die Darstellung nicht auf eine einzige Perspektive beschränkt.

Mit dem Sprecherwechsel geht gleichzeitig die Aktuelleschilderung rund um das Tor in die bewertende Zusatzschilderung über. Jens-Jörg Rieck ordnet den momentanen Spielstand in den Kontext des Turniers ein und nennt die Konsequenzen, die sich für die deutsche Mannschaft bei unverändertem Ergebnis ergeben würden. Obwohl er den Zuhörer mit seinen Worten auf die Bedrohung hinweist, entkräftigt er seine Worte mehrere Male, indem er betont, dass nur die gegenwärtige Situation zu diesen Ergebnissen führt. Die Möglichkeit, dass der derzeitige Spielstand durchaus noch verändert werden kann wird vergegenwärtigt. Damit informiert der Reporter zwar über den aktuellen Zusammenhang und die daraus entstehenden – aus deutscher Sicht – negativen Konsequenzen, jedoch werden wie in Fragment 1 in erster Linie durch Wiederholungen und ermutigende wie beruhigende Aussagen Hoffnungen geschürt. Die Aussichten sind schlecht, aber der Zuhörer soll davon überzeugt werden, dass sie nicht ausweglos sind. Die Reportage versucht an dieser Stelle Spannung zu erzeugen, indem die drohende Niederlage und die Hoffnung auf einen Sieg in Balance gehalten werden.

Es bleibt noch festzuhalten, dass der Reporter hier die Einordnung der Situation als wichtiger einstuft, als das, was unmittelbar nach dem erfolgreichen Torschuss auf dem Rasen geschieht. Es wird deutlich in welchen Momenten der Live-Reportage er dem Vermitteln von Zusatzinformationen den Vorzug vor der Schilderung des aktuellen Geschehens gibt.

Die Beobachtungen bis zu diesem Moment haben gezeigt, dass sich ein Live-Reporter in Schlüsselmomenten von Fußballspielen weitaus mehr als nur sprachlichen Herausforderungen zu stellen hat. Er muss ebenso erkennen, welche zusätzlichen Informationen dem Hörer zu präsentieren sind, um Spannung und Interesse am Spiel zu wahren. Handelt es sich um eine Auseinandersetzung welcher so viel Bedeutung beigemessen wird wie der untersuchten, sind die Anforderungen ungleich höher. Bei einem positiven Spielverlauf muss der Kommentator diese Stimmung steigern, sie durch seine Worte intensivieren und den Hörer in seinem Zugehörigkeitsgefühl bestärken. Bei einer negativen Entwicklung der Auseinandersetzung gilt es eine positive Wendung in Aussicht zu stellen. Die Hoffnung des Zuhörers muss aufrechterhalten werden um zu vermeiden, dass er sich resigniert abwendet.

### 2.3. Formale Gestaltungsmittel der Live-Reportage

Den Radioreportern stehen bei der Live-Übertragung sprachliche und parasprachliche Gestaltungsmittel zur Verfügung. In den folgenden Abschnitten soll gezeigt werden, wie diese Mittel eingesetzt werden.

#### 2.3.1. Sprache

##### 2.3.1.1. Fragment 1

Der Live-Reporter muss bisweilen sehr temporeiches Geschehen fast simultan schildern, was bedeutet, dass Sprache so ökonomisch wie möglich eingesetzt werden muss: möglichst wenige präzise Worte sollen dem Hörer möglichst viel spielrelevante Information vermitteln. Die Zusammenhänge müssen demzufolge stark verkürzt dargestellt werden. Die Untersuchung der sprachlichen Merkmale gilt demnach bevorzugt dem Phänomen der Verknappung.



Werner Zimmermann, Quelle: <http://www.ard.de/special/helden1954/pages/2463.php?ch=1>

### 2.3.1.1.1. Verknappung

Besonders häufig werden Partizipien gebraucht, um Vorgänge auf dem Spielfeld verkürzt darzustellen. So finden sich in den ersten sechs Zeilen von F1 vier Partizipien (Z 1, Z 4, Z 5) mithilfe derer Bewegung vermittelt wird, ohne dass ein ganzer Satz aus den Mindestbausteinen Subjekt und Prädikat<sup>12</sup> ausformuliert werden muss. Folgende Partizipialkonstruktion mutet nahezu poetisch an: „und noch ein bisschen gependelt, und noch ein bisschen gewartet, und dann ist die Chance vorüber“. Diese Aufzählung gibt wohl strukturiert, in drei sparsamen, die Phantasie des Zuhörenden anregenden Schritten, einen Spielzug wieder.<sup>13</sup> Durch die dreimalige Wiederholung der Konjunktion ‚und‘, gleicht der Sprachfluss des Kommentators einer schnellen Vorwärtsbewegung, die er sich an dieser Stelle auch auf dem Spielfeld gewünscht hätte.<sup>14</sup> Der Inhalt seiner Aussage kommuniziert jedoch eine letztendlich missglückte Aktion des Spielers Frings.

Ein weiteres Mittel zeitraubende Beschreibungen zu vermeiden sind Wortzusammensetzungen, wie das aus drei Substantiven gebildete Wort „Kopfballverlängerung“<sup>15</sup> (Z 4). Die namentlich nicht genannte Anspielstation, ihre Positionierung auf dem Spielfeld und ihre Bewegung werden zu einem einzigen zusammengesetzten Ausdruck komprimiert, der ausreicht um den Spielzug von Hamann zu Frings zu schildern. Die beiden stark lexikalisierten Substantivkomposita „Länderspieltor“ (Z 10, F1) und „Bundesligaspiele“ (Z 2, F2) sind ebenso verknappend, jedoch sind sie durch ihre starke Lexikalisierung weniger auffällig. Diese feststehenden Begriffe lassen sich in der Reportage kaum paraphrasieren. „Kopfballverlängerung“ ist zwar ebenso gebräuchlich, die genaue Bedeutung des Ausdrucks ist jedoch nur für den zu entschlüsseln, der über ein gewisses Ausmaß an Fußball-Fachkenntnis verfügt.

Eine weitere Form der Verknappungs-Methode, ist die Ellipse. Sie ist nicht nur als ökonomische Sprachhandlung effizient, sondern kurbelt auch die Geschwindigkeit an, erzeugt Dynamik und fördert den Spannungsbogen der Berichterstattung. Ein Beispiel für eine Verbellipse, welche nach Nele Generala die am häufigsten verwendete Form der Ellipse darstellt,<sup>16</sup> findet sich in Zeile 2.<sup>17</sup> Edgar Endres verwendet in diesem kurzen Segment auch Subjektellipsen.<sup>18</sup> Er spart Satzteile aus, die für das Verständnis entbehrlich sind, erhöht so das Sprachtempo und transportiert mehr Information. Das verringert die Distanz zwischen dem Hörer und dem Geschehen im



Werner Zimmermann im Gespräch, Quelle: s. Vorseite

Fußballstadion und suggeriert unmittelbare Partizipation. Überdies kann erhöhte Dynamik auch für erhöhte Spannung sorgen.

Eine weitere populäre Methode der zusammenfassenden Darstellung ist der Nominalstil der Kommentatoren, der eine „geraffte, aber trotzdem noch präzise Wiedergabe“<sup>19</sup> des Geschehens ermöglicht.

### 2.3.1.1.2. Tempus

Was Thomas Horky in seiner Analyse der Mediensportwirklichkeit „Inszenierungsprozess Nähe“<sup>20</sup> nennt, beschreibt und charakterisiert unter anderem die Wahl des Tempus. In beiden Fragmenten dominiert mit wenigen Ausnahmen das Präsens. Dies gilt besonders für die Abschnitte des Aktionstextes. Das Tempus der Gegenwart schafft Aktualität und suggeriert auf diese Weise zeitliche Nähe zum Zuhörer, dem die Ereignisse vor Ort fast simultan präsentiert werden. Vergangenheitstempora schaffen grundsätzlich eine Distanz zwischen dem erzählten Geschehen und dem Rezipienten der vermittelten Information. Die Präsensformen sind zudem die einfachsten Verbformen und fügen sich damit nahtlos in das Bestreben ein, einen möglichst ökonomischen Sprachgebrauch in der Live-Reportage zu erreichen.

Im Erzähltext, der sich thematisch von aktuell Relevantem abwendet, tauchen in hypothetischen Sprachhandlungen bisweilen Konditionale auf, wie z.B. bei der Einschätzung der augenblicklichen Lage und deren Konsequenzen in Fragment 2.<sup>21</sup> Durch den Gebrauch von konditionalen Satzgefügen wahrt der Reporter die Option auf das Nichteintreten seiner Vorhersage und schafft somit ein weiteres Mittel der Spannungssteigerung. Tempora der Vergangenheit kommen in den betrachteten Abschnitten sowohl in F1 als auch in F2 jeweils nur ein Mal vor.<sup>22</sup> Beide Male sind die Bezugspunkte der Aussage zeitlich im Rahmen

„Tor (.) Tor für Deutschland (.) und was für ein wunderschönes Tor“

des Spielzeitsystems anzusiedeln, bauen demnach keine Brücken zu entfernten Ereignissen und entsprechen so dem grundlegenden Streben des Fußball Live-Reporters nach Aktualität und Unmittelbarkeit.

#### 2.3.1.1.3. Lexik

Es ist nicht sonderlich erstaunlich, dass ein Reporter bei internationalen Begegnungen ein unterschwelliges Zugehörigkeitsgefühl zur Mannschaft des eigenen Landes hat. Dies gilt besonders dann, wenn es sich um ein ausgesprochen bedeutendes Spiel handelt, an dem das Publikum mit großen Emotionen teilnimmt. Die national geprägte Perspektive von Edgar Endres äußert sich an einem Beispiel auf lexikalischer Ebene. Seine Reaktionen auf die beiden Tore lauten folgendermaßen: „und was für ein wunderschönes Tor“ – „furchtbarer Treffer“ (Z 8-9, F1, bzw. Z 5, F2). Endres verwendet an dieser Stelle semantisch kontrastierende Lexeme („wunderschön“, „furchtbar“), beschreibt jedoch in beiden Fällen die spielerisch-technisch herausragenden Qualitäten eines Spielers. ‚Furchtbarer Treffer‘ benennt keineswegs einen misslungenen Torschuss, sondern vielmehr einen der besonders präzise platziert und für den Torwart nicht zu halten war. Zusätzlich schwingt die grausame Konsequenz mit, die sich für das deutsche Team aus dem so erzielten Spielstand ergeben hätte. Die emotionale Perspektivierung des Reporters führt hier zu einer vollkommen konträren Benennung von aus objektiver Sicht qualitativ ähnlich zu bewertenden Spielzügen.

#### 2.3.1.2. Fragment 2

Wie schon gesagt, besteht Fragment 2 zu weiten Teilen aus Erzähltext. Auch hier finden sich die schon behandelten sprachlichen Merkmale, da sie jedoch nur einen geringen Teil des Textes bestimmen, sollen sie nur kurz erwähnt werden.

Von besonderem Interesse ist die kurze Passage vor dem Torschuss der tschechischen Mannschaft: „Heinz läuft an, Heinz schießt“. Der zweite Satz wird durch die wiederholte Nennung des Spielernamens mit dem ersten Satz verbunden. General hat festgestellt, dass die Mehrfachnennung der Spielernamen insbesondere in Situationen vor dem Tor angewendet wird.<sup>23</sup> In dem hier vorliegenden Fall erhöht eine solche Struktur das Tempo der Reportage kurz vor dem inhaltlich bereits beschriebenen zweiten Wendepunkt der Partie. Durch das Aneinanderreihen ähnlich gebauter, extrem kurzer Sätze erreicht der Repor-

ter maximales Sprechtempo und vermittelt gleichzeitig die wesentliche Bewegung welche sich in diesem Moment auf dem Rasen ereignet.

#### 2.3.2. Parasprachliche Merkmale

Die folgenden Beobachtungen beziehen sich größtenteils auf die Schilderungen entlang des aktuellen Spielgeschehens. Auch wenn parasprachliche Mittel wie Schnelligkeit, Betonung, Dehnung etc. ebenso in der Präsentation von Zusatzinformationen eingesetzt werden, sind die charakteristischen Anwendungsformen in Fußball Live-Reportagen und die daraus hervorgehenden Funktionen besonders gut an Beispielen der Aktuellschilderung zu erläutern.

##### 2.3.2.1. Fragment 1

Das Spiel mit dem Sprechtempo ist ein effektives Werkzeug des Live-Kommentators, um seine Reportage besonders abwechslungsreich zu gestalten. Er kann die Geschwindigkeit des Geschehens auf dem Spielfeld in seinen Sprachhandlungen widerspiegeln und so für den Zuhörer erlebbar machen. In den Zeilen 1-6 agiert Edgar Endres mit gleichbleibend hoher Sprechgeschwindigkeit, verleiht ihr dabei leichte Wellenbewegungen und verhindert auf diese Weise, dass Monotonie entsteht. Die Geschwindigkeit sinkt mit der oben beschriebenen Aufzählung<sup>24</sup> stark ab, um gleich darauf wieder erhöht zu werden und in das Tor zu münden. Nachdem es gefallen ist, dehnt der Kommentator die folgenden Wörter und schraubt die Sprechgeschwindigkeit plötzlich merklich herunter. In Zeile 11-14 folgen Zusatzinformationen, welche er im Vergleich zu den Schilderungen kurz vor dem erfolgreichen Torschuss, in relativ langsamem Sprechtempo vorträgt. In den Passagen des Erzähltextes ist der Reporter nicht an das aktuelle Geschehen gebunden und seine Tempowahl demzufolge flexibler.

In beiden Fragmenten hebt und senkt sich Endres' Stimme entsprechend der Entwicklung des Sprechtempo. Erhöht es sich, hebt sich die Stimme des Reporters, wird die Geschwindigkeit verringert, senkt sie sich wieder. Besonders deutlich wird dies in Zeile sechs mit den Worten „und dann ist die Chance vorüber“, die sich sowohl in ihrem Sprechtempo, als auch in ihrer Stimmlage von ihrer direkten Umgebung abgrenzen. Edgar Endres senkt seine Stimmhöhe in dieser Beschreibung kontinuierlich, parallel zum verringerten Sprechtempo. Dadurch vermittelt er die Enttäuschung dieses Momentes auf einer außersprachli-

chen Ebene. Mit parasprachlichen Gestaltungsmitteln dieser Art werden Emotionen transportiert, das Ereignis erlebbar gemacht und beim Hörer auf diese Weise das Gefühl evoziert, ganz nah am Geschehen dran zu sein.<sup>25</sup> Die räumliche Distanz zwischen dem sportlichen Geschehen und dem Rezipienten des medial veränderten Bildes des Geschehens zu reduzieren, ist ein wesentlicher Inszenierungsprozess der Massenkommunikation, der auch im Hörfunk dazu genutzt wird Spannung zu erwecken und so das Interesse des Hörers aufrecht zu erhalten.<sup>26</sup>

Fragment 1 weist jedoch am ersten Wendepunkt der Reportage eine Ausnahme auf- die Parallelität von Stimmlage und Sprechgeschwindigkeit ist hier entgegengesetzt: „Tor [...] und was für ein wunderschönes Tor“ (Z 8-9). Die Klimax der Entwicklung der Tonhöhe läuft mit einem extrem verlangsamten Sprechtempo zusammen. In dem Edgar Endres jede einzelne Silbe dieser Wortreihe betont und die Intensität der Sprachhandlung sowie seine Stimmlage sehr hoch sind, erweckt er den Eindruck von leidenschaftlicher Anteilnahme: es wird ein „Zusammengehörigkeitsgefühl mit dem Publikum“<sup>27</sup> suggeriert. Zudem verlängert die gedehnte Artikulation den Moment der Euphorie und macht ihn so für den Zuhörer intensiver erlebbar.

Zum Gesamteindruck dieser Passage gehören auch non-verbale Elemente wie Geräusche und Atmosphäre.<sup>28</sup> Die Live-Reportage ist auf nichtsprachlicher Ebene auch durch die Geräusche der Zuschauer im Stadion geprägt. In den Momenten vor dem erfolgreichen Torschuss schwillt der Geräuschpegel der Zuschauermassen im Hintergrund stark an und verhält sich somit wie die Tonhöhe des Sprechers, die mit dem Tor ihren Höhepunkt erreicht. Auch die Geräuschkulisse suggeriert dem Zuhörer Nähe und gibt ihm das Gefühl, am Geschehen teilzuhaben.

### 2.3.2.2. Fragment 2

Im Bezug auf den Gebrauch außersprachlicher Gestaltungsmittel in den kurzen Passagen der Aktuellschilderung des zweiten Abschnitts, sind ähnliche allgemeine Charakteristika zu beobachten, wie in Fragment 1: Tonhöhe und Sprechgeschwindigkeit steigern sich vor dem Torschuss (Z 4), der Torschuss selbst und die darauf folgenden kurzen Bewertungen werden leicht gedehnt artikuliert (Z 4-5). Die ergänzenden Informationen zur Einschätzung der Situation werden in etwas gedrosseltem Sprechtempo präsentiert (Z 6-12). Dennoch unterscheiden sich die sprachliche Realisierung des Torschusses und

dessen unmittelbare Umgebung nicht nur lexikalisch von F1, sondern auch bezüglich der parasprachlichen Mittel. „Tor“ erfährt eine kaum weniger enthusiastische Artikulation – Intensität, Tonhöhe und Dehnung des einsilbigen Wortes sind ähnlich wie in Fragment 1. Doch in den darauffolgenden Satzteilen „in den Winkel, furchtbarer Treffer“ genießt der Reporter nicht mehr ausgedehnt seine eigenen Worte, sondern verringert Tonhöhe und Intensität seiner Sprachhandlung merklich, wodurch er einen etwas mutlosen Eindruck vermittelt. Wieder wird ein Zusammengehörigkeitsgefühl seinen Hörern gegenüber suggeriert. An dieser Stelle ist die Zusammengehörigkeit allerdings eher eine Leidensgenossenschaft.

Abschließend soll der Aspekt der Ikonizität beleuchtet werden, die in einigen der bisher benannten parasprachlichen Merkmalen zum Ausdruck kommt. Ikonizität bezeichnet Analogien „zwischen einer sprachlichen Form und der von ihr bezeichneten Sache.“<sup>29</sup> Als Beispiel kann die bereits besprochene Satzreihe dienen: „Heinz läuft an, Heinz schießt, Tor.“ (Z 4) Tonhöhe und Sprechgeschwindigkeit steigern sich mit diesen Worten analog dem Spieltempo auf dem Feld, bzw. in diesem Falle der Laufgeschwindigkeit des Marek Heinz und der darauffolgenden Kräfteinwirkung auf den Ball. Spiegelungen dieses Typs beschränken sich in den untersuchten Abschnitten nicht auf Ähnlichkeiten zwischen dem Gegenstand der Reportage und der Stimmlage oder dem Sprechtempo, sondern werden auch durch die Intensität der Sprache, ihre Melodie oder besondere Betonungen hervorgerufen.

### 3. Fazit

Die Untersuchung der beiden Fragmente hat gezeigt, dass die Gestaltung der Live-Reportage in erster Linie auf Spannungssteigerung ausgerichtet ist.<sup>30</sup> Die Reporter konstruieren diese Spannung mit verschiedenen Bausteinen und auf unterschiedlichen Ebenen: sie inszenieren persönliche Konflikte, die zur Emotionalisierung der physischen Sportwirklichkeit führen; sie bemühen sich durch Dynamik und Kurzweiligkeit ihrer Sprache Geschwindigkeit zu inszenieren, und sie suggerieren mithilfe von verschiedenen Mitteln räumliche und zeitliche Nähe zum Publikum. Aktualität und Allgegenwart verleihen der „Sendeform der Gegenwart“<sup>31</sup> ihren Reiz und prägen ihre journalistische Gestaltung.

## ANHANG

### Fragment 1

Edgar Endres:

1. jetzt warten wir auf den Eckball (.) der kommt (.) hoch heringeschlagen (.) in den
2. Sechzehner (.) mit einer Faust (.) der Schlussmann der Tschechen Blažek dazwischen (.)
3. zweite Gelegenheit (.) für Hamann (.) könnte hineinflanzen (.) tut das auch relativ
4. ungenau (.) Kopfballverlängerung (.) der Ball ist gelandet bei Frings (.) und noch ein
5. bisschen gependelt (.) und noch ein bisschen gewartet (.) und dann ist die Chance
6. vorüber (.) das war nicht viel (.)
7. aber jetzt die zweite Gelegenheit (.) noch einmal (.) Schweinsteiger könnte schießen (.)
8. lässt abprallen für Ballack (.) Tor (.) Tor für Deutschland (.) und was für ein
9. wunderschönes Tor (.) in den Winkel (.) *Super Schweinsteiger legt auf (.) 18 Meter (.)*
10. *Ballack (.) 20. Länderspieltor (.)*
11. *Vielleicht eins der ganz ganz wichtigen um die deutsche Mannschaft nach Faro zu*
12. *bringen am Samstag (.) ins Viertelfinale gegen Schweden (.) 1:0 (.) ein super Tor (.) die*
13. *deutsche Mannschaft liegt vorne (.) ein klasse Tor (.) und Wolf-Rainer Gecks (.) war da*
14. *irgendwas in Braga (.)*

### Fragment 2

Edgar Endres:

1. Sie legen sich den Ball ganz ganz langsam zurecht (.) *und es wird wahrscheinlich Marek*
2. *Heinz sein der mit einigen Bundesligaspielen noch einige Rechnungen offen hat(.)aus*
3. *seiner Zeit (.) Arminia Bielefeld (.) Hamburger SV(.)*
4. Die deutsche Abwehr (.) vier fünf Mann stehen (.) Heinz läuft an (.) Heinz schießt: (.) Tor
5. (.) in den Winkel (.) *furchtbarer Treffer (.) 1:1 (.) 30. Minute (.) ausgerechnet Marek*
6. *Heinz (.) und jetzt Jens- Jörg Rieck ham wir ne Situation die wolln wir nicht (.)*

Jens-Jörg Rieck:

7. *nee, die wolln wir überhaupt nicht, denn jetzt siebt es ganz schlecht aus für die deutsche*
8. *Mannschaft (( ))<sup>32</sup> im Moment müssen wir nun natürlich noch mehr auf das Resultat*

9. *der Niederländer achten (.) die jetzt (.) bei der jetzigen Konstellation (.) liebe Hörer nicht*
10. *verzweifeln (.) nach Tschechien (.) im Moment (.) im Moment wohl gemerkt (.) im*
11. *Viertelfinale wären (.) Das Ticket das die Deutschen in der Hand hatten ist zurzeit hier*
12. *im Estádio José Alvalade weg.*

## ANMERKUNGEN

- 1) Jens-Jörg Rieck auf *NDRinfo*; Live-Reportage am 23.06.04; Reporter: Edgar Endres und Jens-Jörg Rieck.
- 2) Siehe Anhang; der erste Abschnitt wird als F1 (Fragment 1), der zweite als F2 (Fragment 2) bezeichnet.
- 3) Jürg Häusermann bezeichnet die verschiedenen Sendungstypen im Hörfunk als Sendeformen, Gattungen oder Genres; vgl.: Häusermann, Jürg (1998): Radio, in: Grundlagen der Medienkommunikation Band 6, Tübingen, 67.
- 4) Zimmer, Werner: Sportreportage, in: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.) (1989): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk; München, 185.
- 5) Zur schnelleren Orientierung werden von nun an die Zeilen der Transkription angegeben.
- 6) Zimmer (1991), 30.
- 7) Siehe 2.3.2. „Parasprachliche Mittel“.
- 8) Nele General (2003, 61) stellt die These auf, dass „das Ende nicht die Konnotation einer Bedrohung erhält“, wenn ausschließlich die schon gespielten Minuten und nicht die verbleibende Zeit bis zum Spielende sprachlich realisiert werden. Meiner Ansicht nach trifft diese Einschätzung nicht immer zu. Es scheint von verschiedenen Faktoren abzuhängen, welche Assoziationen das Nennen der Spielminute beim Zuhörer hervorruft. Zum Beispiel von parasprachlichen Eigenschaften, die die Äußerung des Reporters begleiten, d.h. die Betonung, der Tonfall etc. Oder auch von der Bedeutung, die der Hörer dem Spiel beimisst, bzw. wie stark er emotional involviert ist.
- 9) Im Gegensatz zum schleifenden Sprecherwechsel, bei dem die Schilderung des Reporters durch seinen Co-Reporter fortgesetzt wird, ohne dass Letzterer auf irgendeine Weise dazu aufgefordert worden ist, impliziert der direkte Sprecherwechsel eine vorausgegangene Sprachhandlung, die den Gesprächspartner zur Übernahme des Rederechts verpflichtet. Zu verschiedenen Kategorien des Reporterwechsels vgl.: General (2003), 62-63.
- 10) ‚Turn‘ bezeichnet einen Gesprächsbeitrag eines Radioreporters; vgl.: Troesser, Michael (1986): Moderieren im Hörfunk; Tübingen, 99.

- 11) Ebd.
- 12) Vgl.: Schaefer, Jürgen (1989): Sprachliche Strukturen in Texten der Sportberichterstattung, Bochum, 141; zitiert nach: Nele General (2003).
- 13) Die assoziative Aussagekraft der knappen Worte fällt naturgemäß nur bei den Hörern auf fruchtbaren Boden, die als fußballbaffenes Publikum einen gewissen Erfahrungshorizont besitzen. Der Live-Kommentator baut bei der Gestaltung seiner Reportagen auf diese Prämisse und ihre verschiedenen Äußerungen wie Regelkenntnis, Verständnis von Fachvokabular etc. auf. Fehlte diese Basis, würde die Darstellungsform der Live-Reportage in ihrer Schnelligkeit und Spontaneität nicht funktionieren. Über vereinfachende Bedingungen für den Live-Berichtersteller, vgl.: General (2003), 24.
- 14) Über das Phänomen der Ikonizität, s. 2.3.2.2. ‚Fragment 2‘.
- 15) Das Deutsche macht in der Wortbildung umfangreichen Gebrauch von Komposita; dadurch sind mannigfaltige Möglichkeiten, nicht nur des Gebrauchs bereits etablierter Wortzusammensetzungen, sondern auch der Anwendung immer wieder neuer, individuell geprägter Neologismen gegeben, die in dem hier untersuchten Abschnitt leider nicht auftauchen.
- 16) General (2003), 35.
- 17) „mit einer Faust der Schlussmann der Tschechen Blazek dazwischen“ (F1).
- 18) „zweite Gelegenheit für Hamann könnte hineinflanzen tut das auch relativ ungenau“ oder: „Schweinsteiger könnte schießen lässt abprallen für Ballack“.
- 19) Vgl.: Heinz-Helmut Lüger (1996): Pressesprache, Tübingen, 26; zitiert aus: General (2003), 36.
- 20) Über die verschiedenen Inszenierungsprozesse, durch welche aus physischer Sportwirklichkeit Mediensportwirklichkeit wird, vgl. Thomas Horky (2001): Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation - theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung, Jesteburg, 177ff. Horky versteht unter dem „Inszenierungsprozess Nähe“ die verschiedenen medialen Transformationen die vorgenommen werden, um zum Zwecke der Spannungssteigerung die Distanz zum Rezipienten zu verringern.
- 21) F2, Z11.
- 22) F1, Z 6: „das war nicht viel“; F2, Z 11: „Das Ticket das die Deutschen in der Hand hatten ist [...] weg“.
- 23) Vgl. General (2003), 40.
- 24) Siehe 2.3.1.1.1. ‚Verknappung‘.
- 25) Vgl.: Horky (2001), 203.
- 26) Über den „Inszenierungsprozess Nähe“, vgl. Horky (2001), 184.
- 27) General (2003), 47; zum Einsatz von Betonung und deren

Funktionen, vgl. ebd.

28) Häusermann (1998), 65-66.

29) Pörings, Ralf, Schmitz, Ulrich (Hrsg.) (1999): Sprache und Sprachwissenschaft. Eine kognitiv orientierte Einführung, Tübingen, 8; zitiert nach: General (2003), 50.

30) Über die verschiedenen Inszenierungsprozesse, die dazu dienen die Strukturen des Sports in der Massenkommunikation zu dramatisieren um so eine Spannungssteigerung zu erreichen: vgl. Horky (2001), 177ff.

31) Häusermann (1998), 77.

32) Um den Gegenstand der Untersuchung im Rahmen zu halten, hat an dieser Stelle ein Abschnitt von ca. 8sec keine Entsprechung gefunden. Er zeigte weder sprachliche, noch inhaltliche Charakteristika, die für die Untersuchung relevant sind. Der Ausschnitt ist jedoch im Hörbeispiel zu finden.

#### LITERATUR

**ARNOLD, BERND-PETER** (1991): ABC des Hörfunks. München.

**GENERAL, NELE** (2003): Ein Ereignis, zwei Perspektiven? – Vergleichende Untersuchungen zu Live-Reportagen im deutschen und französischen Fernsehen. Hamburg (Magisterarbeit).

**HÄUSERMANN, JÜRIG** (1998): Radio. Grundlagen der Medienkommunikation Band 6. Tübingen.

**HORKY, THOMAS** (2001): Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Jesteburg.

**TROESSER, MICHAEL** (1986): Moderieren im Hörfunk. Tübingen.

**WACHTEL, STEPHAN** (1994): Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. München.

**ZIMMER, WERNER** (1991): Sportreportage. In: La Roche, Walter von/Buchholz, Axel: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München.



„Tor (.) Tor für Deutschland (.) und was für ein wunderschönes Tor“

*Abstract*

*Sport, speziell der Fußball, hat sich in Deutschland längst zu einem bedeutsamen Thema der Alltagskommunikation entwickelt. Fast jeder kann mitreden und ist „dabei“. Dies gilt auch für blinde und sehbehinderte Menschen. Neben dem für alle Rezipienten leitenden Motiv, den Sport und die Reaktionen darauf unmittelbar erleben zu können, ist der Stadionbesuch für sie ein bedeutsamer Teil ihres Strebens nach Normalität und damit zugleich ein selbstverständlicher Beitrag zum dem, was unter dem großen Begriff der „Integration“ gefasst wird.*

*Ein wesentlicher Teil der Faszination und Relevanz solcher Ereignisse bleibt dieser besonderen Adressatengruppe in der Regel allerdings noch verschlossen: die unmittelbare und permanente Teilhabe am Geschehen. Ihre Begleiter sind nicht ausgebildet und besitzen zu wenig Informationen und Handwerkszeug, um ihnen ein solches Ereignis zu vermitteln. Auch scheinen die vorhandenen Formen der Berichterstattung der TV- und Hörfunksender nicht geeignet, diese Aufgabe adäquat zu erfüllen.*

*Der Beitrag versucht anhand von Praxisbeispielen, Inhalte und Funktionen einer speziell auf die Bedürfnisse und Ansprüche sehgeschädigter Fußballanhänger zugeschnittenen Live-Reportage zu erläutern und im Anschluss daran Entwicklungstendenzen dieser noch jungen journalistischen Darstellungsform aufzuzeigen.*

**1. „Warum gehen die Leute ins Stadion?“**

Der Fußballlehrer und langjährige Bundestrainer Sepp Herberger entgegnete auf diese Frage einst in breitem Mannheimer Dialekt: „Weil se net wisse, wie’s ausgeht.“ Diese lapidare Antwort besitzt zweifelsohne eine gewisse philosophische Tiefe und kann in eine Reihe mit anderen Herbergerschen Axiomen - etwa vom runden Ball oder dem 90 Minuten andauernden Spiel - gestellt werden. Sie beschreibt treffend die zentralen Eigenschaften des Wettkampfs und der Ungewissheit des Ausgangs. Auf diesen beruht auch die hohe Attraktivität eines Stadionbesuchs und des Mitverfolgens sportlicher Ereignisse.

Der Sport eröffnet seinem Publikum eine große Bandbreite an Interpretations- und Rezeptionsmöglichkeiten zur Befriedigung verschiedenster kommunikativer Bedürfnisse.<sup>1</sup>

Nach Teichert (1976, 4) lassen sich diese Kommunikati-

onsbedürfnisse grob in vier Bereiche unterteilen:

1. *kognitive Bedürfnisse* - sind auch als Informationsbedürfnisse zu verstehen, die dem Handelnden bei seiner Orientierung und Entscheidungsfindung in seiner Umwelt helfen sollen. Sie werden beschrieben als Neugier, Streben nach Wissen und Weiterbildung, Handlungsanweisung sowie Kontrolle der Umwelt;
2. *affektive Bedürfnisse* - gründen sich im eskapistischen Verlangen des Individuums und dienen der Unterhaltung. Sie beschreiben die Wünschen nach Entspannung, Ablenkung, aber auch Spannungssuche als Zeitvertreib;
3. *integrative Bedürfnisse* - basieren auf dem Wunsch nach sozialer Empathie bezüglich verschiedenster Referenzgruppen wie Familie, Freunde, Gemeinde, etc.. Durch habituelle Nutzungsmuster und ritualisierte Inhaltsstrukturen ermöglichen die Medien die Identifikation mit anderen Individuen und geben Hilfen bei der Annahme sozialer Rollen;
4. *interaktive Bedürfnisse* - resultieren aus dem Wunsch nach Geselligkeit und sozialer Interaktion. Medien liefern Anlässe und Themen für Gespräche oder stellen bei fehlendem sozialen Umfeld einen Ersatz für die interpersonale Kommunikation.

Gerade die Befriedigung der integrativen und interaktiven Bedürfnisse besitzt eine große Bedeutung für Blinde und Sehbehinderte. Für sie ist der Stadionbesuch nicht nur passive Teilnahme, sondern vor allem aktive Teilhabe in ihrem Streben nach der „Gewinnung eines Stücks normalen Lebens“. Sich mit Tausenden anderen Fans auf den Weg ins Stadion zu machen, schließlich live dabei zu sein, bedeutet die Verschiebung persönlicher Grenzen und damit eine wesentliche Erweiterung ihres Lebensraums:

„Ich mache mir Bilder vom Geschehen auf dem Platz und vom Drumherum; deshalb möchte ich auch Infos zum Spiel. Letztlich ist es aber vor allem das Gemeinschaftserlebnis und die Möglichkeit, sich ein Stück weit ausleben zu können, indem wir bei den Fangesängen anstimmen und mit vollem Einsatz ‚unsere Bayern‘ anfeuern und zum Sieg schreien.“ (Seuß 2004, 25)

## 2. Was bieten die Medien?

Vierorts wird sehgeschädigten Menschen ein chancenreicher Zugang erschwert. Die Mehrzahl medialer Angebote spricht eher die visuelle Wahrnehmung an.

„Angesichts der enormen quantitativen Zunahme der visuellen Informationen in den letzten 100 Jahren etwa um das 700-fache scheint Sehen im Zeitalter der Informationsgesellschaft offenbar die zentrale Wahrnehmungsweise zu sein.“ (Walther 2003, 22)

### 2.1. Fernsehberichterstattung

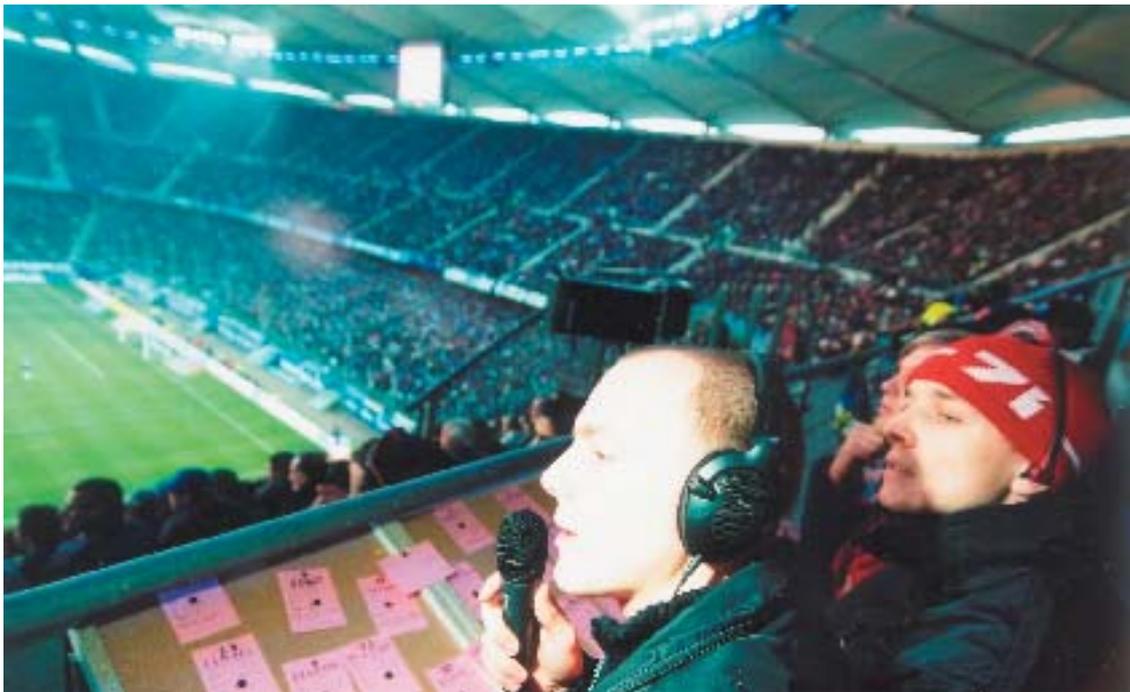
Der Nachteil der Fußballreportage im Fernsehen liegt auf der Hand: Der TV-Reporter lässt hier sehr oft „die Bilder für sich sprechen“. Er bezieht sich in seiner Reportage und seinem Kommentar auf Szenen und Aktionen, die von ihm zuvor nicht verbalisiert wurden und somit für Sehgeschädigte nicht existent sind. Das Bild und nicht der Reporter leistet die umfangreichen Informationsaufgaben. Die Kamera sorgt als „idealer Beobachter“ für die Orientierung der Rezipienten, indem sie weitgehend die Identifizierung der Akteure und ihrer Handlungen wie auch der räumlichen und zeitlichen Verhältnisse gewährleistet. Die sprachlichen Reportageinhalte hingegen beschränken sich zumeist auf die notwendigsten Informationen zum Bild

und das partielle Hinzufügen von Zusatzinformationen. Eine permanente Vermittlung des Geschehens findet nicht statt. Quentin (1989, 109) hat in ihrer Untersuchung zu Fußballreportagen im Fernsehen ermittelt,

„[...] dass der Sprecher nur die Hälfte der gesamten Spiel-/Reportagezeit spricht. Sein Kommentar beschränkt sich auf die Wiedergabe ca. eines Viertels der Akteure und Aktionen, wobei das Bild als Ausgangspunkt für die Nennung sowie für das Hinzufügen von Zusatzinformationen dient. Die Wiedergabe der Raumangaben ist verhältnismäßig unbedeutend, die der Zeitverhältnisse unterstreicht den aktualitätsnahen, spielmomentbezogenen Charakter der Reportage.“

Die wesentliche Aufgabe des Fernsehreporters liegt demnach weniger im exakten und durchgängigen Beschreiben (Reportieren) als vielmehr im Einordnen und Bewerten (Kommentieren) des Spielgeschehens und im Hervorheben besonders relevanter Szenen:

„Er betont die dem Fußballspiel immanenten faszinierenden Momente und steigert so den Unterhaltungswert. Durch eine deutliche Sprecherhaltung bietet er dem Rezipienten Identifikationsmomente [...] an und entspricht mit der als pragmatische Subjektivität umschriebenen Gestaltung und Inszenierung.“ (Quentin 1989, 109)



Ich sehe was, was du nicht siehst.

## 2.2. Hörfunkberichterstattung

Die Frage, warum Blinde und Sehbehinderte im Stadion nicht einfach Radio hören, ist naheliegend. Schließlich müssen in diesem Medium das fehlende Visuelle durch den Reporter via Sprache ersetzt und Erklärungsbrücken geliefert werden. Die Reportagen sollen Emotionen, Gefühle und Spannungen, die jeder Fan bei einem Stadionbesuch erlebt, durch das Radio transportieren (vgl. Hatstrup 2004, 40). Der Norddeutsche Rundfunk wirbt für seine Live-Berichterstattung von der Fußball-Bundesliga mit dem Slogan: „Die NDR2-Bundesligashow - das ist wie im Stadion!“

„Wir versuchen mit unserer Sendung, die Atmosphäre am Spielfeldrand für die Hörer spürbar zu machen. Das Radio soll sozusagen das Stadion für zuhause sein.“ (Sven Pistor, Moderator der Bundesliga-Hörfunksendung „Liga Live“ des Westdeutschen Rundfunks, zitiert nach Hatstrup 2004, 39)

Dieses Versprechen kann aufgrund rechtlicher und journalistisch-konzeptioneller Rahmenbedingungen jedoch nicht vollends eingelöst werden. Erstens gibt es im Gegensatz zum Fernsehen kaum Vollreportagen. Die Fußball – Liveberichterstattung des Hörfunks ist zurzeit – bis auf wenige Ausnahmen bei Länderspielen der Nationalmannschaft während Welt- oder Europameisterschaften – zeitlich beschränkt. Aufgrund der medienrechtlichen Bestimmungen der Deutschen Fußball-Liga (DFL) ist es den Hörfunksendern lediglich erlaubt, an einem Bundesliga-Spieltag 75 Minuten lang direkt aus den Stadien zu berichten (vgl. Kluttig 2004, 6).

Zweitens gehört es zum Konzept der Sendungen, mit Konferenzschaltungen zu operieren. Die Berichterstattung wird dabei ständig unterbrochen (vgl. Seip 2000, 190). Sie konzentriert sich nicht auf einen Schauplatz, sondern wechselt zwischen den verschiedenen Stadien hin und her. Ziel ist es, „alle Spiele und alle Tore“ zu übertragen und dem Hörer das Gefühl zu vermitteln, an mehreren Orten gleichzeitig „dabei“ zu sein. Besonders die hektische Schluss-Viertelstunde am Samstagnachmittag, in der die Reporter ohne den Umweg über den Moderator im Studio direkt aneinander geschaltet werden, gilt vielen Hörern längst als „Kult“ und hat dazu beigetragen, dass der Radiofußball in dieser seit Jahren unveränderten Form überlebt hat. Schröder/Köster (2004, 32) weisen jedoch darauf hin, dass mittlerweile auch das Fernsehen mit seiner Bildergewalt den Nachmittag für sich beansprucht. Der TV-Bezahlender Premiere etwa habe das

Erfolgrezept der Konferenzschaltung inzwischen nachempfunden. Immer öfter gelänge es der TV-Regie, schnell am Ort des Geschehens zu sein.

„Das Radio hat auf diese neue Konkurrenz reagiert und einen gefährlichen Weg eingeschlagen. Denn es scheint nicht mehr bedingungslos seinen Stärken zu vertrauen, der Macht der Worte und der Vorstellungskraft der Hörer, sondern es schielt ängstlich darauf, den Hörer ja nicht zu überfordern. Ganz merklich sind die Reportagen in den letzten Jahren dynamischer geworden, aber auch kurzatmiger. Zwar sind die Reporter ständig auf Sendung, weil es ja für viele Stationen zu kommentieren gilt, doch bleibt für die Einblendungen immer weniger Zeit. Der Zuschauer soll sich nicht langweilen, deshalb wird er ständig von Stadion zu Stadion geschickt, von Reporter zu Reporter. Fußball in Häppchenform.“ (Schröder/Köster 2004, 32)

Für einen sehgeschädigten Stadionbesucher, der sich ja für ein ganz spezielles Spiel interessiert, kann diese Form, in welcher der Fußball gegenwärtig im Radio präsentiert wird, nur in Ausschnitten eine Hilfe sein. Über weite Teile des Spieldauer wird er allein gelassen. Es ist daher für ihn äußerst schwierig, über das akustisch Wahrgenommene hinaus ein „Bild“ vom Geschehen zu entwickeln.

Der langjährige Bundesliga-Reporter und Reporter-Ausbilder Hans-Reinhard Scheu (2000, 206) stellt kritisch fest: „Der Trend zur ‚formatgebundenen‘ Kurzberichterstattung ist nicht der wahre Nährboden für die große Sportreportage. Den ‚Bildermalern‘ am Mikrofon werden damit Fesseln angelegt.“

Was heißt das genau in Zahlen? Eine quantitative Auswertung der Inhalte der NDR2-Berichterstattung zur Hinrunde der Spielzeit 2004/2005 ergab, dass die Reporter samstags (sieben Partien) zu durchschnittlich 60 Prozent, sonntags (zwei Partien) sogar nur zu durchschnittlich 26 Prozent der Spielzeit live auf Sendung waren. Die übrige Sendezeit machten Musiktitel, die Moderation im Studio, Nachrichten, Wetter- und Verkehrsmeldungen sowie Werbung aus.<sup>2</sup> Die maximal gemessene Dauer der Live-Schaltungen zu einer einzelnen Begegnung betrug dabei an einem Samstag 11,4 Prozent, an einem Sonntag 15,6 Prozent der Spielzeit.

Neben dem Ausschnitthaften stellen auch die Inhalte der Reportagen ein Problem für die sehbehinderten Fans dar. Selbst dann, wenn die Reporter auf Sendung sind, ist „live“ nicht unbedingt immer auch wirklich „live“. Statt das gerade Ablaufende simultan beschreiben zu können,

müssen die Reporter bei ihren Einblendungen häufig zunächst auf die Moderation aus dem Studio eingehen oder aber relevante Aktionen nacherzählen, die sich ereignet haben, als gerade ein Kollege aus einem anderen Stadion auf Sendung war.

„Gerade Rundfunk- oder Fernsehreporter haben gelernt, irgendetwas zu kommentieren, aber nicht das, was ich wissen will, wenn ich im Stadion sitze. Die kommentieren viel zu viel Drumherum. Und die erzählen viel zu viel über irgendwelche Spieler und über irgendwelche Beziehungen untereinander und weiß ich was. Das will ich alles gar nicht wissen, wenn ich im Stadion sitze. Ich möchte einen Kommentar, der sich direkt aufs Spiel bezieht.“ (sehbehinderte Stadionbesucherin, zitiert nach Windszus 2004, 81)

### 3. „Durch die Ohren sehen“

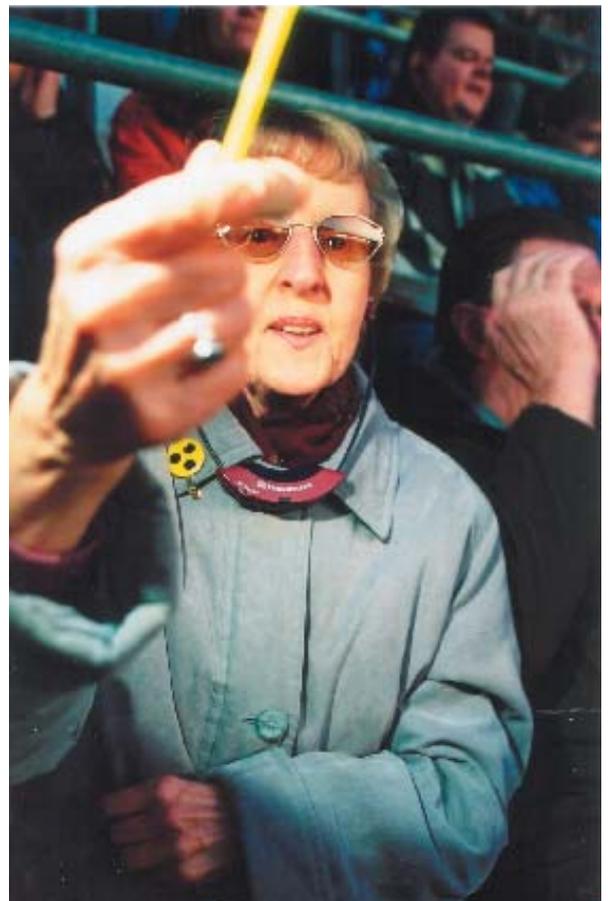
Da die herkömmlichen TV- und Hörfunk – Reportagen Sehgeschädigten keine permanente und adäquate Rekonstruktion des Sportgeschehens liefern, bedarf es einer neuen Form der Reportage, die speziell auf die Bedürfnisse dieser Fußballanhänger zugeschnitten ist.

Vor diesem Hintergrund wurden in den vergangenen Jahren in Deutschland verschiedene Angebote entwickelt. Angeregt durch das Vorbild des englischen Premier-League-Klubs Manchester United, dessen sehgeschädigte Anhänger bereits seit vielen Jahren die Spielkommentare des vereinseigenen Hörfunksenders direkt aufs Ohr bekommen, organisierte der Bundesligist Bayer Leverkusen 1999 gemeinsam mit dem Fußball-Fanclub „Die Sehhunde“ zum Punktspiel gegen den SSV Ulm die erste deutsche Blinden-Reportage. Mittlerweile haben auf Initiative der bundesweit operierenden „Sehhunde“ weitere Vereine der Ersten und Zweiten Bundesliga und sogar der Regionalliga mit speziellen Live-Reportagen ausgestattete Sitzplatzkontingente in ihren Stadien eingerichtet.

Während in Bezug auf die Infrastruktur der Hörplätze (Standort und technische Ausstattung) und Fragen des Ticketings (preisreduzierte Eintrittskarten, freier Zugang für Begleitpersonen) rasch allgemeine Standards entwickelt wurden (vgl. Fanclub Sehhunde 2003), hat eine systematische wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der neuen Kommunikationsform lange nicht stattgefunden. Dies hat zur Folge, dass sich derzeit die inhaltliche Konzeption und daraus resultierend die Qualität der Reportagen mittlerweile etablierter Projekte noch erheblich voneinander unterscheiden (vgl. Freitag 2004; Böni 2004).

Seit Ende des Jahres 2002 betreibt deshalb das Institut für Sportjournalistik am Fachbereich Sportwissenschaft der Universität Hamburg in Kooperation mit dem Fußball-Bundesligisten Hamburger SV und den „Sehhunden“ das Forschungsprojekt „Durch die Ohren sehen“. Es zielt darauf ab, Grundlagen und Elemente einer angemessenen und qualitativ hochwertigen Live-Sportberichterstattung für die spezielle Adressatengruppe zu ermitteln und zu einer praktischen Konzeption für Reporter zu verdichten (vgl. Trede 2003).

Zu diesem Zweck sind Theorie und Praxis eng miteinander verzahnt: Im Rahmen eines begleitenden universitären Projektseminars werden Studierende der Sportwissenschaft als Fußball-Live-Reporter speziell für Blinde und Sehbehinderte ausgebildet und reportieren seit Beginn der Rückrunde der Bundesligaspielzeit 2002/2003 regelmäßig sämtliche Heimspiele des Hamburger SV.



Ich sehe was, was du nicht siehst.

### 3.1. Forschungsleitende Fragestellungen

Neben der Erkundung der besonderen Bedürfnisse und Ansprüche von blinden und sehbehinderten Stadionbesuchern versucht das Projekt, die Andersartigkeit und Begrenzungen der rein auditiven Wahrnehmung zu analysieren. Es wird davon ausgegangen, dass individuelle Vorstellungen, Erinnerungen und Erfahrungen durch „innere Bilder“, durch Phantasie und Kreativität aktiviert und durch angemessene akustische Begleitung erweitert werden können.

„Ich kann mir gar nicht so richtig vorstellen, wie der Ball in den Strafraum geflankt wird. Das Spielfeld wurde mir zwar mal beschrieben, ob es aber auch so aussieht wie in meinem Kopf, weiß ich nicht. Ich mache mir meine eigenen Vorstellungen, wie es wohl ist, wenn der Torwart den Ball über das Tor lenkt und dabei durch den Strafraum fliegt. Das sind aber Bilder, die ich niemandem erklären kann.“ (blinde Stadionbesucherin, zitiert nach Lück 2003, 35)

Wie muss eine „Reporter-Sprache“ gestaltet und eingesetzt werden, um der Hörschaft möglichst lebendige und exakte Eindrücke vom Sportgeschehen zu liefern? Welche außersprachlichen Techniken sind geeignet, fehlende und eingeschränkte visuelle bzw. verlagerte Aufnahmemöglichkeiten zu ersetzen sowie zeitliche Kongruenz und exakte Verortung sicherzustellen? Welche Möglichkeiten bietet die Reportage als eine zur Interaktion animierende Darstellungsform?

Anknüpfend an diese Fragen soll im Hinblick auf die eingangs erläuterte Relevanz des Themas Fußball für Sehgeschädigte als bedeutsamer Gegenstand einer neu geschaffenen Lebenswelt und eines erweiterten Horizonts eine Ausdehnung der Zielperspektive der Forschung erfolgen: Welches sind die Schlüsselthemen sportbezogener Alltagskommunikation und wie lassen sich diese Themen im Rahmen der Live-Reportage am besten im Bewusstsein der Rezipienten verankern?

Die Erfahrungen aus dem Praxisprojekt müssen dazu übersetzt und in Grundsätze für die adäquate sprachliche Rekonstruktion einer erlebnisorientierten Wirklichkeit formuliert werden. „Adäquat“ meint dabei eine Form, die nicht nur die Besonderheit des Augenblicks erfasst, sondern außerdem Bilder, die darüber hinaus wirken. Diese können die Basis für eine sich selbstständig entwickelnde Anschlusskommunikation bei den Rezipienten sein.

Die angestrebte systematische Reflektion und Aufbereitung hat somit zwei wichtige Bedeutungen: eine journalis-

tisch-praktische in der Optimierung, Generalisierung und Sicherung neuer Erkenntnisse zur Darstellungsform der Live-Reportage und eine soziale als Mittel zur Integration und Erweiterung der Lebenswelt von Blinden und Sehbehinderten.

### 4. Merkmale einer Live-Reportage für Sehgeschädigte

Im Folgenden sollen anhand ausgewählter Praxisbeispiele die besonderen Anforderungen einer speziell auf sehgeschädigte Stadionbesucher zugeschnittenen Fußball-Live-Reportage aufgezeigt werden. Dies sind die ersten Ergebnisse des Forschungsprojekts „Durch die Ohren sehen“, eine Bündelung der in der Reportage-Praxis im Stadion gewonnenen Erkenntnisse und der durch teilnehmende Beobachtung und Tiefeninterviews evaluierten Ansprüche sehgeschädigter Rezipienten.

#### 4.1. Reportieren und Kommentieren

Auch für den Live-Reporter im Stadion gilt als Anforderung zunächst einmal das, was eine Reportage (ganz gleich in welchem Genre und für welche Rezipienten) der Definition nach leisten muss:

„Die Reportage beschreibt Ereignisse, Erlebnisse und Beobachtungen [...] Sie ist eine erlebnisreiche und emotionale Darstellungsform. Sie vermittelt Fakten, Stimmungen und Hintergrund. Sie spricht nicht nur den Kopf, sondern auch den Bauch des Zuhörers an.“ (Seip 2000, 179f.)

Der Reporter recherchiert, beobachtet und schildert. Eine gelungene Reportage wirkt wie „Kino im Kopf“, bei dem der Reporter mit kleinen Szenen und Vergleichen Bilder entstehen lässt. Er bringt dafür eigene Gefühle ein und muss die eigenen Sinne schärfen. Er muss sehen, hören und - soweit es zum Thema passt - auch riechen, schmecken und fühlen, um die Sinne seines Publikums anzusprechen (vgl. Seip 2000, 183ff.). In seinem Versuch, die Realität objektiv zu reportieren, also dem Rezipienten zurück-zutragen, muss der Reporter oft also einen höchst subjektiven Zugang wählen. Haller (1995, 64f.) verweist diesbezüglich auf „große Unstimmigkeiten mit dem Wort ‚Reporter‘, in der Folge dann auch mit der Definition der ‚Reportage‘. Die Streitfrage [...] lautet: Ist der Reporter Berichterstatter oder eher Meinungsträger? [...] von der Antwort kann abhängen, ob ich als Reporter Chronistenpflichten habe – oder ob ich in meiner Reportage selbst wichtige Informationen einfach weglassen kann und ein durchaus einseitiges, erlebnisfrohes Bild [...]

zeichnen darf [...].“

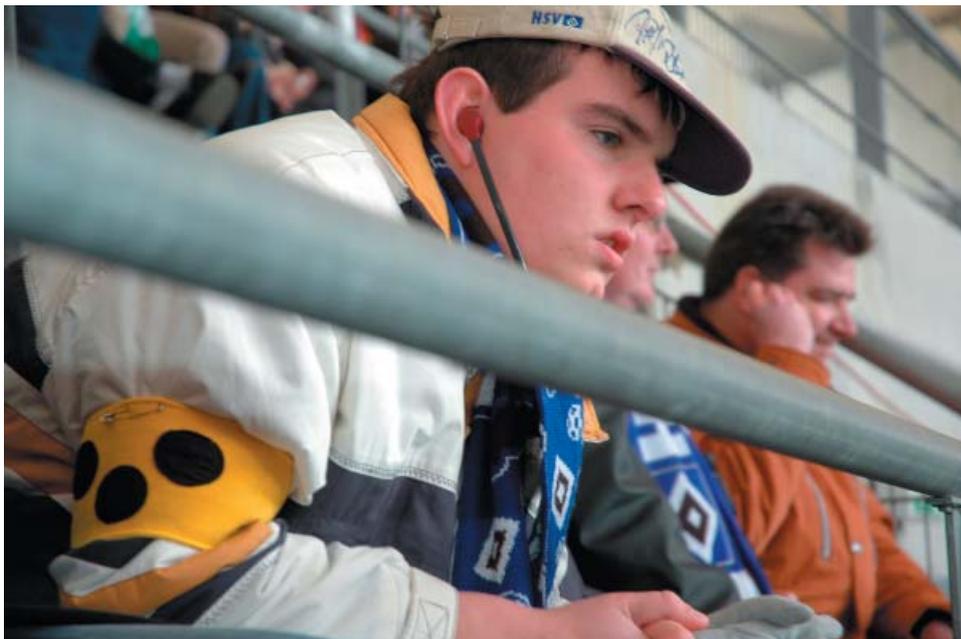
Vor allem im Kontext der Live-Sportberichterstattung werden die Begriffe „Reportage“ und „Kommentar“ häufig synonym verwendet. Das Leitmedium Fernsehen, das mit Abstand die meisten Vollreportagen vom Live-Sport liefert, beeinflusst offenbar auch den Sprachgebrauch. Wie bereits in Abschnitt 2.1 erläutert, übernehmen Kamera und Bild-Regie weitgehend die Rolle des Chronisten. Was sie in Szene setzen, wird dann vom TV-Reporter ergänzt, eingeordnet und bewertet. Getreu dem klassischen Motto des angelsächsischen Journalismus („Facts are sacred, comment is free.“, vgl. Haller 1995, 64) ist es bei der Arbeit mit sehbehinderten Rezipienten aber besonders wichtig, diese terminologische Unschärfe aufzulösen. Der bewusste Einsatz sowie die angemessene Platzierung und Gewichtung reportierender und kommentierender Inhalte bestimmen wesentlich Niveau und Wirkung der Live-Reportage. Idealer Weise verläuft diese auf zwei Ebenen: erstens und in der Hauptsache im Reportieren, der möglichst exakten und detailreichen Wiedergabe des Geschehens vor Ort, zweitens im Kommentieren, der Bewertung und Einordnung des Ereignisses. Hilfreich ist die Forderung von Scheu (2000, 201f.):

„**Die exakte Vermittlung des Geschehens** [Fettdruck im Original] ist Hauptaufgabe einer jeden (Sport-) Reportage. Die Schilderung erfolgt parallel zum Geschehen im Präsens. Sie ist nur dann unnötig, wenn sich gerade nichts

tut (bspw. Spielunterbrechung oder Safetycar-Phase im Motorsport). Eine solche Ablaufphase bietet sich an zur Analyse, für das Warum, zur erläuternden Nachschilderung, zum Abstecken von Rahmen und Wertigkeit des Ereignisses, zur Rekapitulation wesentlicher Geschehnisse und zur Darstellung gewichtiger Hintergründe.“

Der Blinden-Reporter muss sich dieses beim Verarbeitungsprozess (Erleben – Umsetzen – Wiedergeben) immer wieder ins Bewusstsein rufen. Seine oberste „Pflicht“ ist das Beschreiben. Es ist die unverzichtbare Grundlage dafür, dass die „Kür“, das Bewerten, überhaupt nachvollziehbar wird. Schließlich fungiert er als Augenzeuge, ja Augenersatz. Was er nicht sieht, kann er nicht vermitteln, und was er nicht vermittelt, landet nicht im Ohr seines Rezipienten.

„Ich glaube, die Kunst ist die Wahl des richtigen Zeitpunkts, wann man was erzählt. Also, man muss genau wissen: Wann beschreibe ich das Spiel? Das ist dann vielleicht auch der Unterschied zwischen Kommentieren und Reportieren. Also, wann beschreibe ich? Und wann kommentiere ich? Wann ordne ich das Ganze ein, wann ist ein guter Zeitpunkt da? Und das ist in der Regel, wenn der Ball ins Aus gerollt ist und der Spieler ihn sich zum Einwurf oder zum Eckball holt. Dann kann ich ein bisschen was erzählen, wer gerade auf dem Transfermarkt ist, oder wie das Spiel insgesamt einzuordnen ist. Aber wenn der Ball [...] rollt, dann muss ich auch sagen, da rollt er hin



Ich sehe was, was du nicht siehst.

Table 1: Synopse TV-Live-Reportage und Live-Reportage für Selbstdächtige beim Fußball-Länderspiel Deutschland-Kamerun (7.11.2004)

Zeit [Min]	Spieleschehen [nach TV-Bild]	TV-Live-Reportage [Reporter: Steffen Simon, ARD]	Live-Reportage für Selbstdächtige [Reporterin: Lena Först, Universität Hamburg]
86:16	Spieldaufbau Pass auf Ballack	Winnie Schäfer, der zermüht wirkt, nach dem Kleinkrieg mit Kameruns Verband, hat fünf Monate kein Gehalt mehr gesehen. Die Stimmen im Land mehren sich, die ihm das Ausscheiden beim Afrika-Cup 2004, dem vorzeitigen, zur Last legen. Die sagen, der Mann ist so gut wie selten, viel zu selten in Kamerun, kümmert sich nicht um einheimische Talente. Es kann gut sein, dass Winnie Schäfer in naher Zukunft, trotz seines Vertrages bis 2006, bei den Löwen die Segel streicht. Die Augen leuchten immer noch, wenn er von seinen Jungs spricht. Er liebt es, mit dieser Mannschaft zusammen zu sein, aber die hat sich heute nicht immer von ihrer besten Seite präsentiert – das 3:0 durch Miro Klose!	Auf der rechten Seite jetzt der Oldie kann man schon fast sagen, Bernd Schneider, der heute 31 Jahre alt geworden ist. Der setzt jetzt Michael Ballack auf der rechten Seite ein. Ohhh! Im Zweikampf wird er da gelegt. Und holt den nächsten Freistoß raus. Für seine Mannschaft. Der Kapitän, der rackert und läuft. Er hat zwar nicht die torentscheidenden Szenen, aber er macht unwahrscheinlich viel für sein Team. Da wurde er von hinten gelegt. Und wie gesagt: Freistoß auf der linken Seite, ungefähr auf Höhe des Strafraums. Den wird Hitzelberger ausführen. Der kommt ganz von seiner angestammten linken Seite rüber, wird da mit dem linken Fuß den Ball reinzirkeln. Alle deutschen Spieler da in der Mitte auf der Strafraumlinie versammelt. Und jetzt kommt der Ball hoch auf den Elfmeterpunkt... Und: Tooor! Tooor von Miroslav Klose. Völlig unbedrängert kann er da einschleichen.
86:35	Foull an Ballack Schäfer im Bild		
87:02	Freistoß Hitzelberger		
87:26	Tor Klose	Hitzelberger mit der Hereingabe ... und in der Abwehr der Löwen Auflosungsercheinungen, lassen Kamemi komplett allein.	Hitzelberger legt den Ball hoch in den Fünfmeterraum, Klose startet einfach mal alleine durch und drückt den Ball mit dem linken Fuß per Aussetzer über die Linie. Der Ball schlägt rechts oben im Kasten der Kameruner ein. Keine Chance für Torwart Kamemi. Aber wo waren da die Manndecker? Das muss man sich wirklich fragen. Wir können das jetzt gerade noch einmal verfolgen hier auf der Großbildleinwand: Der Ball kommt einfach hoch hinein und Klose geht einfach durch ... Unglaublich, als wenn die Kameruner Abwehr ihn überhaupt nicht wahrgenommen hat. Also: Das 3:0 und damit auch das 18: Tor im 43. Länderspiel – das ist eine Wahnsinns-Quote, die Miroslav Klose hier hat, der in paar Anlaufschwierigkeiten in Bremen hatte, aber jetzt wieder seine Torgefährlichkeit zurück gewonnen hat. Das zweite Tor für Klose heute in der 88. Minute.
87:45	2. Zeittupe	Miroslav Kloses Stern leuchtete besonders hell in der WM-Vorrunde, bis zu seinem Treffer gegen Kamerun. Danach ging nicht mehr so viel, geht er heute wieder auf? Zwei Treffer für den Bremer und das nach einer Einwechslung	

Ich sehe was, was du nicht siehst.

und da rollt er nicht hin.“ (Live-Reporter für Sehgeschädigte, zitiert nach Windszus 2004, 135)

#### 4.2. Körper

Ein Fußballspiel wird determiniert durch das Zusammenspiel der Dimensionen Körper, Raum und Zeit (vgl. Quentin 1989, 51ff. und Neugebauer 1986, 186ff.).

Die wesentlichen sprachlichen Inhalte einer Live-Reportage beziehen sich somit auf die Beschreibung der Bewegungen und des Verhaltens der Körper – hierzu zählen der Ball und natürlich die agierenden Personen, allen voran die Spieler, der Schiedsrichter und seine Assistenten. Natürlich gilt auch für die Live-Reportage für Sehgeschädigte der journalistische Grundsatz „Namen sind Nachrichten“. Für die Reporter zählt bei der Vorbereitung auf ein Spiel zur Hauptaufgabe, sich die Namen und Gesichter der Spieler und ihre richtige Aussprache einzuprägen, um sie später im Spiel mit traumwandlerischer Sicherheit identifizieren zu können. Der souveräne Umgang mit den Namen macht einen entscheidenden Teil der Kompetenz und Glaubwürdigkeit eines Reporters aus. Sie sichert ihm das Vertrauen seines Publikums und legitimiert maßgeblich, weil akustisch nachvollziehbar, den Auftrag, Augenzeuge zu sein.

Die Evaluation der Reporterleistung bei den sehbehinderten Rezipienten hat darüber hinaus ergeben, dass besonders die Beschreibung und Verbalisierung der Gestik und – soweit vom Reporterplatz aus erkennbar – der Mimik hilfreich für den Nachvollzug des Geschehens sind.

*Beispiel 1:* „Beinlich jetzt am Ball / er breitet verzweifelt die Arme aus / als wollte er seinen Mitspielern sagen / wo soll ich denn bloß hinspielen? / warum bietet sich denn keiner von Euch an?“<sup>63</sup>

Wenn die Akteure wild mit den Armen fuchteln oder bei Spielunterbrechungen erkennbar miteinander gesprochen oder – etwa mit dem Schiedsrichter – diskutiert wird, sind das wichtige Momente zum Verständnis des gesamten Ablaufs. Sie sollten übersetzt, d.h. mit fiktiver Sprache unterlegt werden. So können auch bei eher undynamischen, statischen Spielsituationen lebendige Bilder entstehen, und die Identifikation mit den Akteuren wird erleichtert.

„Es zeigt sich [...], dass es beliebt ist, den Akteuren Worte ‚in den Mund‘ zu legen, die weder Sprecher noch Zuschauer wahrnehmen können. [...] Möglicherweise bemühen sich die Kommentatoren auf diese Art, die Spieler ‚menschlicher‘ erscheinen zu lassen, um so die mediale Distanz aufzuheben.“ (Danneboom 1988, 154)

Für sehende Stadionbesucher ist es selbstverständlich,

vor und nach dem Spiel, in der Halbzeit und bei Unterbrechungen den Blick schweifen zu lassen. Dies macht einen Teil der Relevanz und des Erlebnisses eines Stadionbesuchs aus. Hier liegt ein großer Vorteil gegenüber der Rezeption am heimischen Fernsehgerät: Man ist sein eigener Bildregisseur, will auch erleben, was sich abseits des Rasenrechtecks tut. Zu den Akteuren, die der Reporter zu beschreiben hat, zählen somit nicht nur die unmittelbar das Geschehen bestimmenden 22 Spieler und drei Unparteiischen auf dem Rasen, sondern alle Personen im Stadion. Was machen die Trainer und Betreuer? Welche Auswechselspieler machen sich am Rande warm und werden womöglich gleich in die Partie kommen? Was steht auf den Transparenten, die gerade die Zuschauer im Gästeblock ausrollen?

*Beispiel 2:* „Die Fotografen / da unten sind interessant // der eine ist glaub ich / wirklich nur auf Klaus Toppmöller angesetzt / der verfolgt gar nicht das Spiel // und bei der kleinsten Regung des Hamburger Trainers / hält der sofort drauf // Club-Coach Wolfgang Wolf / gestikuliert auch hart / ist jetzt schon mehrfach da unten / aus der Coaching-Zone rausgelaufen / jetzt wird er vom vierten Schiedsrichter / wieder in seinen Bereich verwiesen.“<sup>64</sup>

Zusätzlich zu den Akteuren und ihren Aktionen müssen die Raum- und Zeitverhältnisse, in denen sich alles abspielt, möglichst exakt verbalisiert werden. Praxisbeispiel 3 in Tabelle 1 zeigt den Versuch, diese drei Dimensionen mit Hilfe der Sprache zu übersetzen, um so ein Bild des Geschehens auf dem Platz zu erzeugen. In der Gegenüberstellung mit dem TV-Beitrag zum identischen Spielabschnitt werden die besonderen Leistungen der Reportage für Sehgeschädigte deutlich: detailreiche Schilderung, exakte Verortung, zeitliche Kongruenz und Permanenz.

#### 4.3. Raum

Wo ist der Ball? Und wie genau wird er über den Platz, durch den Raum, gespielt? Diese Fragen gilt es in der Reportage primär zu beantworten. Die blinden Fans räumen der Verortung des Spielgeschehens eine höhere Priorität ein als der Benennung der jeweils am Ball befindlichen Spieler (vgl. SEUB 2003, 2). Der Reporter muss sprachlich auf Ballhöhe sein, seine Schilderung soll es dem Sehbehinderten ermöglichen, dem Spielfluss zu folgen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, ist der Aufbau eines variablen Sprachschatzes nötig, und der Reporter sollte immer wieder Begriffe der räumlichen Orientierung in seine Reportage einstreuen:

*Beispiel 3:* „Barbarez jetzt / zentral / 18 Meter // kann schießen

*/ versucht aber den Pass // schieß doch auch mal / spielt aber zu Beinlich // jetzt 30 Meter vor dem Tor / halblinke Position / links rüber / zu Rabn / der wird wohl flanken // aber nur Mahdavikia und Mpenza in der Mitte / nicht gerade die Größten / er flankt trotzdem / deswegen auch nur flach // der Ball landet jetzt wieder bei Beinlich / halblinks / kann wieder mit rechts rüber spielen / zu Rabn / nee / zu Wicky / der flankt jetzt / in die Mitte / Ball hoch hinein // Mahdavikia in der Mitte / aber er wird rausgespielt von Bosacki / aber die Hamburger bleiben in Ballbesitz / auf der rechten Seite.“<sup>5</sup>*

#### 4.4. Zeit

Um dem Sehgeschädigten zu suggerieren „am Ball“ zu sein, ist auf eine zeitliche Kongruenz zu achten. In der Regel übersetzt der Reporter das, was er sieht, simultan. Die Schilderung erfolgt im Präsens.

Der Blinden-Reporter spricht permanent. Bei längeren Sprechpausen, wie sie im Fernsehen durchaus üblich sind (vgl. die sechs bzw. sechzehn Sekunden in der TV-Reportage in Beispiel 3), fühlen sich Sehgeschädigte mit ihrer lediglich akustischen Wahrnehmung allein gelassen. Die Teilhabe am Geschehen bleibt ihnen für diesen Moment verwehrt. Wichtig ist es daher, „[...] bei diesem Blindenkommentar keine Pausen entstehen zu lassen, wo man das Gefühl hat, man hat keinen Kontakt mehr zum Spielgeschehen. Dann lieber entweder sagen, es steht jemand vor mir, ich sehe nichts, oder sagen, es passiert gerade nichts, es gibt nichts zu kommentieren, statt eben einfach still zu sein oder einfach völlig ohne für uns ersichtlichen Grund etwas anderes zu erzählen.“ (blinde Stadionbesucherin, zitiert nach Windszus 2004, 134)

Regelmäßig eingestreute Hinweise auf die bereits absolvierte oder noch verbleibende Spielzeit dienen natürlich ebenfalls der zeitlichen Orientierung, tragen zur Spannung bei und helfen dem Hörer, die Schilderungen besser einzuordnen.

Die Live-Reportage sollte allerdings nicht nur die Dauer der reinen Spielzeit, sondern auch eine Phase der Vor- und Nachberichterstattung umfassen. So wird nicht nur das eigentliche Spiel, sondern der gesamte Stadionbesuch verbalisiert und begleitet.

„Vorteilhaft wäre es, wenn der Info-Dienst bereits zehn Minuten vor Spielbeginn starten würde. Die Reporter hätten so die Möglichkeit, wichtige Informationen zum Spiel und zum äußeren Rahmen zu geben. Wichtig sind insbesondere die jeweiligen Mannschaftsaufstellungen, Trikots, die taktischen Systeme, Statistiken oder ‚Last-Minute-In-



formationen‘. Die blinden Zuschauer können so gut auf das Spiel vorbereitet und eingestimmt werden. Gleichzeitig können sich die Reporter ‚warmsprechen‘. [...] Nach der Pause sollte auch in dem Moment bereits mit der Reportage begonnen werden, wenn die Mannschaften das Spielfeld betreten. So gibt es die Möglichkeit, etwa über mögliche Auswechslungen zu informieren oder sonstige Halbzeiteindrücke bekannt zu geben. Begrüßen würde ich es, wenn die Reportage nicht unmittelbar nach Schlusspfiff endet, sondern noch ein paar Minuten weitergeht. So könnten Informationen über das Verhalten der Mannschaften nach Spielschluss (z.B. Laufen einiger Spieler oder der gesamten Mannschaft in die Fankurve) mitgeteilt werden.“ (Seuß 2003, 1)

#### 4.5. Erzählstrukturen

Schon der Umstand, dass die Reportagezeit weit über die neunzig Minuten der Spielzeit hinausreicht, also auch Momente einschließt, in denen sich auf dem Rasen noch nichts oder nichts mehr passiert, verweist darauf, dass der „ideale Chronist“, der alle Ereignisse wahrnimmt und simultan zum Ereignisvollzug hintereinander aufführt, noch lange kein guter Live-Reporter ist. Anhand eines Beispiels zeigt Gebauer (1983, 136) die Beschränkungen der Beschreibung eines solchen „idealen Chronisten“ auf:

„Magath schlägt einen Pass zu Rolff. Rolff schießt auf das Tor. Der Torwart hält den Ball nicht fest. Der Ball rollt. Er überquert die Torlinie. Der Schiedsrichter pfeift. Die Spieler gehen auf den Anstoßpunkt zu etc.’

[...] er beschreibt nur punktuell, und er ordnet die einzelnen Punkte linear an. Er kann z.B. nicht wissen, was aus einer Bewegung später entsteht; wie sie indirekt vorbereitet worden ist, welche Absichten ihr zugrunde liegen.

Mehr noch: die Eigenschaften der Bewegungen, außer den messbaren, ihr Vergleich mit anderen Bewegungen und anderen Eigenschaften werden nicht erfasst.“

Zudem gibt es in einem Fußballspiel zahlreiche Momente, in denen die simultane Beschreibung des Geschehens nicht ausreicht bzw. in der Hektik des Ablaufs nur unvollständige und damit unbefriedigende Bilder liefern kann. Dies sind in erster Linie Höhepunkte und für den Spielverlauf entscheidende Aktionen (Tore, knapp vergebene Großchancen, gelbe und rote Karten, Elfmeter, strittige Abseitsentscheidungen) oder aber Kurioses und Sehenswertes (Missgeschicke, technische Feinessen einzelner Spieler). Als Faustregel kann gelten: Alle diese Szenen, zu denen das Fernsehen vermutlich eine Zeitlupenwiederholung bringen würde, erfordern eine zweite oder sogar mehrfache Beschreibung (vgl. hierzu auch Kluttig 2004, 3). Beispiel 4, die Beschreibung der Ausführung eines Strafstoßes, zeigt die Leistung des Nachschilderns. Der Reporter arbeitet mit Redundanzen, in seiner nochmaligen Betrachtung erfährt der Zuhörer, wie und wo der Ball ins Tor geflogen ist und was genau der Torhüter gemacht hat. Sowohl Torschütze und Ergebnis werden wiederholt und zusätzlich noch in den Gesamtkontext des Spiels ein-



Ich sehe was, was du nicht siehst.

geordnet:

*Beispiel 4: „Mahdaviikia steht da schon am Punkt / legt sich den Ball jetzt zurecht / wird ihn ausführen / diesen Elfmeter / 15 Minuten vor Spielschluss / alle warten gespannt / Mahdaviikia guckt zu Jansen / der pfeift jetzt // gibt den Ball frei / Mahdaviikia läuft an // und das Tooor / Tooooooaaar // drei zu eins / ein Doppelschlag / erst ein bis zwei Minuten nach diesem Führungstreffer zum 2:1 jetzt das 3:1 durch den Perser Mehdi Mahdaviikia / und zwar ein Super-Elfmeter war das / genau in den linken oberen Torwinkel / und Michael Hofmann der Torwart / war auf dem Weg in die andere Ecke // da konnte er gar nichts machen / der war so gut geschossen // 3:1 / und wieder eine Zwei-Tore-Führung / die siebzigste Minute ist überschritten / jetzt muss der HSV doch den Sieg unter Dach und Fach bringen.“<sup>6</sup>*

Martínez (2002, 72f.) erklärt hierzu: „Ein Fußballspiel zu erzählen, bedeutet, das Geschehen auf dem Rasen in narrativer Form zu rekonstruieren.“ Wichtig sei dabei der „Zeitpunkt des Erzählens“, d.h. der Umstand, dass der Zeitpunkt des Erzählaktes gegenüber dem Zeitpunkt, an dem das erzählte Geschehen stattfindet, nicht nur gleichzeitig, sondern auch vorzeitig oder nachzeitig sein kann. Zu unterscheiden ist daher neben dem „simultanen“ auch das „prospektive“ und „retrospektive“ Erzählen.

Wichtig ist es, stets den Wechsel zwischen den Erzählweisen und zwischen Aktion und Pause deutlich zu machen: Wann läuft das Spiel bzw. wann ist es unterbrochen? Der Reporter signalisiert dadurch gleichzeitig die Momente, in denen er zwischen Reportage und Kommentar wechseln kann. Seine Hörer müssen nicht beunruhigt sein, etwas Entscheidendes zu verpassen und können sich dadurch besser auf Hintergrundinformationen und Analysen, Nachbetrachtungen oder Vorschauen einlassen.

Als besonders wirkungsvoll für diese Steuerung der Aufmerksamkeit hat sich die pointierte Verwendung des Wortes „jetzt“ erwiesen:

*Beispiel 5: „Der Ball wird jetzt hingelegt / 18 Meter vor dem Tor / halbrechte Position / fast zentral / immer noch diskutieren die Kameruner / Schiedsrichter De Santis beordert sie weg vom Ball / ja-wohl / neun Meter fünfzehn müssen sie Abstand nehmen / es sind noch ungefähr fünf Minuten / in dieser ersten Halbzeit zu spielen / jetzt formiert sich endlich so langsam die Kameruner Mauer / der Kriegsrat der Deutschen berät // wer steht da alles? // Schweinsteiger / Ballack / Frings / Schneider / Ernst // fünf Leute da am Ball / diskutieren noch // jetzt bewegt sich Schweinsteiger erst mal weg / geht mit in die Mauer // Massimo De Santis zeigt an / wo sich die Mauer binstellen soll // noch einen Schritt zurück die Herren bitte / nochmal also eine gefährliche Situation / die Mauer*

*steht jetzt // Schweinsteiger steht in der Mauer / am Ball jetzt nur noch drei Spieler / Schneider Ballack // Ballack wird wohl schießen // iiiijetzt direkt ausgeführt // schießt // drüber / gut einen Meter über das Tor / und es gibt Abstoß.“<sup>7</sup>*

#### 4.6. Atmosphäre

In seinem Versuch, die Totalität des Spielgeschehens zu erfassen und zu vermitteln, sollte der Reporter auch das besondere Sensorium Sehgeschädigter für Stimmungen und die Akustik im Stadion berücksichtigen.

Verschiedene Studien haben ergeben, dass blinde Menschen Sehenden in vielen elementaren Wahrnehmungen überlegen sind, etwa in der Regel über ein wesentlich präziseres räumliches Gehör verfügen (vgl. Röder 2003, 72ff.). Jede deutliche Reaktion des Publikums (z.B. Pfeifkonzert, Jubel, Raunen) ist deshalb unbedingt zu übersetzen und in einen stimmigen Zusammenhang mit dem Spielgeschehen zu bringen.

Die Übermittlung der Zwischenstände aus anderen Stadien an der Anzeigetafel ruft stets Reaktionen beim Publikum hervor. Um hierfür Erklärungsbrücken zu liefern und Irritationen zu vermeiden, ist die Einrichtung eines zusätzlichen Services sinnvoll: Ein Assistent des Reporterteams verfolgt die Hörfunkberichterstattung und meldet neue Spielstände per schriftlicher Notiz an die Reporter. Diese können dann die Ergebnisse in ihre Reportage einfließen lassen und ihre Hörer auf die zu erwartende Reaktion des übrigen Publikums vorbereiten.

*Beispiel 6: „Und mein Kollege hier / reicht mir einen neuen Zwischenstand rein / jetzt ist auch in der Begegnung Nürnberg gegen Bayern München / das erste Tor gefallen // eins zu null für // Nürnberg // Marek Mintal / war der Torschütze / wer auch sonst? / bereits sein dreizehnter Saisontreffer // ob / wenn dieses Ergebnis hier gleich an der Videowand angezeigt wird / gebt hier sicherlich ein Freudenschrei durchs Stadion [...] nun wird also die Begegnung auf der Wand angekündigt / jetzt achten Sie bitte auf die Reaktion // [Jubel brandet auf].“<sup>8</sup>*

Der Reporter muss Atmosphäre nicht nur übersetzen, sondern ihr auch Raum geben, d.h. in bestimmten Situationen schweigen. Fällt ein Tor, so steigt die Lautstärke im Stadion enorm an. Den Torjubel, besonders bei Treffern der Heimmannschaft, und die anschließenden Durchsagen des Stadionsprechers kann der Reporter nicht übertönen. Hier gilt es, kurz innezuhalten und mit der Reportage erst dann einzusetzen, wenn der Geräuschpegel wieder nachgelassen hat.

Ebenfalls zu berücksichtigen ist die Tatsache, dass natür-

lich auch Sehbehinderte mit einem Verein sympathisieren und entsprechend mitjubeln möchten.

„Dann setzt der Stadion-Sprecher [...] Stefan Lehmann laut ein: ‚Tor für den FC Bayern München! Auf Flanke von Brazzo Hassan Salihamid[z]cic - Kopfballtor durch unsere Nummer 10 Roy ...‘ (das ganze Stadion): ‚Makaay‘ Rooy (das ganze Stadion): ‚Makaay!‘, ‚Rooyooy ...‘ (und nochmals alle): ‚Makaay!!‘. Lehmann setzt den ‚wechselnden Sprechgesang‘ fort: ‚Neuer Spielstand: FC Bayern ...‘ (alle): ‚Eins‘, ‚Real Madrid ...‘ (alle): ‚Null!!‘. ‚Danke‘, so Lehmann, und die Fans antworten: ‚Bitte!‘“ (Seuß 2004, 25).

#### 4.6. Sprache

Die Sprache der Blinden-Reportage sollte stets die Atmosphäre, die Dynamik und Emotionalität der jeweiligen Spielsituation widerspiegeln und dazu - wie oben erläutert - metaphorisch und raumhaft sein.

Neben bedingt erlernbaren Grundlagen wie Phantasie, Temperament und Kompetenz kann der bewusste Einsatz verschiedener Stilmittel dafür sorgen, die Live-Reportage für den Hörer zu einem Erlebnis zu machen (vgl. Kluttig 2004, 2f.). Gelegentlich gesetzte Ausrufe- und Fragezeichen sorgen für Zäsuren: „Was für ein Spiel!“ oder „Das war herrlich gemacht!“ bzw. „Was wäre der HSV bloß ohne diesen Barbaarez?“ oder „Müsste Thomas Doll jetzt nicht langsam einen offensiven Mann bringen?“ Sie erhöhen ebenso die Hörbarkeit wie das richtige Maß an Fachsprache. Wichtig ist das Bewusstsein dafür, dass es sich um gesprochene Sprache handelt, die es in verträglichem Maße auch erlaubt, sich umgangssprachlicher Wendungen zu bedienen: Verkürzen und Verbinden („Schwerer Boden, Hamburg trotzdem im Vorwärtsgang, Bremen fertig, fast keine Gegenwehr mehr, Fehler Baumann, Schusschance Lauth, 14 Meter, Reinke zögert, Toooooor!“); Satzbrüche („Kaum zu fassen, wie überlegen diese Bremer ... jetzt aber gar nicht. Fehlpass Micoud ...“), Ellipsen („Hansa läuft heute übrigens in gelben Trikots auf, der HSV in blau und Schiedsrichter Fandel in rosa.“).

#### 4.7. Integration

Die Praxis hat gezeigt, dass es sehr vorteilhaft ist, wenn die Plätze der Reporter in unmittelbarer Nähe zu denen ihrer sehgeschädigten Rezipienten liegen. Im Falle technischer Probleme können die Reporter schnell eingreifen und Abhilfe schaffen. Inhaltliche Kritik oder Anregungen zur Reportage werden direkt kommuniziert und können



ggf. sofort umgesetzt werden (vgl. auch Fanclub Sehhunde 2003, 2). Der Reporter sollte die Nähe inhaltlich auch insofern nutzen, dass er – soweit möglich – mit einem Ohr immer auch die Reaktionen seines Publikums verfolgt, um bei Gelegenheit direkt auf Zurufe einzugehen, etwa:

*Beispiel 7: „Ja / sehr richtig / sie regen sich völlig zurecht auf / da hätte Jarolim viel früher abspielen müssen / dann wäre er gar nicht / in diese Bedrängnis geraten.“<sup>9</sup>*

Gleiches gilt für das Geschehen in unmittelbarer Nähe der Hörerplätze. Wenn Fans zum Applaudieren aufstehen oder in Scharen abwandern und an den Audiodeskriptionsplätzen vorbeikommen, ist dies hörbar. Insofern kann eine Beschreibung dieser Szenen für die Sehgeschädigten durchaus interessant sein.

*Beispiel 8: „Es riecht ein wenig nach Verlängerung // und dass hier vor uns gerade Leute nach Hause gehen / das kann ich ja nun gar nicht verstehen / [laute Frage an die vorbeigebenden Zuschauer:] oder holt ihr euch nur'n Bier? // Bierholen sagt er / ja / das ist ok / das können wir durchgeben lassen / denn hier ist es ja*

*wirklich spannend / jetzt kann man doch nicht nach Hause gehen / nein / und Sie / liebe Hörer / machen es richtig / Sie bleiben hier / und das ist gut / denn jetzt schon wieder der HSV im Vorwärtsgang / über den rechten Flügel.“<sup>10</sup>*

Eine direkte Ansprache und die regelmäßige Verwendung von „Wir-Formulierungen“ (vgl. Neugebauer 1986, 171ff.) dient zur Aufmerksamkeitsweckung und verringert die Distanz zwischen Kommunikator und Rezipient. Man erlebt das Sportereignis gemeinsam, fast von der identischen Position aus, und „spricht“ darüber.

*Beispiel 9: „Wir haben aber Glück heute / bekommen hier ein richtig flottes Spiel zu sehen / und zwei ganz saubere Tore / durften wir ja auch schon erleben.“<sup>11</sup>*

Prospektive Formulierungen, die Optionen für einen möglichen weiteren Spielablauf aufzeigen, tragen ebenfalls zur Integration bei, denn sie regen zum Mitmachen an – zur lauten Forderung eben der in Aussicht gestellten Aktion.

*Beispiel 10: „Seine Entfernung / jetzt müsste er doch mal schießen“ [...], „Schlicke jetzt / auf rechts / der hat Platz / alles frei /*

Ich sehe was, was du nicht siehst.

da kann er jetzt mal geben und Meter machen.“ - Sehgeschädigter Zuschauer: „Mensch / lauf doch / Junge.“<sup>12</sup>

Gleiches gilt für das bewusste Raumlassen zum Erleben der Atmosphäre und die direkte Animation der Zuhörer, etwa zum Mitmachen bei der sogenannten Welle:

Beispiel 11: „Ein herrliches Tor / aber / ich lass Sie jetzt mal / für einen kurzen Moment / mit dem Stadionsprecher allein / genießen Sie es / Ergebnisdienst zum Mitmachen.“<sup>13</sup>

Beispiel 12: „Erst fünf Minuten gespielt / und die Zuschauervelle geht hier schon durchs Stadion / wenn sie unsere Plätze erreicht hat / werden wir es Ihnen / liebe Zuhörer / ankündigen // wir werden einen Countdown runterzählen / und bei Null / können Sie dann die Arme hochreißen / aufstehen und mitmachen / [...] jetzt ist die Welle hinterm Tor der Deutschen / sie kommt von der rechten Seite / auf uns zu // so / gleich ist es soweit / die Welle ist gleich da // ich zähle jetzt runter / drei / zwei / eins // und / null // heeeyyy.“<sup>14</sup>

#### 4.8. Hintergrundinformationen

Auch wenn, wie eingangs erläutert, die nüchterne Feststellung und exakte Vermittlung der Bewegungsfolgen zunächst einmal die Hauptaufgabe eines Blinden-Reporters darstellt, machen sie nur einen kleinen Teil dessen aus, was am Fußball fasziniert.

„Unser Interesse am Sport erfasst nur in einem geringen Ausmaß einzelne, unmittelbar aufeinander folgende Ereignisse. Es bezieht vielmehr ein: z.B. Strategien und Taktiken, Erfolge, Bewegungsqualitäten, Kampf, Spannung, Erlebnisse, Persönlichkeiten, Freude, Karrieren, etc.“

(Gebauer 1983, 136)

Der Blinden-Reporter muss daher in der Vorbereitung auf ein Live-Spiel genügend Hintergrundinformationen recherchieren und sich verfügbar machen, die es ihm erlauben, Spielpausen mit interessanten Randinformationen zu füllen. Der Reporter hat so die Möglichkeit, seine journalistische Kompetenz zu untermauern und das Vertrauen in seine Person zu stärken, vor allem aber seine Reportage farbig zu gestalten und unterhaltende Elemente einzubauen. Gut ausgewählte und an den richtigen Stellen angebrachte Hintergrundinformationen werten die Qualität der Live-Reportage erheblich auf. Für die Blinden und Sehbehinderten ist dies ein Mehr an Informationen über das Spiel, das ihnen normalerweise verwehrt bleiben würde. Es schafft Nähe und trägt maßgeblich zur Identifikation mit den Akteuren und dem Ereignis (vgl. Neugebauer 1986, 141ff.) bei und lässt darüber hinaus den Stadionbesuch zu einem Gesamterlebnis werden.

„Teilweise sind das auch so Infos, die man sonst vielleicht in der Zeitung hat und nicht mitbekommt. Da wird auch über taktische Aufstellung und so was berichtet, worüber sich ein normal Sehender, der einen ins Stadion begleitet, gar keine Gedanken macht. Das sind so Sachen, die ich sonst im Radio höre, und so bekomme ich sie im Stadion auch mit. Das ist eine ganz tolle Sache, und mir macht das jedes Mal einen riesigen Spaß“ (blinder Stadionbesucher, zitiert nach Windszus 2004, 88)

Die Beispiele 13 bis 15 zeigen, wie taktische, statistische und sogar umfangreichere Human-Touch-Informationen



sinnvoll in die laufende Berichterstattung integriert werden können:

*Beispiel 13: „Zur Halbzeit hat es einen Wechsel gegeben / hinaus gegangen ist / Rytter / für ihn jetzt / neu im Spiel / Marian Hristov / er spielt jetzt hängend / hinter den drei Spitzen / so dass wir sozusagen ein 3-3-1-3-System haben / auf dem Rasen / sieht das dann jetzt so aus / vorne weiterhin die drei Spitzen / Petrov Brdaric und Klimowicz / hinten / nur noch eine Dreierkette / mit Weiser, Quiroga und Hofland / Sarpei soll davor zentral im Mittelfeld abräumen / Thiam über die rechte Seite kommen / Karhan nun über links / doch genug der taktischen Worte.“<sup>15</sup>*

*Beispiel 14: „Das 3:0 / und damit auch das 18. Tor im 43. Länderspiel // das ist eine Wahnsinns-Quote die Miroslav Klose hier hat / der ein paar Anlaufschwierigkeiten in Bremen hatte / aber jetzt wieder seine Torgefährlichkeit zurück gewonnen hat / das zweite Tor für Klose heute / in der 88. Minute.“<sup>16</sup>*

*Beispiel 15: „Und nun die Auswechslung // Bernardo Romeo / der Argentinier / geht hinaus / für ihn kommt rein / Takahara // noch eine kleine Anekdote dazu / Romeo erzählte dass seine Eltern früher recht streng waren // er musste immer pünktlich zu Hause sein / und einmal / als er nicht pünktlich da war / hat seine Mutter in der Disco angerufen / ließ ihn ausrufen / das war Romeo so peinlich / vor seinen Freunden / dass er nie wieder zu spät gekommen ist / und er sagt noch heute / wenn er ausgewechselt wird / und der Stadionsprecher dann laut seinen Namen ausruft / ist ihm das unangenehm / weil er wieder an diese peinliche Geschichte denken muss.“<sup>17</sup>*

#### 4.9. Meinung und Bewertung

Ergänzende Fakten, die über die reine Beschreibung des Geschehens hinaus gehen, stellen häufig auch die Grundlage für die kommentierenden Elemente einer Reportage da.

„Leistungs- und Aktionsbewertungen werden von den Kommentatoren ausführlich begründet und in Zusammenhänge zu folgenden Inhaltsebenen gestellt: Hintergrundinformationen zu Akteuren und sonstigen Person, Technik und Taktik, Reglement, Ablauf des Gesamtereignisses.“ (Neugebauer 1986, 244)

Äußerungen und Einschätzungen zur Qualität von Spiel, einzelnen Spielern und Schiedsrichtern, die persönliche und möglichst eindeutige Bewertung von strittigen Situationen wie Fouls, Abseits- und Elfmeterentscheidungen sollen beim Sehgeschädigten ein klares Bild und Wissen über das Spiel erzeugen. Es soll ihn dazu befähigen, nicht nur während des Stadionaufenthalts, sondern vor allem auch im Anschluss daran – etwa am nächsten Tag mit sehenden Arbeitskollegen – an einer (diskursiven) Kommu-

nikation über das Ereignis teilzunehmen.

Hier wird deutlich, welche Verantwortung ein Blinden-Reporter trägt. In ihrem Beitrag zum Einfluss des Kommentars bei Fußballübertragungen auf Fernsehzuschauer konstatiert Danneboom (1988, 156) „[...] konkrete Hinweise auf die Konstruktion einer Sportmedienrealität beim Rezipienten durch den Kommentar und seine Darstellung des Geschehens“. Schaffrath (2003, 102) bestätigt diesen Befund mit einer neueren Studie in Teilen, indem er ermittelte, „[...] dass bei der Bewertung einzelner Mannschaften, Spieler und des Schiedsrichtergespanns dem Kommentar eine verstärkende Wirkung zugesprochen werden muss. Die Versuchspersonen sahen zwar auch ohne Kommentar, welches Team gut oder schlecht war, welche Spieler besser oder schwächer agierten und wie die Schiedsrichterleistung zu bewerten war. Aber mit einem entsprechenden, den Bildeindruck bestätigenden Kommentar fiel den Probanden eine Entscheidung darüber viel leichter. [...] [Es lässt sich erahnen], dass neben Anzahl und Richtung bestimmter Bewertungen auch die Wortwahl, die ‚Schärfe‘ und Dezidiertheit von Beurteilungen durch den Reporter die Meinung der Rezipienten nachhaltig beeinflusst.“

Bei sehgeschädigten Rezipienten potenziert sich der Einfluss des Reporterurteils noch einmal, da ihnen ja der eigene optische Eindruck zum Vergleich und ggf. zur Korrektur des Reporterurteils fehlt. Ein gewisses Repertoire an Fußball-Fachwissen, das ihn befähigt, kritische Urteile zu fällen, muss somit beim Reporter vorausgesetzt werden. Zu große Fehleinschätzungen oder leichtfertig gefällte Beurteilungen würden sich sowohl für den Sehbehinderten in seiner Kommunikationssituation, als auch für den Reporter in Bezug auf seine Glaubwürdigkeit negativ auswirken.

Zur Absicherung der Kommentierungen hat sich deshalb der Einsatz zweier Reporter bewährt, die sich während des Spiels permanent abwechseln. Nicht nur, dass die durch die Wechsel bewirkten stimmlichen Veränderungen das konzentrierte Zuhören erheblich erleichtern und Überanstrengungen der Sprecher vermieden werden (vgl. Seuß, 2003, 2). Für die Sprecher bietet sich vor allem die Möglichkeit, sich in ihren Urteilen gegenseitig zu ergänzen, zu korrigieren oder zu bestätigen.

*Beispiel 16: Reporter 1: Jetzt // Mebdi Mahdavia / auf der rechten Außenbahn / könnte einmal ein Dribbling probieren / gegen Bergdölmo / der ist schon 33 / und er hat ihn auch tatsächlich ausgespielt / und bekommt einen Freistoß zugesprochen //*



*Handspiel soll's gewesen sein Christoph / hast du es besser gesehen als ich?“*

*Reporter 2: Ja ein klares Handspiel / hatte der Linienrichter auch gleich angezeigt / wollte erstmal Vorteil laufen lassen // jetzt aber hat er die Fabne geboben und hat's dem Schiedsrichter sofort gesagt / und da kennt der Herr Bramgard aus den Niederlanden auch keine Kompromisse // gibt die gelbe Karte an // war es der Bergdölmo da hinten / der Linksverteidiger / der früher noch in Dortmund kickte? // ja er war es / gelbe Karte für Bergdölmo / und Freistoß für den Hamburger SV. “<sup>18</sup>*

Im Idealfall entstehen so bei strittigen Situationen im Dialog der Reporter echte Diskussionen. Die Argumente der Reporter kann der sehgeschädigte Zuhörer aufnehmen und wiederum als Schablone für seine persönlichen Gespräche und Diskussionen benutzen.

## 5. Fazit und Ausblick

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Darstellungsform „Live-Reportage“ hat zu einer Qualitätssteigerung auf verschiedenen Ebenen geführt:

Erstens leistet sie einen erheblichen Beitrag zur Erweiterung der Lebenswelt und zur Integration von Blinden und Sehbehinderten.

„Von daher hat sich einfach mein Selbstbewusstsein gesteigert. Ich gehe ganz anders zum Stadion jetzt. Also ich habe sonst immer zugesehen, den Stock immer nur auszuklappen, wenn es wirklich sein muss, aber heute gehe ich wirklich ganz cool mit diesem Stock da längs und sage, ich gehe jetzt zum Fußball, und ihr könntet meinerwegen gerne alle gucken oder ich weiß nicht was und das ist mir egal. Ich mache mir da keinen Kopf mehr drum. Früher habe ich mir immer überlegt, was wohl die Leute denken mögen, wenn ich hier mit einem Stock und Fußballklimotten langgehe, und heute weiß ich einfach, die anderen

beiden machen es auch, für die ist das genauso normal, und eigentlich kommt es auch immer nur positiv von den Leuten zurück.“ (sehgeschädigte Stadionbesucherin, zitiert nach Windszus 2004, 102)

Die Live-Reportage für Sehbehinderte schafft eine permanente Nähe zum Geschehen, ermöglicht dichtes Erleben und setzt vor allem die Begleitpersonen von der Reporterrolle frei. So entsteht überhaupt erst die Möglichkeit spontaner Kommunikation über den Sport - ein wesentliches Stück der Faszination und Normalität eines Stadionbesuchs für jeden Fußballfan.

„Dadurch, dass mir nicht nur erzählt wird, welcher Spieler den Ball hat, sondern auch, wie er jetzt den Pass spielt und so, wird das für mich schon aufgewertet. Ich fühle mich dadurch einem Sehenden gleichgestellt. Das ist auch immer interessant, wenn man sich darüber mal mit Kollegen unterhält. Dann heißt es immer, Du kannst das doch gar nicht sehen! Dann sag ich: Nee, aber ich bekomme das ganz gut geschildert.“ (sehgeschädigter Stadionbesucher, zitiert nach Windszus 2004, 87)

Zweitens bietet die Auseinandersetzung mit der speziellen Rezeptionssituation eine hervorragende Grundlage für die sportjournalistische Ausbildung von Live-Reportern. Die besondere Kommunikationssituation sensibilisiert die Reporter zwischen reportierenden und kommentierenden Elementen zu differenzieren und diese im richtigen Moment verfügbar zu haben. Zudem trägt die ungewöhnliche Nähe zwischen Reportern und Rezipienten dazu bei, dass sich durch unmittelbare Rückmeldung ein positiver Lerneffekt einstellt.

Es hat sich herausgestellt, dass diese besondere Art der Reportage auch für Sehende eine Bereicherung darstellen kann. Gerade vor dem Hintergrund, dass es hierzulande im Rundfunk kaum Vollreportagen gibt, sind zukünftig

verschiedene Nutzungen (Internet-Radio, Ausschnitte von Höhepunkten auf Vereins-Websites) denkbar.

Insgesamt ist eine erfreuliche Entwicklung erkennbar: Bundesweit bieten immer mehr Vereine ihren sehbehinderten Fans diesen speziellen Reportage-Service an, der sich somit zumindest im bezahlten Fußball mehr und mehr zu einem Standard entwickelt. Zum Teil werden die Sehgeschädigten und ihre Bedürfnisse sogar aktiv in die Planungen von Stadionneubauten einbezogen.

Vor allem im Hinblick auf das anstehende Großereignis, die FIFA-Weltmeisterschaft 2006, wäre es wünschenswert, dass dieser positive Trend anhält und schnell zu einer Selbstverständlichkeit wird.

„Dass Audiodeskription etwas Selbstverständliches wird und dass man nicht immer solche Fragen hört wie: Ist denn das nötig? Muss denn das sein? Das geht doch auch ohne! Da ärgere ich mich häufig, denn es geht heutzutage nie ohne Rampen und Aufzüge für Rollstuhlfahrer, aber es geht angeblich ohne Audiodeskription in vielen Bereichen ganz ausgezeichnet. Das wäre schon schön, wenn sich das ändern würde.“ (Windszus 2004, 84f.)

#### ANMERKUNGEN

- 1) Vgl. hierzu etwa die differenzierten Betrachtungen zum Phänomen der Sportrezeption bzw. zur Sozialfigur des Sportrezipienten von Bette/Schimank 1995, 59-81 und Schwier 2000, 92ff.
- 2) Vgl. Abbildungen 1 und 2.
- 3) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen den VfL Wolfsburg am 21.11.2004 in Hamburg. Reporter: Florian Till Grove.
- 4) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen den 1.FC Nürnberg am 28.08.2004 in Hamburg. Reporter: Christoph Stukenbrock.
- 5) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen den 1.FC Nürnberg am 28.08.2004 in Hamburg. Reporter: Daniel Campina.
- 6) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen 1860 München am 08.11.2003 in Hamburg. Reporter: Alexander Hahn.
- 7) Live-Reportage des Fußball-Länderspiels Deutschland gegen Kamerun am 17.11.2004 in Leipzig. Reporter: Danny Fritz.
- 8) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen Hannover 96 am 04.12.2004 in Hamburg. Reporter: Danny Fritz.
- 9) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen Hertha BSC Berlin am 26.09.2004 in Hamburg.

Reporter: Oliver Laskowsky.

10) Live-Reportage des Fußball-DFB-Pokalspiels des Hamburger SV gegen Bayer 04 Leverkusen am 26.10.2005 in Hamburg. Reporter: Broder-Jürgen Trede.

11) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen den DSC Arminia Bielefeld am 16.10.2004 in Hamburg. Reporter: Andreas Ambelakiotis.

12) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen Hannover 96 am 04.12.2004 in Hamburg. Reporter: Danny Fritz.

13) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen Hertha BSC Berlin am 26.09.2004 in Hamburg. Reporter: Oliver Laskowsky.

14) Live-Reportage des Fußball - Länderspiels Deutschland gegen Kamerun am 17.11.2004 in Leipzig. Reporterin: Lena Först.

15) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen den VfL Wolfsburg am 21.11.2004 in Hamburg. Reporter: Florian Till Grove.

16) Live-Reportage des Fußball-Länderspiels Deutschland gegen Kamerun am 17.11.2004 in Leipzig. Reporterin: Lena Först.

17) Live-Reportage des Fußball-Bundesligaspiels des Hamburger SV gegen Hertha BSC Berlin am 13.03.2004 in Hamburg. Reporter: Daniel Campina.

18) Live-Reportage des Fußball-UEFA-Pokalspiels des Hamburger SV gegen den FC Kopenhagen am 15.09.2005 in Hamburg. Reporter: Hendrik Ternieden und Christoph Stukenbrock.

#### LITERATUR

**BETTE, KARL-HEINRICH/ SCHIMANK, UWE** (1995): Doping im Hochleistungssport. Anpassung durch Abweichung. Frankfurt/M.

**BÖNI, ANDREAS**: Wie blinde Fans Fußball sehen. In: Sport Bild, 16. Jg., Heft 53, 29. Dezember 2004, 38-39.

**DANNEBOOM, MARION** (1988): Der Einfluß des Kommentars bei Fußballübertragungen. In: Hackforth, Joseph (Hrsg.): Sportmedien & Mediensport. Wirkungen – Nutzung – Inhalte der Sportberichterstattung. Berlin, 147-159.

**FANCLUB SEHHUNDE – FUSSBALL-FANCLUB FÜR BLINDE** (Hrsg.) (2003): Empfehlungen für die Einrichtung spezieller Plätze für blinde und sehbehinderte Zuschauer. Unveröffentlichtes Merkblatt. Hamburg.

**FREITAG, JAN**: Mit den Ohren sehen. Auch für blinde Fußballfans ist der Stadionbesuch ein Erlebnis. In: 11freunde. Magazin für Fußball-Kultur, 4. Jg., Heft 35, Juni/Juli 2004, 60-62.

- GEBAUER, GUNTER** (1983): Geschichten, Rezepte, Mythen. Über das Erzählen von Sportereignissen. In: Lindner, Rolf (Hrsg.): Der Satz „Der Ball ist rund“ hat eine gewisse philosophische Tiefe. Sport, Kultur, Zivilisation. Berlin, 128-145.
- HALLER, MICHAEL** (1995): Die Reportage. Ein Handbuch für Journalisten. (Praktischer Journalismus; Bd. 8). Konstanz.
- HATTRUP, MARTIN**: Torflut auf UKW. In: 11freunde. Magazin für Fußball-Kultur. 4. Jg., Heft 31, Februar 2004, 38-40.
- KLUTTIG, JENS** (2004): Die Sportreportage im Radio. Typoskript zum Vortrag am Fachbereich Sportwissenschaft der Universität Hamburg, 19. Januar 2004.
- LÜCK, OLIVER**: „Das hört sich gar nicht nach einem Ball an“. Michael Löffler, 27, und Katja Nitzsche, 25, sind von Geburt an blind und seit Jahren Anhänger der Geräusche des FC St. Pauli. In: 1/4 NACH 5, 3. Jg., Heft 3, 34-35.
- MARTINEZ, MATIAS** (2002): Nach dem Spiel ist vor dem Spiel. Erzähltheoretische Bemerkungen zur Fußballberichterstattung. In: Ders.: Warum Fußball? Kulturwissenschaftliche Beschreibungen eines Sports. Bielefeld.
- NEUGEBAUER, EVA** (1986): Mitspielen beim Zuschauen: Analyse zeitgleicher Sportberichterstattung des Fernsehens. Frankfurt am Main; Bern; New York.
- QUENTIN, REGINA** (1989): Sprache im Bild. Fußballreportagen in Sportsendungen des deutschen Fernsehens. Marburg.
- RÖDER, BRIGITTE** (2003): Ist bei Blinden alles anders? In: Gehirn und Geist, 2. Jg., Heft 5, 70-74.
- SEIP, AXEL** (2000): Reportage. In: La Roche, Walther von/ Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, 179-193.
- SCHAFFRATH, MICHAEL** (2003): Mehr als 1:0! Bedeutung des Live-Kommentars bei Fußballübertragungen – eine explorative Fallstudie. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. 51. Jg., Heft 1, 82-104.
- SCHEU, HANS-REINHARD** (2000): Sportreportage. In: LA ROCHE, WALTHER VON/ BUCHHOLZ, AXEL (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, 199-206.
- SCHROEDER, CHRISTIAN/ KÖSTER, PHILIPP**: Der Ball im Ohr. Fußball im Radio ist ein Erlebnis für sich. In: 11freunde. Magazin für Fußball-Kultur. 4. Jg., Heft 31, Februar 2004, 28-32.
- SCHWIER, JÜRGEN** (2000): Sport als populäre Kultur. Sport, Medien und Cultural Studies. Hamburg.
- SEUSS, CHRISTIAN** (2003): Barrierefreie Fußballarena. Gedanken zur Verbesserung und Weiterentwicklung des Info-Services für blinde Fußballfreunde in Hamburg. Unveröffentlichtes Manuskript. München.
- SEUSS, CHRISTIAN** (2004): Blind in der Arena. In: Die Gegenwart (Zeitschrift des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbands e.V.), 58. Jg., Heft 6, 25.
- TEICHERT, WILL** (1976): Dem Publikum auf der Spur. Über neue Untersuchungen zur Mediennutzung und Medienwirkung. In: Bertelsmann Briefe 87, 3-12.
- TREDE, BRODER-JÜRGEN** (2003): Durch die Ohren sehen – Fußball-Livereportage für Blinde und Sehbehinderte. In: Strauß, Bernd/ Hagemann, Norbert/ Tietjens, Maïke/ Falkenberg-Gurges, Gabriela (Hrsg.): Sport goes media. Abstracts zum 16. Sportwissenschaftlichen Hochschultag der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft vom 21.-23. September 2003 in Münster. Schriften der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft; Bd. 138. Hamburg, 335.
- WALTHES, RENATE** (2003): Einführung in die Blinden- und Sehbehindertenpädagogik. München.
- WINDSZUS, JULIE** (2004): Der Beitrag von Audiodeskription zur kulturellen Teilhabe sehgeschädigter Menschen: Möglichkeiten und Grenzen. Examensarbeit am Fachbereich Erziehungswissenschaft der Universität Hamburg, Institut für Behindertenpädagogik, Fachrichtung Sehbehindertenpädagogik. Hamburg.

Samstag			Sonntag		
	Sekunden (* )	Minuten (* )		Sekunden (* )	Minuten (* )
Live-Schaltungen:	3576	59:36	Live-Schaltungen:	1470	24:30
Moderation im Studio:	703	11:43	Moderation im Studio:	439	7:19
Musik:	916	15:16	Info anderer Sport:	52	0:52
Info anderer Sport:	41	0:41	Musik:	3017	50:17
Werbung/Jingles:	326	5:26	Werbung/Jingles:	125	2:05
Nachrichten/ Wetter/ Verkehr:	283	4:43	Nachrichten/ Wetter/ Verkehr:	451	7:31
Gesamt	5845	97:25	Gesamt	5554	92:34
*Durchschnittswerte; n = 15 Bundesligaspieltage (Samstag) der Spielzeit 2003/04			*Durchschnittswerte; n = 15 Bundesligaspieltage (Sonntag) der Spielzeit 2003/04		