

Thorsten Knobbe

Spektakel Spitzensport

**Der Moloch aus Stars, Rekorden, Doping,
Medienwahn, Sponsorenmacht**

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Grades eines Doktors
des Fachbereichs Sprach- und Literaturwissenschaften
der Universität-Gesamthochschule Siegen

Siegen 2000

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Mittendrinn statt nur dabei?	5
--	----------

I

I.1. Frisch, fromm, fröhlich, frei... Der Sport in unserer Gesellschaft ...	8
--	----------

1. „Ich brauche meinen Sport...“ – Zwang oder Drang?	8
2. ‚Meister und Milchgesichter‘ – Sport und Werthaltungen	12
3. Vor allem politisch – Sport und Ideologie	16
4. Spiel vs. Spießertum? – Sportrealitäten in den USA und Europa	21

I.2. Wahrheit und Wahnsinn als Problemaufriss: Vier theoretische Essays zu Massenmedien und Kommunikation	27
--	-----------

1. Die Psychologie der Massenkommunikation – Aller guten(?) Dinge sind neun	27
2. Opium für das Volk? – Massenmedien und (Sport-)Gesellschaft	32
3. Schein und Sein – Die Wirklichkeit der Medien	37
4. Ethik und Ekel – Quo vadis, westliche Medienwelt?	52

I.3. Symbiose perfekt: Massenmedien und Spitzensport	69
---	-----------

1. ‚Watch it, feel it, do it‘ – Das magische Dreieck aus Sport, Medien, Wirtschaft	59
2. Vom Kasper zum Könner? – Der Sportreporter als solcher... ..	71
3. Idole und Idioten – Sportler in den Massenmedien	77

I.4. Baum der Erkenntnis: Theoretischer Essay über das ‚Medienereignis Prinzip‘	91
--	-----------

II

II.1. Klassisches und Kurioses	103
---	------------

Der ‚Prinz von Homburg‘	103
Brigitte Berendonk brutal	104
Monica Seles: „High-noon auf dem Centre Court“	122
8 Sekunden bis zur Ewigkeit	105
Dreimal gleicher Urin!	106

Dieter Baumann: saubere Zähne, schmutzige Weste?	107
Rumble in the... Ring mit einer schlagkräftigen Mutter	112
Wembley '66: „Yes. Yes. No. No.“	114
Deutsch-österreichischer „Fußball-Porno“	115
„Fußball im Neandertal“	116
Fußball EM '96: „Passt auf, ihr Würste“	117
Fußball EM 2000: „Ausgespielt“ – „Ihr seid die Schande“	118
„Ich habe fertig.“	120
II.2. Leichtathletik: Geschichte eines historischen Comebacks	
Grit Breuers Weg zur Weltmeisterin	122
Interview mit Johannes B. Kerner (ZDF-Sportjournalist)	134
II.3. Tour de France: Den Super-GAU überlebt, das Ziel verfehlt?	
Medienmacht, Ehrenplätze, Betrug und Doping	139
1. Gestern und heute – das Epizentrum des Dopings und Betrugs?	139
2. Die Tour de France '98: Götterdämmerung in Etappen	144
3. „Epcocalypse now“	151
4. Zabels Anlauf zum Weltrekord: viermal ‚Grün‘ in Folge	152
5. Brutaler und schillernder als je eine Kamera es dokumentierte?	156
Interview mit Erik Zabel (Radprofi im Team-Telekom)	162
Interview mit Ina Reinders (Triathletin, Ex-Junioren-Europameisterin)	165
II.4. Formel-1 am Rande des Wahnsinns:	
Michael Schumachers Jahrtausend-Duell mit Damon Hill	167
Interview mit Martin Lauffer (PR-Chef der Krombacher Brauerei)	201
II.5. NBA – Die größte Show auf Erden:	
Das Phänomen Dennis Rodman	188
1. Der Feind der Liga	188
2. Rückblende: TV-Shows und Specials	195
3. Rodman 2000 – The Return of The Worm	197
4. Dennis the Media-Menace: Der Schlüssel zum Rodman-Phänomen	200
Die Stimme aus den USA: John Hoberman (Sport- und Dopingexperte)	203

III

„Lebbe geht weida“– das Resümee	206
Epilog	212
Finis: „Mit Gegröle in die Hölle“	214
Literaturverzeichnis	215

Die Mensch•Maschine
Ein Wesen und ein Ding
(Kraftwerk)

Vorwort: Mittendrinn statt nur dabei?

Auf die Plätze, fertig...

...los – doch wohin? Um die Jahrtausendwende bewegt sich der Sport nicht mehr nur vorwärts. Spätestens seit dem Super-GAU der Tour de France 1998 ist der mediale Spitzensport ins Zwielficht geraten. In jenem Jahr erkannte man plötzlich, dass all die Jahre zuvor die heroischen Leistungen der Fahrer höchstwahrscheinlich nur durch systematisches Doping ermöglicht worden waren. Welch ein Schock für Fans, Offizielle und Medien! Oder doch nicht? Hatte man denn tatsächlich nichts gewusst von den Vorgängen im Profiradsport? Das ist nur schwer zu glauben, weil immerhin viele Sportdirektoren, Manager, Journalisten und auch Offizielle früher selbst Radrennen gefahren sind. Rollten sie damals wirklich ohne unterstützende Mittel und Anwendungen über die Landstraßen? Wohl kaum, obwohl unverblümete Aussagen kaum zu vernehmen sind. Man wiegelt lieber ab, verschleiert, sei die Erklärungsnot auch noch so groß.

Doch längst trifft der Bannstrahl nicht mehr nur den Radsport. Seit Sprinter überhöhte Testosteronwerte mit zu viel Sex begründen, Fußballer positiv getestet oder Tennisspieler erwischt werden, steht der ganze Profisport am Pranger. Ein Weltkonzept ist ins Wanken geraten. Auch die Medien tragen einen Teil der Verantwortung. Sie sind es, die den Sport erst ins Rampenlicht gerückt, für viele Fans nacherlebbar und investitionsreif gemacht haben. Spitzensport ist heute Mediensport. Doch was wissen wir eigentlich über die (Sport-)Realität, die die Medien konstruieren und uns als ‚objektive Realität‘ anbieten? Wir sind längst gefangen im globalen Medienwahn, der uns – seit ein paar Jahren sogar durch reine Sportkanäle – eine Sport-Show rund um die Uhr ins Wohnzimmer liefert. Doch wir machen uns kaum noch Gedanken darüber, inwieweit das, was wir durch die Medien aufnehmen, überhaupt mit der ‚objektiven Realität‘ übereinstimmt; wenn es denn so etwas wie eine ‚objektive Realität‘, die in den Medien ‚abgebildet‘ wird, gibt. Anders gesagt: Wie können wir zwischen den Bildern der Wirklichkeit und der Wirklichkeit der Bilder unterscheiden? Welcher Rhetorik und Mechanismen bedienen sich die Medien, um ihre ‚Informationsvermittlung‘ durchzuführen? Wie groß ist bereits die Macht der Medien, und wer kann sich wie gegen sie wehren?

Hinzu kommt der mächtige Einfluss der Wirtschaft, die den Mediensport zu einem favorisierten Investitionsobjekt erkoren hat. Wie viele Milliarden derzeit in den Mediensport gepumpt werden, weiß wohl niemand genau. In Zeiten, da einzelne Sportler Verträge in dreistelliger Millionenhöhe abschließen, scheint jegliche Übersicht verloren gegangen. Fest steht indes, dass der Mediensport durch das Geld aus der Wirtschaft eine gigantische Vermarktungsmaschinerie geworden ist, die nicht unerheblich zum Bruttosozialprodukt beiträgt. Wenn es je so etwas wie einen spielerischen Charakter des Sports gegeben hat, dann ist er spätestens durch Einfluss der Wirtschaft verdrängt worden. Die Sponsoren wollen für ihre hohen Investitionen Leistung und vor allem Erfolge sehen. Und je mehr Gelder aus der Wirtschaft fließen, desto größer wird der Leistungsdruck – mit teilweise fürchterlichen Folgen für die Athleten.

Aber der Mediensport hat auch durchaus im positiven Sinn faszinierende Seiten. Wenn Radrennfahrer bei der Tour de France gegen die Natur und sich selbst kämpfen, dann hat das schon etwas Existenzielles. Mit wohligem Schauer verfolgen wir vom Wohnzimmer aus die Wasserschlachten im Norden Frankreichs, die Hitzeschlachten im Süden und das unbarmherzige Leiden in den

Bergen. Wer Paris erreicht, ist ein Gigant. Die Tour de France ist heute nach den Olympischen Spielen und der Fußball-WM das drittgrößte Medienereignis.

Ebenso faszinierend erscheint das laute Spektakel der Formel-1, wo die Fahrer wirklich am Limit fahren; und zwar so nah, dass sich die Zuschauer von bestimmten Journalisten immer auch als Voyeure, die auf schwere Unfälle nur warten, kritisieren lassen müssen. Doch stirbt ein Pilot bei einem Crash, ist das Entsetzen groß. Das Rennen ist eben doch kein Spiel und schon gar keine reine Medienrealität. Ein Rennfahrer, der von der Strecke rast, riskiert das reale ‚Game over‘. Die Formel-1 bedeutet Adrenalin pur und bedient allein deswegen die allzu menschliche Sehnsucht der Fans und Aktiven nach dem Thrill. Um die Jahrtausendwende erlebt die Formel-1 einen Schub an Popularität, Reputation und Ansehen, den in dieser Form wohl niemand vorhergehen hat. Für das Formel-1-Fieber in Deutschland hat Michael Schumacher durch seine zwei Weltmeistertitel und die legendären Zweikämpfe mit Damon Hill entscheidende Pionierarbeit geleistet. Der Grundstein für den aktuellen Boom wurde Mitte der 90‘er Jahre gelegt.

Klassisch und irgendwie zeitlos kommt dagegen die Leichtathletik daher. Was in Formvollendung (vermutlich) bei den alten Griechen einst begann,¹ hat heute noch Konjunktur. „Vogel singt, Fisch schwimmt, Mensch läuft“, sagte einst die tschechische Läuferlegende Emil Zatopek. Die Simplizität des Vorgangs wirkt hier als Schlüssel zur dauerhaften Attraktivität. Das funktioniert im Land der unbegrenzten Sportmöglichkeiten trotz Legenden wie Jesse Owens oder Carl Lewis nicht mehr nach diesem Muster. Allenfalls die 100-Meter-Sprints vermögen zu überzeugen. Amerikaner begeistert schnelle, bewegliche Aktion, bei der viele Punkte erzielt werden können. Basketball und Football heißen die nationalen Sportheligtümer. Freilich spielt der Ball auch in Europa die Hauptrolle. Allerdings ist er im Gegensatz zum amerikanischen Pendant rund, das Spiel dauert 90 Minuten, und der Torwart hat bisweilen Angst vor dem Elfmeter. Den gibt es im Basketball nicht, aber dafür bietet hier der Freiwurf die Gelegenheit, sich zu blamieren. Aber der misslungene Wurf ist zunächst nicht das Problem. Dieses beginnt vielmehr dann, wenn das Spiel durch einen solchen Patzer zu Ungunsten eben jener Mannschaft, zu der der Schütze gehört, entschieden wird. Es geht um eine Menge Geld und auch um die Ehre – oft sehen tausende, ja Millionen Menschen zu. Athleten stehen unter einem enormen Erfolgsdruck. Und hinter jedem Erfolg stehen die finanzkräftigen Sponsoren und geben noch mehr Geld und fordern noch mehr Erfolg. Hier schließt sich der Kreis, doch die Spirale dreht sich unaufhörlich.

Wir werden in dieser Arbeit eine Reise durch den modernen Spitzensport unternehmen. Um die Jahrtausendwende gibt es wahrlich genügend Abenteuerliches zu berichten, im Rückblick und im Ausblick. Allerdings werden wir den Sport nicht ungefiltert betrachten, das wäre ein allzu wohlfeiles Unterfangen. Wir werden stattdessen den Spitzensport im Spiegel der Medien verfolgen, so wie er uns präsentiert wird, und dabei die Mechanismen jener Medien, die uns

¹ Mittlerweile geht die Forschung davon aus, dass es in frühen Hochkulturen, wie z.B. dem alten Ägypten 3000 – 1430 v.Ch., bereits organisierte Jagd- und Sportereignisse gegeben hat. Vgl. dazu auch DZIONARA, KARIN (1996): *Mit Pfeil und Bogen zu Rekord. Der Sport in frühen Hochkulturen*. In: SARKOWICZ, HANS (ed.) (1996): *Schneller, höher, weiter. Eine Geschichte des Sports*. Insel, Frankfurt/M., 13.

täglich beeinflussen, ergründen.² Dass die Medien hier als Untersuchungsobjekt und Referenzquelle in einem dienen, ist ein notwendiges Paradoxon, welches im jeweiligen Vergleich mit einer ‚objektiven Realität‘, besser: ‚außermedialen Realität‘, durch Interviews verifiziert, an Bedenklichkeit verliert und an Glaubwürdigkeit gewinnt; wobei es nicht das Ziel ist, die ‚Medienrealität‘ grundsätzlich an der ‚objektiven Realität‘ zu messen. Sind wir dank der Massenmedien wirklich „mittendrinn“ oder nicht doch „nur dabei“? Wir begegnen Phänomenen wie Zahlenspielen, Kuriositäten, Skandalen und nicht zuletzt Spitzensportlern und Experten persönlich, um hinter die Medienrealität zu blicken. Die Essays beinhalten dabei die besonderen wissenschaftlichen Erkenntnisse. Die Aussagen in den Interviews untermauern im Wesentlichen die in dieser Arbeit entwickelten Gedanken und stehen daher weitgehend für sich. Weil der Sport extrem aktionsgeladen und geradezu ‚schillernd bunt‘ beschaffen ist, enthält diese Arbeit viele erzählende Passagen, die die Dynamik, die Aktion reflektieren. Erst in der plastischen Darstellung des Geschehens gewinnt die Betrachtung dessen, was die Medien daraus machen, an Kontur und Aussagekraft. Das erscheint allemal wirkungsvoller als eine rein theoretische Betrachtung. Beispiele stellen schließlich so manche systemtheoretische Betrachtung an Aussagekraft in den Schatten. Der stellenweise verwendete Glossarstil in dieser Arbeit soll unterhalten, verwässert den Inhalt jedoch keinesfalls. Eine konkrete Vorstellung vom Geschehen braucht man in der Tat: Trotz aller Unkenrufe der Puristen ist der Mediensport nämlich noch lange nicht am Ende, denn Medienmogule und Sponsoren pumpen weiterhin Milliarden in den schrecklich-schönen Moloch Mediensport: *The Show must go on!*

² Der Text enthält dabei in einigen Passagen von Kapitel zu Kapitel Tempuswechsel, je nach Vorlage und Sinnzusammenhang. Dies liegt auch daran, dass einzelne Kapitel nachträglich eingefügt bzw. unabhängig voneinander recherchiert wurden.

I

I.1. Frisch, fromm, fröhlich, frei... Der Sport in unserer Gesellschaft

„Es lebe der Sport. Er ist gesund und macht uns hoart.“
Reinhard Fendrich, österreichischer Liedermacher

1. „Ich brauche meinen Sport...“³ – Zwang oder Drang?

„No sports“ – dieser Ausspruch Winston Churchills, mittlerweile schon fast zum Mythos erhoben, erscheint uns heute als blanker Hohn, bestenfalls noch als liebenswert-antiquiertes Lebensmotto, mit dem kein Staat mehr zu machen ist. Sport ist angesagt, Sport ist ‚en vogue‘. Um die Jahrtausendwende laufen, turnen, trainieren wir, was das Zeug hält. Ein Blick in Illustrierte und Fernsehzeitschriften verrät uns sofort das Gebot der Stunde: Schlanke, durchtrainierte Körper mit Waschbrettbäuchen und drahtigen Oberarmen gefallen, keine Chance dagegen für sinnesfreudige und körperlich barocke Erscheinungen. Dieses Phänomen trägt darüber hinaus stark androgyne Züge: Es betrifft Mann wie Frau. Der Titel einer typischen Fitnesszeitschrift beschreibt das Lebensgefühl einer ganzen Gesellschaft: Mann und Frau sind „Fit for fun“. Gleichzeitig bewundern wir passiv als Sportkonsumenten die fast übermenschlichen Leistungen der Spitzensportler, in deren Leistungsbereiche wir nie vordringen können. Wenn Rekorde fallen, dann steht nicht nur dem ‚kleinen Moritz‘ der Mund offen. Da mutet die eigene Leistung verständlicherweise eher ärmlich an.

Allerdings glaubt man schon hier einen etwas faden Geschmack zu spüren. Wer ist eigentlich die Gesellschaft? Wer bestimmt denn, dass wir alle unsere Körper trainieren müssen? Stimmt das überhaupt? Und welchen Vorbildern eifern wir dabei nach?

Fragen wir zunächst nach der Gesellschaft.⁴ Ohne Zweifel werden wir uns hier auf die westlich-liberale Gesellschaft konzentrieren, die sich in den in vielen Bereichen entscheidend von anderen Gesellschaften (z.B. der orientalischen) unterscheidet. Innerhalb der westlich-liberalisierten Welt werden wir vor allem die USA, Großbritannien und Deutschland betrachten, ohne allerdings andere Länder Europas zu vergessen. Die USA sind in fast allen Lebensbereichen immer noch Trendsetter für Deutschland, ja für Europa. Die Briten, traditionell den USA besonders nahestehend, übernehmen oft die Mittlerrolle. Obwohl von den Franzosen und Deutschen nicht selten als wirtschaftlich ‚leicht unterentwickelt‘ betrachtet, sind die Briten teilweise das am stärksten amerikanisierte Land Europas; trotz ihrer eigenen, durchaus mächtigen Tradition. Dieses Paradigma ist typisch für viele Prozesse in unserer westlichen Welt, von denen uns die Medienprozesse noch näher beschäftigen werden.

Wenden wir uns dem Sport und der körperlichen Fitness zu. Wer also schreibt uns vor, wie trainiert wir sein müssen? Vor allem wohl Ärzte und Fitnesstrainer, so möchte man meinen. Wirklich? Was ist mit Werbestrategen, Sportlern und Journalisten? Haben sie nicht einen gewissen Anteil an den Verhältnissen? Keine Frage, der Sport samt seinen Protagonisten ist eines *der* Medienthemen überhaupt. Wir werden später noch genauer erfahren, wie wichtig

³ RADEMACHER, LARS (1998): *Sport und Mediensport. Zur Inszenierung, Pragmatik und Semantik von Sportereignissen im Fernsehen*. Arbeitshefte Bildschirmmedien 73, Universität-GHS-Siegen, 9.

⁴ Es werden im Folgenden keine tiefgreifenden soziologischen Überlegungen zur Definition einer Gesellschaft durchgeführt.

der Sport gerade für das Fernsehen ist. Es ist indes fast schon eine Binsenweisheit, dass populäre Sportereignisse die Zuschauerzahlen in schwindelerregende Höhen treiben, was wiederum bares Geld für die Fernsehsender und Sportartikelhersteller bedeutet. Und die Sportler, wie sie uns täglich präsentiert werden, sind nun einmal junge, trainierte, hoch leistungsfähige und kerngesunde Menschen... Damit erfüllen sie doch die ideale Vorbildfunktion für uns. Oder etwa nicht?

Zweifellos zählen Spitzensportler abseits ihres eigentlichen Berufs zu den wichtigsten Werbe- und Imagerägern der Industrie. Die USA waren hier wegweisend. Während früher vor allem Sportlerinnen wegen ihres angeblich oder tatsächlich maskulinen Erscheinungsbilds nicht so gefragt waren,⁵ sind heute erfolgreiche Sportler wie Sportlerinnen gefragte Werbestars. Was wir unter ‚erfolgreich‘ zu verstehen haben, wird sich freilich noch zeigen. Diese strahlenden Heldinnen und Helden, die mal ‚lila angehaucht‘, mal mit ‚drei Streifen‘ beschuht oder schlicht braunen Brotaufstrich verzehrend daherkommen, sind zweifellos Ikonen unserer Leistungsgesellschaft. Sie demonstrieren körperliche Fitness und Ästhetik, natürlich gepaart mit guter Laune, mit jeder Pore ihrer Haut. Zusammen mit ebenfalls durchtrainierten und superschlanken Models, wohlgermerkt; aber das ist eine andere Geschichte. Immerhin, wer möchte bei diesem Bombardement der körperlichen Fitness schon zurückstehen?

Das führt uns unmittelbar zu der Erkenntnis, dass auch die Medien ihren ganz entscheidenden Anteil an dem ‚Kuchen‘ haben. Denn ohne sie blieben Sport und Sportler in relativer Anonymität verborgen. Nur die Medien, besonders die Fernsehsender, liefern uns die Vorbilder, ja Idole direkt in unser Wohnzimmer. Gebannt starren wir auf den Bildschirm, wenn um Rekorde gelaufen, gesprungen, geschwommen wird, wenn es um Sein oder Nichtsein bei wichtigen Meisterschaften geht. Nur die Medien entführen uns in die süße Scheinvorstellung, „mittendrin statt nur dabei“⁶ zu sein. Und nur die Medien schließlich sind es, die uns die Sportler als private Menschen sowie deren Image vermitteln, so dass wir, wenn es besonders ‚menschelt‘, sogar einen kleinen Teil von uns in ihnen wiederfinden können.

Betrachten wir heute den Hochleistungssport als extremste Ausprägung des Sports, so verwundert es durchaus, wie alles angefangen hat. Damals, als es die Massenmedien noch nicht gab. In diesen Anfängen, die für die Breitensportler bis heute gültige Verhältnisse geschaffen haben, finden wir die Begründung des Sports in seiner ursprünglichen Form.

Sport bedeutet Körpergefühl, Selbsterfahrung und damit Identität,⁷ auch und gerade im gesellschaftlichen Miteinander. Indem wir unsere Körperlichkeit erfahren, uns sportlich ausarbeiten, fühlen wir uns wohl, können wir Anerken-

⁵ Vgl. DAALMANN (1993, 238). In: KRÜGER, ARND/SCHARENBERG, SWANTJE (eds.) (1993): *Wie die Medien den Sport aufbereiten – Ausgewählte Aspekte der Sportpublizistik*. Berlin, Verlagsgesellschaft Tischler.

⁶ Werbeslogan des DEUTSCHEN SPORTFERNSEHENS (DSF).

⁷ Vgl. zu den folgenden Ausführungen RADEMACHER (1998, 19), der wiederum die Ansicht REINHARD STELTERS als Argument anführt: „Die sich über das Leiberleben aufbauenden personalen Konstruktionen des Selbst generieren sich (...) im Dialog des Individuums mit seiner Umwelt. Das Individuum wirkt in Handlung und Bewegung auf die Umwelt, und die Umwelt wirkt über die Wahrnehmung auf das Individuum. Das Zusammenwirken ist im Sinne eines zirkulären Modells zu verstehen, in dem kausales und dualistisch orientiertes Denken seine Bedeutung verloren hat.“ Im Kern ist diesen Ausführungen sicher zuzustimmen, auch wenn man sich über den zirkulären Charakter, der ja zwangsläufig jegliche originäre Kausalität verneint, streiten mag.

nung erlangen, „eingebildete oder tatsächliche Schwächen kompensieren“⁸. Der Sport liefert uns idealerweise ein positives Feedback über unseren Körper. Der Körper wiederum ist zentraler Mittler zwischen Individuum und Umwelt.⁹ Und es ist wohl auch und vor allem der Faszination des Körperlichen, dessen, was unser Körper zu leisten vermag und was wir dabei empfinden, zu verdanken, dass sich der Sport so vielfältig entwickelt hat, zu einem Kulturträger geworden ist. Für diese Erkenntnis müssen wir nicht einmal bis in die Antike zurückblicken.

Auch in unserer modernen Gesellschaft ist der Sport durchaus zu einem Faktor innerhalb der Kultur geworden.¹⁰ Der Sport brachte eine ästhetische Aufwertung des Lebens¹¹ abseits des beruflichen Alltags, und er ist es zumindest als Breitensport wohl heute noch. Ebenso hat er soziale Schranken, sofern überhaupt noch in dem Maße existent, überschritten. Waren im 19. Jahrhundert die klassischen Sportarten zumindest in Europa noch Sportarten des Bürgertums¹², so üben heute Vertreter aller sozialer Schichten jeden Sport aus. Dass natürlich gewisse Prestigesportarten, wie z.B. Golf, die an eine gewisse soziale Schicht gebunden sind, nach wie vor existieren, ist nicht von der Hand zu weisen. Doch bereits hier müssen wir internationale Unterschiede beachten. Über die hohen Gebühren einer Mitgliedschaft in einem deutschen Golfclub können sich z.B. Briten nur wundern. Schließlich: Ob man nun Individual- oder Mannschaftssport betreibt, stets lockt auch die Gemeinschaft des Vereinslebens. Als soziale Wesen finden wir eine gewisse Geborgenheit unter Gleichgesinnten im Verein, er ist sozusagen der Mikrokosmos im Makrokosmos unserer Gesellschaft. Schlicht gesagt: Gemeinsam ‚sportet‘ es sich eben besser.

Mittlerweile treibt der Breitensport allerdings auch seltsame Blüten. So förderte eine Studie des Hamburger Freizeitwissenschaftlers Horst W. Opaschowsky zutage, dass ein Viertel der von ihm Befragten „befürchtet, am Leben vorbeizuleben, wenn nicht regelmäßig in der Freizeit ‚Bewegung‘ in ihr Leben kommt“.¹³ Besonders Männer bedürfen danach der Simulation von Freiheit, die durch Sport befriedigt werden kann. Opaschowsky spannt von diesen Einsichten den Bogen zum Extremsport, den wir hier allerdings nicht weiter verfolgen. Nur noch soviel: Für Opaschowsky ist körperliche Betätigung ein Ventil für sinnliche Reizüberflutung.¹⁴ Das wäre im Sinne der Vorbildfunktion des Sports eine Perversion. Wir können der, auch sportlichen, Reizüberflutung nicht mehr standhalten und werden gerade durch die Abscheu in die Nachahmung dieser medial vermittelten Aktivität getrieben.

⁸ SCHNEYDER, WERNER (1983): *Über Sport*. In: ESSER, WOLFRAM (1983): *Live dabei – Sportreporter berichten*. Würzburg, Arena, 139.

⁹ RADEMACHER (1998, 19).

¹⁰ Vgl. z.B. DUNNING, ERIC (1971): *The Sociology of Sport*. London, 13 u. SNYDER, ELTON E. (1978): *Social aspects of sport*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 25.

¹¹ Vgl. GEBAUER, GUNTER (1999): „Doping zu verteufern ist scheinheilig“. Interview in: TOUR Nr.1/1999, 93.

¹² EBD.

¹³ zitiert nach RADEMACHER (1998,28), der sich auf ein Manuskript OPASCHOWSKYS bezieht: HORST W. OPASCHOWSKY: *Die Angst, etwas zu verpassen ...Erlebnismobilität ohne Grenzen*. Manuskript zum Gastvortrag im Rahmen der Beiratssitzung der Deutschen Zentrale für Tourismus am 10. September 1997 in Potsdam, 15 Seiten. RADEMACHER zitiert von Seite 2.

¹⁴ EBD.

Doch auch wenn wir nicht ex negativo argumentieren, nimmt die Nachahmung des medialen Sports in Verbindung mit gewissen Werten¹⁵ unserer modernen Gesellschaft bisweilen seltsame Formen an. „Sport“, so ließ sich der Kabarettist und Boxreporter Werner Schneyder einst vernehmen, „war einmal der Überbegriff für Spiele, die den menschlichen Körper beanspruchten, gar bildeten.“¹⁶ Doch über dieses Stadium sind wir hinaus, längst. Analog zur Wachstumsgesellschaft ist der Sport ein Wachstumsgesellschaftsspiel geworden. „Und die Spiele dieser Gesellschaft sind die heitersten nicht.“¹⁷ Der Breitensport soll Ausgleich sein, einen gewissen heiteren, erholsamen Charakter behalten. Dank unserer Wachstums- oder Leistungsgesellschaft mit ihren „nervlich und körperlich teils ausgezehnten, teils überfressenen Menschen“¹⁸ unterliegen wir aber quasi dem Gruppenzwang, uns irgendwie wieder frisch zu machen: (sich) fitmachen heißt mitmachen! Dass dabei der Freizeit- und Ausgleichscharakter oft genug verloren geht, liegt auf der Hand. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht abzusehen. Sport ist, aktiv wie passiv betrieben, populärer denn je. In den USA, so haben Umfragen ergeben, gilt er als das letzte Gesprächsthema, das die Schichten der Gesellschaft verbindet.¹⁹ Wenn Sport oder zumindest körperliche Fitness mittlerweile als gesellschaftlicher Zwang gilt, sind wir dann nicht mehr selbstbewusst genug, uns aus dieser Zwangssituation zu befreien? Oder wollen wir dies gar nicht? Gibt es keine einfache Antwort auf die existenzielle Frage, wer überhaupt noch warum zum Sportler wird? „Ich glaube, jeder Mensch, dem bewusst wird, dass ihm etwas fehlt, nämlich Sport. Dieses für den Heranwachsenden unentwirrbare Gemenge von Spaß, Körpergefühl, Heldentum und Heldenverehrung.“²⁰ So spricht Werner Schneyder. Er sieht die also Veranlagung bereits im Jugendalter, hat seine Antwort gefunden. Anscheinend können wir nicht anders, als dem Faszinosum Sport zu erliegen.

¹⁵ Die Diskussion um Werte, Werteverfall und Gesellschaft wird nicht vertieft. Hier wird davon ausgegangen, dass ein bestimmter Wertekonsens im Rahmen der Leistungsgesellschaft schlicht besteht.

¹⁶ SCHNEYDER (1983, 137).

¹⁷ EBD, 138.

¹⁸ EBD.

¹⁹ Vgl. DER SPIEGEL Nr.17/1997.

²⁰ SCHNEYDER (1983, 139). SCHNEYDER bezieht sich bei dieser Aussage zwar vornehmlich auf Heranwachsende, doch kann an der Allgemeingültigkeit der Aussage nicht gezweifelt werden. Man denke nur an die heldenhafte Verehrung von Fußballprofis oder Radprofis, besonders in Italien, von Fans aller Altersschichten.

2. ‚Meister und Milchgesichter‘ – Sport und Werthaltungen

Unternehmen wir einen kleinen Ausflug in den Bereich ‚Sport und Werthaltungen‘. Dass sich Sport und Gesellschaft gegenseitig beeinflussen, haben wir bereits angerissen. Im Rahmen unserer Gesellschaft, die ja in ihren Werthaltungen durchaus Entwicklungen und Veränderungen unterliegt, stellt der Sport eine relativ konstante Größe dar.²¹ Zwar sind auch gewisse Werte im Sport variabel, doch gibt es einen Kern von Werten, der im Sport immer wieder angestrebt wird. Das fängt schon mit der pädagogischen Funktion des Schulsports an und endet bei der Heldenverehrung berühmter Sportler. Wir lernen im Sport nicht nur die Regeln des Sports, sondern auch Regeln des Lebens. Somit können wir den Sport zunächst als einen Weg betrachten, gesellschaftliche Werte auszudrücken.²²

Um welche Werte handelt es sich dabei? Betrachten wir übergreifende Werte in der westlich-liberalisierten Gesellschaft. Wir können den Sport zunächst unter zwei Gesichtspunkten betrachten: Spiel und Wettbewerb.

Das Glaubensbekenntnis des Sports – von Amerika in die Welt getragen?

Bleiben wir beim Wettbewerb. Der Konkurrenzgedanke als Grundlage pädagogischer und damit in der Bildung verankerter Praxis tauchte in England um die Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert auf.²³ So wurde von der Pädagogik praktisch übernommen, was seit dem 17. Jahrhundert im englischen Sport bereits existierte: dominante Wettbewerbsformen.²⁴ Wir erkennen, dass in diesem Punkt die Amerikaner nicht wegweisend waren. Die Wiege des modernen Sports stand in England.²⁵ Hier wurde aus einer ursprünglich vergnüglichen Zerstreung eine an Regelwerk und Leistungsmessung orientierte Tätigkeit, ja Lebensanschauung entwickelt. Zwar herrscht keine Einigkeit darüber, mit welcher Konsequenz der Leistungsgedanke verfolgt wurde,²⁶ aber die ‚fair bet‘, die faire Wette unter Gentlemen,²⁷ ist noch heute ein Synonym für wettbewerbsorientierten, aber fairen britischen Sportsgeist. Inwieweit der britische Spitzensport und die britischen Medien diesen Geist noch reflektieren, ist freilich eine andere Frage.

Nach und nach übernahmen andere Länder diese britischen Gepflogenheiten und Werthaltungen und entwickelten sie weiter. Schließlich wurde Sport zum System. Nimmt man die erreichten Höchstleistungen von Profisportlern als Gradmesser, dann haben die USA dieses System am erfolgreichsten weiterentwickelt – spätestens nach dem Fall des eisernen Vorhangs. Natürlich hat dieses

²¹ Vgl. SNYDER (1978, 24).

²² EBD., 25.

²³ Vgl. EICHBERG, HENNING (1979): *Der Weg des Sports in die industrielle Zivilisation*. Baden-Baden, 112.

²⁴ EBD.

²⁵ Vgl. HUIZINGA (1949), in: DUNNING (1971, 13). Ebenso CHRISTIAN GRAF V. KROCKOW (1974): *Sport. Eine Soziologie und Philosophie des Leistungsprinzips*. Hamburg, Hoffman und Campe, 25ff.

²⁶ GEBAUER (1999, 93) behauptet z.B., dass noch im 19. Jahrhundert der Leistungsgedanke der Ritterlichkeit unterworfen war. Allerdings bleibt unklar, auf welches Land bzw. auf welche Gesellschaft GEBAUER sich bezieht.

²⁷ EBD., vgl. auch BOVENTER, HERMANN (1995): *Medien-Spektakel*. Frankfurt/M., Kecht, 143. BOVENTER konstatiert, dass die Fairness an sich ein fest verankertes Prinzip in der angelsächsischen Tradition ist. Dies findet sich auch in der amerikanischen Medienethik wieder, worauf später noch eingegangen wird.

amerikanische System eine genaue Analyse der mit ihm verbundenen Werte und Einstellungen nach sich gezogen.²⁸ So gibt es eine Auflistung, die als „American Sports Creed“, das amerikanische Glaubensbekenntnis des Sports, bezeichnet wird.²⁹ Dieses ‚Glaubensbekenntnis‘ besteht aus sieben Komponenten:

1. *Charakter*: Sport fördert eine ‚saubere‘ Lebensweise, ein gepflegtes Äußeres, ‚Heißblütigkeit‘, Loyalität und Altruismus (Brüderlichkeit, Uneigennützigkeit, Selbstaufopferung).
2. *Disziplin*: Verbindet Sport mit Selbstbeherrschung und sozialer Ordnung.
3. *Wettbewerb*: Basiert auf der Ansicht, dass der Sport Kraft, innere Stärke und Lebensvorbereitung so vermittelt, dass ein Individuum im Leben erfolgreich sein wird.
4. *Körperliche Fitness*: Verbindet Sport mit Gesundheit und Kondition.
5. *Geistige Fitness*: Verbindet Sport mit geistiger Wachheit und Erfolg in der schulisch-intellektuellen Ausbildung.
6. *Religiosität*: Verbindet Sport mit amerikanischem Christentum.
7. *Nationalismus*: Verbindet Sport mit Patriotismus und Liebe zur Heimat.

Nun mag man über geschlechtspezifische Unterschiede streiten, und in der Tat gibt es Studien, die belegen, dass Frauen den Sport eher ästhetisch betrachten, während es Männern eher auf die asketischen und leistungsorientierten Aspekte ankommt,³⁰ doch der Wertekonsens ist damit nicht grundlegend zu erschüttern.

Deutschland und Großbritannien

Wie sieht es nun mit Deutschland aus? Vieles ist übertragbar. Gerade Punkte wie Charakter, Disziplin oder körperliche und geistige Fitness finden wir auch im deutschen Wertekonsens des Sports wieder. Sicherlich ist auch der Wettkampfgedanke essenziell, selbst wenn dieser erst später als z.B. in England eine Rolle gespielt hat.³¹ Schwieriger wird es schon mit dem Nationalismus. Mit ihm haben die Deutschen nach wie vor gewisse Probleme. Und existiert die Verbindung Sport und Religiosität? Wohl kaum. Ebenso wenig wie dies in Großbritannien der Fall ist. Dafür zelebrieren die Briten einen Nationalismus, besonders in der Boulevardpresse, der seinesgleichen sucht.³² Und auch der Wettbewerbsgedanke fasziniert die Briten bis hin zur Ansicht, dass die Spielfelder Etons den britischen Sieg auf die Schlachtfelder Europas trugen³³ – wahrlich ein weiter Weg von der ‚fair bet‘. Immerhin leugnen die Briten damit das agonale, kämpferische Element des Sports nicht. Der heutige Sport kommt „ohne den Agon, den Kampf nicht aus, denn Sport funktioniert nur, wenn zwischen Sieg und Niederlage entscheiden werden kann. Der Sieger muss daher im *Wett-Kampf* ermittelt werden.“³⁴ Sieg oder Niederlage, Sein oder Nichtsein.

²⁸ Vgl. SNYDER (1978, 24ff.).

²⁹ Aussage von HARRY EDWARDS, hier zitiert nach SNYDER (1978, 27).

³⁰ Vgl. SNYDER (1978, 28).

³¹ Vgl. EICHBERG (1979, 113f.).

³² Vgl. KNOBBE, THORSTEN (1997): *Linguistische Aspekte der Sportberichterstattung in der britischen Boulevardpresse*. Massenmedien und Kommunikation (MuK) 107/108, Universität-GHS-Siegen, 33ff.

³³ Vgl. HOBERMAN, JOHN (1984): *Sport and Political Ideology*. The University of Texas Press, 21.

³⁴ LEIS, MARIO (2000): *Sport in der Literatur*. Frankfurt am Main, Peter Lang, 109.

Eines ist klar: Seit vor allem der Sieg zählt, ist für die Verlierer kaum mehr Platz im Sport. Natürlich mag es im Breitensport Oasen des sportlichen Miteinanders geben, die sich an den traditionellen Werten orientieren. Doch im Spitzensport räumt der Sieger alles ab. Die Verlierer bilden das Rahmenprogramm. Allenfalls ewige Zweite bringen es noch zu einer ähnlichen Popularität wie ein Sieger.³⁵ Der Sieger ist umworbener Werbeträger, Favorit, strahlendes Idol, Platzhirsch oder Diva. Die Verlierer stehen dagegen wie die sprichwörtlichen blassen ‚Milchgesichter‘ im Schatten.

Ein Beispiel: Als Erik Zabel als einer der schnellsten Straßensprinter der Welt ausgerechnet in der wiederbelebten Deutschland-Rundfahrt 1999 bei vier Etappen vom französischen Newcomer Jimmy Casper geschlagen wurde, war das Geschrei groß. Da wurde von einem „weinerlichen“³⁶ Zabel berichtet, der jammert: „Wenn ich Zweiter werde, heißt es in Deutschland immer, ich sei der Verlierer.“³⁷ Wohl nicht nur in Deutschland. Innerhalb von wenigen Tagen wurde der stramme Zabel trotz eines erfolgreichen Frühjahrs zum Waschlappen, zu jenem Milchgesicht abgestempelt, welches er war, als er aus einer ganzen Gruppe von Milchgesichtern für die DDR-Sportförderung ausgesiebt wurde.³⁸ A propos Milchgesicht: Für manche dunkelhäutigen Sportler (Musterbeispiel: Dennis Rodman) besitzt dieses Wort eine völlig eigene Qualität... Doch dazu später mehr.

Das Glaubensbekenntnis unter der Lupe

Stimmt das oben vorgestellte hehre Glaubensbekenntnis also am Ende gar nicht? Wer Sport treibt, festigt doch seinen Charakter, stählt seinen Körper, wird zum Vorbild, ja zum allgemein edleren Menschen. „Edel sei der Mensch, / Hilfreich und gut!“³⁹ hört man doch Goethe förmlich das Glaubensbekenntnis kommentieren. Nun, das ist eben die Theorie der sauberen, ästhetischen, charakterfesten, edlen Sportler. *Natürlich* wissen wir längst, dass spätestens seit der Entwicklung des Profisports eine neue, brutale Realität über dieses Wertebäude hereingebrochen ist und große Verwüstung angerichtet hat. Ironischerweise ging diese Entwicklung ausgerechnet von den USA aus. Fast rührend mutet es an, wie immer wieder versucht wird, die Illusion des sportlichen Gedankens in seiner ursprünglichen Form zu erhalten.

Tod im Ring?

Nehmen wir die USA und das Moment der Religiosität. Viele Boxer bezeichnen sich als tief religiös. Das mag Nicht-Amerikaner durchaus verwundern: Da wird im Ring geprügelt und gedroschen, dass die Fetzen fliegen, und am nächsten Tag stehen die Kämpfer als Prediger der Nächstenliebe auf der Kanzel. Für Evander Holyfield oder George Foreman, Prototyp des prügelnden Predigers, ist das jedenfalls kein Widerspruch. Der Ring ist für Foreman wohl so eine Art Spielwiese für ein heiteres Große-Jungen-Kräfte-messen, nicht aber Austragungsort für den „tödlichen Agon“⁴⁰. Kein Wunder, denn wenn man so viele,

³⁵ Musterbeispiele sind der französische Radprofi RAYMOND POULIDOR, oder der Tennisspieler IVAN LENDL und seine vielen gescheiterten Versuche, das Turnier von Wimbledon zu gewinnen.

³⁶ WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Rennbericht vom 31.05.1999.

³⁷ EBD.

³⁸ LÖHLE (1996, 104) in: TOUR Nr.10/96.

³⁹ JOHANN WOLFGANG V. GOETHE: *Das Göttliche*.

⁴⁰ LEIS (2000, 109).

schwere Schläge völlig ungerührt einstecken kann wie er, dann kann man diese Auftritte als menschlicher Sandsack auch stolz als den Gegner ermüdende Kampftaktik darstellen. Aber kaum ist der Gegner ermüdet, teilt Foreman ja auch kräftig aus. Ob seine Gegner die Treffer ähnlich spielerisch wegstecken wie er? Auf die süffisante Frage, wie sich denn Religiosität mit Boxen vertrüge, antwortete er, dass Boxen lediglich ein Ableger von Schach und überhaupt Gott wohl der größte Sportfan sei, denn schließlich habe er Kämpfer wie Max Schmeling oder ihn selbst kreiert. Außerdem sollten alle Pastoren Boxer sein, denn dann gäbe es im Leben weniger Tiefschläge.⁴¹ Diese Logik spiegelt den typisch amerikanischen Zwiespalt zwischen extremer Religiosität und Gewalt im Sport wider. Selig sind die Sanftmütigen... im Ring ganz sicher nicht!

Tod am Mont Ventoux!

Nehmen wir das Beispiel vom Tod des britischen Radprofis Tom Simpson.⁴² In der Radsportgeschichte hat sein frühes Ableben schon mythologischen Charakter. Es geschah am Freitag, dem 13. Juli am Mont Ventoux während der Tour de France 1967. Der Schicksalstag war mit 40 Grad Celsius im Schatten mörderisch heiß, als das Peloton den 22 Kilometer langen Anstieg des Mont Ventoux in Angriff nahm. Der Mont Ventoux, muss man wissen, ist der ‚Teufelsberg‘ der Tour, eine existenzielle Herausforderung. In der Volksmythologie wurde er wie eine Gottheit verehrt: Von jedem Ort in der Provence, so sagt man, sei er zu sehen, jener 1912 Meter hohe, an der Spitze von grau-weißem Geröll übersäte, entweder windige oder glühendheiße und brutal steile Vorbote der Alpen. Drei Kilometer unterhalb des Gipfels war Simpson, in der Spitzengruppe fahrend, plötzlich aus dem Tritt geraten. Leichenblass hing er über dem Lenker, wie ein Betrunkener taumelte er die Steigung im Zickzack hinauf. Dann kippte er ganz langsam, fast wie in Zeitlupe, vom Rad. Noch einmal hoben seine Helfer ihn in den Sattel, doch er stürzte erneut und verlor das Bewusstsein. Wenig später war er tot. „Put me back on the bike“ sollen seine letzten Worte gewesen sein. Die britische Presse veröffentlichte anlässlich seines Todes eine Broschüre ‚Tribute to Tom Simpson‘. Darin war Folgendes zu lesen: „Seit Menschengedenken hat sich der Mensch den schrecklichen Herausforderungen gestellt, um zu beweisen, dass er der Natur trotzen kann. In der Regel behält er in diesem titanenhaften Kampf die Oberhand. Aber manchmal schlägt der Berg in einem Akt von unbändiger Rache zurück, und in einem solchen Moment, wie am Mont Ventoux, erwächst aus dem Triumph die Tragödie.“⁴³ Wohl war, doch lag die eigentliche Tragödie ganz woanders. Simpson war bis in die Haarspitzen aufgelaufen mit dem Amphetamin Onidrine, Alkohol und anderen Betäubungsmitteln. Ein Cocktail, der jeden untrainierten Menschen vor innerer Unruhe verrückt machen und selbst hartgesottene Techno-Raver zumindest vorübergehend von den Beinen holen dürfte. Aber der Radsportgemeinde wurde versucht zu suggerieren, Tom Simpson sei im edlen Kampf gegen den Teufelsberg den Heldentod gestorben, habe die ‚fair bet‘ verloren. Und das, obwohl das Doping im Radsport damals noch legalisiert war – so stark war einmal der sportbezogene Wertekonsens in Großbritannien, und nicht nur dort.

⁴¹ Vgl. DER SPIEGEL Nr.15/1992, 228.

⁴² Detailliertere Informationen sind nachzulesen u.a. bei KRÄMER, HARALD (1998): *Das Tour de France Buch*. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 98.

⁴³ Zitiert nach KRÄMER (1998, 105).

Tod im Krankenhaus...

Schließlich ein deutsch-deutsches Beispiel aus der Leichtathletik: Bevor der eiserne Vorhang fiel, blieben die DDR-Sportler, ebenso wie ihre sportlichen Genossen des gesamten Ostblocks, stets mit dem Verdacht behaftet, sich unerlaubter Präparate zu bedienen – ganz im Gegensatz natürlich zu den westdeutschen DLV-Athleten. Und in der Tat wurden die sowjetischen, prühildenhafte Kraftstrotzenden Kugelstoßerinnen in den 60er Jahren angesichts erster Doping-Kontrollen aus dem Wettbewerb genommen, noch vor dem ersten Test.⁴⁴ Da konnte es angesichts der ostdeutschen Erfolge wohl auch in der DDR kaum mit rechten Dingen zugehen. Zwar gab es immer wieder Versuche, auf Medikamentenmissbrauch auch im DLV hinzuweisen, so z.B. durch die couragierte Brigitte Berendonk,⁴⁵ doch erst der qualvolle Tod der DLV-Siebenkämpferin Birgit Dressel⁴⁶ rüttelte 1987 die westdeutsche Sportwelt wenigstens halbwegs wach. Birgit Dressel war nach einem akuten Schmerzanfall von mehreren Spezialisten behandelt worden, aber ihr vom Medikamentenkonsum ausgezehrter Leib wollte nicht mehr.⁴⁷ Von da ab war es endgültig vorbei mit der Mär von den ‚bösen, gedopten DDR-Maschinensportlern‘ und den sauberen, die hehren Sportwerte achtenden DLV-Athleten. Zwar weiß man spätestens seit der Aufklärungsarbeit von eben jener Brigitte Berendonk,⁴⁸ dass sehr wohl die DDR wahrscheinlich über die weltweit am besten entwickelte Sportmedizin verfügte,⁴⁹ die das systematische Doping sehr wohl einschloss, doch darf die ‚Sauberekeit‘ vieler DLV-Athleten nachhaltig bezweifelt werden.

Soviel also zum Wertekonsens des Sports in unserer westlichen Hemisphäre. Ehre Ansprüchen an sportliche Werthaltungen in der Theorie steht agonale, existenzielle und den Sieg um jeden Preis fordernde Realität gegenüber. Aber da war doch noch das spielerische Element, zählt es gar nichts mehr? Doch, aber das ist eine andere Geschichte, der wir uns im übernächsten Kapitel widmen werden. Betrachten wir zunächst den Sport und seine ideologische Komponente. Sie schließt sich nahtlos an das soeben vorgestellte deutsch-deutsche Beispiel an und ist zudem ein entscheidender Baustein, um die Herkunft und Vergangenheit von Athleten wie Erik Zabel und Grit Breuer zu verstehen.

3. Vor allem politisch – Sport und Ideologie⁵⁰

Betrachten wir hier kurz das Selbstverständnis der osteuropäischen Sportideologie, jenes Schreckgespenst, das regelmäßig die USA düpierte. Der Sport war fest in das sozialistische Gesellschaftssystem, besonders in das der DDR, eingebunden und zwar theoretisch-ideologisch wie auch praktisch. Zunächst einmal

⁴⁴ Vgl. LÜSCHEN, GÜNTHER (1994): *Doping als abweichendes Verhalten*. In BETTE, KARL-HEINRICH (1994): *Doping im Leistungssport – sozialwissenschaftlich betrachtet*. Stuttgart, 15.

⁴⁵ Vgl. BLICKENS DÖRFER, HANS (1983): *Keiner weiß wie's ausgeht. Unendliche Geschichten vom Sport*. München, Schneekluth, 156.

⁴⁶ Vgl. HUHNS, KLAUS (1991): *Doping, Doping und kein Ende*. Woltersdorf, 12ff. und DER SPIEGEL Nr.37, 07.09.1987, 228ff.

⁴⁷ EBD.

⁴⁸ BERENDONK, BRIGITTE (1992): *Doping*. Reinbeck bei Hamburg, Rororo.

⁴⁹ Vgl. LÜSCHEN (1994, 14).

⁵⁰ Unter Ideologie wird hier die Definition des DUDEN-LEXIKONS, Bd 4 (1996, 1566), verstanden: „Ideologie, heute meist abwertend für weltanschaul. Konzeptionen, die auf Ideen beruhen, die zur Erreichung gesellschaftl., polit. Ziele absolut (anderes ausschließend) gesetzt werden.“

gehört Körperkultur schlechthin zum marxistischen Gedankengut,⁵¹ welches die DDR ja unzweifelhaft geprägt hatte. In Verbindung mit der polytechnischen Bildung, ebenfalls marxistisches Gedankengut,⁵² war die körperliche Übung eine Möglichkeit, sich als Mensch, als Arbeiter genauer, weiterzuentwickeln, um sich schließlich über die mittleren Klassen zu erheben.⁵³ Während der Sport in der kapitalistischen (also auch westdeutschen) Gesellschaft nur dazu diente, den menschlichen Körper auszubeuten, kann der Sport erst in der sozialistischen Gesellschaft seine positive, humanistische Wirkung entfalten, den kulturellen Reichtum, den Fortschritt herbeiführen und der Idee des Friedens dienen.⁵⁴ Für den Sport bedeutete dies auch, dass seinen Protagonisten, den Spitzensportlern, eine in der restlichen Welt nahezu unerreichte medizinische Aufmerksamkeit und Pflege zu Teil wurde, damit sie ihren gesellschaftlichen Auftrag reibungslos erfüllen konnten. Soweit die propagierte Idealvorstellung.

Hehre Ansprüche – profane Realität

Dass zwischen medizinischer Pflege und medizinischer Ausbeutung nur ein schmaler Grat bestand, ist hinlänglich bekannt,⁵⁵ womit wir bei der sehr profanen Realität des DDR-Sports angelangt sind. Abseits jeglichen Ideals zur menschlichen Entwicklung ging es nämlich auch um die Steigerung des Selbstbewusstseins einer Nation: Wer ökonomisch wenig zu bieten hat, sucht unweigerlich nach Kompensationsmöglichkeiten. Der Sport war für die DDR dazu wie geschaffen, nicht nur nach außen, sondern auch nach innen ein „noch labiles Staatsbewusstsein zu festigen.“⁵⁶ So institutionalisiert war der Sport in der DDR, dass ihm „vom Sport im Kindergarten bis hin zum pflichtgemäßen Studentensport“⁵⁷ Tribut gezollt wurde. Somit konnte fast automatisch eine Auslese vorgenommen werden, die Talente schon früh entdeckte und förderte, bis sie schließlich irgendwann als Spitzensportler zum Ruhm der DDR beitragen konnten.

Bleiben wir noch kurz bei der Ideologie: Neben allen marxistischen Idealen der Körperbildung spielte möglicherweise noch ein anderes Phänomen eine Rolle: Schon immer hat die Menschen das Prinzip der Leistung fasziniert und Philosophen wissenschaftlich beschäftigt.⁵⁸ Nehmen wir einmal an, die Bereitschaft, Leistung zu zeigen, ist zeitlos menschlich-existenziell und damit jenseits aller gesellschaftlicher Ideologie angesiedelt. Dann haben wir ein Problem: Das Leistungsprinzip ist eng verwandt mit dem Konkurrenzprinzip, denn Leistung kann erst dann richtig gemessen werden, wenn sie im Vergleich steht.⁵⁹ Das Konkurrenzprinzip wiederum steht im krassen Widerspruch zur sozialistischen Gesellschaftstheorie. Es ist unmöglich, in einer sozialistisch orientierten Lebenswelt ein Konkurrenzprinzip zu errichten, ohne diese Lebenswelt in Gefahr zu bringen.⁶⁰ Was liegt da näher, als sich eine Nische zu

⁵¹ Vgl. PIRNER, GERHARD (1986): *Sportberichterstattung in der DDR*. Köln, Studienverlag Hayit, 54.

⁵² Vgl. EBD, 55 u. HOBERMAN (1984, 204).

⁵³ Vgl. PIRNER (1986, 55).

⁵⁴ Vgl. EBD.

⁵⁵ Vgl. HOBERMAN (1984, 202).

⁵⁶ v. KROCKOW (1974, 10).

⁵⁷ DANNENMANN, FRITZ (1991): *Sportmedien BRD-DDR im Vergleich*. Heidelberg, 28.

⁵⁸ Vgl. dazu v. KROCKOW (1974, 54ff.).

⁵⁹ EBD, 42.

⁶⁰ EBD, 64.

suchen, in der das Konkurrenzprinzip hemmungslos ausgelebt werden, ja konstituierend wirken kann? Und diese Nische war im Ostblock der Sport! Manche Wahrheiten scheinen einfach...

Einige Sportler hatten sich im Laufe der Jahre durchaus positiv über den Zusammenhalt und die Zuwendung, um nicht zu sagen Privilegien, geäußert.⁶¹ Doch nach dem Fall des eisernen Vorhangs wurden die Aussagen differenzierter. Zabel selbst bekennt, dass es ihm nicht behagt, wie „dieses Sportsystem zur Glorifizierung des Staatssystems missbraucht wurde.“⁶² „Wenn acht Mann in einer Trainingsgruppe waren“, so Zabel, „hieß es: Wer ist der potentielle Olympiasieger? Für den wurde trainiert. Über die Jahre sind die sieben anderen kaputtgegangen.“⁶³ Deutliche Worte gegenüber einem System, welches Leistung forderte und aus Spiel nur allzu schnell Ernst machte. Ähnlich stand und steht der bullige Vorgänger Zabels im Team-Telekom, Sprinter Olaf Ludwig, zum System. Obwohl er als Leistungssportler für die Partei eine Vorbildfunktion einnahm und SED-Mitglied war, „klopfte er Erich Honnecker bei einer Ehrung so kräftig auf die Schulter, dass das Männchen wackelte“. Der große Vorsitzende stutzte, die Lakaien ringsum schwiegen betreten. Doch die Zuschauer freuten sich, dass da einer Respektlosigkeit zeigte (...).⁶⁴

Nichtsdestoweniger haben beide Radstars die Basis ihres Erfolges in der konsequenten Leistungsförderung des DDR-Sportsystems zu suchen, obwohl Zabel als Kind ein bisschen kleiner und dünner als die anderen und auch ein wenig langsamer unterwegs war. Mit Glück und Zufall und wohl auch ein paar Beziehungen (Vater Detlef Zabel war seinerzeit Radamateur und Studentenveltmeister) schaffte er schließlich den Sprung in die Sportförderung.⁶⁵ Was aus dem körperlich zurückgebliebenen kleinen ‚Ete‘, so sein Branchename, geworden ist, weiß man inzwischen. Und noch eine Segnung gab ihm das System mit auf den Weg: Zabel konnte trotz seiner Existenz als Spitzensportler das Gymnasium bis hin zum Abitur besuchen. Damit ist er zumindest auf dem Papier einer der ganz wenigen Intellektuellen im Metier.

Grit Breuer wurde ebenfalls im DDR-System entdeckt und gefördert. Hier mag eine der Ursachen liegen, weshalb sie durch eine vielleicht etwas ungeschickte Vorgehensweise ihres Trainers Thomas Springstein zweimal in eine unappetitliche Medikamentenmissbrauchsaffäre verwickelt war. Das systematische Doping bzw. Verwenden von leistungssteigernden Medikamenten war nun einmal Teil des Systems und daher nichts Unnormales. Erst der Zusammenbruch dieses Systems machte den Umgang mit aufbauenden Präparaten ‚so richtig‘ delikat...

Prünhilden-Power aus der Apotheke

Dass die Ostblockdoktoren mit ihren Schützlingen nicht gerade zimperlich umgingen, war immer ein offenes Geheimnis. Doch als nach dem Fall des Eisernen Vorhangs immer mehr Doping-Tatbestände ans Licht kamen und auch bewiesen wurden – besonders interessant sind hier die Recherchen von Brigitte Berendonk⁶⁶ zu lesen –, da stockte selbst abgebrühten Sportmedizinern der Atem.

⁶¹ HOBERMAN (1984, 202) zitiert die Aussagen einiger Fußballspieler.

⁶² GEYER, M./WULZINGER, M. in: DER SPIEGEL Nr.12/1998, 169.

⁶³ EBD.

⁶⁴ DER SPIEGEL (1993, 13).

⁶⁵ LÖHLE (1996, 105) in: TOUR Nr.10/1996.

⁶⁶ BERENDONK, BRIGITTE (1992): *Doping*. Reinbeck bei Hamburg, Rororo.

Kaum wurden Details bekannt, da war auch schon DER SPIEGEL⁶⁷ zur Stelle, um die Sportinteressierten dieser Welt vom Ungeheuerlichen zu unterrichten: „Tod oder Vermännlichung“, das waren die Alternativen, die z.B. den DDR-Sportlerinnen offen standen. „Wenn die Olympiasiegerin Marita Koch nach dem Geheimnis ihrer 16 Weltrekorde gefragt wurde, antwortete die 400-Meter-Läuferin: ‚Das ist wie im Märchen aus Tausendundeine Nacht.‘“ Nun ja, die Wahrheit hatte wenig mit Morgenland und Wunderlampen zu tun – eher schon mit ‚Morgenpille und Wunderstöffchen‘: Der VEB Jenapharm produzierte jenes anabole Steroid ‚Oral-Turinabol‘ (OT), welches oft genug die DDR-Sportler auf das Siegereppchen und die Sportsupermacht USA in den Abgrund schob. „Im real existierenden Dopingnetz verding sich nahezu jeder, der auf den Kurzstrecken Rang, Namen und Ehrgeiz hatte.“ Freilich wurde auch abseits der Kurzstrecken emsig gedopt. Übrigens überholten die Damen fast die Männer: „Europameister Frank Emmelmann kam auf 5,1 mg [Milligramm] täglich, Weltmeister Thomas Schönlebe auf 7,1 mg und Olympiasieger Thomas Munkelt auf 8,9 mg. (...). Die WM-Dritte über 100 Meter Hürden Cornelia Oschkenat schluckte mit 1480 mg [Jahresdosis] beinahe dreimal soviel männliche Sexualhormone, wie ihrem Ehemann Andreas, dem Bronzemedailengewinner bei der Hallen-Europameisterschaft, zugebilligt wurde.“ Auch Olympiasiegerin Marita Koch war mit 1460 mg kein Kind von Traurigkeit. Den Vogel schoss allerdings Bärbel Wöckel ab, die mit 1670 mg „angeschoben“ wurde – die kanadische ‚Doping-Ikone‘ Ben Johnson konsumierte „in der Regel weniger als 1500 mg.“ Darüber konnten jedoch z.B. die Kugelstoßerinnen nur lachen. „Spitzenreiterin der Hormon-Hitparade war die Rostocker Kugelstoßerin Ines Müller-Reichenbach. Die WM-Dritte von 1987 vertilgte eine Jahresdosis von 3680 mg.“ Mit einem ausgeklügelten System von „Einzel- und Sammeltests“ war es den Sportmedizinern zudem gelungen, „exakte Absetzkurven“ zu ermitteln. „So konnte schließlich nach maßgeschneiderten Stundenplänen noch 120 Stunden vor dem Wettkampf mit einer Testosteronspritze Aggressivität und Siegeszuversicht der Sportler konserviert werden. Die psychische Wirkung der Anabolika reichte bis zum Start – doch die bis ans Limit gedopten Athleten wurden nicht überführt.“ Wahrlich, Doping war neben der gezielten Talentauswahl die Basis der sozialistischen Sportideologie. Das ultimative Bonmot zu diesen Verhältnissen lieferte übrigens einmal nicht die SPIEGEL-Medienrhetorik, sondern Brigitte Berendonk: DDR interpretierte sie so zynisch wie treffend als „Deutsche Doping-Republik“.

Faustischer Pakt ?

Übrigens: Das Gleichungsgefüge ‚Sportler = Opfer und Funktionäre = Täter‘ geht so einfach nicht auf. Wie zahlreiche Untersuchungen ergeben haben, geschah das Doping in den meisten Fällen durchaus mit Wissen der betroffenen Athleten.⁶⁸ Doch denen kann man wohl die Schluckerei und Spritzerei kaum vorwerfen, denn es ging um ihre Existenz, und wer betrügt denn überhaupt wen, wenn alle schlucken! Was aber die Top-Leichtathletin Heike Drechsler Jahre später, abseits des großen Rampenlichts, in einer WDR-Talk-Show⁶⁹ sagte, das

⁶⁷ Siehe z.B. Ausgaben Nr.37 u. 38 von 1991, woraus alle in diesem Abschnitt folgenden Zitate entnommen sind.

⁶⁸ Vgl. DER SPIEGEL Nr.37/1991, 280.

⁶⁹ In der WDR-Sendung *B.trifft...* vom 12.11.1999, aus der auch das folgende wörtliche Zitat entnommen wurde.

erstaunte. Als man ihr knapp vor der Wende mit 24 Jahren den Kinderwunsch verwehren wollte, begehrte sie auf und wurde tatsächlich schwanger. Sie brauchte damals eine Pause und nahm sie sich einfach, abgesehen davon, dass wahrscheinlich die meisten Frauen irgendwann einen legitimen Kinderwunsch verspüren. Für den Ärger der Trainer und Funktionäre hatte sie durchaus Verständnis, „weil die ja auch von uns abhängen.“ Auch das ist eine Wahrheit des DDR- bzw. Ostblock-Systems. Funktionäre und Trainer waren von der Spitze genauso zum Erfolg verdammt worden wie die Sportler, auch sie waren welche ‚unter dem Gesinde‘. Eine Ausnahmestellung nahmen vermutlich einzig der Präsident des Turn- und Sportbundes, Manfred Ewald, und der Direktor des sportmedizinischen Dienstes, Manfred Höppner, ein. Alle anderen waren letztlich Handlanger. Die Taten, die sie begingen, mögen deswegen moralisch keinesfalls rehabilitiert sein, sie erscheinen bestenfalls nachvollziehbarer. Sportler und Funktionäre waren in einer Art faustischem Pakt verbunden. Die Sportler setzten für Leistung, Ruhm und Sonderstatus ihre Gesundheit aufs Spiel. Ermöglicht wurden ihnen die Erfolge durch die Trainings- und Dopingpraktiken der Geister, die nach außen stets verneinten.⁷⁰ Allein, es drohte den real existierenden ‚mephistophelischen‘ Machern durch Misserfolge ihrer Schützlinge nicht einfach die Entblößung ihrer letztlich doch nur relativen Macht über die Natur, nein, es drohte ihnen jederzeit der Fall in die finale Ungnade, geradewegs in den Abgrund der grauen sozialistischen Anonymität.

Und der Westen?

Nach diesen Einblicken in den Sport im Rahmen der sozialistischen Gesellschaft drängt sich natürlich die Frage auf, wie denn die westlich-liberalen Gegebenheiten aussehen. Nun, einen essenziellen Konsens, das amerikanische Glaubensbekenntnis des Sports, kennen wir bereits. Und bis auf die Religiosität lässt es sich oberflächlich betrachtet sogar nahtlos auf das Credo der DDR übertragen, auch wenn besonders der Nationalismus mit marxistischer Ideologie durchsetzt und daher völlig anderer Natur war. Vor allem deshalb war der Konkurrenzkampf der beiden Systeme gnadenlos.

‚Väterchen Frost‘ gegen ‚Uncle Sam‘

Die Amerikaner haben besonders heftige Zusammenstöße mit dem sozialistischen System und der Politisierung des Sports erlebt: So hielt der kalte Krieg jahrelang regelmäßig Hof in der amerikanischen Sportberichterstattung. Um gegen die ‚rote Bedrohung‘⁷¹ bei den Olympischen Spiele 1952 zu agieren, wurden Sondersendungen produziert, durch die Spendengelder für den Sport gesammelt werden sollten. Stars wie Bing Crosby und Bob Hope waren mit von der Partie. Den Höhepunkt markierte Hope mit seinem Ausspruch: „Ich vermute, Joe Stalin glaubt, er wird unsere verweichlichten, kapitalistischen Amerikaner vorführen. Wir müssen ihn in seine Schranken zurückweisen.“⁷² Dieses politische Sportprinzip zog sich buchstäblich wie ein roter Faden durch das

⁷⁰ So z.B. der DDR-Schwimmtrainer KIPKE, der am 12.01.2000 wegen systematischen Dopings gerichtlich zu 15 Monaten auf Bewährung und 7500 DM Geldstrafe verurteilt wurde, jedoch zu DDR-Zeiten das Doping stets verleugnete.

⁷¹ Wörtlich: „red menace“. Zitiert nach RADER, BENJAMIN G. (1984): *In Its Own Image. How Television Has Transformed Sports*. London / New York, Macmillan, 158.

⁷² Wörtlich: „I guess Joe Stalin thinks he is going to show up our soft capitalist Americans. We’ve to cut him down in size“. EBD.

Verhältnis USA-UdSSR. Es ging nicht mehr darum, sich in einem Wettkampf sportlich mit dem Gegner zu messen, es herrschte der Krieg, den die Politiker und Militärs nicht austragen konnten. 1980 rief Präsident Jimmy Carter gar zum Boykott der olympischen Spiele in Moskau auf, nachdem die Sowjets in Afghanistan einmarschiert waren.⁷³ Wie traumatisch war die Erfahrung, wie groß das Entsetzen, als die USA im olympischen Basketballturnier in München 1972 gegen die UdSSR verloren, ausgerechnet in ihrer Domäne! Freilich taten angeblich vorbelastete Schiedsrichter ihr Übriges.⁷⁴ Doch wie groß war der Jubel, als die USA den Erzfeind UdSSR in dessen Domäne, dem Eishockey, schlugen. Dieser legendäre 4:3 Sieg 1980 in Lake Placid bei den olympischen Winterspielen ist bis heute ein historisches Datum in der amerikanischen Sportgeschichte. Zwei Nationen gewannen nicht nur Medaillen, sie gewannen Schlachten.

Doch das westlich-liberale Konzept von Sport ist bei weitem nicht einheitlich. Betrachten wir also im nächsten Kapitel die unterschiedlichen Positionen der westlichen Welt und erleben wir die eine oder andere Überraschung.

4. Spiel vs. Spießertum? – Sportrealitäten in den USA und Europa

Wenn wir die westliche Sportrealität betrachten, dann drängt sich die offizielle Unterscheidung zwischen Freizeit- bzw. Amateur- und Profisport auf. Während in den Ländern des Ostblocks wenigstens auf dem Papier der Berufssport nicht existierte, haben die westlichen Länder nie einen Hehl aus der Existenz von Berufssportlern gemacht. Zwar wurden bei Olympiaden bis in die 90er Jahre hinein nicht in allen Sportarten offiziell Profisportler zugelassen, doch war aufgrund des ausgedehnten Sportsponsorings klar, dass kaum ein Spitzenathlet noch als Amateur bezeichnet werden konnte.

Das Grundprinzip des Sports

Der Spitzensport kann mannigfaltig ausgedeutet werden. Für manche, so für Christian Graf von Krockow, ist er künstliche Komplexitätsreduktion, die wir Menschen in einer immer komplizierter werdenden Lebensrealität benötigen.⁷⁵ Wo eine schier unübersichtliche Vielfalt, wo Möglichkeiten und Entscheidungszwänge aufwarten, da fasziniert das – scheinbar? – Einfache. Im Spitzensport gibt es nur Sieg oder Niederlage, jedenfalls im Bezug auf die Tätigkeit selbst. Die Komplexität im unmittelbaren Umfeld des Spitzensports kann zunächst ausgeblendet werden. Daneben bietet der Spitzensport noch andere Annehmlichkeiten: Er ist in den meisten Fällen messbar, legitimiert moralisch ein darwinistisches Prinzip der Auswahl des Besten und setzt eine formale Gleichheit unter den Athleten voraus.⁷⁶ Denn nur auf der Basis formal gleicher Voraussetzungen können Spitzensport wie Breitensport existieren, weil nur so eine Vergleichbarkeit der Leistungen gesichert ist. Natürlich leugnet v. Krockow nicht das spielerische Element des Sports, das mit dem Ausüben auch des Berufssports einhergeht.

⁷³ Vgl. EBD, 159.

⁷⁴ Vgl. EBD, 160.

⁷⁵ Vgl. v. KROCKOW (1974, 22f.)

⁷⁶ Vgl. EBD., 17, 139, 44ff.

Europäische Wertarbeit und American Sportshow?

Hier findet sich eine Verbindung zum amerikanischen Verständnis des Sports. Während für die DDR der Spitzensport nichts Spielerisches mehr hatte, während in der Bundesrepublik der moralische Zwang des Fair-Play bei strengen Regeln, in Großbritannien bei laxerer Auslegung der Regeln, betont wurde und wird, da fokussiert Amerika auch das spielerische Element des Sports in erheblichem Maße. Anders gesagt: Sport ist auch und gerade Show. Natürlich fußt auch die britische Sporttradition auf spielerischen Elementen,⁷⁷ doch keine Nation hat diese Elemente so gewürdigt wie die USA. Kein Zweifel, das Spielerische im Sport in allen seinen Ausprägungen zu suchen, ist eine anglo-amerikanische Tradition. Schon in der Sprache spiegelt sich dies wider: Das Englische unterscheidet mindestens zwischen ‚play‘, ‚game‘, und ‚contest‘. Während ‚play‘ spontane und freie Aktionen betont, beinhaltet ‚game‘ die Beachtung festerer Regeln und ‚contest‘ schließlich beschreibt den unter rigiden Regeln ausgetragenen Wettkampf.⁷⁸ Hinzu kommt noch ‚match‘, welches sich zwischen game und contest ansiedeln dürfte.

Spätestens hier zeigt sich ein Dilemma des realen Spitzensports: Einerseits existiert unzweifelhaft das spielerische Element, andererseits geht es um knallharte geschäftliche Interessen. Sieg oder Niederlage heißt längst nicht mehr nur im sportlichen Sinne Sein oder Nichtsein. Doch wo das Spielerische nicht mehr existiert, so der bekannte niederländische Kulturhistoriker Johan Huizinga, da ist die Tugend des Spiels verloren.⁷⁹ Das sehen die Protagonisten des US-Sports wohl nicht anders. Basketball ist nach wie vor ein Musterbeispiel für improvisierte und schnelle, kreative und artistische, unterhaltsame und damit spielerische Aktion. Basketball ist so ganz nach dem Geschmack des amerikanischen Publikums. Punkte und Aktion nonstop sind gefragt, es muss ‚rappeln‘ und zwar zack-zack: Pick-and-roll, Run-and-gun und Abschluss durch Slam-dunk oder besser Alley-oop! Niemand hat das Spiel in der Arbeit so perfektioniert wie die Amerikaner. Und dennoch ist der Basketball, um beim Beispiel zu bleiben, in seiner extremsten Ausprägung, dem NBA-Basketball, eine Geldmaschine sondergleichen, in der die Freiheit des Einzelnen fast nichts mehr zählt, das Spiel zum Zwang wird.⁸⁰ Besonders deutlich wurde dies beim großen Spielerstreik in der Saison 1998/99. Obwohl diese Affäre auch das Publikum zunächst verärgerte, wurde die Wiederaufnahme der Spiele schließlich doch gefeiert. Die Offiziellen forderten die Show, es gab kein Zurück. Auch das All-Star-Game 2000 zeigte den Wiedergutmachungswillen: „Die Spieler waren offensichtlich bemüht, den Zuschauer in Oakland und weltweit an den TV-Schirmen Besonderes zu bieten.“⁸¹ Bewundernd schauen die deutschen Basketballfans und -spieler, ebenso wie viele europäische Gleichgesinnte, nach Amerika zur showträchtigen NBA. Europäische Spieler, die ihren Weg dort erfolgreich ge

⁷⁷ Vgl. HUIZINGA (1949) in: DUNNING (1971, 13).

⁷⁸ Vgl. dazu LOBMEYER, HANS (1983): *Die Darstellung des Sports in der amerikanischen Erzählliteratur des 20. Jahrhunderts*. Ahrensburg bei Hamburg. Verlag Ingrid Czwalina, 13, der sich wiederum beruft auf ALLEN GUTTMANN (1978): *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*. New York, Columbia University Press. Ausführungen zu dieser Thematik finden sich auch in: HUIZINGA, JOHAN (1939/56): *Homo Ludens: Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, besonders im Kapitel 12.

⁷⁹ HUIZINGA bezieht sich bei seine Aussage auf das Gesellschaftsspiel Bridge, doch seine Ansicht ist übertragbar. Vgl. HUIZINGA (1949), in: DUNNING (1971, 14).

⁸⁰ Vgl. zum Verhältnis von Sport, Spiel und Arbeit in den USA auch RADER (1984, 173f.).

⁸¹ WWW.SPORT1.DE, Bericht vom 15.02.2000.

hen – wie der deutsche Ausnahmeathlet Detlef Schrempf – werden zu Ikonen ihres Sports in Europa. Freilich haben die USA ihre eigenen Ikonen, die nicht selten in der gesamten westlichen Welt verehrt werden. So banal es ist: Gerade die USA brauchen Helden und Heldenverehrung und nirgends läßt sich dieses Bedürfnis so ideal befriedigen wie mit dem Spitzensport.⁸²

In Europa vollzieht sich die Heldenverehrung nicht ganz so vehement, aber sichtbar ist sie doch. In Deutschland und Großbritannien übrigens ändert sie sich oft so schnell wie das Wetter: Angeheizt durch die Boulevard-Medien⁸³ werden Helden gnadenlos gemacht und gebrochen.

Arbeit, Sport und... Spiel?

Spiel versus Zwang, so läßt sich der Tatbestand auf den Punkt bringen. Das beschäftigt auch die Wissenschaft schon länger. So zeigt z.B. für den Soziologen Bero Rigauer der Spitzensport auffällige Parallelen zur Arbeit.⁸⁴ Der Spitzensport *hat* viele Prinzipien von der Arbeit übernommen: die Rationalisierung, die Technisierung, die analytischen Trainingsmethoden, die Bürokratisierung, Rollensysteme und auch die Nichtberechtigung des Individuums, im Rahmen seiner Tätigkeit über sich selbst zu bestimmen.⁸⁵ Der Warencharakter des Leistungssports kann nicht geleugnet werden: Die vom Sportler erbrachte Leistung wird vermarktet, in entsprechende Geldsummen umgewandelt bzw. eingetauscht. Jeder Profisportler hat einen bestimmten Marktwert, der sich in Gehalt, Prämien, Werbeeinahmen oder Ablösesummen manifestiert.⁸⁶ Ganz ähnlich äußert sich v. Krockow, der trotz des auch von ihm erkannten spielerischen Elements im Sport darauf hinweist, dass Berufssport zum Zwang zumindest werden *kann*,⁸⁷ auch wenn niemand a priori zur Ergreifung dieses Berufes gezwungen ist. Und schon 1949 erkannte Huizinga, dass aus Spiel ein Geschäft und ironischerweise aus Geschäft bisweilen Spiel wird.⁸⁸ Was würde er wohl heute erst sagen?

Bringen wir es auf den Punkt: Zwischen Leistungssport und Arbeit gibt es nicht nur viele Parallelen, Leistungssport *ist* Arbeit und nichts anderes. Freilich mag man diskutieren, bis zu welchem Grad Athleten relativ wenig trainingsintensiver Sportarten oder die Protagonisten mancher showträchtiger Sportarten wirklich ‚arbeiten‘, aber Fakt ist: Wer sein Geld mit Sport verdient, der verrichtet seine Arbeit, indem er Sport treibt. Diese Tatsache bringt allerdings auch unangenehme Begleiterscheinungen mit sich. Während der Breitensport ein gesellschaftlicher Zwang sein mag, ist der Profisport ein existenzieller: Denn wer nicht arbeitet, also nichts leistet und keine vorzeigbaren Ergebnisse erzielt, der wird im Leistungssport nicht überleben. Längst hat sich der Leistungssport auch in dieser Hinsicht von seinem Glaubensbekenntnis, sei es nun amerikanisch oder sozialistisch, gelöst und treibt als Gebilde eigener Gesetze dahin.

⁸² Vgl. LOBMEYER (1983, 233).

⁸³ Mit Boulevard-Medien sind vor allem die Boulevardpresse und Boulevard-Magazine im TV gemeint.

⁸⁴ Vgl. RIGAUER, BERO: *Sport und Arbeit*. Münster, Lit.

⁸⁵ EBD., 66f.

⁸⁶ EBD., 58ff.

⁸⁷ Vgl. v. KROCKOW (1974, 100ff.).

⁸⁸ Vgl. HUIZINGA (1949), in: DUNNING (1971, 15).

Doping – krudes Kavaliersdelikt?

Damit sind wir beim nächsten Dilemma angelangt, welches wir aber bereits kennen: Wenn Leistung über alles zählt, dann gerät man schnell in Konflikt mit den hehren Werten des Sports, seinem Glaubensbekenntnis. Als Berufssportler ist man heute Vorbild, soll die besagten Werte verkörpern, ja weitertragen und dabei freilich Höchstleistungen erbringen, denn Verlierertypen sind nicht erwünscht. Profisportler tragen soziale und gesellschaftliche Verantwortung, das jedenfalls suggerieren uns die Medien. Sie haben den Sportlern eine Rolle aufoktroiert. Und wehe dem, der aus dieser Rolle fällt. Doping ist hierfür ein Paradebeispiel, welches uns noch näher beschäftigen wird. Interessant ist zunächst, wie die verschiedenen Länder mit dieser Problematik umgehen:

Die USA verschließen sich mehr oder weniger davor, und zwar aus dreierlei Gründen: Erstens taugen gedopte Helden nicht als Vorbilder im Sinne des Glaubensbekenntnisses, zweitens aber ist gerade die oft nur durch Doping zu erreichende Leistung und damit die Heroisierung der Sportler lebensnotwendig für die amerikanische Wirtschaft, ja für das amerikanische Volk und seinen berühmten Traum. Meistens profitieren auch die Sportler zumindest materiell von diesen Machenschaften, denn für sie ist der Sport eine hervorragende Möglichkeit, den amerikanischen Traum zu leben. Sie können zwar nicht auf eine DDR-typische Staatsförderung zurückgreifen, werden aber um so stärker belohnt, wenn sie den Aufstieg allein geschafft haben. Dennis Rodman ist nur ein Beispiel von vielen. Und drittens: In Sportarten, die sehr starken spielerischen Charakter und Show-Elemente aufweisen, mag es sogar unwichtig sein, ob sich die Athleten dopen oder nicht – Hauptsache, das Spiel und die Show gehen weiter. ‚If they’re on steroids, who cares?‘ Im Gegenteil: Als der Baseball-Star Marc McGwire 1998 verkündete, das – damals zugegeben legale – Hormonpräparat Androstenedione zu schlucken, rannte sofort eine kauflustige Menge in die General Nutrition Centers.⁸⁹ Soviel zum dritten Fall, in dem die USA die Augen vor dem Doping verschließen. Würde hier, auch und gerade von Zuschauerseite, wirklich moralisiert im Sinne des Glaubensbekenntnisses, dann dürften z. B. auch ‚Bad Guys‘ wie Dennis Rodman keinen Kultstatus genießen. John Hoberman, Professor für deutsche Sprache an der University of Texas und US-Doping-Experte, wird nicht müde, darauf hinzuweisen, dass bisher noch jede auch von prominenten Sportlern ins Leben gerufene amerikanische Anti-Doping-Kampagne im Sande verlaufen ist.⁹⁰ In der „Doping-Gesellschaft in den USA“⁹¹ zählt eben das Credo „Medallien gehen vor Moral“⁹². Und weil der Sport in den USA nicht zentral von der Regierung finanziert wird, überlässt man ihn eben sich selbst. Erschüttert wird die Sportwelt eher durch ‚Freizeit‘-Drogenskandale, wie sie auch die NBA⁹³ und vor allem Major League Baseball (MLB) vorweisen kann, weil ‚Freizeit‘-Drogen, etwa Marihuana oder Kokain,

⁸⁹ Vgl. HOBERMAN, JOHN (1998): *Zwischenfall im verlogenen Milieu. Der Tod von Florence Griffith-Joyner löst in den USA Mitleid, aber kein Umdenken aus.* In: BERLINER ZEITUNG vom 26.09.1998.

⁹⁰ HOBERMAN äußert sich zur Doping-Problematik z.B. in: DER SPIEGEL Nr.28/1996, 169f. sowie in seinem Buch *Mortal Engines* (auf Deutsch: *Sterbliche Maschinen*, 1994 erschienen im Meyer&Meyer Verlag, Aachen).

⁹¹ DER SPIEGEL Nr.28/1996, 169.

⁹² EBD.

⁹³ Vgl. dazu die Fallbeispiele von HUHN (1991).

in den USA mit Verbrechen und gesellschaftlich inakzeptablem Verhalten assoziiert werden; Steroidmissbrauch jedoch nicht.⁹⁴

Damit bestehen auffällige Parallelen zur Bundesrepublik, denn auch hier haben Politiker immer wieder auf den Selbstreinigungseffekt des Sports gezählt und Anti-Doping-Gesetze lange Zeit gemieden.⁹⁵ Allerdings steht das Doping hier in einem etwas anderen Licht, denn in Deutschland wird anders moralisiert. Anti-Helden wie Dennis Rodman würden es in Deutschland wohl nie zu solch einem Ruhm bringen. Für Rigauer gehört das zum deutschen Habitus: „Hart arbeiten, ehrlich und gradlinig sein, das sind die Anforderungen.“⁹⁶ Doping wird damit zum sozial-moralischen Problem, zu einer Charakterschwäche gegenüber der Öffentlichkeit und dem Konkurrenten. Wer dopt, betrügt den Konkurrenten und tritt das Glaubensbekenntnis mit Füßen – und zwar in allen Sportarten in jeder Situation. Deutsche Sportler sind ‚sauber‘, das glauben offenbar immer noch viele Unbedarfte. Und noch ein Phänomen unterstützt das deutsche Klischee: Sportarten, die zu sehr zu einer Show werden, kommen in Deutschland offenbar nicht gut an. Als die deutsche Eishockey-Liga (DEL) nach amerikanischem Vorbild in eine Profiligas umgewandelt wurde, aus der niemand mehr absteigen konnte, hatte sie an Ansehen verloren. 1999 änderte man das System wieder, weil die Zuschauer ausgeblieben waren. Offenbar brauchen die Deutschen eine Ernsthaftigkeit im Sport, die auch eine spezifische Moralität mit sich bringt.

Ähnlich dürften die Verhältnisse in Großbritannien sein, wobei hier noch eher das Fair Play als die harte Arbeit zählt; was allerdings nicht heißt, dass es dem britischen Fair Play an einer gewissen körperlichen Härte mangelt! Eher das Gegenteil ist der Fall.

In Südeuropa herrschen wieder andere Verhältnisse. Doping, gerade im Radsport, wird dort eher als ein Kavaliersdelikt angesehen. Als während der Tour de France 1998 das Festina-Team aufflog und den bislang größten Doping-Skandal in der Geschichte des Radsportes, vielleicht sogar des gesamten Sports, heraufbeschwor, da verzieh die französische Öffentlichkeit den Fahrern umgehend. Wer viel leistet, darf eben schon mal den pharmazeutischen Turbo anblasen, und weil das (fast) alle tun, wird ohnehin niemand betrogen. Die Gesundheitsschäden? Nun, das Leben endet immer tödlich... Einzig die Justiz sieht das anders. Doping ist in Frankreich in erster Linie ein Vergehen gegen die Staatsgewalt, und die ist in Frankreich bekanntlich unerbittlich. Mittlerweile hat sich die öffentliche Meinung durch zahlreiche weitere Skandale etwas relativiert, doch glauben 68% aller Franzosen, dass die Sportler vom System abhängen und daher unschuldig sind.⁹⁷ In Ländern wie Spanien oder Italien stehen Staat wie Öffentlichkeit dem Problem gleichermaßen indifferent gegenüber. Das haben die zahlreichen Äußerungen und Lippenbekenntnisse im Nachbeben des Tour-Skandals deutlich gezeigt.

Die Verhältnisse sind also kompliziert. Es gibt die dreifache Moral der USA, die hohe und doch absurde Moralität der Deutschen und die pragmatische Herangehensweise der Südeuropäer im Strudel des Leistungssports, der für die

⁹⁴ Vgl. HOBERMAN, in: DER SPIEGEL Nr.28/1996, 170f.

⁹⁵ Vgl. DER SPIEGEL Nr.30/1998.

⁹⁶ So zitiert in: DER SPIEGEL Nr.44/1997, 165.

⁹⁷ Nach einer vom Meinungsforschungsinstitut CSA durchgeführten repräsentativen Umfrage. Vgl. WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Meldung vom 29.06.1999.

Sportler und ihre Entourage wenig mehr ist als Arbeit und Existenzgrundlage. Entsprechend reagieren die Medien, besonders die Boulevardmedien, auf sportliche Ereignisse und transportieren nicht selten die Meinung des Volkes. Oder das, was sie dafür halten.

Ironie am Rande: Ob sie wollten oder nicht, alle Staaten hatten und haben aus unterschiedlichen Motiven und Weltanschauungen im Endeffekt die gleichen Verhältnisse im Sport hervorgerufen – weil sie letztlich der gleichen, zeitlos menschlichen Ideologie huldigten und huldigen: *The winner takes it all!*

I.2. Wahrheit und Wahnsinn als Problemaufriss:

Vier theoretische Essays zu Massenmedien und Kommunikation

„In the year 1500, after the printing press was invented, you did not have old Europe plus the printing press. You had a different Europe. After television, America was not America plus television.“

(„Im Jahr 1500, nachdem die Druckpresse erfunden war, hatte man nicht Europa plus Druckpresse. Man hatte ein anderes Europa. Nach der Erfindung des Fernsehens war Amerika nicht Amerika plus Fernsehen.“)

Neil Postman⁹⁸

1. Die Psychologie der Massenkommunikation – der guten(?) Dinge sind neun

Wenden wir uns nun der anderen Komponente zu, die uns im Zusammenhang mit Mediensport besonders interessieren muss: den Massenmedien und der Massenkommunikation. Beide Phänomene hängen eng mit dem Profisport zusammen, denn ohne sie würde es zumindest den medialen Profisport nicht geben.

Um die Mechanismen der Medien zu verstehen, müssen wir einen kurzen Blick auf die Psychologie der Massenkommunikation werfen, denn die Massenmedien basieren logischerweise auf den Mechanismen der Massenkommunikation.

Die Massenkommunikation ist ein typisches Merkmal unserer heutigen Industriegesellschaft. Unter Massenkommunikation verstehen wir, „dass sich ein großes heterogenes Publikum relativ gleichzeitig Aussagen aussetzt, die eine Institution durch Medien übermittelt, wobei das Publikum dem Sender unbekannt ist.“⁹⁹ Die Massenkommunikation „hat alle Völker in eine permanente Verbindung des Nachrichtenaustauschs und des Kulturgeschehens gebracht (...)“.¹⁰⁰ Damit setzt sich die Massenkommunikation von anderen Kommunikationsformen deutlich ab: Massenkommunikation ist immer öffentlich, fast beliebig zugänglich¹⁰¹ und einseitig insofern, als kaum eine direkte Beeinflussung von Kommunikator (z.B. dem Reporter) und Rezipient (z.B. den Zuschauern einer Fernsehsendung) stattfindet¹⁰². Freilich änderte sich dieses Gefüge mit dem Einzug der neuen Medien etwas, doch die grundsätzliche Beschaffenheit bleibt wie sie ist. Es wird wohl nie möglich sein, dass alle Rezipienten gleichzeitig interaktiv mit dem Kommunikator in Kontakt treten. Massenkommunikation ist, wenn wir vor dem Fernsehapparat Platz nehmen, um fern zu sehen. Massenkommunikation ist, wenn wir der Zeitung Informationen entnehmen oder wenn wir uns online informieren. Massenkommunikation ist Informationsvermittlung und damit auch Manipulation.

⁹⁸ POSTMAN, NEIL: *Defending ourselves against the seductions of eloquence*. In: DYSON, KENNETH/HOMOLKA, WALTER (eds) (1996): *Culture First*. London, 31.

⁹⁹ LARSEN, hier zitiert nach ZOLL, RALF/ HENNIG, EIKE (1970): *Massenmedien und Meinungsbildung. Angebote, Reichweite, Nutzung und Inhalt der Medien in der BRD*. München, Juventa Verlag, 11.

¹⁰⁰ FELDMANN, ERICH (1972): *Theorie der Massenmedien*. München, 134.

¹⁰¹ Betrachten wir hier einmal verschlüsselte Fernsehsender und Pay-per-view-Ereignisse als ebenfalls allgemein zugänglich.

¹⁰² Natürlich gibt es Theorien, die von einem dialogischen Charakter der Massenkommunikation ausgehen. Vgl. dazu die Ausführungen und Quellenangaben von BRAUN, GABRIELE (1990): *Massenmedien und Gesellschaft*. Tübingen, 9f.

Nun gibt es viele Theorien, die die Mechanismen der Massenkommunikation erklären,¹⁰³ wir beschränken uns auf die Ausführungen des kanadischen Psychologen Albert Bandura, Professor an der Stanford University (USA). Nehmen wir an, Bandura hat mit seinen Forschungsergebnissen Recht, dann besteht die Massenkommunikation aus lediglich neun *unverzichtbaren* Elementen.¹⁰⁴ Diese Elemente sind

- 1) *Die Fähigkeit zur Symbolisierung*
- 2) *Die Fähigkeit der Selbstregulierung*
- 3) *Die Fähigkeit zur Selbstreflexion*
- 4) *Stellvertretende Erfahrungen*
- 5) *Steuerungsmechanismen für Beobachtungslernen*
- 6) *Abstrakte Modellbildung*
- 7) *Hemmende und enthemmende Faktoren*
- 8) *Der Erwerb und die Modifizierung von emotionaler Disposition*
- 9) *Die soziale Konstruktion der Realität.*

Was verbirgt sich hinter diesen Elementen? Verwenden wir zur Verdeutlichung wieder Beispiele aus dem Sport:¹⁰⁵

Die Fähigkeit zur Symbolisierung:

Wenn wir unsere Umwelt verstehen wollen, dann müssen wir ihre Komplexität und Kompliziertheit reduzieren, damit unsere Gehirne mit der Informationsverarbeitung nachkommen. Diese externen Einflüsse, die auf unser Verständnis der Umwelt und damit unser Verhalten Einfluss nehmen, wirken über kognitive Prozesse, also alle physisch-psychischen Prozesse, die unsere Erkenntnis erweitern. Das funktioniert laut Bandura folgendermaßen: Wir machen eine Erfahrung, verarbeiten und wandeln sie zu kognitiven Modellen mit Hilfe von Symbolen. Das ist ein psychisch-hirnhypophysologischer Vorgang. Es entstehen in unserem Gehirn Symbole, die uns die Orientierung in der Welt erleichtern und gleichzeitig als Bausteine für ganze Modelle zur Verfügung stehen.¹⁰⁶ Diese auf Symbolen aufgebauten Modelle wiederum bestimmen unsere Bewertungen und Handlungen, sozusagen als Koordinatoren und Steuerungselemente in unseren Gehirnen. Vereinfacht gesagt, haben wir es mit einer Verkettung zu tun: Erfahrung → Symbole → Modelle → Handlungen.

¹⁰³ Vgl. dazu BRAUN (1990, 7ff.).

¹⁰⁴ Die folgenden Ausführungen sind nachzulesen in: GROEBEL, JO/WINTERHOFF-SPURK, PETER (eds) (1989): *Empirische Medienpsychologie*. München, 7-29. Der Artikel von BANDURA wurde aus dem Englischen übersetzt von VALKANA KRSTEV und GUIDO ALMSTEDT, Landau. Da dem Autor das englischsprachige Original nicht vorlag, zitiert er besagte folgende Ausführungen nach der Übersetzung und übernimmt keine Garantie für die Exaktheit der verwendeten Terminologie. Die Beispiele aus dem Sport resultieren aus dem aktuellen Thema und gehen nicht auf BANDURA zurück. Ferner werden die Ausführungen BANDURAS nur schlaglichtartig wiedergegeben, nicht aber detailliert oder gar erschöpfend diskutiert. Es handelt sich hier also um eine auf die Sportberichterstattung bezogene, vereinfachte Interpretation von BANDURAS Erkenntnissen.

¹⁰⁵ Natürlich mag hier die Veranschaulichung der Theorie BANDURAS durch Beispiele aus dem Sport an einigen Stellen allzu willkürlich herbeigeführt erscheinen. Dies muss verziehen werden, weil hier die Theorie der Massenkommunikation als Hilfe und Orientierung dient und nicht essenzieller Forschungsgegenstand ist.

¹⁰⁶ Vgl. dazu auch SCHWEMMER, OSWALD (1990): *Glanz und Elend der Medienkultur*. In: V. BREDOW, WILFRIED (ed) (1990): *Medien und Gesellschaft*. Stuttgart, S. Hirzel, 17f.

Durch diesen Kettenmechanismus werden Sportler oft zu einem Symbol, wenn sie für gewisse Werte stehen. Mit solchen personalisierten Symbolen konstruieren wir bestimmte Modelle des Sports. Und deshalb ist ein positives Image dieser Symbole, also Sportler, auch so wichtig: Wenn die Mediensport-Maschinerie funktionieren soll, müssen wir uns mit den Symbolen identifizieren, um die gewünschten Handlungen (Nachahmen, Sportartikel kaufen, etc.) zu erzeugen. Und wer will sich schon mit negativ besetzten Symbolen identifizieren? Wohlgemerkt, die Rede ist hier von wirklicher, zerstörerischer Negativität, z.B. vom Dauerverlierer oder Betrüger, nicht etwa von jener kokettierenden Negativität eines anarcho-rebellischen Rodman, der gleichwohl in seinem Sport glänzt.

Die Fähigkeit der Selbstregulierung:

Wir Menschen schwanken in der Regel nicht von Woche zu Woche in unseren Meinungen, sondern sind relativ konstant in dem, was wir für richtig oder falsch halten. Wir besitzen eine erlernte, akzeptierte Moralität und messen an ihr die Einflüsse von außerhalb.

Beispiel Doping: Wir können über das Doping nur so vehement diskutieren, weil wir als Nicht-Profisportler oder passive Zuschauer auf eine gewisse innere Moral zurückgreifen, die das Doping normalerweise aus diversen Gründen ablehnt. Die Realität des Dopens erzeugt nun einen Konflikt mit unserem moralischen Gradmesser, der uns zu Reaktionen reizt.

Die Fähigkeit zur Selbstreflexion:

Auch wenn sie uns Medienkonsumenten von den Medienmachern scheinbar öfters abgesprochen wird: Wir alle besitzen die Fähigkeit zur Selbstreflexion, zur Fähigkeit, zwischen richtigem und falschem Denken zu unterscheiden.

Bleiben wir beim Doping: Nehmen wir an, ich bin auf dem Weg, ein guter Sportprofi zu werden, dope mich nicht und glaube, dass Doping sowieso nur in Einzelfällen geschieht. Nun aber stoße ich in die Grenzbereiche des Machbaren vor und merke, dass meine Konkurrenten, die in der Juniorenkategorie sogar schlechter waren als ich, heute wesentlich mehr leisten. Ich beginne jetzt vielleicht, meine Handlungen zu überdenken, zu reflektieren, ob Doping wirklich zu verdammen ist und ob es tatsächlich nur in Einzelfällen vorkommt. Durch Selbstreflexion prüfe ich anhand der ‚objektiven Realität‘¹⁰⁷ nun, inwieweit mein bisheriges Denken richtig oder falsch war.

Stellvertretende Erfahrungen:

Durch stellvertretende Erfahrungen können wir unser Wissen und teilweise unsere Kompetenz erweitern, ohne die jeweiligen Vorgänge selbst vollzogen zu haben.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Der Begriff der Realität wird später noch näher untersucht. Mit Realität sei hier das bezeichnet, was ein Individuum wahrnimmt und als Lebenswirklichkeit betrachtet.

¹⁰⁸ Hier spätestens wird man BANDURA angreifen können, denn es gibt in der Lerntheorie die Strömung der Handlungsorientierung, die davon ausgeht, dass gerade das Vollziehen einer Handlung den Lerneffekt herbeiführt, nicht aber die bloße Nachahmung. Für unsere Diskussion ist diese unterschiedliche Betrachtungsweise allerdings nicht so wichtig, weil weder die eine, noch die andere Strömung das Gesamtkonstrukt ins Wanken bringt. Selbst wenn man davon ausgeht, dass wir wirklich Handlungen selbst vollziehen müssen, um sie zu verstehen, so tun wir das ja bereits, indem wir uns von den Sportstars zum Nachahmen animieren lassen – wenn auch nicht auf dem gleichen Leistungsniveau.

Beispiel: Es reicht, ein Formel 1-Rennen am Bildschirm zu verfolgen, um die Vorgänge in einem Autorennen wenigstens halbwegs (will heißen: rational) zu verstehen und nachzuvollziehen. Man muss dazu nicht selbst am Steuer des Rennwagens sitzen. Welch ein Glück, denn der gewöhnliche Motorsportfan wird niemals in einem Formel 1-Renner auch nur ein paar Meter Probefahrt zurücklegen können. „So bleibt dem Formel 1-Fan in aller Regel versagt, was dem Tennis-, Fußball-, Ski- oder Radsportliebhaber alltäglich erscheint. Es ist (...) der Formel 1-Fan tatsächlich eine Art Voyeur: Ihm bleibt der Akt selbst verwehrt.“¹⁰⁹

Steuerungsmechanismen für Beobachtungslernen:

Die Steuerungsprozesse für das Lernen durch Beobachten bestehen aus vier Ereignissen:

<i>Aufmerksamkeit</i>	<i>Behalten</i>	<i>Produktion</i>	<i>Motivation</i>
Wir werden physisch von außen stimuliert	Wir setzen Wahrgenommenes in Symbole um	Wir betreiben Selbstbeobachtung oder verarbeiten Feedbacks.	Uns werden Anreize und Gratifikationen geboten.

Da uns die weitergehende Theorie der Massenkommunikation nur am Rande interessiert, müssen wir diese Punkte nicht vertiefend behandeln, sie beschreiben im Grunde nichts anderes als die Komponenten des Beobachtenlernens: Von der bloßen Stimulation entwickeln wir Handlungsmuster, die wir dann einsetzen, wenn uns eine bestimmte Motivation dazu veranlasst.

Abstrakte Modellbildung:

Die abstrakte Modellbildung ist so etwas wie eine Zusammenfassung der bisherigen Punkte. Durch die abstrakte Modellbildung filtern wir die Regeln aus der Realität heraus, die jeweils das von den anderen gezeigte Verhalten verursacht. Während Symbole also Teile des Ganzen sind, beschreibt die abstrakte Modellbildung das Ganze.

Wenn z.B. Dennis Rodman das *Symbol* für das Böse im Basketball ist, dann sind Sportler, die ähnliche Verhaltensmuster zeigen, ebenso Symbole für das Böse in ihrem Sport. Und die Schnittmenge aller Verhaltensweisen beschreibt das abstrakte *Modell* des ‚bad boys‘ im Sport schlechthin. Es fragt sich natürlich, ob es irgendein ‚bad-boy-typisches‘ Verhalten gibt, welches Rodman noch nicht an den Tag gelegt hat. Die Vermutung liegt also nahe, dass er durch sein allumfassendes ‚bad-boy‘-Verhalten zum fleischgewordenen *Modell*, zum Prototyp avanciert ist. Rodman trägt nicht nur zur abstrakten Modellbildung bei, er ist das *Modell* selbst! Die Medienberichte über Rodman und der vielfältige Bezug auf ihn, immer wenn es darum geht, negatives Verhalten im Sport und auch in anderen Lebensbereichen zu kommentieren und dokumentieren, lassen seinen Status als Verkörperung aller ‚böser‘ Charaktereigenschaften in Personalunion, eben seinen *Modell*-Status, erkennen.

Hemmende und enthemmende Faktoren:

Der Bereich hemmender und enthemmender Faktoren ist komplizierter, als er sich vielleicht zunächst darstellt. Uns soll hier nur der Kern interessieren:

¹⁰⁹ THEIL, ACHIM (1998): *Formel 1*. München, Beck, 278f.

Hemmende und enthemmende Faktoren bestimmen teilweise die Auswirkungen eines Modells auf unser Verhalten mit, und zwar in Form der eingehenden Informationen von diesem Modell. Entweder sie verstärken unser jeweiliges Verhalten, oder sie hemmen es. Das hängt z.B. von unserem Urteil über das Modell ab, auch vom präsentierten Modell selbst, von den Konsequenzen des Verhaltens, etc..

Gerade die Diskussion um Doping und die Beachtung der Werte des Glaubensbekenntnisses zielt auf diesen Bereich: Inwieweit fördern die Doper und ‚bad boys‘ des Sports den Medikamentenmissbrauch und Gewalttätigkeiten bzw. unsportliches Verhalten bei Nachwuchs- und Hobbysportlern? Fördern sie es, so sind sie enthemmende Faktoren für die Nichtbeachtung des Glaubensbekenntnisses. Das Doping und Regelverstöße hemmende Faktoren vereinigen sich im Modell des sauberen Sportlers und auch im Glaubensbekenntnis des Sports selbst, weil sie einen entsprechenden moralischen Druck ausüben.

Der Erwerb und die Modifizierung von emotionaler Disposition:

Dieser Punkt lässt sich als Identifikation der Fans mit ihren Idolen interpretieren: Emotionale Reaktionen und Verhaltensneigungen, die mit den ursprünglichen emotionalen Situationen des Modells verbunden waren, werden von den Fans angenommen. Wenn Sportler als Idole ein sozusagen personifiziertes Modell sind, dann sind die Auswirkungen dieses Phänomens drastisch zu beobachten, und die Medien schlachten es weidlich aus: Da läuft sich Grit Breuer in „unsere Herzen zurück“¹¹⁰, da wird Damon Hill zum „British Hero“¹¹¹, da werden Dennis Rodmans Weinkrämpfe, die er bekommt, wenn er seine Tochter nicht sehen darf, in alle Bundesstaaten Amerikas übertragen und rühren plötzlich nicht nur die Fans des ‚bad boys‘.¹¹² Um auf die Formel 1 zurückzukommen: Außenstehende Fans mögen zwar in der Lage sein, gewisse Emotionen ihrer Idole anzunehmen, es handelt sich aber dabei eben stets um Lebensbereiche, die sie selbst nacherleben können. Das ‚Feeling‘, wie es ist, mit 350 km/h im Williams dahinzurasen, werden sie nie wirklich nachempfinden können.

Die soziale Konstruktion der Realität:

Dies ist die letzte und in ihrer Konsequenz höchste Stufe der Rezeption: Wir nehmen die mediale Welt als authentische Darstellung menschlichen Lebens in uns auf. Wir können nicht mehr unterscheiden zwischen der medialen und der realen Welt. Mediale Realität wird zur Realität in unserem Kopf.

Wir meinen z.B. als Deutsche, dass Damon Hill wirklich der ‚böse‘ Brite ist, der unseren ‚guten Schumi‘¹¹³ bedroht. Wir meinen als Briten, dass der böse ‚Schu‘¹¹⁴ unseren Helden Hill, den ‚Battling Brit‘¹¹⁵ bedroht. Und wir meinen als Amerikaner, dass dort in dem kleinen Europa zwei Kasperlefiguren in einer Art Seifenkistenrennen ein Schmierentheater abliefern. Wenn wir es überhaupt mitbekommen, denn auch die Nichtberichterstattung schafft Realitäten.

¹¹⁰ Moderator MICHAEL STEINBRECHER im *Aktuellen Sportstudio* (ZDF) vom 27. Juni 1999.

¹¹¹ THE SUN, 3. Juli 1999.

¹¹² Vgl. RODMAN in: DER SPIEGEL 18/1997, 177.

¹¹³ Spitzname für den Formel 1-Piloten MICHAEL SCHMACHER in den deutschen Medien.

¹¹⁴ Spitzname SCHUMACHERS in der britischen Boulevardpresse.

¹¹⁵ Spitzname HILLS in der britischen Boulevardpresse.

2. Opium für das Volk? – Massenmedien und (Sport-)Gesellschaft

Zweifellos üben die Medien einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Gesellschaft aus,¹¹⁶ wie natürlich die Gesellschaft auch die Medien beeinflusst. Kein Medium lässt sich außerhalb seines sozialen Kontexts analysieren,¹¹⁷ was übrigens für die Sportmedien besonders zutreffen dürfte. Über die Aufgaben der Medien gegenüber der Gesellschaft gibt es keinen einheitlichen Konsens.

Zur Erinnerung: Die Funktionen der Medien

Wenn auch kein Konsens über die Aufgaben der Medien besteht, so gibt es doch eine Aufzählung verschiedener Funktionen:

- Die *Informationsfunktion*: Die Massenmedien haben die Aufgaben, uns Staatsbürger über Geschehen, Institutionen, Fakten und handelnde Personen zu informieren, damit sich der Einzelne über die allgemein wichtigen Vorgänge in Staat und Gesellschaft ein Bild machen kann.¹¹⁸
- Die *Artikulierfunktion*: In dieser Funktion übernehmen die Massenmedien die Repräsentation der Bevölkerung gegenüber Regierung und Verwaltung¹¹⁹ – aber auch gegenüber Institutionen und Personen der Öffentlichkeit, also z.B. Sportlern und Sportorganisatoren. In dieser Funktion zeigt sich noch ein anderer, sehr wichtiger Aspekt: Die Medien besitzen auch eine Art ‚Soziusfunktion‘, d.h. sie erscheinen als ‚Kamerad‘ und Gesprächspartner in der Freizeit, um die Gleichförmigkeit des Alltags zu vertreiben. Sie bieten Emotionalität, Aktualität und Identifikationspunkte.¹²⁰ Wir können hier zwischen direkter Artikulation und indirekter Artikulation unterscheiden. Direkte Artikulation wären z.B. Leserbriefe oder von Zuschauern gestaltete Programme in offenen Kanälen, indirekte Artikulation hingegen jede Veröffentlichung, jedes Programm abseits des absolut Notwendigen, von dem die Medien ausgehen, dass sich die Zuschauer mit ihm identifizieren. Denn wir wählen praktisch immer das aus, was uns gefällt. Was uns in Frage stellt, drängen wir weg.¹²¹ Also bilden die Medien in dieser Funktion ein Forum für die Gesellschaft, deren Vorstellungen sie beschreibt und zur Diskussion stellt.¹²² Diese Funktion ist besonders wichtig für Boulevardpresse und –fernsehen.
- Die *Kritik- und Kontrollfunktion*: In diesem Zusammenhang wird von den Medien gerne als der ‚vierten Gewalt‘ im Staat gesprochen, die Regierung, Verwaltung, Rechtsprechung, Institutionen wie auch Unternehmen und Personen der Öffentlichkeit kritisieren und damit kontrollieren.¹²³ (Die Frage,

¹¹⁶ Vgl. ALTHEIDE, DAVID L. (1985): *Media Power*. Beverly Hills, Sage, 15.

¹¹⁷ Vgl. EBD., 12).

¹¹⁸ Vgl. v. LAROCHE, WALTHER/MAABEN, LUDWIG (1983): *Massenmedien*. Heidelberg, 12 u. ZOLL/HENNING (1970, 14).

¹¹⁹ Vgl. v. LAROCHE/MAABEN (1983, 12).

¹²⁰ Vgl. ZOLL/HENNING (1970, 14), die sich auf die Presse beziehen, u. BREPOHL, KLAUS (1974): *Die Massenmedien*. München, Nymphenburger Verlagshandlung, 140, der sich auf das Fernsehen bezieht.

¹²¹ Zu der gleichen Einsicht gelangt HERMANN, INGO (1993): *Von Medien und Menschen. Bevor uns Hören und Sehen vergeht*. Düsseldorf, Patmos Verlag, 45.

¹²² Vgl. v. LAROCHE/MAABEN (1983, 12).

¹²³ Vgl. EBD. Der Begriff ‚die vierte Gewalt‘ stammt aus dem amerikanischen Milieu und beschreibt die Selbsteinschätzung der amerikanischen Medien nach der Watergate-Affäre. Diese

ob diese Aufgabe eine Unterfunktion der Artikulationsfunktion ist, soll hier nicht weiter diskutiert werden¹²⁴).

- Die *Erziehungsfunktion*: Sie mag uns heute fast wie ein Hohn erscheinen angesichts der Flut an inhaltlich wie handwerklich primitiven und niedrig stehenden Fernsehsendungen und Presseveröffentlichungen. Ein interessanter Punkt ist hier zu nennen: Ausgerechnet Amerika, das Land mit dem am weitesten entwickelten kommerziellen Mediensystem, verfolgt das Ethos des moralischen Wächteramts besonders engagiert. So fest wie in kaum einem anderen Land ist in den USA die Tradition des investigativen Journalismus verankert, was längst nicht nur auf die Watergate-Affäre zurückgeht.¹²⁵ Der britische Medienexperte Raymond Snoddy bringt es auf den Punkt: Im Gegensatz zu Großbritannien nehmen die USA ihren Journalismus (und damit ihre Medien) ernst.¹²⁶ Deutschland dürfte sich wohl zwischen beiden Ländern einreihen: sexuell ähnlich freizügig wie die Briten, doch auf bestimmten Gebieten, nicht zuletzt durch die deutsche Vergangenheit, von strengen, fast kruden Prinzipien geleitet.

Mit genau dieser Ernsthaftigkeit fordern amerikanische Medienkritiker die Medien auf, ihre Funktionen (noch) besser zu erfüllen. So hat z.B. der renommierte amerikanische Medienkritiker und THE WASHINGTON POST-Mitarbeiter Howard Kurtz einen Katalog von Forderungen und Handlungsanweisungen an die Gestalter der US-Presse zusammengestellt:¹²⁷

- Macht die Leute ‚verrückt‘: Berichtet über Skandale und Ungerechtigkeiten, denn es ist besser, kontrovers zu sein, als ignoriert zu werden.
- Berichtet über Dinge, die die Autoritäten uns nicht wissen lassen wollen.
- Bringt uns zum Lachen, nehmt euch nicht so ernst.
- Berührt die Leser in ihrem täglichen Leben – ihr seid oft so abstrakt, so abgehoben, dass ihr Themen wie Schule, Wohnen, Verbrechen, Pflege und Kindergärten, Verkehr, Krankenhäuser vernachlässigt.
- Sprengt die Fesseln des Expertentums – vertraut mehr auf euren Instinkt.
- Lasst den Schreibern mehr Freiraum, die Dinge beim Namen zu nennen und individuell zu schreiben.
- Bestimmt selbst das Programm – ihr rennt fast orientierungslos hinter jedem Prominenten und jeder Katastrophe hinterher, lest lieber mehr Neuigkeiten abseits des ausgetretenen Pfads auf.
- Bringt mehr Bilder, und zwar in Farbe.

Aussage trifft THOMAS KIELINGER (1994) in: *Die vierte Gewalt, Fragen an die Medien* (1994), Reihe *mm transparent*, Aachen, MM-Verlag, 83).

¹²⁴ Diese Aussage treffen v. LAROCHE/MAABEN (1983, 12). Wenn man davon ausgeht, dass die Medien in dieser Funktion kritische Stimmen des Publikums bzw. der Gesellschaft auffangen und eben artikulieren, dann stimmt diese Aussage. Wenn aber verantwortungsbewusste Journalisten z.B. Missstände kritisieren, von denen die Öffentlichkeit nichts wusste und die sie als homogene Masse nicht einmal interessiert, dann stimmt die Aussage nicht.

¹²⁵ Vgl. BOVENTER (1995, 30ff.).

¹²⁶ Vgl. SNODDY, RAYMOND (1993): *The Good, the Bad and the Unacceptable. The Hard News about the British Press*. London, Boston, 153ff.

¹²⁷ Der Katalog wurde vom Autor aus dem Englischen übertragen und zitiert nach BOVENTER (1995, 70f.).

- Bedient diejenigen, die an speziellen Fächern (wie Justiz, Computer, Feuilletonistisches, Wissenschaft, Religion, Gesundheit, persönliche Finanzen, etc.) interessiert sind, mit regelmäßigen Features und Kolumnen.
- Veröffentlicht mehr Texte von jungen, provokativen und radikaleren Kolumnisten.
- Öffnet euch den Lesern, macht euch besser erreichbar- bzw. ansprechbar und nehmt Leserkritik an.

Dieser mannigfaltige Katalog mag Widerspruch provozieren. Manche Punkte rücken nahe an die Mechanismen des Boulevardjournalismus⁴ und konterkarieren die Erziehungsfunktion im Sinne der Theorie, andere scheinen bereits genügend umgesetzt worden zu sein. Und dies gilt für alle westlich-liberalen Zeitungen, nicht nur für amerikanische. Dabei fokussiert der Katalog implizit einen Punkt ganz besonders, den er gar nicht explizit nennt: die Wirkung der Medien, hier speziell der Zeitung, auf die Gesellschaft. Alle vehementen Forderungen des Katalogs haben letztlich nur das Ziel, über eine optimierte Funktionsweise automatisch die Wirkung der Medien zu verbessern. Wie aber wirken die Medien auf die Gesellschaft?

Medien als Medizin?

Dazu Folgendes: Es ist fast unmöglich, die Wirkung von Medien genau zu bestimmen.¹²⁸ Daran ändern auch Leser- oder Zuschauerbefragungen oder Einschaltquoten nichts. Wenn überhaupt, dann beeinflussen Medien subtil und langfristig. Die plötzliche Verhaltensänderung von Medienrezipienten durch die Medien ist die Ausnahme.¹²⁹ Allerdings beziehen sich solche Aussagen vornehmlich auf politische Inhalte¹³⁰ – im Sport sieht das sicherlich etwas anders aus. Wie sonst ließe sich allein der enorme Sportartikelkommerz samt dazugehöriger Werbung durch die Topstars erklären?

Zweifellos beeinflussen Medien auf eine andere Weise direkt: Sie bestimmen unsere Zeitbudgetierung,¹³¹ denn Medienkonsum kostet Zeit, die wir für andere Aktivitäten nicht mehr haben. So hat sich der Fernsehkonsum in Deutschland bei durchschnittlich zwei bis drei Stunden eingependelt.¹³² In den USA liegt er wesentlich höher,¹³³ was aber auch daran liegt, dass dort in vielen Haushalten der Fernseher als ‚Hintergrundprogramm‘ dauerhaft in Betrieb ist. Süffisant bemerkte einst DER SPIEGEL, dass die amerikanische Durchschnittsfrau von Nutrasweet und Illusionen lebe und daher vom TV vor allem Emotionen verlange¹³⁴ – lebenswichtige Emotionen, die sie anderswo eben nicht bekommt und die in der multimedialen Programmschwämme zur dauerhaft-latenten Medikation pervertieren. Dieses Phänomen dürfte allerdings auch in Deutschland oder Großbritannien, wahrscheinlich sogar in allen westlichen Ländern zu beobachten sein. Offenbar hat in vielen Haushalten eine Marginali-

¹²⁸ Vgl. v. BREDOW (1990) in: EBD. (ed.) (1990, 180f.).

¹²⁹ Vgl. HERMANN (1993, 45).

¹³⁰ Vgl. KIELINGER (1994) in: *Die vierte Gewalt, Fragen an die Medien* (1994, 83).

¹³¹ Vgl. MEYN, HERMAN (1974): *Die Wirkungen der Massenmedien*. In: HÖGY, TATJANA/WEIß, HORST (eds) (1974): *Wirkungen von Massenmedien*. Frankfurt/M., Diesterweg, 88.

¹³² Vgl. BUCHWALD, MANFRED (1995): *Ethische Aspekte der journalistischen Praxis*. In: WINTERHOFF-SPURK, PETER/HILPERT, KONRAD (1995): *Medien und Ethik*. St. Ingbert, Röhring, 155.

¹³³ Vgl. WELLS, ALAN (1972/79): *Mass-Media And Society*. Paolo Alto, 2.

¹³⁴ Vgl. Ausgabe Nr.8/1992, 237.

sierung des Mediums Fernsehen [eine Wandlung zur fast nur noch passiv rezipierten Dauerberieselungseinrichtung] stattgefunden,¹³⁵ die schon allein angesichts der Vielfalt an Sendern und Programmen nicht verwundern würde. Eine der wichtigsten Aufgaben der Fernsehmacher besteht folglich darin, in diesem Zustand und vor allem *trotz* dieses Zustands der Marginalisierung möglichst viele Zuschauer zu erreichen.

Schöne neue Medienwelt?

Dafür erscheint der Katalog von Howard Kurtz wie geschaffen und tatsächlich impliziert das Medium ‚Fernsehen‘ bereits einige Forderungen Kurtz‘ in seinen Mechanismen. Setzt man diese Mechanismen verstärkt ein, dann müssten sich eigentlich die gewünschten Einschaltquoten erreichen lassen. Das mag auch funktionieren, sonst wären gerade die privaten Fernsehanstalten nicht so erfolgreich. Wenn man ‚die Schraube überdreht‘, dann droht allerdings die Reizüberflutung und mit ihr der Verlust der Aufmerksamkeit und Urteilskraft der Rezipienten, und die sind wir. Werden die Forderungen Kurtz‘ von allen Medien *radikal* umgesetzt, dann haben wir genau das Problem, das Neil Postman eindrucksvoll beschrieben hat: Wir amüsieren uns zu Tode, es wird alles unreflektiert als Unterhaltung angeboten. Gezielte und tiefgründige Reflexionen sind nicht mehr möglich. Was dann zählt, ist vor allem die Art der Präsentation, sind die schnellen, leicht verdaulichen Informationshäppchen und die möglichst effektive Darbietung derselben.¹³⁶ Das Medium, eigentlich als Kommunikationsmittel mit festgelegten Funktionen gedacht, enthebt sich hier genau dieser Aufgabe und läuft somit Gefahr, sich selbst ad absurdum zu führen.¹³⁷ Und am Ende hätte Aldous Huxley mit seiner Behauptung Recht, dass die Wahrheit in einem Meer von Belanglosigkeiten unterginge.¹³⁸ Die scheinbar größere Freiheit für die Gesellschaft, zwischen vielen Medienangeboten auswählen zu können, wäre ein Pyrrhussieg. Ein simples Beispiel: Worin liegt der Sinn, wenn drei Sport-Großereignisse auf drei verschiedenen Kanälen übertragen werden, von denen jedes für sich genommen kaum noch finanziert werden kann? Gibt es in diesem Moment überhaupt noch eine oder gar *die* Sportgesellschaft? Wenn ja, zerstören die Medien sie und den Sport durch diese Vielfalt nicht? Müssen die Medien den Sport nicht immer mehr zur Unterhaltungsshow verzerren, um die lebenswichtigen Einschaltquoten zu erreichen?

Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie...

Werden aber nun genügend Zuschauer erreicht und tatsächlich beeinflusst, dann sind die folgenden Wirkungen zu beobachten:¹³⁹

- *Meinungsbildung* dort, wo vorher keine Meinung herrschte,
- *Verstärkung*,
- *Abschwächung*,

¹³⁵ Vgl. EBD.

¹³⁶ Vgl. SICHTERMANN (1994) in: *Die vierte Gewalt, Fragen an die Medien* (1994, 67ff.).

¹³⁷ Interessanterweise kommt SCHWEMMER (1990), in: v. BREDOW (ed) (1990, 16), mit einer völlig anderen Argumentationsweise zur gleichen Ansicht. Freilich sieht auch SCHWEMMER eher die Gefahr als den absoluten Zustand.

¹³⁸ Hier zitiert nach Angaben in: *Die vierte Gewalt, Fragen an die Medien* (1994, 31).

¹³⁹ Vgl. HACKFORTH, JOSEF (1976): *Massenmedien und ihre Wirkung*. Göttingen, 11f.

- *Umwandlung* einer bereits existierenden Meinung und schließlich
- *Verhaltensänderungen* als letzte Konsequenz.

Auch wenn jeder Mensch die Medienaussagen durch einen Filter aufnimmt,¹⁴⁰ ihnen also nicht ungeschützt begegnet, können sie gerade bei jungen Menschen, die im Leben noch nicht viele eigene Erfahrungen gemacht haben, durchaus Moralität und Weltbild bestimmen.¹⁴¹ Wiederum betrifft das auch und gerade uns Rezipienten des Mediensports mit seinen Eigenheiten (dem Glaubensbekenntnis, dem Starkult, etc.) und dem dazugehörigen Kommerz. So einfach können Zusammenhänge sein – die konkreten Beispiele mit ihren Kausalitäten indes sind es nicht.

Aber auch unabhängig von transportierten Inhalten beeinflussen die Medien unser Lebenstempo, unseren Lebensstil sowie unser Wahrnehmungs- und Präsentationstempo¹⁴² allein durch ihre Technik und Gestaltung. Und dieses Phänomen beschränkt sich nicht auf einzelne Länder, sondern hier zeigt sich das schon 1964 von dem kanadischen Professor Marshall McLuhan propagierte „globale Dorf“.¹⁴³

...die Mediensport-Macher als Retter in der Not?

Was hat das alles noch mit Mediensport zu tun? Sehr viel: Geht man davon aus, dass unsere Zeit immer schnelllebiger wird, so kommt das sowohl dem Sport als auch den Medien entgegen. Hier brauchen die Medien, zumal sie in den USA den Sport bereits in den Anfangsjahren der Sportübertragung beeinflusst haben, gar nicht mehr viel dazu zu tun, um ihn medial erfolgreich ‚unter das Volk‘ zu bringen. Analog zum globalen gesellschaftlichen Phänomen des Wachstums werden ja auch Sportereignisse immer größer, womit genügend ‚Brimborium‘ garantiert ist – schnelllebig und aktionsgeladen ist Sport meist ohnehin. Passieren dann noch Skandale bei großen sportlichen Ereignissen oder um prominente Sportler oder fallen Rekorde, dann ist das Zuschauer- bzw. Leserinteresse garantiert.

Anders gesagt: Der Sport ist auch medientheoretisch ein ideales Vehikel, um die Funktionen und Wirkungen der Massenmedien zur vollen Entfaltung zu bringen. Die meisten Forderungen von Praktikern wie Howard Kurtz werden hier sozusagen durch die Beschaffenheit des Sports überflüssig, denn sie werden durch eine dem Sport angemessene Berichterstattung zwangsläufig erfüllt. Das ist die medienwissenschaftlich *entscheidende* Erklärung dafür, dass die Massenmedien über den Sport gleichzeitig die Aufmerksamkeit, die Emotionen, die Werthaltungen und nicht zuletzt das Kaufverhalten unserer Gesellschaft höchstwahrscheinlich erfolgreicher beeinflussen als über jedes andere Thema.¹⁴⁴

Mogelpackung Mediensport?

Allerdings bleibt einiges dabei buchstäblich auf der Strecke. Die Wahrheitsfindung z.B. wird in der Tat oft zu einem Problem; hier haben Postmann und

¹⁴⁰ Vgl. ZOLL/HENNING (1970, 27.).

¹⁴¹ Vgl. TESTER, KEITH (1994): *Media, Culture and Morality*. London/New York, Routledge, 83.

¹⁴² Vgl. HERMANN (1993, 87).

¹⁴³ MCLUHAN, MARSHALL (1964): *Understanding Media – The Extension of Man*. Cambridge, MA. Hier zitiert nach WEIRICH, DIETER (1997): *Medien 2000. Kommunikationszukunft in Deutschland*. Berlin, edition q, 27.

¹⁴⁴ Empirische Nachweise stehen nach Kenntnis des Autors allerdings noch aus.

Huxley teilweise Recht. Das ist umso fataler, als die Massenmedien uns auch helfen, Zeit und Raum zu definieren, zu erkennen, zu gebrauchen und uns diesen Dimensionen anzupassen.¹⁴⁵ Sie helfen uns, im wirklichen Leben zurecht zu kommen. Was aber passiert, wenn der Mediensport und seine Helden als Orientierungspunkt, als Glaubensbekenntnis für Jugend und Fangemeinde nicht mehr taugen? Was passiert, wenn sich die durch den Mediensport aufgespannte Dimension als gigantische Mogelpackung entpuppt, nach deren Enttarnung nur noch moralische Leere, verlorene Zeit und verpasste Chancen übrig bleiben? Und viel schlimmer: Inwieweit ist es *überhaupt* möglich, eine objektive Wahrheit, die als Orientierungshilfe dient, in den Medien darzustellen? Erliegen wir nicht alle, egal ob Sportfan oder nicht, einer gigantischen Illusion?

3. Schein und Sein – Die Realität der Massenmedien

Wir setzen uns vor den Fernseher, wir schlagen die Zeitung auf oder hören Radio und informieren uns über das Tagesgeschehen. Die Medien bringen uns die Wirklichkeit in unser Wohnzimmer. So sind wir ständig auf dem Laufenden und können mitreden über das, was in der Welt passiert. Wir sind aufgeklärt. Wir wissen, was los ist. So einfach ist das. So einfach? Natürlich nicht!

Stellen wir dazu folgende Behauptung auf: Das, was uns die Medien als Realität präsentieren, trifft das, was wirklich geschehen ist, oft nicht annähernd. Aufgeklärt sind wir höchstens über genau diesen Umstand, aber nicht im Mindesten über das, was jenseits der Meldungen liegt. Das Wissen um diesen Tatbestand macht uns bestenfalls *abgeklärt*, jedoch nicht *aufgeklärt*.

Unternehmen wir zunächst einen Ausflug in die klassische Medienrealitätsforschung und erweisen wir dafür kurz der ebenso leidigen wie ewig jungen Frage die Ehre, ob man uneingeschränkt behaupten darf, dass es so etwas wie eine ‚objektive Realität‘ gebe. In der Tat gibt es nicht wenige Stimmen aus dem philosophischen Diskurs, die behaupten, Realität sei stets subjektiv, weil jeder Mensch das, was er wahrnimmt, subjektiv verarbeite und dann als Realität bezeichne. In Wirklichkeit sei dies aber nicht *die* Realität, sondern *seine* Realität.¹⁴⁶ Spätestens seit Paul Watzlawick ist übrigens auch außerhalb des akademischen Elfenbeinturms bekannt, dass das mit der Wirklichkeit ‚nun wirklich so eine Sache‘ ist. Wenn wir diese Anschauung radikal zu Ende dächten, dann müssten wir erkennen, dass es exakt so viele Realitäten wie Menschen gäbe. Wenn dem so ist, wiegt dann jenseits der subjektiven Realität(en) das blanke Nichts? Oder gibt es eine ‚objektive Realität‘, die niemand als solche darstellen kann? Das sind wichtige Fragen, die für den ‚naiven‘ Betrachter zwar im ersten Augenblick absurd erscheinen, jedoch bei längerer Betrachtung an Schärfe gewinnen.

Gibt es eine ‚objektive Realität‘? Beispiel Doping:

Spielen wir diesen Gedanken einmal anhand eines Beispiels durch und nehmen wir dazu das leidige und doch stets aktuelle Thema Doping. Im Radsport gilt bei vielen Profis das Credo: positiv ist, wer erwischt wird. Jahrelang nun wurde bei der Tour de France kein Fahrer positiv getestet. Waren deshalb alle Fahrer

¹⁴⁵ Vgl. ALTHEIDE (1985, 15).

¹⁴⁶ Diese Ansicht wird besonders den radikalen Konstruktivisten nachgesagt. Vgl. dazu auch SCHMIDT, SIEGRFIED J. (1996): *Die Welten der Medien*. Braunschweig/Wiesbaden, 57.

negativ? Im Sinne der Kontrollen schon, im Sinne dessen, dass sie nichts, absolut nichts verbotenes Leistungsförderndes eingenommen hatten, wohl nicht. Vor dem Gesetz waren sie also sauber, in der außerjuristischen Realität gedopt. Nun kommt der nächste Punkt: Gehen wir einmal davon aus, dass sich alle favorisierten Fahrer unerlaubter Mittel bedient hätten, dann wären sie zwar gedopt gewesen, hätten aber ihre Konkurrenten doch nicht betrogen. Wenn alle etwas einnehmen, dann herrscht wieder formale Gleichheit, zumal die Spitzenfahrer sämtlich die Möglichkeit haben, an die gleichen Mittel zu gelangen. Das mochte dazu geführt haben, dass viele Fahrer das Einnehmen gesetzlich verbotener Mittel als normal hingenommen haben. Fragte man sie in Interviews, sagten sie wohl wirklich im guten Glauben, sie seien ‚sauber‘ – eben nicht ‚schmutziger‘ als ihre Konkurrenten. Die Medien wiederum glaubten den Sportlern und vermittelten den Zuschauern das Bild des sauberen Helden der Landstraße. Wie steht es nun hier um die Realität? Gilt immer noch die Wahrheit ‚juristisch sauber, objektiv gedopt‘? Was ist mit Fahrern, die Mittel eingenommen hatten, die in manchen Verbänden verboten, in anderen erlaubt waren? Was ist mit Fahrern, denen die Pfleger Injektionen verabreichten, über deren Inhalte die Fahrer oder gar die Pfleger selbst nicht genau Bescheid wussten? Waren sie dann faktisch gedopt, aber moralisch sauber? Was ist mit Fahrern, die irgendwann im Jahr Substanzen eingenommen hatten, die ihr Körper speicherte und just im Zeitraum der Tour de France unvermittelt wieder frei gab? Was ist mit Fahrern, die etwas einnahmen und doch unter allen Grenzwerten blieben oder aber keinen Leistungszuwachs erlebten? Was schließlich ist mit Fahrern, die die Einnahme eines verbotenen Medikaments früher im Jahr zugaben und doch die aktuelle Dopingkontrolle bestanden, wie 1999 mit Ludo Dierckxsens¹⁴⁷ geschehen... Brechen wir die Betrachtungen hier ab, denn es wird die Kompliziertheit des Problems bereits überdeutlich.

Nun werden in der Kommunikation ja durchaus offenbare Tatsachen beschrieben. Halten wir es hier mit Professor Siegfried J. Schmidt (Münster), der die Meinung vertritt, dass die Frage, ob die Realität existiert, völlig irreführend und überflüssig ist: „Wer ernsthaft die Frage stellt, ob die Realität existiert, hat sie bereits beantwortet; denn wo sonst als ‚in der Realität‘ sollte man diese Frage stellen.“¹⁴⁸ Wem diese Erklärung zu einfach ist, für den hat Schmidt noch an anderer Stelle ein handfestes Argument parat. Laut Schmidt würde jede Putzfrau und jeder Tischler das Problem des Philosophen, der sich in dem klassischen Beispiel vom Tisch fragt, ob selbiger denn noch vorhanden sei, wenn er die Augen schließe, lösen...¹⁴⁹ Anders ausgedrückt: Wenn ich im Stadion ein Fußballspiel verfolge und die von mir favorisierte Mannschaft kassiert ein Tor nach dem anderen, dann wird die Lage durch mein Wegschauen nicht besser. Spätestens der Jubel der Fans der gegnerischen Mannschaft wird mir unmissverständlich klar machen, dass wieder ein Tor gefallen ist, selbst wenn ich mir die Augen doppelt zugehalten habe.

Belassen wir es dabei und legen also ‚naiv‘ und kategorisch fest, dass jenseits aller subjektiven und durch die Medien vermittelten ‚Realität‘ etwas ‚Objektives‘, was unabänderlich existierte oder existiert, definierbar ist: Wenn

¹⁴⁷ Dieser Fahrer hatte zugegeben, wegen einer Verletzung früher im Jahr ein kortisonhaltiges Präparat verabreicht bekommen zu haben. Die Dopingkontrollen bei der Tour fielen zwar negativ aus, doch der Fahrer wurde dennoch ausgeschlossen und später sogar mit einer Sperre belegt. (Vgl. dazu diverse Meldungen von WWW.RADSPORT-NEWS.COM)

¹⁴⁸ SCHMIDT (1996, 56).

¹⁴⁹ EBD, 57.

nun genügend Menschen dieses ‚Objektive‘ übereinstimmend zu erkennen glauben, dann ist das für uns die ‚objektive Realität‘, auch wenn es, so betrachtet, erst durch den Konsens dazu gemacht wird. Diese ‚naive‘ ‚objektive Realität‘ ist der ‚naive‘ Gradmesser für die Qualität der Medien, doch ob sie dazu taugt, ist die schwierige Frage, der wir nun nachgehen werden.

„Die Leute werden mit Tatsachen aufgehetzt, die nicht der Wahrheit entsprechen“¹⁵⁰ – Zwei ‚klassische‘ Fragen zur Konstruktion der ‚Medienrealität‘:

Frage Nummer eins: Inwieweit ist es für *jeden* Menschen (also auch für Journalisten) überhaupt möglich, diese ‚objektive Realität‘ zu durchdringen, als solche zu erkennen?

Frage Nummer zwei: Wenn alle Menschen eine ‚objektive Realität‘ erkennen können, schaffen es dann die Medien, die ‚objektive Realität‘ abzubilden oder schaffen sie eine eigene ‚Medienrealität‘?

Die Beantwortung dieser Fragen kann hier nicht einfach mit ‚ja‘ oder ‚nein‘ geliefert werden. Zunächst einmal müssen wir festhalten, dass die Medien bzw. Massenmedien ein System sind, welches eine Wirklichkeit erzeugt, indem es Medienangebote präsentiert, die wiederum von Mediennutzern, also uns allen, rezipiert werden.¹⁵¹ Je nach Ausrichtung des Mediums variiert dabei die Referenz an die ‚objektive Realität‘ „auf einer breiten Skala zwischen den Polen ‚Bilder der Wirklichkeit‘ und ‚Wirklichkeit der Bilder“.“¹⁵² Also ist es mit der Darstellung der ‚objektiven Realität‘ offenbar nicht immer weit her. ‚Medienrealität‘ und ‚objektive Realität‘ sind nicht kongruent, deckungsgleich. Diese Schlussfolgerung drängt sich jedem früher oder später auf.

Wie funktioniert die Konstruktion der ‚Medienrealität‘?

Dies ist eine zentrale Frage dieses Essays. Einen Teil der Antwort haben wir bereits ermittelt, weitere Betrachtungen folgen nun: Für Niklas Luhmann sind die Massenmedien „ein reflexiver Mechanismus, der dem Bewusstsein von Systemidentität dient.“¹⁵³ Dadurch sind die Medien integrierender und integrativer Bestandteil unserer Gesellschaft.¹⁵⁴ Der Hintergrund dazu ist die immer größere werdende Komplexität bzw. Ausdifferenzierung unserer Gesellschaft, die auf Massenmedien zurückgreifen muss, um den lebensnotwendigen Informationsaustausch zu gewährleisten. Indem unsere Gesellschaft aber auf *Massenmedien* zurückgreift und dadurch extrem viele Menschen gleichzeitig erreicht, organisiert sie letztlich ihre Selbstbetrachtung durch die Medien¹⁵⁵, egal ob das Gebotene ein Konsens der ‚objektiven Realität‘ ist oder nicht! Was die Medien uns bieten, das nehmen wir allzu gern als Konsens entgegen. Genau das ist aber laut Luhmann ein Fehler, denn die Medien erzeugen zwar eine Realität (die Realität oder Wirklichkeit der Medien eben), aber diese Realität ist nicht konsenspflichtig.¹⁵⁶ Die Vorgänge rund um die Medien in unserer Gesellschaft

¹⁵⁰ Fußballer TONI POLSTER, zitiert nach: WELT AM SONNTAG vom 30. Januar 2000.

¹⁵¹ EBD, 63.

¹⁵² EBD.

¹⁵³ Zitiert nach BRAUN (1990, 16).

¹⁵⁴ Vgl. EBD.

¹⁵⁵ Vgl. LUHMANN, NIKLAS (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 173.

¹⁵⁶ Vgl. EBD, 164.

geben Luhmann durchaus recht, doch stellt sich die Frage, ob nicht die meisten Mediennutzer allein dadurch, dass sie die Wirklichkeit der Medien als Konsens betrachten, sie auch objektiv zum Konsens machen. Wer sich diesem Konsens entzieht, ist ein Außenseiter, der schlimmstenfalls als nicht mehr kommunikationsfähig an den unteren Rand, bestenfalls als elitärer Querdenker an den oberen Rand der geistigen Gesellschaft gedrängt wird. Unter anderem deshalb sind Sportler wie Damon Hill oder Dennis Rodman so interessant: Obwohl Hauptdarsteller in den Massenmedien, schaffen sie es, einem *absoluten* Konsens schon von sich aus zu entgehen. Jeder Mediennutzer, der sie kennt, hat seine Meinung über sie, bloß herrscht über diese Meinung kein Konsens. Sie sind zwar Idole aber nicht für jeden. In diesem Punkt geben sie Luhmanns Konsensvorstellungen auf eine Weise Recht, die dieser sich wahrscheinlich nicht mal erträumt hatte.

Möglich wird dies dadurch, dass hier Menschen direkt vor die Medien treten und sich darstellen. Die Medien, das dürfen wir nicht vergessen, ermöglichen uns nur Beobachtungen zweiter Ordnung. Die Beobachtung erster Ordnung ist allenfalls einigen Journalisten vergönnt. Wir hingegen nehmen zwar etwas mit unseren Sinnen auf, aber das Aufgenommene ist durch die Medien gefiltert. Selbst Live-Aufnahmen lassen sich durch Kommentar und Kamereinstellung tendenziös darstellen. Wenn aber eine Person zum Interview vor die Kamera oder den Reporter tritt, dann wird eine größtmögliche Durchlässigkeit des Filters erreicht, sofern das Interview vollständig präsentiert wird. Natürlich können sich in diesem Augenblick die Sportler wiederum selbst inszenieren. Muhammad Ali, der damals noch Cassius Clay hieß, war der erste, der die globale Selbstinszenierung virtuos beherrschte. Seine unablässig verbreitete Botschaft war: „Ich bin der Größte!“¹⁵⁷ Dennis Rodman präziserte die Botschaft auf seine Bedürfnisse: ‚Ich bin der größte Anarchist‘ suggerieren seine Bücher und Medienauftritte. Doch Selbstinszenierung hin oder her, im Augenblick des vollständig gesendeten Interviews können die Medien von sich aus wenig manipulieren.

Leider sind solche Momente in den Medien eher selten, so dass wir, provokant gesagt, mit einem großen Anteil an Desinformation leben müssen.¹⁵⁸ Freilich wird diese Desinformation noch durch andere Faktoren begünstigt, denn Journalisten sind vielen Zwängen unterworfen. Sie müssen rigoros selektieren, es werden Ihnen Informationen vorenthalten, sie werden von den Verlegern und Lobbyisten unter Druck gesetzt, sie müssen sich dem Gebot von (Sende-)Zeit und Raum beugen.¹⁵⁹ Bereits Tucholsky glaubte zu wissen: „Was in der Zeitung steht, ist nicht so wichtig wie das, was nicht drin steht.“¹⁶⁰

Die Medien haben überdies noch eine weitere, meist unangenehme Art, ‚Realität‘ zu erzeugen. Aufgrund der Beobachtungen erster Ordnung verpassen die Journalisten den Beobachteten, also z.B. den Sportlern, gern ihr eigenes Image. Teilweise völlig willkürlich, teilweise aber auch aus dem direkten Kontakt mit den jeweiligen Personen ableitend. Manchmal leiten die Journalisten dieses Image sogar aus den Beobachtungen zweiter Ordnung ab, nämlich wenn sie einander zitieren, voneinander ‚abkupfern‘. Das veranschaulicht die Grat-

¹⁵⁷ DER SPIEGEL Nr. 35/1996.

¹⁵⁸ Vgl. dazu v. BREDOW (1996, 176) in EBD. (ed).

¹⁵⁹ Vgl. dazu SCHNEIDER, WOLF (1984): *Unsere tägliche Desinformation. Wie die Massenmedien uns in die Irre führen*. Hamburg, Stern-Buch im Verlag Gruner+Jahr, besonders 81ff. u. 177ff.

¹⁶⁰ EBD., 189.

wanderung der Medienstars, die aus einem sehr direkten Medienkontakt resultiert, und zugleich die Kehrseite ihrer Macht. Wer da noch jeweils wen im Griff hat, das ist die Frage.

Alle diese bisher gewonnen Erkenntnisse resultieren aus einem Zwang der Medien heraus: Die Medien sind zumeist wirtschaftliche Unternehmen, die profitabel arbeiten müssen. Dazu brauchen sie Konsumenten, also Rezipienten: Zuschauer, Zuhörer, Leser.

Der Fetisch ‚Authentizität‘ und seine Grenzen

Eine typische Strategie der Medien zur Rezipientengewinnung ist es, größtmögliche ‚Authentizität‘ zu suggerieren, damit die Medienrezipienten, also wir alle, ihre Wahrnehmung zweiter Ordnung nicht mehr als solche erkennen. Hier greift besonders das Moment der Körperlichkeit. Seit dem Übergang vom 19. ins 20. Jahrhundert wurde es als ein Problem angesehen, wenn Körpererfahrungen zugunsten intellektueller Erfahrungen ausgeblendet wurden.¹⁶¹ Der Mensch wird heute in seiner Beschaffenheit als ganzheitlich betrachtet, also ist ‚Authentizität‘ für ihn die Garantie dieser Ganzheitlichkeit. Das Lesen eines Buchs, der Zeitung oder der Kinobesuch und auch das Fernsehen sparen aber die Körperlichkeit, die „*kinästhetische Körper Selbsterfahrung*“¹⁶², weitgehend aus. Sie reduzieren sie auf ein Maß, welches ungleich unter dem der Selbsterfahrung dessen, was uns im Medium dargeboten wird, liegt. Gehen wir davon aus, dass ein Medium umso reizvoller für uns Menschen wird, als es alle Sinne und die körperliche Erfahrung mit einschließt, so müssen die Massenmedien diesen menschlichen Bedürfnissen möglichst nahekommen. Sie müssen auch im körperlichen Sinn ‚authentisch‘ sein, die Rezipienten müssen das Körperliche der medial präsentierten Aktionen nachempfinden können. Je direkter das Körperliche präsentiert wird, desto ‚authentischer‘ sind die Medien. Um es mit Bandura zu sagen: die stellvertretende Erfahrung muss erzeugt werden.

Hier hat gerade die Sportberichterstattung gute Karten: Sport *ist* Körperlichkeit, und wird er im Fernsehen live und mit spektakulärer Kameraführung präsentiert, steht einer gewissen körperlichen Nachempfindung durch den Zuschauer fast nichts mehr im Wege. Das Kino ist eine Welt für sich, die die Zuschauer durch die Größe der Leinwand und die gleichzeitig abgeschlossenen Räumlichkeiten fesselt, gute Bücher faszinieren durch eine plastische Schreibweise des Autors, das Fernsehen versucht, eine spezifische ‚Authentizität‘ durch lebensnahe Protagonisten zu schaffen, aber der Sport durchdringt alle diese Medien, weil er à priori körperlich ist. Als live arrangierter ‚Frontalangriff‘ auf Sinne und Körperlichkeitsgefühl ist er allenfalls durch interaktive Videospiele zu übertreffen. Er ist das große Ereignis im kleinen Zimmer. Als Zuschauer erleben wir zeitgleich und in Nahaufnahme, wie sich die Radrennfahrer die Alpen und Pyrenäen hinaufquälen, die Leichtathletik-Champions um Rekorde laufen oder die Formel 1-Piloten in irrwitzigem Tempo über den Parcours jagen. Das weckt Emotionen, reizt zum Medienkonsum und, sofern möglich, zur direkten Nachahmung. Die wohl radikalste Interpretation liefert übrigens McLuhan: Für ihn fungieren die Medien nicht nur als Stimulatoren, sondern als

¹⁶¹ Vgl. ELSNER (et al.) (1994) in: MERTEN, KLAUS (et al.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen, 176.

¹⁶² EBD., 175.

direkte Ausweitung unserer Sinnesorgane.¹⁶³ Wir lesen und schauen, also sind wir!

Bjarne Riis – „Monsieur 60%“?

Hier zeigen sich aber auch geradezu brutal die Grenzen der Massenmedien und ihrer Realität. Spätestens wenn wir selbst auf unser Rad springen, merken wir, dass wir Welten von der Leistung der Radprofis entfernt sind. Rebounden wie Rodman können wir auch nicht. Gar kläglich mutet unser Schuss an im Vergleich zu ‚Granaten‘ eines Oliver Bierhoff. Schließlich wird auch der 400 Meter-Sprint zum Bäcker um die Ecke einer Grit Breuer nicht annähernd gerecht. Nur in Sachen Motorsport haben die Deutschen mit ihren Autobahnen durchaus die Chance, mit dem Formel 1-Tempo zu konkurrieren – jedenfalls bis zur nächsten Kurve... Nein, ernsthaft, wir könnten es den Sportprofis selbst bei härtestem Training wahrscheinlich nicht gleichtun, wir leben bestenfalls in dieser Illusion. Nehmen wir das Jahr 1996, als der Telekom-Fahrer Bjarne Riis durch seinen legendären Ritt hinauf nach Sestrieres sich das gelbe Trikot sicherte und als erster Däne die Tour de France gewann: Wie in Trance stampfte er mit riesiger Übersetzung den Berg hinauf, die Augen quollen ihm aus dem Kopf, man hörte ihn förmlich rasselnd aus dem Fernseher in unser Wohnzimmer atmen, und sein Schweiß drohte auf unseren Teppich zu tropfen. Für die Reporter im Fernsehen wie in der Presse war klar: Hier machte jemand vor, was unser menschlicher Körper zu leisten vermag, und die Medien waren dabei: live, nah, unmittelbar. Dass Riis zur gleichen Zeit in Anspielung auf massiven EPO-Missbrauch im Peloton nur „Monsieur 60%“¹⁶⁴ genannt wurde, erfuhren wir erst drei Jahre später durch das Enthüllungsbuch des Pflegers Willy Voet. Das haben uns die Medien bei der Live-Übertragung nicht vermittelt, wahrscheinlich wussten es die Journalisten selbst nicht – ebenso wenig wie während all der anderen Jahre, in denen positiv getestete Sportler als Einzelfälle dargestellt wurden? Das lässt auch alle suggerierte und transportierte Körperlichkeit in einem neuen Licht erscheinen, in einem Licht, mit dem wir uns nicht mehr identifizieren können. Wir sehen alles und wissen doch nichts. ‚Objektive Realität‘ und ‚Medienrealität‘ – so nah beieinander und doch so fern. Das ist für uns die Wahrnehmung zweiter Ordnung par excellence.¹⁶⁵ Eines können wir allerdings zur Entschuldigung der Medien anbringen: Hätten wir Riis an der Strecke selbst beobachtet, wir hätten auf Anhub auch nicht ausmachen können, ob er EPO ‚getankt‘ hatte oder nicht. Da hätten wir ihn schon am Gipfel in der Umkleidekabine abfangen müssen, um seinen Körper nach Einstichen zu untersuchen und eine Blutprobe zu entnehmen. Zumindest was die Funktion der Kamera als Ersatz für das menschliche Auge betrifft, haben die Medien hier nicht versagt.

Roone P. Arledge – Pionier der ‚authentischen‘ Sportübertragung...

Auch die Amerikaner können das Problem nicht lösen, obwohl sie mit Roone P. Arledge über die Ikone der hautnahen Sportberichterstattung verfügen: Er re-

¹⁶³ Vgl. WINTERHOFF-SPURK (1989): *Fernsehen und Weltwissen: der Einfluss von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata*. Opladen, 33.

¹⁶⁴ Vgl. VOET (1999): *Massacre à la chaîne. Révélations sur 309 ans de tricheries*. Calmann-Lévy, 165.

¹⁶⁵ Vgl. zu diesen Ausführungen auch ELSNER (et al.) (1994) in MERTEN (et al.) (1994, 174-186).

volutionierte als ABC-Sportchef die Sportberichterstattung, indem er alle technische Neuerungen, die heute zum Standard gehören entweder einführte oder sogar selbst erfand.¹⁶⁶ Arledge inszenierte den Sport. „Er verwendete Kräne, Zeppeline, Hubschrauber für neue Blickwinkel, benutzte Schulterkameras für wirkliche Nahaufnahmen von Cheerleadern, exzentrischen Zuschauern und nervösen Trainern, extrem wirksame Fernmikrophone, um die Trainer auf der Bank zu belauschen oder das Knacken der Knochen der Spieler einzufangen. Replays, Zeitlupen und eingeblendete Computergrafiken verwandelten den realen Sport auf dem Feld in einen super realen auf dem Bildschirm. Mit Monday Night Football gelang es ihm, ein wöchentliches Drama zu zelebrieren, bei dem er zwar auch gute Moderatoren auswählte, aber die visuelle Dramatisierung des Ereignisses im Vordergrund stand. Schließlich wurde das Spiel mit 13 Kameras übertragen und durch eingeblendete Graphiken auch für solche Amerikaner verständlich gemacht, die sonst keine Football-Experten waren.“¹⁶⁷ Dennoch: Potentiell gedopte Athleten oder Vorgänge im Umfeld der Ereignisse konnten auch Arledges Methoden nicht aufdecken – so nah war er am Geschehen und doch auch so fern.

...dessen Methoden auch an Grenzen stoßen

Die spanische Radlegende Miguel Indurain brachte es für den Radsport in seiner typisch lakonischen Art auf den Punkt: „Wir Rennfahrer sehen im Feld Dinge, die man im Fernsehen nicht sieht.“¹⁶⁸ Auch die früh verstorbene, unvergessene ‚Wunderläuferin‘ Florence Griffith-Joyner wusste um die Grenzen der Medien und trieb ihre ‚Spielchen‘ mit uns: Sie rief die Tränen bei der Siegerehrung künstlich hervor, indem sie ihre Fingerkuppen mit Glycerin bestrich.¹⁶⁹ „Als der Chor in der Schlußzeile das Land der Freien und die Heimat der Tapferen preist, schlägt sie die Hände vors Gesicht. Sie schlägt immer an dieser Stelle die Hände vors Gesicht und gibt es erst wieder frei, wenn der Jubel sie umtost und ihre Tränen fließen.“¹⁷⁰ So dicht die Kameras auch herangingen, die Inszenierung blieb perfekt, bis Griffith-Joyner sie schließlich selbst enthüllte.¹⁷¹

Für das geschilderte Phänomen gibt es noch andere Beispiele ‚verzerrender Medienrealität‘: Der Radrennfahrer, der bei der Flandernrundfahrt, wie einige seiner Kollegen, eine Abkürzung nahm und prompt Zweiter wurde,¹⁷² Rodmans für die Kamera fast unsichtbar herbeigefoulte Rebounds, berühmte ‚Schwalben‘ im Fussball oder überschnelle Formel 1 Boliden, deren Fahrwerks-, Boden- oder sogar Treibstofftuning erst später aufgedeckt wurde.¹⁷³

¹⁶⁶ Vgl. KRÜGER, ARND (1993, 45).

¹⁶⁷ EBD. unter Berufung auf zahlreiche andere Quellen. Vgl. zu den Inszenierungstechniken auch VOMSTEIN, ARTUR (1988): *Massenmedien und Spitzensport: theoret. Konkretisierung und angew. empir. Analyse von Wirkungen d. Mediensportrealität auf d. Spitzensport in d. Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt/M., Peter Lang, 56ff.

¹⁶⁸ TOUR Nr.8/1996.

¹⁶⁹ Vgl. SCHÜMANN, HELMUT (1998): *Ein früher Tod und ein alter Verdacht: Die außergewöhnliche Karriere von Florence Griffith-Joyner legt den Schluß nahe, daß sie an den Folgen von Doping-Mitteln verstarb*. In: BERLINER ZEITUNG vom 23.09.1998.

¹⁷⁰ EBD.

¹⁷¹ EBD.

¹⁷² Vgl. VOET (1999, 95f.).

¹⁷³ Vgl. DER SPIEGEL Nr.14/1995.

Willy Voet – Gedankenspiele zur ‚klassischen‘ Konstruktion der ‚Medienrealität‘

Bereits diese wenigen Beispiele zeigen, dass die Konstruktion der ‚Medienrealität‘ ein kompliziertes Unterfangen ist. Wir müssen mindestens drei Faktoren in Betracht ziehen, um die ‚Medienrealität‘ nach klassischem Muster zu verifizieren: *Ereignis bzw. Objekt, Kontext* und *Interpretation*.¹⁷⁴ Nach dem Doping-Skandal bei der Tour de France 1998 wurden viele Aussagen und Aufnahmen in einem anderen Licht gesehen als vorher. Das gleiche Ereignis wurde in einem anderen Kontext völlig anders interpretiert. Ein einziger Pfleger, der mit Dopingsubstanzen erwischt wurde, nämlich jener Willy Voet, stellte die Radsportberichterstattung, im Grunde die gesamte Sportberichterstattung auf den Kopf. Schnell war das Gebäude eingestürzt: Ein einzelner Mensch, ein einziges Ereignis enlarvte die bisherige Berichterstattung als – gewollte oder ungewollte – Definition durch die Medien selbst. Sie definierten schlichtweg das, was sie als Realität anboten. Die Medien klammerten bestimmte Gegebenheiten aus und konstruierten sich aus dem Rest ihre ‚Medienrealität‘. Zumindest in dem Sinne, dass die Reporter und Kommentatoren uns einen weitgehend sauberen Sport suggerierten. Bleibt nur die Frage, inwieweit die Journalisten diese ‚Medienrealität‘ bewusst oder aus eigener Desinformation heraus produzierten. Wenn Sie z.B. die Meldung positiver Dopingproben bei unwichtigen Rennen mangels Aufsehenspotential unterlassen oder gar bei großen Veranstaltungen bewusst journalistische Geheimhaltung betrieben hätten,¹⁷⁵ dann hätten sie willentlich einen entscheidenden Einfluss genommen. Wenn nicht, weil sie nichts zu vermelden wussten, so wären sie einer als ‚objektiven Realität‘ getarnten Scheinrealität aufgesessen, wären selbst Opfer geworden.

Allerdings lassen sich die Verhältnisse auch anders interpretieren. Immerhin hatte es Dopingfälle auch früher im Radsport gegeben, die in der Tat tagesaktuell vermeldet wurden, eben nur nicht in großer Aufmachung. Dem aufmerksamen Mediennutzer entgingen sie nicht, ebenso wenig wie die Meldungen über Dopingfälle in anderen Sportarten. So gesehen haben die Medien also die Realität nur verzerrt, und die *Verzerrung* einer ‚objektiven Realität‘ ist streng genommen etwas anderes als die *Definition* einer ‚objektiven Realität‘ oder gar die Schaffung einer total fiktiven ‚Medienrealität‘.

Als dritte Variante steht die objektive Wiedergabe der ‚objektiven Realität‘ zur Verfügung. Sie allerdings dürfte die am seltensten eintretende Variante der ‚Medienrealität‘ sein, wenn sie überhaupt möglich ist. Dies muss bezweifelt werden, was in den Sachzwängen der Medien und den daraus resultierenden Komplexitätsreduktionen selbst begründet und weniger die Intention der Journalisten sein dürfte.

Müßiger Streit? – Konstruktivisten vs. Realisten

Halten wir also fest: Wir Menschen können auch durch Beobachtungen erster Ordnung nicht immer die ‚objektive Realität‘ erkennen oder aber aus unseren Erkenntnissen einen Konsens bilden. Daraus und aus den Sachzwängen der Medien resultiert, dass auch die Medien bis auf den heutigen Tag diese ‚objek-

¹⁷⁴ Vgl. KRÄMER, REINHOLD (1986): *Massenmedien und Wirklichkeit: Zur Soziologie publizistischer Produkte*. Bochum, Studienverlag Dr. Brockmeyer, 67.

¹⁷⁵ Von diesen Tendenzen sprechen z.B. VOMSTEIN (1988, 114) und HOBERMAN in: *DER SPIEGEL* Nr.28/1996, 169f.

tive Realität‘ nicht immer, vielleicht gar nur in winzigen Ausschnitten erfassen können. Die Medien konstruieren sich und uns eine ‚Medienrealität‘, indem sie entweder die ‚objektive Realität‘ verzerrt abbilden oder sie durch willkürliche Auswahl dessen, was gemeldet wird, willkürlich definieren. Bis vor ca. 15 Jahren war das der Wissenschaft letzter Schluss. Die Frage, worin denn nun wirklich der Unterschied zwischen Verzerrung und Definition besteht, war allenfalls der sprichwörtliche ‚Streit um des Kaisers Bart‘. Übrigens gehen die Medien in der Konstruktion ihrer ‚Medienrealität‘ nicht unbedingt böswillig im Sinne einer mutwilligen Desinformation von uns Mediennutzern vor, sie sind viel eher Gefangene ihrer eigenen Beschaffenheit. Den Streit zwischen *Konstruktivisten* (‚Objektivität ist nicht möglich‘) und *Realisten* (‚Objektivität ist sehr wohl möglich‘) wollen wir hier nicht ausdiskutieren, sondern vielmehr davon ausgehen, dass beide Ansichten theoretisch koexistieren *können*, je nachdem, wie man Objektivität definiert. Allerdings ist bei dem derzeitigen Stand der Medienforschung davon auszugehen, dass die *Konstruktivisten* in der deutlichen Mehrzahl der Fälle Recht behalten. Das aber heißt nicht, dass die konstruierte Realität nicht konsensfähig sei! Selbst wenn kein Mensch in der Lage wäre, im Leben eine ‚objektive Realität‘ zu erkennen, weil wir alle in unseren eigenen Realitäten lebten, so gäbe es doch immer den bereits erwähnten Konsensbereich in unserer Erkenntnis. Wie sonst wäre Massenkommunikation über die Medien möglich? Wie sonst könnte jede Fußball-WM zum Straßenfeger werden? Inwieweit der Konsens in unserer durch die Medien vermittelten Erkenntnis der ‚objektiven Realität‘ nahekommt, ist keinesfalls pauschal beantwortbar.

Der ‚Medienrealität‘ auf der Spur mit Gaye Tuchman und Walter Lippmann

Unter nordamerikanischen wie unter europäischen Journalisten gibt es die Tendenz, die eigene Berufsrolle von vornherein nicht mehr als die des objektiven Vermittlers zu verstehen.¹⁷⁶ Das hat Kommunikationswissenschaftler dazu veranlasst, die journalistische Objektivität nicht in dem Bereich der Wahrheitssuche zu verankern, sondern sie vielmehr als eine „professionelle Methode“ zu verstehen.¹⁷⁷ Das aber heißt nichts anderes, als dass journalistische Objektivität „Routine“¹⁷⁸ und „strategisches Ritual“¹⁷⁹ ist, welches Medien und Journalisten Sicherheit und Arbeitsfähigkeit garantiert, genau wie dies in anderen Berufen der Fall ist. Zu dieser Erkenntnis gelangt jedenfalls die amerikanische Soziologin Gaye Tuchman, für die Objektivität nur die ständige Wiederholung von bestimmten strategischen Prozeduren ist.¹⁸⁰ Demnach geht es in erster Linie gar nicht um Wahrheitsfindung, sondern um bestimmte professionelle und institutionelle Verfahrensweisen, die sich an „Formalien, Organisationsstrukturen und ‚gesundem Menschenverstand‘ orientieren“.¹⁸¹ Was dabei herauskommt, ist alles andere als Objektivität bzw. die objektive Darstellung der ‚objektiven Realität‘, sondern z.B. eine Einladung zur selektiven Wahrnehmung und der

¹⁷⁶ Vgl. WEISCHENBERG, SIEGRIFIED (1997): *Neues vom Tage*. Hamburg, 27.

¹⁷⁷ WEISCHENBERG (1997, 27).

¹⁷⁸ EBD, 28.

¹⁷⁹ EBD.

¹⁸⁰ Diese Informationen stammen aus WEISCHENBERG (1997, 28), der sich höchstwahrscheinlich bezieht auf: TUCHMAN, GAYE (1978): *Making News*. New York, Free Press.

¹⁸¹ EBD.

Irrglaube an die Aussagekraft von Fakten.¹⁸² Tuchman liefert also starke Argumente für die *Konstruktivisten*.

Doch sie ist nicht die Erste, die sich in dieser Weise zur Konstruktion der ‚Medienrealität‘ äußert. Walter Lippmann¹⁸³, der berühmte amerikanische Publizist, betrachtet die ‚objektive Realität‘ als viel zu komplex für eine getreue Darstellung in den Medien. Für ihn wenden die Medien Kategorien oder Schemata (Lippmann nennt sie *Stereotypen*) an, anhand derer sie die ‚Medienrealität‘ konstruieren. So sind nach seiner Auffassung Nachricht und Wahrheit streng zu unterscheiden.¹⁸⁴ Diese Aussage haben die Medien immer wieder eindrucksvoll reflektiert. Offenbar handelt es sich um ein zeitlos-allgemeingültiges Prinzip: Seit Lippmanns revolutionärem Buch *Public Opinion*, in welchem er bereits 1922 erstmals ein wissenschaftliches Konzept der Realitätskonstruktion vorlegte, hat sich nichts geändert. Wenn die ‚objektive Realität‘ zur ‚Medienrealität‘ transformiert wird, dann ist die ‚Medienrealität‘ jeweils nur die *interpretierte* ‚objektive Realität‘. Das Beunruhigende daran ist, dass es in diesem Ozean der ‚Medienrealität‘ fast unmöglich ist, den Grad der Objektivität und Nähe an der ‚objektiven Realität‘ einer Nachricht zu ermitteln.

‚Medienrealität‘ total – Kein direkter Referent in der ‚objektiven Realität‘?

Folgt man Tuchmanns und Lippmanns Konzepte, lässt sich auch die konsequenteste Erzeugung einer völlig eigenständigen ‚Medienrealität‘ im Sinne des realistischen Konstruktivismus¹⁸⁵ beschreiben. Diese ‚Medienrealität‘ ist konstruiert aus realistischen Bedingungen, wobei die Personen oder Gegenstände zwar existieren mögen, jedoch in völlig anderen Rollen und mit völlig anderen Eigenschaften. Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass bestimmte Talkshows stark in diese Richtung tendieren, indem sie etwas bewusst als ‚objektive Realität‘ präsentieren, was genau in diesem Augenblick erst als ausschließlich ‚Medienrealität‘ erzeugt wird. Auch die völlig willkürliche Etikettierung eines Sportlers mit einem gewissen Image gehört in diesen Bereich,¹⁸⁵ Ebenso willkürlich und wissentlich herbeigeführt, zählt auch das klassische Entenmachen, die bewusste Erzeugung einer Falschmeldung, dazu. Ein typisches Beispiel hierfür war z.B. die Meldung, dass die Niederkunft von Boris Beckers Ehefrau Barbara live gefilmt werden soll, wobei auf Kittel und Mundschutz der Ärzte eine Werbefläche für das Schwangerschaftstestprodukt ‚B-Test‘ bereitgestellt sei...¹⁸⁶ Ebenso dazu gehört die Kolportierung angeblicher Vereins- bzw. Teamwechsel bestimmter Sportler oder Vertragsunterzeichnungen, die frei erfunden sind.

Doch auch auf anderer Ebene werden Realitäten ausschließlich als ‚Medienrealität‘ geschaffen. So ist es längst möglich, die Bannerwerbung bei sportlichen Großveranstaltungen so zu manipulieren, dass jedes Land oder sogar jeder Fernsehsender seine eigene Bannerwerbung erhält bzw. einblenden kann.

¹⁸² Vgl. EBD.

¹⁸³ LIPPMANN, WALTER (1990 (Reprint)): *Die öffentliche Meinung*. Bochum, Brockmeyer.

¹⁸⁴ Vgl. zu LIPPMANN u.a. SCHULZ, W. (1997) in: NOELLE-NEUMANN (1997): *Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt/M., Fischer, 336.

¹⁸⁵ Vgl. zu den hier referierten Ansichten auch KRÄMER (1986, 66ff.). KRÄMER führt die Darstellung der Medienrealitäten noch weiter aus, indem er auch die Möglichkeit einer völlig eigenständigen Medienrealität im Sinne des realistischen Konstruktivismus¹⁸⁵ aufzählt.

¹⁸⁶ Vgl. MAYER, HORST FRIEDRICH (1998): *Die Entenmacher. Wenn Medien in die Falle tappen*. Deuticke, 235.

Als die Medien zur Rad-WM 1995 in Kolumbien dies ankündigten, empörten sich noch die Zuschauer. Dagegen regt sich niemand mehr darüber auf, dass bei der Übertragung amerikanischer Footballspiele die imaginäre 10-yards-Linie (deren Position sich mit jeder Spielsituation ändert) als gelbe Linie eingeblendet wird. Sie wird perfekt computeranimiert, so dass die Zuschauer sie nur bei genauem Hinsehen als bloße ‚Medienrealität‘ erkennen. Die ARD blendete bei Fußball-EM 2000 virtuelle Linien und Kreise ein, um die Distanzen auf dem Spielfeld in besonderen Situationen wie z.B. Freistößen zu verdeutlichen.

Folgt man dem Modell der eigenständigen Medienrealität, die aus realistischen Bedingungen oder Bedingungen aus der ‚objektiven Realität‘, also mit direkten Referenten in der ‚objektiven Realität‘, konstruiert wird, gelangt man von der ‚klassischen‘ geradewegs zur ‚modernen‘ Beschreibung der ‚Medienrealität‘. Doch dazu später mehr.

‚Pop-Ästhetik‘ und inszenierter Spitzensport: die „Mensch•Maschine“¹⁸⁷

Ralf Hütter und Florian Schneider, Gründungsmitglieder des legendären Musik-Kunst-Projekts Kraftwerk, waren fasziniert von den Menschen und ihrer Beziehung zur Technik. Sie spielten mit den Grenzen einer ‚objektiven‘ und ‚virtuellen Realität‘, die durchaus Muster der hier diskutierten ‚Medienrealität‘ trug. So proklamierten sie bereits 1978 die „Mensch•Maschine“ und übertrugen dieses Konzept später auf Sport und Sportler: Mit „Tour de France“ komponierten sie die inoffizielle Hymne der Tour, die heute der ARD als akkustische Untermalung der Tour-Berichterstattung dient. Die Ur-Version des Musikvideos zeigte die Band, wie sie im typischen schwarzen Outfit in perfekter Viererformation roboterhaft daher radelte – 1983 moralisch unvorbelastetes Symbol für die Sportler als ‚Menschmaschinen‘. Doch die so in der ‚Pop-Kunst‘ als ästhetisches Konzept berühmt gewordene „Mensch•Machine“ verursachte in der ‚objektiven Realität‘ der Tour de France exakt 15 Jahre später den größten Skandal in der Geschichte des Sports!¹⁸⁸

Boris Becker – Philosoph der ‚Medienrealität‘?

Auch Tennisstars machen sich ihre Gedanken über die ‚Medienrealität‘. So soll Boris Becker einmal in einem Interview mit Zeitschrift Sports folgendes gesagt haben: „Da denke ich manchmal, wenn schon so viele Lügen im Sport verbreitet werden, wie ist es dann erst in der Politikberichterstattung? In der Politik, die ja viel bedeutender ist als der Sport, der ja nur Nebensache ist. Da kann ich dann gar nichts mehr glauben, weder den Zeitungen noch der Tagesschau oder den Tagesthemen noch der Heute-Sendung. Dann stimmt ja nichts mehr, und Millionen Menschen bauen ihre Meinung auf Lügen auf und treffen ihre Entscheidungen aufgrund von Unwahrheiten. (...) Doch wo ist die Wahrheit? (...) Die Medien – Zeitungen und Fernsehen – gehen über Leichen, damit sie ihre Story kriegen und damit die Show weitergeht: Die Menschen, die dabei auf der Strecke bleiben, sind ihnen doch scheißegal. Und das gilt für die BILD-Zeitung, die direkter, brutaler und krasser ist als die anderen; das gilt aber im Grunde

¹⁸⁷ Ursprünglich geht das Konzept der Menschmaschine wohl auf den französischen Aufklärer JULIEN LA METTRIE zurück, der mit seinem Buch *L’homme-machine* (1747/48) seinerzeit für Aufsehen sorgte.

¹⁸⁸ Zu KRAFTWERK vgl. BARR, TIM (1998): *Kraftwerk. From Düsseldorf to the Future (with Love)*. London, Ebury Press.

auch für die FAZ und die taz, die Frankfurter Rundschau und die Süddeutsche – sie machen das nur ein bisschen intelligenter“¹⁸⁹ Für alle, die wissen, wie Becker sich früher ausdrückte, wirken diese Aussagen erst recht glaubhaft. In der Tat reflektieren sie die Folgen der gnadenlosen Schaffung von ‚Medienrealität‘ in zwar leicht diffuser, aber im Kern zutreffender Weise. Was im Sportjournalismus zu beobachten ist, findet sich in den anderen Ressorts wieder. Dabei ist es völlig gleichgültig, welches Medium wir betrachten, sei es eine Boulevardzeitung oder eine ‚seriöse‘ Zeitung, sei es THE WASHINGTON POST oder THE SUN. Freilich möchten wir dabei gewissen Medien durchaus mehr Willen zur Realitätsfindung zubilligen als anderen.

Kurzum: Die Möglichkeit, ja der Zwang, eine völlig eigenständige ‚Medienrealität‘ zu kreieren, und die Umsetzung ist systemimmanent und zieht sich durch alle Medien. Die Möglichkeit, die ‚objektive Realität‘ ungefiltert zu übertragen, eine vermeintlich wichtige Aufgabe der Medien, scheint kaum gegeben.

Von der ‚klassischen‘ Diskussion in die ‚moderne‘ – oder: Bilden Medien überhaupt ab?

Wir sind nun endgültig in der ‚Moderne‘ gelangt: Die ‚moderne‘ Medienforschung macht sich gar nicht mehr die Mühe, die Gedankengänge dieses Essays nachzuvollziehen. Fast alles bisher Gesagte dürfte sie als überholt ad acta legen. Für sie ist klar, dass die Medien weder abbilden, noch widerspiegeln, sondern schlicht eine ‚Medienrealität‘ ins Leben rufen, die nicht mehr ins Verhältnis mit einer ‚objektiven Realität‘ gesetzt werden kann. „Das Fernsehen verändert Ereignisse, Veranstaltungen allein durch Anwesenheit. Die Menschen verhalten sich anders, Referenten geben sich anders, Gäste machen ihre Präsenz von der Anwesenheit des Mediums Fernsehen abhängig. Nicht nur Sponsoren, auch Politiker, in Einzelfällen auch Wissenschaftler. Es wird also ein Sportereignis inszeniert und das Medium Fernsehen ist das größte Inszenierungsmedium, wenn wir dagegen an Zeitungen, Zeitschriften und den Hörfunk denken. Es geht nicht darum, etwas abzubilden und ein Original zu transportieren, sondern es geht darum, dass die Kopie, die Fernsehkopie meist besser ist als das Original. (...). Einige Menschen [wirklich nur einige?] haben sich daran gewöhnt, dieser verbesserten Kopie des Originals eher zu folgen, als ihren eigenen, ihren primären Wahrnehmungen. Deshalb sprechen nicht nur amerikanische Kommunikationswissenschaftler schon lange von der Konstruktion der ‚[objektiven] Realität‘ durch die Medien und nennen das, was in den Medien passiert, unabhängig vom Medientypus, Medienrealität.“¹⁹⁰ Schon 1978 übrigens wies Professor Karl Riha darauf hin, dass man den „Fernsehfußball‘ vom realen Rasenfußball abzuheben“ habe.¹⁹¹ Waren also die bisherigen Überlegungen dieses Essays überflüssig? Nein, denn es bleiben viele Fragen offen. Es ist zu klären, *welche* Medien die ‚objektive Realität‘ *wie* beeinflussen. Es ist zu klären, ob diese Ansicht wirklich für alle Lebens- und Medienbereiche unreflektiert übernommen werden kann. Es ist auch zu prüfen, inwieweit sich die Medien vor allem selbst abbilden und welche Veränderungen innerhalb dieser Verkettung stattfinden. Es ist weiterhin zu untersuchen, inwieweit man unter diesen Bedingungen noch

¹⁸⁹ Dies ist wörtlich zitiert nach WEISCHENBERG (1997, 25f.), der als Quelle nur SPORTS angibt, nicht aber Jahrgang und Ausgabe.

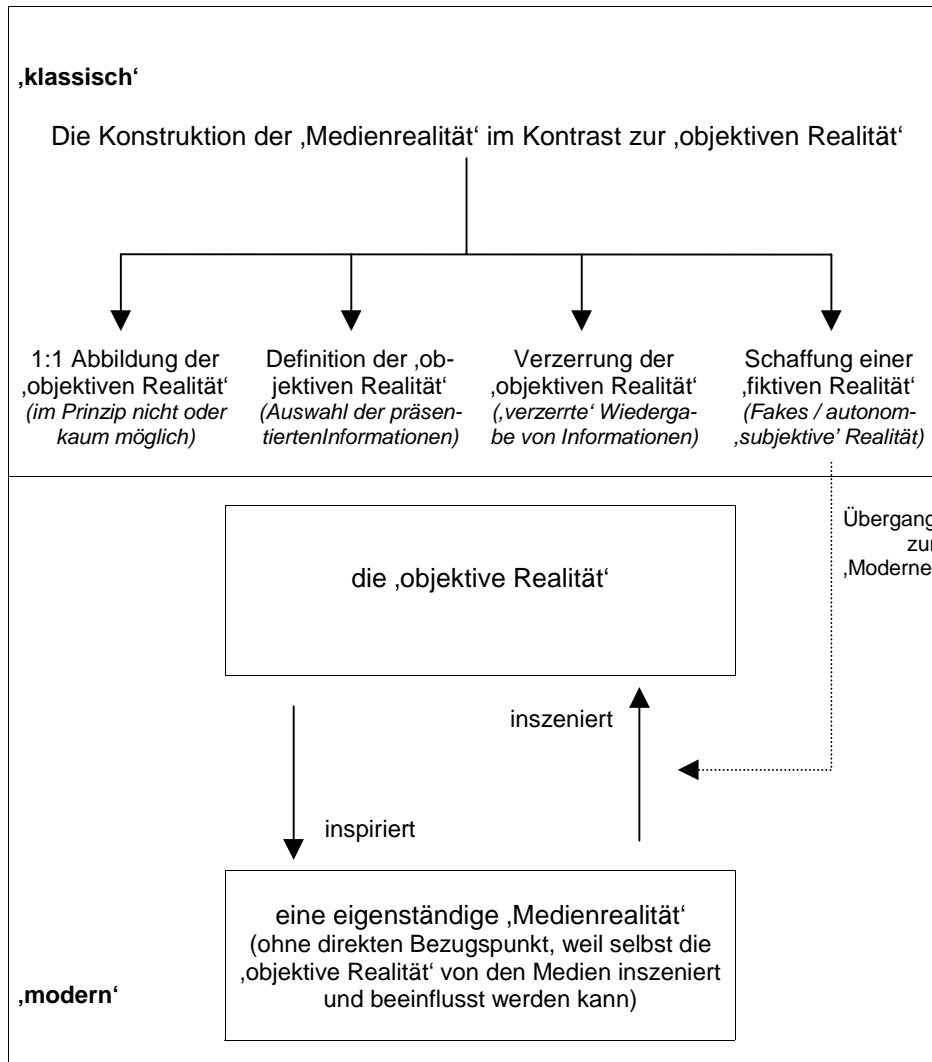
¹⁹⁰ HACKFORTH, JOSEF (1999) in: TROSIN/DINKEL (eds) (1999, 46).

¹⁹¹ Massenmedien und Kommunikation (MuK) 0, Universität-GHS-Siegen.

von Enthüllungen der Medien sprechen darf. Die ‚objektive Realität‘ taugt als Gradmesser jedenfalls nur noch sehr eingeschränkt, nämlich im Falle von unwiderlich Konsens-gestützten Ereignissen. Enthüllungen sind also als ‚Enthüllungen‘ zu betrachten. Kurzum: es ist die Absolutheit der These einer eigenständigen ‚Medienrealität‘ abzuklären. Für den Mediensport trifft sie sicher zu, sofern wir unter Mediensport die von den Massenmedien vermittelten Sportereignisse verstehen. Gerade deswegen sprechen wir ja vom *Mediensport*. Doch der Essay ist auch aus einem anderen Grund wichtig: Er zeigt die Entwicklung, die zurückgelegt wurde, bis die Medienforscher zur aktuellen Erkenntnis gelangten. Es drängt sich der Verdacht auf, dass Medienforscher sich wohl nie intensiv mit Sport beschäftigt hatten, denn sonst hätten sie eher zum heutigen Verständnis der ‚Medienrealität‘ finden müssen. Zumindest der moderne Spitzensport war nämlich immer schon ein Mediensport. Die Tour de France etwa wurde von den Medien überhaupt erst ins Leben gerufen! Die ‚objektive Realität‘ wurde *konstruiert*, die ‚Medienrealität‘ daraus *kreiert* – oder umgekehrt... Es scheint, als würden die Medienwissenschaftler, analog zur Schnellebigkeit des Medienzeitalters, die alten Erkenntnisse in einem Schwung über Bord werfen, ohne zu schauen, ob sich nicht doch noch etwas Brauchbares unter ihnen befindet. Es ist nicht zu leugnen: Die Erkenntnisse der ‚modernen‘ Medien- und Kommunikationsforschung sind in vielen Bereichen erstaunlich widersprüchlich und daher in ihrer Absolutheit zu hinterfragen.

Die folgende Grafik fasst alle erörterten Bereiche zusammen:

Grafik zur Realitätskonstruktion durch die Medien



Kommen wir noch einmal zu Luhmann zurück: Für ihn haben die Medien eine Präferenz für Informationen, die durch Publikation ihren Überraschungswert verlieren, also dadurch zu Nichtinformationen werden.¹⁹² Hier liegt ein wesentlicher Schlüssel zur Frage, warum Medien auch Medienereignisse erzeugen, die bei näherer Betrachtung an Informationswert verlieren. Gehen die Neuigkeiten aus, verliert das Medium an Attraktivität. Es muss also ständig Irritation und dadurch Aufmerksamkeit erzeugen, um frequentiert zu werden.¹⁹³ Hier ist wiederum die Sportberichterstattung im Vorteil. Durch die Beschaffenheit des Sports allein garantiert sie eine hinreichend große Aufmerksamkeit. So geht z.B. K. Ludwig Pfeiffer davon aus, dass schon das diskursiv-mediale Antriebspotential des Sports hierfür verantwortlich ist: „Die sportliche Bewegung

¹⁹² Vgl. LUHMANN (1996, 174).

¹⁹³ Allerdings teilt der Autor nicht LUHMANN'S Meinung, dass die Medien deshalb nicht dazu dienen, Erkenntnis zu vermehren oder die Sozialisation bzw. Erziehung in Richtung auf Konformität mit Normen zu gewährleisten. Das Eine muss das Andere nicht ausschließen.

bringt Bewegung in die Diskurse und Medien.“¹⁹⁴. Gleichmaßen bringt sie Bewegung in die Diskussion über die ‚Medienrealität‘ und darüber, was wir in ihrer Berichterstattung akzeptieren sollen und was nicht – besonders wenn diese sportliche Bewegung, wie und wodurch auch immer, moralisch in Frage gestellt wird.

Fazit – cui bono: Verloren in der ‚Medienrealität‘?

Ob Sportmedien oder sonstige Medien – Medien erzeugen immer ihre eigene Realität. Inwieweit diese der ‚objektiven Realität‘ nahe kommt oder selbst diese ‚objektive Realität‘ von den Medien durch ihre bloße Anwesenheit beeinflusst und konstruiert wird, muss dahingestellt bleiben. Wir können es nicht ergründen, können uns als Wahrheitssuchende nur an die Hoffnung klammern, dass die Journalisten sich möglichst eng an das halten, was wir im Konsens als ‚objektive Realität‘ erfahren. Ebenso bleibt uns zu hoffen, dass wir unsere Wahrnehmung für medieninszenierte Ereignisse in der ‚objektiven Realität‘ bewahren und diese Ereignisse besser einschätzen können. Die Orientierung zu behalten, fällt schwer. Wir können es nun mit Ex-RTL-Chef Helmut Thoma halten, der einst süffisant-ironisch über die Medienbranche bemerkte: „Was is in dem Metier scho echt?“¹⁹⁵ Im Alltag, so steht zu befürchten, müssen wir zumindest an *bestimmte* Medien glauben, und dieser Glaube muss uns genügen. Auch die Wissenschaft hat ihre Grenzen. Weder die Konstruktivisten noch die Realisten bzw. Objektivisten finden die einmütige Zustimmung des Autors. Er bezieht deutlich die im Essay dargelegte Zwischenposition. Selbst für die Medienmacher (Beispiel Johannes B. Kerner) ist klar, dass neben der ‚Medienrealität‘ etwas existiert, das man durchaus als ‚objektive Realität‘ beschreiben könnte und das eben nicht zwingend durch die Medien verzerrt wird.¹⁹⁶ Das, was in den Medien dann daraus wird, eben die ‚Medienrealität‘, muss gegenüber der ‚objektiven Realität‘ nicht grundsätzlich an Aussage und Aussagekraft verlieren – auch wenn jeglicher Vergleich dieser beiden ‚Realitäten‘ müßig erscheint. So bezieht der Autor die Position, dass die ‚objektive Realität‘ und die ‚Medienrealität‘ koexistieren, ohne in Aussage und Informationsgehalt einander zwingend auszuschließen. Die Frage, was genau man unter diesen ‚Realitäten‘ verstehen soll, ist eine philosophische, die sich wohl nicht endgültig klären lässt. Der erfolgversprechendste Erklärungsansatz bleibt die ‚naive‘ dritte Dimension: Jeder von uns macht sich sein eigenes, individuelles Bild von diesen beiden ‚Realitäten‘. Erreicht die Schnittmenge zwischen den individuellen Wahrnehmungen eine (jeweils zu bestimmende) kritische Größe, dann wird sie zum (‚öffentlichen‘) Konsens, sowohl der ‚objektiven Realität‘ als auch der ‚Medienrealität‘. Doch womöglich sind wir gar nicht immer Wahrheitssuchende. Ist es und nicht oft genug und gerade im Sport der Fall, dass wir vor allem die Entspannung suchen und es sogar dankbar hinnehmen, wenn die ‚Medienrealität‘ uns gut wie möglich unterhält, obwohl die ‚objektive Realität‘ womöglich langweilig wäre? Immerhin, die Unterhaltung der Zuschauer erreichen die Medien bei den Sportübertragungen meist vortrefflich!

¹⁹⁴ PFEIFFER, K. LUDWIG (1999): *Das Mediale und das Imaginäre. Dimensionen kulturanthropologischer Medientheorie*. Frankfurt/M., Suhrkamp, 538.

¹⁹⁵ Er traf diese Aussage 1999 in der WDR-Sendung *Zimmer frei*.

¹⁹⁶ Vgl. dazu auch das Interview in diesem Buch.

4. Ethik und Ekel – Quo vadis, westliche Medienwelt?

Die Ethik des Journalismus allein ist ein endloses Thema, im Sport ebenso wie in anderen Ressorts. Beschränken wir uns hier auf das für uns Wesentliche und beginnen mit dem, was wir unter Ethik im Journalismus verstehen: Die Ethik des Journalismus setzt sich aus Merkmalen der Gesinnungs- und Verantwortungsethik sowie aus den Prinzipien ‚Qualität‘, ‚Fairness‘ und ‚Unabhängigkeit‘ zusammen.¹⁹⁷ Was unter ‚Qualität‘, ‚Fairness‘ und ‚Unabhängigkeit‘ zu verstehen bzw. eben nicht zu verstehen ist, das ist eine Frage der Definition. Soviel ist klar: Die Gesinnungsethik basiert auf der persönlichen Überzeugung des Journalisten, die Verantwortungsethik auf den möglichen Folgen journalistischen Handelns.¹⁹⁸

Für die erfolgreiche Umsetzung dieser Ethik besitzen Journalisten in demokratischen Ländern Sonderrechte. In den USA ist die Freiheit der Journalisten durch das erste ‚Amendment‘ der amerikanischen Verfassung¹⁹⁹ fast grenzenlos, während sie in Deutschland und Großbritannien die Persönlichkeitsrechte, also den Schutz der Privatsphäre, streng beachten müssen.²⁰⁰ Was die Journalisten jeweils daraus machen, ist freilich höchst individuell.

Der investigative Journalismus: Vorbild USA

„Dem Team-Telekom den Lack abkratzen, ist der Traum aller investigativen Journalisten. Ihre Grundthese: Ein ungedoptes Team kann gegen gedopte Fahrer nicht so erfolgreich sein.“²⁰¹ Dieses gegen Ende der 90‘er Jahre virulente journalistische Begehren fußt auf einer langen Tradition, deren Ursprung in den USA liegt. In der Tat spricht sich der investigative Journalismus ein moralisches Wächteramt zu,²⁰² welches jedoch oft genug als Deckmantel und Entschuldigung für Sensationsjournalismus missbraucht wird. Das Paradebeispiel des Wachhunds, des ‚Watchdogs‘, ist der amerikanische Journalist, übrigens nicht erst seit der Watergate-Affäre, die von den Journalisten Bernstein und Woodward, beide Mitarbeiter von THE WASHINGTON POST, aufgedeckt wurde. So sind in den USA viele Journalisten an Journalistenhochschulen ausgebildet worden,²⁰³ auch wenn sich diese Akademisierung erst spät durchgesetzt hat.²⁰⁴ Das Selbstverständnis der amerikanischen Journalisten fußt auf einem tief verwurzelten Credo: ‚Facts are sacred‘, die Fakten sind heilig.²⁰⁵ Dieses so einfache wie klare Credo spiegelt den in den USA für viele Bereiche typischen Pragmatismus wieder. Alle heiligen Fakten, die die Demokratie oder öffentliche Moral gefährden, werden ans Tageslicht gebracht. Und wenn es das Sexualleben samt delikaten bis ekelerregenden Details des amerikanischen Präsidenten betrifft – das *dienstliche* im ‚oval office‘, versteht sich! Nein, Tabuthemen kennen amerikanische Journalisten offenbar nicht. Wohl aber gibt es Tabus in der

¹⁹⁷ Vgl. HERMANNI, ALFRED-JOACHIM (1988): *Die Meinungsmacher*. Neuhausen-Stuttgart, 68.

¹⁹⁸ Vgl. THOMA (1994) in: *Die vierte Gewalt, Fragen an die Medien* (1994, 98).

¹⁹⁹ „The Congress shall make no law (...) abridging the freedom of speech or of the press“. Zitiert nach SNODDY (1993, 158).

²⁰⁰ Vgl. SCHNEIDER, WOLF/RAUE, PAUL-JOSEF (1996/98): *Handbuch des Journalismus*. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 249.

²⁰¹ ARD-Dokumentation *Doping: Lügen und gewinnen*.

²⁰² Vgl. BOVENTER (1995, 30).

²⁰³ Vgl. SNODDY (1993, 153).

²⁰⁴ Vgl. BOVENTER (1995, 26).

²⁰⁵ Vgl. EBD., 23.

journalistischen Umsetzung bzw. Präsentation. Diese sind individuell leicht unterschiedlich, da z.B. viele Zeitungen einen eigenen festgeschriebenen Ethik-Code besitzen. Der verbietet den Journalisten das Eingreifen in den persönlichen Bereich eines Menschen. Deswegen finden sich selbst in der amerikanischen Boulevardpresse (Aushängeschild: USA TODAY) vergleichsweise wenige oder zumindest harmlose ethisch-moralische Entgleisungen in diesem Sinn.

Freilich droht das Credo der heiligen Fakten bisweilen aus den Fugen zu geraten, besonders im Fernsehen. Als Musterbeispiel mag hier der Medienmogul Ted Turner gelten, der es mit seinem ehemaligen ‚Leib- und Magensender‘, dem Nachrichtenkanal CNN, schaffte, die „Welt gleichzeitig zum Lieferanten und Konsumenten von Bildern zu machen, in einer optischen Selbstverschlingung, in der Kriege, Hungersnöte und Sportrekorde zum nie versiegenden Programmangebot werden, quer durch die Zeitzonen, rund um die Uhr.“²⁰⁶ Mit CNN hat Turner medientechnisch das McLuhansche ‚global village‘ geschaffen – und sich damit den Schreckensbildern von Postman und Huxley gefährlich angenähert. In den USA mögen deren Aussagen bereits unwiderrufliche Tatsachen sein. „Tatsächlich ist in der ersten Kriegswoche der Verleih von Videofilmen im ganzen Land dramatisch zurückgegangen, weil die Bilder vom Golfkrieg (...) das Publikum stärker faszinierten als die gewohnte Dosis von Actionfilmen.“²⁰⁷ Auf den Punkt gebracht: Wo Krieg, Katastrophen und menschliches Leid zum Unterhaltungsprogramm, einer Art scheinbar unblutigem Videospiel oder dauerhaftem Zeitvertreib pervertiert, wo die Medienübertragung bisweilen teurer wird als die eigentliche Linderung des Elends,²⁰⁸ da sind die ‚facts‘ ganz sicher nicht mehr ‚sacred‘.

Heilige Fakten auch im Sport? Ein ‚Mediendebarkley‘

Welcher Sportfan kennt ihn nicht: ‚Sir‘ Charles Barkley, gleich nach Rodman der zweitschlimmste ‚bad boy‘ des amerikanischen Sports. „Klar: Wenn Du ein [fast] zwei Meter großer und 125 Kilogramm schwerer kahlköpfiger Schwarzer bist, erregst du, egal wo du hingehst, sofort Aufsehen. Verdienst du dein Geld dann auch noch mit einem Job in der NBA, sind die Chancen, in irgendeiner Gesellschaft nicht bemerkt zu werden, gleich null.“²⁰⁹ Diese Popularität wurde ‚Sir‘ Charles des öfteren zum Verhängnis, denn Popularität bedeutet gerade im US-Sport auch dauerhafte Medienpräsenz. Das schafft erstklassige Gelegenheiten zur Schaffung von Medienkandalen. Wie die amerikanischen Medien dies aufziehen, zeigt die folgende von der Fachzeitschrift XXL BASKETBALL sehr anschaulich referierte Begebenheit:

„Eines Tages betritt [,Sir‘ Charles] forsch eine Bar oder ein Restaurant und bestellt einen Drink. Er verhält sich so, als ob ihm der Laden gehöre und verärgert damit mindestens 20 Gäste. Einer darunter hat den Mut, etwas zu seinem Verhalten zu sagen. Prompt fährt Charles ihm derb über den Mund und führt sein Gespräch mit einer freundlichen und hübschen Dame nebenan weiter, die über die Witze des Hühners herzlich lacht. (...) [Ihr] Freund geht rüber und wirft Charles vor, er wolle seine Frau anmachen. Dieser lacht den Freund aus, die Si-

²⁰⁶ MATUSSEK, MATTHIAS (1996) in: ANDERSON, ROGER et al. (eds) (1996): *Medien-Macher. Journalisten beschreiben die Herrscher der Vierten Gewalt*. Hamburg, Rasch und Röhring, 137.

²⁰⁷ CARLOS WIDMANN in der Süddeutschen Zeitung zum Golfkrieg 1991, hier zitiert nach PLOG, JOBST (1994) in: *Die vierte Gewalt, Fragen an die Medien* (1994, 167).

²⁰⁸ Vgl. TESTER (1994, 88).

²⁰⁹ XXL BASKETBALL Nr.46/1999, 76.

tuation sichtlich genießend, auf diese Weise aber auch verschärfend. Jetzt rastet der Freund aus. Dummerweise schüttet er Charles einen Drink ins Gesicht und geht ihm an den Kragen. Doch er hat es nicht mit einem Durchschnittstypen zu tun, sondern im Vergleich zu einem normalen Mann mit einem Monster. Das hebt den Angreifer mühelos auf seine Schultern und läßt ihn wieder runterfallen, dabei geht eine Glasscheibe zu Bruch. In der Morgenzeitung wird stehen, der arme Kerl sei durch die Scheibe hindurchgeflogen und auf der Straße gelandet. Er steht zwar unverletzt wieder auf, hat aber eine erstaunliche Wandlung hinter sich: Anstatt seiner Augen blinken zwei Dollar-Zeichen gierig auf ihre Beute. Es ist Zahhtag! In den Medien spiegelt sich diese Story in abenteuerlicher Weise wider. Uns wird erzählt, dass sich der Freund provoziert fühlte, weil Charles seine Frau in Richtung Toilette gezogen habe. Doch jetzt geht es erst richtig los. 30 weitere Reporter lesen über den Fall in den Agenturen, wollen ihre eigenen Informationen und überschütten den Lokaljournalisten vor Ort mit Anfragen. Kurze Zeit später wird das Opfer von einer Herz-Lungen-Maschine am Leben erhalten, und seine Frau erwartet von Charles ein Kind. Radio- und Fernsehstationen nehmen den Faden auf und spinnen ihn weiter. Inzwischen ist auch die Frau im Krankenhaus und kurz vor der Niederkunft. Die Inkubationszeit für Babys liegt in diesem Land bei 24 Stunden. (...). Nun wird die Story in alle Welt verbreitet. Die Menschen sind entsetzt, dass Charles sonntags noch Basketball spielen darf, obwohl er freitags einen Mann getötet hat.²¹⁰

„Sir“ Charles landete vor Gericht, wo die Klage abgewiesen wurde. Allerdings durfte der Basketball-Star den Gerichtssaal erst verlassen, nachdem er für den Richter eine alte Ausgabe von *Sports Illustrated* signiert hatte...²¹¹ Der Zweck heiligt auch in den USA bisweilen die Mittel: Die Medien haben ihre Kampagne, der Star, wenn auch ungewollt, seine Publicity und nur das vermeintliche Opfer, welches übrigens nach dem Zusammenprall mit Barkley angeblich zurück an die Theke ging und erst später von einem ihm bekannten Rettungsanwärter auf die Idee einer Anzeige gebracht wurde,²¹² ging leer aus. Wen interessiert es bei soviel Action schon, wo die Ethik des Journalismus bleibt?

Die britische Boulevardpresse: Geht es wirklich nimmer schlimmer?

Harmlos allerdings muten amerikanische Extreme an, wenn wir die britische Medienlandschaft, insbesondere die *down-market tabloids* der Boulevardpresse, zum Vergleich heranziehen. Mit der turnerschen Kriegsberichterstattung der konventionellen Art gibt man sich erst gar nicht ab – man schafft sich eigene Kriegsschauplätze. Keine anderen Presse- oder Medienorgane weltweit zerren derart rücksichtslos die Privatsphäre ins Licht der Öffentlichkeit, ergehen sich in Geschmacklosigkeiten, Nationalismus und eben krass kriegsvokabularlastiger Schreibe.²¹³ Wer nicht weiß, was gemeinhin unter „Schweinejournalismus“²¹⁴ oder „Pissoirjournalismus“²¹⁵ verstanden wird, der lese THE SUN, DAILY MIRROR, DAILY STAR, DAILY EXPRESS oder SUNDAY SPORT. Diese Zeitungen konstituieren die britische Boulevardpresse, sie haben sie zur Legende gemacht. Das Massenblatt THE SUN, britisches Pendant zur deutschen BILD, gilt als Flaggschiff dieser Auslegung von Journalismus. Dabei meinen es

²¹⁰ EBD, 76f.

²¹¹ EBD.

²¹² EBD.

²¹³ Vgl. dazu u.a. KNOBBE (1997).

²¹⁴ NOWOTNY (1994) in: *Die vierte Gewalt. Fragen an die Medien* (1994, 48).

²¹⁵ EBD.

viele *down-market*-Journalisten nach eigenem Bekunden nicht einmal wirklich böse oder ernsthaft nationalistisch. Die Boulevardpresse blickt in Großbritannien eben auf eine sehr lange Tradition zurück, und geradezu typisch ist die mediale ‚Verfolgung‘ des Königshauses: Nicht einmal die eigenen Mannen werden geschont, sie bilden im Gegenteil eher das oberste Objekt der Medien-Begierde. Wenn die Royals schon keine Unantastbarkeit besitzen, dann das Volk erst recht nicht. Das relativiert die Ernsthaftigkeit der britischen *down-market*-Kultur, so abstoßend sie für Außenstehende auch erscheinen mag, dann doch. Und der Sport? Nun, er bildet in der britischen Presse ein durchaus wichtiges Forum für journalistische Auswüchse.²¹⁶ Ironie am Rande: Die Zeitung *SUNDAY SPORT*, vom Titel her eigentlich ein ideales Mediensportvehikel, wurde gerade *nicht* durch ihre Sportberichterstattung bekannt, sondern durch grotesk-absurde Geschichten über Frauen mit extrem überdimensionierten Brüsten und ihre daraus resultierenden Liebesprobleme, über sodomitische Beziehungen zu Schweinen oder durch die mediale Auferstehung von Adolf Hitler und Elvis Presley.²¹⁷ Damit fügt sie sich natlos ein in die Reihe der Boulevardzeitungen. Shocking? Nein, nur der ganz normale Wahnsinn der *down-markets* in der britischen Boulevardpresse.

Ein wenig behäbig zwar, aber doch wie ein Fels in der Brandung steht hingegen die BBC da. Sie ist trotz gewisser Referenzen an die Boulevardisierung der Medien nach wie vor der Inbegriff des seriösen Journalismus. Vor einiger Zeit prangerte John Birt, Generaldirektor der BBC, in der Londoner ‚Times‘ die Zügel- und Regellosigkeit der britischen Presse offen an.²¹⁸ In Großbritannien ist es offenbar das Fernsehen, welches sich moderater gibt als die Presse, was wiederum ein Kuriosum für sich darstellt. So erfüllt eben die Boulevardpresse die niedersten Bedürfnisse des Volkes – und die sind sicherlich nicht mit dem amerikanischen Ethos des investigativen Journalismus zu vereinbaren.

Das BILD und DER SPIEGEL Deutschlands

In Deutschland ist DER SPIEGEL das Flaggschiff des investigativen Journalismus, nicht ohne einer gewissen Kritik ausgesetzt zu sein. So wird ihm „Infotainment“²¹⁹ ebenso vorgeworfen wie die Tatsache, ein „Skandalblatt“²²⁰ zu sein, welches nur kritisiere, einseitig informiere und Personen durch Aussagen zwischen den Zeilen charakterisiere.²²¹ Wie auch immer, DER SPIEGEL ist ein Monument des investigativen Journalismus, und seinen Redakteuren ist die Aufdeckung vieler Skandale, auch und gerade im Sport, zu verdanken. Und: DER SPIEGEL schont, so scheint es zumindest, weder Freund noch Feind, was ihm die Aura des Unbestechlichen verleiht.²²²

Natürlich haben auch die Deutschen ihren Boulevardjournalismus, der sich mit bisweilen fragwürdigen Recherchen und daraus resultierenden Veröffentlichungen auszeichnet. BILD ist hier als mit Abstand auflagenstärkstes Blatt

²¹⁶ Vgl. KNOBBE (1997).

²¹⁷ Vgl. SNODDY (1993, 92).

²¹⁸ WEISCHENBERG (1997, 80).

²¹⁹ WEISCHENBERG (1997, 142).

²²⁰ MEYN, HERMANN (1996): *Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin, Edition Colloquium, 83).

²²¹ Vgl. EBD.

²²² Vgl. SCHEURING (1996) in: ANDERSON et al. (eds) (1996, 82).

das Musterbeispiel.²²³ Vergleichbar mit der britischen Boulevardpresse ist BILD indes nur teilweise. Schon der Nationalismus kann aufgrund der speziellen deutschen Vergangenheit nicht in der gleichen Weise bedient werden. Über BILD-Schlagzeilen, die einen Prozess nach sich ziehen, können die Briten nur müde lächeln. Selbst das sportlich-durchtrainierte Fotomodell, welches leicht bis gar nicht bekleidet seinen ‚Astralleib‘ zur Schau stellte, wurde inzwischen verbannt. Im Vergleich zu den meisten britischen Boulevardzeitungen ist BILD tatsächlich eine feinsinnig-distinguierte Tageszeitung; erst recht, seit die deutschen Boulevardzeitungen einen Trend weg von den brutalen Storys hin zu sanfteren Schlagzeilen und ausführlicheren Texten verfolgen.²²⁴

Doch auch dem deutschen investigativen Journalismus wird vorgeworfen, sich in ethisch bedenklicher Weise darzustellen. So geht DER SPIEGEL gelegentlich mit genau den Zuständen ins Gericht, die er im selben Artikel erzeugt. Da werden z.B. in der Veröffentlichung ‚Ein Volk im Schweinestall‘ die Medien wegen ihres Voyeurismus‘, ihrer Geschäfte mit Sex und Gewalt scharf kritisiert, doch genau diese Missstände mit unappetitlichen Beispielen bis ins kleinste Detail unnötig reißerisch präsentiert.²²⁵ Danach geht DER SPIEGEL dazu über, den ‚Schweinestall (...) genüsslich auszumisten‘.²²⁶ Da wird z.B. die Dopingkarriere des ehemaligen Radprofis Paffrath so bildhaft und in Teilen objektiv zwar nicht falsch, aber doch so übertrieben dargestellt, dass vor allem die Sensationsgier der Leser befriedigt wird.²²⁷ Da werden schließlich oft genug Behauptungen, deren Wahrheitsgehalt kaum überprüfbar ist, als Tatsachen präsentiert.

Doping – who cares?

A propos Doping im Sport: Immerhin greifen die deutschen Medien dieses Thema auf, während es in den USA und Großbritannien eher unter den Tisch fällt. Auch das ist ethisch bedenklich, vor allem weil durch Doping Regeln verletzt werden. Offenbar sind den Amerikanern auch nur jene Fakten heilig, die überhaupt erwähnt werden. Und erwähnt wird, was Auflage und Umsatz bringt oder die Demokratie im Staat gefährdet, was wiederum Ersteres begünstigt. Doping Sportler sind da eher unwichtig, gerade wenn das Volksempfinden Doping nicht eindeutig moralisch belastet.

Fast ebenso medienunwirksam ist Doping in Großbritannien, wo ein volltrunkener, aufgedunsener Fußballer Paul Gascoigne, der ganze Hotelzimmer oder gar Flugzeuginnenräume zerstört und mit Erbrochenem beschmutzt, allemal mehr her gibt als ein konstant unter Dopingverdacht stehender Sprinter Linford Christie. Und wenn dieser mit dem altbekannten Steroid Nandrolon im Urin erwischt wird, dann spricht die Disziplinar-Kommission des britischen Leichtathletik-Verbandes ihn einfach frei. Die Regeln des Weltverbandes IAAF sind eine Sache, die des Insel-Verbandes eine andere²²⁸ – frei nach dem Motto ‚Sonderregeln bitte, we are British!‘ Zur Ehrenrettung der Briten sei angemerkt, dass immerhin THE OBSERVER die verquere juristische Situation der ver-

²²³ Interessierten sei das Buch *Reportagen aus dem bundesdeutschen Alltag* von GÜNTER WALLRAFF (Kiepenheuer & Witsch, Köln) empfohlen.

²²⁴ Vgl. DIE WOCHE vom 26. November 1999.

²²⁵ Vgl. BOVENTER (1995, 60).

²²⁶ EBD.

²²⁷ UDO LUDWIG (1997): *Wie ein Hund an der Kette*. In: DER SPIEGEL Nr. 25/1997, 122ff.

²²⁸ Vgl. DSF-News vom 06.09.1999 (WWW.DSF.DE).

schiedenen Verbände zu erklären suchte.²²⁹ Die Aufmachung war indes eher bescheiden, andere Themen sind griffiger. Eine für britische Fans ‚zünftige‘ Randalie à la Gascoigne gefährdet zwar nicht einmal die Demokratie im Sport (bis jetzt haben seine Eskapaden noch keine Ausgangssperren oder Maulschellen für Spieler nach sich gezogen), gibt aber ideales Futter her für den typischen Sensationsjournalismus. Es ist offenbar weit gekommen mit dem Mutterland der ‚fair bet‘, obwohl die Zahl der erwischten britischen Dopingsünder in den letzten Jahren stark zugenommen hat.²³⁰ Ein zerlegtes Hotelzimmer ist eben greifbarer als jeder medizinische Bericht, den ohnehin nur Fachleute verstehen. Die Boulevardjournalisten würden sagen: Bekotzen geht vor Betrügen.

Leider beteiligt sich auch die Fachpresse gelegentlich am Sensationsjournalismus. So zierte die Titelseite der August-Ausgabe 1995 der deutschen Rad-sportfachzeitschrift TOUR nicht etwa das Titelbild des Siegers der Tour de France, nein, es wurde die blutüberströmte Leiche des tödlich verunglückten Fabio Casartelli überdimensioniert abgebildet, wobei sein Blut in einer Art 3-D-Effekt Teile der Schlagzeilen überlagerte. Absurdidät am Rande: Ein Radprofi, der am gleichen Rennen teilgenommen hatte und ungenannt bleiben möchte, ließ verlauten, im Peloton sei bekannt, dass Casartelli zwar mit jenem Begren-zungsstein kollidiert sei, aber bereits auf dem Rad in Folge eines Gehirnschlags das Bewusstsein verloren habe und unkontrolliert gestürzt sei. Schlaganfälle übrigens sind unliebsame Begleiterscheinungen des Missbrauchs von Anabolika und insbesondere EPO...

Henri Nannen und Walter Lippmann – zwei ‚unspottliche‘ Dinosaurier vor der Sintflut?

Der STERN-Gründer Henri Nannen sagte einmal: „Journalismus heißt, die Welt verändern“.²³¹ Damit hat er Recht, doch sind sich die Medienwissenschaftler einig, dass die Journalisten als „Treuhand des Bürgers“²³² die gemeinsame moralische Plattform der Gesellschaft sowohl respektieren als auch anfechten sollen.²³³ Schon aufgrund der in diesem Kapitel präsentierten schlaglichtartigen Einblicke können wir festhalten, dass es um die Ethik im Journalismus in diesem Sinne nach wie vor nicht nur gut bestellt ist. Die Sportberichterstattung macht da keine Ausnahme. Es gibt unzählige Beispiele für eine bedenkliche Darstellung von Ereignissen im und um den Sport. Die Verkommerzialisierung der Medien, besonders des Fernsehens, leistet dieser Entwicklung noch Vor-schub.

Walter Lippman, eben jener berühmte amerikanische Kolumnist und Publizist, kommentierte die Presse schon vor Jahrzehnten als „schwaches Schilfrohr“²³⁴ und „mighty paradox indeed“,²³⁵ um zu der Folgerung zu gelangen: „Facts are sacred but first they must be verified“.²³⁶ Und der ebenfalls ame-rikanische Kommunikationswissenschaftler Joshua Meyrowitz analysiert: „Mit

²²⁹ Ausgabe vom 19.09.1999.

²³⁰ Vgl. S.Z. vom 30.09.1999.

²³¹ HERMANNI (1988, 29).

²³² SCHNEIDER (1996/98, 246).

²³³ Vgl. CHRISTIANS, CLIFFORD G. (et al.) (1983): *Media Ethics*. Longmann, 30.

²³⁴ Hier zitiert nach BOVENTER (1995, 82), der sich seinerseits beruft auf: J. HERBERT ALTSCHULL (1990): *From Milton to McLuhan. The Ideas Behind American Journalism*. Longman, New York&London.

²³⁵ EBD.

²³⁶ EBD.

dem Fernsehen ist es wie mit dem Wetter. Keiner ist verantwortlich dafür, oft ist es schlecht, aber fast jeder schenkt ihm seine Aufmerksamkeit, richtet sich mit seinen Erfahrungen danach und spricht darüber.²³⁷

²³⁷ Hier zitiert nach BOVENTER (1995, 53), der sich seinerseits beruft auf: JOSHUA MEYROWITZ (1985): *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior.* New York, Oxford University Press.

I.3. Symbiose perfekt: Massenmedien und Spitzensport

„I bin überhaupt koan Grantler – nur wenn i an Journalisten seh, dann fang i an zu granteln“

Ernst Happel, österreichische Trainer-Legende²³⁸

„Millionen Sportfreunde mögen es heiß. Wir auch.“
Ernst Huberty, deutsche Reporter-Ikone²³⁹

„Die Leute fangen langsam an zu denken, dass ich ein gutmütiger Typ bin; fast ein Weichei. Vielleicht sollte ich das ändern, vielleicht jemanden abknallen, am besten einen Journalisten.“

Bernie Ecclestone, Formel-1-Mitbesitzer und -pate²⁴⁰

1. ‚Watch it, feel it, do it.‘²⁴¹ –

Das magische Dreieck aus Sport, Medien, Wirtschaft

Medien und Spitzensport sind inzwischen zu einer festen, kaum trennbaren Einheit verschmolzen. Das Eine läuft ohne das Andere nicht. Dabei haben unbestrittenerweise die Medien den Sport zunächst popularisiert. Mit dem Einzug der Massenmedien, besonders des Fernsehens, wurde der Sport erst zu dem kommerziellen Massenereignis, das er heute ist. Wie diese Entwicklung das Selbstverständnis bzw. das ‚Glaubensbekenntnis‘ des Sports verändert hat, wissen wir bereits. Was aber die Kommerzialisierung mit sich bringt, lässt sich am besten in einem Kaleidoskop von Episoden und systemtypischen Ereignissen veranschaulichen. Das bringt uns allemal weiter als die im Vergleich eher ‚trockene‘ systemtheoretische Betrachtung.

Geldwahn pur...

Wenden wir uns also den konkreten, materiellen Entwicklungen abseits der Moralität des Sports zu: dem Finanziellen. Die Tatsache, dass der Sport ein ‚Boomressort‘²⁴² ist, lässt sich am deutlichsten am Geldvolumen verdeutlichen, was heute hinter Sportereignissen steht. Wer heute die Sportler, die ‚Leistungsproduzenten der Unterhaltungsindustrie‘²⁴³ in populären Sportarten medial in Szene setzen möchte, der muss nicht selten zweistellige Millionenbeträge auf den Tisch blättern – für ein einziges Ereignis versteht sich! Ein Extrem stellen alle vier Jahre die olympischen Spiele dar, deren Summe für die Übertragungsrechte beständig in die Höhe schnellte. Musste der amerikanische Sender NBC erst 1996 465 Millionen Dollar für die Übertragung der Spiele in Atlanta, also sozusagen ‚im eigenen Wohnzimmer‘, bezahlen, so kosten die Übertragungsrechte der Spiele 2000 in Sydney die europäischen Fernsehanstalten eine runde Milliarde.²⁴⁴ Inzwischen hat auch NBC kräftig zugelegt: Nicht weniger als 3,55

²³⁸ In der *NDR-Talkshow* kurz vor seiner Rückkehr nach Österreich.

²³⁹ Zitiert nach ERTL, ERIC (1978) in: HACKFORTH, JOSEF/WEISCHENBERG, SIEGRFIED (1978): *Sport und Massenmedien*. Bad Homburg v. d. H., Limpert, 180.

²⁴⁰ Zitiert nach THEIL (1998, 127).

²⁴¹ eigentlich: „Hear It, Feel It, Do It.“ Mit diesem Motto wird in CHRISTIANS (et al.) (1998, 251) die Diskussion über die Wirkungsweise von Musik eröffnet.

²⁴² SCHEID, VOLKER (Red.) (1990): *Sport und Medien in Bildung und Forschung*. SFT-Verlag Erlensee, 138.

²⁴³ FISCHER (1994) in: HACKFORTH, JOSEF/FISCHER, CHRISTOPH (1994): *Sport und Medien*. München, Öhlschläger, 52.

²⁴⁴ EBD, 52ff.

Milliarden Dollar blätterte NBC-Olympia-Koordinator Dick Ebersol auf den Tisch, um NBC die Übertragungsrechte bis ins Jahr 2008 zu sichern.²⁴⁵ Die Verzahnung von Spitzensport und Wirtschaft wird zweifellos immer enger. Auch die NBA ist ein gutes Beispiel hierfür: Als Mitte der 90er Jahre mit den Toronto Raptors ein neues Team aus Kanada auf den Plan trat, mussten die Investoren umgerechnet 210 Millionen Mark für den Einlass in die nach eigenem Bekunden beste Basketball-Liga der Welt bezahlen. 210 Millionen Mark, das ist eine Summe, über die bekannte Spieler etablierter Vereine als persönliches Gehalt verhandeln (wenn auch über mehrere Jahre). Allein Superstar Michael Jordan soll in seiner letzten Saison 1998 mehr als 35 Millionen Dollar²⁴⁶ Fixgehalt bekommen haben, nachdem er bereits 1995 mit einem Fixum von 25 Millionen Dollar und diversen Werbeeinnahmen auf 44 Millionen Dollar kam.²⁴⁷ Andere Quellen beziffern Jordans Gesamteinnahmen für das Jahr 1997 auf 120 Millionen Dollar.²⁴⁸ Michael Schumacher verdiente in der Saison 1999 ca. 100 Millionen DM, was immer noch 40 Millionen DM weniger waren als Spitzenverdiener Tiger Woods auf dem Green erspielte.²⁴⁹ Leo Kirch ließ sich die – ihm später wieder entzogenen – Übertragungsrechte der Fußball-Weltmeisterschaften für Europa 2002 und 2006 sagenhafte 3,4 Milliarden DM kosten. Kein Zweifel, diese Dimensionen liegen für viele jenseits des Vorstellbaren.

...und seine Opfer

Analog zur Entwicklung der Spitzensportlergehälter stieg auch der Anteil des Sports am gesendeten Fernsehprogramm. Heute sendet das Fernsehen im Durchschnitt mehr Sport pro Tag als noch in den 70er Jahren während der Olympischen Spiele. Das Zwischenfazit: Sport ist heute Dauerprogramm²⁵⁰ und stellt „für die ständig expandierenden Medien offensichtlich einen besonders interessanten Betriebszweig dar, in welchen viel Geld investiert wird.“²⁵¹ Diese Entwicklung treibt bisweilen seltsame Blüten, führt zu merkwürdigen Veränderungen des Sports. „Kein Preis zu hoch“ betitelte DER SPIEGEL²⁵² seine Bestandsaufnahme von 1998 zum Thema. In dieser Publikation wurde eine Ansammlung von Beispielen für den beinharten Medienwettbewerb um sportliche Ereignisse in Deutschland geliefert: Da fehlte für die 50. „Aufführung“²⁵³ (man beachte die Wortwahl) des renommierten und ehemals Weltrekordleistungen garantierenden Sportfestes des ASV Köln das Geld für den 2,4-Millionen-Mark-Etat, da wurden beim Berliner Leichtathletik-Meeting Disziplinen wie Kugelstoßen und Weitsprung als zu wenig telegen wegrationalisiert, da wurde das traditionelle Hamburger Galopp-Derby auf den frühen Nachmittag vorgezogen, damit die ARD senden konnte. Hinzu kamen die bereits erwähnten horrenden Gebühren, um die verbliebenen Ereignisse überhaupt medial vermarkten zu können. Die UFA, als Bertelsmann-Tochter Teil eines der weltgrößten Medienkonzerne, musste und konnte in jenem Jahr 125 Millionen Mark an Rechte-

²⁴⁵ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 26.01.1999.

²⁴⁶ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 29.08.97.

²⁴⁷ Vgl. EBD, 15.07.1996.

²⁴⁸ Vgl. DER SPIEGEL 18/1997.

²⁴⁹ Vgl. WWW.SPORT1.DE, Bericht vom 17.12.1999.

²⁵⁰ Vgl. FISCHER (1994) in: HACKFORTH/FISCHER (1994, 61).

²⁵¹ Vgl. SCHEID (Red.) (1990, 142).

²⁵² Heft Nr. 30/1998.

²⁵³ EBD.

gebühren für die nächsten fünf Jahre an den deutschen Tennisbund (DTB) bezahlen, obwohl die Zeiten von Boris Becker und Steffi Graf vorbei waren, und die Amerikaner mit Pete Sampras, André Agassi und Lindsay Davenport das Geschehen beherrschten. Das ZDF hatte sich – offenbar sogar mit Krediten – 478 Millionen Mark genehmigen lassen, um quotenträchtigen Live-Fußball übertragen zu können, und die ARD ließ sich die Übertragung dreier Nach-WM-Länderspiele der damals leistungsschwachen deutschen Nationalmannschaft 20 Millionen DM kosten.²⁵⁴ Freilich ist in der Sport-Medien-Welt nichts unmöglich. So fließen in nicht unbedingt telegene, jedoch von extrem finanzstarken Unternehmen gesponserte Sportarten die Gelder auch in anderer Richtung. „Ob Golf in Hamburg oder Sportwagenrennen in Hockenheim: Die Sportmacher zahlen dem Fernsehen.“²⁵⁵ Ein weiteres Kuriosum: Zur Tour de France 2000 wurde das dänische Memorycard-Team vor einem besseren italienischem Team zugelassen, weil skandinavische Medien verstärkt übertrugen.

Ein Murdoch stand am Rande...

In der Regel jedoch zahlen die Medien. Begründet werden die hohen Ausgaben mit den zu erwartenden hohen Einschaltquoten. Die Formel ist einfach: ‚Hohe Quote heißt viele Zuschauer heißt höchste Medienpräsenz für die Sponsoren.‘ Diese Macht spielen die Medien bis ins Letzte aus. Für ein besonderes Kabinettstückchen, das weltweit seinesgleichen sucht, sorgte 1999 ein Australo-Amerikaner: Ein ‚gewisser‘ Rupert Murdoch kaufte im Handstreich den deutschen selbsternannten Frauensender TM3 und verkündete, er wolle in Zukunft die Champions League, gleich nach dem nationalen Heiligtum der Fußball-Bundesliga eines der von den deutschen Sportfans meistgesehenen Fußballereignisse, über eben diesen Sender ausstrahlen. Das nötige ‚Kleingeld‘ für die Übertragungsrechte brachte er auch gleich mit. Die 200 Millionen Mark, die die Vermarktungsagentur der UEFA als jährlichen Obulus verlangte, waren für ihn offenbar nicht der Rede wert. Konkurrent RTL zog die Grenze bei 160 Millionen DM, was eindeutig zu wenig war. Kirch, der andere große deutsche Medienmacher, bot gar nicht erst mit.²⁵⁶ Murdochs Coup hinterließ eine sprachlose deutsche Medienlandschaft. Ein Jahr zuvor hatte man leicht konsterniert registriert, wie Murdoch sich mit 100 Millionen DM am TV-Winzling TM3 beteiligte und sich gefragt, wo das hinführen sollte. Nun wusste man es. Während der alljährlichen Mainzer Tage der Fernsehkritik wurde das Debakel fast wie ein Trauma bis ins kleinste Detail analysiert. Wie groß war das Wehgeschrei aus den Reihen von RTL und ARD/ZDF!²⁵⁷ Dabei hätte man doch eigentlich wissen müssen, was passiert, wenn Murdoch in ein Projekt einsteigt. Ein Blick zur Insel jenseits des Ärmelkanals hätte genügt: Die Briten haben längst einschlägige Erfahrungen mit dem ruppigen Australo-Amerikaner gemacht. Und einen internationalen multimilliardenschweren Tycoon wie Murdoch würde man nicht so einfach abdrängen können wie weiland Leo Kirch, als er die Fußball-WM 2002 nur noch über das Pay-TV ausstrahlen wollte. Damals kam es in Deutschland zu einer Art Volksaufstand, der sogar die Politiker wach rüttelte. Flugs beschlossen sie eine Liste von Sportereignissen, deren Erstverwertung

²⁵⁴ EBD.

²⁵⁵ EBD.

²⁵⁶ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 05.05.1999.

²⁵⁷ Vgl. *Der Kampf um die Spiele*, PHOENIX, Sendung vom 10.05.1999.

dem Pay-TV entzogen ist.²⁵⁸ Nun drohte der Kampf um die Übertragungsrechte im Free-TV die Seriosität der Sportberichterstattung zu gefährden und damit ein neuer Aufstand.

Amerika, du hast es besser?

Über die genannten Summen des Murdoch-Deals kann man in den USA vermutlich nur lachen. Schließlich ist man hier durch den Sports Broadcasting Act von 1961 der Wegbereiter für die Symbiose aus Spitzensport und Massenmedien, nachdem es bereits in den 30er Jahren heftige Auseinandersetzungen zwischen den Rundfunkketten NBC und CBS über die Übertragungsrechte von Sportveranstaltungen gab.²⁵⁹ Der Broadcasting Act schloss die Profisportligen von den Antitrustbestimmungen aus, so dass z.B. die bis zu 800 Baseballspiele einer Saison im Paket vermarktet werden konnten, wovon alle Teams gleichermaßen profitierten. Durch den technologischen Vorsprung, die vielen kleineren Stationen, bei denen Medientalente heranreifen können, und die finanziellen Möglichkeiten waren die USA schon früh sehr professionell in ihrer Sportberichterstattung.²⁶⁰

Amerika, du hast es besser? Nicht ganz, immerhin herrscht auch dort ein gnadenloser Poker um Fernseh- und Vermarktungsrechte oder Sportlergehälter. Als die Verhandlungen um die Spielergehälter in der NBA 1998 wieder einmal auf Messers Schneide standen, da drohten die Spieler mit Streik und wurden prompt ausgesperrt.²⁶¹ Die NBA-Saison fiel fast komplett aus, sie fand nur als stark verkürztes und kaum vollwertiges Turnier statt, im Laufe dessen auch ein Weltstar wie Dennis Rodman die Lust am Spiel verlor und einstweilen den Dienst quittierte. Selbst in den USA haben offenbar die Milliardenpoker ihre Grenze, trotz Wahnsinns-Einschaltquoten, trotz perfekter Sportvermarktung, trotz Super-Bowl (Football) und World Series (Baseball). Mit manchen Sportereignissen können Fernsehanstalten wegen des finanziellen und technischen Aufwands auch in den USA bereits kein Geld mehr verdienen.²⁶² Das könnte z.B. der Grund sein für die Nichtübertragung des 400m-Weltrekordes durch Michael Johnson, als er die 11 Jahre alte Marke seines Landsmannes Butch Reynolds bei der Leichtathletik-WM in Sevilla deutlich verbesserte. Erst nach seinem Rekord scharten sich die amerikanischen Reporter um ihn, sendeten sie Aufzeichnungen seines Laufs.²⁶³ Dennoch bleibt unbestreitbar, dass die USA die Führungsrolle in Sachen Medien-Sportvermarktung spielen. Das hängt sicherlich auch mit der Größe des Landes, den wirtschaftlichen Zusammenhängen und dem daraus resultierenden weltweit größten Markt für Sportartikel zusammen. Notfalls schließt man eben eine Zweckgemeinschaft: Im Januar 1998 unterzeichnete die National Football League (NFL) Verträge mit den Sendern CBS, ABC, Fox und ESPN über umgerechnet 23 Milliarden DM. Dafür erhalten die Sender für acht Jahre die Rechte an NFL-Übertragungen. Dieser Deal war sogar dem Guinness-Buch einen Eintrag wert.

²⁵⁸ Vgl. DIE WOCHE vom 1. Oktober 1999.

²⁵⁹ Vgl. KRÜGER (1993) in: KRÜGER/SCHARENBERG (eds.) (1993, 26).

²⁶⁰ Vgl. EBD., 26f.

²⁶¹ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 15.07.1998.

²⁶² Vgl. KRÜGER (1993) in: KRÜGER/SCHARENBERG (eds.) (1993, 29).

²⁶³ Vgl. ZDF-Berichterstattung zur WM in Sevilla vom 27.08.1999.

Showtime in der Sportberichterstattung

Doch Sport und Medien beeinflussen einander auch auf anderer Ebene: Im Kampf um die Zuschauer wird der Sport und das, was ihn umgibt, regelrecht ‚verfälscht‘. Eislaufolympiasiegerin Katarina Witt, mittlerweile in den USA ein gefeierter Star, erregte sich einst darüber, dass das Fernsehen aus Sportlern ‚Kunstfiguren‘ und ‚Kultstars‘ mache und daher die Macht der Medien einzuschränken sei, um den olympischen Geist zu retten.²⁶⁴ Doch der Geist war da längst an das Fernsehen verkauft,²⁶⁵ wobei der sogenannte ‚Olympische Geist‘ oder ‚Olympische Gedanke‘ (nach Pierre de Coubertin) ohnehin ein Produkt der Neuzeit ist, denn auf die brutalen, oft genug tödlich endenden Spiele der griechischen Antike geht er nicht zurück.²⁶⁶ „Die Mitte der 90er Jahre waren die Zeit, in der auch die Deutschen endlich erkannten, dass man den Sport durch entsprechendes ‚Brimborium‘ noch viel besser vermarkten kann. Durch Sendungen vor und nach der eigentlichen Übertragung, mit Rückblenden, Portraits, Experten- oder Sportlerinterviews gewinnt das Ereignis an medialem Volumen. Verschiedene Kameras erlauben es den Zuschauern, das Geschehen aus verschiedenen Blickwinkeln und Perspektiven zu betrachten. Im digitalen TV kann man sogar mehrere Kameraeinstellungen auf den Bildschirm rufen – fragt sich nur, wessen Sinne noch kleine aber womöglich feine Details dieses Multispektakels gezielt wahrnehmen können. Löst sich nicht vielmehr alles in einem einheitlichen multimedialen Mammutbrei auf, der eine Selektion und Evaluation der aufgenommenen Information unmöglich werden lässt? Früher lag das Selbstverständnis der Sportberichterstattung hüben wie drüben vor allem darin, die Sportinteressierten zu informieren. Heute hat man sich mehr auf deren Unterhaltung verlegt.“²⁶⁷ „Ab 18 Uhr ist Showtime. Stahl und Chrom blitzen, Fernsehschirme flimmern im Hintergrund wie im Konsumtempel des Sports, ‚Niketown‘ in Chicago.“²⁶⁸ Nicht nur im Land der unbegrenzten Möglichkeiten des amerikanischen (Medien-)Traums, dem Mutterland der Sportvermarktung, verdienen die Sponsoren dabei über den Konsum der Sportfans kräftig mit. So ist z.B. die Verbindung Bier-Fußball in Deutschland eindeutig nachgewiesen: „Während nur 45 Prozent der Fußballmuffel Beck’s Bier kannten, war die Marke 94 Prozent aller Fußballfans ein Begriff.“²⁶⁹ Ob Beck’s, Krombacher, Warsteiner, Veltins, Hasseröder oder Bitburger, König Fußball ist fest in der Hand deutscher Brauereien. Kein Wunder, wenn die WM 1998 in Frankreich weltweit mehr als 37 Milliarden Zuschauer verfolgen (d.h. Einschaltereignisse stattfinden), da erreicht die Wirtschaft nie gekannte Mengen an potentiellen Konsumenten.²⁷⁰ In den USA dürfte sich die Verbindung Bier-Motorsport durch Budweiser etabliert haben, während global und sportartenübergreifend sicherlich Coca-Cola die Nase vorn hat. Doch auch die Sportmanager freuen sich über die Medienvermarktung, so etwa beim hochstilisierten Schwergewichtskampf zwischen dem Deutsch-Ukrainer Wladimir ‚Eisenfaust‘ Klitschko und Vorzeigegossi und Foreman-beinahe-Bezwinger Axel Schulz: „Axel und Wladimir sind ready

²⁶⁴ Vgl. DER SPIEGEL Nr.1/1995.

²⁶⁵ EBD.

²⁶⁶ Vgl. PFEIFFER (1999, 458 u. 524): „Der Tod ist nicht nur Gegenstand der Trauer und der Festlichkeiten, er kann während der Spiele jederzeit selbst eintreten.“

²⁶⁷ Vgl. EBD.

²⁶⁸ EBD.

²⁶⁹ EBD.

²⁷⁰ Vgl. DINKEL, M. & HOLDERBACH, E. (1999): *Fußball-WM 1998 – das Medien- und Sponsorenereignis*. In: TROSIEN/DINKEL (1999), 151.

to rumble, und Wilfried [Sauerland] und Klaus-Peter [Kohl] sind ready to count.²⁷¹ Überhaupt ist das Boxen um die Jahrtausendwende wieder in Verruf geraten: Ermittelt doch die amerikanische Staatsanwaltschaft gegen den Präsidenten der IBF wegen Betrugs. So sollen nicht weniger als 32 Kämpfe manipuliert gewesen sein – Showwert himmelhoch, sportlicher Wert gleich null! Daher könnte auch Axel Schulz noch nachträglich am grünen Tisch zum Weltmeister im Kampf gegen Foreman erklärt werden.²⁷² Das wäre ein späte Genugtuung für jenen wackeren und leider weichherzigen Kämpfer, der sich von so manchem Journalisten stets als Möchtegern-Meister und abgezogenen Ossi-Naivling verhöhn lassen musste.

Medienimperialismus: Wer zahlt, hat recht

Die mediale Verkommerzialisierung des Sports hat nach Ansicht einiger Medienforscher zu einer Dreiklassengesellschaft des Sports geführt: In Deutschland lautete die Rangliste bis vor kurzem angeblich: ‚König‘ Fußball regiert mit weitem Abstand vor dem erlauchten Kreis der Stammgäste Motorsport, Tennis sowie Pferdesport und der dritten Klasse, die den Rest des Sports abdeckt.²⁷³ Dass die Rösser anscheinend vorne mit galoppierten, mag verwundern und ist sicher anfechtbar – wo blieb z.B. die Formel-1? Unstrittig dagegen war und ist die Hauptrolle der Kicker. In der Tat soll auch der ehemalige RTL-Chef Helmut Thoma, der in Deutschland das erste erfolgreiche Privatfernsehen nach amerikanischem Vorbild aufbaute, die Frage nach den vier wichtigsten Sportarten für die Fernsehübertragung mit ‚Fußball, Fußball, Fußball und Tennis!‘²⁷⁴ beantwortet haben. Andere Quellen zitieren ihn auch mit der Aussage ‚Fußball, Boxen und Schumacher.‘²⁷⁵ Aus dem Jahr 1997 datiert eine Rangliste ‚Fußball, Automobilsport, Tennis, Radsport, Leichtathletik‘.²⁷⁶

Die Reihenfolge Fußball vor Tennis (oder doch Formel-1?) mag für Deutschland gelten, jedoch wohl kaum für Großbritannien, wo nach ‚König‘ Fußball z.B. auch Cricket, Rugby oder sogar Billiard eine große Bedeutung haben, und ganz sicher nicht für die USA. Dort regiert American Football vor Basketball und Eishockey. Fraglich ist auch, ob eine dauerhafte Klassifizierung der Sportarten überhaupt in diesem Maße möglich ist. Tennis befindet sich z.B. in Deutschland eher auf dem absteigenden Ast, während es in Großbritannien populärer wird. Diese Verschiebung liegt einzig daran, dass Boris Becker seine Karriere beendet und gähnende Leere hinterlassen hat, jedoch Tim Henman als erster Brite nach langer Durststrecke die Weltspitze erobert hat. Außerdem gibt es auch einige Großereignisse wie die Weltmeisterschaften diverser Sportarten, die Olympischen Spiele oder die Tour de France, die beständig für hohe Einschaltquoten sorgen. Am besten funktioniert das, wenn sich ein persönliches Duell zweier Sportler abzeichnet, wie etwa bei den olympischen Winterspielen in Lillehammer: Der Kampf der Eisprinzessinnen Nancy Kerrigan und Tonya Harding bescherte dem Sender CBS die bis dato höchste Einschaltquote aller

²⁷¹ DIE WOCHE Nr.39/1999.

²⁷² Vgl. S.Z. vom 08.11.1999.

²⁷³ FISCHER (1994) in: HACKFORTH/FISCHER (1994, 52), der sich bezieht auf MANFRED MUCKENHAUPT (1988): *Schaffen die Massenmedien eine neue Wirklichkeit?* In: GIESELER/GRUPPE/HEINEMANN (eds.) (1988): *Menschen im Sport 2000*.

²⁷⁴ STOLLENWERK, HANS, J. (1996): *Sport – Zuschauer – Medien*. Aachen, Meyer & Meyer, 140.

²⁷⁵ THEIL (1998, 253).

²⁷⁶ Vgl. MICHLER, K. (1999) in: TROSIEN/DINKEL (eds.) (1999, 59). Grundlage für die Erhebung waren die gesendeten Stunden und die Zuschauerzahlen.

Zeiten für olympische Spiele.²⁷⁷ Freilich geht man sich bei terminlichen Kollisionen diplomatischerweise aus dem Weg, um möglichst alle Sportfans und Sponsoren zu befriedigen. So wurde z.B. 1998 die Tour de France wegen der Fußball-WM um eine Woche verschoben. 1984 beeinflussten amerikanische TV-Anstalten aus kommerziellen Interessen die Terminplanung der Olympischen Spiele in Los Angeles.²⁷⁸ Seit 1992 werden die Olympischen Spiele im Zwei-Jahres-Rhythmus abgehalten, und die Sommerspiele in Atlanta dauerten erstmals 17 Tage, weil der Sender NBC einen Tag mehr Sendezeit für seine Werbepartner beanspruchte.²⁷⁹ In Deutschland wurde die nationale Sportikone Fußball-Bundesliga vom ‚heiligen‘ Samstag verstärkt auf mehrere Wochentage verteilt²⁸⁰ – förderlich war dies allenfalls für die Einschaltquoten, nicht aber für das Niveau des Nationalsports, denn mittlerweile bieten z.B. sogar einstige Fußballentwicklungsländer wie die USA oder Portugal den deutschen Fußballern leistungsmäßig die Stirn. Mediale Vermarktung des Sports ist indes ein Muss für alle, die im Geschäft bleiben wollen: Die Verbannung vom Bildschirm bedroht die Existenz ganzer Sportarten.²⁸¹ Je nach finanzieller Lage der Sponsoren bzw. Leistungsfähigkeit der Sportler und dem daraus resultierenden Medieninteresse beeinflussen die Medien den Sport bis hin zu zyklischen Popularitätsschwankungen einzelner Sportarten.²⁸² Insofern ist es zweifelhaft, ob man überhaupt von absolut festen Größen ausgehen kann. Als die deutsche Fußballnationalmannschaft gegen Ende der 90'er Jahre plötzlich auf einem nie gekannt niedrigem Niveau spielte, mehrten sich die Unkenrufe, die die Spitzenposition von ‚König‘ Fußball unverblümt zur Disposition stellten.

Längst gilt auch das Regelwerk der medienträchtigen Sportarten nicht mehr als ‚heilige Kuh‘: Die Einführung des Tie-Breaks im Tennis und Volleyball oder von Play-Off-Runden mit K.o.-System geschah einzig aus medientechnischen Gründen.²⁸³ RTL wollte die Spielzeit von Fußballspielen dritteln, um mehr Werbezeit zu erhalten.²⁸⁴ Bisweilen fungiert das Fernsehen gleich als Veranstalter eines Sportereignisses, denn dann hält man die Zügel garantiert in der Hand. So schuf die UFA mit dem ‚Golden Four‘, sozusagen dem Grand Slam der Leichtathletik, mit Meetings in Brüssel, Zürich, Oslo und Berlin ein neues Spektakel,²⁸⁵ welches seit 1997 in die Golden League mit Austragungen in Oslo, Rom, Monte Carlo, Zürich, Brüssel, Berlin und Moskau übergang.²⁸⁶ Schon beschwerten sich die ersten Sportler, dass diese Belastung nun wirklich zu hoch sei. Mittelstreckler Wilson Kipketer etwa, der für Dänemark startende Weltmeister und Weltrekordler, ging erst gar nicht bei allen Veranstaltungen an den Start.²⁸⁷ Bei der neuerschaffenen bzw. wiederbelebten Deutschland-Tour der Radprofis, für die SAT.1 als Mitorganisator fungiert, war bei einer Etappe ein veritabler Skandal zu vermelden: Das Einzelzeitfahren fand unter irregulä

²⁷⁷ Vgl. GÖRNER, FELIX (1995): *Vom Außenseiter zum Aufsteiger: Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin, VISTAS Verlag, 49.

²⁷⁸ Vgl. GÖRNER (1995, 58f.) u. RADER (1984, 160).

²⁷⁹ Vgl. EBD.

²⁸⁰ Vgl. EBD.

²⁸¹ Vgl. DER SPIEGEL 1/1995.

²⁸² Vgl. COMSTOCK, GEORGE (1989): *The Evolution of American Television*. Sage, 62.

²⁸³ Vgl. GÖRNER (1995, 59).

²⁸⁴ Vgl. DER SPIEGEL 1/1995.

²⁸⁵ Vgl. EBD.

²⁸⁶ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 08.07.1998.

²⁸⁷ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 23.07.1999.

ren Bedingungen im orkanartigen Unwetter statt,²⁸⁸ ohne dass auf die Athleten Rücksicht genommen wurde – nicht zuletzt, weil SAT.1 das Rennen live übertrug und ein übertragenes Desaster immer noch besser ist als die Annullierung der Etappe.²⁸⁹ So fand diese medial aufgepumpte Profirundfahrt, die mangels Leistungswillen der Aktiven von Insidern offen und Journalisten hinter der vorgehaltenen Hand als größte Rad-Touristikfahrt für Profis bezeichnet wurde, einen unrühmlichen Höhepunkt, bei dem sich Sportler schwer verletzten. Kurzerhand modifizierte die Rennleitung das Regelwerk: Das Einzelzeitfahren wurde für sich genommen gewertet, ging jedoch nicht ins Gesamtklassament ein.²⁹⁰ Das verstehe, wer will. In weiser Voraussicht hatten übrigens Stars wie Lance Armstrong, Marco Pantani, Bobby Julich oder Mario Cipollini die Deutschland-Tour gar nicht erst ins Kalkül gezogen. Die USA haben es hier übrigens einfacher: Ihre medienträchtigsten Sportarten sind von vornherein mit medienfreundlichem Regelwerk bzw. Zeitplan versehen, so dass alle Sponsoren zu ihrem Recht kommen.

‚Windiger Willi‘ und ‚Schein-heiliger Schumi‘

Michael Schumacher ist der anerkanntermaßen beste Autorennfahrer der Welt. Und er ist nach dem Rücktritt von Michael Jordan der wohl bestbezahlte Sportler. Immer im Hintergrund, fast öffentlichkeitsscheu, aber doch als Medienereignis präsent ist sein Manager Willi Weber. Hatte er nicht noch Mitte der 80'er Jahre mit Immobilien aus dem Rotlichtmilieu spekuliert?²⁹¹ Wirkt er tatsächlich „immer leicht glitschig“, wie DER SPIEGEL meint?²⁹² Wieviel Anteil hat der rührige Mann denn nun am Kuchen? Was ist er für ein Charakter? Wie schafft er es, diese obszön hohen Summen für seinen Schützling auszuhandeln, auf den vielen Hochzeiten zu tanzen, die Szene durcheinander zu wirbeln? Diese Fragen beschäftigten lange Zeit sehr viele Sportjournalisten. Am 4. November 1999 ist es dann so weit: Willi Weber hält Hof in der Late-Night-Show von Harald Schmidt. Die Bühne betritt ein distinguiertes, graumeliertes Herr. Weber nimmt Platz, lächelt, macht es sich ein wenig bequem. Seine nicht sehr raumgreifende und doch lockere Körpersprache lässt eine gewisse Gelassenheit, aber auch Bescheidenheit erahnen. Und Weber erzählt: Von den frühen Jahren, als er Schumacher entdeckte, von seiner sparsamen schwäbischen Lebens- und Geschäftsphilosophie, von seiner Abneigung gegen Japan, weshalb er ganz dankbar sei, dass er während des dortigen grandiosen Formel-1-Saisonfinales wichtige Termine in Deutschland wahrnehmen müssen. Schmidt bohrt: Schumi sei ja unbestritten der bestbezahlte Sportler, wenigstens würden das die Medien behaupten. Wie reich sei er denn nun? Weber reagiert fast heiter: Wie das mit den Journalisten so sei – in Italien wird eine Lire-Summe vereinbart, in Deutschland machten die Medien daraus Dollar und in Großbritannien seien es schließlich Pfund. Schmidt lässt nicht locker: Ob es denn stimme, dass Weber nur mit 20 Prozent an den Einnahmen seines Schützlings beteiligt sei; wer schaffe heute schon noch für diesen Hungerlohn? Weber senkt den Kopf, lächelt ein wenig gequält: „Ja, leider.“ Aber man müsse ja relativieren – 20 Prozent von nichts sei wenig, 20 Prozent von den Einnahmen seines Schützlings...

²⁸⁸ Vgl. EBD. vom 03.06.1999.

²⁸⁹ Vgl. WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Meldung vom 02.06.1999.

²⁹⁰ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 03.06.1999.

²⁹¹ Vgl. THEIL (1998, 53).

²⁹² Februar 1997, genaue Ausgabe nicht mehr nachvollziehbar.

na ja. Sofort hakt Schmidt nach: Schumis Accessoires würden doch durch ihn vermarktet. Allein die Mütze brächte doch Millionen! Weber gibt zu, dass Mütze und kleine Teile des Anzugs tatsächlich von ihm direkt vermarktet würden, aber der Rest und damit der Löwenanteil gehöre Ferrari und Philipp Morris. Außerdem erinnert Weber daran, dass die 3,5 Millionen DM Anteil an der Mütze auch erst einmal gemacht werden müssten – die Produktionskosten, der Transport, und so weiter... Ach ja, außerdem habe er zu Anfang erst einmal eine Summe im hohen sechsstelligen Bereich in Schumacher investieren müssen. Damals sei noch nicht unbedingt abzusehen gewesen, dass Schumi einmal ein solch großer Medienstar werden würde. Dann ist die Zeit um, Weber erhebt sich, lächelt verbindlich in die Runde und hinterlässt einen durchaus sympathischen Eindruck. Wie ein eiskalter Abzocker, der die Mechanismen der Sportmedien bis ins Letzte für sich ausbeutet, wirkte er wahrlich nicht. Was können wir daraus lernen? Höflichkeit und Ehrlichkeit erzielen auch im gandenlosen Mediensportgeschäft die höchste Rendite? Schauspielerei ist der Schlüssel zum Erfolg? Wahrscheinlich ist es eine Mischung aus beidem.

US-Profigolf: Der Spleen auf dem Green?

Im Frühsommer 1999 erlebte der Caddy Jerry Higginbotham sein Trauma: Sein Chef, US-Profigolfer Mark O'Meara, kündigte ihm fristlos, weil er nicht mehr die übliche Courtage von 7% pro Top-Resultat und 10% pro Titelgewinn an seinen getreuen Helfer zahlen wollte. Mit seinem Rausschmiss befindet sich Higginbotham allerdings in guter Gesellschaft. Auch die Caddies des US-Stars Tiger Woods, des Südafrikaners Ernie Els oder des Schweden Jesper Parnevik mussten ihre Koffer packen. Die Medien warfen ihnen vor: „Alle spielen Frühkapitalismus pur: Je mehr sie verdienen, desto mehr wollen sie behalten. Und sei es zu Lasten ihrer Caddies. [...] Das Thema Geld verdrängt alles andere.“²⁹³ Bemerkenswert ist das allemal, denn Profigolfer verdienen wahrlich nicht schlecht. Allein in den USA ist der Preistopf aller offiziellen Turniere jährlich mit 130 Millionen Dollar gefüllt. Vor allem die 25 Millionen US-Hobbygolfer treiben die Einschaltquoten und damit die Preise für die Übertragungsrechte in schwindelnde Höhen. Die Weltrangliste der Profigolfer wird daher auch gern als Geldrangliste tituiert. Der Verteilungsstreit um das liebe Geld führt mittlerweile zu Grotesken. Beim monumentalen Ryder-Cup-Event, wo die besten Golfer Amerikas gegen die besten Europas antreten, tauchte Higginbotham wieder auf – als Caddy des Spaniers Sergio Garcia. Das 19-jährige Nachwuchstalente hatte zwar mit 15 Millionen Dollar bis dato im Vergleich noch wenig verdient, war aber von der Wichtigkeit eines guten Caddies überzeugt. So assistierte ein Amerikaner den Europäern im Wettkampf gegen das eigene Land. Merke hier: Im Profigolf stinkt (Medien-)Geld offenbar am wenigsten.

Deutsche Eisprinzessin entzückt Amerikaner

Katarina Witt hat es geschafft: Vor dem Fall der Mauer holte sie für die DDR etliche Medaillen als Eiskunstläuferin, nun ist sie in den USA als Profi ein gefragter Medienstar, darf sogar ihre Biographie noch einmal speziell für die Amerikaner schreiben. Die amerikanischen Medienmacher hatten schnell begriffen, dass sie das Goldmädels von einst zum Geldmädels von heute umfunktio-

²⁹³ DIE WOCHE vom 17. 09.1999.

nieren konnten, wie DER SPIEGEL²⁹⁴ zu berichten weiß. Für die Amerikaner hat nämlich der Eiskunstlauf seine besonderen Reize im Wintersport. Bei den Olympischen Winterspielen 1992 etwa verkauft CBS die teuersten Werbeminuten für die Übertragung des Eiskunstlaufs. Und Katarina Witt, „das ‚golden girl from East-Germany‘ soll [als Kommentatorin], mit einfühlsamen Kommentar‘ ([Regisseur] LaCivita) und geschultem Lächeln die Kunden zufriedenstellen.“ Für jene von „Nutrasweet und Illusionen“ lebenden amerikanischen Durchschnittsfrauen, die vom TV vor allem „Emotionen“ verlangen, „verkörpert Katarina Witt eine Märchenprinzessin. Als käme sie geradewegs aus Disneyland, symbolisiert sie das arme Mädchen, das erst für die Kommunisten Dreifachsprünge üben musste und dafür nun mit dem Leben im Schlaraffenland belohnt wird.“ Wenn man aber als Mediensportkommerz-Queen das Schlaraffenland erobert, ist das leider mit Arbeit verbunden: „Bis die Neue auf Kurs gebracht war, dauerte es gar nicht lange. ‚Sie brauchte nur ein bisschen Erziehung‘, sagt der kühle Regisseur. Zwischen den anderen Olympiasiegern, Emmy-Preisträgern und exzellenten Kameraleuten in CBS-Diensten, wurde der Deutschen bedeutet, sei kein Platz für Extratouren. Als Kat [man beachte die ironische Übernahme der amerikanischen Namensabkürzung durch die SPIEGEL-Redakteure] bei Dreharbeiten dennoch Unlust zeigte, ‚haben wir geredet‘, sagt LaCivita, ‚und dann ging es weiter‘. Inzwischen funktioniere Katarina Witt, durch 18 Jahre sozialistischen Trainingsdrill diszipliniert, exakt ‚nach unseren Regeln‘.“ Irgendwie ist es desillusionierend, dass auch eine scheinbar neutrale Kommentatortätigkeit in eine krude Mediensportkommerz-Karriere mündet – ‚Spiegel-Rhetorik‘ hin oder her. Immerhin fungiert Katarina Witt als eine Art unpolitische Botschafterin aus deutschen Landen. „Das sei doch auch ein Stück Zeitgeschichte, beteuert LaCivita: ‚Kat ist die Stimme aus einer Welt, die Amerikaner nicht kennen.““ Wie praktisch für die Medien: Eine ebenso hübsche wie begabte Kati Witt macht fernsehmüde Amis fit.

Deutsch-amerikanische Freundschaft?

Spätestens seit das amerikanische Damenfußballteam vor ausverkaufter Kulisse im eigenen Land Weltmeister geworden ist, gelten die USA nicht mehr als Fußballentwicklungsland. Im Gegenteil, einige US-Nationalspieler kicken in der Fußball-Bundesliga, und deutsche Sportmanager gehen auf Einkaufstour jenseits des großen Teichs. So sind zum Beispiel die Verantwortlichen bei Bayer Leverkusen der Meinung, dass im Land der unbegrenzten Möglichkeiten eben diese auch für den Fußball liegen. Schon fürchtet man eine Fußballübermacht USA, die den Europäern den Rang abläuft, wenn die Werbewirtschaft erst einmal den Boom einläutet, denn zur Jahrtausendwende dümpelt die MLS (Major League Soccer) bei offiziell 1,7 Millionen Dollar Gehaltsobergrenze pro Team(!) dahin. Umgekehrt funktioniert das Spiel schon länger. Europäische Ligen, egal ob Basketball, Eishockey oder sogar Football, stellen keine aktiven Frühpensio-nierungsmöglichkeiten für ausgediente US-Sportler mehr dar. Man findet sich leistungsmäßig zunehmend unter seinesgleichen wieder. Amerikanische Investoren setzen auf deutsche Eishockeyclubs und Footballteams. Das diese Entwicklung ihren Lauf genommen hat, „liegt an der Amerikanisierung des europäischen Sports: Die Werbewirtschaft hat ihn vereinnahmt, Medienhäuser nut-

²⁹⁴ DER SPIEGEL Nr.8/1992, alle in diesem Abschnitt folgenden Zitate entstammen dieser Ausgabe.

zen ihn als Teil der Entertainment-Branche. Sport im Stadion war immer nur lokal, Sport in den Medien ist global – da bekommt plötzlich auch der Austausch über die Weltmeere einen Sinn. Die Formel ist simpel: US-Nationalspieler in der Bundesliga machen den deutschen Fußball in Amerika interessant, Lothar Matthäus in New York macht den US-Fußball in Deutschland interessant.²⁹⁵

Europa: König Fußball in der Klemme?

Die Champions League ist nicht nur in Deutschland ein mediales Großereignis, sondern sie ist das jährliche Fußballgroßereignis der Europäer. Hinzu kommen noch mindestens der UEFA-Cup und diverse nationale Ereignisse. Unabhängig von den Querelen um die Übertragungsrechte für Deutschland scheint die Symbiose aus Sport und Medien im europäischen Fußball um die Jahrtausendwende nicht so recht zu funktionieren. Dabei sind doch in den meisten europäischen Ländern zahlreiche Spiele auch aus den nationalen Liegen zu sehen – ein Paradies für Fußballfans. Oder etwa nicht? Hat man hier bereits den Bogen des Medienspektakels überspannt? Offenbar ist König Fußball durch mediale Überflutung ein Zacken aus der Krone gebrochen. Das jedenfalls behauptete der Fußballreporter Rolf Töpferwien in einem flammenden Plädoyer für eine bessere und gezieltere Auswahl der zu übertragenden Spiele, auf dass Fußballübertragungen wieder zu den Straßengefern würden, die sie einmal waren:

„Waren das noch Zeiten, als Deutschlands Straßen mittwochs abends wie leergefegt aussahen; als Vadder eine Extra-Ration Bier mit raufschleppte und als Mutter zu den obligatorischen Salzstangen vorsorglich auch noch Kartoffelchips bereitstellte. Sie denken an Durbridge? Das Halstuch? (...). Weit gefehlt! Ich rede von Fußball! Von unvergessenen Unikaten wie Köln gegen Liverpool, Madrid gegen Mönchengladbach oder Bayern gegen Atletico. Lang, lang ist's her! Heute ist Deutschlands [und Europas] liebstes Kind zu einem alltäglichen Gebrauchsgegenstand verkommen. Von Montag bis Sonntag zwölf Spiele live – in voller Länge! Frei oder verschlüsselt – ballaballa! Die Ware Fußball: veräußert von Rechthändlern, eingekauft von Medienmogulen für Millionen im dreistelligen Bereich. Aber auch für Millionen von Menschen? Noch ja. Aber ist die Toleranzgrenze der Glotzengucker nicht erreicht, ja überschritten? Die Debatten driften auseinander, pro und contra. Der FIFA-Generalsekretär spricht von Übersättigung, der UEFA-Direktor von einem attraktiven Angebot, der Schalker Manager von Geldbeschaffungsmaßnahmen, der Münchener Vizepräsident von überflüssigem Gerede. So ist das, wenn man unterschiedliche Ansätze hat. Was mir zu denken gibt, ist die Diskussion in sich. Früher wurde über den *Inhalt* der Spiele, heute wird über die *Anzahl* der Spiele geredet. Läuft da nicht irgend etwas in die falsche Richtung? Wer ist verantwortlich? Wir vom Fernsehen? So lange die Quote stimmt, ist doch alles in Ordnung... Zweifel habe ich nur, wenn ich die halbleeren Ränge sehe. Fußball lebt doch von vollen Stadien voller Emotionen! Ohne diese droht er zu verkümmern – zum Fernsehsport für Pantoffelhelden!“²⁹⁶

Pointierter kann man den drohenden Identitätsverlust des Fußballs wohl nicht auf den Punkt bringen. Hier wirken die Medien offenbar als Sedativum – es drohen dumpf-desinteressierte Zuschauer zurück zu bleiben. Die ersten Auswirkungen sind schon zu sehen: Ein britischer Unternehmer und Fußballfan wurde von jemandem, der Fußball wohl nur noch als Mediensport kannte, gefragt,

²⁹⁵ DER SPIEGEL Nr.41/1999; auf demselben Artikel beruhen die anderen Ausführungen in diesem Absatz.

²⁹⁶ Kommentar im *Aktuellen Sportstudio*.

warum er in die Medien-Modesportart Fußball investiere. Der Unternehmer antwortete leicht erzürnt: „Fußball eine Mode? Es ist eine Leidenschaft!“²⁹⁷

Murdochs ‚trockene Tücher‘ für ‚klammen‘ Kirch

Seit einigen Jahren versucht der deutsche Medienmagnat Leo Kirch nun schon, Pay-TV und digitales Fernsehen nach amerikanischem Vorbild in Deutschland einzuführen. Bisher noch mit verhaltenem Erfolg, denn die Zahl der Abonnenten lag bis 1999 weit unter dem Soll, was zu nicht unerheblich finanziellen Schwierigkeiten Kirchs geführt haben soll; genaue Zahlen bleiben allerdings bis heute im Dunkeln. Auch des Moguls neues Baby, das digitale Fernsehpaket ‚Premiere World‘, wurde von der Presse nicht sehr gelobt.²⁹⁸ Es gebe weiterhin genügend Spielfilme und Sportereignisse im Free-TV, und ob nun Spielereien wie ein aufteilbarer Bildschirm, mehrere wählbare Kamerapositionen oder eine Originalton-Übertragung die Nutzer vom Hocker reiße, dass sei dahingestellt. Außerdem sei Kirchs „Hochpreispolitik“ sehr fragwürdig. Lautet also tatsächlich „Viel Pay, wenig Idee“ die Schlussfolgerung?²⁹⁹ Zumindest der erste Teil der Aussage dürfte stimmen. Kirch hat nämlich unerwarteterweise finanzielle und strategische Hilfe aus Übersee bekommen, und zwar von genau jenem Rupert Murdoch, der bereits ruppig-resolut die Champions League samt Sender TM3 an sich riss. Seitdem spätestens stehen die Zeichen auf Sturm. „Murdoch, hilf!“ titelte DIE WOCHE³⁰⁰, und es klang ein bisschen wie ‚Himmel, hilf!‘ Man glaubte nämlich zu wissen, dass Murdoch als Pay-TV-Experte seiner Maxime, alles auf eine Karte zu setzen, treu bleiben werde. Und Murdoch spielte bisher vor allem die Karte ‚Sport‘! „Murdochs Konzern Erfahrung besagt, dass für den Durchbruch auf einem Fernsehmarkt der Inhalt entscheidend ist. Ob Australien, England oder in den USA – Murdoch erwirbt die Übertragungsrechte am jeweiligen Nationalsport. Oder er kauft Vereine, Stadien, ja ganze Ligen.“³⁰¹ Nun gilt es nur noch, eins und eins zusammenzuzählen, und schon wird klar, dass sich mit Bundesliga-Rechtebesitzer Kirch und Champions-League-Rechtebesitzer Murdoch möglicherweise doch zwei gesucht und gefunden haben. Murdoch versucht schon lange, im größeren Stil auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen: „Die Größe des Medienmarktes spiegelt Deutschlands führende Position in Westeuropa ebenso wider wie die Rolle als Tor nach Osteuropa“, ließ er sich einst vernehmen.³⁰² Durch eine Allianz können Kirch und Murdoch nur gewinnen: Kirch bekäme (noch?) mehr Geld, Murdoch die Fußball-Bundesliga. Zusammen können sie sowohl im Pay-TV als auch im Free-TV – Kirch gehört ja noch z.B. PRO7 und SAT.1 – schalten und walten, wie sie wollen, zumal das Imperium des Australo-Amerikaners über eine extraordinary finanzielle Wucht verfügt. Seit Dezember 1999 ist es Fakt: Murdoch ist bei Kirch mit knapp drei Milliarden DM eingestiegen. Und fraglich erscheint, ob die Politiker in der Lage oder auch nur willens sind, dem ebenso dukatenschweren wie dickschädelligen Duo diesmal die Stirn zu bieten. Hier wird Medienimperialismus wie aus dem Lehrbuch praktiziert. Möglich macht es – der Sport!

²⁹⁷ Wörtlich: „Football a fashion? It’s a passion!“ Bericht auf SKY-NEWS am 25.10.1999.

²⁹⁸ Vgl. DIE WOCHE vom 1. Oktober 1999.

²⁹⁹ So die Bezeichnung bzw. Schlagzeile in EBD.

³⁰⁰ Ausgabe vom 22. Oktober 1999.

³⁰¹ EBD.

³⁰² EBD.

Verschollen im Bermuda-Dreieck?

Kein Zweifel: Die Medien-Macher ‚feuern aus allen Rohren‘. Nicht umsonst also befürchtet Eisstar Katarina Witt, dass die Sportler ‚zu Randfiguren‘³⁰³ werden. Im sogenannten ‚magischen Dreieck aus Sport-Medien-Wirtschaft‘³⁰⁴ wird mit harten Bandagen gekämpft. Was zählt, ist am Ende der Profit und nichts anderes. Die Konsumenten sollen sehen, nachfühlen und schließlich nachmachen. Und für alles geben sie eben Geld, viel Geld aus. Pay-TV, Eintrittsgelder, Sportartikel und beworbene Imageprodukte haben nun mal ihren Preis.

Man darf gespannt sein, wohin die Entwicklung bei anhaltender Intensivierung der Verbindung des Sports mit den Massenmedien führt. Die meisten, die sich mit Sport befassen, streben den Schein einer ‚Reinheit‘ des Sportereignisses gegenüber der Kontamination mit Geld und Medien gar nicht erst mehr an.³⁰⁵ Das erscheint, zynisch gesagt, vernünftig, denn wer kann dieses beherrschende Phänomen, dieses magische Dreieck noch leugnen? Wer nicht daran glauben will, macht sich das Fanleben selbst unnötig schwer! Sollte sich die Spirale allerdings unaufhaltsam weiterdrehen, so könnte das ‚magische Dreieck‘ für alle Beteiligten zum ‚Bermuda-Dreieck‘ werden, welches den Spitzensport samt seinen Protagonisten verschlingt.

2. Vom Kasper zum Könner? – Der Sportreporter als solcher...

...hat unter den Journalisten angeblich einen schweren Stand. So wird Sportreportern von Medienkritikern immer wieder ‚mangelnde Distanz zum Sportgeschehen, einseitige Konzentration auf den Hochleistungssport und effektheisende Berichterstattung‘³⁰⁶ vorgeworfen. Sie gelten als von den Politikjournalisten entmündigt,³⁰⁷ als Außenseiter der Redaktion,³⁰⁸ ja teilweise als Nationalisten und Chauvinisten. Harte Worte, deren aktueller Wahrheitsgehalt zu prüfen ist. Und natürlich sollen sie das Publikum stets ebenso unterhaltsam wie kompetent über das sportliche Geschehen informieren.³⁰⁹

Es mag wohl sein, dass der Sport im Vergleich zur Politik als zweitrangig angesehen werden muss. Natürlich wird Sport oft mit Krawall und Geschrei assoziiert.³¹⁰ Und natürlich trägt es nicht gerade zum Renommee der Sportreporter bei, wenn deren fachliche Qualifikation nur mit völlig unzureichenden Methoden geprüft wird,³¹¹ wenn das ‚wichtigste Kriterium des TV-Sportjournalisten, die exakte Kenntnis des audiovisuellen Vermittlungsvorgangs

³⁰³ DER SPIEGEL Nr. 1/1995.

³⁰⁴ GÖRNER (1995, 34).

³⁰⁵ Noch 1988 behauptete GUMBRECHT, HANS ULRICH (1988): ‚*Dabei sein ist alles*‘. *Über die Geschichte von Medien, Sport, Publikum*. Arbeitshefte Bildschirmmedien 1, Universität-GHS-Siegen, 1, das Gegenteil.

³⁰⁶ Vgl. FISCHER (1994) in: HACKFORTH/FISCHER (1994, 57).

³⁰⁷ Vgl. BINNEWIES, HARALD: *Sport und Massenmedien*. Ahrensburg bei Hamburg, Verlag Ingrid Czwalina, 45.

³⁰⁸ ERTL (1978) in: HACKFORTH/WEISCHENBERG (1978, 178) u. GÖRNER (1995, 63).

³⁰⁹ Vgl. zu den Aufgaben der Sportjournalisten z.B. auch BINNEWIES, HARALD (1974): *Sport und Sportberichterstattung*. Inaugural-Dissertation (Freie Universität Berlin), 253, oder BIRGIT SCHUMACHER (1990): *Berichterstatter, Enthüller, Werbeträger*. In: WEISCHENBERG, SIEGFRIED (1990): *Journalismus & Kompetenz*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 283ff.

³¹⁰ Vgl. GÖDEKE, PETER (1976): *Der Stellenwert des Sports im Hörfunkprogramm*. Münster, 196.

³¹¹ Vgl. HACKFORTH, JOSEF (1975): *Sport im Fernsehen*. Münster, Verlag Regensberg, 236.

und das Einschätzen der eigenen Position in diesem kommunikativen Prozess (...), weder verlangt noch erörtert und diskutiert [werden].³¹²

Doch dürften gerade die letzten Jahre zu einer Wandlung geführt haben. Spätestens seit dem Doping-Skandal bei der Tour de France 1998 sind die Sportreporter aufgewacht. Pauschale Kungelei und Kumpanei mit Athleten wird man ihnen wohl nicht mehr vorwerfen können, denn das Thema Doping wird nun weder verharmlost noch verschwiegen. Eher ist das Gegenteil eingetreten. Wie nach einer Art Katharsis der Sportberichterstattung werden hinter jeder guten Leistung Arzt und Apotheker vermutet. Es darf allerdings nicht verschwiegen werden, wie wichtig die guten Beziehungen der Journalisten zu den Sportlern sind: Sie bedeuten bares Geld. „In Zeiten, in denen im Millionengeschäft ‚Sport‘ Übertragungsrechte gehandelt werden wie Rinderhälften, ist Quote alles. Sportler hat man da besser zum Freund. (...) Wer sägt schon an dem Ast, auf dem er sitzt? Für die Kommentatoren heißt das: Augenmaß bewahren, wenn man über die Probleme des Spitzensports berichtet. Wenn Idole angekratzt werden oder sich verweigern, schalten viele [Zuschauer] ab.“³¹³ Zweifellos wurde und wird mit diesem Faustpfand Schindluder getrieben, mutieren manche Sportreporter zu Hofberichterstattern der Spitzensportler.³¹⁴ Aber es kann nicht behauptet werden, dass die Sportreporter generell nicht über die Stadionmauern hinausblickten.³¹⁵ Schließlich sieht sich der Sportjournalist „in seiner Rolle als Kommunikator, dessen Aufgabe im Großteil in der Auswahl der vorhandenen Informationen besteht, vielfältigen Einflussgrößen ausgesetzt.“³¹⁶ Er hat wie alle anderen Journalisten damit zu kämpfen, dass sein Arbeitgeber in aller Regel ein privates Wirtschaftsunternehmen ist, welches mit der Publikation von Sportmeldungen bzw. Sportübertragungen Geld verdienen muss, womit wir wieder einmal bei der Verflechtung von Wirtschaft, Sport und Medien angelangt sind. Will sich der Journalist in diesem Dreieck sicher bewegen, muss er absolut professionell ausgebildet sein. Möglicherweise liegt hier der Grund dafür, dass neuerdings auch in Deutschland der Trend zur Akademisierung der Sportjournalisten zu verzeichnen ist.³¹⁷

Stümper?!

Bevor man mit Sportreportern ins Gericht geht, sollte man sich verdeutlichen, dass es *die* optimale Berichterstattung sicherlich nicht gibt. Im Laufe der Zeit ändert sich so ziemlich alles, was eine gute Reportage ausmacht. Wer heute hört, wie z.B. Jörg Wontorra 1984 ein Fußball-Bundesligaspiel in einer typischen Filmbearbeitung³¹⁸ für die *ARD-Sportschau* kommentierte, der fragt sich ernsthaft, ob da derselbe Wontorra wie heute am Mikrofon sitzt. Er kommentierte mit ruhigem Tonfall und sachlich-fachlicher Sprache. Die berühmtesten Sportmetaphern kamen kaum zum Einsatz. Hintergrundgeräusche

³¹² EBD.

³¹³ ARD-Dokumentation *Doping: Lügen und gewinnen*.

³¹⁴ Vgl. BLÖDORN (1978) in: HACKFORTH/WEISCHENBERG (1978, 228).

³¹⁵ Vgl. zu dieser Behauptung BINNEWIES (45).

³¹⁶ LUDWIG, UDO (1987): *Kabale und Liebe: Sportjournalisten an Tageszeitungen u. Profifußballvereinen*. Münster, Lit, 163.

³¹⁷ Vgl. HACKFORTH (1999) in: TROSIEN/DINKEL (1999, 52).

³¹⁸ Unter Filmbearbeitung wird hier der Zusammchnitt der Live-Reportage bzw. ein geraffter Bericht verstanden, der mit neuem Kommentar unterlegt wird. Vgl. dazu auch RIHA, KARL (1978): *Sport im Fernsehen. Zur Dramaturgie von Sportsendungen*. Massenmedien und Kommunikation (MuK) 0, Universität-GHS-Siegen.

aus dem Stadion wurden gedämpft, die Stimme des Reporters überlagerte alles Andere klar. Fast wähnt man sich in einer Nachrichtensendung wie der *Tageschau*. Der Reporter dokumentierte das aufbereitete Geschehen im Vergleich zu heute nahezu emotionslos. Damals brauchte die ARD als Monopolist eben um keine Zuschauer zu buhlen. Wer sich interessierte, schaute zu – Quote hin oder her. Kameraeinstellungen, Dauer, Werbemaßnahmen, Anmoderation, Rahmenprogramm, fast alles änderte und ändert sich im Laufe der Zeit. Freilich war der sachliche Stil von einst noch kein Beweis für fachliche Kompetenz, doch kann man sich massiver Publikums- oder Kritikerproteste kaum erinnern. Heute dagegen werden Fernsehkommentatoren wie Hans-Reinhard Scheu von der ARD ins Radio verbannt, weil genau dieser Stil nicht mehr gefragt ist. Scheu warf man vor, er sei zu wenig emotional und zu sachlich!

Fakt ist allerdings, dass die Sportjournalisten in Deutschland wie in Großbritannien oder den USA bis heute kein vorgeschriebenes Ausbildungscurriculum durchlaufen müssen, es gibt keinen Ausbildungsgang zum Sportjournalisten. In Deutschland gibt es nicht einmal ein normatives Lehrbuch. Hier muss sich der Nachwuchs einzig auf gute Mentoren oder angeborenes Talent verlassen. In den USA ist das anders, dort hat John R. Hitchcock sein Handbuch als Klassiker zum Thema plazieren können.³¹⁹ Wie in fast allen Bereichen sind die USA offenbar auch in der Heranführung des Sportjournalistennachwuchses an seine zukünftige Aufgabe Vorreiter.³²⁰ Ein Land, welches über derartige Ressourcen verfügt, hat es zudem ungleich leichter, qualifiziertes Personal zu finden. Schließlich geht es nicht nur darum, ob ein Reporter sein journalistisches Handwerk beherrscht, sondern er muss auch und vor allem fachlich sehr firm sein. Was nützt der brillianteste Rhetoriker, wenn er nichts von der Sportart versteht, über die er berichtet? Heute wird in Deutschland vor allem in Ausnahmesituationen der Mangel an qualifizierten Kräften wieder akut, das zeigen die Probleme des Senders TM3, der 1999 unter starkem Zeitdruck nur mit Mühe ein Reporterteam für die Champions-League zusammenstellen konnte. So waren wohl die nicht seltenen Ausrutscher des deutschen Privatfernsehens, als es am schnellsten expandierte und sportliche Großereignisse nach amerikanischem Vorbild im großen Stil übertrug, vor allem auf den mangelnden Journalistennachwuchs zurückzuführen. So schnell, wie sich das Fernsehen entwickelte, waren eben keine qualifizierten Kräfte zu bekommen.

Besonders der deutsch-luxemburgische Sender RTL (zunächst RTL-PLUS) stand in der Kritik. Zwar hatte man dort den unmittelbar bevorstehenden Formel-1-Boom erkannt und sogar noch angeheizt, aber das richtige Personal stand nicht zur Verfügung. So muss sich z.B. Willy Knupp von Szenekennern wie Achim Theil einiges vorwerfen lassen: „Mit welcher Sicherheit sich die RTL-Verantwortlichen bei der Wahl ihrer moderaten Toren [schönes Wortspiel] vergreifen, ist schon beeindruckend. Anfangs machte die Reporterattrappe Willy Knupp in aller Eile einen schlechten Job. Der früh Ergraute scherte sich nicht lange um seine Inkompetenz. (...). Aber selbst in Köln wird nicht jede Form von Narrentum geduldet. Knupp wurde vom Mikrofon entfernt (...).“³²¹ Auch die Nachfolger Kai Ebel, Heiko Waßer und Jochen Mass finden keine Gnade, ihnen werden sachliche Inkompetenz und Anbiederei vorgeworfen: Konzentration auf Michael Schumacher, technisches Unverständnis, mangelnde

³¹⁹ JOHN R. HITCHCOCK (1989): *Sports & Media*. Terre Haute.

³²⁰ Vgl. KRÜGER (1993) in: KRÜGER/SCHARENBERG (eds.) (1993, 43).

³²¹ THEIL (1998, 263).

Rennübersicht, zu viele wilde Spekulationen.³²² „Geteiltes Leid ist eben doch nicht gedrittelt, sondern zumindest in diesem Falle dreifaches.“³²³ Den Einschaltquoten tun Theils Ausführungen allerdings keinen Abbruch.

Auch als man 1989 erstmals das Tennisturnier von Wimbledon übertrug, hagelte es Kritik, wenngleich mit moderateren Tönen. So befand das TENNIS-MAGZIN³²⁴ Folgendes: „Kollege Burkhard Weber versteht vom Tennis einfach zu wenig, als dass man ihn in Wimbledon noch einmal vor ein Mikrofon lassen sollte.“ Immerhin wird Weber ein gutes Verständnis seines Reporterhandwerks bescheinigt. Auch die Ex-Spielerin Petra von Oyen wurde als rhetorisch minderbegabt kritisiert, wobei ihr allerdings keine Schnitzer, wie z.B. jener legendäre Versprecher von Carmen Thomas („Schalke 05“), unterlaufen waren. Selbst Gerd Szepanski wurde vorgeworfen, dass man ihm bei aller sachlicher Kompetenz seine Herkunft als Radioreporter anmerke, er könne einfach nicht schweigen. Diesen letzten Kritikpunkt darf man allerdings getrost als Ansichtssache verbuchen.

Dass die Verfehlungen des Privatfernsehens teilweise wirklich krass waren, beweist die Tatsache, dass es darüber sogar wissenschaftliche Untersuchungen gibt, so z.B. über die Berichterstattung der Australian Open durch eben RTL PLUS.³²⁵ Besonders *ein* Reporter von RTL PLUS war so schlecht, dass das selbsternannte Fachmagazin SPORTBILD zu dem Ergebnis kam, man solle ihn am besten „vergessen“.³²⁶ Damit fiel der Privatsender ungewollt auf ein fachliches Niveau, das gefährlich nahe heranrückte an die selbstironische interne Interpretation der Buchstaben RTL: „Rammeln, Töten, Lallen.“³²⁷

Superstars?!

Doch wenden wir uns den aktuellen Erscheinungen zu, denn das Privatfernsehen dürfte inzwischen die schlimmsten Kinderkrankheiten in jenem Ressort bzw. Programmbereich überwunden haben, auch wenn beileibe noch keine Entwarnung gegeben werden kann. Nicht wenige Sportreporter sind zudem mittlerweile zu Stars avanciert, die sowohl an Popularität als auch an Entlohnung vielen Spitzensportlern gleich kommen. So erhielt z.B. Brent Musburger schon Ende der 80er Jahre vom Sender CBS 2 Millionen Dollar jährlich,³²⁸ während in Deutschland gefragte Journalisten wie Marcel Reif immerhin Jahresgehälter jenseits von 500.000 DM beziehen.³²⁹ Ob diese Summen aufgrund der Qualität ihrer Arbeit im Sinne einer sprachlich wie fachlich lupenreinen Berichterstattung gerechtfertigt sind, sei dahingestellt. Kritische Stimmen, sowohl in Deutschland als auch in den USA, zählen die Stars zu den Showmastern einer unterhaltungsorientierten Sportaufbereitung, nicht aber zu den wirklich seriösen Sportjournalisten.³³⁰ Zu den Totalausfällen ihres Metiers zählen sie aber sicher auch nicht, denn die hat das Privatfernsehen mittlerweile mehrheitlich auf das Abstellgleis geschoben.

³²² EBD., 265.

³²³ EBD., 264.

³²⁴ Ausgabe vom August 1989.

³²⁵ Siehe dazu THIELE (1993) in: KRÜGER/SCHARENBERG (eds.) (1993, 256-282).

³²⁶ EBD., 271.

³²⁷ WEISCHENBERG (1997, 44).

³²⁸ Vgl. KRÜGER (1993) in: KRÜGER/SCHARENBERG (eds.) (1993, 44f.).

³²⁹ Vgl. DER SPIEGEL Nr.1/1995.

³³⁰ Vgl. KRÜGER (1993) in: KRÜGER/SCHARENBERG (eds.) (1993, 44f.) u. DER SPIEGEL Nr.1/1995.

Dass die Starreporter bzw. -moderatoren längst nicht mehr zum Fußvolk der Sportjournalisten oder gar den Außenseitern der Redaktion gehören, mussten jüngst auch Rupert Murdochs Headhunter erfahren. Als man mit dem Sender TM3 die Champions-League-Rechte erwarb, fehlte praktisch die komplette Sportredaktion. Den Mangel an erstklassigen Köpfen, „die nicht nur die Pflicht, sondern auch die Kür beherrschen“³³¹, versuchte der ebenfalls neu ernannte Redaktionsleiter Michael Pfad denn auch herunterzuspielen. „Bei mir steht nicht im Vordergrund, einen Superstar zu verpflichten, sondern Teamspieler.“ So in etwa reden auch Fußballtrainer, wenn ihnen der Transfer eines Leistungsträgers missglückt ist.³³² Doch warum hatte TM3 versagt? Ganz einfach, man hatte genau den Trend zum zu hofierenden Starmoderator verschlafen und war entsprechend großspurig aufgetreten. Das verschreckte die mittlerweile ebenso selbstbewussten wie sensiblen Moderatoren.

Großer Beliebtheit bei den Fans erfreuten sich z.B. auch die Formel-1-Kommentatoren Ben Edwards und John Watson (EUROSPORT), beide übrigens rennerfahren. EUROSPORT sendete live ohne großes Rahmenprogramm, und da mussten die beiden Kommentatoren bei jedem Rennen hellwach sein und sämtliche Information ausschließlich in die Zeitspanne des Rennens pressen. Offenbar gelang ihnen das gut.³³³ Als Ikone gilt der ehemalige BBC-Kommentator Murray Walker, obwohl (oder gerade weil) er aus seiner Sympathie für Englands Superstar Damon Hill nie einen Hehl machte. Offenbar gewähren die Briten ihren Kommentatoren mehr Nationalstolz als die Deutschen. Murray bewies, dass dies sogar ohne Kriegsvokabular und Stammtischparolen möglich ist. Gerade beim Mega-Event ‚Formel-1‘ zeigten die britischen Sender ein sehr glückliches Händchen in der journalistischen Besetzung.

Ein bemerkenswertes Ethos zeigt auch Johannes B. Kerner, der für das ZDF allein die Fußball-Länderspiele der deutschen Nationalmannschaft kommentiert und dabei gute Kritiken bekommt. Vor der EM 2000 erläuterte er:

„Ich versuche einen guten Job zu machen, das ist alles. Ich fahre zum Beispiel mit der Nationalmannschaft ins Trainingslager nach Mallorca für zwei Tage. Dafür bekomme ich, von den Reisekosten abgesehen, kein Geld. Aber ich bin mir sicher, dass es einfach besser ist, die Mannschaft getroffen zu haben, bevor die EM beginnt. Ich bin dann einfach näher dran. Dann kann ich hier und da mal etwas an Informationen einfließen lassen. Ich hatte auch dem ZDF zu Beginn meiner Tätigkeit gesagt, dass ich nur Länderspiele übernehmen würde, sofern sie möchten, dass ich Sportereignisse live kommentiere. Für alles andere fühle ich mich derzeit zu wenig informiert. Bei meinem dichtgedrängten Kalender habe ich für mehr einfach keine Zeit. Um ein Spiel zu kommentieren, reicht es nicht, sich mit dem KICKER über diverse Mannschaften zu informieren.“³³⁴

Fußvolk?!

Solange Reporter Sportler despektierlich abkanzeln („Was ist dieser Kahn bloß für ein Mensch, schauen sie sich diesen Gesichtsausdruck an: animalisch.“³³⁵), sich in anstößig-primitiver Pseudo-Poetik ergehen („die erigierte Freude“³³⁶) oder grobe fachliche Schnitzer begehen, wird sich die Spreu vom Weizen tren-

³³¹ BERLINER ZEITUNG vom 14.06.1999.

³³² EBD.

³³³ Vgl. THEIL (1998, 267).

³³⁴ In einem Interview mit dem Autor.

³³⁵ EBD., Ausspruch von Fußballkommentator GERD RUBENBAUER.

³³⁶ DER SPIEGEL Nr.1/1995, Ausspruch von Fußballkommentator WERNER HANSCH.

nen. Nicht jeder kann die beliebten Stilmittel der Sportberichterstattung (Metaphern, Übertreibungen, Personalisierungen) adäquat einsetzen. Ein guter Ex-Sportler etwa kann ein guter Reporter sein, muss es aber nicht. Noch vor einigen Jahren empfanden daher Sportjournalisten das Auftreten ehemaliger oder noch aktiver Hochleistungssportler mehrheitlich als berufsabwertend.³³⁷ Das mag auch daran liegen, dass manche ehemaligen Sportler gewissen unpopulären Begleiterscheinungen des Sports nicht unvoreingenommen gegenüber stehen. Insofern können sie auch ihrer Pflicht zur objektiven Informationsvermittlung nicht in vollem Umfang nachkommen, es sei denn, sie revidieren ihre Haltung. Kristin Otto, die ehemals weltbeste Schwimmerin und heutige ZDF-Kommentatorin, bezeichnete anlässlich der Dopingenthüllungen im DDR-Sport den Heidelberger Molekularbiologen Professor Werner Franke als irgendeinen Hobby-Autor – jenen Werner Franke, der allgemein als weltweit führender Dopingexperte bekannt ist.³³⁸ Später kam ans Licht, dass sie selbst wissentlich in das DDR-Dopingsystem tief verstrickt war.³³⁹ Wirklich gute Reporter gehen offenbar eher selten aus ehemaligen Sportprofis hervor. Immerhin, viele bringen es zu passablen Co-Kommentatoren, wie die Fachpresse betont. Gute Beispiele sind die ehemaligen Radprofis Stephen Roche und Tony Rominger, die die Berichterstattung auch ohne ihre ‚Chefs‘ David Duffield bzw. Klaus Angermann für kurze Zeit reibungslos und rhetorisch durchaus versiert aufrecht halten können. Auch Ex-Fußball-‚Held‘ Günter Netzer schlägt sich als Studioexperte mehr als achtbar. Eigentlich hat er längst den Aufstieg zum Starkommentator bzw. -experten geschafft: Im Jahr 2000 erhielt er zusammen mit NDR-Reporter Gerhard Dellling den renommierten Adolf-Grimme-Fernseh-Preis für seine gekonnte Mischung aus „Information, Spannung und Vergnügen“.³⁴⁰

„Viel Erfolg auf der Toilette“: Formel-1-„Boxenluder“(?) Kai Ebel

Mit wie vielen Abhängigkeiten und Widrigkeiten ein Sportreporter, besonders wenn er vor Ort interviewen muss, zu kämpfen hat, gab ein bekannter Vertreter seiner Zunft in einer Talk-Show preis:³⁴¹ Kai Ebel, von Kritikern oft geschundener Formel-1-Reporter für RTL, verhehlt gar nicht erst, dass er sich als Kommentator über Jahre hinweg Kompetenz und Respekt erst erarbeiten musste, und zwar im Job. Das ist bemerkenswert, weil Deutschland eine große interessierte und finanzkräftige Formel-1-Fangemeinde beheimatet, die offenkundig inkompetente Reporter ebenso missbilligt wie ein inkompetenter Reporter das Image der Formel-1 beschädigen würde. Ebel bestätigt, dass eine gute Formel-1-Reportage auch von den sehr professionellen Fahrern, die die Anforderungen des Mediensports genau kennen, abhängt. Nur dann, so Ebel, könne er als verlängerter Arm des Zuschauers, der die entscheidenden Fragen stellen darf, wirken. Sehr offen spricht er auch über seine anfängliche Naivität im Job, selbst gegenüber den ganz elementaren Gefahren des Motorsports: „Ein Beispiel: Ich mache ein Interview mit Mikka Häkkinen in Hockenheim, damals, stelle ihm eine Frage... der kriegt ganz große Augen und rennt nach hinten weg, ich denke: ‚Ebel, was hasst Du jetzt wieder für eine Scheiße gefragt‘, da sehe ich, dass

³³⁷ Vgl. NAUSE (1988) in: HACKFORTH, JOSEF (ed.) (1988): *Sportmedien & Mediensport: Wirkungen – Nutzung – Inhalte der Sportberichterstattung*. Berlin, 245.

³³⁸ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 19.03.1998

³³⁹ WWW.SPORT1.DE, Meldung vom 11.12.1999, unter Berufung auf FOCUS.

³⁴⁰ So die Meldung in den Abendnachrichten am 09.03.2000.

³⁴¹ *Illnach9* (NDR), gesendet im Oktober 1999.

nebenan der Jos Verstappen im Benetton lichterloh brennt – fünf Meter Stichflamme! Und da war mir klar, warum der weggerannt war! Ich hab‘ gesagt: ‚So, hier brennt’s, ich geb‘ schnell wieder ab.‘³⁴² Seitdem trägt Ebel den gleichen feuerfesten Overall wie die Fahrer. Verstappen erlitt eine Rauchvergiftung. Vieles hängt zudem vom schieren Zufall ab, obwohl der Reporter über Funk mit der Regie verbunden ist: ‚Mit Damon Hill war das so am Nürburgring. Ich stand gerade da, wo er dann herkam, und da hatte ich ihn als erster am Mikrofon. Hinterher kam dann eine Riesentraube auf ihn zu, dass war dann schon ganz angenehm, dass ich da meine Arbeit schon getan hatte.‘³⁴³ Auch als Ebel die Vorgehensweise der verschiedenen Fahrer beschreibt, weist er darauf hin, dass er immer nur weitergeben könne, also sich immer auf die Aussagen Anderer verlassen müsse. Das Schönste an seinem Job sei der Moment, wenn es vorbei, das Rennwochende gelaufen sei. ‚Ich denke immer: ‚Hoffentlich kriege ich meine Interviews zusammen, hoffentlich klappt das, tun’s die Ohren [die ‚Ohrstöpsel‘] richtig, ist der Funkkontakt da?‘³⁴⁴ Angesichts solcher Zwänge, hautnah dabei zu sein, fragte der Talkmaster, ob er in Groupie-Manier wohl so etwas wie das ‚RTL-Boxenluder‘ sei. Richtig lachen konnte Ebel darüber nicht. Andererseits folgt er in der Tat den Formel-1-Stars im gnadenlosen Kampf um die Quote schamlos bis fast auf das stille Örtchen – ist der moderne Reporter gezwungenermaßen nur noch eine ‚Quotenhure‘? Im Vorfeld des Grand Prix in Interlago (Sao Paolo) 2000 etwa fing Ebel Schumacher auf dem Weg zur Bedürfnisverrichtung ab³⁴⁵: ‚Michael Schumacher läuft schnell, wahrscheinlich ist er auf dem Weg zum Geschäft.‘ Das hielt den ebenso schnellen Reporter nicht von seinen Fragen ab. Das unfreiwillig komische Schlusswort: ‚Vielen Dank und viel Erfolg im Rennen und auf der Toilette.‘

Das Nackenhaar des Anchormans

Kein Zweifel, mit dem Wachstum des Sports und der Medien wächst auch die Bedeutung der Sportreporter und -kommentatoren. Vorsichtig eingeschätzt, sind sie zumindest in punkto Gehalt nicht mehr die Außenseiter der Redaktion. Und im Hinblick auf journalistische Ausdrucksfreiheit, abgesehen von Nationalismen, liegen sicherlich die Deutschen im internationalen Vergleich mit an der Spitze. Wer die ‚erigierte Freude‘³⁴⁶ verkündet, kann in Deutschland immerhin zum ‚Ruhrgebietspoeten‘³⁴⁷ stilisiert werden – in den USA würde sich angesichts solcher Sprüche wohl nur eines aufrichten: Das Nackenhaar des Anchormans.

3. Idole und Idioten – Sportler in den Massenmedien

Die Sportlerinnen und Sportler sind unbestritten die Protagonisten des Sports. Wenn es um Spitzensport geht, dann werden sie oft zu Idolen bzw. zu Idolen gemacht. Idole braucht der moderne Mediensport, wenn er überlebensfähig bleiben will, denn Idole kurbeln den Konsum der sportbegeisterten Massen an,

³⁴² EBEL in EBD.

³⁴³ EBD.

³⁴⁴ EBD.

³⁴⁵ RTL-Sendung *Formel-1: Großer Preis von Brasilien* vom 26.03.2000.

³⁴⁶ DER SPIEGEL Nr.1/1995.

³⁴⁷ EBD.

sie popularisieren ganze Sportarten (Beispiel: ‚Gentleman-Boxer‘ Henry Maske)³⁴⁸, sie lassen sich wunderbar zur Stimmungsmache im Volk einsetzen und sie versetzen ihre Fans immer wieder in einen ekstatischen Zustand.³⁴⁹ Idole braucht das Volk. Idole schließlich sorgen oft für die kontinuierliche Entwicklung des Nachwuchses, weil Kinder nun mal Vorbilder brauchen, um den Weg auch in die Sport-Welt zu finden.

Die Idolisierung erfolgt über die Projektion unserer Wünsche und Emotionen auf den Sportler. Wir identifizieren uns mit unserem Idol. Spätestens seit Freud wissen wir, dass Identifizierung die Gefühlsbindung an eine andere Person bezeichnet. Dieser Vorgang selbst ist zunächst völlig wertneutral, erst wenn wir uns wegen unserer eigenen Unvollkommenheit an das vermeintlich vollkommene Idol anhängen, gewinnt die Idolisierung an Profil.³⁵⁰ Dass die Idole längst Multimillionäre geworden sind, stört dabei wenig. Im Gegenteil, in vielen Fällen wird die Bewunderung eher noch größer, denn es scheint ein Stück vom Ruhm und Reichtum auf die Fans zurück zu fallen. Idole müssen also ganz bestimmte Voraussetzungen erfüllen, um als solche anerkannt zu werden. Vor allem müssen sie für große Teile der Gesellschaft konsensfähig sein. Diese Vorgaben werden idealerweise anhand von mindestens vier verschiedenen Stereotypen realisiert.³⁵¹

³⁴⁸ Vgl. MICHLER, K. (1999) in: TROSIEN/DINKEL (eds.) (1999, 62ff.).

³⁴⁹ Vgl. GENDOLLA, PETER (1988): *Idole in den Massenmedien*. Massenmedien und Kommunikation (MuK) 51, Universität-GHS-Siegen, 4).

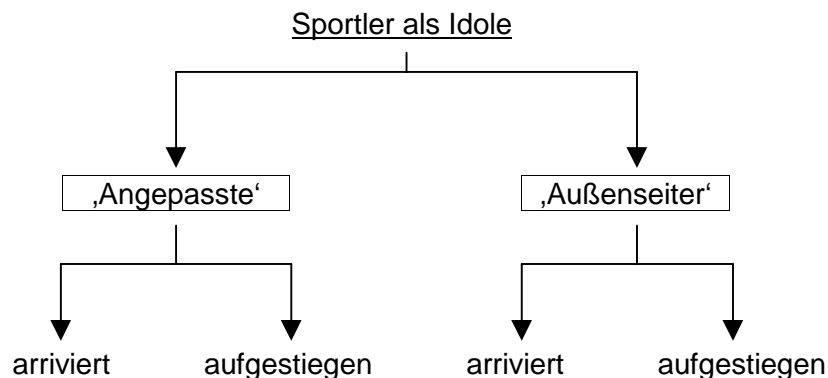
³⁵⁰ Vgl. QUANZ, LOTHAR (1974): *Der Sportler als Idol*. Gießen, Focus-Verlag, 48.

³⁵¹ Die Typisierungen des Aufsteigers und Außenseiters finden sich z.B. bei VOMSTEIN (1988, 97) u. QUANZ (1974, 60f.) Die Ausdifferenzierung in zwei Untertypen wurde vom Autor vorgenommen.

Sportidole als Stereotypen	
<p style="text-align: center;">Der ‚aufgestiegene Angepasste‘:</p> <p>Er ist der „bescheidene, trainingsfleißige und den Reportern gegenüber stets zuvorkommende Athlet, treuer Familienvater meist und aus einfachen Verhältnissen stammend.“³⁵² Er respektiert die Journalisten genauso, wie sie ihn respektieren, so dass beide Parteien in perfekter Symbiose existieren. Grit Breuer symbolisiert diesen Typus seit ihrem Comeback. Boris Becker und Anke Huber sind zu nennen. Auch Erik Zabel ist zweifellos der Prototyp des ‚netten, großen Jungens von nebenan‘, ebenso wie sein Kollege Lance Armstrong. Michael Jordan gehört genauso dazu wie Magic Johnson und der deutsche Import-All-Star Detlev Schrempf.</p>	<p style="text-align: center;">Der ‚arrivierte Angepasste‘:</p> <p>Dieser Typus ist dem ‚aufgestiegenen Angepassten‘ in seinem Verhalten sehr ähnlich. Allerdings stammt er nicht aus einfachen Verhältnissen, sondern aus einer etablierten, gut-situierten Familie. Das Verhältnis des ‚arrivierten Angepassten‘ zu den Medien ist ebenfalls ungetrübt, weil er seinen Wohlstand nicht zu offen zur Schau trägt oder damit angibt. Das Volk identifiziert sich nicht ganz so stark mit diesem Typus, akzeptiert und bewundert ihn jedoch, weil er gute Manieren besitzt oder sich, trotz seines gutsituierten familiären Hintergrundes, beim Sport schindet. Die (Ex-)Tennisstars Lindsay Davenport, Mary Joe Fernandez, Tim Henman und Michael Stich, Profi-Golfer Tiger Woods oder Basketballer Grant Hill sind Beispiele für den ‚arrivierten Angepassten‘.</p>
<p style="text-align: center;">Der ‚aufgestiegene Außenseiter‘:</p> <p>Dieser Typus wird von den Medien wegen seines Konfliktpotentials gern hofiert. Was auch geschieht bzw. nicht geschieht, der ‚aufgestiegene Außenseiter‘ sorgt für Schlagzeilen. Er ist meist egozentrisch, exaltiert, eigenwillig und manchmal auch rüde. Das Volk liebt ihn, weil er sich das zu tun und zu sagen getraut, was jeder von uns gern einmal tun oder sagen würde. Er lebt unsere geheimsten Wünsche und Abgründe aus. Und er kommt von der Basis, hat sich den Weg nach oben freigerempelt, ganz so wie wir gegenüber unseren Mitmenschen oder Vorgesetzten manchmal auftreten möchten. Aber die Liebe zum ‚aufgestiegenen Außenseiter‘ bleibt oft im Verborgenen, weil wir uns wegen seiner moralischen Verwerflichkeiten nicht offen mit ihm identifizieren möchten – hätten wir einen solchen Mut, stünden wir ja vermutlich selbst an seiner Stelle. Zu den Beispielen: Wer außer Dennis Rodman könnte diesen Typus besser verkörpern? Zugegeben, auch der robuste Basketball-Kollege Charles Barkley, die Fußballer Paul Gascoigne und Mario Basler oder Profi-Golfer John Daly stehen in der engeren Auswahl. Doch Dennis Rodman übertrifft sie alle.</p>	<p style="text-align: center;">Der ‚arrivierte Außenseiter‘:</p> <p>Er ist der schwierigste Typus, der es wahrscheinlich am seltensten zum Medienstar und Volksidol bringt. In ihm vereinigen sich nämlich ein gutsituierter familiärer oder ein hochstehender geistiger Hintergrund mit einem eigenwilligen, egozentrischen oder unterkühlten Verhalten. Daher finden Sportfans, geschweige denn das Volk, selten den Draht zu Sportlern dieses Typs. ‚Arrivierte Außenseiter‘ sind von Hause aus materiell wie psychisch-geistig relativ unabhängig und brauchen daher auch in ihrer Eigenschaft als Sportler nicht unbedingt die Begeisterung der Massen. Sie sind die wahren Eigenbrödler. Gerade das aber macht ihren Charme aus. Wenn sie bewundert werden, dann wegen ihrer Unabhängigkeit. Geliebt werden sie höchstens, wenn sie einer Nation Erfolg gegenüber anderen Nationen bringen, sozusagen zwangsläufig. Aber am ehesten ist es wohl die Faszination am Unergründlichen, Unnahbaren und Unabhängigen, die diesen Typ zum Idol werden lässt. Musterbeispiele für ‚arrivierte Außenseiter‘ waren Damon Hill, Steffi Graf, der französische Radstar Laurent Fignon oder der deutsche Ausnahmeschwimmer ‚Albatross‘ Michael Groß.</p>

³⁵² QUANZ (1974, 60).

Die vier Stereotypen in der Grafik:



Bevor Missverständnisse aufkommen: Es ist nun nicht so, dass die jeweiligen Sportlerinnen und Sportler wirklich so sind, wie die Medien sie darstellen. Zwischen Sein und Schein können selbstverständlich gravierende Unterschiede bestehen. Wie das im Einzelfall aussehen kann, werden wir noch von den Sportlern selbst erfahren. Auch dürfen wir den Leistungsfaktor nicht vergessen, denn das Gefüge der Stereotypen steht nur, wenn die Athleten den Erwartungen gerecht werden. Besonders die Außenseiter leben in ständiger Gefahr, bei nicht-erbrachter Leistung in der Gunst der Medien und des Publikums zu sinken.³⁵³

Der Sport ist laut André Kemper, 1997 Geschäftsführer der renommierten Werbeagentur Springer & Jacobi, das letzte Bindemittel einer sich zerfasernden Gesellschaft. Er wirkt sozusagen als Religion einer infantilen Gesellschaft, und eine Identifikation mit den Sportidolen funktioniert deshalb so gut, weil sie so einfach ist.³⁵⁴ Diese Meinung vertritt der Frankfurter Soziologieprofessor Henning Haase.³⁵⁵ Er meint außerdem, dass nur noch die Sportler die uralten Themen der Menschheit neu vorführen. Zumindest führen wahrscheinlich nur die Sportler sie so vor, dass wirklich jeder sie nachvollziehen kann. Jene uralten Themen (Welche sind eigentlich genau gemeint? Existenzkampf, Kampf gegen das Element und sich selbst, Kampf gegen den Gegner?) werden z.B. auch in der Wirtschaft aufbereitet. Aber Aktienkurse und feindliche Übernahmen sind so viel schwerer zu durchschauen als die heroischen Siege und Niederlagen im Sport! Da kann der Sport auch mal zum Therapeutikum der gesamten Gesellschaft ernannt werden (Haase). Dem heroischen Sportidol tritt die Masse der Fans „nur noch in Demut gegenüber“, denn für die Fans steht fest: „Nur Sportler leben noch ein großes Leben. Sie können gleichzeitig egoistisch und fair, idealistisch und reich sein.“³⁵⁶ In der Tat: „Große Sportler machen sich in ihrem Beruf auch verfügbar für die Masse und bekommen das glänzend mit Geld und Ruhm und Annehmlichkeiten vergolten. Und die Sache wird dadurch nicht einfacher, dass manche Sportler das Promi-Vorzeigespieldchen bereitwillig mitmachen.“³⁵⁷

³⁵³ Vgl. EBD.

³⁵⁴ Vgl. DER SPIEGEL Nr.44/1997.

³⁵⁵ Vgl. EBD.

³⁵⁶ EBD.

³⁵⁷ F.A.Z. vom 11.12.1999, 38.

Cogito, Ali sum – oder: Ali est, ergo sum

Sportidole, so ätherisch oder stilisiert sie erscheinen mögen, fungieren jenseits der Medien auch als Fixpunkt der Fans zur Selbsterkenntnis. Möglicherweise ist das ein wichtiger Grund dafür, dass viele Fans das Live-Ereignis dem Mediensport vorziehen. Die physische Präsenz der Idole, so Christian Eichler in der F.A.Z.³⁵⁸, beweist sozusagen „[ihre] Existenz über das Medienereignis hinaus. (...) Muhammad Ali muss sich manchmal wie ein Yeti vorkommen. Weil er der berühmteste Sportler der Welt ist. Weil seine Lebens- und Leidensgeschichte eine solch außergewöhnliche ist. Vor allem aber, weil die Menschen, die ihn zuvor nur auf Bildern sahen, ihn anstarren, als glaubten sie jetzt erst, dass es ihn wirklich gibt. (...) Ali gibt es, also muss es mich auch geben.“ Der Gedankengang, den Fans nachzuvollziehen haben, ist praktischerweise eher einfach strukturiert. In der Tat mutet die rein personenbezogene Erkenntnis der Fans sehr naiv an im Vergleich zum politisch-gesellschaftlich motivierten Erkenntnisprozess des großen Idols, der aus Cassius Clay schließlich Muhammad Ali werden ließ. Cogito, Ali sum – Ich denke, also bin ich Ali (und eben nicht Cassius).

Lichtgestalt Michael ‚Air‘ Jordan

Michael Jordan wurde auf diese Weise zum alles überragenden Idol. Er gehörte zur legendären Mannschaft der Chicago Bulls, die um Toptrainer Phil Jackson geschart wurde, und zu der auch Scottie Pippen und Dennis Rodman gehörten. Jordan war ein Superstar des Sports, der in perfekter Symbiose mit Sponsor Nike einen beispiellosen Aufstieg erlebt hat. „Die größte Show auf Erden“³⁵⁹ wurde sein Spiel von den Medien genannt. Er war der perfekteste Basketballspieler, der je das Spielfeld betrat. Er glänzte in der Verteidigung wie im Angriff und seine Treffsicherheit war gefürchtet. Er traf von der Dreipunktlinie genauso sicher wie direkt am Brett. Vorzugsweise landete er Treffer durch Jumpshots oder die berühmten Dunks, die er nach schier endlos langen Anflügen auf den Korb zelebrierte. Diese Fähigkeit, länger als alle anderen Spieler in der Luft zu bleiben, brachte ihm den Namen ‚Air‘ bzw. ‚His Airness‘ ein. Die Schuhlinie ‚Air‘ des Sponsors Nike avancierte zum Mega-Seller. Die Hysterie um Michael Jordan nahm solche Züge an, dass er zu den Spielen der Bulls kaum auf das Spielfeld kam. Die Ansage seines Namens beim legendären Einmarschzeremoniell der Bulls – eine Show für sich – ging meistens im Toben der Fans unter. Jordan erlangte den Status des Halbgotts, weil er ein Ausnahmepieler war, den die Welt noch nicht gesehen hatte, und weil er als Medienmensch nahbar war; nicht übermäßig freundlich zwar, aber doch keinesfalls abweisend. Und er hatte mit einem Stück Tragik in seiner Biographie aufzuwarten, die auch den starrsinnigsten Antisportler berühren musste: Sein Vater, zu dem er ein sehr inniges Verhältnis hatte, wurde von zwei Raubmördern umgebracht. Erst nach diesem tragischen Zwischenfall, der Jordan vorübergehend aus der Bahn warf und zu einem wenig glücklichen Intermezzo beim Baseball veranlasste, erlebten er und die Fans mit seinem Comeback die größten Erfolge. Das ist der Stoff, aus dem Helden, aus dem Idole gemacht werden: Glänzendes

³⁵⁸ F.A.Z. vom 11.12.1999.

³⁵⁹ MATUSSEK, MATTHIAS: „Die größte Show auf Erden“. In: DER SPIEGEL Nr.31/1992.

Spiel, aufrechter Charakter und ein gehöriger Schuss *Emotionalität* bzw. *Tragik* in der Biographie.³⁶⁰

‚Rowdy‘ Rodman und ‚Bulle‘ Barkley

Da gingen die Kollegen Barkley und Rodman, prominente ‚aufgestiegene Außenseiter‘, wahrlich andere Wege. Dem bulligen Barkley haftet bis heute das Image des großmäuligen Quertreibers und Provokateurs an, der keiner Schlägerei und keinem Gegner unter dem Korb aus dem Weg geht. Er gilt wie Rodman als ‚Holzer‘. Er steht dazu: „Das ist mein Image. Die Medien wollen, dass ich dem gerecht werde und immer sage, was sie gerne hören möchten.“³⁶¹ An anderer Stelle gibt er freimütig zu, dass er einen Bodyguard habe, damit dieser ihn selbst davon abhalten solle, andere zu verprügeln.³⁶² Offenbar kennt Barkley die Mechanismen der Medien und weiß, dass er es schwer hätte, sein einmal erhaltenes Image zu wechseln. Und da er mit diesem Image letztlich nicht schlecht fährt, unternimmt er auch keine Anstrengungen, es zu ändern: „Das lieben die Leute an mir: dass ich ehrlich bin und rausgehe und so hart spiele, wie es geht.“³⁶³ Freilich sieht er auch an anderer Stelle Gründe, warum er es als ‚bad boy‘ dennoch geschafft hat: „Ich war immer Charles Barkley, mich hat kein Nike-Manager erfunden. Nike wird mich nie wie einen Idioten aussehen lassen. Ich kontrolliere alles.“³⁶⁴ Wenn er Recht behält, dann dürfte ihm das seltene Kunststück zu Teil geworden sein, die Medien beherrscht zu haben. Immerhin, sie nennen ihn in guten wie in schlechten Zeiten ‚Sir‘ Charles. Wenn es aber darum geht, die Medien zu beherrschen, ist ein anderer der König: Dennis Rodman. Rodman ist wahrlich ein Fall für sich, und deshalb werden wir uns später ausführlich mit ihm beschäftigen.

Die Sportlerin als Sexsymbol

Abgesehen davon, dass direkte sexuelle Anspielungen in der gesamten Sportberichterstattung eher selten vorkommen,³⁶⁵ wird die Sportlerin besonders in den Boulevardmedien gern in einer erotisierenden Darstellungsweise präsentiert. Damit bedienen diese Medien bewusst alle Klischees der Frau als Sexobjekt: „Frauenabbildungen dienen – ähnlich einer reißerischen Schlagzeile – als Aufmacher für eine Seite, als Blickfang für die Leser. Bei einer Frau sind vor allem Aussehen und sexuelle Ausstrahlung wichtig.“³⁶⁶ Sportlerinnen werden besonders in der Boulevardpresse oft nur mit Vornamen genannt, verniedlicht oder trivialisiert. Sie werden häufig in ihrer ganzen körperlichen Erscheinung abgebildet oder beschrieben. Allerdings arbeiten viele Athletinnen durchaus selbst an diesen Klischees. Leichtathletinnen treten in knappen Zweiteilern an, Tennisspielerinnen wie Anna Kurnikowa trainieren in extrem kurzen Röcken (unter die übrigens besonders gern von Kameraleuten in Diensten japanischer Fernsehsender geschaut wird) und ebenfalls bauchfrei, wie sich generell nicht weni-

³⁶⁰ Vgl. zu diesen Angaben u.a. EBD.

³⁶¹ DER SPIEGEL Nr.41/1993, das Interview führte KLAUS BRINKHÄUSER.

³⁶² Vgl. XXL-BASKETBALL Nr.46/1999.

³⁶³ DER SPIEGEL Nr. 41/1993.

³⁶⁴ EBD.

³⁶⁵ Vgl. KLEIN, MARIE-LUISE (1986): *Frauensport in der Tagespresse*. Bochum, Studienverlag Dr. N. Brockmeyer, 194.

³⁶⁶ KLEIN, MARIE-LUISE (1985): *Goldmädels, Rennmiezzen und Turnkükens: die Darstellung der Frau in der Sportberichterstattung*. Berlin, Bartels & Wernitz, 28.

ge Sportlerinnen gekonnt schminken. Dass Kurnikowa bis dato noch kein Turnier gewinnen konnte, scheint nicht zu stören. Die Französin Nathalie Tauziat ‚setzt‘ in ihrem Buch über den Tennis-Zirkus gar noch ‚einen drauf‘: Sie berichtet von einer inoffiziellen Attraktivitätsrangliste, die von Turnierveranstaltern parallel zur offiziellen Weltrangliste geführt werde.³⁶⁷ Diese wird, so darf vermutet werden, besonders bei der Verteilung von Wild-Cards ihre Anwendung finden. Vorbei allerdings die Zeiten, da manch feministisch angehauchte Geschlechtsgenossin die Ausbeutung der Sportlerinnen anprangerte. Die selbstbewussten Damen vermarkten sich heute selbst: „Konsequent und hingebungsvoll wie keine Spielerin vor ihr setzt Kurnikowa auf ihren Körper.“³⁶⁸ Florence Griffith-Joyner war übrigens ein Prototyp der gestylten Sportlerin, die ihr Aussehen bis ins Letzte vermarktete, war das fleischgewordene Symbol der Sportlerin als astralleibig-erotisches Objekt der Begierde. Wie dieses Verhalten bzw. Auftreten auf das andere Geschlecht wirkt, dürfte klar sein, geht es doch angeblich 80% der am Frauensport interessierten Männer allein um die erotische Komponente.³⁶⁹ Zudem gilt Sport allgemein als Männer-affin. Doch wie reagieren medien-sportinteressierte Geschlechtsgenossinnen auf derartige Idolisierungen und Inszenierungen...? Übrigens bekommt manche anzügliche Schlagzeile nach den zahlreichen aktuellen Dopingenthüllungen einen unfreiwillig komisch-sarkastischen Einschlag. Wie titelte doch einst BILD: „Ulrike kriegt die Pille – damit es bei Olympia besser klappt“.³⁷⁰

„Liebes-Menü im Schweine-Haus“³⁷¹

Auch Steffi Graf bekommt selbst nach ihrer aktiven Karriere die Last der Existenz als Idol zu spüren. „(...) Steffi Graf gibt es wirklich, obwohl sie nicht nach Wien kam. Und Andre Agassi auch. Beides wusste man schon seit ein paar Jahren. Dass sie es nun gemeinsam gibt, ist aber eine Erscheinung, die ständig der Überprüfung durch die Wirklichkeit bedarf“, wie Christian Eichler³⁷² fast schon selbstironisch (er publiziert in einer Zeitung) bemerkt. Als beide Sportler in Hannover verweilten, wurde jeder noch so harmlose Wimpernschlag verfolgt, kolportiert, und es kam in der Lokalpresse zu Schlagzeilen wie jener vom „Liebes-Menü im Schweine-Haus“. Wenn die Liebe solch billiger Sensationsmache zum Opfer fällt, dann fragt man sich allerdings, wer hier die Schweine sind und in welchem Haus sie sitzen...

„Treffen sich zwei Yetis...“

Überhaupt sind die Betrachtungen von Christian Eichler in jener F.A.Z. eine kleine, aber dafür umso feinere Sternstunde des selbstkritischen Journalismus‘. So beschreibt er auch die subtilere Perversion des Starkults herrlich pointiert: „Als irritierter Außenstehender, der in eine Versammlung von Promi-Glotzern gerät, kann man sich vorkommen wie in einem absurden Witz. Treffen sich zwei Yetis. Sagt der eine: ‚Ich habe kürzlich Reinhold Messner getroffen.‘ Sagt

³⁶⁷ Dies behauptete TAUZIAT in einem Interview in WWW.SPIEGEL.DE vom 01.07.2000. Das Buch lag dem Autor noch nicht vor.

³⁶⁸ WWW.SPIEGEL.DE, Artikel vom 06.05.2000.

³⁶⁹ Vgl. *Süddeutsche TV* („Sport ist Sex – Wenn Sportler als Sexsymbol vermarktet werden“), Sendung vom 24.04.2000.

³⁷⁰ Ausgabe vom 02.03.1979, 3; hier zitiert nach KLEIN (1986, 197).

³⁷¹ Zitiert nach der F.A.Z., Ausgabe vom 11.12.1999.

³⁷² F.A.Z. vom 11.12.1999.

der andere: ‚Was, den gibt’s wirklich?‘“ Reflektiert der Yeti-Witz also die grenzenlose mediale Inszenierung vieler Sportler hin zum reinen Medienprodukt? Eichler zieht Tucholsky heran: „Drunten im Käfig sitzen die Affen und schauen zu, wie sich draußen die Menschen blamieren.“ Sind die Sportmedien womöglich Volksverblöder im doppelten Sinn? Sie füttern uns mit Mediensport, den wir passiv und also latent verblödend erleben, und pflanzen uns gleichzeitig den zur Selbstentblößung verleitenden Starkult ein. Wir Fans werden im uns scheinbar doch positiv emotionalisierenden Starkult gerade zu (un)heimlichen Hofnarren des Systems degradiert – Welch grauenhafte Vorstellung sportmedialer Entmündigung! Eichler stellt die für ihn und dieses Kapitel entscheidende Frage: „Warum reagieren Durchschnittsmenschen auf Menschen, die in einer Hinsicht überdurchschnittlich sind, überdurchschnittlich dämlich?“

Vom Bobele bis zum Kaiser – doch wer ist das Ass?

Überhaupt können nicht nur die Amerikaner, sondern auch die Deutschen beeindruckende Medienkarrieren ihrer Sporthelden vorweisen. Das vermutlich erste durch Medien aufgebaute Idol in Deutschland war Max Schmeling, nachdem er 1936 in New York Joe Louis geschlagen hatte.³⁷³ Fortan wurde ‚Maxe‘ Schmeling von den Medien immer heranzitiert, wenn es galt, einen tugendhaften Menschen als Vorbild zu präsentieren. Er macht seine Sache gut, auch mit über 90 Jahren steht er alles andere als tatterig für das Ideal ein. Doch gegenüber dem Starkult, der sich in den letzten 15 Jahren entwickelt hat, ist das harmlos. Mit dem Wimbledon-Sieg von Boris Becker 1985 setzte eine neue Qualität im deutschen Starkult ein, wie Starmoderator Beckmann vermutet,³⁷⁴ endgültig weg von der „Proll-Kultur“³⁷⁵ hin zur „Popkultur“³⁷⁶. „Mit dem“, so Beckmann, „wollte plötzlich Richard von Weizsäcker im ‚Aktuellen Sportstudio‘ reden.“³⁷⁷ Damit hatten Sportler auch in Deutschland persönlichen Zugang zur höchsten Politik und zusätzliches Renommee erhalten. Es war nicht mehr nur Pflicht, sich mit nationalen Sporthelden zu zeigen, sondern schick. In einem Trailer, mit dem das ZDF eine Rückblickserie über das 20. Jahrhundert ankündigte,³⁷⁸ war in einer kurzen Sequenz der Wimbledon-Sieg von Boris Becker als einzige Referenz an den Sport zu sehen – nicht etwa ein Fußball-WM-Sieg. Seit sich die Politprominenz mit Sportlern zeigt, hat die Idolisierung von Sportlern in den deutschen Medien eine neue Dimension gewonnen. Aus Boris Becker wurde der Deutschen ‚Bobele‘, welches besonders von der Boulevardpresse stets nach Bedarf niedergebügelt, mit guten Ratschlägen bedacht, aufgemuntert oder in den Himmel gehoben wurde. Als ‚Bobele‘ ‚seine Babs‘, mit bürgerlichem Namen Barbara Feltus, ehelichte und sich Nachwuchs ankündigte, da taufte ein spitzzüngiger Journalist diesen vorab schlicht ‚Bobs‘ – es wurde dann ein Noah Gabriel. Heirat und Niederkunft mussten allerdings von der Öffentlichkeit abgeschirmt werden, sonst hätten die Fans Kirche und Krankenhaus überrannt. Auch Michael ‚Schumi‘ Schumacher, der Deutschen Rennfahrer-Ikone, und seiner Frau erging es nicht anders. Viele Spitzensportler haben einen

³⁷³ DER SPIEGEL Nr. 44/1997.

³⁷⁴ EBD.

³⁷⁵ EBD.

³⁷⁶ EBD.

³⁷⁷ EBD.

³⁷⁸ „100 JAHRE“

Bekanntheitsgrad von 99 Prozent, höher als die meisten Politiker.³⁷⁹ Da wird jedes Wimpernzucken der Stars beobachtet, volksnah interpretiert und medial mundgerecht verpackt: Von Jürgen ‚Klinsi‘ Klinsmann bis Lothar ‚Loddar‘ Matthäus, von Stefanie ‚Steffi‘ Graf bis Franziska ‚Franzi‘ van Almsick, von Erik ‚Ete‘ Zabel bis Jan ‚Ulle‘ Ullrich. Die bitteren Tränen einer Dagmar Hase, die Franziska van Almsick trotz der besseren Vorlaufzeit den Vortritt im Schwimm-WM-Finale von Rom 1994 lassen musste, gingen um die Welt, wurden später als große Geste einer edlen Heldin immerhin noch versilbert. Franziska van Almsick wurde prompt mit neuem Weltrekord Weltmeisterin, aber Dagmar Hase blieb die moralische Siegerin.³⁸⁰ ‚Uns‘ Uwe Seeler, eigentlich längst im Ruhestand, muss sich von den Journalisten jede ungeschickte Hand- oder Armbewegung vorhalten lassen, und natürlich ‚kaisert‘ auch Franz Beckenbauer durch Werbung und Sportmedien. Er scheint zwar etwas vergesslich („ja ist denn schon Weihnachten?“³⁸¹), aber dafür bringt er uns andere Vorteile, denn „die Grundgebühr ist auch schon drin.“³⁸² Welche Freude für die Fangemeinde, den ‚Kaiser‘ gibt es noch ohne Extrakosten im Free-TV! Dafür lässt er sich, wie alle seine ‚Untertanen‘, von den Medien dressieren. Frisst hier der Starkult die eigenen Kinder, oder bemerken die Zuschauer die Dressur gar nicht mehr? Wie in einem Kartenspiel werden die Sportpromis von den Medien immer wieder neu gemischt und bei Bedarf präsentiert und instrumentalisiert – mal als Aktive, mal als Experten, dann wieder als Prügelknaben oder große Vorbilder.

Medienkarriere à la Jan Ullrich: überschnell, übergewichtig, über... Bord geworfen

Zweifellos bauen die Medien Idole ebenso auf, wie sie sie zerstören. Besonders wenn die Leistung nicht mehr stimmt, haben die Idole ausgedient. Hierfür gibt es ‚unzählige‘ Beispiele. Eine extreme, sogar weltweit beachtete Berg- und Talfahrt hat z.B. Jan Ullrich mitmachen müssen. Als Ullrich 1996 durch seinen 2. Platz bei der Tour de France schlagartig bekannt wurde, waren die Medien ob seiner Leistung hocherfreut. Schnell stellte sich aber Ernüchterung ein. Der eifrige Kurbler entpuppte sich als rhetorisch nicht sehr bewandert, wodurch ihm entsprechend wenig Informationen zu entlocken waren. Brav, aber einsilbig kommentierte er die Etappen, dann ging er zur Massage. 1997, noch wenige Wochen vor seinem Tour-Sieg, widmete ihm DER SPIEGEL zwei Artikel, in welchen festgestellt wurde, dass Ullrich wegen seiner farblosen Persönlichkeit nicht zum Vorbild oder Star taugt.³⁸³

Dann gewann Ullrich die Tour de France! Prompt lieferte DER SPIEGEL einen Artikel über die deutschen Sporthelden, in dem auch Ullrich plaziert wurde, man musste Stimmen zitieren, die ihn als „mannschaftsdienlich, nett, sympathisch, unverdorben, ehrgeizig, bescheiden“³⁸⁴ bezeichnen, eben jenen Tugenden des perfekten Idols, ja man musste ihm den Status des Nationalhelden zuerkennen. Für ein Nachrichtenmagazin, das sich selbst als seriös sieht und

³⁷⁹ EBD.

³⁸⁰ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 24.05.1996.

³⁸¹ Einer seiner Standartslogans in einer Mobilfunkwerbung.

³⁸² Dito.

³⁸³ DER SPIEGEL Nr. 27/1997 u. EBD. Nr. 41/1997.

³⁸⁴ DER SPIEGEL Nr. 44/1997.

gern die Kehrseite der Medaille zeigt,³⁸⁵ ist das der Gang nach Canossa. Diese Idolisierung ist auch deshalb bemerkenswert, weil Ullrich weder ‚Angepasster‘ noch ‚Außenseiter‘ ist, er ist für beide Stereotypen schlicht zu farblos. Freilich erwähnte DER SPIEGEL auch, dass Ullrich nach wie vor vom Esprit her eine Nullnummer sei: „Der steht im ‚Aktuellen Sportstudio‘ des ZDF, aber was tut er da? Sagt nichts, grinst nur. Er ist bei SAT.1-„ranissimo‘ und sagt nichts und grinst.“³⁸⁶ Auch andere Presseorgane registrierten dies: „Noch ist der junge Star ein wenig unbeholfen, wenn er mal runter vom Rad steigt. Staunend sieht er in die Menge, wundert sich über den Rummel. Andere müssen für ihn reden (...).“³⁸⁷

Das störte andere Medien nicht unbedingt. Die Radsportbibel L’EQUIPE titelte „Voilà, le patron!“, „Ullrich kolossal“, „Le nouveau géant“³⁸⁸ und wusste: „Ein großer Champion ist da, und ohne Zweifel für lange Zeit...“³⁸⁹ BILD erhob den Sieger zum „Tourminator“ und jubelte im typischen burlesk-umgangssprachlichen Stil: „Jaaa! Er fährt sie alle platt.“³⁹⁰ Für LE FIGARO schließlich war er „Ein einsamer Held von einem anderen Planeten.“³⁹¹ Für die Medien war Ullrich der neue Eddy Merckx. Kein Zweifel, Ullrich war ganz oben, doch wie bitter recht LE FIGARO mit dem Bild vom einsamen Helden behalten sollte, wusste damals niemand.

Nach dem Rummel um die Tour de France wurde es Herbst, schließlich Winter – und mit Ullrichs Körper passierte eine Wandlung: Er wurde fett. Die Medienlandschaft sorgte sich um Deutschlands neuen Nationalhelden, hatte man ihm wegen der ständigen Termine am Ende zu wenig Zeit zum Training gelassen? Als im Frühjahr immer noch deutlich zu viel Pfunde auf seinen Hüften ruhten, wachten die Medien auch international auf. Bei seinen Rennen im April 1998 verfolgte die Kamera stets Ullrich und seinen Rückstand. Jede neu gesammelte Minute Rückstand des mittlerweile genervten und erkälteten Radidols wurde den deutschen Zuschauern mit Bildeinlage bereits im ARD/ZDF-Morgenmagazin präsentiert, immer mit Hinweis auf des Champions Bauch. Manchmal wurde das Objekt der Begierde sogar während der Fahrt in Nahaufnahme eingefangen, wobei es sich in der gebückten Rennfahrerhaltung gemeinerweise als veritabler Wanst offenbarte. Eine Art ‚Kommentar des Jahres‘ zu Ullrichs Übergewicht kam aus Frankreich von der Sportzeitung L’EQUIPE: „Seine Taille ist jetzt so interessant wie die von Naomi Campbell.“³⁹² Es wurde schließlich Sommer, die Pfunde schmolzen, doch gewinnen konnte Ullrich die Tour nicht. Er wurde nur Zweiter, nachdem er im Anstieg nach Les Deux Alpes, der unter fürchterlichen Wetterbedingungen stattfand, völlig eingebrochen war – aus und vorbei. Aber immerhin hatte er den Rummel um den größten Dopingsskandal in der Geschichte des Sports überstanden. Und gewonnen hatte die Tour mit Marco Pantani jener Italiener, der ein Dreivierteljahr später spektakulär am vorletzten Tag aus dem Giro d’Italia genommen wurde, wegen des Verdachts auf EPO-Missbrauch.

³⁸⁵ Vgl. MEYN (1996, 83).

³⁸⁶ DER SPIEGEL Nr. 44/1997.

³⁸⁷ DIE WOCHE vom 25. Juli 1997.

³⁸⁸ Vgl. KRÄMER (1998, 221).

³⁸⁹ Vgl. TOUR (1997, 39).

³⁹⁰ Vgl. DIE WOCHE vom 25. Juli 1997.

³⁹¹ EBD.

³⁹² Hier zitiert in der deutschen Übersetzung aus: DIE WOCHE vom 17. April 1998.

Doch 1999 lief es wieder nicht nach Plan. Im Frühjahr war Ullrich oft krank, kam wieder nur mühsam in Schwung. Dann folgte bei der Deutschland-Tour der vorläufige Tiefpunkt: Sturz, Kopf- und Knieverletzungen, schließlich die Absage der Tour. „Alles hängt von ihm ab: Glanz, Rhythmus, Erfolgsdenken – das Knie der Nation.“³⁹³ Körperteile berühmter Sportler werden von den Medien häufig zu Körperteilen der Nation ernannt; selbst dann, wenn es sich nicht um ein Fußballerknie handelt. Ullrich sollte die Rolle des strahlenden Helden spielen,³⁹⁴ doch er versagte. Ohne Erfolgsaussichten wäre er sowieso nicht an den Start gegangen – ein Idol ist entweder vorn oder gar nicht dabei. Alles andere verträgt das Image nicht.³⁹⁵

Doch die wahre Katastrophe folgte in Gestalt eines sehr umstrittenen Professors, der schon bei seinem bloßen Erscheinen – schlechtsitzende Anzüge, altmodische Hornbrille, hohe Stirn,³⁹⁶ wirres, schütteres Haar – ein flaes Gefühl in der Magengegend vieler Sportler verursacht: eben in Gestalt jenes Werner Franke aus Heidelberg. Er ist das Schreckgespenst der Doper und Funktionäre, die das Doping decken. Erscheint er gar in Begleitung seiner resoluten Gattin, der ehemaligen Diskuswerferin und Anti-Doping-Kämpferin Brigitte Berendonk, dann ziehen weltweit ganz dunkle Wolken am Sporthimmel auf. Einzig die Medien freuen sich, denn wenn Franke etwas zu sagen hat, dann gibt es Schlagzeilen. So war es auch, als erneut DER SPIEGEL eine Medienlawine ins Rollen brachte:³⁹⁷ Man erhob Dopingvorwürfe gegen das Team-Telekom, und auch Jan Ullrich war betroffen. Wie in einem guten Krimi wurde das Belastungsmaterial gleich nachgereicht, und zwar nicht in die Hände der Redaktion, nein, direkt in die Hände Werner Frankes. Der äußerte gegenüber dem Sportinformationsdienst (sid): „Selbst ich habe mit den Ohren geschlackert, ich habe es nicht glauben wollen.“³⁹⁸ Das war die Absolution, es rauschte nicht nur im deutschen Blätterwald. Für Ullrich und das Team-Telekom folgten bittere Tage der Erklärungsnot, Widersprüche und Schulterzucken. Auch die Tatsache, dass Franke bald per einstweiliger Verfügung ruhiggestellt wurde, half nichts: Das ehemalige Radidol Jan Ullrich war ganz unten.

„Doch dann, sieh an, sieh an...“³⁹⁹ fuhr Ullrich im Herbst bei der Spanienrundfahrt auffällig unauffällig ins goldene Trikot des Spitzenreiters und gab es bis Madrid nicht mehr ab. Die deutsche Presse jubelte: „Jan Ullrich findet auf der Straße der Helden zu alter Stärke zurück“⁴⁰⁰ oder „Der Außergewöhnliche radelt wieder allen davon“⁴⁰¹ lauteten die Schlagzeilen. Freilich wurde in manchem Artikel auch auf Dopingverdächtigungen in der „umnebelten Disziplin Profiradsport“⁴⁰² angespielt, doch der Medientenor insgesamt war so schnell umgeschlagen wie das Wetter in den Pyrenäen, wo sich Ullrich das Leaderleibchen holte: Der deutsche Radheld („unser Star“⁴⁰³) war auferstanden und die Sportwelt wieder in Ordnung. Ullrich erschien ob seines zurückgekehrten Er-

³⁹³ CLAUDIA NEUMANN im *Aktuellen Sportstudio*.

³⁹⁴ EBD.

³⁹⁵ TELEKOM-Fahrer ROLF ALADG im *Aktuellen Sportstudio*.

³⁹⁶ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom

³⁹⁷ Vgl. DER SPIEGEL Nr. 24/1999.

³⁹⁸ WWW.SPIEGEL.DE, Meldung vom 19.Juli1999.

³⁹⁹ WOLF-DIETER POSCHMANN im *Aktuellen Sportstudio*.

⁴⁰⁰ F.A.Z. vom 27.09.1999.

⁴⁰¹ S.Z. vom 27.9.1999.

⁴⁰² EBD.

⁴⁰³ ZDF-heute-Nachrichten vom 23.09.1999.

folges geradzu locker und plauderte in nie gekannter Manier über sich und seine Karriere. Auch die regelmäßig wieder kehrenden Meldungen über sein im Winter gestiegenes Körpergewicht nimmt er gelassen hin. Laut TOUR hatte er nun endlich(!) das Spiel als Spiel und seine Rolle als Rolle begriffen – ihr Auftritt, Herr Rennfahrer. „Was Backstage passiert, geht niemanden etwas an.“⁴⁰⁴

Lance Armstrong, der Duke der Radrennfahrer

Besser in Sachen Tour de France erging es Lance Armstrong. Der Amerikaner gewann die ‚Tour der Erneuerung‘ 1999, ohne bei Dopingtests auffällig zu werden. Noch zwei Jahre zuvor hing sein Leben am seidenen Faden, nachdem man bei ihm Hodenkrebs im fortgeschrittenen Stadium festgestellt hatte und zahlreiche Tumore aus seinem Körper (sogar aus seinem Gehirn) operiert hatte. Und jetzt feierte er die ‚Auferstehung‘. Die amerikanische Presse überschlug sich: Die NEW YORK TIMES schrieb von einer ‚feel-good-story‘, die LOS ANGELES TIMES sprach von ‚Heldentaten‘, USA TODAY verglich seine Leistung bei der ‚Tour de Lance‘ mit Hannibals Überquerung der Alpen. Man sprach von einem Wunder, Präsident Clinton empfing ihn, und Hollywood beschloss noch in der letzten Tour-Woche die Verfilmung dieses amerikanischen Traums vom armen texanischen Cowboy, der dem Tod von der Schippe sprang, um die Tour zu gewinnen.⁴⁰⁵ Das wurde aber auch Zeit, so suggerierten die Medien, denn bereits 1995 wollten die amerikanischen Journalisten nur wissen, ob er denn diesmal endlich die Tour gewinnen würde.⁴⁰⁶ Dennoch war das Medienecho für Altmeister Greg Lemond noch nicht gebührend genug, schaffte es Armstrong doch nicht auf das Cover von SPORTS ILLUSTRATED. Freilich erhob man auch gegen den Champion von vielen Seiten Dopingvorwürfe bzw. Dopingverdächtigungen; L’EQUIPE schrieb an vorderster Front gegen Armstrong; der Fahrer Christophe Bassons, von Pflegern, Ärzten und Richtern bestätigter ‚sauberer‘ Dopinggegner, sprach gar von einer ‚widerwärtigen Leistung‘⁴⁰⁷ Armstrongs. Doch Armstrong blieb souverän. In Fernsehinterviews meinte er, dass diese Art von Neid und Hämie wohl allen nicht französischen Tour-Siegern zu Teil werde.⁴⁰⁸ Prompt warf man ihm Arroganz vor. Doch auch das konnte den Champion nicht anfechten. Angeblich antwortete er einem belgischen Reporter, der ihm indirekt Doping vorwarf, er solle sich freuen, in Frankreich zu sein, denn wären sie in den USA, würde er den ganzen Fernsehsender kaufen, um ihn, den schmierigen Reporter, sofort zu entlassen. So sprechen amerikanische Idole.

Vom Medien-Boulevard...

Halten wir vorerst fest: Die Idolisierung und das Menschenbild der Sportler beruhen auf einer *Personalisierung* und damit meistens einer *Boulevardisierung*

⁴⁰⁴ TOUR Nr.1/2000, 107. In diesem Heft findet sich übrigens eine detaillierte Analyse der Wandlung des JAN ULLRICH (*Die brennende Hitze des Rampenlichts*, 102-107).

⁴⁰⁵ Vgl. WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Meldung vom 23.07.1999 u. 26.07.1999.

⁴⁰⁶ Vgl. VELO Nr.8/1995.

⁴⁰⁷ Vgl. WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Meldung vom 16.07.1999 unter Berufung auf die französische Tageszeitung LE MONDE.

⁴⁰⁸ Vgl. dazu *Mit eisernem Willen. Der Tour-de-France-Sieger Lance Armstrong besiegte den Krebs*. ARTE-Olympia-Doku, Sendung vom 27.04.2000.

der Sportberichterstattung.⁴⁰⁹ Nur wenn die Person über alle Maßen hinausgehoben, mit einer so heftigen *Emotionalität* und *Bedeutung* belegt oder ‚dresiert‘ wird, dass ihre bloße Leistung und Erscheinung einen fast religiösen Charakter bekommt, wird sie zum Idol. Doch dieser Zustand muss, wie wir wissen, keineswegs stabil bleiben.

...zum „Laber-Loddar“ im gelobten Land

Die WELT am SONNTAG⁴¹⁰ wiederentdeckte das Phänomen Lothar Matthäus, als dieser einen Vertrag bei den New York Mets unterschrieben hatte. „Matthäus: Endlich ein Weltstar“ lautete die entsprechende Schlagzeile. War er denn nicht schon vorher ein Weltstar? Zumindest für WamS war er es nicht, trotz Länderspielrekord, internationaler Karriere, Ohrfeigen, Verbalattacken, Tagebuch und anderer Skandale. Er blieb eben ‚unser Loddar‘ aus dem Fränkischen und taugte wahrscheinlich gerade auch deshalb zum Idol. Er verband Toppleistungen mit Bodenständigkeit. Freilich schien das Matthäus selber nicht zu gefallen. Die Rettung kam von jenseits des großen Teichs: „Jahrelang buhlte der Rekord-Nationalspieler um Anerkennung. Nach 143 Länderspielen hat er sein Ziel erreicht“, klärte uns die Wams auf. Die New York Mets lockten ‚Loddar‘ mit gutem Geld, einem schicken Penthouse über den Dächern des ‚Big Apple‘ und mit der Perspektive, als Chef in einem ausbaufähigen Team einer aufstrebenden Liga zu spielen. Sein holpriges Englisch, von BILD, das seinen Wechsel akribisch verfolgte, „Fränklich“ (schönes Blend-Wort) getauft, war kein Hindernis für den Tripp und vom „Laber-Loddar“ war keine hämische Rede mehr. Das nahm schließlich sogar der DFB-Trainerstab zum Anlass, Matthäus zum Vorbild zu erklären, mit 38 Jahren! Manchmal müssen Idole eben recycelt werden.

Gefangen in der Mythen-Maschine

Das Helden-Recycling führt uns geradewegs zu jenem Phänomen, das Professor Gunter Gebauer als „Mythen-Maschine“⁴¹¹ bezeichnet. Durch die starke Präsenz des Sports und die Häufung der Ereignisse drohen der Gesellschaft die Helden auszugehen. Deshalb recyceln die Medien ihre Heldinnen und Helden in einer Art Kreislauf, um die Fangemeinde zu befriedigen. Am besten taugen dazu gefallene Engel, die einen glanzvollen Wiederaufstieg feiern,⁴¹² sei es durch eine Änderung ihrer Persönlichkeit oder durch erneute bestechende Leistungen. Grit Breuer kann geradezu als Prototyp der recycelten Heldin gelten. Allerdings fehlt ihr ein wenig die Abgeklärtheit nach dem Wettkampf, die es zum Mythos braucht. In der perfekten Inszenierung der ‚Medienrealität‘ werden die Sportler zum Mythos, sie werden nach dem Wettkampf zu Statuen mit Sonnenbrillen vor ihren leblosen Gesichtern.⁴¹³ Michael Johnson überspannte den Bogen etwas und musste sich oft den Vorwurf gefallen lassen, mit geradezu roboterhafter Coolness zu agieren. Wie seine Kollegen aber ist er bereits „unsterblich“, „Legende“, „im Pantheon“, „in der Ewigkeit“ oder „auf dem Olymp“.⁴¹⁴ Das Mu-

⁴⁰⁹ Vgl. dazu auch HOTZ, ARTURO (1989) in: ALTENBERGER, HELMUT (1989): *Das Bild des Sports in den Massenmedien*. Erlensee, 114ff.

⁴¹⁰ Im Herbst 1999, das genaue Datum ließ sich nicht mehr ermitteln.

⁴¹¹ DER SPIEGEL Nr. 35/1996.

⁴¹² Vgl. DER SPIEGEL Nr. 35/1996.

⁴¹³ Vgl. EBD.

⁴¹⁴ Alle wörtlichen Zitate des Satzes stammen aus EBD.

ster der Mythos-Maschine folgt dem Erzählmuster der Legende. Es „wird der frühchristliche Märtyrer im Sporthelden wiederbelebt: Am Anfang ist der Heilige ein unscheinbares Kind, bis ein einschneidendes Erlebnis seine Berufung sichtbar werden lässt. Sein erstes Wunder ereignet sich wie ein Donnerschlag. Inzwischen erwachsen geworden, widmet er sich seiner Wundertätigkeit. Er tut seine Werke nicht für sich, sondern widmet sie einem Höheren (...)“⁴¹⁵ Das wiederum fügt sich wunderbar ein in das amerikanische Glaubensbekenntnis des Sports, wenn das ‚Höhere‘ nicht gerade BILD, THE SUN oder NBC ist. Doch perfekt wird die Inszenierung erst, wenn das Publikum seinen Part im Spiel wahrnehmen kann. Es muss sich quasi selbst inszenieren können, um aktiv die Emotionen nachzuvollziehen, die direkte stellvertretende Erfahrung (Bandura lässt grüßen) zu erleben. Also peitschen geschickte Sportler das Publikum ein, wie es einst der Dreispringer Willi Banks vormachte, in dem er die Zuschauer zu rhythmischem Klatschen und Schreien animierte. Auch die berühmte La-Ola-Welle zählt zu dieser Art von Anfeuerung. Im Stadion oder in der Halle funktioniert so etwas perfekt. Nach einer hervorragenden Leistung hat das Publikum allen Grund, sich auch selbst zu feiern.⁴¹⁶ Die Kirmesrennen nach der Tour de France werden bisweilen auch in Deutschland durch – teilweise auch noch leicht alkoholisierte Zuschauermassen – zur Selbstinszenierung des Publikums. Im Sommer 1999 war bei den Ruhrgebietsrennen ein schlauer Stratege auf die Idee gekommen, Trillerpfeifen in rauen Mengen unter das Volk zu streuen. Die Aktion hatte Erfolg, ähnlich wie bei einem Fußballspiel. Es wurde gepfiffen, bis Geist und Ohren gleichermaßen so betäubt waren, dass man nur noch schreien oder lallen konnte. Lediglich das berühmte Wellenschlagen funktionierte noch: Der optische Eindruck genügt für wohlige Schauer – oh là là, LaOla! Wir feiern erst die Helden und dann uns selbst, so funktioniert die Mythen-Maschine. Sie ist eine Wechselwirkung zwischen Zuschauern, also uns, Medien und Sportlern. Wer uns einpeitscht, ist letztlich egal, das übernimmt der Sportler, der gerade zum Idol bzw. Mythos erhoben oder recycelt wurde. Dabei können wir uns glücklich schätzen, denn wir haben den dankbarsten Part in diesem Spiel: Wir dürfen uns fortwährend amüsieren und zelebrieren. Der Sportler hingegen wird von der Mythen-Maschine, sobald seine Leistungen schwanken, hin und her geschleudert, vom Idol zum Idioten und zurück. Wenn er Pech hat, stoppt die Maschine für ihn an der falschen Stelle, und er bleibt der Idiot. Das erkannte auch die Formel-1-Ikone Nikki Lauda: „Wer bei Ferrari siegt, ist der größte. Wer verliert, ist der größte Idiot.“⁴¹⁷

⁴¹⁵ EBD.

⁴¹⁶ Vgl. EBD.

⁴¹⁷ F.A.Z. vom 18.08.1995.

I.4. Baum der Erkenntnis:

Theoretischer Essay über das ‚Medienereignis-Prinzip‘

„Sind die Nachrichten objektiv, sind sie wahr, stimmen sie mit der Wirklichkeit überein? Die angemessenen Fragen lauten vielmehr: Welche Merkmale hat die von den Nachrichtenmedien erstellte Welt? Was sind die Kriterien der Selektion, Interpretation und Sinnggebung von Wirklichkeit, an denen sich die Journalisten orientieren? Und warum werden bestimmte Vorgänge von den Medien sichtbar gemacht und andere nicht?“
Siegfried Weischenberg⁴¹⁸

„Ich habe echtes Menschenfernsehen immer als Ideal gesehen, doch es ist einfach nicht zu machen. Bei RTL beispielsweise habe ich bei meiner ‚Late Night‘ eine Kamera in das Wohnzimmer einer Zuschauerfamilie gestellt. Aber wir mussten ihnen das ganze Wohnzimmer umräumen, um es fernsehgerecht zu machen. Echtes Menschenfernsehen gibt es nur vorm Spiegel. Eine Kamera verändert das Verhalten von Menschen. Sonst würden die Leute bei ‚Wetten, dass ... ?‘ mit Popeln schießen und sich nicht Skier aus Baumstämmen sägen. Fernsehen schreit nach Gestaltung“
Thomas Gottschalk⁴¹⁹

Wir wissen bereits, dass die ‚Medienrealität‘ immer nur mittelbar, im Zusammenhang mit der ‚objektiven Realität‘, zu sehen sind, ja dass die Medien auch die ‚objektive Realität‘ beeinflussen. Viele Kommunikationswissenschaftler und Philosophen haben sich Gedanken über dieses Phänomen gemacht und sind bekanntlich zu unterschiedlichen Ergebnissen gekommen. Hier aber wollen wir die konkreten Mechanismen hinter den philosophischen Einsichten analysieren.

Wächter über ‚Top‘ und ‚Flop‘ – Die Nachrichtenfaktoren

Die Nachricht ist die heißeste Ware des Journalisten, denn ohne Nachrichten kann kein Medienorgan überleben. Eine heiße Nachricht bedeutet bares Geld, bedeutet ‚Moos‘. Ereignisse, die kein Aufsehen erregen oder nicht zumindest das Interesse der Mediennutzer wecken, sind Wegwerfware. Doch wie wird ein Ereignis zur Nachricht? Das hatte sich auch die Medienforschung seit langem gefragt und schließlich untersucht, wie die Journalisten Ereignisse auswählen. In der Tat wurde sie fündig: Journalisten bedienen sich sogenannter ‚Nachrichtenfaktoren‘⁴²⁰ als Realitätsfilter. Ereignisse, die einen gewissen Nachrichtenwert besitzen, werden gemeldet. Andere fallen unter den Tisch. Die Nachrichtenfaktoren sind in diesem Prozess die entscheidenden Parameter, die darüber entscheiden, worüber uns berichtet wird und worüber nicht. Hat ein Ereignis nicht den richtigen Nachrichtenwert, verfügt es also über nicht genügend Nachrichtenfaktoren, oder können die Journalisten einem Ereignis nicht genügend Nachrichtenfaktoren zuordnen, dann werden wir nie von ihm erfahren!

Sinn und Grenzen der Nachrichtenfaktoren

Wie also lauten die wichtigsten Nachrichtenfaktoren? Die von der Fachliteratur immer wieder zitierte Basisquelle besteht in den 12 Nachrichtenfaktoren von

⁴¹⁸ WEISCHENBERG (1997, 28f.) fasst so die Ansicht der amerikanischen Soziologin GAYE TUCHMAN zusammen.

⁴¹⁹ WWW.SPIEGEL.DE, Interview vom 20.05.2000.

⁴²⁰ Vgl. dazu z.B. MERTEN et al. (1994, 238).

Johan Galtung und Mari Holmboe Ruge,⁴²¹ die sich allerdings explizit auf das Ressort ‚Politik‘ beziehen:

- Frequenz
- Schwellenfaktor (absolute Intensität, Intensitätszunahme)
- Eindeutigkeit
- Bedeutsamkeit (kulturelle Nähe / Betroffenheit, Relevanz)
- Konsonanz
- Überraschung (Unvorhersehbarkeit, Seltenheit)
- Kontinuität
- Variation
- Bezug auf Elite-Nation
- Bezug auf Elite-Person
- Personalisierung
- Negativismus

Zweifellos lässt sich die Argumentation von Galtung/Ruge nachvollziehen, aber sie bietet auch Angriffspunkte. So fehlt eine Hierarchisierung völlig, die sich an manchen Stellen jedoch geradezu anbietet. Wenn zum Beispiel ‚Personalisierung‘ ein Nachrichtenfaktor ist und der Bezug auf eine Elite-Person ebenfalls, so lässt sich die Elite-Person als Unterpunkt zur Personalisierung interpretieren. Und ‚Variation‘ ist eine Art, ‚Überraschung‘ zu interpretieren. Überraschungen sind immer insofern Variationen, als sie vom erwarteten Ablauf der Dinge variieren. Allein diese beiden Beispiele verdeutlichen die Schwierigkeit, aber auch die Notwendigkeit, Nachrichtenfaktoren zu klassifizieren.

Auch bei der Aufzählung von Carl Warren⁴²², der die Faktoren „Neuigkeit, Nähe, Tragweite, Prominenz, Dramatik, Kuriosität, Konflikt, Sex, Gefühle, Fortschritt“⁴²³ benennt, wäre kritisch zu hinterfragen, ob nicht in einigen Fällen ein Wert dem anderen übergeordnet ist. Nehmen wir den Sex: Sex ist immer stark an Gefühle gebunden, insofern ist er eine Art von Gefühl. Ohne Gefühl ist kein Sex möglich. Ob es sich bei diesen Gefühlen um Liebe handelt, sei dahin gestellt, aber wir empfinden beim Sex Gefühle. Andererseits haben längst nicht alle Gefühle etwas mit Sex zu tun. Folglich müsste der Sex ein Unterpunkt zu Gefühlen sein.

Auch andere, teils weniger bekannte Autoren haben sich mit Nachrichtenfaktoren beschäftigt. So bringt z.B. Christoph Fischer⁴²⁴ die Nachrichtenfaktoren unmittelbar mit der Sportberichterstattung in Verbindung. Für ihn sind die Faktoren ‚Bedeutung‘ (Ausmaß und Konsequenz von Ereignissen) und ‚Publikumsinteresse‘ (Aktualität, Prominenz, Nähe, Kuriosität, Konflikt, Sex, Wissenschaft) die zentralen Nachrichten, wobei er sich auf die Klassifizierung von Siegfried Weischenberg⁴²⁵ bezieht. Der Schwachpunkt dieser Aufzählung nun liegt z.B. in dem Problem, wie man die beiden Unterpunkte von ‚Bedeutung‘,

⁴²¹ GALTUNG, J. / RUGE, M.: *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers*. In: JOURNAL OF PEACE RESEARCH 2 (1965, 64-91). Hier zitiert nach NOELLE-NEUMANN et al. (1997, 330).

⁴²² WARREN, CARL (1934): *Modern News Reporting*. New York (dt.: *ABC des Reporters*. München 1959).

⁴²³ EBD., hier zitiert nach SCHULZ, W. (1997) in: NOELLE-NEUMANN et al. (eds) (1997, 330).

⁴²⁴ Vgl. FISCHER (1994) in: HACKFORTH / FISCHER (1994, 62f.).

⁴²⁵ Vgl. WEISCHENBERG, SIEGFRIED (1988): *Nachrichtenschreiben*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 18.

‚Ausmaß‘ und ‚Konsequenz‘, interpretieren soll. Nehmen wir als Beispiel die Weltmeisterschaften zweier verschiedener Sportarten: die Formel 1 und das Luftpistolenschießen. Zweifellos ist die Formel 1 ein ungleich wichtigeres Medienereignis als das Luftpistolenschießen. Doch warum ist das der Fall? Würden wir aus Sicht des Sports argumentieren, so gibt es weder im Ausmaß, noch in den Konsequenzen Unterschiede: Beide Weltmeister haben alle Kontrahenten besiegt und dürfen sich für eine bestimmte Zeitspanne Weltmeister nennen. Doch abseits der rein sportlichen Argumente herrscht zweierlei Maß: Der Formel 1 -Weltmeister bekommt viel mehr Geld, mehr lukrative Werbeverträge, mehr Leute kennen ihn – er wird ein Prominenter. Der Luftpistolenschütze bleibt relativ anonym und geht im Vergleich leer aus. Insofern müsste man also die Interpretation des Nachrichtenfaktors ‚Bedeutung‘ weit über den Sport hinausheben, um plausibel argumentieren zu können. Der Punkt ist doch letztlich, dass die Formel 1 wesentlich mehr Action beinhaltet und deshalb ein so wichtiger *Mediensport* ist. Action wiederum ist nichts anders als pure Emotion, denn die Emotionen sind es, die die Action zu dem Publikumsmagneten werden lässt, der er ist. Emotionen in Form von Action suchen wir aber bei Fischer vergeblich. Das stimmt verwunderlich, da er sich doch dezidiert mit der Sportberichterstattung befasst.

Schulz⁴²⁶ unterzog die Nachrichtenfaktoren von Galtung / Ruge einer Prüfung und identifizierte 20 Nachrichtenfaktoren, die er in die Kategorien ‚Status‘ (soziale Stellung der handelnden Personen), ‚Relevanz‘ (Wichtigkeit der Vorgänge), ‚Konsonanz‘ (Anknüpfung und Ähnlichkeit der Berichterstattung), ‚Identifikation‘ (geographische, politisch-ideologische und soziokulturelle Nähe der Vorgänge) und ‚Dynamik‘ (Art und Weise des zeitlichen Ablaufs) einteilt. Natürlich könnten auch hier wieder diverse Angriffspunkte ausgemacht werden, doch wollen wir uns eine weitere Kritik an diesen Konzepten sparen.

Fakt ist, dass es keine einheitliche und verbindliche Klassifizierung der Nachrichtenfaktoren geben kann. Letztlich bleibt vieles in diesem Bereich eine Frage der Interpretation. Auch die Frage, ob die Medien anhand der Nachrichtenfaktoren die ‚objektive Realität‘ definieren, indem sie eine Auswahl der zu vermittelnden Informationen treffen,⁴²⁷ ob sie die Nachrichtenfaktoren als Instrumente benutzen, um die Wirklichkeit zu verzerren,⁴²⁸ oder ob sie eine eigene ‚Medienrealität‘ erschaffen, ist bekanntermaßen nicht unwiderruflich zu beantworten.

Worauf allerdings nur wenige bekannte Veröffentlichungen eingehen, ist die Frage, inwieweit jene Auswahlkriterien, die als Nachrichtenfaktoren bekannt sind, auch dazu dienen, eine absolute ‚Medienrealität‘ zu schaffen, die keine ‚objektive Realität‘ als direkten Referenten besitzt (Stichwort: Fakes produzieren, ‚Enten machen‘). Dieser Umstand mutet zunächst seltsam an, weil längst bekannt ist, dass die Medien auch Fakes und Enten präsentieren. Wahrscheinlich liegt die Begründung im Namen selbst: *Nachrichtenfaktoren*. Eine Nachricht ist laut Elisabeth Noelle-Neumann „eine Mitteilung über ein aktuelles Ereignis, für das ein öffentliches Interesse besteht (...).“⁴²⁹ Diese Aussage wird

⁴²⁶ Vgl. SCHULZ (1982, 22f.). Auch bei JÜRGEN EMIG (1987): *Barrieren eines investigativen Journalismus*. Bochum, Studienverlag Dr. Brockmeyer, findet sich eine Verifikation von Nachrichtenfaktoren.

⁴²⁷ Vgl. dazu besonders KRÄMER (1986, 64ff.).

⁴²⁸ Vgl. dazu ÖSTGAARD (1965).

⁴²⁹ SCHULZ, W. (1997) in: NOELLE-NEUMANN et al. (eds) (1997, 307).

in ähnlicher Form von vielen Kommunikationswissenschaftlern übernommen, und sie suggeriert vor allem eins: Es gibt ein Ereignis in der ‚objektiven Realität‘, über das berichtet werden kann. Eben das ist der Trugschluss, es gibt *nicht* immer ein ‚objektives‘ Ereignis, über das berichtet werden kann, es *gibt* das Fake und die Ente. Und es gibt, gewissermaßen als Grauzone, jene breite Palette von Sportereignissen, die zwar tatsächlich stattfinden, jedoch völlig von den Medien arrangiert und beeinflusst werden.

Bedeutung oder Interesse als zentrale Filter

Es leuchtet ein, dass ein Ereignis aktuell sein muss, um in die Medien zu gelangen. Irgend ein Medium wird es immer aufgreifen, und wenn die anderen nicht blitzschnell reagieren, stehen sie im Abseits. Nichts ist älter als die Schlagzeile von gestern. Informiertsein ist nicht erst seit dem Zeitalter der Informationsgesellschaft von großer Bedeutung. Auch die Bedeutsamkeit ist ein wichtiger Faktor: Wenn das Ereignis niemanden der Mediennutzer interessiert, wird es nicht vermeldet. Gleiches gilt für die Nachrichtenfaktoren Frequenz und Kontinuität. Entspricht die Frequenz eines Ereignisses dem Rhythmus der Medien und ist es als Nachricht bereits definiert, dann findet es leichter Eintritt in die Medien. Faktoren wie Nähe, Überraschung oder Personalisierung machen neugierig. Wenn ‚Promis‘ in Geschehnisse involviert sind, wenn Unvorhergesehenes passiert, dann sind wir hellwach. Bringen wir es auf den Punkt: Ein Ereignis muss für uns entweder von *Bedeutung* sein oder aber von *Interesse*. Ist es das nicht, so ist es auch keine Nachricht wert.

Allerdings müssen die Journalisten die Auswahl treffen, sobald sie ein Ereignis erkannt haben. Sie allein entscheiden, ob ein Ereignis einen entsprechenden Nachrichtenwert hat oder nicht, also ob es durch die Schablone passt. Diese Funktion der Journalisten wird auch *Gate-Keeping*⁴³⁰ genannt, d.h. Journalisten fungieren praktisch als Torhüter. Auf den Sport bezogen, liegt die Sache scheinbar auf der Hand: Großereignisse werden gemeldet oder auch ausgiebig übertragen, weniger wichtige Ereignisse finden schon seltener den Weg in die Medien, regionale und kleine Veranstaltungen schaffen es mit viel Glück in die regionalen Medien. Ist das eine Faustregel? Fast, immer trifft sie nicht zu. Es kommt darauf an, wie man Großereignisse definiert und ob diese Großereignisse in den jeweiligen Ländern zu einem populären Sport gehören. Das gleiche Ereignis mag in einem Land frenetisch gefeiert werden, während es in einem anderen Land praktisch untergeht. Die Tour de France war in Südeuropa schon immer eine Art Naturereignis mit fast schon religiösem Charakter. In Deutschland und Großbritannien ging sie jahrelang fast unter, und in den USA wachte man nicht einmal richtig auf, als mit Greg LeMond lange vor Lance Armstrong der erste Amerikaner die Tour gewann. Manchmal zerren auch einzelne Personen eine Sportart ins Licht der Medien. Vorzugsweise erreichen sie dies, indem sie außerordentliche Leistungen vollbringen, ohne dass die Sportart ein aktiver Volkssport wird. In Deutschland schaffte das Henry Maske, der das Boxen wieder zum populären Mediensport machte. In kuriosen Ausnahmefällen werden aber auch Sportler populär, die extrem schlechte Leistungen vollbringen. Das Musterbeispiel hierfür war Eddie ‚The Eagle‘ Edwards, ein britischer Skispringer, der eine Sportart in Großbritannien in die Medien brachte, von deren Exi-

⁴³⁰ Vgl. dazu VOMSTEIN (1988, 51) u. SCHULZ, W. (1997) in: NOELLE-NEUMANN et al. (eds) (1997, 328) unter Berufung auf KURT LEWIN.

stenz viele Briten vorher wahrscheinlich nicht einmal wussten. Allerdings währte Eddies sportlicher Höhenflug nur kurz, nach einigen kapitalen Abstürzen flog er buchstäblich aus dem aktiven Skisport und entschloss sich, seine Popularität als künftige Existenzgrundlage in einer anderen Branche zu nutzen.

Insofern sind die ‚objektiven‘ und journalistischen Inhalte hinter den Nachrichtenfaktoren immer relativ und nicht generell übertragbar. Die Schablone der Nachrichtenfaktoren mag universell anwendbar sein, aber das gleiche Ereignis besitzt in den Augen verschiedener Journalisten verschiedene Passungen. Was für Amerikaner interessant ist, muss für Europäer noch lange nicht interessant sein und umgekehrt.

Sonderfall Human Interest?

Wenn überhaupt, dann bilden die Human Interest-Elemente die einzige Ausnahme. Allerdings ist auch Human Interest schwer zu definieren. Ein anerkannter Vorschlag ist, sie in 14 Kategorien zu unterteilen:⁴³¹

- Kuriosität, Ungewöhnliches (*unusualness*)
- Humor, Spaß (*humor*)
- Romantik (*romance*)
- Spannung, Ungewissheit (*suspense*)
- Sympathie (*sympathie*)
- Alter (*age*)
- Kampf, Konflikt (*conflict*)
- Sex, Liebe (*sex*)
- Wissenschaft, Fortschritt (*progress*)
- Abenteuer, Risiko (*adventure*)
- Tragödie (*tragedy*)
- Tiere (*animals*)

Wir bemerken, dass einzelne Elemente bereits in anderen Interpretationen als eigenständige Nachrichtenfaktoren vorkommen, z.B. Kuriosität oder Sex. Insofern bleibt es wiederum unserer Interpretation vorbehalten, wie wir die Human-Interest-Elemente klassifizieren. Das Problem der Nachrichtenfaktoren ist durchaus komplex. Doch wir werden es nicht weiter vertiefen, weil wir sonst etwas Anderes, Wichtiges vergessen.

Wo liegen die Grenzen der Nachrichtenfaktoren?

Die Erforschung der Nachrichtenfaktoren bleibt letztlich oberflächlich. Wir erfahren nicht, wie sie umgesetzt werden, und das ist auch von Interesse, wenn wir die Medien und ihre Wirkung verstehen wollen. Außerdem können wir aus einem anderen Grund nicht zufrieden sein: Nachrichtenfaktoren gehen immer davon aus, dass es tatsächlich ein Ereignis zu vermelden gibt, was in der ‚objektiven Realität‘ existiert oder stattgefunden hat.⁴³² Wir wissen aber nun doch, dass die Medien auch durchaus ‚gefälschte‘ oder ‚falsche‘ Ereignisse, ‚Fakes‘

⁴³¹ Nach WEISCHENBERG (1988, 22).

⁴³² Auf die Möglichkeit dieser Betrachtungsweise geht auch STAAB, JOACHIM FRIEDRICH (1990): *Nachrichtenwert-Theorie: formale Struktur und empirischer Gehalt*. München, Karl Alber, 109f. ein.

vermelden, auch wenn dies hoffentlich nicht die Regel ist. Auch müssen wir die Beeinflussung und Schaffung von Ereignissen in der ‚objektiven Realität‘ durch die Medien beachten. Zynisch gesagt: Wenn ‚reale‘ Ereignisse nur ‚Quotenkiller‘ ergeben, muss das Geld eben anders verdient werden. Also müssen auch wir mit unseren Betrachtungen noch einen Schritt weiter gehen. Wir haben ja außerdem bereits erkannt, dass es ohnehin ein höchst fragliches Unterfangen ist, die ‚objektive Realität‘ als Gradmesser für die ‚Medienrealität‘ heranzuziehen.

Das ‚Medienereignis-Prinzip‘ – ein Vorschlag

Fassen wir noch einmal zusammen:

A) Die ‚klassische‘ Ansicht:

Die Medienwissenschaft kennt mindestens drei wichtige Mechanismen, die die Realität der Medien auf der Basis objektiver Ereignisse erzeugen:

- 1) Das *Gate-Keeping*:⁴³³ Der Journalist ist der Torhüter, der darüber entscheidet, was das Tor passieren darf. Er erkennt ein Ereignis und entscheidet. Seine persönlichen Vorlieben und Abneigungen, Interessen und Einstellungen lenken dabei seine Entscheidungen ebenso wie im Medium begründete Umstände wie z.B. Platzangebot, Kapazitäten oder Vorgaben des Verlegers. Gate-Keeping teilt sich weiterhin je nach Interpretation in die *Definition* und die *Verzerrung* der ‚objektiven Realität‘.
- 2) Die *Nachrichtenwerttheorie*, die sich aufteilt in
 - a) Die *konstruktivistische Nachrichtentheorie*: Der Journalist *glaubt*, ein Ereignis erkannt zu haben, welches er vermelden sollte. Als Gradmesser dienen ihm dabei die Nachrichtenfaktoren. Anhand dieser Nachrichtenfaktoren prüft er einerseits, ob das Ereignis im Einklang mit der journalistischen *Verantwortungsethik* steht oder aber quotenträchtig bzw. verkaufsfördernd ist, und konstruiert er andererseits, sozusagen nach bestem Wissen und Gewissen, die ‚Medienrealität‘.
 - b) Die *finale Nachrichtentheorie*: Der Journalist *glaubt*, ein Ereignis erkannt zu haben, und nun instrumentalisiert er die Nachrichtenfaktoren, um durch sie seine subjektive, vor allem politisch motivierte Ereignisauswahl zu rechtfertigen. Hierbei wendet er seine *Gesinnungsethik* an. Salopp gesagt: Was dem Journalisten (medien)politisch nicht in den Kram passt, fällt unter den Tisch.
- 3) Die Konstruktion einer eigenständigen ‚Medienrealität‘ ohne direkte Referenz in der ‚objektiven Realität‘.

B) Die ‚moderne‘ Ansicht:

Die ‚Medienrealität‘ ist eine vollständig eigene, wobei die Medien sogar Ereignisse in der ‚objektiven Realität‘ beeinflussen, manipulieren und inszenieren. Das aber, was in den Medien passiert, ist eine auch davon relativ unabhängige ‚Medienrealität‘, und jede Art von Falsifikationsversuch anhand einer naiv als ‚objektiv‘ bezeichneten Realität wird dadurch unbrauchbar und überholt. Punkt A) ist in dieser absoluten Sicht nichts weiter als eine Episode in der Medienforschungsgeschichte.

⁴³³ Vgl. KEPPLINGER, HANS MATHIAS (1989): *Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 15/89.

Diese Mechanismen sind *endogen*. Dagegen gibt es auch einen *exogenen* Mechanismus, der die politischen und rechtlichen Maßnahmen der Kommunikationskontrolle, Zensurvorschriften oder ökonomische Begünstigungen bzw. Beschränkungen, also den Grad der Pressefreiheit beschreibt. Exogene Faktoren dürften in unserer westlichen Medienwelt eine eher untergeordnete Rolle bei der Nachrichtenauswahl spielen. Wie der Watergate-Skandal gezeigt hat, ist es sogar möglich, die eigene Regierung zu stürzen – Verschwörungstheorie hin oder her.

Kommen wir nun zu den Nachrichtenfaktoren: Aufgrund ihrer, zumindest interpretierbaren, Einschränkung in Bezug auf die Ansichten der modernen Medienforschung wollen wir in diesem Buch nicht länger von *Nachrichtenfaktoren*, sondern von *Medienereignisfaktoren* sprechen. Wir wollen hier zwar keinen Glaubenskrieg mit den Kommunikationswissenschaftlern beginnen, aber es ist unübersehbar, dass gerade deren Erklärungen, warum man *nicht* von Ereignis- oder Medienereignisfaktoren sprechen sollte, ihre Aussagen konterkarieren.⁴³⁴ Worin liegt der Sinn einer Falsifikation oder Verifikation durch *Nachrichtenfaktoren*, wenn die Nachricht selbst von *eben den Medien* zwar nicht unbedingt gefakt, aber mindestens doch inszeniert ist, ja wenn sogar die ‚objektive Realität‘ beeinflusst und inszeniert wird und also jeglicher Bezugspunkt fehlt? Zur Erinnerung: Wer die Ansicht der modernen Medienforschung konsequent zu Ende denkt, muss unweigerlich zu dem Schluss kommen, dass in den Medien *nur* noch eine eigene ‚Medienrealität‘ ohne direkten Bezug zur ‚objektiven Realität‘ existiert. Von Nachrichtenfaktoren kann man allenfalls noch dann sprechen, wenn ein von den Medien unbeeinflusstes Ereignis passiert, über das dann berichtet wird, aber diese Möglichkeit wird ja von der aktuellen Kommunikationsforschung ausgeschlossen.

Das hier aufgeworfene Problem ist keines der Terminologie nach dem Motto ‚Das Kind braucht einen neuen Namen‘, vielmehr sind wir mit dem Begriff ‚Medienereignisfaktor‘ in der Lage, das gesamte Phänomen der ‚Medienrealität‘ zu beschreiben. Eine Live-Sendung ist sicher keine Nachricht, die Übertragung eines Fußballspiels ist sicher nicht gleichzusetzen mit der Nachricht über das Stattfinden oder den Ausgang des Spiels. Es sind Inszenierungen, Medien-, ‚Events‘. Dieses Phänomen nennen wir es das *Medienereignis-Prinzip*, beschreibt nichts anderes als die Phänomene, mit denen sich Walter Lippmann, Gaye Tuchman oder Niklas Luhman befasst haben. Allerdings dringt es tiefer in die Mechanismen der Medien ein, es verharret nicht auf der Ebene der philosophischen Betrachtungen.

Das nun folgende Modell des Medienereignis-Prinzips ist ein Vorschlag, der auf einer Primärquellenrecherche in verschiedenen Medien der westlichen Welt kombiniert mit einer subjektiven Interpretation beruht. Dieses Modell wurde nicht aufgrund eines formalisierten Prinzips (z.B. der Inhaltsanalyse) erstellt, sondern es ist ein die Schaffung der Mediensportrealität beschreibendes Gedanken- und Interpretationskonstrukt, welches jederzeit durch ein anderes Gedankenmodell ersetzt oder falsifiziert werden könnte. Das Modell wählt diesen eigenen Weg, weil neuere Veröffentlichungen zur Theorie der Sportberichterstattung den Verdacht nahelegen, dass die traditionelle Auffassung der Nachrichtenfaktoren nicht unbedingt geeignet ist, die Sportberichterstattung zu beschreiben. Wenn z.B. ein Faktor *Emotionalität* nicht einmal erwähnt wird –

⁴³⁴ Vgl. dazu besonders WIEBKE LOOSEN (1998): *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden, Deutscher Universitätsverlag, 207.

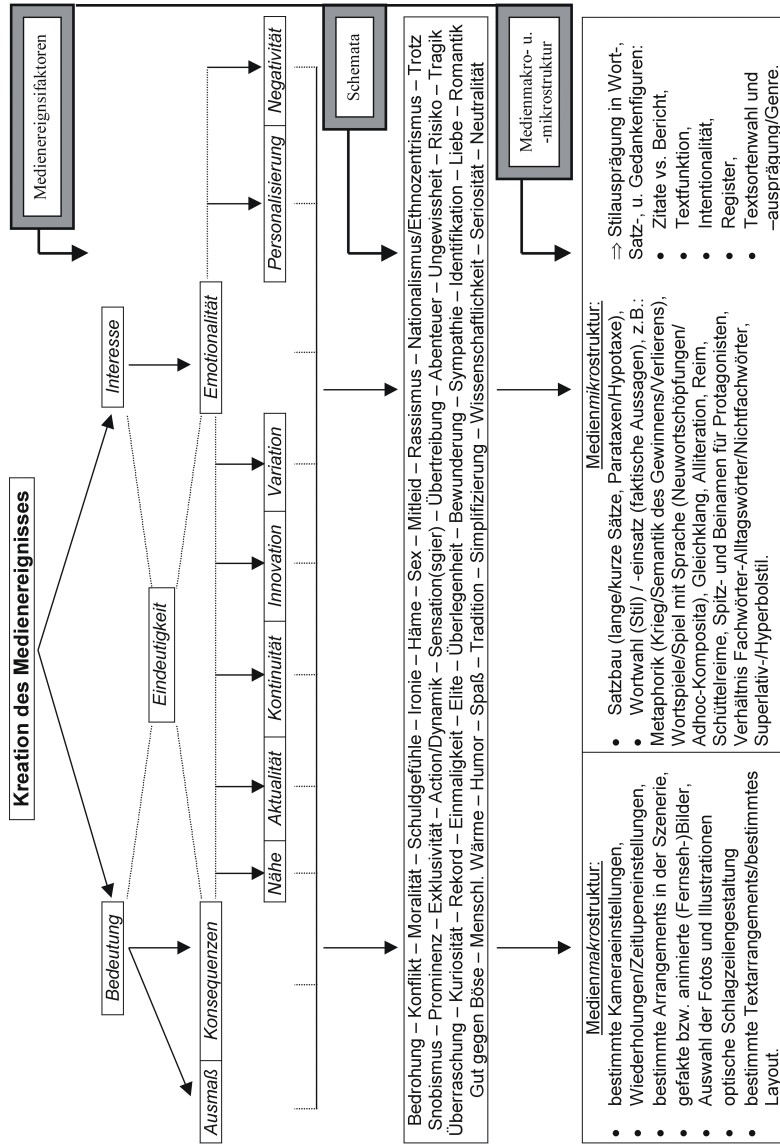
und die Emotionalität ist ein entscheidendes Element des Sports –, dann sind größte Bedenken an dem zugrunde liegenden Modell anzumelden. Die Rechtfertigung dieses relativ frei konstruierten Modells liefert übrigens die moderne Medienforschung selbst, indem sie auf jeglichen fehlenden objektiven Bezugspunkt in der ‚objektiven Realität‘ anlässlich einer Evaluation der ‚Medienrealität‘ hinweist. Wenn dieser Bezugspunkt fehlt, muss auch die relative schöpferische Unabhängigkeit in der Beschreibung der ‚Medienrealität‘ erlaubt sein.⁴³⁵

Die Anzahl und die Ebenen der Medienereignisfaktoren des hier vorgestellten Modells wurden dabei ebenso willkürlich gewählt wie die Dreiteilung. Inwieweit es auch abseits des Mediensports anwendbar ist, muss separat geprüft werden, aber Einiges spricht dafür. Ob nun die Kreation oder Inszenierung eines Medienereignisses vorliegt, ist zunächst Auslegungssache.

Die *Medienereignisfaktoren* selbst werden zunächst in drei Ebenen gegliedert, wobei jeweils die untere Ebene von der nächsthöheren abhängt. Unter der Ebene der Medienereignisfaktoren folgen noch zwei weitere Ebenen: Eine Ebene pragmatisch-semantischer *Schemata*, in der die Medienereignisfaktoren aufgehen, und eine Ebene der konkreten medialen *Umsetzung*. Diese Umsetzung der Medienrealitätsfaktoren geschieht durch sprachliche und außersprachliche Mittel bzw. Stilmittel. Wir haben es also mit mindestens drei Hauptebenen der Schaffung von ‚Medienrealität‘ zu tun. Diesen Mechanismus nennen wir hier nun *Medienereignis-Prinzip*. Betrachten wir die folgende Grafik, um uns das Medienereignis-Prinzip zu verdeutlichen:

⁴³⁵ Vgl. dazu u.a. SCHULZ, W. (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse d. aktuellen Berichterstattung*. München, 32, der eine ähnliche Vorgehensweise wählt.

Das ‚Medienereignis-Prinzip‘ in der Grafik:



Erklärungen

Am Anfang aller ‚Medienrealität‘ nehmen Journalisten etwas wahr, das sie für sich als Ereignis erkennen. Dann erfolgt bereits das erste Filtern anhand der Medienereignisfaktoren:

Medienereignisfaktoren erster und zweiter Ordnung

Die beiden ersten Filter sind die Faktoren *Bedeutung* (gleichzusetzen mit *Relevanz*) und *Interesse*. Diese beiden Filter ziehen eine Reihe von Faktoren nach sich. Die Bedeutung gliedert sich vornehmlich in die beiden Faktoren *Ausmaß* (z.B. Zahl der Opfer einer Katastrophe oder die Höhe eines Weltrekordes) und *Konsequenzen* (zumindest für die Menschen im Einzugsbereich des Mediums), während das Interesse den Faktor *Emotionalität* unmittelbar nach sich zieht. Diese zweite Ebene wird also von lediglich drei Medienereignisfaktoren bestimmt. Um das Ausmaß und die Konsequenzen eines Ereignisses kommen wir nicht herum, egal ob es uns interessiert oder nicht. Ausmaß und Konsequenzen sind für uns Notwendigkeiten. Die Emotionalität hingegen bestimmt unser Interesse. Interessieren wir uns für etwas, dann sind wir automatisch in das Geschehen emotional involviert. Natürlich können diese Emotionen ganz unterschiedlicher Natur sein, doch Emotionen empfinden wir immer. Auf den Sport bezogen: Siege, Niederlagen, Rekorde, Action sind pure Emotionen. Überhaupt müssen wir auf die Emotionalität ein starkes Gewicht legen, denn spätestens seit die Hirnforschung (siehe besonders die Ausführungen Daniel Golemans zur emotionalen Intelligenz) die allumfassende Bedeutung unserer Emotionen erkannt hat, wissen wir, dass wir ohne Emotionen zu empfinden keine Informationen richtig aufnehmen können. Auf die Wichtigkeit und zentrale Bedeutung des Faktors *Emotionalität* haben übrigens bereits die schweizer Kommunikationswissenschaftler Ulrich Saxer und Martina Märki-Koepp eindringlich hingewiesen.⁴³⁶ Ob man dabei nun den Nachrichtenfaktoren bzw. Medienereignisfaktoren bestimmte Gefühlsmuster oder Gefühlskulturen gegenüberstellt,⁴³⁷ oder den Faktor *Emotionalität*, wie hier geschehen, direkt integriert, ist allenfalls ein Definitionsproblem. Die Kernaussage ist wichtig, und die lautet: Ohne Emotionalität ist die Konstruktion der ‚Medienrealität‘ kaum möglich.

Ausmaß, *Konsequenzen* und *Emotionalität*, das sind die wichtigsten Medienereignisfaktoren zweiter Ordnung. Alle anderen hängen von diesen drei Faktoren ab. Der Faktor *Eindeutigkeit* dürfte in der Sportberichterstattung – und wahrscheinlich nur hier – eine besondere Rolle spielen,⁴³⁸ weil er mit allen anderen in enger Verbindung steht. Der Sport lebt von der Eindeutigkeit seiner Ereignisse, selbst wenn diese nur vorgegaukelt wird. Sieg oder Niederlage, so lautet das altbekannte Prinzip. Manche Experten sprechen gar von einer Simplizität des sportlichen Geschehens.⁴³⁹ Welche seltsamen Blüten der auf Eindeutigkeit gestützte Charakter des Sports bisweilen treibt, ist bei Mario Leis⁴⁴⁰ eindrucksvoll nachzulesen. Wie dem auch sei, Mediensport ist unbestreitbar Un-

⁴³⁶ SAXER, ULRICH / MÄRKI-KOEPP, MARTINA (1991): *Medien-Gefühlkultur*. München, Öhl-schläger.

⁴³⁷ Vgl. EBD, 60 f.

⁴³⁸ Vgl. zur Stellung des Faktors *Eindeutigkeit* auch LOOSEN (1999, 199 f.).

⁴³⁹ Vgl. DANKERT (1969, 66).

⁴⁴⁰ DIAGONAL 1997/Heft 2: *Citius – Altius – Fortius?* S.207-214.

terhaltung und da würde eine diffus-komplizierte Konzeption, die unweigerlich zu nicht eindeutigen Ergebnissen führen muss, nur stören.

Medienereignisfaktoren dritter Ordnung

Die dritte und letzte Stufe wird von den Medienereignisfaktoren *Nähe* (kulturell und räumlich), *Aktualität*, *Kontinuität* (ein Ereignis ist bereits thematisiert), *Innovation* (Fortschritt und Weiterentwicklung der Menschheit), *Variation* (unerwartete Abweichung von einem Schema/einer Regel, Überraschung, aber auch Rekorde und Höchstleistungen), *Personalisierung* (Personen werden in den Vordergrund gestellt) und *Negativität* (Katastrophe, Niederlage, Verlust, etc.) geschaffen. Diese Medienereignisfaktoren lassen sich nicht immer eindeutig den Faktoren *Bedeutung* oder *Interesse* zuordnen, hängen aber von beiden ab. Eine Personalisierung hängt z.B. stark mit Emotionalität zusammen und betrifft von daher vor allem das Interesse. Deshalb finden wir diesen Punkt sehr weit rechts in der Grafik. Die Nähe eines Ereignisses hingegen ist fast neutral, im Zweifelsfall jedoch der Bedeutung zuzuordnen. Deshalb ist es halblinks positioniert. Jeder Medienereignisfaktor findet sich also in der Grafik genauso weit von seinem Korrelat entfernt wie im tatsächlichen Prozess.

Dieses Konstrukt von nicht mehr als 13 Faktoren beschreibt die erste Stufe der Schaffung der ‚Medienrealität‘.

Die Schemata⁴⁴¹

Die nächste Stufe wird von Schemata bestimmt, die auf kognitiv-emotionalen Einstellungen und Gegebenheiten beruhen. Die Beispiele in der Grafik sind sicher nicht vollständig, geben aber einen fairen Überblick. Schemata sind pragmatisch-semantische Gestaltungsmuster. So wird klar, dass die Anwendung der Medienereignisfaktoren an sich noch wenig über die journalistische Umsetzung aussagt. Nehmen wir als Beispiel die Emotionalität: Auf wie viele Arten können wir Ereignisse emotionalisieren bzw. von der emotionalen Komponente von Ereignissen erfasst werden! Liebe, Bedrohung, Nationalismus bzw. Ethnozentrismus oder Sensationsgier sind sehr emotionsgeladene Phänomene (s.o.), doch sind die Emotionen jeweils völlig unterschiedlich. Die Schemata beschreiben die Art der Emotionen genauer, jedoch nicht nur die Emotionen. Ein Schema, welches auch relativ unabhängig von Emotionen greift, ist z.B. die Tradition. Ereignisse, die aus Tradition in den Medien erscheinen, mögen teilweise karteileichenartigen Charakter besitzen, doch sie haben eine so große Bedeutung, dass sie vermeldet werden. Die Schemata fungieren also als weitere Schablonen bzw. Muster, die von Journalisten auf die Medienereignisfaktoren angewendet werden.

Medienmakrostruktur und Medienmikrostruktur

Nun folgt die letzte Stufe der Konstruktion der ‚Medienrealität‘. Sie besteht aus dem Handwerkszeug der Journalisten, mit denen sie die Schemata in die Informationsvermittlung umsetzen. Das Handwerkszeug gliedert sich in makrostrukturelle und mikrostrukturelle Aspekte. Zur Medienmakrostruktur gehören alle Elemente, die nicht die Mediensprache direkt betreffen, die die Form

⁴⁴¹ Vgl. LUHMANN (1996, 195ff.).

beschreiben, in die die sprachlichen Elemente gegossen werden. Zur Medienmikrostruktur gehören demnach alle sprachlich-stilistischen Elemente. Sie teilen sich in die Ebenen Lexik (Wortwahl) und Syntax (Satzbau), in das Verhältnis von wörtlichen Zitaten und vom Journalisten verfassten Text. In der Presse untersuchen wir zudem die Textfunktion (z.B. informativ, instruktiv, direktiv, narrativ oder phatisch?) die Intentionalität (für welche Leserschaft erfüllt der Text seine Funktion?) und die Textsortenwahl (z.B. Reportage, Hintergrundartikel, Bericht, Kurzmeldung, Feature, Interview, etc.). In der Fernsehberichterstattung untersuchen wir journalistische Stilformen (Reportage, Vor-/Nachbericht, Expertenanalyse, Interview, Moderation, Trailer, Portrait, Glosse, Nachrichtenblock, etc.)⁴⁴² Die Wichtigkeit dieser Ebene, zum Vorteil wie Nachteil der Athleten, ist nicht zu unterschätzen: Was sprachlich prägnant transportiert wird, das ‚kommt an‘, wird behalten und reflektiert zudem das Wesen und die Aktion des Sports. Ein Journalist, der schwerfällig schreibt, hat im Ressort Sport wohl nichts zu suchen.

Ausblick

Wie haben nun den Mechanismus der Konstruktion der ‚Medienrealität‘, das ‚Medienereignis-Prinzip‘, kennen gelernt. Medienereignisse lassen sich wie in einer Baumstruktur anhand dieses Prinzips erklären, je nachdem welche Faktoren gerade in welcher Stärke greifen. Ebenso lässt es sich konstruktivistisch und final anwenden, ganz nach Belieben des Journalisten. Gleichfalls ist es den Journalisten möglich, das ‚Medienereignis-Prinzip‘ sowohl als Verifikations-schablone für objektive Ereignisse als auch als Konstruktionsschablone bzw. Inszenierungsinstrument von Medienereignissen anzuwenden. Weiterhin ist es aufgrund seiner Baumstruktur auf alle Ressorts anwendbar. Subjektiv bleibt lediglich die Zuordnung der einzelnen Medienereignisfaktoren zu einem bestimmten Ereignis, denn bis auf den Faktor der räumlichen Nähe sind die Faktoren objektiv nicht absolut verifizierbar.⁴⁴³ Die weiteren linguistischen Feinheiten abseits dieser Einsichten müssen wir hier nicht erörtern, das wollen wir den Linguisten überlassen.

Als aufmerksame Mediennutzer haben wir jeden Tag aufs neue die Chance zu erleben, wie das ‚Medienereignis-Prinzip‘ umgesetzt wird: Jedenfalls solange wir unsere aufgeklärte, kritische Haltung bewahren und nicht selbst wehrlose Opfer des ‚Medienereignis-Prinzips‘ werden.

⁴⁴² Vgl. SCHAFFRATH, MICHAEL (1999): *Fußball-WM '98*. Münster, Lit, 42f.

⁴⁴³ Vgl. STAAB (1990, 108).

II

II.1. Klassisches und Kurioses

„Nach dem Spiel ist vor dem Spiel“
„Der nächste Gegner ist immer der schwerste“
„Ein Spiel dauert 90 Minuten“
„Der Ball ist rund“

Sepp Herberger, Reichs- und Bundestrainer 1936-1964⁴⁴⁴

Der ‚Prinz von Homburg‘

Manchmal werden die Medien kalt erwischt. Dann kontrollieren keine Medienereignisfaktoren und keine Schemata, dann sind die Medien nicht Herr, sondern Sklave ihrer eigenen Mechanismen. In diesen Momenten bestimmen die Akteure selbst und meist spontan die Schemata, inszenieren mit den Medienereignisfaktoren ihrer Wahl. Live-Sendungen mit Interviewsituationen sind naturgemäß besonders anfällig für solche Ereignisse. Da nimmt eines Abends der Boxer Norbert Grupe (Der ‚Prinz von Homburg‘) im *Aktuellen Sportstudio* Platz – und sagt nichts! Allen Fragen des Moderators begegnet er nur mit mildem Gesichtsausdruck, auf diese Weise anprangernd, dass man in die Sendung nur Sportler einlade, deren Antworten der Moderator auch selbst geben könne. Dieser ist so perplex, dass ihm nichts anderes einfällt, als enerviert seinen Fragenkatalog abzuspuhlen – freilich ohne eine Antwort zu erhalten. Der Ritualcharakter des *Sportstudio*-Interviews ist entlarvt!⁴⁴⁵ Live wandeln sich *Aktualität*, *Variation* und *Überraschung* manchmal schnell vom Fetisch zum Fehlbarkeitsbeweis der Medien.

Brigitte Berendonk brutal⁴⁴⁶

Auftritt Brigitte Berendonk:

Da holt eine junge ehemalige Spitzensportlerin im *Aktuellen Sportstudio*, immerhin Deutschlands wohl renommierteste Sportsendung, zum Schlag gegen das Doping aus und klagt nicht nur Sportärzte, Funktionäre und Athleten an, sondern auch den gar nicht vorhandenen Moderator Hans Joachim Friedrichs. Berendonk, als Kugelstoßerin und Diskuswerferin erfolgreich, ist nach eigenem Bekunden ungedopt, nach objektivem Bekunden schlank und weiblich, ganz im Gegensatz zu ihren prünhildenhaften Konkurrentinnen. Und nun sitzt diese Dame im *Aktuellen Sportstudio*, initiiert eine einmalige *Variation* durch gnadenlose *Moralisierung* und bezichtigt Starmoderator Hans Joachim Friedrichs, in einem gewissen Interview Völkerverblödung durch Verharmlosung des Dopings betrieben zu haben. Harsche Kritik am Medium, welches sich nun selbst nicht wehren kann – höchstens durch eine äußerst unsouveräne Ausblendung des Geschehens.

Was für ein Glück, dass Friedrichs noch im Hause ist und außerdem nicht lange fackelt: Er stürmt völlig programmwidrig die Diskussionsrunde, unge-

⁴⁴⁴ Zitiert nach WELT am SONNTAG Nr.5/30.01.2000.

⁴⁴⁵ Vgl. dazu auch RIHA (1978).

⁴⁴⁶ Dieses Ereignis ist in detaillierterer Beschreibung auch nachzulesen bei BLICKENSDÖRFER (1983, 156ff.).

kämmt und ungeschminkt wie er ist, und stellt in barschem Ton klar, dass er niemals das Doping verniedlicht habe und er auf schulmeisterliche Belehrungen der berendonkschen Art verzichten könne. Schluss, aus – und halbwegs die Ehre gerettet. Und Brigitte Berendonk? Sie setzt nach dem zornigen Abgang Friedrichs‘ ihre Anschuldigungen im Beisein des diensthabenden Moderators Harry Valérien ungerührt fort. Bis zum bitteren Ende der Sendezeit.

Abtritt Brigitte Berendonk.

Monica Seles: „High-noon auf dem Centre Court“⁴⁴⁷

Die Bilder von Monica Seles‘ schmerzverzerrtem Gesicht gingen um die Welt: Im Viertelfinale des Citizen-Cup-Turniers in Hamburg, als Monica Seles gerade im Begriff war, ihre Gegnerin Magdalena Maleeva zu besiegen, da bahnte sich der damals 39-jährige Günter Parche den Weg bis ganz nach vorn in die erste Reihe. In der Hand hielt er, eingerollt in eine Programmzeitschrift und zusätzlich in einem Beutel versteckt, ein Schlachtermesser. Als Monica Seles sich zwischen zwei Spielen auf ihren Stuhl setzte, stach er zu. Er traf die Spielerin am Rücken, genau zwischen die Schulterblätter. Seles taumelte nach vorn und lag schließlich ganz am Boden, bis sie von Helfern wieder aufgerichtet wurde.

Die Wunde war weder tief, noch lebensbedrohlich, doch Parche hatte Monica Seles‘ Innerstes getroffen. Bis zu dem Zwischenfall war Seles eine sehr robuste Persönlichkeit und außerdem die beste Tennisspielerin der Welt. Danach war nichts mehr wie es war. Es dauerte Jahre, bis sie sich wieder einigermaßen gefangen hatte. Der offenbar verwirrte Parche wollte Monica Seles mit allen Mitteln von der Weltspitze vertreiben, damit sein Idol Steffi Graf wieder Weltranglistenbeste sein würde.

Das Ereignis schlug wie ein Blitz auch in die Medienwelt ein.⁴⁴⁸ Bisher war die hart, fast brutal spielende Monica Seles vor allem dadurch aufgefallen, dass sie wie keine Zweite auf den Ball eindrosch. Dabei stieß sie Laute aus, die hämisch mit den „Brunftschreien einer Eselin“⁴⁴⁹ verglichen wurden. Die britische Boulevardpresse, bekanntlich nie um entsprechende Kommentare verlegen, erfand ein „Grunzometer“⁴⁵⁰, um Seles‘ Laute zu messen und in Frankreich befand man, dass wegen ihres Gestöhnes „der Eiffelturm erröte“⁴⁵¹. Bisher war sie für die Medien die Böse, die Hexe, die *Bedrohung*, die nur das Geld wollte. Steffi Graf dagegen war eine Spielerin, der es vor allem um die Ästhetik und Perfektion des Spiels ging. *Gut gegen Böse* könnte man das Schema auch nennen.

Nach dem Attentat sollte das anders werden. Und richtig, fortan schwenkten die Medien um auf das Schema *Mitleid*. Monica Seles war nun plötzlich die Gute, während Steffi Graf die Rolle der Bösen zugeschoben wurde. „Als bloße Weltranglistenbeste war Seles uninteressant, unnahbar und ungeliebt.“⁴⁵² Nach dem Attentat wurde sie zu einer „Art Greta Garbo des Tennis“⁴⁵³ erhoben. Die Medien jubelten ihr zu und selbst, als sich abzeichnete, dass ein

⁴⁴⁷ DER SPIEGEL Nr.42/1993.

⁴⁴⁸ Vgl. hierzu die Angaben von FRIEDRICHSEN (1993, 42) in: DER SPIEGEL Nr. 42/93.

⁴⁴⁹ EBD.

⁴⁵⁰ EBD.

⁴⁵¹ EBD.

⁴⁵² Vgl. EBD.

⁴⁵³ Vgl. EBD., mit Verweis auf das TENNIS MAGAZIN.

Comeback länger dauern würde und schließlich eine zunächst deutlich übergewichtige Monica Seles wieder ins Geschehen eingriff, hielt sich die *Häme* in Grenzen. Und auch ihr für frühere Presstextillustrationen typisches, vor Anstrengung verzerrtes Gesicht wurde nicht mehr in der Presse abgebildet, nein, man suchte und fand vorteilhaftere Fotos.

Die Gegenüberstellung Graf-Seles lebte von *Emotionalität, Personalität* und dem Schema *Gut gegen Böse*. Ein Messerstich genügte, um von einem Tag auf den anderen – für eine gewisse Zeit – die Hauptpersonen in diesem Gefüge gegeneinander auszutauschen.

8 Sekunden bis zur Ewigkeit

Die Tour de France 1989 hatte es in sich. Da belauerten sich Greg LeMond, der erste Amerikaner, der je dieses Rennen gewinnen konnte, und Laurent Fignon, der französische Widersacher, der ebenfalls die Tour bereits gewinnen konnte, über 3250 Kilometer quer durch Frankreich. Da wechselte das gelbe Trikot mehrfach zwischen beiden Fahrern, um schließlich am vorletzten Tag mit 50 Sekunden Vorsprung auf den Schultern von Fignon zu liegen. Als letzte Etappe stand ein 25 Kilometer langes Einzelzeitfahren auf dem Programm, eigentlich eine Formsache. „Ich kann pro Kilometer des Schlusszeitfahrens zwei Sekunden langsamer fahren als LeMond. Es müsste schon ganz dumm kommen, sollte ich diese Tour noch verlieren“⁴⁵⁴, ließ sich Fignon vernehmen.

Es kam noch dümmmer: Ein entfesselter Greg LeMond raste gekrümmt über seinen Aero-Lenker die Champs-Élysée entlang, so schnell, dass die Fernsehkameras kaum ein wackelfreies Bild einfangen konnten. LeMonds Aero-Lenker wurde nach dem Rennen für Zeitfahräder zur Standardausrüstung, der Kommentar des britischen EUROSPOORT-Kommentators David Duffield für Radsportfans zur Legende. Wie in Trance zählte er die Sekunden herunter, bis zu dem Augenblick, als LeMonds großer Konkurrent Fignon wenige Meter vor der Ziellinie die Tour verlor. Ganz leise wurde Duffield, als er sich immer mehr der magischen Zahl ‚0‘ näherte; drei Sekunden vor Ablauf der Zeit verstummte er ganz, um dann das unvergessliche „He’s lost it“⁴⁵⁵ herauszuschreien. In der Tat hatte Fignon die Tour de France um 8 (acht!) Sekunden verloren. Das entspricht einer Distanz von 82 Metern oder einem Leistungsunterschied von 0,00253 Prozent.⁴⁵⁶

Übrigens: Duffields Ausruf wie überhaupt das ganze Ereignis ist ein Musterbeispiel für den Medienereignisfaktor *Negativität*. In dem Augenblick, als LeMond die Tour gewinnt, gilt die Aufmerksamkeit im unmittelbaren Moment seines Triumphs doch dem Besiegten. „He’s lost it“ war der Ausruf, nicht „he’s won it“. Freilich wurde dieser Kommentar dadurch begünstigt, dass die Kameras Fignons Zieleinfahrt festhielten und erst später auf den jubelnden LeMond schwenkten. So vernichtend und so unerwartet (*Variation*) war Fignons Niederlage, dass er sich nie wieder ganz davon erholte und ironischerweise eine selbst durch seine zwei Tour-Siege nicht erreichte Berühmtheit doch noch erlangte. LeMond wurde durch diesen Sieg im Radsport unsterblich.

⁴⁵⁴ Zitiert nach REINHARD (1989, 19) in: TOUR Nr. 9/89.

⁴⁵⁵ Grammatikalisch richtig müsste es eigentlich „he has lost it“ heißen.

⁴⁵⁶ Vgl. EBD, 10.

Dreimal gleicher Urin!

Es war einmal eine Sprinterin Katrin Krabbe, die lief so schnell, dass sie in Tokio 1991 Doppelweltmeisterin wurde. Dass sie dazu noch groß, blond und blauäugig war, wussten die Medien besonders zu schätzen. Für BILD war sie die „Leichtathletik-Königin“⁴⁵⁷. Lediglich die Tatsache, dass Trainer Thomas Springstein jegliche Einsicht in den Sinn der neuen, strengeren Dopingkontrollen vermissen ließ, störte die Medien (und – natürlich – besonders ein Hamburger Nachrichtenmagazin...) ein wenig. War hier Doping im Spiel? Nur ein paar Monate später platzte die Bombe: Aus einem Trainingslager erreichten den (inzwischen verstorbenen) Kölner Doping-Papst Manfred Donike drei identische, mit jeweils 120 Millilitern die exakt gleiche Menge Urin enthaltende Proben von Springsteins Schützlingen. „Schlecht gekühlt“ befanden die Hamburger Investigatoren⁴⁵⁸, sonst hätten die mutmaßlichen Doperinnen Schlimmeres verhindern können. Eine Sperre des Glamourgirls schien unausweichlich, die Karriere am Ende, die Berichterstattung war nur noch von *Häme*, *Moralisierung* und *Negativität* geprägt. Doch ein „simpler Taschenspielertrick“⁴⁵⁹ rettete Katrin Krabbe noch einmal. Ihr Anwalt Reinhard Rauball überzeugte einen offenbar überforderten Verbandsrichter Günter Emig davon, dass es ein Leichtes sei, die Siegel der Urinproben zu vertauschen.⁴⁶⁰ Die Folge: Freispruch für Krabbe und Co. wegen Form- und Verfahrensfehler. Doch DER SPIEGEL gab sich mit dererlei oberflächlichen Urteilen nicht zufrieden und forschte nach, wie es zu identischen Urinproben kommen konnte. Schließlich präsentierte man die Testergebnisse des Forschers Dietrich Bormuth, der nachgewiesen hatte, dass Sportlerinnen durch ein Femidom das fragliche Depot mit Fremdurin in ihrer Vagina transportieren konnten. Das Femidom, eine Art Kondom für die Frau, war in den Ostblockländern entwickelt worden und so stabil, dass es gefüllt sogar während des Sporttreibens nicht verrutschte. Ob die mutmaßlichen Doperinnen es benutzten, blieb allerdings im Dunkeln. Der Affäre zweiter Teil folgte bald: Auf einem internationalen Kongress hatte Donike zufällig von einem vermehrten Clenbuterol-Missbrauch unter amerikanischen Athleten gehört und testete neuerlich enttreffende Urinproben von Krabbe und Co. auf diese Substanz – und er wurde fündig. Die Medien-*Häme* kannte kaum noch Grenzen, die herannahenden olympischen Spiele mussten abgeschrieben werden. Katrin Krabbe und ihre Kolleginnen Manuela Derr und Grit Breuer wurden schließlich für drei Jahre gesperrt; nicht etwa wegen Dopings, sondern wegen unsportlichen Verhaltens. Clenbuterol, von den Athletinnen in Form des Hustenkrampflösers Spiropent eingenommen, stand damals noch nicht auf der Dopingliste. Dann wurde es ruhig um das Trio. Sportlich überlebt hat das Desaster nur eine: Grit Breuer. Angesichts der Nandrolon-Welle, die die Leichtathletik um die Jahrtausendewende überrollt, erscheint das *Ausmaß* dieser Affäre heute fast provinziell.

⁴⁵⁷ Zitiert nach DER SPIEGEL Nr.34/1991.

⁴⁵⁸ DER SPIEGEL Nr.8/1992.

⁴⁵⁹ DER SPIEGEL Nr.8/1992.

⁴⁶⁰ EBD.

Dieter Baumann: saubere Zähne, schmutzige Weste?

Die Nachricht schlägt ein wie die viel zitierte Bombe: Der Mittelstreckenläufer, Olympiasieger und deutsche Superstar Dieter Baumann hält am Freitag, den 19. November 1999, eine Pressekonferenz ab, in der er bekannt gibt, positiv auf die verbotene Substanz Nandrolon getestet worden zu sein. Das Pikante daran: Baumann ist nicht irgendein Leichtathlet, er ist die personifizierte Antidopingkampagne. Als Intimus von DLV-Präsident Helmut Digel und Werner Franke hat er sich stets gegen den Medikamentenmissbrauch eingesetzt, härtere Vorgehensweisen gegen Dopingsünder gefordert und durchgesetzt, eine eidesstattliche Erklärung, ‚sauber‘ zu sein, abgegeben und auch nicht mit Anschuldigungen gegen vermeintlich oder tatsächlich gedopte Gegner gezeigt.

Ein Krimi beginnt...

Natürlich ist das Ereignis ein gefundenes Fressen für die Presse. Die F.A.Z.⁴⁶¹ schiebt die Meldung in den ‚Eckenbrüller‘ (auf der Titelseite oben links), BILD⁴⁶² kommt, ebenfalls auf der Titelseite, mit der Schlagzeile „Doping Schock – unser Gold-Baumann“ (aha, wir Deutsche sind eine große BILD-Familie), die RHEIN-ZEITUNG⁴⁶³ illustriert ihre Titelseite mit dem Schnappschuss eines am Boden sitzenden Baumann. Die S.Z.⁴⁶⁴ titelt „Der Supergau in Person“, BILD führt weiter aus „Wirklich 10fache Menge Anabolika? Ist denn im Sport gar nichts mehr sauber?“, die F.A.Z. kommentiert ebenfalls den „Supergau“, und außerdem „denkt Präsident Digel an Rücktritt“, weil er doch an ‚seine‘ Saubermann-Ikone geglaubt habe wie kaum ein Zweiter. Sämtliche großen Zeitungen drucken Fotos eines niedergeschmetterten, müden Dieter Baumann; Fotos, die an das Konterfrei eines Schwerverbrechers erinnern. Der Fall ist wahrlich an *Ausmaß, Konsequenzen, Emotionalität, Personalisierung* und *Negativität* kaum zu übertreffen. Nur mit der *Eindeutigkeit* will es nicht so recht klappen. Denn die ‚Baumann-Bombe‘ detoniert mit breiter Streuung, um beim Presse-Stil zu bleiben. Am gründlichsten recherchiert die S.Z., die die Ergebnisse von Werner Franke präsentiert, der 1991 nachgewiesen hat, dass unter besonderen Umständen der Körper übermäßig Nandrolon produzieren kann, oder die Erkenntnisse des Präsidenten der Bundes-Tierärztekammer Günter Pschorn, welche bei entsprechender Anwendung in der Tiermast den Übergang von Nandrolon in die Nahrungskette belegen. Für DIE WOCHE⁴⁶⁵ ist Franke ein „Gutmensch“, der „vom Wissen“ abfällt. Der Fall ist also nebulös. Daran können auch die vielen Stimmen von Experten und Kollegen, die die wichtigsten überregionalen Zeitungen unisono zitieren, nichts ändern – in dubio pro Dieter?⁴⁶⁶ Im *Aktuellen Sportstudio*⁴⁶⁷ muss sich Baumann den inquisitorischen Fragen von Rudi Cerne stellen, die ihn fast, aber eben nur fast, schon zum Schuldigen stempeln. Baumann selbst weiß, dass er keine Chance hat, aber er will sie nutzen – eine absurde Situation. Er bezweifelt nicht die Methoden der For-

⁴⁶¹ Nr. 271/20.11.1999.

⁴⁶² Nr. 272/20.11.1999.

⁴⁶³ Nr. 270/20.11.1999.

⁴⁶⁴ Nr. 269/20./21.11.1999.

⁴⁶⁵ Genaue Ausgabe nicht mehr nachvollziehbar.

⁴⁶⁶ In Anlehnung an HARALD KRÄMER, der in seinem Buch über die Tour de France das Wortspiel ‚in dubio pro Didi‘ prägt. Er spielt damit auf Dietrich Thurau an, der in zahlreiche Dopingaffären verwickelt war.

⁴⁶⁷ Sendung vom 20.11.1999

schungslabors, will konstruktiv an der Aufklärung des Falles mitwirken. Von besonderer *Kuriosität* und daher in der Presse hervorgehoben: Der Athlet hatte einst in seinem Buch *Ich laufe keinem hinterher*⁴⁶⁸, einer sportlichen Zwischenbilanz, genau das Szenario ausgemalt, welches nun eingetreten ist: „Baumann gedopt: Welch‘ eine Schlagzeile. Manchmal habe ich den Eindruck, als würde die halbe Welt nur darauf warten. Der populärste deutsche Leichtathlet ein Betrüger. Ausgerechnet dieser Baumann, der selbsternannte Saubermann. Den Müsli-Mann markieren und statt Körnern Anabolika einwerfen.“⁴⁶⁹ Am darauffolgenden Montag lässt Helmut Digel seinen Rücktritt dementieren und Doping-Fahnder Wilhelm Schänzer untersucht den Haushalt des Verdächtigten. „Baumann läuft sein schwerstes Rennen“ in der S.Z.⁴⁷⁰ und Schänzer wird von der F.A.Z.⁴⁷¹ zum Interview gebeten, in dem er verkündet: „Man muss Dieter Baumann so behandeln wie alle anderen Fälle“; nachdem klar ist: „Auch Dieter Baumanns Küche gibt keinen Aufschluss über die Quelle“. Jeden Tag ist nun etwas über den Fall zu lesen, in der Berichterstattung nimmt die *Kontinuität* ihren Lauf.

...und nimmt eine überraschende Wende

Am 04. Dezember jedoch kommt die F.A.Z. mit der Schlagzeile einer völlig unerwarteten, bizarren *Variation* und *Überraschung*, ja Wende in diesem Fall: „Baumann erstattet Anzeige wegen Manipulation der Zahnpasta.“ Was ist jetzt geschehen? Es hat sich im Hause des Verdächtigten eine Tube Zahnpasta gefunden, die doch tatsächlich mit Norandrostendion versetzt war und den Olympiasieger von 1992 in die positive Probe gestürzt hatte. Nun ist guter Rat teuer. Hat er oder hat er nicht? Die F.A.Z. kommentiert: „Die Proben bleiben ‚positiv‘“. Und außerdem: „Um einen mutmaßlichen Täter in ein angebliches Opfer zu verwandeln, reicht eine Tube Zahnpasta nicht aus. Wer die Version vom bösen Unbekannten glaubt, der hat Dieter Baumann auch vorher schon vertraut. Oder umgekehrt. Wer die Geschichte vom üblen Saboteur für starken Tobak hält, der hat den Dauerläufer auch früher bereits als Scharlatan scheinbar angesehen. Oder umgekehrt.“ Schon wenige Tage später sitzt gar Fahnder Schänzer selbst in der Klemme: Das IOC, vom DLV informiert, zweifelt seine Integrität an, weil er persönlich nachgeforscht hat. Er hat sich selbst die Zähne mit jener fatalen Zahncreme geputzt, seinen Nandrolonspiegel gemessen und – siehe da – an sich selbst stark überhöhte Nandrolon-Werte nachgewiesen. Die S.Z.⁴⁷² sieht nun einen „Glaubenskrieg“ in den Medien im Gange, wobei Schänzer doch die schriftliche Bewilligung des DLV zur Hausdurchsuchung bei den Baumanns vorlegen kann. „Schänzer hat Recht, wenn er sagt, der DLV hatte keine Einwände“, muss schließlich Präsident Digel bekennen. Auch die elektronischen Medien, besonders der Informationsdienst SPORT1⁴⁷³, führen akribisch Buch über die Ereignisse. Und tatsächlich gibt es bereits am 09. Dezember wieder Neuigkeiten: In der DDR schon seien die Schleimhäute des Körpers als sehr probater Transporter für nur kurz im Körper zu verbleibende Anabolika erkannt worden, so hätte ein gewisser Professor Wilfried Schäker Kaugummi und

⁴⁶⁸ 1995 erschienen bei Kiepenheuer&Witsch.

⁴⁶⁹ Hier zitiert nach der S.Z. vom 20./21.11.1999.

⁴⁷⁰ Ausgabe vom 22.11.1999.

⁴⁷¹ Ausgabe vom 22.11.1999.

⁴⁷² Ausgabe vom 15.01.2000.

⁴⁷³ WWW.SPORT1.DE.

Zahnpasta mit Hormonen angereichert, um widerspenstige Antidoper zu überlisten. Dieser Trick sei in Athletenkreisen wohlbekannt. Also ist Baumann doch der Täter? Der relativ unbekannter Läufer Christian Thörner bringt des Stars Intimfeinde Stephane Franke und Damian Kallabis ins Spiel, die zur selben Zeit im Trainingslager in St.Moritz waren und Zugang zu Baumanns Kulturbeutel gehabt haben sollen. Doch dieses Manöver, für die Medien immerhin eine weitere willkommene *Variation*, verpufft: Beide Verdächtigen dementieren prompt, und auch die Staatsanwaltschaft sieht sie nicht als Täter.⁴⁷⁴

Kopfgeld

Am 17. Januar 2000 meldet sich DER SPIEGEL⁴⁷⁵ ausführlich zu Wort und fasst „den Stand im spektakulärsten Krimi des deutschen Sports“ zusammen. Das *Ausmaß* dieses Ereignisses übertrifft offenbar alles bisher Dagewesene. Baumann hat inzwischen eine Prämie von 100.000 DM Belohnung für die Aufklärung des Falles ausgesetzt. Dazu ist ein anonym Brief aufgetaucht, in welchem behauptet wird, dass ein ehemaliger DDR-Funktionär, „der seit der Wende eine hochrangige Position im deutschen Sport einnimmt“, der Drahtzieher des Nandrolon-Dopings sei – diese Information, vorab veröffentlicht, sorgt umgehend für ein starkes Rauschen im deutschen Blätterwald. Weiterhin verurteilt DER SPIEGEL die inzwischen eingetretene Suspendierung Schänzlers durch den DLV, von Präsident Digel vorangetrieben: „Vor allem scheint Digel zu vergessen, dass er am Anfang der Affäre Baumann bereit war zu helfen. Sowohl Schänzler als auch Baumann-Anwalt Lehner berichten, dass es der Verbandschef gewesen ist, der bei einer DLV-Anhörung den Auftrag erteilt hat, die Norandrostendion-Quelle zu recherchieren.“ Auch die medizinischen Hintergründe der Hormonapplikation durch die Schleimhäute werden dargelegt. Doch Baumann drohe weiterhin eine zweijährige Sperre. DER SPIEGEL vertritt hier würdig den investigativen Journalismus mit *Wissenschaftlichkeit, Fachlichkeit* und *Neutralität* in dem Sinne, dass man direkt weder für, noch gegen Baumann spricht, allenfalls indirekt für ihn aufgrund der bekannten Indizien. Auf ihren berühmt-berüchtigten Sprachwitz verzichten die Hamburger indes nicht: „Für Baumann selbst, ob als Sportler oder Anti-Doping-Vorkämpfer jahrelang die weiße Hoffnung des Langstreckenlaufs, droht eine weitere schwarze Stunde am Samstag: Dann könnte das DLV-Präsidium seinem Rechtsausschuss eine Zweijahressperre empfehlen – das Ende der Karriere.“

Sperre?

Am 22. Januar empfiehlt der DLV eine zweijährige Strafe gegen Dieter Baumann, allerdings nur mit 9 von 10 Stimmen, wie das *Sport Studio*⁴⁷⁶ (vormals *Das Aktuelle Sportstudio*) berichtet. Pikanterweise ist wenige Tage zuvor im Keller von Baumanns Haus eine zweite manipulierte Tube gefunden worden – nicht seine Hausmarke und bereits 1998 produziert. Die Medien fragen sich, ob die zweite Tube die Entlastung bringe. Das ZDF fragt gleich den Sportler selbst; der bekundet im Interview⁴⁷⁷ mit Wolf-Dieter Poschmann lapidar: „Der Athlet ist schutzlos“, aber seine Sichtweise, nämlich eine harte Linie gegen Do-

⁴⁷⁴ Vgl. WWW.SPORT1.DE, Meldungen vom 05.01.2000 und 07.01.2000.

⁴⁷⁵ Nr.3/2000.

⁴⁷⁶ Sendung vom 22.01.2000.

⁴⁷⁷ Im ZDF *Sport Studio* am 22.01.2000.

pingsünder zu fahren, ändere er im Grundsatz nicht. Für ihn ist klar, „dass es nur eine Frage der Zeit ist, wann die Waage kippt.“ Auf die Frage, was er während Sydney 2000 mache, sagt er tapfer witzelnd: „Ich bin in Sydney und werde für das ZDF das Ganze kommentieren.“

Kolportagen?

Bis dato ist noch kein Schuldiger gefunden worden. Was jedoch in jenen Tagen in Leichtathletikkreisen die Spatzen von den Dächern pfeifen, ist ungeheuerlich: Es wird hartnäckig und unverhohlen kolportiert, dass Baumanns Frau Isabelle aus übersteigertem Ehrgeiz ihren eigenen Gatten gedopt habe. So weit wiederum sind die Medien in ihren Spekulationen nicht gegangen – Mangel an Phantasie oder eher schlechte Recherche? Die Ermittler haben derweil jemand Anderen im Visir: „Wer hat Angst vorm schwarzen Mann“ titelt die S.Z.⁴⁷⁸ nicht ohne *Humor* und veröffentlicht Teile aus einem anonymen Brief:

„In dem Brief gibt der mysteriöse Verfasser Baumann zu verstehen, er könne sich nicht namentlich offenbaren, weil er um das Wohlergehen seiner Nächsten fürchten müsse. Verwundert hätten ihn die Dopingmeldungen über Baumann allerdings nicht, als ehemaliger Bediensteter im DDR-Sport sei ihm die Haltung vieler in den gesamtdeutschen Sport gewechselten alten Kameraden bestens vertraut; überdies passe der Gesamtvorgang in einschlägige Denk- und Aktionsmuster der Stasi. Der Autor wird konkreter, berichtet von einer spontanen Freudenparty unter Ost-Trainern, darunter angeblich auch DLV-Verbandstrainer, nachdem die Meldung von Baumanns Suspendierung publik geworden war. ‚Endlich hat es geklappt‘, sei der Tenor der Festlichkeit gewesen, und: Der Kollege x sei klasse. Wobei sich x auf einen im Brief mit Namen und Spitznamen benannten DLV-Trainer bezieht.“

Weiterhin führt die S.Z. das Beispiel von Schwimmer Mark Warnecke an, der sich ähnlich wie Baumann vehement gegen das Doping einsetzt und die laxen Kontrollmechanismen des Verbandes anmahnt. Die S.Z. ist um *Neutralität* bemüht: „Das alles entlastet Baumann nicht. Aber es wirft – nicht nur für die Ermittler – Fragen auf, wenn sich die Muster gleichen: Zwei der wenigen echten Vorzeige-Athleten der deutschen Dopingbekämpfung, verwickelt in komplottartige Anschläge, der eine (Warnecke) sicher, beim anderen (Baumann) deutet immerhin vieles darauf hin.“ Wenig später wird der DLV-Funktionär und Ex-DDR-Cheftrainer Dr. Bernd Schubert von den Medien als ‚x‘ für die Öffentlichkeit enttarnt. Der dementiert prompt, und auch der DLV stellt sich hinter ihn. Derweil bekommt Baumann die finanzielle Dimension der Affäre zu spüren: Hauptsponsor Bayer stellt seine Zahlungen bis auf Weiteres ein!

Aller mysteriösen Dinge sind drei...

Ende Februar blickt niemand mehr durch: DER SPIEGEL meldet online, dass Baumann bereits im Januar eine dritte Tube der Staatsanwaltschaft übergeben habe, die er für manipuliert halte. „Baumann hat die jetzt aufgetauchte Tube nach eigenen Angaben sechs Wochen lang und auch im Trainingslager Anfang Januar in Portugal benutzt, als die Pasta plötzlich einen ekelhaften Geschmack hatte. Auch sei die zu einem Drittel geleerte Tube auf einmal deutlich voller gewesen.“ Diesmal sieht DER SPIEGEL *Negativität* gegen den Läufer selbst heraufziehen: „Nun droht Baumann der Verlust an Glaubwürdigkeit.“ Und auch Helmut Digel sei ratlos: „Ich weiß nicht, was ich davon halten soll“. Das wuss-

⁴⁷⁸ Ausgabe vom 19.02.2000.

ten die Analytiker dafür umso besser: Am 21. März sieht DER SPIEGEL „Baumann auf Spuren Katrin Krabbes“. Die dritte Tube sei nicht kontaminiert gewesen und Baumann werde wohl zunehmend den juristischen Weg zur Verteidigung nach dem Vorbild der Sprinterin aus Neubrandenburg einschlagen. Die Beweislast-Umkehr sei kaum noch rechtlich haltbar.⁴⁷⁹ Zu jedem guten Krimi gehört natürlich der Lügendetektor-Test, dem sich Baumann tatsächlich am 25. März unterzieht, obwohl ein solcher Test in Deutschland vor Gericht nicht anerkannt wird. Als die Ergebnisse (Test bestanden!) irgendwann im Mai veröffentlicht werden, hat das öffentliche Interesse bereits stark nachgelassen. Getreu der *Kontinuität* verfolgen Internet- und Printmedien das Geschehen zwar akribisch, aber die Schlagzeilen beherrscht Baumann längst nicht mehr. Auch die größten Skandale verlieren irgendwann an Medienereigniswert.

Phönix aus der Asche: „Baumann darf wieder laufen“!

Am 24. Juni 2000 schließlich kehrt Baumann in die Schlagzeilen zurück, und es wird wahr, was kaum jemand für möglich gehalten hat: „Baumann darf wieder laufen“⁴⁸⁰. Die Tageszeitungen wählen einen unterschiedlichen Weg der Darstellung: DIE WELT⁴⁸¹ z.B. gibt sich umgangssprachlich im Stil aber hart in der Sache: Der Vorsitzende des DLV-Rechtsausschusses, Wolfgang Schoeppe, „gibt sich (...) merkwürdig mundfaul“ und verweigert eine konkrete Begründung für die Aufhebung der Suspendierung des Läuferstars. Das sei ein „ziemlich dreistes Ding“ in der „Burleske“ um Baumann. Der Vorsitzende selbst habe eine „Abfangjägerin“ in seiner Ansbacher Kanzlei platziert, die ‚Herrn Schoeppe den ganzen Tag bei Gericht‘ wäht“. Also muss der DLV-Pressesprecher antworten. Er „schnauft“: „[Leider] hat mir Herr Schoeppe keine Begründung für seine Entscheidung geliefert.“ DIE WELT reagiert mit *Ironie* und *Humor* auf die neuesten Entwicklungen passt somit ihren Stil den wahrlich grotesken Umständen der Affäre an. Baumann, so der Artikel weiter, habe sich einer Schamhaaranalyse bei dem französischen Wissenschaftler Pascal Kintz unterzogen, bei der keine Spuren von Norandrostendion gefunden worden seien. In einem Kommentar „Lex Baumann für Athleten“ wird denn auch betont, dass die Rechtsauffassung des DLV (die Beweislast liegt beim Beschuldigten) antiquiert sei, aber auch darauf hingewiesen, dass die Ex-DDR-Athletinnen Susen Tiedtge und Uta Pippig im Gegensatz zum westdeutschen Dieter Baumann bei ähnlicher Beweislage nicht verschont worden seien: „Kann bei ihm nicht sein, was nicht sein darf?“

Die F.A.Z. verfolgt das Geschehen zunächst vor allem mit *Wissenschaftlichkeit* durch ihre Galeonsfigur, dem Dopingspezialisten Hans-Joachim Waldbröl. Der interviewt den Rechtsmediziner und Dopinganalytiker Klaus Müller (Kreisch) über den Sinn und die Validität einer Körperhaaranalyse. Das Interview wird bereits am 23. Juni veröffentlicht, also einen Tag vor der offiziellen Entscheidung des DLV. Damit beweist die F.A.Z. hohe *Aktualität*. Die Quintessenz: Eine Schamhaaranalyse kann keinen Aufschluss darüber geben, ob Baumann gedopt habe oder nicht. Prompt verfasst Waldbröl auch den Artikel über die offizielle Aufhebung der Suspendierung und bezweifelt die Unanfechtbarkeit dieses Urteils. Am 26. Juni, dem darauf folgenden Montag, ist Baumann bereits wieder im Rennen: „Dieter Baumann schafft die Olympianorm“. Beim

⁴⁷⁹ WWW.SPIEGEL.DE, Meldung vom 21.03.2000.

⁴⁸⁰ S.Z., Ausgabe vom 24./25.06.2000.

⁴⁸¹ Ausgabe vom 24.06.2000.

Meeting „Live 2000“ geht er über 5000 an den Start und unterbietet die DLV-Olympianorm klar. Den Bericht über das Meeting hat Jörg Stratmann mit einem für die F.A.Z. relativ typischen Mix an *Neutralität* und *Emotinalität* verfasst, der daneben abgedruckte Kommentar obliegt wieder Hans-Joachim Waldbröl. Der scheint mit *Negativität* zu resignieren: „Dopingkämpfer machen Bankrott“. Zudem verquickt er – unterstützt mit *Ironie* durch Sprachwitz – die inhaltliche Komponente mit der Selbstbetrachtung des Mediums F.A.Z. und dokumentiert dadurch glänzend die Zwänge und Möglichkeiten einer Tageszeitung:

„Wie schön für Dieter Baumann, wenn er nun wieder laufen darf. Wie schlimm für namenlose Mitläufer, was da gelaufen ist. Und wie schrecklich für die ganze Gemeinschaft, wenn das jetzt so läuft. Deartig deutlich ist uns die Dialektik der Dopingbekämpfung noch nicht untergekommen, denn gegensätzlicher kann der Sportteil dieser Zeitung gar nicht aussehen als in der aktuellen Ausgabe vom 24. Juni 2000. Auf der einen Seite, rechts und ganz groß, der Bericht über die Aufhebung der Suspendierung eines dringend Dopingverdächtigen, gegen den die bedeutendsten Beweise sprechen: eindeutig positive Proben. Auf der anderen Seite, links und ziemlich klein, die Nachricht vom Aufbau einer Nationalen Anti-Doping-Agentur, der man – siehe Gegenseite – schon vor dem Start die wichtigste Basis abspricht: eindeutig positive Proben. Und dazwischen die bekannten Stimmen der prominenten Ratlosen, die, mitunter schwankend zwischen persönlicher Sympathie für den laufen gelassenen Athleten und sachlichen Skrupeln wegen der rechtlichen Grundlage seines plötzlichen sportlichen Freigangs, fragen: Wie viel sind die biochemischen Beweise betrügerischer Manipulation eigentlich noch wert?“

Es tut Waldbröl offenbar weh, dass die F.A.Z., dem *Medienereignis-Prinzip* verpflichtet, ihre Berichterstattung derart gewichten muss. *Bedeutung* und *Interesse* fordern ihren Tribut. Aber für die Sicherstellung einer in ihrer *Moralität* ausgewogenen ‚Medienrealität‘ im Sinne Waldbröls gibt es ja den Kommentar, und diese Spielwiese nutzt er intensiv. Waldbröls ausführliche Kommentare enthalten jene ‚Realität‘, die die Befürworter des Spektakels Spitzensport nicht gerne hören. Die hier gezeigte Ausgewogenheit dürfte übrigens entscheidend zur Prämierung des F.A.Z.-Sportteils beitragen.

Die S.Z.⁴⁸² setzt weniger auf *Wissenschaftlichkeit* als auf *Personalisierung*: Sie bringt zusätzlich zum mäßig großen Aufmacher über die Aufhebung der Suspendierung (samt Prominenten-Kommentare 1/3 Seite) das „Interview der Woche“ mit Isabell Baumann. In diesem gibt sie sich erleichtert, bekräftigt aber, dass sie das Vertrauen in die Instanzen des Sports keineswegs wiedergefunden habe. Im Bericht wird die Ansicht der Kriminalbeamten, wonach Baumann unschuldig sei, dargelegt. Doch die *Moralität* der S.Z. ist zumindest im Bezug auf die Verfahrensweise des DLV eindeutig: Am 26. Juni spricht man von der „Kapitulation [des DLV] im Fall Baumann“ und weist darauf hin, dass der Läufer noch vom Welt-Dachverband, der IAAF, gesperrt werden könne – allerdings wohl nicht mehr vor den Olympischen Spielen in Sydney: „Der DLV tritt nun jedenfalls geschlossen den Rückzug an aus dem Fall Baumann, die Trümmer seiner Doping-Rechtssprechung hinter sich lassend.“ Was aus Dieter Baumann letztlich wird, das ist indes immer noch ungewiss. In Sydney wurde er jedenfalls nicht zum Start zugelassen.

⁴⁸² Ausgabe vom 24./25.06.2000.

Übrigens ist die Baumann-Affäre auch ein treffendes Beispiel für die vorsätzliche ‚Vergesslichkeit‘ der Medien. Das Idol wurde nämlich wegen mangelnder Leistung auch in den Jahren zuvor zumindest punktuell bereits kräftig geschunden, war also keineswegs nur strahlende Medien-Ikone der deutschen Leichtathletik. Als Baumann 1996 in Atlanta nicht gewinnen konnte, rief die Boulevardpresse bereits seinen Rücktritt aus, worauf die S.Z.⁴⁸³ mit *Trotz* richtig stellte: „Und Baumann läuft doch weiter“. 1998, als er bei der EM in Budapest über 5000 Meter nur den 13. Platz belegte, schwenkte die Redaktion auf *Über-treibung* und *Häme* um: „Der Nimbus ist zertrümmert. Erschöpft belegt Läufer-Idol Dieter Baumann Rang 13 und fliegt aus dem eigenen Luftschloss.“⁴⁸⁴ Zu dieser Zeit war vom Zähneputzen noch längst keine Rede. Also polierte man Baumann zu Beginn der Affäre erst wieder auf, um dann das *Ausmaß* umso höher ansetzen zu können. Eine paradoxe Situation: In der Werbung erstrahlen die Menschen *nach* dem Zähneputzen, im Sport manchmal *davor*...

Rumble in the... Ring mit einer schlagkräftigen Mutter

Boxen verkörpert die ultimative Form des menschlichen Zweikampfes. „Boxen ist menschlich, da mögen die Boxgegner sagen, was sie wollen. Boxen hat mehr mit dem Kopf zu tun, als die meisten denken, und nicht nur, weil er so oft getroffen wird. Jeder Kampf unterliegt einer Psychologie, beide Kämpfer verfolgen eine erdachte Strategie.“⁴⁸⁵ Viele legendäre, sogenannte ‚Jahrhundertkämpfe‘, wie z.B. der ‚Rumble in the Jungle‘⁴⁸⁶ zwischen Muhamad Ali und George Foreman in Kinshasa 1974 haben dies eindrucksvoll demonstriert.⁴⁸⁷ Dieses Ereignis ist übrigens auch ein gutes Beispiel für die Macht der Medien: Um in den USA die Prime-Time abzapfen zu lassen, ließ man den Kampf um vier Uhr morgens Ortszeit stattfinden! „Das Großartige am Kampf Ali - Foreman war, neben der verrückten Situation in Afrika, dass Ali schließlich durch überlegenen Stil gewann. Nicht durch rohe Gewalt. Wobei die Stilisierung zum ‚Kampf des Jahrhunderts‘ nicht stimmt. Wenn es so etwas gegeben hat, dann Ali gegen Frazier in Manila, ein Jahr später.“⁴⁸⁸ Ali war die Symbolfigur des freien, selbstständigen Schwarzen, der im Land seiner Ahnen den amerikanisiert-angepassten, wenn auch ungeheuer schlagkräftigen und bis dato unbesiegten, Schwarzen Foreman in den Ringstaub schickte. Er war vor dem Kampf aufs Land gegangen und hatte mit der Bevölkerung die legendären Anfeuerungsrufe „Ali, boma ye!“ (‚Ali, mach ihn tot!‘, vom amerikanischen Live-Reporter abtönend und konsensschaffend als ‚Totmachen im sportlichen Sinne‘ interpretiert) eingeübt, die beiden Kämpfern später im Ring in ohrenbetäubender Lautstärke entgegenschlugen. „Als der Kampf begann, tanzte Ali nicht. Er ließ sich in die Seile fallen und nahm die Schläge. Foreman schlug und schlug [wobei Ali zwar selten, aber zielgerecht zurück schlug]. Am Ende der fünften Runde plötzlich ein Gegenangriff. Als ob Foremans Angriffe nichts gewesen wären! Foreman war müde, seine Strategie nicht aufgegangen. Der Sieg in der achten Runde

⁴⁸³ Ausgabe vom 23.08.1996.

⁴⁸⁴ Ausgabe vom 24.08.1998.

⁴⁸⁵ DIE WELT vom 17.05.1997.

⁴⁸⁶ Vgl. dazu auch das DSF-Special *Die Muhamad Ali Story (5) – Rumble in the Jungle*.

⁴⁸⁷ Vgl. zum ‚Rumble in the Jungle‘ auch: REEMTSMA, JAN PHILIPP (1996): *Der Weltmeister im Schwergewicht. Muhammad Ali*. In: SARKOWICZ, HANS (ed.) (1996), 317.

⁴⁸⁸ EBD.

kam verdient. Dass Foreman danach zwei Jahre lang depressiv war, zeigt das Ausmaß der Niederlage.“⁴⁸⁹ Und Ali hatte das eiserne Gesetz des ‚They never come back‘ gebrochen.

Für Mario Leis ist klar: „Boxen gilt nicht umsonst als die durchsetzungsfähigste und transparenteste Sportart. Was im Ring geschieht ist, eindeutig und unwiderrufbar, ein k.o. ist und bleibt ein k.o. Kein anderer Sport wird von solcher einer Seinsdichte bestimmt. (...). Boxen muss per definitionem ohne das Spiel auskommen – es kann unmöglich gespielt werden. Die Abkopplung vom Spiel macht den Faustkampf fast vollständig resistent gegen die evolutionären Einflüsse des Zivilisationsprozesses.“⁴⁹⁰ *Eindeutigkeit* und *Simplität* in ihrer reinsten Form sind die Triebfeder einer der populärsten Sportarten. In der Theorie hat Leis Recht, in der Praxis nicht unbedingt; denn Boxen ist ja durchaus berüchtigt für Betrugsskandale und andere Kuriositäten. Einst schlug Peter ‚de Aap‘ Müller den Ringrichter an Stelle des Gegners k.o. – das allerdings eindeutig –, es werden K.o.-Schläge nach dem Gong zum Ende der Runde ausgeteilt, ‚Beißboxer‘ Mike Tyson erleichterte Evander Holyfield um ein kleines Stück seines Ohrs. Diese Liste ließe sich noch deutlich erweitern. Eine *Variation* der ganz speziellen Art gab es aus Großbritannien zu vermelden, die sich ungefähr folgendermaßen darstellt: Zwei Boxer liefern sich *im* Ring ein leidenschaftliches Gefecht, *am* Ring sitzt die Mutter eines der beiden Kämpfer. Als der geliebte Sohnmann in arge Bedrängnis gerät und leicht benommen in den Seilen hängt, schreitet die Mutter – *Eindeutigkeit* hin, *Seinsdichte* her – ein. Doch sie wirft nicht etwa das Handtuch, nein, sie steigt selbst in den Ring! Noch ehe der Ringrichter reagieren kann, zieht sie sich einen Schuh aus und verdrischt mit selbigem heftigst den Gegner ihres Sohnes. Da fällt selbst dem Reporter nicht mehr viel ein: „Oh goodness me! Well, well...“ Der Kampf wird abgebrochen, und der unerwartet geschundene Gegner des Sohnes zum... Verlierer gegen Mutter und Sohn erklärt! Prompt fliegen diverse Gegenstände in den Ring, das Publikum bekundet sein Missfallen. Die moralische Siegerin blieb klar die Mutter, was man tags darauf wohl in jeder größeren Tageszeitung lesen konnte.

Wembley '66: „Yes. Yes. No. No.“⁴⁹¹

„Schon in der Nacht zum Sonntag, als England seinen Sommernachtstraum träumte, pilgerten die ersten Fans nach Wembley. Sie warteten vor den riesigen verschlossenen Toren, manche schliefen, mit der noch unerfüllten Hoffnung auf eine Eintrittskarte und dem Gedanken an einen 7,6 Pfund schweren Goldpokal. Nur noch ein Spiel, ein Sieg fehlte der Nation dazu, die der Welt den Fußball geschenkt hatte.“ Mit diesen Worten beginnt die F.A.Z.⁴⁹² ihren Rückblick auf das Finale der Fußball-WM 1966 in Großbritannien, welches als Medienereignis mit praktisch allen Medienereignisfaktoren versehen war, die man sich als Journalist und Fan nur wünschen konnte. In diesem Spiel standen sich Deutschland und England gegenüber und natürlich fand es im Londoner Wembley-Stadion, dem wohl berühmtesten Fußball-Hexenkessel, statt.

Die reguläre Spielzeit ist beendet, es steht 2:2. „Langsam entwickelt sich die Szene, die für die Deutschen zum Mythos werden wird. Nobby Stiles insze-

⁴⁸⁹ EBD.

⁴⁹⁰ LEIS (2000, 111).

⁴⁹¹ BBC-Reporter, der das Finale kommentierte.

⁴⁹² Nr.270/19.11.1999.

niert in der eigenen Hälfte den Angriff. Alan Ball setzt sich auf der rechten Seite durch, Höttges kann seine Flanke nicht verhindern. Hurst nimmt den Ball mit dem Rücken zum Tor an und schießt in der 101. Minute hart aus der Drehung. Der Ball fliegt über Torwart Hans Tilkowski hinweg, prallt gegen die Unterkante der Torlatte, springt vom Boden wieder weit ins Spielfeld hinein. Doch wo setzte der Ball auf, bevor ihn Weber ins Aus köpfte?“ Während die englischen Spieler und Fans jubeln, rätseln Reporter Rudi Michel und sein Kollege von der BBC, ob es wirklich ein Tor war: „Yes. Yes. No. No.“ Der sowjetische Linienrichter Bachramow entscheidet auf Tor, der schweizerische Schiedsrichter Dienst bestätigt. Die Engländer gewinnen schließlich mit 4:2, sind Weltmeister.

Die Deutschen fühlten sich zu Unrecht besiegt, protestieren aber nicht. Die Medien sind an ihre Grenze gelangt, können keinen Aufschluss geben, „weil keine Fernseh- oder Fotokamera eine Aufnahme vom Ball jenseits der Linie präsentieren konnte.“ Also beriefen sich die Zeitungen weltweit auf Zeugenaussagen und verbreiteten laute Zweifel an der sowjetisch-schweizerischen „Koproduktion“. Das Ereignis besaß ein solches *Ausmaß*, dass es zum Politikum wurde. Fußball-Präsidenten und Staatsraison griffen ein. Haller behauptete später, dass man sich mit der Entscheidung schlicht abgefunden hätte. „Heute wäre das nicht mehr möglich.“ Lätete das Wembley-Tor gar die Ära des modernen, gnadenlosen Mediensports, bei dem der Sieg und nur der Sieg zählt, ein? Die Medien, so die F.A.Z., spielten auch abseits des Ost-West-Konflikts ihre Rolle. BILD veröffentlichte auf der Titelseite ein Beweisfoto und titelte: „Der Ball war nicht drin“. DER SPIEGEL beschwerte sich mit drastischen Worten, dass „Teutonen“ einfach nicht verlieren könnten, die S.Z. erinnerte in ihrem Leitartikel mahnend an „die deutschen Truppen im Herbst 1918“ und die „Dolchstoßlegende“. Damals, so befindet auch die F.A.Z., war das Sportvokabular in der deutschen Presse im *Konflikt* noch kriegereischer.

Für die Engländer ist indes das Wembley-Tor längst nicht der gleiche Mythos wie für die Deutschen. Sie quält vielmehr die „Hand Gottes“, mit welcher der Argentinier Diego Maradona das 1:0 gegen England bei der WM 1986 erzielte. Dennoch musste Hurst lange Zeit jeden Tag über das fatale Tor im Wembleystadion Auskunft geben, ebenso wie Schiedsrichter Dienst. 1995 übrigens kamen zwei Forscher in Oxford mittels einer speziellen dreidimensionalen Computersimulation zu dem Schluss, dass der Ball unter keinen Umständen die Linie überquert haben konnte. Hurst ließ das kalt: „Das müssen deutsche Gastforscher gewesen sein.“

Deutsch-österreichischer „Fußball-Porno“⁴⁹³

Bei der Fußball WM 1982 ereignet sich „[d]ie Untat von Gijon“, wie sogar DIE ZEIT⁴⁹⁴, sonst eher wenig sportinteressiert, titelt. „Denn alle Welt hat nur noch eins im Sinn: dieses unwürdige Schauspiel, dieses denkwürdige Un-Spiel von Gijon. Was da passierte – richtiger wohl: nicht passierte – wird man den arroganten Deutschen lange nachtragen. (...) Wie da zwei Mannschaften händchenhaltend miteinander kombinierten, wie sie trickreich und nahezu unbehindert

⁴⁹³ SEITZ, NORBERT (1987): *Bananenrepublik und Gurkengruppe – Die nahtlose Übereinstimmung von Fußball und Politik 1954-1987*. Frankfurt/M., Eichborn, 127.

⁴⁹⁴ Ausgabe vom 02.07.1982.

den jeweils anderen Strafraum sauberhielten und wie sich doch immer wieder einer fand, der, wenn es denn unvermeidlich war, an der Mittellinie den Ball ein bisschen bewegte – das war einmalig und deshalb an sich schon wieder sehenswert.“ Hier ist ein Fußball-Ereignis zu vermelden, welches an *Negativität* seinesgleichen sucht und offenbar nur noch mit *Ironie* geschildert werden kann. Diese dämpft DIE ZEIT schließlich selbst, um zur *Seriosität* zurück zu kehren: „Lassen wir die Ironie: Zu viele Kollegen, Nachbarn, Landsleute, treue Fußballfreunde fanden sich nach dieser Alptraumfußball-Vorstellung vor den Trümmern ihrer Illusionen wieder – zornig, wütend, bitterböse, rasend und ratlos. Aus maßlos enttäuschter Liebe die dringende Bitte und beschwörende Forderung, nun aber endlich mit dem Hammer dreinzuschlagen.“ Dass diese martialische Metaphorik so übertrieben gar nicht ist, dokumentiert die F.A.Z.⁴⁹⁵: „Polizisten mit Hunden versuchten die aufgebrachte Menge, die eine Schiebung zu Lasten der Algerier witterten, zurückzuhalten.“ Der Algerier? Richtig, die nämlich sind beim Endstand von 1:0 für Deutschland gegen Österreich ausgeschieden, wobei beide anderen Mannschaften im Turnier verbleiben dürfen. Sollte jemals Raum für *Ethnozentrismus* in der deutschen WM-Berichterstattung gewesen sein – hier gibt es ihn beileibe nicht. DIE ZEIT analysiert: „Abgesprochen war nichts, gar nichts. Nein, dann wäre es nicht so auffällig gewesen. Als in der Bundesliga Spiele manipuliert wurden, hat kein Mensch etwas gemerkt. Nein, sie waren sich plötzlich, nach dem 1:0 wie von selber einig. (...) Die Art und die Intensität, mit der die Zuschauer in Gijon den Darstellern ihr Missfallen und ihr Missachtung kundtaten, ist in der Geschichte des Fußballs ohne Beispiel.“ Die F.A.Z. kommentiert: „Die passive Partie ging vor allem zu Lasten der Algerier, die mit heißem Herzen an der Schwelle zur zweiten Runde des Ergebnisses harrten und nun erleben mussten, wie sie kalten Kopfes getrickt wurden.“ Leidenschaft kontra Geschäftssinn könnte man dazu auch sagen. Was zählt bei einem Fußball-*Profí* noch die Lust am Spiel? Waren das noch Zeiten, als das legendäre „Rahn schießt!“ (WM 1954) Geschichte machte! 1982 dagegen titelt DIE ZEIT: „Nie wieder Fußball!“

„Fußball im Neandertal“⁴⁹⁶

Die Sportmedien, das haben wir nicht nur im letzten Beispiel erkannt, berichten auch und sogar immer öfter über Medien in einer Art Meta-Medienkommunikation und entlarven oder kopieren so die Schemata der Konkurrenz. Das unterhält die Leserschaft und suggeriert Kompetenz: Wer zusammenfasst, hat die Übersicht und zudem das letzte Wort. Besonders intensiv pflegt diese Vorgehensweise DER SPIEGEL.

1999 erschütterte die deutsche Fußball-Sportwelt ein Sakrileg sondergleichen: Ein kleiner unbekannter Verein namens Spielvereinigung Unterhaching schaffte den Aufstieg in Deutschlands Sportheiligtum, die Fußball Bundesliga. Ein gefundenes Fressen für die Medien, die dieses mit *Negativität*, *Emotionalität* und *Variation* versehene Ereignis mit den Schemata der totalen *Übertreibung* und *Häme* kommentierten.

Säuberlich listete DER SPIEGEL die Kommentare auf: „Bundesliga neben Kleingartenkolonie“ tönte der Sport-Informationsdienst, „Ein Alptraum

⁴⁹⁵ Ausgabe von 26.06.1982.

⁴⁹⁶ DER SPIEGEL Nr.23/1999.

wird war“ titelte BILD und ließ den Trainer im Ruhestand Max Merkel mit gekonnten Metaphern kommentieren: „Da muß ich an ein Moped denken, das gegen Schumi und Co. um die Wette knattern will.“ Interessante Vergleichstechnik: Nicht nur Medien berichten über Medien, sondern es wird gleich eine ganze Sportart herangezogen, um die Verhältnisse in einer anderen zu beschreiben. Deutlich wurde die WELT am SONNTAG: Für sie war Unterhaching etwas ähnlich Ärgerliches wie „Potenzschwäche, Schuppen, Mundgeruch“. Selbst die renommierte F.A.Z. konstatierte, dass Unterhaching „doch S-Bahn und unmittelbaren Autobahnanschluß“ habe. Und das DSF (Deutsche Sportfernsehen) etablierte eine wöchentliche Satire namens „Neues aus Unterhaching“.

Zur Pressesprache: Neben all den Zitaten, die ein schönes Beispiel dafür sind, wie sich die Medien auf sich selbst berufen, gibt DER SPIEGEL natürlich auch seiner eigenen Domäne reichlich Raum, nämlich der tendenziösen Berichterstattung und kuriosen Wortschöpfungen. Die *Häme* lässt man vor allem durch die Verwendung entsprechender Verben durchblicken: Da wird über den Aufstieg Unterhachings „gestöhnt“, „geraunt“, „genäsel“, „gerüffelt“ und „entüllt“. Ex-Trainer Max Merkel „maxmerkel“ und die Erstklassigkeit Unterhachings wird mit einem „böartigen Geschwür“ verglichen. Freilich kann sich DER SPIEGEL eines eigenen Kommentars über die Situation enthalten, denn es genügt völlig, die anderen Medienstimmen treffend zu kommentieren. Am Ende des Artikel vergisst man allerdings nicht, auf die Vorteile der Medienhäme hinzuweisen: Den wachsenden Kultstatus Unterhachings.

Fußball-EM '96: „Passt auf, ihr Würste“⁴⁹⁷

Da wir nun schon einmal den Fußball im ‚SPIEGEL‘ auch anderer Medien betrachten, werden wir sogleich einen Ausflug zur Fußball-EM 1996 unternehmen. Nicht die EM 2000, bei der die Briten ihren offiziellen EM-Song mit einem Sturzkampfbomber-Video versehen wollten, brachte den Eklat. Die ‚fatale‘ EM fand 1996 in Großbritannien statt, und es kam zum traditionsreichen Zweikampf Deutschland gegen England – im Halbfinale! Dass die Deutschen später Europameister werden würden, ahnten die Briten vielleicht, aber sie wollten es mit allen Mitteln verhindern. Das reizte die Boulevardpresse der Insel einmal mehr zu Verbalattacken der Extraklasse. Der DAILY STAR z.B. befand, dass die Deutschen „sich unter anderem von ‚Käse, der so stinkt wie Hitlers Unterhosen‘“ ernährten. Da drehte DER SPIEGEL auf: Dass „die englischen Spieler in Wembley Hackfleisch aus den Deutschen machen würden, dass auf Seite 3 eigens für die deutschen Schlachtenbummler eine Pommes-frites-blonde Pinup-Walküre mit Lederhose, Bierkrug und Bockwurst abgedruckt wird [mittlerweile in deutschen Zeitungen eine beliebte Illustration von Artikeln über britische Kultur] – na ja, Vulgärsatire. Auch am deutschen Boulevard wächst ja nicht nur Schleierkraut [– im Vergleich zum britischen Pendant allerdings doch]. Der deutsche Mensch kann gewiss auch damit leben, dass britische Plattmacher [schönes Wortspiel] ständig seinen knarrenden Akzent veralbern. ‚Zis is vot you get, you wursts.‘ Geschenk. (...). Die Überschriften sind zum Teil ja nicht mal ohne Witz: ‚Let’s Blitz Fritz!‘ und ‚My Teddy is ready to k.o. Krauts‘. Das fließt gut.“

⁴⁹⁷ DER SPIEGEL Nr. 27/1996. Alle weiteren Zitate in diesem Unterkapitel stammen aus dieser Ausgabe.

Doch mit anderen Exzessen mochte sich DER SPIEGEL nicht anfreunden. Dass ein Foto von Jürgen Klinsmann und Berti Vogts mit „The Jestapo“ unterschrieben wurde, dass ein nackter Penner-Hintern als Antwort auf die Frage, was man von den Deutschen halten sollte, abgedruckt, ja, dass die britische Nation aufgefordert wurde, vor dem Schicksalsspiel statt der Nationalhymne den ‚Dambusters March‘ anzustimmen, war des Guten bzw. Schlechten zu viel. Mit dem ‚Dambusters March‘ wurde einst die Bombardierung der Möhne- und Edertalsperre (über 1400 Tote) besungen. „Die Krawallpresse hat tagelang gehacktes Blei auf die Krauts kartätscht. ‚Passt auf, Ihr Würste... Wir schießen die deutsche Elf in Fetzen.‘ Einfach weil sie ‚uns die Liegestühle am Strand klauen... und weil sie trottelige Lederhosen tragen‘. Teutonische Missgestalten, die ihre Blähungen nicht halten können, weil sie sich bis zum Hals mit Sauerkraut vollstopfen, verdienen keine Schonung.“ Ist Letzteres noch ein Zitat aus der britischen Presse oder schon SPIEGEL-Rhetorik? Offenbar lässt sich DER SPIEGEL durch den Stil seiner Zitate mitreißen. Der DAILY MIRROR erklärte den Deutschen freilich den „Fußball-Krieg“ in einer Verballhornung der Kriegserklärung Chamberlains an Nazi-Deutschland. Allerdings kamen weder der Panzer vor dem Hotel der deutschen Mannschaft, noch die Spitfire, die über dem Trainingslager der „Hunnen“ Flugblätter verteilen sollte, zum Einsatz. So weit lehnten sich die Journalisten aus dem Fenster, dass sich schließlich die Leser massenhaft beschwerten und Großinserenten des DAILY MIRROR ihre Anzeigen zurückziehen wollten. Das dürfte bis dato noch nie passiert sein.

So ist er, der für die Deutschen reichlich seltsam anmutende Humor der britischen Boulevardpresse. Für sie steht in der Sportberichterstattung die *Emotionalität* an erster Stelle, die dann in Schemata wie *Nationalismus* (*Ethnozentrismus* wäre hier noch zu euphemisierend), *Häme*, *Gut gegen Böse* und *Moralisierung* aufgeht. Auch das *Ausmaß* ist beeindruckend: Es wird immer gleich ein Krieg geführt oder zumindest erklärt. Doch womöglich meinen es die Journalisten gar nicht ernst? DER SPIEGEL: „Hass auf die Krauts? ‚Oh boy.‘ Darüber kann Phil Rostron, der Leiter der Sportredaktion des Daily Star wirklich nur lachen. Und zwar so heftig, dass ihm fast das Bier aus der Nase läuft.“

Fußball-EM 2000: „Ausgespielt“ – „Ihr seid die Schande“

Das Abschneiden der deutschen Fußball-Nationalmannschaft bei der Fußball-EM 2000 bietet als Medienereignis so viele Faktoren, dass sich die Presse kaum entscheiden kann, welche man vorziehen und mit welchen Schemata man sie umsetzen soll. Am späten Dienstag Abend des 20. Juni verliert die deutsche Mannschaft mit 0:3 gegen Portugals B-Mannschaft und verabschiedet sich erstmals in der Geschichte, zumindest seit 1938, wie einige Statistiker meinen, ohne Sieg (1:1 gegen Rumänien, 0:1 gegen England) und mit nur einem Tor aus einem EM-Turnier. Die einstige Fußball-Hochburg Deutschland ist ganz unten! Der Donnerstag ist ein Feiertag, weshalb die Presse erst am Freitag über das Ereignis zwar nicht mit *Aktualität*, aber einer eingehenden Analyse über das *Ausmaß* und die *Konsequenzen* berichten kann. Vor allem *Negativität*, *Häme*, *Ironie* und *Moralisierung* durchziehen die Berichte.

Die S.Z. widmet dem Ereignis eine Doppelseite: „Um fünf nach Zwölf geht der Teamchef“. „Eine nicht enden wollende Peinlichkeit“ findet doch ihr Ende im Rücktritt Erich Ribbecks, der zuvor ohnehin nur als Notlösung eingesetzt worden war. Angesichts dieser existenziellen Niederlage und der herben

Medienkritik schon bei der TV-Übertragung lässt man die Akteure – *Personalisierung* und *Prominenz* – selbst sprechen. Zumindest einer rechtfertigt die Kritik unverhohlen: „Das war der absolute Tiefpunkt“, sagte [Torhüter] Kahn. ‚Wir haben das Kapitel Nationalmannschaft endgültig auf den Grund gefahren.‘ Er sprach nicht so laut wie sonst, doch seine Worte waren so drastisch wie selten etwas, was ein Fußballer vorgetragen hat. ‚Ich schäme mich.‘ Und dann: ‚Es ist eine Schande, was wir Deutschland angetan haben.‘“ Immerhin beweist Kahn Selbsterkenntnis. Solche Aussagen brauchen die S.Z.-Journalisten nicht wortreich zum besseren Verständnis für die Leserschaft kommentieren. Das Medienereignis ist komplex genug: Es gilt, die Trainernachfolge zu bestimmen, die Spieler zu kritisieren, Experten und andere Medien zu zitieren, den Zustand des deutschen Fußballs allgemein zu evaluieren, das Geschehen zu kommentieren und in die Zukunft zu blicken. Nicht nur die Fans, auch die Wirtschaft wird innerhalb der mit *Ironie* vorgetragenen Kritik als Leidtragende betrachtet: „Wie damals, als die A-Klasse umfiel“ lautet die Überschrift des zugehörigen Artikels und ist die pointierte, und wohl deshalb zitierte, Aussage des Europa-Chefs der erfolgreichen Werbeagentur Gray. Der sollte es außerdem wissen. Die S.Z. führt aus: „Bis Dienstag waren sie drin. ‚Erich‘, klärte Horst Hrubesch in einem Werbefilm seinen Chef Erich Ribbeck auf, ‚die gehen nicht in sich, die gehen ins Internet.‘ Seit Dienstag sind sie draußen. Sofort nach dem blamablen Ausscheiden der deutschen Nationalmannschaft bei der EM stoppte die Deutsche Telekom den Handy-Spot mit der Nationalmannschaft. (...). Die Nationalelf ist derzeit nicht vermittelbar, der Imageverlust damit auch für die Sponsoren gewaltig. Generalsponsor DaimlerChrysler, der jährlich rund zehn Millionen Mark zur Verfügung stellt, setzt den DFB offen unter Druck. (...) ‚Wir werden jetzt ganz nachdrücklich aufzeigen, wie der gemeinsame Weg zukünftig aussieht.‘ So wird der für das Sponsoren-Engagement des Industrie-Riesen verantwortliche Mathias Kleiner zitiert. Auch die anderen Sponsoren sind alles andere als zufrieden. Der S.Z.-Artikel zeigt ganz deutlich die Macht der Sponsoren im magischen Dreieck. Dass einige Spieler ihren Kummer erst ertränken, um dann umso hemmungsloser weiter zu feiern, inspiriert die S.Z. zu einem wiederum vor *Ironie* und Sprachwitz tiefenden Kommentar: „Mit Gegröle in die Hölle“.

Die F.A.Z. widmet dem Geschehen ebenfalls eine Doppelseite, berichtet allerdings mit weniger *Emotionalität* als die S.Z.. Sie verlegt sich dafür auf die *Wissenschaftlichkeit*, indem sie eine komplette Seite der fußballtheoretisch-psychologischen Analyse des Geschehens einräumt. Das halbseitige Interview mit dem längst als Experten anerkannten Karl-Heinz Rummenigge rundet die Analyse ab. Man habe zu demotivierte, zu einfalllose, auf ihren persönlichen Vorteil bedachte Spieler, einen nicht durchsetzungsfähigen Trainer, der noch dazu vom modernen Tempo- und Systemfußball nichts verstehe: „Jungunternehmern von heute fehlt das Verständnis für Trainer von gestern“. Rummenigge sieht zudem eklatante Schwächen in der Nachwuchsarbeit: „Der DFB muss einsehen, dass nicht nur Geld und Konzepte und Konzepte für den Erfolg nötig sind“. Die Berichte über das Spiel lassen zwar keinen Zweifel an der *Negativität* des Geschehens (Schlagzeile: „Die Flucht aus Vaals als Ende einer peinlichen Dienstreise“), würdigen aber auch Ribbecks Gentleman-Abgang (Schlagzeile fett: „Große menschliche Stärken und viele fachliche Schwächen“; Schlagzeile dünn: „Der desillusionierte Teamchef bewahrt auch in der Stunde des Abschieds den gepflegten Umgangston und geht ‚als Freund‘“). Es werden zur Steigerung der *Seriosität* Politiker wie z.B. Innenminister Otto Schily zitiert.

Freilich hat er keine Patentlösung parat. Auch der Leitartikel „Ausgespielt“ auf der Titelseite lässt keinen Zweifel an der *Bedeutung* und traurigen *Einmaligkeit* des Ereignisses, bleibt aber sachlich in Stil und Inhalt. *Ironie* erlaubt sich die F.A.Z. nur in der Spieler-Einzelkritik („(...) Beweglich wie eine deutsche Eiche (...) [Linke]. Kam in der Pause (...) und passte sich auf Anhieb dem Niveau der Kollegen an. Leider mehr Deutscher als Brasilianer. [Rink]“). Auch F.A.Z.-Leser wollen unterhalten werden...

...was für die Leser von BILD und dem ihnen unterstellten Verlangen nach *Emotionalität* erst recht gilt. Man kommt bereits – *Aktualität* erfasst – am 21. Juni mit dem großen Aufmacher. Das Titelbild der Ausgabe vom 21. Juni zeigt Matthäus, der mit geschlossenen Augen die Hände vor das Gesicht schlägt: „Deutschland schämt sich für Euch – Ihr seid die Fußball-Deppen der Nation“. Im Sportteil titelt BILD mit ultimativer *Negativität* und betont die Schuldigen des *Konfliktes*: „Ihr seid die Schande [Schande sogar in Rot gedruckt]“; und weiter: „Hohn und Spott von den eigenen Fans“. Aber auch der Lösung gebührt eine Schlagzeile: „Jetzt muss Daum aufräumen – sofort“. Vertieft, wie etwa in der F.A.Z., wird erwartungsgemäß nichts. Dafür erzeugt BILD für die Fans eine ganz besondere Art der *Nähe* zum Ereignis. In der Ausgabe des nächsten Tages erscheint ein großes Foto der Nationalmannschaft: „Euch wollen wir nie mehr [beide Worte in Rot] sehen“. Darunter die Anleitung zum Abreagieren: „Rausreißen! Zerknüllen! Wegschmeißen! Vergessen!“.

„Ich habe fertig.“

Was *Variation* und *Emotionalität* wirklich bedeuten, führte Giovanni Trapattoni 1998 anlässlich einer Pressekonferenz eindrucksvoll vor. Blenden wir uns in das Geschehen ein: Trapattoni ist Trainer des FC Bayern München und außerdem Italiener mit Leib und Seele. Einige der verwöhnten Spieler haben ihn unlängst und auch noch öffentlich der Unfähigkeit bezichtigt. Das ist zu viel für den renommierten Erfolgstrainer. Was in jener Pressekonferenz folgt, ist eine Eruption der Extraklasse und wird als so herrlich klischeehaft-italienische *Emotionalität* empfunden, dass die Äußerungen Trapattonis später als Running-Gag jeder Nachrichtensendung und Comedy-Show herhalten werden. Der winzige Medien-Raum an der Säbener Straße erzittert fast in seinen Grundfesten, als der erfolgreichste Vereinstrainer der Welt mit hochrotem Kopf mehrfach auf sein Pult trommelt und sich in Rage redet.⁴⁹⁸ Ohne seine Körpersprache wäre der Italiener verloren, denn was Trapattoni wörtlich sagt, ist kaum verständlich, seine Botschaft hingegen von unbestechlicher *Eindeutigkeit*: Die Spieler sollen ihrer Arbeit nachgehen und den Mund halten. Man lese und amüsiere sich:

„Es gibt im Moment diese Mannschaft o einige Spielär vergessen innen Profi, was sie sinde. (...). Ein Trainer nicht ein Idiot. Ein Trainer zeigt, seht was passieren in Platz. [Er wird laut.] Es gibte Spieler, die swei o drei, diese Spieler fanden schwach wie eine Flasche leer. (...). Habe Sie gesähn Mittwoch, welche Mannschaft hat gespielt Mittwoch? Hat gespielt Mähmätt, o hat gespielt... äh... Basler o... o hat gespielt Trapattoni?⁴⁹⁹ Diese Spielär beklagen mehr als spiel! [Er gestikuliert, schlägt auf den Tisch, seine Augen treten hervor, er schnauft.] Wissen Sie, warum der Italien-Mannschaft kaufen nich diese Spielär? Weil wir habe gesähn viel Male in Summe spiel. Aber habe gesagt, sie nich spiele für der italie-

⁴⁹⁸ Vgl. BERLINER ZEITUNG vom 11.03.1998.

⁴⁹⁹ TRAPATTONI meinte die Spieler MEHMET SCHOLL und MARIO BASLER.

nisch... äh... [Pause] ...Meisters! [Er schnauft. Dann schreit er.] Strunz...! Strunz is swei Jahre hier, hat gespielte zähne Spiel, is immer verletzt! Wase erlaube Strunz? Letzte Jahre Meister geworden mit Ahmann... eh... Närlingär!⁵⁰⁰ Diese Spielär ware Spielär! Er warde Meister geworde! Ist immer verläzt! Hat gespielte fünfanzwanzig Spiele in diese Mannschaft, in diese Verein. Muss er respektieren die andere Kollega. Haben viel nette Kollegan! Stelle Sie dem Kollega die Frage! Haben keine Mut an Worten! Weil ich weiß, was denken über diese Spieler. [Er schreit lauter, wird heiser.] Mussen zeigen ‚jetz, ich will Samstag‘, diese Spiel müssen zeige mich, eh zeigen de Fans! Mussen a-l-l-e-i-n-e die Spiel gewinnen! Mussen alleine die Spiel gewinnen! [Er droht zu kollabieren, seine Adern treten hervor. Er macht eine Pause, schnaubt, hebt von neuem an.] Ich bin mude jetz, der Vater dieser Spielär.. äh... der Verteidiger dieser Spielär..., habe immer die Schulde... über diese Spielär! Einer is Mario, einer is... der andere is Mähmätt. Strunz hat nich gespielt fünfanzwanzig Prozent von die Spiel. [Pause. Betretenes Schweigen, dann setzt vereinzelt leises Klatschen ein, jemand murmelt ‚bravo‘.]“

Wie groß musste für die Medien die *Bedeutung* sein, dass dieses Kauderwelsch, dieser Auftritt immer wieder abgespielt, ja zum geschichtsträchtigen Ereignis stilisiert wurde! Wenig später verließ ein entnervter Trapattoni Deutschland und die Münchener Bayern. Der sinngemäße Tenor der Medien war eindeutig: Alle dort vergossenen Krokodilstränen (oder waren es plötzlich doch echte Tränen?) über diesen ‚unglaublich netten, ‚ehrenwerten, beliebten, uns ans Herz gewachsenen Herrn Trapattoni‘ kamen zu spät. Zurück bleibt bis heute nur sein Vermächtnis, das Schlusswort jener denkwürdigen Pressekonferenz, welches inzwischen in Deutschland zu einer Art stehenden Rede geworden ist: „Ich habe fertig.“

⁵⁰⁰ Er meinte die Spieler HAMANN und NERLINGER.

II.2. Leichtathletik: Geschichte eines historischen Comebacks – Grit Breuers Weg zur Weltmeisterin

„Ja, das halte ich also für übertrieben... da sind auch, wie in vielen Bereichen... wahrscheinlich ist da... ich möchte jetzt hier nicht... Alkohol im Spiel oder auch sonstige... Aufputschdrogen. Ich weiß nicht, ob Sie's wussten – à propos Drogen – dass es zum Beispiel Marathonläufer... die, äh, sind, wenn die ein paar Runden gelaufen... hinter sich gebracht haben, dann sind die auch... drogenabhängig. Also die... das Gehirn muss da wohl... über die zurückgelegte Strecke derartig... dass... dass der Mann sich dann, oder die Frau, sich vorkommt, als hätte sie Morphium, oder was es da alles gibt, genommen. Dass hat sogar oft... solche Ausmaße nimmt das an, dass manchmal die Läufer und Läuferinnen... ohne die Siegerehrung abzuwarten... direkt weiter nach Hause laufen und... man fragt sich natürlich: Wie bekommt man diese Menschen wieder zum Stillstand? Richtig, durch Medikamente.“

Comedy-Professor Schmidt-Hindemith alias Piet Klocke über Körperkult⁵⁰¹

*„Vogel singt, Fisch schwimmt, Mensch läuft“
Emil Zatopek, tschechische Läuferlegende*

Mit Wonderbra läuft's wunderba(r)...

Die Leichtathletik gehört fraglos zu den klassischen Sportarten, deren Wurzeln bis in das antike Griechenland verfolgt werden können. Umso erstaunlicher ist es, dass sie sich fast unverändert in die Moderne gerettet hat. Freilich wurde an manchen Materialien, die die Athleten verwenden, fleißig geforscht und entsprechende Verbesserung erzielt – man denke z.B. an die Carbonfieberöhren der Stabhochspringer oder die Schuhe der Läufer –, doch im Kern blieb die Leichtathletik unverändert.

Gerade die Laufwettbewerbe sorgen entgegen der Einfachheit dieser Tätigkeit für Spannung. Hierzu hat Mario Leis⁵⁰² einige anschauliche Beispiele zusammengetragen, die den Charakter des Laufens in der Leichtathletik sehr treffend beschreiben:

Da ist im wahrsten Sinn des Wortes der Fall des 5000-Meter-Läufers Klaus-Peter Hildenbrand, der sich im Finale der Deutschen Leichtathletik-Meisterschaften 1975 mit letzter Kraft über die Ziellinie fallen ließ und prompt zum Sieger erklärt wurde. Kurios waren allerdings die Begleiterscheinungen dieses Sieges. Hildenbrand lag nach dem Hechtsprung mit dem Oberkörper hinter, mit dem Unterkörper vor der Ziellinie. Damit nicht genug: Im Zieleinlauf tauchte Hildebrand unter der Lichtschranke hindurch, so dass keine elektronische Zeitmessung möglich war. Sein Kontrahent Hans-Jürgen Orthmann – von ihm wird noch zu sprechen sein – beendete das Rennen dagegen ‚ordnungsgemäß‘ und dummerweise gleichauf, so dass er Hildenbrand auf dem Zielfoto verdeckte. Nun mussten die Kampfrichter, die zur Sicherheit stets die Zeit per Hand stoppen, auf den Plan treten. Doch für beide Athleten wurde die gleiche handgestoppte Zeit ermittelt (13:35,2). Also verglichen sie die handgestoppte Zeit Hildenbrands mit der elektronischen Zeit Orthmanns und addierten dazu die Reaktionszeit von 20/100 Sekunden. Danach hätte Orthmann in 13:35,18 Minuten der Sieger sein müssen, wenn da nicht der Hechtsprung des Kontrahenten gewesen wäre. Schließlich, so Leis, wurde das Problem „gordisch gekappt“ mit folgender Argumentation: Die Kampfrichter glaubten, Hilden-

⁵⁰¹ In der Sendung *Boulevard Bio* (ARD, Dezember 1999).

⁵⁰² Vgl. DIAGONAL 1997/Heft 2: *Citius – Altius – Fortius?* S.207-214. Alle weiteren Zitate von LEIS entstammen dieser Quelle.

brand vorne gesehen zu haben und also erklärten sie ihn zum Sieger. „Weil seine Zeit nur handgestoppt vorlag, wurde auch Orthmanns Zeit auf eine handgestoppte umgetrickst. Zeitgleichheit kam hier nicht in Frage, auch keine 13:35,3-, denn damals wurden handgestoppte Zeiten immer um gerade Zehntelsekunden aufgerundet.“ Seitdem sind immer mehrere Lichtschranken im Ziel installiert.

Überhaupt *darf* es nicht sein, dass zwei Athleten den gleichen Lauf gewinnen. Bei der Leichtathletik-WM 1991 in Tokio setzten sich mit Aleksandr Potaschow und Andreij Perlow zwischen Kilometer 30 und 35 des 50-Kilometer-Gehens zwei Russen entscheidend ab. Fortan liefen sie gemeinsam dem Ziel entgegen. Die Erklärung liefert Leis prompt: „Perlow nennt einen einfachen, nur zu menschlichen Grund: ‚Es ist leichter, mit jemandem zusammen zu gehen und einmal mit ihm reden zu können, als allein zu gehen.‘ In perfekter Harmonie überqueren sie schließlich Arm in Arm die Ziellinie. Das ist natürlich ‚ein Affront, der geahndet werden muss, denn der Code fordert sein Recht.‘“ Aufgrund des Zielfotos, auf welchem die rechte Schulter Potaschows klar vor der Perlows lag, wurde Ersterer zum Weltmeister erklärt, obwohl beide Athleten zeitgleich in 3:53:09 das Ziel überquerten.

Ähnlich kurios, allerdings unfreiwillig, ging es 1980 beim internationalen Leichtathletik-Meeting in Koblenz zu. Hans-Jürgen Orthmann gewann den 10.000-Meter-Lauf vor Christoph Herle erst, nachdem zunächst Herle zum Sieger erklärt und wenig später auf den zweiten Platz herabgesetzt worden war. Das Zielfoto zeigte, dass zwar Herles Brust vor der Orthmanns lag, doch Orthmann in der Tat seine Schultern um 1/100 Sekunde vor die Brust Herles geschoben hatte. Also lag Orthmanns Rumpf, die entscheidende Körperpartie, vor dem Herles und damit wurde Orthmann, nachdem fast alle Zuschauer das Stadion verlassen hatten, nachträglich zum Sieger erklärt.

Die vorläufige Krönung dürfte das 100-Meter-Frauenfinale der WM in Stuttgart 1993 sein. In diesem Finale nämlich konnte der Abstand zwischen Siegerin und Verliererin „nur noch mittels hermeneutischer Verrenkungen“, wie Leis es nennt, ermittelt werden. Die zeitliche und metrische Differenz der beiden Läuferinnen Merlene Ottey und Gail Devers konnte objektiv nicht quantifiziert werden. Also musste die Siegerin – es durfte laut Reglement nur *eine* geben – per Interpretation der Kampfrichter ermittelt werden: Gail Devers wurde zur Siegerin erklärt. So mancher Journalist konnte sich einer süffisanten Bemerkung nicht enthalten, etwa in dem Tenor, dass Merlene Ottey offenbar ein Wonderbra gefehlt habe... Fast das gleiche Spiel wiederholte sich 1996 in Atlanta. Da fand auch die S.Z.⁵⁰³ nur noch Worte der *Ironie* für Merlene Ottey: „Um ihrem Ruf gerecht zu werden, muss sie knapp unterliegen, und das kriegt sie für gewöhnlich auch hin. Diesmal erreicht sie sogar Zeitgleichheit mit der Amerikanerin Gail Devers – 10.94 –, aber sie lief glücklicherweise nie Gefahr, zur Siegerin erklärt zu werden. Dank der Körpervorlage von Devers wurde sie schnell wieder auf ihren gewohnten Platz verwiesen. Selbstverständlich hat der jamaikanische Verband einen Protest eingereicht, was mittlerweile folkloristischer Bestandteil jeder größeren Veranstaltung ist. Und natürlich war der Protest aussichtslos.“ Das liest sich zwar sehr unterhaltsam, war aber für Ottey sicherlich ebenso bitter.

Auch mit der Objektivität der Zahlen, mit welchen uns die Sportmedien so gern versorgen, räumt Leis gründlich auf. So referiert er auf der Basis eines

⁵⁰³ Ausgabe vom 29.07.1998.

kritischen Artikels von Winfried Kramer in der Fachzeitschrift LEICHTATHLETIK⁵⁰⁴ die Untersuchungen des schwedischen Journalisten und Statistikers Lennart Julin, der durch die korrigierte Zeit des 800-Meter-Laufs von Nico Motchebon beim Meeting in Zürich 1995 wachgerüttelt wurde. Dessen Zeit war von 1:44,57 Minuten auf 1:44,47 korrigiert worden. Julin analysierte die Videoaufnahmen des Laufs und kam zu dem Ergebnis, dass Motchebon tatsächlich 1:44,37 schnell gelaufen war und zudem die Zeiten anderer Läufer auch nicht gestimmt hatten. Das veranlasste Julin zu weiteren Nachforschungen, die ergaben, dass „bei vielen GP Meetings (...) die offiziellen Zwischenzeiten hinten und vorne nicht stimmten, wobei Abweichungen von über einer Sekunde vorkamen.““

Damit haben wir ein weiteres Verwirrspiel der ‚Medienrealität‘ aufgedeckt. Offenbar ist selbst auf die scheinbar objektiven Zahlen kein Verlass. Nicht nur das, was uns optisch geboten wird, ist ‚frisirt‘, auch den nüchternen Zahlen können wir nicht bedingungslos vertrauen. Dabei wird doch die Leichtathletik von Zahlenspielen im Hundertstelsekundenbereich dominiert, wie die prägnante Charakterisierung von Mario Leis beweist. Bei soviel Imponderabilien im Wettlauf schien bis zum Jahre 1996 nur eines unmöglich: Das Comeback eines jahrelang vom Wettkampfgeschehen ferngebliebenen Sportlers. Wer sich dem Kampf um Hundertstelsekunden zu lange entzieht, dessen Körper wird nie mehr die Kraft, Ausdauer und Geschmeidigkeit haben, um ganz vorne dabei zu sein. Das jedenfalls suggerierten uns die Medien und auch der gesunde Menschenverstand.

Erstaunlich war allerdings bereits das Comeback der Kubanerin Ana Fidelia Quirot, die nach einem Unfall, bei dem sie fürchterliche Verbrennungen erlitten hatte, 1995 erfolgreich in den Sport zurückkehrte. Aber auf Grit Breuer, die nach satten drei Jahren aufgezwungener Wettkampf-Abstinenz (Medikamentenmissbrauchs-Affären) in einem Ort namens Königs Wusterhausen ihr Comeback feierte, hätte wohl niemand den berühmten Pflifferling gewettet.⁵⁰⁵

Königs Wusterhausen – „Grit Böttcher“ im Schatten der Medien-Häme

„Mehr Schauspiel als Laufspiel“ titelt die F.A.Z.⁵⁰⁶, als Grit Breuer in jenem kleinen Ort namens Königs Wusterhausen ihr Comeback gab: „Als der Lauf gelaufen war, sprach jemand die junge Frau als Grit Böttcher an. ‚Breuer‘, korrigierte sie. ‚Grit Breuer‘.“ Es folgt ein Artikel, der vor *Ironie* und *Häme* nur so trüft. Zunächst wird ihre Vergangenheit noch einmal aufgerollt, dann an das Schicksal von Katrin Krabbe erinnert: „Der Fall ist Geschichte. Sie wurde (...) gesperrt und ist nie zurückgekommen. Heute heißt sie Zimmermann und ist Mutter eines wenige Wochen alten Sohnes. Bei Grit Breuer scheint es ganz anders zu sein, ist aber doch so ähnlich.“ Grit Breuer hat nämlich das Ziel über 200 Meter nur als Dritte in schlechten 23,39 Sekunden erreicht. Dabei: „Sie hat seit elf Monaten für die Rückkehr trainiert und, sie will wieder an die Weltspit-

⁵⁰⁴ WINFRIED KRAMER: *Züricher Durcheinander und andere Spezialitäten. Über Irrtümer in der Hightech-Welt der Zeitmessung/Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser.* In: LEICHTATHLETIK 18 (1997). Hier zitiert nach LEIS (1997).

⁵⁰⁵ Die Stationen dieses Comeback verfolgen wir vornehmlich mit dem deutschen Presse-Dreigestirn F.A.Z., F.R. und S.Z. Nach den Auflagenzahlen sind dies die drei größten deutschen Zeitungen, wobei sich die F.R. ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit DIE WELT liefert.

⁵⁰⁶ Ausgabe vom 01.09.1995.

ze, und ihr Trainer träumt gar vom Weltrekord über 400 Meter.“ Jener Trainer, Thomas Springstein, wird als unbeherrscht und eben weltfremd, träumerisch charakterisiert. Grit Breuer hat keinen Ausrüstervertrag, nur eine Hamburger Schallplattenfirma, ihr einziger Sponsor, hatte für sie „ein Trikot nach ihren Vorstellungen schneiden lassen. (...). Man wird nicht lange raten müssen, auf welchem Label die Lieblingslieder der Grit Breuer erscheinen werden, sollte sie in diesem Jahr Olympiasiegerin werden, so wie sie das will.“ Ist das schon Sarkasmus? Zu diesem Zeitpunkt scheint ein Olympiasieg in weite Ferne gerückt. Doch sie ist offenbar „nicht die einzige, die davon träumt.“ Auch der Stadionsprecher „behauptete“ Ähnliches. Grit Breuer will nach vorn schauen, aber die F.A.Z. lässt sie nicht, denn „wer so mit seiner Gegenwart auf der sportlichen Bühne beschäftigt ist wie sie, kann wirklich leicht mit einer Schauspielerin verwechselt werden.“ Mit wem außer mit sich selbst und vielleicht ihren Konkurrentinnen soll sich eine Spitzensportlerin denn sonst beschäftigen? Selbst das Foto zum Text, welches eine winkende Grit Breuer zeigt, wirkt in Verbindung mit dem Text noch wie *Ironie*. Der Tenor an *Negativität* der Zeitung ist klar: Springstein und Breuer sind zwei gefallene Engel, die von einem großen Comeback träumen, doch wie gut, dass es ihnen verwehrt geblieben ist: „Die Sprinterin Grit Breuer [offenbar geht die F.A.Z. davon aus, dass man die Sportlerin dem Publikum noch einmal vorstellen muss] kommt beim ersten Start nach ihrer Sperre nicht in Tritt.“ Durch die *Häme* bringt die F.A.Z. in diesem Zusammenhang unterschwellig eine *Moralisierung* ins Spiel. Wer gegen das Glaubensbekenntnis verstoßen hat, darf nicht gewinnen. Andererseits: Für diverse andere Zeitungen, wie die F.R., ist der Medienereigniswert des Comebacks gar nicht erst hoch genug – dort bringt man keine Meldung.

Auch DER SPIEGEL⁵⁰⁷ kann sich (s)einer *Häme* nicht enthalten. Mit flotter Schreibe wird die Rückkehr des „Doping-Duos“ (sachlich sogar falsch) vermeldet und beschrieben, wie vereinnahmend Breuer und Springstein (bereits sechsstelligen Werbeverträge) doch seien. Man wittert bereits einen korrumpierenden Einfluss der Wirtschaft. Zudem habe auch ihr derzeitiger Manager eine kriminelle Vergangenheit. Überhaupt agierte DER SPIEGEL⁵⁰⁸ bereits vor der Affäre mit einer für ein investigatives Magazin erschreckenden *Simplifizierung*: Um den angeblich bösen Charakter Springsteins zu illustrieren, war er für die Redakteure „der stets diabolisch dreinschauende“ und zudem „erfolgssüchtige Jung-Trainer“, gewissermaßen ein aalglatter Karrierist. Diese Rhetorik hätte selbst BILD zur Ehre gereicht! Nein, die Dokumentation von Grit Breuers Comeback ist wahrlich keine Sternstunde des deutschen investigativen Journalismus. Wie in der F.A.Z. wird hier eine *Moralisierung* und ein *Gut gegen Böse*-Schema konstruiert, die so schwarz-weiß wie die Weltsicht eines kleinen Kindes erscheinen. Trainer und Athletin haben gegen das Glaubensbekenntnis verstoßen, und da kennt man kein Pardon. Andere dopen ja schließlich auch nicht. Oder werden die am Ende nur nicht erwischt...?

Dass es auch anders geht, beweist die S.Z.⁵⁰⁹ Dort widmet man dem Comeback zwar nur einen kleinen Zweispalter, aber die *Häme* hält sich in Grenzen, fast bekundet man *Sympathie*. Zwar spart man auch hier die Vergangenheit nicht aus, man bemerkt die Tatsache „Nach Dopingsperre die Prognosen nicht erfüllt“ und überhaupt – „[g]ut, es war der erste Start (...)“ – ließ sich

⁵⁰⁷ Nr.31/1996.

⁵⁰⁸ Nr.34/1991.

⁵⁰⁹ Ausgabe vom 01.09.1995.

nicht leugnen: „Grit Breuer war sehr schwerfällig gelaufen.“ Auch erscheint „[n]ichts utopischer“ als Springsteins Anvisierung des Weltrekordes. Alles wird notiert, alles akzeptiert. Aber nach dem missglückten Lauf, auch eine „Ernüchterung für viele am Rande der Piste [Offenbar hat die Athletin doch noch Fans!]“, sei auch Springstein „vorsichtiger“ geworden „und sagte etwas von ‚nicht optimal‘ und ‚vielleicht übersteuert‘ und wiederholte tapfer seine inzwischen noch heikler gewordene Weißsagung.“ Grit Breuer wird mit Worten wie „bestanden“, „zufrieden“ oder „über die Bühne gebracht“ zitiert. Das ist keine *Ironie*, hier bekundet die S.Z. wenn nicht *Sympathie*, so doch professionelle *Neutralität* im Einklang mit dem Informationsauftrag der Medien: „Das Wunderkind von einst (...) bewegt sich in einer völlig neuen, schwierig gewordenen Zeit. 23.71 – total normal.“

ISTAF 1995 – „Grit Breuer langsam auf dem Weg in die Spitze“⁵¹⁰

Mit der gleichen leicht euphorischen *Übertreibung* wie die F.R.⁵¹¹ sehen andere Zeitungen Breuers 51,68 Sekunden, die sie beim Berliner ISTAF nur wenige Tage (!) nach Königs Wusterhausen gelaufen ist, nicht. Für die S.Z.⁵¹² ist es ein „[e]rster Schritt zurück“, während bei der F.A.Z.⁵¹³ die *Kontinuität* vorzuherrschen scheint: „Nachgefragt bei: Thomas Springstein. Wissen Sie genau, wo die Grenze zum Doping ist?“ Während S.Z. und F.R. Fotos einer jubelnden Grit Breuer zeigen, prangt inmitten des F.A.Z.-Interviews eine Art Konterfrei („Umstrittener Trainer“) von Thomas Springstein. In diesem Interview muss der geschundene Trainer Rede und Antwort über sein Medien-Image als „böser Bube“ und „Verbrecher“ stehen. Dies gelingt ihm mit einigem Geschick. Er gesteht ein, dass man früher möglicherweise nicht die kompetentesten Ärzte gehabt habe. Sportmedizinische Betreuung und Management seien schließlich sehr kompliziert. Wo die Grenze zum Doping liege, wisse er mittlerweile auch sehr gut. Auch seine Anvisierung des Weltrekordes, die die S.Z. als „wieder höchst unvorsichtig“ und die F.R. als „grobe Unfug“ bezeichnet, begründet er geschickt, gilt der Rekord doch als Anabolika-Marke par excellence. Er interpretiert dies als eine *Übertreibung* der Medien und noch dazu als eine grobe *Simplifizierung*: Er sei gefragt worden, welche Talente sein Schützling habe, und er habe geantwortet, dass sie das Potential habe, den Weltrekord anzupeilen. Wenn Springstein die Wahrheit sagt, dann liegt hier in der Tat ein typisches Beispiel für den Hang der Medien zur *Simplifizierung* vor, besonders wenn so die *Kontinuität* (Thema ‚Doping‘) gerechtfertigt werden kann. Für die F.R. ist klar: Das „400-Meter-Comeback macht die Neubrandenburgerin glücklich“, und „[d]as Ziel ist Atlanta“. Die S.Z. schaut mit wohlwollender *Moralisierung* und *Sympathie* das vorläufig letzte Mal in die Vergangenheit: „Die Strafe ist verbüßt, die neue Chance verdient und erlaubt die trotzige Abwehr unliebsamer Gratulationen. ‚Jetzt brauchst Du mir auch nicht mehr auf die Schulter zu klopfen.‘ Aber wie es kam und wer die Schuld trug daran, dass der Weg für die WM-Zweite von 1991 (49,42) in den Schlamassel führte, sollte schon nicht ganz in Vergessenheit geraten.“ Wiederum beweist die S.Z. von allen drei Zeitungen die ausgewogenste Berichterstattung.

⁵¹⁰ F.R.-Schlagzeile vom 04.09.1995.

⁵¹¹ Ausgabe vom 04.09.1995.

⁵¹² Ausgabe vom 04.09.1995.

⁵¹³ Ausgabe vom 04.09.1995.

Hallen EM 1996 – „Grit Breuer läuft schon wieder schneller“⁵¹⁴

Der nächste Meilenstein im Comeback der Grit Breuer ist der Hallen-EM-Titel über 400 Meter, und mit 50,81 läuft sie wieder schneller als vorher. Es besteht nun kein Medien-Zweifel mehr daran, dass sich die ostdeutsche Athletin auf dem sicheren Weg in die Weltspitze befindet. Zwar zitieren die Medien den Sportwart des Deutschen Leichtathletik-Verbandes (DLV) Rüdiger Nickel mit den Worten, dass dies eine „Nischen-EM“⁵¹⁵ sei, doch ist der Tenor durchaus positiv. Zwar muss Grit Breuer in Stockholm „Pfiffe“ und „dünnen Beifall“ einstecken, sie wird „vom schwedischen Publikum sehr reserviert begrüßt“.⁵¹⁶ Aber, so die S.Z.⁵¹⁷, „das Rennen war perfekt, und sie brauchte lange, um wieder zu Atem zu kommen. Das ist, nebenbei bemerkt, das sicherste Zeichen für ein Rennen ohne chemische Hilfen.“ Auch wenn hier ein leichter Anflug von *Kontinuität* vorliegt – es dominieren *Sympathie* und die *Bewunderung* für eine erbrachte sportliche Leistung.

Anders verfährt die F.A.Z.⁵¹⁸ mit der Athletin: Zwar titelt sie mit *Elite*-Orientierung: „Grit Breuer ragt aus dem Mittelmaß heraus“; doch die einschränkende *Neutralität* kommt postwendend: „Titel von begrenztem sportlichen Wert.“ Auch von einer „Nischenveranstaltung“ ist zu lesen und davon, dass „die Stars (...) den angeblichen Höhepunkt der Wintersaison mit Verachtung [strafen]“. Einen Tag später bringt die F.A.Z. ein Grit-Breuer-Special nach dem gleichen Muster: „Auf dem Rückweg zur Bestzeit nach harten Zeiten. Grit Breuer kann der Vergangenheit nicht davonlaufen.“ Unter dieser Last der mit *Negativität* verquickten *Kontinuität* kann sie dies tatsächlich nicht. Wie zu lesen ist, kokettiert sie auf der Pressekonferenz nach dem Rennen: „Keine Fragen, na, dann können wir ja gehen.“ Von wegen.“ Ja, von wegen, die F.A.Z. will offenbar den einmal eingeschlagenen Weg nicht verlassen. „Fragen gab es genug. Wie sie sich gefühlt habe bei ihrem internationalen Comeback? ‚Total happy‘ sagt sie (...). (...) Nur die Journalisten, die seien halt immer auf der Suche nach einer Story, erzählt sie den Journalisten. Dabei gehen sie eigentlich ganz behutsam mit ihr um und wenden sich erst einmal der Zukunft zu, dem Thema Atlanta.“ Die F.A.Z. jedoch schwenkt bald wieder in Richtung *Negativität*. Fast gnadenlos wird auch die Nebensächlichkeit aufgedeckt, dass Breuers Manager Roland Mader nach persönlichen Schwierigkeiten wieder Fuß fassen möchte: „Das Motto der Geschäftspartner Breuer und Mader könnte lauten: Jeder verdient eine zweite Chance.“ Ist das schon wieder *Ironie*? Auch die ausführlich-tendenziöse Schilderung, wie der „auf alles vorbereitet[e]“ Thomas Springstein wegen Breuers guter Zeit sich „eilends“ den Bart abrasiert hatte – er „fiel (...) [deswegen] aber nicht weiter auf“ (musste, ja wollte er denn?) –, lässt den Bericht fast schon in eine boulevardisierte Reportage abgleiten, die einer führenden deutschen Tageszeitung eigentlich nicht würdig sein sollte. Offenbar verzeiht die F.A.Z. gefallenen Engeln am wenigsten. Die positivste Schilderung der Hallen-EM liefert noch die F.R.⁵¹⁹, die kurz und bündig den Erfolg der Grit Breuer vermeldet und mit viel *Sympathie* und deutlichem *Elite*-Bezug feststellt, dass die Athletin „wieder Anschluss an die Weltspitze gefunden hat.“

⁵¹⁴ F.R.-Schlageile vom 11.03.1996.

⁵¹⁵ z.B. S.Z. vom 11.03.1996.

⁵¹⁶ EBD.

⁵¹⁷ EBD.

⁵¹⁸ Ausgabe vom 11.03.1996.

⁵¹⁹ Ausgabe vom 11.03.1996.

Atlanta 1996 – ‚Verblasster Glanz‘⁵²⁰ ...

...ist so ziemlich alles, was vom sonstigen Mega-Event ‚Atlanta‘ übrig bleibt. Grit Breuer belegt im Einzelwettbewerb über 400 Meter den achten Platz. Olympiasiegerin wird die aus Guadeloupe stammende Französin Marie-José Percic in 48,25 Sekunden, während die Deutsche satte 50,71 Sekunden läuft. Das ist international zu wenig, während es für Europa, wie die S.Z.⁵²¹ in einer Mischung aus *Elite*-Denken und einem Hauch von *Ethnozentrismus* feststellt, immerhin zu Platz 2 reicht. Diese interne Wertung rettet Breuer wahrscheinlich den Einspalter wenigstens in der S.Z., die F.A.Z. und F.R. vermelden nämlich gar nichts. Zusammen mit Uta Rohländer, Anja Rucker und Linda Kisabaka holt sie in der 4 x 400 Meter-Staffel der Frauen dann übrigens die Bronzemedaille. Doch selbst für die S.Z. hat dieses Ereignis einen zu geringen Nachrichten- bzw. Medienereigniswert, es geht unter. Ebenso führen die F.A.Z. und F.R. diese Leistung nur in ihren statistischen Ergebnislisten. Der Rest ist Schweigen...

Staffel-WM 1997 – ‚Der Flug der Grit Breuer‘⁵²²

1997 schließlich erfolgt der endgültige (Medien-)Durchbruch für Grit Breuer. Nicht etwa der Einzelwettbewerb sorgt für die Sensation, es ist die 4 x 400 Meter-Staffel. Die deutschen Damen haben, allerdings erwartungsgemäß, das Finale erreicht. Die Gegnerinnen sind stark, vor allem die Russinnen, die US-Amerikanerinnen und die Jamaikanerinnen gelten als Favoritinnen. Das legendäre Finale wird in der Presse, besonders in der F.R.⁵²³, präzise geschildert:

„Die Goldmedaille für die deutsche 4 x 400-m-Staffel in 3:20,92 Minuten vor den USA (3:21,03) und Jamaika (3:21,30) war eine der Sensationen dieser Titelkämpfe, und sie ging ganz allein auf das Konto Breuers, und das ging so: Anke Feller (Bayer Leverkusen), Uta Rohländer (SV Halle) und Anja Rucker (TuS Jena) waren bravourös gelaufen, so dass Breuer zwar den Stab erwartungsgemäß an vierter Stelle übernahm, aber die vor ihr laufende Jearl Miles Clark (USA), Jelena Afanasjewa (Russland) und Sandie Richards (Jamaika) waren in greifbarer Nähe. Breuer kannte die drei aus dem 400-Meter-Finale, es waren die Dritte jenes Rennens, die Achte und die Zweite. Breuer war Vierte geworden. Für Bronze hätte es also reichen können. Die Neu-Berlinerin lief die ersten 300 Meter hinter dem Trio, war zwar noch bei Kräften, aber eingangs der Zielgeraden immer noch Vierte. Sie hätte drumherum laufen müssen, um vorbeizukommen. ‚Ich muss raus‘, dachte sie, ‚auf die dritte Bahn.‘ [Hier schildert die F.R. Breuers Gedanken in einem leichten Anflug von Boulevardisierung sogar wörtlich – plastischer kann man das Geschehen nicht vermitteln.] Das wäre ein Umweg gewesen, zeit- und kraftraubend, und das gegen die Weltklasse. Da driftete Alexejewa auf dem letzten Stück mit dem Ende vor Augen ein bisschen nach außen und machte 80 Meter vor dem Ziel die Innenbahn frei. ‚Jetzt musst du rein‘, schoss es Breuer durch den Kopf. Als ob sie einen Nachbrenner eingeschaltet hätte, jagte sie am nebeneinanderlaufenden Dreigestirn innen vorbei. Das Unmögliche hatte sich ereignet: Gold für die 25jährige Feller,

⁵²⁰ S.Z.-Schlagzeile vom 31.07.1996.

⁵²¹ Ausgabe vom 31.07.1996.

⁵²² F.R.-Schlagzeile vom 13.08.1997.

⁵²³ Ausgabe vom 13.08.1997.

die 28jährige Rohländer, die 24jährige Rucker und die 25jährige Breuer.“ Mit diesem Bericht gelingt der F.R. eine famose Gratwanderung der *Emotionalität* zwischen *Elite*-Bewusstsein, *Ethnozentrismus*, *Neutralität* und *Sensation*. Die deutschen Staffel-Damen sind wieder wer! Auch die *Überraschung* und *Personalisierung* werden gebührend berücksichtigt, schließlich hat niemand mit Gold und schon gar nicht mit den Reserven von Grit Breuer gerechnet. Dabei begibt sich die F.R. aber nie wirklich in die Zone der Boulevardisierung, selbst die Bildhaftigkeit der Sprache (Alexejewa „driftet“ oder Breuer schaltet bei ihrem „Flug“ scheinbar den „Nachbrenner“ ein) hält sich in seriösen Grenzen. Es besteht kein Zweifel: Das WM-Finale bietet fast alle Zutaten für einen großen, publikumswirksamen Aufmacher, zumal es im ‚klassischen‘ Athen stattfindet und Grit Breuer tatsächlich zum Höhenflug ansetzte. Freilich stellt die F.R. im selben Artikel fest, dass Breuer „den Anschluss an die Weltspitze wieder gefunden“ hat, obwohl sie das Gleiche bereits ein Jahr zuvor geschrieben hat. Offenbar verlangt die *Sensation* eine erneute Überhöhung der Athletin, und die Leserschaft vergisst ja auch so schnell...

...ganz im Gegensatz zur F.A.Z.⁵²⁴, die ihren Bericht mit einer ungelenten Schlagzeile („Grit Breuer verpasst dem Film im Kopf ein Happy-End“) einleitet und dann fast die Hälfte des üppigen Dreispalters Grit Breuers Vergangenheit widmet: „Das Happy-End ist bekannt, die wechselvolle Vorgeschichte wird auch im Erfolgsfall immer wieder veröffentlicht. Und immer wieder ist es Grit Breuer, die sich umdrehen muss, weil sich alles um sie dreht; die sich selbst in Glücksmomenten nur für den Augenblick freuen kann, weil der Rückblick nicht auszublenden ist.“ Dann folgt die erneute Schilderung der Krabbe-Breuer-Affäre, und es wird einmal mehr einem eigentlich sehr positiven Ereignis eine Portion *Negativität* beigemischt. Für einen Humoristen wäre das schon keine *Kontinuität* mehr, sondern *Tradition*. Stimmt denn die Behauptung überhaupt so, wie sie die F.A.Z. hier aufstellt? Muss sie denn schon wieder im Dienste der *Moralität* (des Glaubensbekenntnisses des Sports) die Vergangenheit aufrollen, oder muss sie nicht vielmehr nur ihre eigene Behauptung beweisen? So etwas grenzt hart an sich selbsterfüllende Prophezeiungen... Immerhin würdigt die F.A.Z. die „zuverlässigen Vorleistungen der deutschen Mitläuferinnen“ – erhält dabei Schützenhilfe von Breuer selbst, „[w]eil jede von uns ihr Bestes gibt“ – und auch jene „Beihilfe der russischen Schlussläuferin Jelena Alexejewa, die auf der Zielgeraden die Innenbahn freimachte“. Und doch kann auch die F.A.Z. die Sonderrolle der Schlussläuferin nicht leugnen: „Denn selten einmal ist eine Einzelleistung so auffällig hervorgetreten wie in diesem Lauf, der drei Runden lang mit fest verteilten Rollen über die Bühne ging, ehe Grit Breuer energisch die Hauptrolle an sich riss.“ Aha, man kann also selbst einen grandiosen Schlusslauf noch mit *Negativität* schildern. Was hätte denn Breuer in ihrer Situation sonst tun sollen, etwa bescheiden-dezent auf Platz vier laufen? Um das Bild abzurunden, wird auch wieder Thomas Springstein ins Zwielflicht gerückt, weil Breuer „beim OSC Berlin als Athletin zwar willkommen ist, nicht aber ihr Trainer.“ Und sie werde bei soviel „Biss“ auf der Bahn“ nicht weichen. „Jetzt schon gar nicht.“

Der F.A.Z.-Artikel wirft unbequeme Fragen auf. Es muss erlaubt sein zu fragen, wie sich eine Zeitung, deren Sportteil regelmäßig prämiert wird, eine solch tendenziöse Berichterstattung erlauben kann. Natürlich sollte ein seriöser Journalist die Sportler und ihre Leistungen, auch wenn ihnen ein breuerscher

⁵²⁴ Ausgabe vom 12.08.1997.

Konflikt erspart geblieben ist, nicht kritiklos glorifizieren. Der Kampf der F.A.Z. gegen das typische Vergessen der Öffentlichkeit⁵²⁵ ist im Sinne des kritischen, investigativen Journalismus grundsätzlich zu würdigen. Aber was Hans-Joachim Waldbröl da schreibt, hat zumindest mit ‚objektiver‘ Schilderung des sportlichen Vorgangs, und um den geht es in Athen, nicht viel zu tun.

Die S.Z. übrigens beschränkt sich auf einen Zweispalter, kommt ebenfalls mit einer ungelenten Schlagzeile („Die Fahne wird zum Staffelstab“ [Wer soll das auf Anhieb verstehen?]), aber sie würdigt das Verdienst, den „die ausgebuffte Grit Breuer“ trug, als sie „clever einen Schnitzer der Russin Alexejewa nutzte.“ Im Tenor folgt die S.Z., wenn auch deutlich knapper ausgeführt, den Schemata der F.R., ja sie verleiht dem Geschehen sogar einen Hauch von *Sex*: „In der aufgewühlten Szene nach dem Finale fiel auf, dass DLV-Präsident Digel ‚uns alle geküsst hat. Ich hab mich bei ihm entschuldigt, dass ich so verschwitzt war‘ (Breuer).“ Hier schrammen die S.Z. wie die F.R. scharf an der Boulevardisierung vorbei. Dafür liefert die S.Z. prompt ein wichtiges Statistik-Detail, nämlich dass die deutschen Leichtathletinnen durch den Staffel-Sieg Rang eins in der Nationenwertung belegen. Unschlagbar griffig ist allerdings die Illustration der S.Z.: Sie zeigt in frontaler Ansicht, wie Grit Breuer im Ziel den Staffelstab hochreißt und jubelt. Ein Bild sagt eben mehr als die viel zitierten tausend Worte.

EM 1998 – „Für Grit Breuer schließt sich der Kreis“⁵²⁶

Bei der EM 1998 in Budapest finden die Leistungen von Grit Breuer eher wenig Echo in der Presse. Am ehesten trägt noch die S.Z. ihren Erfolgen Rechnung. Man titelt: „Für Grit Breuer schließt sich der Kreis“ und illustriert den zugehörigen Text durch ein großes Foto der jubelnden Grit Breuer mit der Deutschland-Fahne. Mit *Humor* weist man außerdem darauf hin, dass es für die Athletin eine sehr lange Zeit gewesen sei, bis sich für sie der Kreis geschlossen habe – volle acht Jahre –, aber es ginge hier ja auch um die Zeit zwischen zwei EM-Titeln und nicht um die Zeit für 400 Meter, die Stadionrunde. Zwangsläufig muss noch einmal kurz erwähnt werden, warum nun acht Jahre zwischen den Erfolgen liegen, doch dann schwenkt die S.Z. weiter zu anderen Athleten. Grit Breuer widmen sie insgesamt immerhin die Hälfte des Berichtes.

Im Übrigen erläuft sich das Gold-Quartett von Athen auch in Budapest die Goldmedaille über 4 x 400 Meter, doch dieser Erfolg geht unter – zu wenig *Ausmaß*, zu wenig *Bedeutung*, Budapest ist eben nicht Athen, es fehlen die USA und Jamaika. So brutal kann die ‚Medienrealität‘ sein. Die F.R. berichtet über Breuers Einzeltitel nur am Rande im Fließtext, vielleicht weil sie erst nach dem Wochenende, am 24.08., dazu kommt und so dem ‚Fetisch‘ *Aktualität* nicht mehr huldigen kann.

Die F.A.Z. hingegen widmet dem Staffel-Titel die Schlagzeile „Grit Breuer führt die Staffel wieder zum Sieg“ und stellt befriedigt fest: „Gold kommt zu Gold.“ Die „kraftstrotzende Grit“ hat wieder zugeschlagen. Das ist wohl diesmal jenseits der *Häme* angesiedelt und folglich ernst gemeint, doch auf derselben Seite folgt prompt das Interview mit Grit Breuer. Es führt Hans-

⁵²⁵ Dass Medienrezipienten schnell vergessen, ja dass auch die Medien selbst Ereignisse zu Wirbelstürmen aufbauen, die sich schnell und spurlos wieder verziehen, gehört z.B. zu den Grundannahmen von ELISABETH NOELLE-NEUMANN, auf die sie sich in ihren zahlreichen Publikationen beruft.

⁵²⁶ F.R., Ausgabe vom 22/23.08.1998.

Joachim Waldbröl. Wir wollen dieses Interview hier nicht näher betrachten, denn es dreht sich nur um eines: um die Vergangenheit der Athletin, ihre Trainingsmethoden und ihren Trainer und Lebensgefährten. Eine besonders markante Frage lautet, ob sie sich ungerecht behandelt fühle. Sie antwortet: „Ja.“ Die nächste Frage lautet, ob sie sich unschuldig fühle. Sie antwortet: „Absolut.“ Was soll sie sonst auch sagen, wenn nach drei Jahren wieder die gleichen alten Fragen gestellt werden, wie soll sie reagieren, wenn das im TV zig-fach Abgefragte noch einmal wiederholt werden muss? Bei soviel *Kontinuität* in Sachen Doping-Vergangenheit, die die F.A.Z. dem ‚Medienreignis Grit Breuer‘ zueignet, muss man schon die Geduld der Athletin bewundern, überhaupt noch etwas zu sagen. Immerhin achtet die F.A.Z. peinlich darauf, hinzuweisen, dass Grit Breuer nur wegen sportwidrigen Verhaltens, nie jedoch wegen eines konkreten Dopingvergehens gesperrt worden war. Was die Medien als Doping-Affäre kolportieren, war in Wirklichkeit eher eine Ethik-Affäre. Ein besonders markanter Satz, der zugleich als Schlagzeile fungiert, fällt indes auf. In ihm macht Breuer deutlich, dass sie auch das Prinzip von Spitzensport und Arbeit verstanden hat: „Der Titel 1990 war die Kür, 1998 fast schon eine Pflichtübung“.

Inzwischen ist Grit Breuer auch im Fernsehen ein wieder gern gesehener Gast. Wie wandeln sich doch die Medienmeinungen! Als sie im Juni 1999 im ZDF-*Aktuellen Sportstudio* eingeladen ist, blendet Moderator Michael Steinbrecher noch einmal den fast schon zum Mythos gewordenen Siegeslauf von 1997 ein. Mit honigsüßem Lächeln bemerkt er, dass sich Grit Breuer damit wieder in unsere Herzen gelaufen habe. Wie anheimelnd für die Zuschauer, wenn soviel *menschliche Wärme* verströmt wird... Das Prinzip ist klar: So lange ‚Madame‘ läuft, gewinnt und negativ getestet wird, ist die Welt in Ordnung, ist sie „unsere Grit“. Doch wehe, es geht etwas schief! Die Zuschauer erfahren und sehen noch mehr über die Athletin: Wie sie wohnt (schön bürgerlich in Gerwisch), wie sie trainiert (schön regelmäßig), wie sie sich kleidet (schön modisch), wie sie sich privat gibt (schön liebevoll). Kein Zweifel, Grit Breuer wird *Sex-Appeal* zugesprochen. Das anschließende Interview enthält die typischen Fragen nach der Gesundheit und der Zukunft. Fast nebenbei hören wir, dass Grit Breuer sich von ‚Star-Motivator‘ Jürgen Höller trainieren lässt und dass ihr ein Lauf über Glascherben zu mehr Selbstbewusstsein verholfen habe. Bei so viel *Personalisierung* und *Sympathie* verwundert auch ihre Wahl zur beliebtesten Sportlerin Ostdeutschlands im gleichen Jahr durchaus nicht. Allein wenn man um die trügerische Sicherheit dieses Medien-Kokons weiß, mag sich ein abgeklärter Zuschauer sicher nicht recht freuen und hoffen, dass für Grit Breuer alles positiv bleibt.

WM 1999 – „Grit Breuer & Silber-Anja. Jetzt kommt der Neid“⁵²⁷

Die vorläufig letzte Station auf dem Weg der Grit Breuer ist die WM in Sevilla. Allerdings verläuft diese WM anders als geplant, ganz anders. Die Favoritin wird im Einzelwettbewerb ihrer Favoritenrolle nicht gerecht. Die F.A.Z.⁵²⁸ konstatiert: „Für die 27-Jährige, als Siebte in 50,67 Sekunden auch weit hinter der Dritten, Lorraine Graham aus Jamaika (49, 92) waren ‚weder Zeit noch Platzierung akzeptabel.““ Sie wirkt schon auf dem Fernsehschirm müde, irgendwie ausgepumpt. Mario Leis verwies später mehrfach darauf, dass man Grit Breuer ihre Müdigkeit auch im Laufstil während der Zwischenläufe hätte ansehen kön-

⁵²⁷ BILD vom 01.09.1999.

⁵²⁸ Ausgabe vom 28.08.1999.

nen: „Die Frau war fertig, die war einfach nicht erholt.“⁵²⁹ Dementsprechend gering fällt ihr Anteil an der Berichterstattung aus, die Medienheldin der Stunde heißt Anja Rücker, die – Welch *Überraschung* – Platz 2 belegt! Zwar kämpfte Breuer nicht mehr um Platz fünf oder sechs, doch die F.A.Z. zitiert sie als „völlig ratlos“.

Das bewährte Staffel-Quartett gewinnt drei Tage später zwar nicht wieder Gold, aber immerhin Bronze, was angesichts des etwas missglückten Laufs von Uta Rohländer (Rang sechs bei Staffelübergabe) durchaus ein Erfolg ist. Doch die F.A.Z.⁵³⁰ will nicht auf einen Schuss Negativität verzichten: „Hauptsache Medaille – aber nicht für alle (...). Das letzte Bild von Athen wiederholte sich nicht. Diesmal blieb die Lücke verschlossen.“ Dennoch aber „gewannen“ die Läuferinnen in Sevilla, und zwar „jede für sich“. So bekommen sie auch von der F.A.Z. endlich ihren *Elite*-Status zugesprochen. Überraschenderweise wird selbst Grit Breuers Vergangenheit erstmals völlig außen vor gelassen. Dafür findet man nun die Möglichkeit, einen kleinen Konflikt zwischen Rücker und Breuer zu thematisieren. So habe Rücker nach eigenen Angaben stets im Schatten der bevorzugten Rivalin gestanden. Und obwohl sie selbst nicht als Schlussläuferin hätte starten wollen, habe Breuers Schatten ihr lange zugesetzt. Dazu passt die zweite Schlagzeile „Anja Rücker verlässt Grit Breuers Schatten“. Das Foto indes zeigt vier lachende Läuferinnen mit ihren Medaillen.

Wenn Zwistigkeiten vermeldet werden können, sich also *Personalisierung* und *Konflikt* verbinden lassen, dann wacht auch BILD auf. Die Niederlage von Breuer wird kurz abgehandelt: „Überraschung! Silber für Anja (...). Die [Silbermedaille] hatte man Europameisterin Grit Breuer zugetraut.“ Dann wird gereimt: „Aber Grit lief gar nicht fit, wurde gar nur Vorletzte.“⁵³¹ Und damit hat es sich. Viel *Negativität* („Vorletzte“ klingt eben schlechter als ‚Siebte‘) und ein wenig Sprachwitz – das war es zum 400-Meter-Finale. Uneingeschränkt würdigt BILD⁵³² zunächst ihre Staffelleistung, obwohl die Schlagzeile („Schade – diesmal nur Bronze für Breuer und Co.“) ebenfalls eher *Negativität* reflektiert, denn „[u]nsere Schlussläuferin legte los wie die Feuerwehr.“ Hier zieht das altbewährte Mittel der Boulevardisierung, die Sportler zum Eigentum der Leserschaft zu ernennen: Breuer ist nicht die Schlussläuferin, sondern „unsere“ Schlussläuferin. Und das, obwohl es doch vorher „Streit um Rücker“ gegeben habe, weil Breuer in Vorläufen geschont wurde, Rücker aber nicht. Nach Sevilla kommt BILD⁵³³ mit einem Artikel über angebliche Zwistigkeiten zwischen „Grit Breuer & Silber-Anja“. Die Eine ist plötzlich nur noch ihren Namen wert, die Andere wird mit dem Titel „Silber-Anja“, konstruiert aus Medaille und Vornamen, BILD-geadelt. Typisch *Sympathie* und *menschliche Wärme*, nun hat die Leserschaft mit „der langbeinigen Blondin“ (*Sex lässt grüßen*) die „Anja“ (und nicht ‚Anja Rücker‘) bekommen. Und „Anja stellte jetzt fest: ‚Grit verhält sich mir gegenüber komisch. Sie ist jetzt sehr abweisend, das war früher nicht so.‘“ BILD verlagert die *Negativität* um die Person Grit Breuers auf die persönliche Ebene. Man führt an, jenes ungeschriebene Gesetz, dass die Schnellste zuletzt laufe, sei wegen Breuer gebrochen worden, und sie rannte „diesmal zu Bronze“. In diesem Zusammenhang ist die Darstellung durchaus als *Negativität*

⁵²⁹ Aus persönlichen Gesprächen mit LEIS.

⁵³⁰ Ausgabe vom 31.08.1999.

⁵³¹ Beide Zitate stammen aus der Ausgabe vom 27.08.1999.

⁵³² Ausgabe vom 30.08.1999.

⁵³³ Ausgabe vom 01.09.1999.

zu werten – sie hat Gold verloren, nicht Bronze gewonnen. Weiterhin „wettete“ in BILD die Trainerin der Rivalin: „Wahrscheinlich hat sich wieder einmal Grit mit ihrer selbstdarstellerischen Art bei den Funktionären durchgesetzt.“ Im Vergleich zu BILD-Attacken bei Ereignissen von größerem Ausmaß allerdings wirken diese Boshaftigkeiten eher harmlos. Der Bericht zeigt aber, dass auch für BILD als Flaggschiff der deutschen Boulevardpresse kein Anlass nichtig genug für einen Medien-Konflikt sein kann.

Grit Breuer 2000 – Zukunft ungewiss

Im Jahr 2000 zeigt sich Grit Breuer in den Medien selten, wobei diese den Kontakt auch nicht unbedingt suchen. Im Frühjahr ist sie verletzt, läuft ihrer Form hinterher, sagt Wettkämpfe ab. Wo kein Ereignis, da keine Berichterstattung. Die Olympiateilnahme von Grit Breuer scheint ernstlich in Gefahr. Damit steht sie allerdings nicht allein auf weiter Flur, vielen Kollegen ergeht es nicht besser. Besonders offensichtlich werden Krise und drohendes Debakel beim DLV-Meeting in Dortmund. Die S.Z.⁵³⁴ titelt: „Die Ventile bleiben geschlossen“, die F.A.Z.⁵³⁵: „Viel Ratlosigkeit, ein bisschen Hoffnung und nur ein Nils Schumann“. Im Text berichtet man jeweils mit der relativen *Neutralität* des unbeteiligten Beobachters von der Schwierigkeit vieler Athleten, die geforderte Olympianorm zu unter- bzw. überbieten. Kein Zweifel, die *Negativität* beherrscht die Berichterstattung, aber die *Häme* bleibt aus. Möglicherweise ist der Medienereigniswert zu gering für eine größere ‚Ausschlachtung‘ des Themas. Die Titelseiten des Sportteils beherrschen in diesen Tagen nämlich die Tour de France, der Wimbledon- und insgesamt 13. Grand-Slam-Sieg von Pete Sampras (ein Rekord für die Ewigkeit?) und ‚König‘ Fußball – hat doch Deutschland soeben den Zuschlag für die Ausrichtung der WM 2006 erhalten. Ratlos ob der Leistungsschwäche der deutschen Athleten zeigt sich mancher Sportexperte indes nicht. Unverblümt noch einmal Mario Leis: „Die Ex-DDR-Sportler sind, was das Training und die enormen Belastungen angeht, nicht selbstkritisch genug, sie geben nicht dem absolvierten – oft zu harten – Training die Schuld, sondern ihrem ‚kranken Körper‘ (...). Anders formuliert: Zu DDR-Zeiten waren Belastung und Doping (und damit auch Regeneration) symmetrisch angelegt, also erfolgversprechend. Nach ihren Dopingskandalen [also heute, da sie wahrscheinlich nicht mehr systematisch dopen] liegt eine Asymmetrie vor.“⁵³⁶

⁵³⁴ Ausgabe vom 10.07.2000.

⁵³⁵ Ausgabe vom 10.07.2000.

⁵³⁶ Vgl. dazu auch: LEIS, MARIO (1996): *Symmetrien im Laufsport*. In: Diagonal, Heft 1, 209-214.

Interview mit Johannes B. Kerner (ZDF-Sportjournalist)

Wenn ein Sportreporter bzw. -moderator besonders viele gute Kritiken bekommt, dann ist er das ZDF-Aushängeschild Johannes B. Kerner. Und dass, obwohl Kerner derzeit nur Fußball-Länderspiele kommentiert. Dafür moderiert er das *ZDF-Sport Studio*, welches immer noch eine der meistgesehenen Sportformate im deutschen Fernsehen ist. Kerner bestätigt im Wesentlichen auch das bisher referierte Selbstverständnis der Medien.

Thorsten Knobbe (T.K.): Welche Rolle spielen für Sie die Medien im Spitzensport?

Johannes B. Kerner (J.B.K.): *Also, ich kann nur für das Fernsehen sprechen, weil ich keine Print-Erfahrung habe. Das Fernsehen ist ein Multiplikator, auch abseits des Sports. Das Fernsehen vermehrt, vergrößert, es lässt die Ereignisse eindringlicher, bedeutender, größer erscheinen, weil es auch die Bilder zeigen kann. Das Fernsehen emotionalisiert sehr stark.*

K. Ludwig Pfeiffer (K.L.P.): Ist der Spitzensport besonders attraktiv für diese Multiplikatorfunktion des Fernsehens?

J.B.K.: *Selbstverständlich! Zunächst einmal ist es so, dass im Sport urmenschliche Instinkte bedient werden: Sieg und Niederlage, die Auseinandersetzung – auch vor einem friedlichen Hintergrund. Das ist etwas Besonderes, denn sonst würden sich die Leute immer Kriege ansehen. Ich sehe mir doch lieber ein 100-Meter-Finale an als einen Krieg! Es gibt viele Leute, die sagen, dass im Leben nur Sex und Geld zählen. Ich glaube, Sport sollte man dazu zählen. Hinzu kommt eben die Vergrößerungsfunktion der Medien. Natürlich gibt es etwas Sportspezifisches, aber die Medien erst machen es wirklich bedeutend. Es ist zum Beispiel im Grunde nichts Besonderes, dass ein 17-jähriger mit relativ roten Haaren die Faust ballt. Physisch nicht, weil das fast jeder kann. Physiologisch nicht, weil Boris Becker eher ein Durchschnittstyp ist, es gibt Hübschere und Hässlichere, Größere und Kleinere. Dennoch ist diese Geste einer ganzen Generation als Becker-Faust bekannt. Dies beruht auf dem Medieneinfluss. So gibt es viele Gesten, die sofort erkannt werden. Wer Fußball-Fan ist, der erkennt sofort die Kunz-Säge – oder wenn ich eine Art Tanz aufführe, dann weiß jeder, dass das Okocha an der Eckfahne ist. Jeder kann die Bilder empfangen, es wird gleichmäßig verteilt, was übrigens auch sehr demokratisch ist. Wie es in der gesprochenen Sprache Codes gibt, so ist das Fernsehen eine Art Bildercode, der von jedem Zuschauer verstanden wird.*

T.K.: Bleiben wir bei den Bildern: Inwieweit ist Spitzensport nur noch Show oder doch noch Leistung? Müssen wir differenzieren zwischen den ‚Rodmännern‘ und ‚Kretzschmars‘ und den blässeren Typen?

J.B.K.: *Gerade Kretzschmar wie auch Rodman sind hervorragende Sportler. Kretzschmar ist einer der besten Handballer, die es überhaupt gibt. Auf keinen Fall ist Sport nur noch Show. Sport ist Sport. Da gibt es immer Typen, da verändert sich immer was. Nehmen wir Daniel Stefan, er war 1999 der Welthandballer des Jahres. Er ist ein ganz ruhiger Spieler. Doch der Sport braucht ihn, obwohl er kein Show-Typ ist. Natürlich hat der Sport unterhaltsame und unterhaltende Seiten, aber die erschüttern nie die Grundfeste des Sports. Das Fernsehen bildet ab, es kann zum Beispiel nicht die Regeln einer Sportart ändern. Wir versuchen natürlich, das ‚Drumherum‘ im Sport so unterhaltsam wie möglich zu gestalten. Das kann man kritisieren oder auch nicht. Aber bei allem ‚Drumherum‘ bleibt doch das Spannendste das Elfmeterschießen im WM-Finale*

– da können wir Leute von Show-Treppen herunter laufen lassen, bis der Arzt kommt. Wir veranstalten das ‚Drumherum‘ ja nicht zum Selbstzweck, sondern es bereichert den Sport. Wir wollen Zuschauer binden. Natürlich können so Sportler auch viel mehr Geld verdienen. Wer sich nicht nur innerhalb, sondern auch abseits des Sports gut verkauft, hat ganz andere Marketing-Möglichkeiten. Das ist aber nichts Verwerfliches und auch nicht primär auf die Existenz der Medien zurück zu führen. Wer sich gut verkauft, hat immer mehr und bessere Möglichkeiten im Leben.

T.K.: Geht denn von den Show-Typen keine Sogwirkung auf den Sport aus?

J.B.K.: Das Besondere ist ja immer der Hingucker. Bunt ist immer besser als schwarzweiß. Aber der Effekt ist wohl eher von kurzer Dauer. Außerdem gehört der Starkult sowieso zum Sport, weil es eben automatisch Sieger und Verlierer gibt. Wobei allerdings Verlierertypen – Beispiel Axel Schulz – durchaus auch sympathisch sein können. Außerdem glaube ich nicht, dass Stars im großen Stil zu Show-Typen gemacht werden. Die sind einfach so. Auf den Sport allein bezogen, haben diese ‚Typen‘ kaum eine Wirkung, wohl aber auf das Publikum. Sie können sogar für die Kids der Anlass sein, sich einer Sportart zuzuwenden, wie es bei Boris Becker der Fall war. Aber den Sport werden sie nicht verändern, sie werden immer den Ball über das Netz prügeln und treffen oder nicht treffen.

T.K.: Gerade über Rodman gibt es ja genügend Aussagen, die bestätigen, dass er abseits der Show sehr wohl extrem hart arbeitet.

J.B.K.: Nehmen wir Lothar Matthäus. Der ist so besessen von seinem Sport, dass er gar nicht anders kann, als extrem hart zu trainieren. Oder nehmen wir Mario Basler, von dem es immer heißt, er qualme den ganzen Tag und trinke nur Pils. Das ist schlicht falsch. Basler ist sehr – sehr – gewissenhaft; richtig spießig, bis hin zur Ernährung. Er isst viel Pute und Salat und, wenn es geht, nicht zu spät abends. Ich bin selbst mit einer Sportlerin verheiratet und weiß, dass es ohne eine professionelle Einstellung nicht geht. Image hin oder her.

T.K.: Wobei es sicherlich von Sportart zu Sportart graduelle Unterschiede gibt...

J.B.K.: ... selbst ein smarterer Junge wie Oliver Bierhoff, der seine Person inszeniert wie kaum ein Zweiter, bekommt keine Verträge, wenn er keine Tore schießt.

T.K.: Wo liegen für Sie die Grenzen der Medien in der Sportübertragung?

J.B.K.: Die Grenze ist eine natürliche. Es kann keinen Einfluss geben auf die Sportart an sich. Die Medien bilden nur ab. Natürlich verfälschen sie dabei bestimmt auch, aber das halte ich nicht für Frevel, weil keiner dabei zu Schaden kommt. Außerdem gibt es ja auch eine für die Zuschauer positive Verfälschung. Oliver Kahn sagt immer: Es gibt nichts Schlimmeres als die Zeitlupe – die Super-Slow-Mo – weil du in der Zeitlupe jeden Ball hältst. In der Tat nehmen die Medien Einfluss auf Startzeiten oder Ähnliches. Wenn beim Skispringen zum Beispiel die Durchgänge entzerrt werden, dann hat das sicherlich etwas mit der Vermarktung durch die Medien zu tun. Wenn, wie etwa in Finnland, immer um 13 Uhr der Wind kommt, dann wird dennoch nicht um acht Uhr morgens gesprungen. Ohne die genauen Hintergründe zu kennen, denke ich mir, dass dies mit der Vermarktung zu tun hat. Morgens um acht erreicht man eben kaum Zuschauer. Das ist ein sicherlich kritischer Punkt. Im Fußball aber können wir kaum direkt beeinflussen. Was durchaus passiert, ist, dass man den Schiedsrichter bittet, die Spieler wegen des Werbeblocks etwa eineinhalb Minuten spä-

ter heraus zu pfeifen. Der Aufnahmeleiter gibt dann ein Zeichen. Deswegen klappt das so gut mit den Überleitungen vom Werbetrailer zum Anpfiff... Ansonsten wären die Medien auch schlecht beraten, etwa in das Regelwerk des Sports einzugreifen. Denn jede Änderung birgt die Gefahr, dass man etwas von der Faszination nimmt. Allein deswegen, allein nur wegen der Gerüchte, dass sich der Ecclestone die Regeln macht, wie er Lust hat, ist für mich persönlich die Formel-1 10 Prozent weniger Wert.

T.K.: Auch der Eklat bei der Deutschland-Rundfahrt 1999 gehört für mich dazu. Nach meinen Recherchen haben die Organisatoren das Einzelzeitfahren bei schlimmstem Unwetter durchgezogen, weil SAT1 als übertragender Fernsehsender darauf gedrängt hatte. Als Folge hatten sich Sportler schwer verletzt...

J.B.K.: ...Der Veranstalter will Geld verdienen, er vermarktet die Veranstaltung ja über die Medien. Er bekommt dafür Geld von vielen Sponsoren. Da wird ein entsprechender Vertrag geschlossen, der eingehalten werden muss. Hier geht es um andere Dimension als in einem Spiel der D-Jugend, das ins Wasser fällt. Der Sender geht ein Risiko ein, indem er für die Veranstaltung im voraus zahlt. Da kann es nicht sein, dass beim ersten Regentropfen nicht gefahren wird. Für die Beteiligten ist das Business, genauso wie Fernsehen allgemein Business ist. Ich habe wenig Mitleid mit den Beteiligten. Auch mit der werbetreibenden Wirtschaft und ihren Krokodilstränen habe ich kein Mitleid. Das sind knallharte Geschäftsleute. Die Rennfahrer müssen in dem Fall ihren Fahrstil den Gegebenheiten anpassen.

T.K.: Wie verhält sich hier das Fernsehen zu den Printmedien?

J.B.K.: Es gibt immer eine Rivalität zwischen Print und TV. Gerade die F.A.Z. und die Süddeutsche Zeitung moralisieren oft sehr stark. Möglicherweise gibt es da einen gewissen Neid uns Fernsehleuten gegenüber, weil wir fast immer näher und aktueller am Geschehen sind. Natürlich haben die Printmedien hervorragende Journalisten, ich selbst bin ein Fan der Süddeutschen Zeitung.

T.K.: Themawechsel: Wie beurteilen Sie die Dieter Baumann-Affäre?

J.B.K.: Ich weiß es nicht. Ich weiß es wirklich nicht. Ich wüsste es gerne. So oder so hat Baumann gelitten wie kein Zweiter.

T.K.: Eine meiner Thesen lautet, dass die Medien aus den Ereignissen der Vergangenheit – Stichwort Tour de France – nichts gelernt haben in der Vermittlung dessen, was hinter den Kulissen des Spitzensports zu passieren scheint. Obwohl doch eigentlich die ‚Sauberkeit‘ der Sportler im Vordergrund stehen sollte, zählt doch nur der Sieg. Wer nicht gewinnt, ist eben ein Verlierertyp und wird entsprechend ‚abgewatscht‘.

J.B.K.: Sportler treten ja alle insgesamt an, mit dem Ziel zu gewinnen. Insofern ist nichts Böses daran, dass die Medien den Sieg fordern. Natürlich machen es sich die Medien auch prinzipiell ein wenig leicht. Die Geschichte vom Sieger und Verlierer ist nun einmal diejenige, die sich am besten verkaufen lässt. Da muss man normalerweise nicht viel erklären. Stellen Sie sich vor, der Hamburg SV gewinnt gegen Freiburg mit zwei zu null, und ich will erklären, dass Freiburg besser gespielt hat, die besseren Chancen hatte, das modernere System spielte und den fitteren Eindruck machte. Nun verlieren die aber zwei zu null, und ich muss das erklären! Das ist wahnsinnig schwer. Jeder wird mir sagen: ‚Mensch, was redest du da eigentlich? Die haben doch zwei gekriegt und nicht geschossen! Die haben doch verloren!‘ Wenn zwei Deutsche bei Olympia die Plätze drei und vier belegen, dann feiere ich die Bronzemedaille für Deutschland und weise natürlich auf das Drama um Platz vier hin. Aber würde

ich dieses Drama zu sehr betonen, würde ich die Verhältnisse ja auch umkehren. Man muss sich natürlich ständig hinterfragen. Ich versuche, im Geschehen eine gute Geschichte zu erkennen und dann in meiner Bewertung richtig zu liegen. Ich bin da auch spontan. Manches sind auch Glückstreffer.

T.K.: ...der Sport ist voller Geschichten...

J.B.K.: *Oh ja, allein um das deutsche Damenhockey ranken sich tolle Geschichten. Meine Frau spielt in der Hockeynationalmannschaft und ist, na ja, sagen wir: die bekannteste deutsche Spielerin. Aber es gibt wirklich tolle Geschichten, die fast niemand kennt. Da ist Cornelia Reiter, deren Bruder Fußballprofi bei Borussia Mönchengladbach ist – herrliche Geschichte, zumal der Bruder gerade in die zweite Liga abgestiegen ist. Da ist Natascha Keller, die Mittelstürmerin, eine der besten Hockeyspielerinnen der Welt: Ihr Bruder spielt in der Männernationalmannschaft, ihr Halbbruder ist Olympiasieger 1992 und Silbermedaillengewinner 1988, ihr Vater holte Gold 1972, ihr Großvater Silber 1936 – das ist eine Geschichte! Dann ist da die Kapitänin, die mit 26 Jahren schon fertig ausgebildete Ärztin war und jetzt zu einer renommierten Unternehmensberatung, Kienbaum, gegangen ist, weil sie endlich einmal hofiert werden wollte. Als Assistenzärztin im Krankenhaus wäre sie noch 10 Jahre eine unter vielen gewesen. Das waren jetzt drei großartige Geschichten.*

T.K.: Natürlich ist die Personalisierung ein wichtiger Medienereignisfaktor...

J.B.K.: *Wie übrigens die Privatsender einen Sportblock in ihren Nachrichten machen, der fast nur die eigenen Sportarten puscht. Wenn Schumi nur die Unterhose gewechselt hat, dann ist das wichtiger als etwas Bedeutenderes in einer anderen Sportart. Das sind für mich keine Nachrichten, sondern Werbetrailer. Ich habe nichts gegen Werbetrailer, nur darf man sie halt nicht als Nachrichten deklarieren.*

T.K.: Welche Nachrichtenfaktoren bzw. Medienereignisfaktoren bestimmen für Sie den Sport, außer der bereits erwähnten Personalisierung?

J.B.K.: *Es gibt noch eine Zuspitzung auf den Moment, auf eine Entscheidung, auf ein unausweichliches Ende.*

K.L.P.: Haben sich die Medien dabei schon einmal verkalkuliert?

J.B.K.: *Mir ist eine Geschichte bekannt, als die Übertragungsrechte für Wimbledon zwischen DSF und RTL nicht ganz geklärt waren. Da hatte RTL bis zum und das DSF ab dem Halbfinale übertragen. Der Verlierer war das DSF, weil in beiden Jahren alle Deutschen vor dem Halbfinale ausgeschieden waren. Auch im Fußball, würde ich sagen, lautet die Strategie, die eigene Mannschaft möglichst bis ins Finale zu begleiten. Das hat in den letzten Jahren nicht geklappt, aber das würde ich nicht als Reifall bezeichnen. Andere waren einfach besser, und das muss man akzeptieren.*

T.K.: Worin liegt der Unterschied in der Live-Reportage von gestern und heute?

J.B.K.: *Man muss den Zuschauern heute ein viel größeres Reservoir an Informationen bieten. Hören Sie sich mal einen Kommentar von Rudi Michel bei der WM 1974 an: Ich habe mitgezittert bei ‚... .. Hölzenbein... Hölzenbein!...‘, aber das ist heute kein brauchbarer Kommentar mehr, man würde mich verjagen, wenn ich so kommentieren würde. Positiv gesagt, ist die Verantwortung des Kommentators heute größer geworden.*

T.K.: Was ist mit der Emotionalität?

J.B.K.: *Das ist für mich nie der Ansatz. Ich lasse mich treiben davon. Ein gutes Spiel reißt mich mit. Auch ein schlechtes Spiel erwirkt bei mir gewisse Emotionen.*

K.L.P.: Könnte man vielleicht schlussfolgernd sagen, dass uns heute die Verzahnung von Sport, Show und Geschäft viel stärker bewusst ist – während man früher doch naiver war – und die Verhältnisse deshalb akzeptieren muss?

J.B.K.: *Man muss es nicht nur akzeptieren, man akzeptiert es einfach. Schon deshalb weil man merkt, dass letztlich niemand ernsthaft dabei Schaden nimmt. Allerdings glaube ich, dass manchmal zu viel Hype um den Spitzensport gemacht wird. Sicher, er ist ein großes Thema, aber wenn sich jeder um fünf Prozent – nur fünf Prozent – zurücknimmt, dann wäre sicher allen gedient.*

T.K./K.L.P.: Wir bedanken uns für das Interview und ihre Zeit.

II.3. Tour de France: Den Super-GAU überlebt, das Ziel verfehlt? Medienmacht, Ehrenplätze, Betrug und Doping

„In Wirklichkeit kennt die Dynamik der Tour nur vier Bewegungen: Führen, Verfolgen, Ausreißen, Eingehen. Führen ist der härteste Akt, aber auch der sinnloseste; Führen heißt immer: sich opfern; es ist reines Heldentum, das viel eher dazu bestimmt ist, einen Charakter zur Schau zu stellen, als ein Resultat zu erringen; bei der Tour macht sich das Vorpreschen nicht direkt bezahlt, es wird gewöhnlich durch kollektive Taktiken eingeschränkt. Verfolgen ist hingegen immer ein wenig feige und hat ein wenig den Charakter des Verrats, es gehört zu einer Erfolgssucht, die sich um Ehre nicht kümmert; mit Exzeß, mit Provokation verfolgen ist ganz offen Teil des Bösen (Schande über ‚Reifenlecker‘). Ausreißen ist eine poetische Episode mit der Absicht, eine freiwillige Einsamkeit darzustellen, allerdings wenig wirksam, da man fast immer eingeholt wird, aber auch ruhmvoll im Verhältnis zu der Art der sinnlosen Ehre, die sie stützt ... Das Eingehen kündigt das Aufgeben an, es ist immer schrecklich, es macht traurig, wie ein Zusammenbruch: auf dem Ventoux hat das Eingehen einiger Fahrer einen ‚Hiroshimaartigen‘ Charakter.“

Roland Barthes: *Die Tour de France als Epos*.⁵³⁷

„Quäl dich, du Sau!“

Helfer Udo Bölts zum späteren Tour-Sieger Jan Ullrich

1. Gestern und heute – das Epizentrum des Dopings und Betrugs?

Das ist schon etwas Besonderes mit dem modernen Radsport: Erst kommt die Tour de France und dann lange nichts. Irgendwann folgen der Giro d' Italia, die Spanienrundfahrt (Vuelta), die Klassiker und die WM. Alle sind für sich genommen sehr harte Rennen, viele Stimmen behaupten gar, der Giro sei vom Streckenprofil her längst schwieriger als die Tour. Doch die Tour, jenes weltweit drittgrößte Ereignis des Mediensports, überstrahlt alles. Wer auch nur eine Etappe dieses Rennens gewinnt wird unsterblich bei den Fans und unbezahlbar bei den Rundstreckenrennen (meistens Kirmes-Kriterien) im August nach der Tour. Wer aber die Tour gewinnt, wird unsterblich in der Radsportgeschichte und unbezahlbar für Rennställe und Werbeindustrie. Und weil sie das Epizentrum der aktuellen Dopingdiskussion ist, werden wir sie ausführlich betrachten:

Wahrhaft existenziell mutet auch ihre Entstehungsgeschichte an. Die Tour resultierte aus dem Überlebenskampf zweier Sportzeitschriften, der auf grünem Papier gedruckten *Le Vélo* und der auf gelbem Papier gedruckten *L'Auto* (Besitzer: Henri Desgrange). Erstere war um die Jahrhundertwende Frankreichs größte Sportzeitschrift, letztere versuchte sich durch die Organisation des Langstreckenrennens Paris-Brest-Paris zu profilieren. Doch dann hatte Henri Desgranges Mitarbeiter Geo Lefèvre die zündende Idee: Er trug seinem Chef den Plan vor, ein Rennen von noch nie gekannten Ausmaßen zu organisieren. Ein Rennen, welches durch ganz Frankreich führen sollte. Es folgten stundenlange Kontroversen über finanzielle und organisatorische Modalitäten, doch schließlich sagte Desgrange zu. Inspiriert wurde das Unterfangen wohl auch durch den eher mäßigen Straßenrennfahrer Joyeux, der bereits 1895 zu einer 4500 Kilometer langen Rundfahrt durch die Grande Nation aufbrach. Er fuhr als Einzelfahrer am 12. Mai in Paris los und erreichte „gegen alle Widrigkeiten und Rückschläge von Desgrange immer wieder zur Weiterfahrt ermuntert“⁵³⁸, am 30. Mai wieder Paris.

⁵³⁷ Nachzulesen in: HORTLEDER, GERT/GEBAUER, GUNTER (eds.) (1986): *Sport – Eros – Tod*. Frankfurt/M.

⁵³⁸ KRÄMER (1998, 12).

Am 19. Januar war es so weit: L'Auto schrieb die erste Tour de France über 2428 Kilometer mit den Etappenzielen Lyon, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Nantes und Paris aus. Le Vélo schrieb über diese Ankündigung ganze elf (11) Wörter! Und erst nachdem Desgrange „mit einem flammenden patriotischen Appell auch die letzten Zweifler und Zauderer bearbeitet hatte,⁵³⁹“ meldeten sich genügend Fahrer, 60 insgesamt. Immerhin gab es ein Preisgeld von insgesamt 20.000 Francs zu gewinnen.

So begann am 1. Juli 1903 die erste Tour de France in der Geschichte. Desgrange blieb in Paris in der Redaktion und überwachte das Geschehen aus der Ferne, während sein Assistent mit dem Zug von Etappenziel zu Etappenziel fuhr und berichtete. Unterwegs waren zahlreiche Streckenposten verteilt, „die Zwischenstände und Zeiten umgehend per Telegramm melden mussten. Oft waren die Telegramme recht dunklen Inhalts wie das folgende: ‚4.12 Uhr morgens. Vor dem Café de la Seine in Melun warten hunderte von Menschen gespannt auf das Kommen der Tourfahrer. In der Ferne werden die schwachen Lichter eines Automobils sichtbar. Das müssten die Begleitfahrzeuge sein. Tatsächlich, wenige Minuten später huscht das geschlossene Feld der Fahrer vorbei. In der Dunkelheit ist niemand zu erkennen.‘⁵⁴⁰ Ausgestattet mit dererlei dürftigen Informationen, verfasste Desgrange seine monumentalen Reportagen über den heldenhaften Kampf der Männer gegen sich selbst und das Element. Das Rennen gewann schließlich der Franzose Maurice Garin. L'Auto hatte den ersehnten Erfolg, der lästige Medienkonkurrent Le Vélo war aus dem Feld geschlagen. Und das Publikum wollte mehr!

Es bekam mehr. Die zweite Auflage der Tour war bereits „mehr ein mafioses als ein sportliches Spektakel, geprägt von einer Fülle höchst merkwürdiger Vorkommnisse.“⁵⁴¹ Ein Fahrer schlief im Sattel ein und stürzte in den Straßengraben, nachdem Helfer ihm eine vergiftete Hühnerkeule gereicht hatten, ein anderer Fahrer erkrankte an einem typhusähnlichen, durch ein Abführmittel ausgelösten Durchfall, wieder ein anderer wurde durch ein Hautjucken am Rücken fast in den Wahnsinn getrieben: Juckpulver im Renntrikot tut selten gut. Auch andere Schadensfälle waren zu verzeichnen: zerschnittene Bremszüge, angesägte Rahmen, defekt geschlagene Lichtanlagen. „Dies waren nur einige der zahllosen Sabotageakte, die das Rennen zu einer Farce verkommen ließen – inszeniert von skrupellosen Trainern, Betreuern, Fahrern und Zuschauern.“⁵⁴² Als dann das „Rail&Fly-Quartett“⁵⁴³ mit Maurice und César Garin, Pothier und Hyppolyte Aucouturier auch noch die ersten vier des Gesamtklassements disqualifiziert werden mussten, weil sie Etappen durch kleine Eisenbahnfahrten abgekürzt hatten, war der Skandal perfekt. Henri Cornet wurde zum Sieger erklärt, und ein Aufschrei der Empörung ging durch Frankreich. Blamabel war das schon, „aber besser üble Nachrede als gar kein Gerede.“⁵⁴⁴ ...

1905 nahmen die Schiebereien und Attacken noch bizarrere Ausmaße an. „Kistenweise verstreute der fanatisierte Mob auf Frankreichs Straßen Schuhnägel, frei nach dem Motto: Lasst 1000 Reifen platzen. Die Tour wurde zum Unterhaltungsknüller, und immer mehr Franzosen griffen zu der auf gelbem Papier

⁵³⁹ EBD, 12.

⁵⁴⁰ EBD.

⁵⁴¹ EBD, 15.

⁵⁴² EBD.

⁵⁴³ EBD.

⁵⁴⁴ Kommentar DESGRANGES zum Geschehen, zitiert nach: EBD.

gedruckten L'AUTO, um das Spektakel aus erster Hand präsentiert zu bekommen.⁵⁴⁵

Der Doping-Skandal von 1998 war also beileibe nicht die erste Prüfung dieser Art für die Tour. Im Gegenteil, man ist geneigt zu sagen, dass die Tour erst durch Skandale und die entsprechende Berichterstattung in den Medien zu dem heutigen Spektakel geworden ist. Jawohl, schon damals hatten die Medien entscheidenden Einfluss auf die Tour und schon damals durfte die Wahrheitsnähe der ‚Medienrealität‘ bezweifelt werden, allein durch das Verharren des Chefredakteurs Desgrange in Paris.

Als sich der Mob beruhigte, mussten andere Sensationen herbei. Zum Glück konnte die Streckenführung noch entsprechend modifiziert werden. Alphonse Steines, Mitglied im Organisationskomitee der Tour, schlug vor, die damals als unpassierbar geltenden Pyrenäengipfel in den Parcours mit einzubauen. Also musste der forsche Franzose vor Ort erkunden, ob mit dem Rennrad (oder besser mit dem, was man damals so bezeichnete) die Gipfel von Peyresourde, Aspin, Tourmalet und Aubisque zu bezwingen wären. Der Aubisque erwies sich dabei nicht als Problem, die Passstraße würde bis zum Beginn der Tour entsprechend ausgebaut sein. „Am Tourmalet aber hätte es Desgranges Emissär beinahe erwischt. Von dem Gebirgsnest Sainte-Marie-de-Campan aufgebrochen, bezwang Steines den schneebedeckten Gipfel zu Fuß, weil sein Chauffeur sich weigerte, weiterzufahren. Er hätte abstürzen oder erfrieren können, Bären hätten ihn zerreißen können. Als das Rettungskommando in Barèges, auf der anderen Seite des Berges, gerade aufbrechen sollte, torkelte Steines, der Bewußtlosigkeit nahe, ins Dorf. Sein historisches Telegramm an die Pariser Tour-Zentrale lautete: ‚Gut über den Tormalet gekommen + stop + Straße in gutem Zustand + stop + Keine Schwierigkeit für die Fahrer.‘ Bereits am nächsten Tag war die unglaubliche Nachricht in L'AUTO zu lesen: Die Tour de France 1910 wird über Peyresourde und Aspin, Tourmalet und Aubisque führen – koste es, was es wolle.⁵⁴⁶

Koste es, was es wolle, das ist das heute noch aktuelle Stichwort. In jenen wilden Zeiten am Anfang ging es nicht nur darum, als erster Paris zu erreichen, sondern es ging auch darum, überhaupt lebend dort anzukommen. Der erste Fahrer 1910 am Tourmalet, Octave Lapize, soll geschrien haben: ‚Mörder! Ihr verdammten Mörder!‘ Damit meinte er die Organisatoren der Tour. Desgrange konnte diesen Vorwurf gelassen hinnehmen, schnellte doch die Auflage seiner Zeitung wegen des Pyrenäenspektakels auf 300.000 Exemplare hoch. Und schon wurden für das nächste Jahr die Alpen ins Visir genommen.

Die Tour konnte im Laufe ihrer Jahre mit zahlreichen weiteren Heldengeschichten, Skandalen, Tragödien, Anekdoten und auch Doping-Affären aufwarten. Sie alle untermauern den Sonderstatus dieses Sportereignisses. Die Tour lief von Anfang an konträr zum normalen Mediensport. Es ging nicht darum, dass sich das Publikum mit den Sporthelden identifizieren sollte. Hier wurden Verrückte, Giganten der Landstraße, Gladiatoren der Neuzeit bewundert, bestaunt oder voyeuristisch beglötzt. Die Tour de France zu bestehen, das war der Kampf vor allem gegen die Naturgewalten: Regen, Hagel, Wind, stechende Sonne, brütende Hitze, brutale Steigungen, halsbrecherische Schussfahrten und nicht zuletzt die Bärengefahr in den Bergen waren zu meistern. Hinzu kamen unmenschlich lange Etappen (auf die allerdings bis zu zwei Ruhetagen folgten),

⁵⁴⁵ EBD.

⁵⁴⁶ EBD, 16f.

das schlechte Material und die knüppelharte Konkurrenz. Es war der existenzielle Überlebenskampf. Die Tour de France war nicht nur ein reiner *Mediensport*, sie war der erste moderne *Extremsport*!

Die Deutschen wollen mitmischen – in ‚Gelb‘ und in ‚Grün‘

Der Radsport ist naturgemäß die Domäne der Niederländer, Belgier, Franzosen, Spanier und Italiener. Die Deutschen stehen da eher am Rande. Noch 1999 gab es in Deutschland nur wenige hundert Nachwuchsfahrer, während z.B. Italien aus einem Stamm von 3000 Jungtalenten schöpfen konnte. Allerdings haben deutsche Athleten von Anfang an bei der Tour der Leiden ihre Spuren hinterlassen. Josef Fischer nahm an der ersten Tour teil, Kurt Stöpel wurde 1932 Zweiter, Rudi Altig gewann neben zahlreichen Etappen 1962 auch das grüne Trikot. Dazu gesellten sich zahlreiche Träger des gelben Trikots wie Erich Bautz, Willi Overbeck, Karl-Heinz Kunde, Rolf Wolfshohl, Klaus-Peter Thaler und – natürlich – Dietrich ‚Didi‘ Thurau. Auch ein bravorös gefahrener Hennes Junkermann, der 1960, nur von Dieter Puschel begleitet, Vierter wurde, verdient Beachtung.⁵⁴⁷

Aber der entscheidende Durchbruch, das gelbe Trikot bis Paris zu tragen, der war den Deutschen bis 1997 nicht vergönnt gewesen. Daran änderten auch die kläglich gescheiterten Versuche, einen deutschen Rennstall erfolgreich zu etablieren, nichts. Das Rokado-Team ging ebenso unter wie das Kotter Racing Team; im Vergleich zu den französischen oder belgische Rennställen waren diese Sportgruppen Lachnummern. Aber dann kam Winfried Holtmann, Chefredakteur der Sindelfinger Zeitung und Promotor von Radsportveranstaltungen. Er schaffte es 1989, das Team Stuttgart aus der Taufe zu heben. Ein Sponsorenpool sicherte die Finanzen, der ehemalige Profi Hennie Kuiper die sportliche Betreuung. Dennoch führte das Team in den Medien eher ein Schattendasein. Die griffigsten Schlagzeilen brachte noch die Fachpresse: Tour titelte damals: ‚Ein Dutzend Fohlen voller Feuer‘.⁵⁴⁸, das ließ immerhin hoffen. Doch leider trotz auch diese Hoffnung, denn in den folgenden zwei Jahren fuhren die unbedarften Neuprofis hinterher, wurden konsequenterweise nicht zur Tour de France eingeladen und daher von den Medien vernachlässigt: zu wenig Medienereigniswert.

Als das Team 1990 aufgelöst werden sollte, schlug die Stunde der deutschen Telekom: Die flotten Fernmelder übernahmen im Handstreich die Konkursmasse des Teams und kreierten für die Saison 1991 das Team-Telekom, welches die Radsportgesetze auf den Kopf stellen sollte. Freilich wurde der Neustart besonders von der Presse mit *Häme* bedacht. Getreu der *Kontinuität* erwartete sie, dass das, was dreimal gescheitert war, auch ein viertes Mal scheitern würde. Immerhin beteiligte sich, fast schon eine Ehre für den damaligen Randsport Radsport, DER SPIEGEL⁵⁴⁹ als ‚Watchdog‘ an der Schelte: Man bescheinigte der Telekom mangelnde Branchenkenntnis, ein schlechtes Händchen bei der Fahrerauswahl (Kapitän Urs Freuler war wegen eines Dopingvergehens zur prestigeträchtigen WM in Stuttgart gesperrt) und nicht zuletzt die Vergeudung von Steuergeldern: Erst wurde gegen das Team Stimmung gemacht, dann wurde auf dessen Finanzierung durch Steuergelder hingewiesen. Und schließlich ließ man den Fahrer Andreas Kappes, damals noch für Histor-

⁵⁴⁷ Vgl. EBD., 37ff.

⁵⁴⁸ Nr.4/1989.

⁵⁴⁹ Nr. 36/1991

Sigma startend, verkünden, dass beim Aufbau des Teams vieles „drunter und drüber“ ging, folglich schienen die bisher investierten Steuergelder auch noch rettungslos verloren.

Wohl gemerkt ging es hier um Summen im einstelligen Millionenbereich. Das war im internationalen Profisport auch vor jenen Jahren ein läppischer Betrag. Manager aus der Formel-1 oder amerikanische Basketballprofis hätten ob dieser Bagatelle wohl abwechselnd Lach- und Weinkrämpfe bekommen. Nicht so der deutsche investigative Journalismus, was natürlich auch zeigt, wie finanziell unterentwickelt der deutsche Profiradsport war. Nun, es kam dann doch nicht ganz so schlimm, wie von der Presse befürchtet, denn das Team wurde zur Tour zugelassen. Und nebenbei errang Udo Bölts bei der Königsetappe des Giro d' Italia den Sieg. Doch DER SPIEGEL dampfte als Flaggschiff weiter auf Kurs *Kontinuität* und *Negativität*: „Einfach verheizt. Die meisten deutschen Radprofis müssen bei der Tour de France Kärnerarbeit verrichten. Entkräftete Fahrer werden wie verdorbenes Stückgut behandelt.“⁵⁵⁰ So lautete damals die Überschrift des Tour-Berichts. Da wurden die Leiden der Domestiken überzeichnet, die Auftritte der Spitzenfahrer zu einer Art alles verdrängenden Staatsempfang stilisiert, wurde vom Verheizen der meisten Nachwuchsfahrer gesprochen. Dass L'EQUIPE als offizielles französisches Tour-Organ die Domestiken kaum eines Wortes gewürdigt haben soll, dürfte nach aller Erfahrung stimmen. Reporter Klaus Angermann wurde als „treudeutsch über unsere tollen Jungs [schwadronierend]“⁵⁵¹ dargestellt, und Telekomer Bernd Gröne ließ man die eigene Situation als allgemeingültiges Beispiel auf den Punkt bringen: „Die brauchen halt Verlierer.“⁵⁵² Dass Teamkollege Jens Heppner auf den 10. Gesamtrang fuhr, sollte später untergehen. Wahrlich keine Imagepflege für das Medienereignis ‚Tour de France‘, das!

In den folgenden Jahren ging es auf und ab mit den Deutschen im Profiradsport. 1993 sorgte Sprinterstar Olaf Ludwig für einen Etappenerfolg, 1994 wurde Udo Bölts Gesamtneunter und 1995... folgte die nächste Katastrophe: Das Team wurde zunächst nicht zur Tour zugelassen, obwohl man vom Weltranglistenplatz her eigentlich hätte dazugehören müssen. „Radeln und Reden“⁵⁵³ kommentierte die F.A.Z. süffisant: Man hätte doch eigentlich wissen müssen, dass die Teilnahme an der Tour nur auf Einladung nach marktstrategischen Gesichtspunkten erfolge, ja man hätte bei der Telekom wohl versäumt, den Organisatoren die Bedeutung dieses Ereignisses für das Radsportentwicklungsland Deutschland klazumachen. Und überhaupt hegte man den Verdacht, dass ausgerechnet bei der Telekom Kommunikationsmängel herrschten, was nicht gerade für die Umwandlung der einstigen Bundespost in ein Unternehmen spräche – böse Worte, die *Negativität* hielt an. Da wurden also nun keine Steuergelder mehr in den Sand gesetzt, doch die Kritik ebte nicht ab. Der Konkurrenzkampf ist eben in der Wirtschaft genauso hart wie im Sport und da fehlte der Telekom AG wohl noch einige Erfahrung. Dem Teamchef Walter Godefroot fehlte diese hingegen nicht und nachdem er persönlich in Paris vorgesprochen hatte, durfte Telekom schließlich mit einer sechs Fahrer starken ‚Rumpftruppe‘ teilnehmen.

⁵⁵⁰ Nr. 29/1992.

⁵⁵¹ EBD.

⁵⁵² EBD.

⁵⁵³ F.A.Z. vom 14.06.1995.

Dieser Einsatz wurde zur Chance des Nachwuchssprinters Erik Zabel, der die Ehre seines Teams mit zwei Etappensiegen rettete (in Charleroi an seinem 25. Geburtstag und im Tour-geschichtsträchtigen Bordeaux). DIE WELT⁵⁵⁴ sprach von „Retourkutsche“ und steigendem „Marktwert“ und erkannte: „Zweiter Etappensieg bei der Tour de France beschert Telekom-Team bisher beste Bilanz“⁵⁵⁵.

1996 folgte dann endlich, worauf die Medien so lange gewartet hatten: „Der Coup“⁵⁵⁶! Der für Telekom startende Däne Bjarne Riis entthronte sozusagen auf Ansage die Lichtgestalt Miguel Indurain, der das Rennen fünf Mal in Folge gewinnen konnte, und die Tour sprach plötzlich deutsch. Na ja, nicht ganz, denn Riis war schließlich Däne (Kommentar TOUR: „Dänen lügen nicht“⁵⁵⁷). Dieser etwas fade Beigeschmack blieb. Natürlich betonte man, dass Erik Zabel wieder seine Etappensiege eingefahren hatte, und außerdem gewann er das grüne Trikot des punktbesten Fahrers.

1997 stand die Tour ganz im Zeichen von Jan Ullrich (siehe dazu auch das Kapitel ‚Sportler in den Massenmedien‘). Dessen hervorragende Leistung überstrahlte sogar die famosen vier Etappensiege von Erik Zabel. Im Frühjahr erst hatte Zabel den prestigeträchtigen Frühjahrsklassiker Mailand-San Remo gewonnen und damit den Grundstein für die Teilnahme seines Teams an der Tour gelegt. Je mehr Siege ein Team einfährt, desto mehr Weltranglistenpunkte sammelt es und desto größer ist die Chance, im Sommer an der Tour teilzunehmen. Doch der Medienreigniswert eines Rennens wie Mailand-San Remo, das in Italien als erster Klassiker der Saison die Nation für einen Tag in den Ausnahmezustand versetzt, lag in Deutschland längst nicht hoch genug. So richtete Zabel seine Aufbauarbeit weitgehend im Medienschaten anderer Sportarten (Fußball, Tennis, Formel-1, Boxen). Das grüne Trikot, immerhin die begehrteste Trophäe der Sprinter, er trug es erneut bis Paris, doch gegenüber dem gelben Leaderleibchen erhielt es längst nicht das gleiche Medieninteresse – zu wenig *Bedeutung*.

2. Die Tour de France ‘98 – Götterdämmerung in Etappen:

Der Prolog

Wir befinden uns nun im Jahr 1998. Die Tour de France soll ganz im Zweikampf der beiden Teams Telekom und Festina stehen. Ein Jahr zuvor waren es gerade die Festina-Fahrer um ihren Leader Richard Virenque gewesen, die den Telekomern das Leben schwer gemacht hatten. 1998 soll die teutonische Übermacht gebrochen werden und die Tour endlich wieder unter französischer Regenschaft stehen. Der letzte französische Tour-Sieger war bekanntlich der große Bernard Hinault, der vorletzte Sieger und letzte Beinahe-Sieger Laurent Fignon gewesen, der im Volk nicht gerade konsensfähig war. Vor allem hatte er seine eigene Meinung über die Medien. Er rollte aufdringlichen Journalisten gelegentlich über die Füße, spuckte angeblich in Kameraobjektive, gab ruppige Antworten. Dass ihm dafür von den Journalisten die Zitrone als medienunfreundlichster Fahrer verliehen wurde, war für ihn wohl eher eine Ehre. Die

⁵⁵⁴ Ausgabe vom 10.07.1995, ebenso das nächste Zitat.

⁵⁵⁵ Ausgabe vom 22.07.1995.

⁵⁵⁶ TOUR Nr.8/1996.

⁵⁵⁷ EBD.

Franzosen verziehen ihm leidlich, weil der nickelbebrillte Fignon Leistung zeigte und im Peloton ‚Professor‘ genannt wurde. Er galt als intellektueller Revoluzzer, und solchen Charakteren sprechen die meisten Franzosen einen gewissen Charme nicht ab.

Ganz anders Richard Virenque: Er ist der Liebling der Massen mit dem Charme und dem strahlenden Lächeln eines großen Jungen. Zudem hatte er sich beliebt gemacht, als er 1994 seine Prämien für die hungernden Kinder in Ruanda spendete. 1997 bot er Ullrich Paroli so gut es ging und traf in Paris als Zweiter ein, auf seinen Schultern ruhte fest das gepunktete Trikot des Bergbesten, welches er seit Jahren ‚abonniert‘ zu haben schien. 1998 ist alles präpariert für den deutsch-französischen Showdown im Mekka-Land des Radsports. Doch es kommt alles ganz anders.

Im Vorfeld schüren DER SPIEGEL⁵⁵⁸ und die S.Z. einen Streit zwischen Jan Ullrich und Erik Zabel. Letzterer, so das Hamburger Nachrichtenmagazin, habe im Interview mit der S.Z. behauptet, dass der Tour-Sieg von Ullrich dem deutschen Radsport schade. Zabel dementiert: Er unterscheide zwischen einem Radsport-Boom und einem Telekom-Boom. Derzeit habe man einen Telekom-Boom, aber leider sei dadurch nicht ein Fahrrad mehr verkauft oder ein anderes Team finanzkräftiger worden. Mit dieser Aussage gibt sich DER SPIEGEL zufrieden. Verglichen mit dem *Ausmaß an Negativität*, das noch folgen soll, ist diese Episode wahrlich nur ein kleines Scharmützel.

Die erste Etappe: Von der „kleinen Bombe“ zum „Monstersprengsatz“

Erst am Samstag, am Tag des Tour-Starts erfährt man es: Am Mittwoch, dem 8. Juli, wurde an der belgisch-französischen Grenze nahe Lille der Festina-Pfleger Willy Voet festgenommen. In seinem Wagen befanden sich große Mengen von EPO (jenes Mittel, welches die Sauerstoffaufnahme-fähigkeit des Blutes steigert), Wachstumshormonen und anabolen Steroiden.⁵⁵⁹ Warum die Zöllner gerade gerade Voet kontrollierten, ist bis heute ungeklärt. Vermutlich handelte es sich um eine Verschwörung oder bereits die erste gezielte Aktion des französischen Staates in Person der Sportministerin Marie-George Buffet gegen das Doping im Leistungssport. L'EQUIPE reagiert als erstes und doch sehr spät: In der Samstagsausgabe bringt man auf der letzten Seite der Tour-Berichterstattung eine Nachricht, in der von einer „kleinen Bombe“ die Rede ist. Den Medien ist offenbar die *Bedeutung* und das *Ausmaß* noch nicht klar. Am Tag darauf ist L'EQUIPE dann hellwach: „Die Tour steht unter Schock“.

In Deutschland, dem Heimatland des großen Festina-Gegenspielers, erfährt man durch die Presse erst ab Montag, was sich da in Frankreich zusammenbraut. Im Fernsehen wird der Vorfall bei ARD und EUROSPORT thematisiert, aber man spielt das *Ausmaß* noch herunter. Die Tour scheint nicht in Gefahr.

Die Presse reagiert im Stil unterschiedlich: Die F.A.Z.⁵⁶⁰ bleibt in ihren Schlagzeilen eher nüchtern: „Masseur von Festina fährt Bus mit Dopingmit-

⁵⁵⁸ Nr. 12/1998. Die Ausgabe der S.Z. konnte nicht mehr ermittelt werden.

⁵⁵⁹ Siehe zu verbotenen Arznei- und Aufbaumitteln auch SEHLING, MICHAEL (1989): *Doping im Sport: medizinische, sozialwissenschaftliche und juristische Aspekte*. München / Wien / Zürich, BLV; oder auch CLASING, DIRK (1992): *Doping – verbotene Arzneimittel im Sport*. Stuttgart / Jena / New York.

⁵⁶⁰ Alle in diesem Absatz folgenden Zitate sind den Ausgaben vom 13., 15. und 17.07.1998 entnommen.

teln“, „Der Masseur belastet Festina schwer: ‚Verbotene Mittel für das Team bestimmt‘“ und „Der Sportliche Leiter von Festina wird vorläufig suspendiert“. In den jeweiligen Artikeln ist von „heißer Fracht“ und „großer Aufregung“ die Rede. Außerdem werden die 159 Ampullen Steroide und 250 Ampullen EPO akribisch aufgelistet. Tour-Direktor Jean-Marie Leblanc „mahnt angesichts drängender Fragen zur Ruhe und Besonnenheit in dieser Angelegenheit.“ Allerdings, die Tour de France „müsste schon aus ethischen Gründen und um der Glaubwürdigkeit willen auf Sauberkeit achten.“ Und man vergisst auch nicht, die Suspendierung des MG-Technogym-Rennstalls vom Giro d' Italia 1997 zu erwähnen: „Elf Stunden nach diesem Vorfall war die Mannschaft aus dem Rennen – und der Sponsor hatte seinen Rückzug erklärt.“ Dann wird Willy Voets Aussage, er habe im Auftrage der Teamleitung gehandelt, vermeldet und prompt durch den Verweis auf einen Festina-Dopingfall im März des Jahres untermauert. Und Telekom, der große Gegenspieler? „Das Team-Telekom fühlt sich nicht betroffen. (...) ‚Es tut weh, und es wäre schade, wenn das wirklich alles stimmt. Im Sport darf es so etwas eigentlich nicht geben‘, sagte Telekom-Teamchef Walter Godefroot (Belgien), dem von seinem ehemaligen Fahrer Uwe Ampler aus Leipzig vor Jahren Doping im Team nachgesagt wurde.“ Schließlich wird die Suspendierung von Festina-Teamchef Bruno Roussel bekanntgegeben und gleichzeitig die Problematik auf den Punkt gebracht: „Die Tour rollt seit Dienstag wieder durch Frankreich, aber kaum jemand nimmt noch aufrichtigen Anteil. Gelbes Trikot, Grünes Trikot, Etappensieger – sie werden kurz geehrt und gleich wieder vergessen.“ Das Zwischenfazit: *Bedeutung* leidlich erkannt, *Emotionalität* und *Negativität* im Zaum gehalten.

Die S.Z.⁵⁶¹ kommt mit mehr *Emotionalität*, setzt das *Ausmaß* höher an und soll mit ihrer forschenden Berichterstattung auch in Sachen *Negativität* Recht behalten. „Ein Sprengsatz bedroht die ganze Tour“ ist am Montag nach dem fatalen Fund zu lesen. Pointiert wird die von L'EQUIPE bezeichnete ‚kleine Bombe‘ unter Beibehaltung der martialischen Metaphorik umgewandelt zum ‚Monstersprengsatz, der unter Umständen die ganze Veranstaltung in die Luft jagt.‘ Wie wahr! Unverblümt informiert die S.Z. ihre Leser über die Chronologie der bisherigen Tour-Dopingfälle und spielt auf den möglichen Ausschluss des ganzen Festina-Teams an. Der von Teamchef Roussel vermutete Eigenbedarf des Pflegers Voet wird als „unwahrscheinlich“ abgewiesen und mit fast unheimlicher Weitsicht ausgeführt: „Der Startschuss war noch nicht gefallen, da sahen Jean-Marie Leblanc, Société-Präsident Jean-Claude Killy und PR-Repräsentant Bernard Hinault so aus, als sei die Tour bereits zuende.“ Wenige Tage später ist klar: „Die Tour ist vermässelt. Der Doping-Fund beim berühmtesten Straßenrennen der Welt könnte eine ganze Sportart in den Abgrund reißen“, und wie wir heute wissen, bedrohte er das ganze Konzept ‚Spitzensport‘. Es werden im Artikel noch weitere Doping-Fälle aus der Vergangenheit beleuchtet und sehr unangenehme Fragen gestellt: „Wieso klettert Jan Ullrich bloß drei Wochen unbeschwert durch die Hochalpen, wieso macht der Zülle beim letzten Giro d' Italia plötzlich schlapp? Liegt das alles nur an der Kondition, am Training, am erlaubten medizinischen Beistand?“ Auch hier beweist die S.Z. wieder eine Art siebten Sinn: In seinem Buch von 1999 bestätigt Voet tatsächlich, dass Zülle massive Kortisoninjektionen erhalten hatte, die seine Physis

⁵⁶¹ Alle in diesem Absatz folgenden Zitate sind den Ausgaben vom 13. und 16.07.1998 entnommen.

total aus dem Gleichgewicht brachten.⁵⁶² Die vorläufige Schlussfolgerung: „Wird Festina von der Tour ausgeschlossen? (...). Ein paar Zuschauer rufen schon nicht mehr ‚Allez, Virenque!‘ Sie rufen: ‚Drogues‘ – ihr Doper.“

Die zweite Etappe: „...hoffnungslos versaut“⁵⁶³

Schon befinden sich die Medien im Schema der *Moralität* und *Wissenschaftlichkeit*. Ab dem 16. Juli gewinnt die Mediendiskussion um den Skandal eine neue Dimension: Es werden Experten zu Rate gezogen, denn Experten gelten als neutral und vor allem kompetent in Sachfragen. Die Boulevardzeitung FRANCE SOIR zitiert den Chefarzt des Klinikums Lausanne, Gerald Gremion, kurz und knackig: „99 Prozent der Fahrer sind gedopt“, was die internationale Presse prompt aufnimmt. Glaubt man dieser, dann muss Gremion es wissen, denn er ist Spezialist und plaudert aus dem Nähkästchen: Der Schweizer Mauro Gianetti etwa nahm das hochbrisante Perfluorcarbon (PFC), ein künstliches Hämoglobin, welches die Sauerstofftransportfähigkeit des Blutes verbessert, ohne den Hämatokritwert zu erhöhen. Prompt brach er bei der Tour de Romandie 1998 mit Leber- und Nierenversagen zusammen, lag auf Leben und Tod im Lausanner Krankenhaus und verdankt Gremion sein Leben. Johann Museeuw, der belgische Champ, konnte nach seinem fatalen Sturz beim Klassiker Paris-Roubaix tagelang nicht operiert werden, weil sich angeblich zu viele chemische Substanzen, unter anderem PFC, in seinem Körper drängelten, und, und, und...

Die F.A.Z. und DER TAGESSPIEGEL bemühen ironischerweise ausgerechnet den Olympia-Arzt und Telekom-Berater Dr. Josef Keul, über dessen Hang zur chemischen Keule DER SPIEGEL schon vor Jahren mehrfach berichtete.⁵⁶⁴ Tags darauf gibt Dr. Lothar Heinrich, der Telekom-Teamarzt ein Interview zur Lage des Radsports, indem es besonders um PFC geht. Kaum hat der EPO-Skandal begonnen, da wird schon über die nächste Droge berichtet. Die F.A.Z. titelt prägnant und mit viel *Negativität*: „PFC bringt den Radfahrer ins Grab“. Die Kölnische Rundschau zitiert Dr. Klaus Müller, den Leiter des vom Internationalen Olympischen Komitees (IOC) akkreditierten Doping-Forschungslabors in Kreischa bei Dresden herbei, und die S.Z. am 20. Juli schließlich den Anti-Doping-Papst schlechthin: Werner Franke. Und der zieht in bekannter Manier über den Dopingsumpf vom Leder, dass die Aussagen verschiedener Teamchefs, Tour-Organisatoren oder sonstiger Sportfunktionäre geradezu verblassen. Nur: Franke hat allen Grund zu seinem Rundumschlag, und sein naturalistisch formuliertes Fazit, als große Schlagzeile präsentiert, klingt nur logisch: „Der Radsport scheint mir hoffnungslos versaut.“ Inzwischen ist das komplette Festina-Team von der Tour unter Trotz und Tränen ausgeschlossen worden. L'EQUIPE, als Mitveranstalterin der Tour sonst eher zurückhaltend, bringt es auf den Punkt: „Festina in der totalen Krise“⁵⁶⁵.

Das Fernsehen improvisiert gekonnt: Man liefert eine Art Live-Krimi, der Fahrer in Polizeiautos zeigt, Sportliche Leiter, die abgeführt werden, verstörte Fahrer, Betreuer, die sich unter Jacken verstecken. Die Tour hält verstärkten Einzug in die Nachrichtensendungen. Die zur Problematik interviewten Fahrer erhalten mehr Aufmerksamkeit als der Etappensieger, der Wald von Mikrofonen ist schier undurchdringbar. Bjarne Riis hält mit seiner Meinung über den

⁵⁶² Vgl. VOET (1999, 113f.).

⁵⁶³ WERNER FRANKE in der S.Z. vom 20.07.1998.

⁵⁶⁴ Vgl. z.B. die Ausgaben Nr.5/1993 und Nr.12/1994.

⁵⁶⁵ 18.Juli 1998.

Doping-Rummel nicht hinter dem Berg: „Ich denke, die Presse braucht uns, wir brauchen denen nicht“, gibt er wörtlich zu Protokoll. Fragen zum Doping lässt er offen: Er sei nie positiv getestet worden... Die zweite Hauptrolle für das Team-Telekom übernimmt Erik Zabel. Die Fragen sind immer wieder die gleichen (Wie stehst Du zu dem, was da passiert? Habt ihr nicht auch etwas genommen?) und Zabels Antwort ist ebenso einsilbig: „Wir sind sauber.“

Die dritte Etappe: Kommentare, Kommentare

Nur wenig später als die Expertenstimmen setzen die Kommentare ein. „Krumme Touren“ nennt die F.A.Z.⁵⁶⁶ die skandalösen Vorgänge in doppeldeutiger Rhetorik, zeigt aber auch *Verständnis* für die Fahrer: „Schlimm für den Radsport ist, das man das Schlimmste unbesehen glaubt. Denn der Einsatz von Dopingmitteln ist zwar moralisch provozierend, aber medizinisch plausibel. Wer sich 21 Etappen über 3850 Kilometer quält und zwischendurch nur einen Ruhetag, der muss die Strapazen im Sattel mildern. Wie schafft man das? Anbetung und Argwohn haben die gleiche Quelle: modernes Gladiatorenentum. Die Tour de France ist eine Tortur, die jeden normalen Menschen zugrunde richten würde, die aber auch austrainierte Athleten überfordert – falls sie nicht nachhelfen. Die Grenzen zwischen Substitution und dem raschen Ersatz von schnell verbrauchten Energien, und Doping, der unphysiologischen Leistungsförderung, sind fließend. Von Wasser und Brot, von Bananen und Schokoriegel allein kann der Radprofi nicht leben und schon gar nicht siegen.“ Die *Moralität à la RHEINISCHE POST*⁵⁶⁷ vermischt sich mit *Ironie*: „Doping? Na ja. Doping-Sünder? Och nee, muss nicht sein. Wir sind doch schließlich alle Leistungsfetischisten, lieben den Sieger und den Rekord. Der Betrug eines Athleten, der nach der Einnahme verbotener Substanzen erwischt wird, wirft doch nur unangenehme Fragen auf. Wie konnte das geschehen? Warum? Wieso? Und die Antworten würden die ach so heile Sportwelt in Unordnung bringen. Also, keine Fragen bitte! (...)“ Am 20. Juli titelt sie „Krokodilstränen“ in Anspielung auf den medien-trächtigen Weinkrampf Richard Virenques und bedient sich eines sardonischen Vergleichs: „Sport ohne Doping, das wäre wie Nordseeurlaub in diesen Tagen ohne Regen. Schön und wünschenswert, aber nicht realistisch.“ Die F.A.Z. schließlich befragt mit Martin Zenhäusern gar einen professionellen Krisenmanager. Dessen Fazit: Der Schaden für Sport und Sponsoren ist unabsehbar, doch bisher hat man fast nichts aus solchen Skandalen gelernt.⁵⁶⁸ Fast jede überregionale Tageszeitung bringt eine Doping-Chronologie, die endgültig demonstriert, dass bereits von Simpson bis Zoetemelk gedopt wurde. Die S.Z. geißelt „Eherne Regeln der Scheinheiligkeit“ und orakelt einmal mehr mit überraschender Weitsicht: „Die Selbstheilungskräfte des Sports haben versagt, da musste schon Besuch von auswärts kommen, und das bei einem so einzigartig exponierten Ereignis wie der Tour. Seit sich die Justiz für die Veranstaltung interessiert, steht eine ganze Disziplin in Frage, und plötzlich steigt der Preis. Es geht um mehr als um Sperren und Geldstrafen. Festinas Hausapotheke und das folgende Geständnis waren erst der Anfang, andere Namen könnten folgen. Staatsanwälte recherchieren hartnäckiger als Verbandsfunktionäre.“⁵⁶⁹

⁵⁶⁶ 17.07.1998.

⁵⁶⁷ 17.07.1998.

⁵⁶⁸ Ausgabe vom 23.07.1998.

⁵⁶⁹ Beide Zitate entstammen der Ausgabe vom 20.07.1998

Zum Finale in die Eskalation

Inzwischen tun sich bei der Tour große Dinge: Nach Festina ist plötzlich der holländische Rennstall TVM ins Visier der Drogenfahnder gelangt, ebenso wie einzelne weitere Fahrer. Rodolfo Massi etwa, der Bergbeste, beendet das Rennen vorzeitig im Knast: Kortisonbesitz. Die spanischen Teams verlieren die Lust am Geschehen, die TVM-Fahrer setzen sich auf schweizerischen Boden ab, schließlich halten die Fahrer einen Bummelstreik ab: Totaler Stillstand auf der 16. Etappe! Immerhin, auf dem Asphalt sitzt es sich besser als im Gefängnis, wo einige Festina-Fahrer noch festgehalten werden. Die Justiz ist nicht zimperlich in ihren Methoden. Angeblich müssen sich die Fahrer nackt ausziehen und man nimmt Alex Zülle einfach seine Brille ab. Solchermaßen vorübergehend erblindet, lässt er sich schneller zu Aussagen bewegen.

Längst interessiert niemanden mehr wirklich, wer diese Tour gewinnen würde, wie die meisten Zeitungen ganz richtig erkennen. Das Fernsehen (in Deutschland ARD und EUROSPORT) überträgt zwar noch die Etappen und damit meistens Radsportgeschehen, aber die Presse kreiselt fast nur noch um das Thema ‚Doping‘. Und die Schlagzeilen werden spritziger, frecher, durchsetzt mit Wortspielen, Anspielungen auf Literaturzitate und sogar ein bisschen Kriegsmetaphorik: Von der ‚Tour de Farce‘ (DIE WELT) oder ‚Tour de Trance‘ (BILD) ist öfters die Rede, die F.R. kommentiert ‚Fressen und Moral‘⁵⁷⁰ und die F.A.Z. bezeichnet den Bummelstreik als ‚Operation Schnecke‘⁵⁷¹. Und doch drehen sich die Medien nun im Kreis. Die Tour rollt zwar weiter, es gibt den heroischen Kampf zwischen Ullrich und Pantani, es gibt den ‚Elder Statesman‘⁵⁷² Riis, der die Tour durch intensive Gespräche mit dem Direktor Jean-Marie Leblanc am Tag des Bummelstreiks vor dem endgültigen Aus bewahrt, aber die Medien haben *Konflikt*, *Moralität*, *Emotionalität* in einem solchen *Ausmaß* umgesetzt, dass letztlich doch nur der Skandal den eigentlichen Ereignis- und Unterhaltungswert besitzt. Die Festina-Cracks, allen voran Virenque, haben tränenreichen Abschied genommen, wurden verhaftet und schließlich freigelassen, TVM-Fahrer wurden verhört, ebenso wie einzelne andere Fahrer, Ärzte und Betreuer, und fünf weitere Teams sind ausgestiegen. Aber auch Skandale geraten ins Stocken: Da nun nicht jeden Tag neue Dopingmittel gefunden werden, frischt die mächtig in Fahrt gekommene Presse ihre ‚Medienrealität‘ durch Selbstbezug auf: Die Experten werden von Zeitung zu Zeitung gereicht – Franke hier, Franke dort –, und man zitiert sich lebhaft gegenseitig. Ob L’EQUIPE, FRANCE SOIR, LE FIGARO, LE MONDE, LE PARISIEN (alle Frankreich), ob LA REPUBBLICA oder GAZETTA DELLO SPORT (Italien), ob LE SOIR (Belgien), BLICK (Schweiz) oder DE TELEGRAAF (Niederlande), alle finden Eingang in die deutsche Presse und wahrscheinlich auch umgekehrt und untereinander. Sogar der DAILY TELEGRAPH von der radsportunterentwickelten britischen Insel äußert sich zum Thema und wird prompt zitiert. Das Medienstimmengewirr ist bunt und vielfältig, pro und kontra Tour-Abbruch, und während man bei Juan Antonio Samaranch und seinem IOC-Komitee angelangt ist, radeln die Profis fast unbemerkt dem Ziel entgegen. Das Fernsehen ist zwar live dabei, doch die richtige Stimmung will nicht aufkommen. Immer wieder wird von den Kommentatoren der Skandal aufgegrif-

⁵⁷⁰ 25.07.1998.

⁵⁷¹ 31.Juli 1998.

⁵⁷² TOUR Nr.8/1998.

fen. Und der Ruf Virenques in die Menschenmasse, als er unter Tränen die Tour verlässt, wirkt wie blanker Hohn: „Vive le Tour!“

„Arsch beiseite“ – Die Tour im SPIEGEL

Wenn die Deutschen schon mal Tour-Favoriten sind und dann noch ein Super-GAU des Sports passiert, dann hält DER SPIEGEL⁵⁷³ nicht hinter dem Berg mit seiner Meinung. Und in gewohnter Manier schont er keinen der Beteiligten, versucht, die Situation auf den Punkt zu bringen: „Ausblenden und Gesundbeten“, das seien die einzigen Strategien, die den Verantwortlichen gegen das Doping einfielen. Und auch Telekom findet keine Gnade. Im Gegenteil, es werden die rauhen Manieren von PR-Chef Kindervater gegenüber den Journalisten gerügt („Schieben Sie Ihren Arsch beiseite, Sie Lügner“), es wird moniert, dass „ganz oben auf der internen Doping-Liste der Bonner Funke das Wort Doping [steht]“ und damit jegliche Frage zum Skandal abgelenkt wird, es werden Fahrer wie Erik Zabel zitiert, dem man in den Mund legt, dass er strenggenommen seine Hand nicht einmal für Jan Ullrich ins Feuer legen könne. Dessen Aussage, er habe nach der fatalen Galibier-Etappe „zwei riesige Teller Müsli verputzt“, wonach er fast wieder wie neu ausgesehen habe, wirkt in diesem Zusammenhang leicht unglaubwürdig, um es dezent auszudrücken. Nein, DER SPIEGEL schont sie wirklich nicht, die Telekom-Mannen. Doch dann zeigt er unerwartetes *Verständnis* für die Fahrer:

„Alles verstehen, alles verzeihen. Die Tour ist unsterblich.“ Weiter: „Seit es die Tour de France gibt, seit 1903, dopen sich die Akteure. No dope, no hope. Die Tour ist überhaupt nur möglich weil – nicht etwa: obwohl – gedopt wird. Über 60 Jahre lang war das erlaubt. Seit gut 30 Jahren ist es offiziell verboten. Macht aber nichts: Große Radrennfahrer haben gedopt, damals und heute. (...). Lieber tot als Zweiter (...). Die Radfahrer mögen das nicht lesen. Sie beschweigen das Doping, auf Gegenseitigkeit. Kein Profi fühlt sich betrogen, weil ein anderer Profi gedopt ist. Die Sorge gilt nur der eigenen Bestform. Habe ich alles gedrückt, geschluckt, getrunken, was gut, teuer und verboten ist? Hätte es ein bisschen mehr sein können? Im Feld geht der misstrauische Blick zu den Konkurrenten: Auf Hintern, so dick wie bei einem Brauereipferd (Anabolika); auf runde Gesichter und entzündete Augen (Cortison); auf herausspringende Schläfenadern (Amphetamine). ‚Jede Sportgruppe‘, sagt Dr. Lothar Heinrich, ‚führt eine Apotheke mit sich.‘ (...). Models schlucken Abführmittel, Künstler koksen, und selbst die Kaffeetanten dopen ihre 18 Kehlkopfmuskeln mit Koffein, weil sich sonst der ersehnte Wortfluss nicht einstellt. Warum sollte ein Radprofi sich vor ein paar kleinen Tabletten fürchten, wo er doch sein Leben bei 100 Stundenkilometern 19 Millimeter schmalen Gummireifen anvertraut? (...). Im Ernst kann doch niemand erwarten, dass diese Extremsportler, gequält von tropischer Hitze und Eiseskälte, Regen und Sturm, auf alle Linderungsmittel verzichten. Auf den ‚Pot Belge‘ etwa, die Kreation dieser Saison [auch das ist eine reine ‚Medienrealität – Insider kennen den ‚Pot‘ seit mindestens 15 Jahren]: eine perfekte, korrekt dosierte Mischung aus Koffein, Amphetamin, Kokain und Heroin. (...). Und die Zuschauer? Warum sind sie süchtig nach der Tour? Weil sich in den Radprofis der Wunsch nach eigener Stärke und tödlichem Risiko personifiziert, die Angstlust, das Mysterium. Eine faszinierende Grenzerfahrung, die durch Television keinen Schaden nimmt, wie die Einschaltziffern beweisen. Die Tour ist ein Fest fürs Leben. Sie ist tot? So ein Blödsinn. Das Volk läßt die Tour nicht sterben. Denn alles verstehen heißt alles verzeihen. Vive le Tour! Vive la France!“

⁵⁷³ Nr.31/1998. Der Artikel trug den Titel „Arsch beiseite“.

Wenn das kein Pamphlet gegen die französische Justiz, Moralisten und Dopinggegner ist! So eindeutig hatte wohl in der ganzen Welt kein Medium Stellung bezogen. Und DER SPIEGEL meint es diesmal trotz aller Wortspiele, Reime, Aufzählungen und Ausrufe im typischen Stil offensichtlich ernst und nicht ironisch. Wer hätte das erwartet? Immerhin, DER SPIEGEL hat wahrscheinlich den Menschen aus der Seele gesprochen, denn im Laufe der Tour und in den Monaten darauf zeigt sich, dass sie weder die gedopten Fahrer, noch das Ereignis selbst in Frage stellen. Alle Sponsoren bleiben an Bord, der Zirkus geht weiter. Und der Uhrenhersteller Festina ist heute so beliebt wie nie zuvor. Der Vertriebsmanager für Deutschland sieht den Grund darin, dass das Team unabhängig vom reinen Geldgeber Festina agierte. Der wahre Grund dürfte indes eher woanders liegen: Wenn (fast?) alle dopen, dann gilt die Sympathie den Erwischten. Diesmal hatten sich selbst die Krisenmanager verrechnet.

3. „Epcocalypse now“⁵⁷⁴

„Und dann wird da eine Frage sein. Dieser Zweifel, der einem kommt (...): ist das echt? Stimmt das? Ist es wahr? Für die, die diesen Sport lieben, wird es eine Tour des Verdrängens. Für die, die das Spektakel suchen, eine Riesensause.“
ARD-TV-Dokumentation *Doping: Lügen und gewinnen*.

Die Doping-Saga des Radsports ist mit der fatalen Tour '98 noch lange nicht beendet. Die Medien sind jetzt für dieses Thema extrem sensibilisiert und Ereignisse, die früher nie ans Tageslicht gelangt wären, werden nun vermeldet. Jeder überschrittene Hämatokrit-Grenzwert scheint ein neues Indiz für die Verseuchung des Radsports zu sein. Ein weiterer Super-GAU des Radsports ist allerdings der Dopingverdacht gegen Marco Pantani, just in dem Augenblick, da er sich anschickt, den Giro '99 zu gewinnen. Am Morgen der letzten Bergetape vor dem Schaufahren nach Mailand wird in seinem Blut ein Hämatokrit-Wert von 52% festgestellt. Das sind genau 2% zu viel, Pantani wird aus gesundheitlichen Gründen gesperrt. Unverhohlen spekuliert die Radsportwelt, der Star habe sich mit EPO gedopt. Wie in Trance kommentiert Klaus Angermann für EUROSPORT diese Etappe. Er ist sichtlich erschüttert, dass „im Radsport immer noch betrogen wird.“

Die Italiener (TUTTOSPORT: „Er ist unschuldig“⁵⁷⁵) sehen ihn als Opfer, möglicherweise einer Verschwörung. Das *Ausmaß* und die *Emotionalität* dieses Ereignisses sind für die Medien enorm. „Schreien und Tränen“ titelt z.B. CORRIERE DELLA SERRA⁵⁷⁶, während DIE WOCHE süffisant-zweideutig von der „Spritztour '99“⁵⁷⁷ spricht. Die F.A.Z.⁵⁷⁸ meint: „Italien im Schock, der Radsport am Tiefpunkt“. Die Schlagzeile des Monats liefert wohl SPORT aus Zürich: „Epcocalypse now“. Bei solch ‚epokalyptischen‘ Vorgängen im Radsport melden sich sogar wieder Stimmen von jenseits des Kanals. THE SUNDAY TIMES⁵⁷⁹ titelt in großer Aufmachung „Pantani is banned for drug row“ und bringt eine Kolumne über „Cycling’s history of shame“, über die Radsportgeschichte der Schande. Diese Aufzählung ist zwar sehr lückenhaft, aber es erstaunt, dass sich die Briten überhaupt wegen einer Minderheitensportart ins

⁵⁷⁴ Schlagzeile der Züricher SPORT, hier zitiert nach S.Z., Ausgabe vom 09.06.1999.

⁵⁷⁵ Zitiert nach: DIE WELT vom 07.06.1999.

⁵⁷⁶ EBD.

⁵⁷⁷ Ausgabe vom 18.06.1999.

⁵⁷⁸ Ausgabe vom 07.06.1999.

⁵⁷⁹ Ausgabe vom 06.06.1999.

Archiv begeben. Die Telekomer werden von diesem Skandal übrigens nicht berührt.

Urbi et EPO

Kaum ist im selben Jahr die „Tour der Erneuerung“ (Direktor Jean Marie Leblanc) einigermaßen skandalfrei vorüber, da braut sich in Italien neues Unheil zusammen. Im Land, in dem es sogar (mindestens) eine Radsportkapelle gibt, in dem Radsport „eine Religion“⁵⁸⁰ ist, da gibt es auch zwei Doktoren, die Radrennfahrer so schnell machen, dass man glaubt, diese seien im Auftrage des Herrn unterwegs. Conconi und Ferrari (nomen est omen) heißen die Ärzte: Conconi ist der Altmeister, Ferrari sein ehemaliger Schüler und heutiger Konkurrent. Gegen beide ermittelt die Staatsanwaltschaft wegen Medikamentenmissbrauchs – übrigens schon seit zwei Jahren –, doch erst, als man Listen mit den Namen prominenter Sportler findet, ist das ‚Ausmaß‘ voll. Die Patientenlisten lesen sich wie das Who is Who der erfolgreichen Radrennfahrer. Dr. Ferrari, so ist zu erfahren, wird in der Szene ‚Dottore EPO‘ genannt, und verglich einst die Gefährlichkeit von EPO mit der von Orangensaft. Conconi ist laut LE MONDE der Vater von EPO.⁵⁸¹

Doch damit nicht genug, melden sich auch die Holländer zu Wort. Die bekannten ehemaligen Rennfahrer Steven Rooks, Peter Winnen und Maarten Ducrot verkünden im TV, dass in ihren Teams systematisch gedopt worden sei. Prompt erscheinen am nächsten Tag Aufmacher in allen größeren Tageszeitungen Europas. Schließlich brechen die belasteten Teamchefs ihr Schweigen und auch Rooks‘ ehemaliger Weggefährte Gert-Jan Theunisse packt aus. Er habe stets massiv gedopt, und zwar mit Kortison – nicht jedoch mit Testosteron, was bei ihm mehrfach nachgewiesen wurde. Welche Ironie des Schickals!⁵⁸² UCI-Präsident Hein Verbruggen, oberster Verbandsoffizieller der Radprofis ist mit den Enthüllungen gar nicht glücklich: „Solche ‚Enthüllungen‘ führen zu gar nichts und schaden nur denen, die sauber fahren.“⁵⁸³ Gibt es die überhaupt noch? Zweifellos werden die Medien auch im neuen Jahrtausend noch viel über den Radsport zu berichten haben.

4. Zabels Anlauf zum Weltrekord: viermal ‚Grün‘ in Folge

1996 began die grüne Serie des Sprintstars. „Zabel gewinnt, alles rosarot beim Team-Telekom“ titelt DIE WELT⁵⁸⁴, hält sich aber bis auf den Hinweis auf das grüne Trikot nicht weiter bei Zabel auf. Der in gelb fahrende Riis und Erfolgsteamchef Godefroot sind offenbar wichtiger. Auch als die Rennfahrer in Paris ankommen, ist von Zabel nicht viel zu lesen: „Dänemark feiert ‚größte Leistung aller Zeiten‘“ und „Die Glückstour der Deutschen Telekom durch Frankreich ist beendet – mit dem starken Kapitän Bjarne Riis an der Spitze“.⁵⁸⁵ Zwar wird das grüne Trikot des Sprinters im Text erwähnt, aber der Deutsche,

⁵⁸⁰ BLICKENDSÖRFER, HANS (1987): *Flanken und Strafstöße*. Stuttgart, Engelhorn Verlag, 111.

⁵⁸¹ Vgl. dazu auch WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Meldungen vom 27.12. und 29.12.1999.

⁵⁸² Vgl. WWW.SPORT1.DE, Meldung vom 01.01.00, und WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Meldungen vom 03.01., 04.01. und 05.01.00

⁵⁸³ WWW.RADSPORT-NEWS.COM, Meldung vom 04.01.00.

⁵⁸⁴ Ausgabe vom 10.07.1996.

⁵⁸⁵ Ausgabe vom 23.07.1996.

der die meiste Beachtung findet, ist ein Anderer, denn „schon hat Jan Ullrich angedeutet, dass er der nächste Herausforderer sein könnte.“⁵⁸⁶ Immerhin verzichtet DIE WELT weitgehend auf *Ethnozentrismus* und würdigt mit *Elite-Orientierung* vor allem die Leistung des Dänen Riis. Die Fachpresse (TOUR⁵⁸⁷) stellt hingegen das grüne und gelbe Trikot im Anteil an der Berichterstattung fast gleich, und man zeigt Fotos vom in grün fahrenden Zabel an der Spitze des „T-Zug[es]“ als Protagonisten. DIE WELT spiegelt den typischen Trend in der Berichterstattung über den deutschen Sprinter wider. Der Medienereigniswert seines grünen Trikots wird immer wieder von dem des Kampfes um das gelbe Trikot übertrumpft. 1997 dann gewinnt Jan Ullrich die Tour, doch bevor der in den Pyrenäen das Zepter in die Hand nimmt, ist noch Platz für den Sprinter: „Zabels ruhiger Blick auf alle Sprint-Turbulenzen“.⁵⁸⁸ Nach einer Rangelei im Zielspurt wird Zabel auf den letzten Platz des Tagesklassiments verwiesen; sehr zu Unrecht, wie nicht nur DIE WELT feststellt, aber der Deutsche wird mit *Sympathie* und *Sachlichkeit* rehabilitiert: „Erik Zabel blieb sachlich, ruhig, benutzte wohlüberlegte, zurückhaltende Formulierungen, klar in der Aussage und deshalb um so treffender in ihrer Wirkung.“⁵⁸⁹ Damit nicht genug, wird Zabels Auftreten nicht nur situativ sondern mit seinem Charakter und geistigen Fähigkeiten begründet, denn „[d]iese Ruhe, diese Sachlichkeit, diese Diplomatie unterstrich nur Zabels Ruf, einer der intelligentesten Köpfe im Profiradsport zu sein.“⁵⁹⁰ Sieht DIE WELT hier nach Laurent Fignon den neuen Intellektuellen seines Sports, gar *Elite* nicht nur im sportlichen, sondern auch im intellektuellen Sinn heranreifen? Spätestens in Paris aber gilt das Interesse wieder verstärkt den gelben Trikot. Immerhin bemerkt DIE WELT in einem Absatz: „Als weltbesten Sprinter [ist Zabel] der dritte Star neben Ullrich und Riis bei Telekom. Gewann drei Etappen, der vierte Sieg blieb ihm wegen einer streitbaren Distanzierung verwehrt. In jedem anderen Rennstall wäre er Chef.“⁵⁹¹ Prägnanter kann man die Leistung nicht schildern, wodurch die Schiefelage zwischen Leistung und Medieninteresse noch deutlicher wird. Die Tour '98 bringt aus Zabels Sicht eine *Variation* der besonderen Art: „Erik Zabel im Gelben Trikot“⁵⁹²! Doch er behält das Trikot nur für einen Tag, danach beginnt der Kampf ums grüne Trikot und um die Weiterführung der Tour im Dopingstrudel. In diesem geht schließlich auch die Würdigung des grünen Trikots unter, welches er erneut gewinnt.

Zabel im Riverboat⁵⁹³

Als einer der wenigen Sportstars hat Zabel es geschafft, auch abseits der Sportsendungen über sein Metier plaudern zu dürfen. Man lädt ihn zu Talk-Shows ein, wo er telegen und professionell auftritt, seiner auferlegten *Personalisierungs-Funktion* wohl bewusst. Im MDR-Riverboat wird er durch einen Film-Trailer vorgestellt, der ihn als Idealbild des Sportidols („aufgestiegener Angespasster“) vorstellt: Eine geradlinige Karriere, ein kleiner Sohn, eine hübsche Frau, immer ein Lächeln auf den Lippen – ein „millionenschwerer Familienva-

⁵⁸⁶ EBD.

⁵⁸⁷ Ausgabe vom 08.08.1996.

⁵⁸⁸ Ausgabe vom 14.07.1997.

⁵⁸⁹ EBD.

⁵⁹⁰ EBD.

⁵⁹¹ Ausgabe vom 28.07.1997.

⁵⁹² Ausgabe vom 14.07.1997.

⁵⁹³ Sendung vom 07.05.1999.

ter“, der eher „wie der große Bruder“ seines Sohnes wirkt. *Identifikation* lautet das Schlüsselschema, geschickt werden die Träume der offenbar als meist ‚kleine Leute‘ wahrgenommenen Zuschauer auf Zabel projiziert. Der lächelt gewinnend in die Kamera und hat sogar, ganz kleiner Mann, auch sein Päckchen zu tragen, wie die Zuschauer erfahren: Er steht nämlich im Schatten von Jan Ullrich, obwohl er doch lange vor diesem die entscheidenden Erfolge herausgefahren hat, das ganze Jahr über siegt und oft genug die Tour-Teilnahme des Teams Telekom gesichert hat. So wird mit *Sympathie* und *Elite*-Orientierung die Erwartung auf das Gespräch geschürt.

Und Zabel spricht: Darüber, dass nur noch die ganz großen Siege zählten, die Stallorder auch über Sieg und Niederlage entscheide, man im Radsport „von... bis...“ verdiene, sein Sponsor trotz gelegentlichem Erfolgsdruck immer pünktlich überwiesen habe, und er als Sprinter, als der er immer bezeichnet werde, 10% weniger Power habe, aber dafür noch denken könne. „War'n Scherz“, lacht er, als Moderatoren und Publikum an dieser Äußerung überlegen. Zur Tour '98 sagt er, dass die Kriminalisierung der Fahrer für ihn schlimm gewesen sei, nicht etwa die angeblichen oder tatsächlichen Dopingvergehen. Doch schnell wird dieses heikle Thema abgelenkt: „Was macht man eigentlich, wenn man mal muss?“ fragt der Moderator. „Dann mussde Künstler sein und vom Rad pinkeln. [Gelächter im Studio] (...) Ich übe es täglich.“ Zabel hat die Lacher auf seiner Seite, der Dämon Doping ist vertrieben.

Interessanter Punkt am Rande: Als Zabel vor einigen Jahren positiv getestet wurde, was den Riverboat-Moderatoren nicht entgangen war, machten die Medien nicht viel Aufhebens darum. Das *Ausmaß* war nicht hoch genug, und zudem besaß das Thema ‚Doping‘ für die Medien noch keine *Kontinuität*. Nur wenige Wochen nach der Sendung wurde das Team-Telekom des systematischen Dopings bezichtigt und Zabels Kollege Jan Ullrich musste sich bekanntlich, obwohl nie positiv getestet, einer wahren Medienkampagne erwehren.

Zabel bedient sich bei seinen Medienauftritten einer lockeren, aber nie losen Sprache, artikuliert sich im anheimelndem Berliner Zungenschlag ausgewogen, seine Mimik ist abwechslungsreich. Vereinzelt unqualifizierte Fragen („Warum tragt ihr eigentlich keine Helme?“), kontert er erstaunlich ruhig („Tragen wir doch“). Er ist konsensfähig, trägt das Image des volksnahen, ehrlichen Arbeiters – und spielt das Spiel mit. Zabel ist ein Medienprofi, der für Sponsoren wie für seinen Sport und nicht zuletzt eben für die Medien ein seltenes Geschenk sein dürfte.

Zabels Tor-Tour '99

Die Tour 1999 verläuft aus deutscher Sicht für die Medien wieder enttäuschend. Jan Ullrich ist wegen einer Verletzung nicht dabei, es fehlen mit Aldag und Henn wichtige Helfer; und „Sprinter Erik Zabel spielt im Team-Telekom eine ungewohnte Rolle“, wie DIE WELT⁵⁹⁴ beobachtet. Und in der Tat muss sich Zabel plötzlich „[v]om schnellen Helfer zum Kapitän“ entwickeln. Er weiß um seine prekäre Situation: „Bisher war mir wichtig, daß ich die Aufgaben erfülle, die man mir stellt, und meinen eigenen Erwartungen gerecht werde. War's geschafft, war ich zufrieden, wenn nicht, dann hatte ich zehn Minuten einen Bock, konnte dann aber wieder lachen“, sagt er. Nun müsse er im Rennen den Über-

⁵⁹⁴ Ausgabe vom 06.07.1999, ebenso die anderen Zitate in diesem Absatz.

blick behalten, Aufgaben verteilen, zum Beispiel entscheiden, ob bei Attacken ein Teamkollege mitfahren muß, und - wenn ja - wer.“ DIE WELT zeigt *Verständnis* und zitiert unterstützende Aussagen von den sportlichen Leitern Godefroot und Pevenage, die beide mit dem Auftakt (Zabel wird dritter) zufrieden sind. Man hat die Lage erkannt, doch sie scheint nicht hoffnungslos, denn „Zabel ist clever genug, auch allein den maximalen Windschatten zu finden. Wie in Challans hinter dem Hünen Magnus Backstedt [1,93 Meter/90-95 kg] (Schweden/Credit Agricole) – ‚das ist wie Fahren hinterm Bus‘.“

Aber Erik Zabel verliert Sprint um Sprint, wenn auch gegen immer andere Gegner. Ein zweiter Platz ist eben nicht der Sieg. Die BILD-Schlagzeilen⁵⁹⁵ dieser Tage sind typisch für das gesamte Medienecho: „Zabel wieder nur Zweiter – Warum kann er nicht mehr siegen? – Es ist zum Weinen – Zabel kämpft, andere siegen“. Das ist keine *Häme*, das ist ehrliches *Mitleid*. ARD und ZDF gehen mit Rennfahrern und Tour-Offiziellen überraschenderweise nicht so zimperlich um. So wird im *Morgenmagazin* bemängelt: „Wer mit einem solchen [Strecken-]Profil aufwartet, muss sich nicht wundern, wenn die Etappe als leicht bezeichnet wird.“⁵⁹⁶ Sollen die Profis also lieber verstärkt dopen und dafür schwerere Etappen fahren? Immer wieder wird von der ARD-Mannschaft (Emig, Watterott, Boßdorf, Altig) unverhohlen der Etappensieg eingefordert: „Wir alle warten (...); klappt er denn diesmal (...); wann endlich (...)?“. Das Anspruchsdenken der Medien ist durch die vorherigen Erfolge ins Unermessliche gewachsen. Noch kurz zuvor hat Rolf Aldag im *Aktuellen Sportstudio* bemerkt: „Es gab Jahre, da hätten wir uns über diese Ausgangslage gefreut.“ Vorbei! ZDF-Reporter Rudi Cerne⁵⁹⁷ kritisiert, Zabel sprinte um „lumpige 13 Punkte“, wobei Cerne völlig übersieht, dass diese 13 Punkte Zabel bis auf 2 Punkte an das grüne Trikot heranbringen. Jenes grüne Trikot wäre immerhin eine Art Ehrenrettung. Das ZDF gibt sich damit nicht zufrieden, man sendet im *Mittagsmagazin* eine Art Special über den ewigen Zweiten. Unterlegt werden die Bilder mit einem Lied, welches heißt: *I'm a loser baby, so why don't you kill me?*⁵⁹⁸ Diese musikalische Untermalung liegt schon jenseits der *Häme*. Oder wissen die Redakteure am Ende gar nicht, was da eigentlich gesungen wird? Das wäre allerdings eine Inkompetenz der kuriosen Art. Als Zabel endlich und wenigstens das grüne Trikot erobert, wird er postwendend vom Loser zum Helden befördert und die BILD-Schlagzeile wirkt wie ein Befreiungsschlag, wie eine Erlösung: „Zabelhaft! Erik jetzt endlich der Held in ‚grün‘“⁵⁹⁹. Auch DIE WELT sieht lange gehegte Erwartungen erfüllt: „Erik Zabel endlich im Grünen Trikot“. Doch mehr als das grüne Trikot ist diesmal nicht drin. DIE WELT („Zabel denkt an seinen Rücktritt als Sprintkönig“) zeigt weiterhin *Verständnis*, wahrscheinlich weil neue Erfolge winken: „‚Ich bin nicht mehr derselbe Zabel wie bei meinen beiden Siegen in ‚Bordeaux‘, sagte der 29jährige. (...). Zabel fand in diesem Finale erneut bestätigt, daß er ‚an Sprintvermögen eingebüßt‘ hat. ‚Dafür bin ich bei Rennen wie Mailand San Remo oder Rund um den Henninger Turm besser.‘“ So lange Zabel das ganze Jahr über wichtige Rennen gewinnt, gewährt ihm die Presse zumindest eine gewisse Schonfrist. 2000 übrigens gewann Zabel (s)eine Etappe und zum fünften Mal das grüne Trikot!

⁵⁹⁵ Ausgaben vom 08.07., 10.07. und 17.07.1999.

⁵⁹⁶ Sendung vom 15.07.1999.

⁵⁹⁷ am 15.07.1999.

⁵⁹⁸ Von BECK.

⁵⁹⁹ Ausgabe vom 17. Juli 1999.

‚Hinterrad-Lutscher‘ ARD?

DIE WELT⁶⁰⁰ verpasst derweil der ARD-Berichterstattung mit *Häme* und *Ironie* einen Seitenhieb. „Radfahren live mit der ARD, zügig vorbei an der Zitadelle und dem Leben“, titelt sie und führt weiter aus: „Der Pflicht gehorchend, nicht dem eigenen Triebe, die Couch wird eine Fernsehliege.“ Moniert wird eine langweilige Berichterstattung: „Und vorbei, an den vielen, vielen Menschen entlang der vielen, vielen Kilometer“ (Watterott) fliegt der ‚faszinierende Sport, wenn es um Sekunden geht, um die Einteilung der Kräfte‘ (Emig). (...). Und dann stürzt Erik Zabel, noch bevor die beiden Ausreißer ‚von hinten aufgerollt‘ wurden. Emig trifft den Kern. Erstens als ärztlicher Berater: ‚Das Kinn wäre ja nicht das Schlimmste, aber das Knie ist aufgeschlagen.‘ Zweitens als philosophischer Wanderführer: ‚Es hat alles Vor- und Nachteile. Wie im normalen Leben.‘ Hintergründig, verdammt hintergründig. „Dann wird, Referenz an die *Kontinuität*, das leidige Doping wieder thematisiert: „Es geht um Doping - und das geht nun wirklich nur alle anderen an. Direktor Kindervater dementiert. Das ist überflüssig, wir wissen Bescheid, spätestens seit der Telekom-Verteidigungsminister gnadenlos hartnäckig im deutschen Team recherchiert hatte. Also schrieb Rudolf Scharping: ‚Ich frage unvermittelt in die Fahrrerrunde, was denn wohl herauskommen würde bei einer nicht angemeldeten Dopingkontrolle. Die einhellige Antwort: Die Doping-Kontrollen können jederzeit kommen. Wir haben nichts zu verbergen, sondern wir wollen, daß man jedem Sünder auf die Schliche kommt und ihn hart bestraft. [Was sonst sollen die Profis wohl sagen? Obwohl sich mit einem nicht aktiv in das Geschehen involvierten Politiker hier *Prominenz* und vor allem *Neutralität* erreichen ließe, spricht DIE WELT Scharping gerade die letztere Qualität ab.] Richtig so. Ich würde ja auch jeden von der Sportförderung in der Bundeswehr ausschließen, wenn solcher Mißbrauch festgestellt würde.‘ Punktum, das sitzt.“ Da passt es, dass man wenig später mit *Kontinuität* berichten kann, dass „[d]ie Sprint-Duelle mit dem Telekom-Star Erik Zabel täglich live, Interview mit seiner Frau Cordula, die ihm beim Gläschen Sekt einen Geburtstagskuss gibt, Experten-Kommentare von Ex-Weltmeister Rudi Altig und dem früheren Telekom-As Mario Kummer“ nicht ausreichen, um die Traumquoten (rund 7 Millionen Zuschauer) eines in gelb fahrenden Jan Ullrich zu erreichen.⁶⁰¹ Ohne ‚gelb‘ geht eben auch beim Co-Sponsor ARD nur wenig; und die Zuschauer sind gnadenlos in ihrer Forderung nach Höchstleistung.

5. Brutaler und schillernder als je eine Kamera es dokumentierte?

Dass der Tour-Skandal für die Medien ein gefundenes Fressen von außerordentlichem Medienereigniswert war, steht außer Frage. Doch wenn man Enthüllungsbücher, Insiderberichte und Informationen aus weniger bekannten Fachmagazinen heranzieht, beschleicht einen der Verdacht, dass die ‚objektive Realität‘ noch viel brutaler ist als die populäre ‚Medienrealität‘, die um die ‚Tour der Leiden‘ konstruiert wird, die Massenmedien hier womöglich – unfreiwillig(?) – als Abtöner und Schutzschild fungieren. Hier wird uns ein Kaleidoskop persönlicher Erfahrungen als Gradmesser dienen:

⁶⁰⁰ Ausgabe vom 06.07.1999.

⁶⁰¹ Ausgabe vermutlich vom 09.07.1999, genaues Datum nicht mehr nachvollziehbar.

Die Grimassen der Fahrer unter unmenschlicher Anstrengung mögen Kamera und Fotoapparat noch einfangen. Doch was z.B. der irische Ex-Profi Paul Kimmage in seinem nur in Großbritannien erhältlichen Buch *Rough Ride* schreibt, ist nichts für zarte Seelen und dürfte selbst hartgesottene Sportfans beeindrucken. Hier Ausschnitte aus seinem Tagebüchern zur Tour 1986:

„Sonntag, 13. Juli: Ich fühlte mich am Start wie zerschlagen, war sicher, abgehängt zu werden. Aber im Laufe der Etappe erholte ich mich ein wenig, so dass es ein ganz annehmbarer Tag wurde. LeMond hatte Schwierigkeiten heute. Er bekam plötzlich Durchfall. Er befand sich 30 Kilometer vor dem Ziel in meiner Nähe, von seinen Helfern umgeben, die ihn nach vorne fuhren. Oh Gott, der Gestank war fürchterlich. Es lief ihm nur so die Beine herunter. (...). Stephen [Roche] absolvierte ein glänzendes Zeitfahren gestern. Und er ist jetzt Dritter. Kein Ahnung, wie er das macht, er sagte mir, er habe Knieprobleme und führe mit einem Bein. Ich wünschte, ich hätte wenigstens sein krankes Bein.(...). Dienstag, 15. Juli: Krieg. Heute war es Krieg. Wir haben zwei Männer verloren. (...). Wir starteten die Etappe in Bayonne und sobald die Startflagge fiel, herrschte Krieg. Attacke folgte auf Attacke auf den achterbahnähnlichen, die Beine zerbrechenden baskischen Straßen. (...). Während einer Ruhephase fragte ich [Teamkollege] Jean-Louis, wie es ihm ginge. Er sah gebeutelt aus und sagte mir, er sei dabei kaputtzugehen, habe einen wirklich schlechten Tag. (...).[Jean-Louis] wurde dann am ersten Berg abgehängt und jagte allein hinterher, zwanzig Minuten zurück, als ihn ein Plattfuß ereilte. Er hätte ein Ersatzrad vom neutralen Materialwagen nehmen können, doch er gab auf. (...). Donnerstag, 17. Juli: Heute habe ich gemerkt, wie müde ich bin. Irgendein Idiot attackierte direkt vor der Verpflegungsstelle und es herrschte sofort Chaos. Ich griff meinen Verpflegungsbeutel und schleuderte ihn mir auf den Rücken. Die Attacke zog das Feld in eine lange Linie und ich war der letzte Mann und zu beschäftigt, um das Essen aus dem Beutel in meine Trikotaschen zu befördern. (...). Die Jagd ging über 25 Kilometer, und es dauerte eine halbe Stunde, bis ich endlich etwas essen konnte. (...).“⁶⁰²

Während des Giro 1989 schrieb er:

„Mittwoch, 24. Mai: (...). Aber dann, 300 Meter vor dem Ziel stößt mich dieser 1 Meter 85 italienische Bastard mit seinen Ellbogen von da Silvas Hinterrad. Ich hätte ihn zurückstoßen sollen, doch bei 60 km/h traute ich mich nicht. Sobald ich das Hinterrad verloren hatte, fiel ich auf Platz 15 zurück. Der Italiener mit den harten Ellbogen stürzte mitten auf der Ziellinie und hobelte sich die komplette Haut von seinem Arsch. Er tat mir nicht gerade leid. (...). Freitag, 26. Mai: (...). Ich fuhr heute nicht gut und platzte gegen Ende der Etappe auf einem Stück mit starkem Seitenwind, der das Peloton in zwei Teile zerriss. Es überrascht mich nicht, weil die letzten zwei Tage so anstrengend waren. Ich bekomme regelmäßig Vitamin-Injektionen von Silvano. Eine, manchmal zwei pro Abend. Mein Arsch fühlt sich an wie ein Dartboard, und das erfreut mich nicht gerade. Es stört mich, dass ich Nadeln in mich reinstecken muss, nur um zu überleben. Donnerstag, 1. Juni: (...). Heute passierte der nächste Crash, viel schlimmer als der von gestern. Es passierte 100 Meter vor dem Ziel bei über 60 km/h und mindestens sechs Fahrer gingen zu Boden. (...). Es war grauenvoll, den Dänen Rolf Sörensen hatte es am schlimmsten erwischt. Als ich ihn passierte, lehnte er gegen die Absperrung und das Blut strömte von seinem Kopf. Der schnelle Eingriff eines Hel-

⁶⁰² KIMMAGE, PAUL (1990/98): *Rough Ride. Behind the wheel with a pro cyclist*. London, Random House, 81ff. Die Übertragung aus dem Englischen wurde vom Autor durchgeführt.

fers verhinderte, dass er an seiner eigenen Zunge ersticke, und er wurde sofort ins Krankenhaus gebracht. (...).⁶⁰³

An anderer Stelle lässt er sich über typische Radprofi-Krankheiten abseits der medienträchtigen Brüche und Schürfwunden aus: „Ich teilte das Zimmer mit Frank Pineau. Gegen Neun ging ich scheißen und hinterließ den fürchterlichsten Gestank. Frank beklagte sich, dass er so etwas noch nicht erlebt habe. Er versicherte mir, es sei etwas mit meinen Innereien nicht in Ordnung. Ich dachte nach. Sicher, das Jucken direkt in meinem Hintern hatte sich zu einem Ausschlag entwickelt. Vielleicht stimmte wirklich etwas nicht. Ich startete am nächsten Tag, aber ich hatte diese dauernden Magenkrämpfe, jegliche Kraft war aus mir gewichen, also gab ich auf. Ich flog in dieser Nacht nach Grenoble und ging am Montag Morgen zum Arzt. Er sah sich meinen Hintern an, und ich musste meine Zunge herausstrecken. ‚Champignons.‘ ‚Was ist das?‘ ‚Es ist ein Pilz, der sich im Verdauungstrakt entwickelt. Er ist glatt durch sie durchgegangen, von der Zunge zum Hintern.‘⁶⁰⁴ Wer ständig in Hotels isst, muss mit so etwas rechnen, ‚Champignons‘ sind nichts Besonderes!

Keine Gnade auch für Sean ‚King Kong‘ Kelly, die irische Radlegende. Als er 1987 die Spanienrundfahrt gewinnen wollte, musste er aufgeben. Die offizielle Begründung: Gesundheitliche Probleme. Das war leicht untertrieben, wie sein ehemaliger Teammanager später meinte. Tatsächlich hatte man Kelly zwei Tage zuvor ohne Betäubung ein Furunkel vom Hintern geschnitten, und die Nähte waren während der Etappe aufgeplatzt. Ein Reporter ahnte damals, was passiert war: „Den Abend vorher interviewte ich Fahrer in Kellys Hotel, und ein Freund kam zu mir und sagte, dass er die fürchterlichsten Schreie aus Kellys Zimmer gehört hatte. Er sagte, man hätte sie sogar von der Einfahrt draußen hören können. Ich fand heraus, dass sie ihn operiert hatten.“⁶⁰⁵

Ähnlich erging es dem zähen Letten Pjotr Ugrumov, der während der Tour de France 1994 einen geschwollenen Backenzahn herausoperiert bekam – und die Tour als Zweiter beendete.⁶⁰⁶ Typisch auch das Beispiel des Belgiers Frank Vandenbroucke, der die Straßen-WM in Verona 1999 nach einem Sturz in der Anfangsphase mit zwei gebrochenen Handgelenken noch unter den ersten zehn beendete.

Erwann Menthéour, ehemaliger französischer Profi, beschreibt, wie er nach einem Massensturz beim Giro d’Italia 1996 das Bewusstsein kurz verliert, aber schließlich blutüberströmt die Etappe zu Ende fährt. Die folgende Nacht wird er von Brechanfällen heimgesucht, um am nächsten Morgen wie ein Zombie aussehend am Start zu stehen. Ein Kollege, der ihn in diesem Zustand sieht, bekommt es mit der Angst zu tun und ruft den Rennarzt, der Menthéour prompt ‚stilllegt‘. In den Medien heißt es schlicht: Menthéour gab nach Sturz auf.⁶⁰⁷

Offenbar gibt einzig DER SPIEGEL von Zeit zu Zeit die schonungslose Brutalität des Radsports bekannt, geht dabei allerdings mit seiner martialischen Metaphorisierung sehr weit. Es bestätigt sich hier das Klischee, dass der Journalismus des Hamburger Nachrichtenmagazins manchmal bis hin zur sachlichen Unrichtigkeit der *Sensationsmache* huldigt: „Mitten rein ins Gemetzel“ titelte er seine Bestandsaufnahme während der Tour 1997. Im Mittelpunkt stand

⁶⁰³ KIMMAGE (1990/98, 168f.).

⁶⁰⁴ EBD., 198 ff.

⁶⁰⁵ CYLE SPORTS, Januar 1995.

⁶⁰⁶ CYLE SPORTS (November 1994, 35).

⁶⁰⁷ MENTHEOUR, ERWANN (1999): *Secret défoncé. Ma vérité sur le dopage*. JC Lattès, 117f.

diesmal Udo Bölts, der wackere Helfer von Jan Ullrich: „Bölts hat zeitig gebremst und steht schon, als irgendein Irrer von hinten kommt und ihn mit dem Vorderrad am Bein trifft. Der Deutsche denkt zuerst an seine Knochen und dann an sein Rad. (...). Auf dem Weg ins Ziel spürt er Schmerzen und denkt an das Ende. (...). Im Communiqué ‚Hansaplast‘, einem Bulletin zu den Gebrechen des Tages, findet das Malheur erst gar keinen Eingang. ‚Hansaplast‘ notiert nur Unfälle vom Knochenbruch aufwärts. Und Walter Godefroot, Telekomers sportlicher Leiter, der in Flandern zur Welt kam, spricht gelassen ein großes Wort: ‚Die Bölts is so stärk, die geht niemals kapütt. (...) Massensprints sind für ihn [Bölts] wie eine Stampede. Da sind 190 Wildgewordene unterwegs, das kann man nicht mehr aufhalten‘. Bölts meint, der Irrsinn sei in diesem Jahr eskaliert, aber er macht ihn mit. ‚Du hast nur noch im Kopf: Ich muss als erster um diese Kurve. In deinen Gedanken ist alles weg. Deine Familie, dein Zuhause, alles.‘ (...). Und dennoch: Wenn Riis gut drauf ist, kann Bölts ganz schnell am Ende sein. Über 17 Kilometer zieht sich der Anstieg zum Tourmalet, und falls der große Chef gleich am Anfang Kommandos gibt und volles Tempo braucht, ist der stille Helfer nach spätestens sieben Kilometern hin. ‚Du hast zwar die Konkurrenz hingerichtet, aber du selber bist auch hingerichtet‘, sagt er. (...). Bölts sieht im Ziel aus, als habe er Jahre der Einzelhaft in einem orientalischen Knast hinter sich. Die Augen liegen tief hinter den eckigen Wangenknochen, sein Mund bildet einen Strich, als sei er gelähmt, und auf den Lippen klebt trockener Speichel.“⁶⁰⁸ So unmissverständlich bemüht sich eben nur *ein* Magazin, die ‚objektive Realität‘ möglichst authentisch widerzusPIEGELn.

Welche Ironie des Schicksals, dass ausgerechnet da, wo die Medien das Schema *Menschliche Wärme* anwendeten, es am wenigsten angebracht war: Jan Ullrich wurde 1996, als er die Tour als Zweiter beendete, „Windel“ genannt, angeblich als zärtliche Liebkosung seiner Kollegen, weil er noch so jung war. Insider sehen das anders: Seine Konkurrenten nannten ihn so, weil nach zwei Stürzen seine beiden Unterarme bandagiert waren – darunter fehlte die Haut. Der Spitzname sollte Ullrich jeden Tag an seine Sturzverletzungen erinnern und demoralisieren.

Stephen Roche, der einzige Fahrer neben Eddy Merckx, dem es gelang, Giro, Tour und WM in einem Jahr zu gewinnen, fasste den Profi-Radsport einmal so zusammen: „Du musst die Fähigkeit haben, zu leiden. Schmerzen auszuhalten. Mit dem Gefühl fertig zu werden, dass dir deine Gliedmaßen herausgerissen werden. Es reicht nicht, nur ein starker Junge auf dem Rad zu sein.“⁶⁰⁹

Der ‚König der Löwen‘ hält Hof

Umso erstaunlicher, dass bei so viel Blut, Schweiß und Tränen das einzige wirkliche Schillernde eher wenig Medienaufmerksamkeit erhält, jedenfalls im Verhältnis zu Pendants aus anderen Sportarten. Die Rede ist von ‚Super‘ Mario Cipollini, dem anerkanntermaßen schnellsten Straßensprinter der Welt in den 90er Jahren und selbsternannten ‚König der Löwen‘. Cipollini ist die Popfigur des Radsports. Er ist ein 1 Meter 90 großer Modellathlet, der sein Rad im Zielsprint scheinbar mühelos auf über 70 km/h katapultiert. Für diese Auftritte wählt er oft ein extravagantes Outfit, besonders bei den großen Rundfahrten.

⁶⁰⁸ DER SPIEGEL Nr. 30/1997.

⁶⁰⁹ PLUS MAGAZINE, 20.07.1990, 21.

Nie ist er ohne gezeigte Haare oder Sonnenbrille zu sehen. Trägt er vorübergehend das gelbe Trikot, erstrahlen auch Hose, Handschuhe, Socken und das ganze Rad im gelb des Siegers. Das Gleiche passiert, wenn er das grüne Trikot trägt, oder im Giro das lila oder pinke Trikot, stets tritt er ‚uni‘ auf. Fährt er in Pink, darf man ihn auch ‚Pink Panther‘ nennen, und in der Tat hält er sich zu Hause angeblich einen (allerdings schwarzen) Panther als Haustier.

Überhaupt, sein Haus: Es soll sich dabei um ein Herrenhaus in der Toskana handeln, das über nicht weniger als 1200 Quadratmeter Wohnfläche verfügt. Seine zahlreichen Maßanzüge lagert er nicht in Kleiderschränken, sondern in ganzen Räumen. Er macht Werbung, vorzugsweise für Radsportartikel, und lässt sich dabei im James Bond- oder Batman-Outfit wahlweise in Begleitung von halbnackten oder komplett nackten Frauen ablichten. Er sorgte in seiner Heimat Italien für eine Welle der Empörung, als er sich zu Werbezwecken für seinen amerikanischen Rahmenausrüster als Fan des ‚American Way of Life‘ outete. Prompt startete eine Werbelawine unter dem Motto: ‚Ein Amerikaner in Italien‘. Hauptdarsteller war natürlich Mario Cipollini.

Damit nicht genug, ließ er sich für die Tour 1999 ein Airbrush von Pamela Anderson (in erotischer Pose natürlich) auf dem extrabreiten Lenkervorbau anbringen. Seine Räder fielen diesmal durch ein besonders buntes Design auf. Fährt er in Gelb, lässt er sich auch gelegentlich mit einem abgeschraubten, frisch polierten großen Kettenblatt, welches er so hält, dass es sein Gesicht einrahmt, fotografieren – dann gibt er den Sonnenkönig. Der vorläufige Höhepunkt war allerdings sein Tour-Auftritt zu Ehren des 2099. Geburtstags Julius Cæsars: Er stellte die Etappe unter das Motto ‚veni, vidi, vici‘ und rollte in einer goldenen Kutsche zum Start, begleitet von seiner Entourage, den Teammitgliedern. Gekleidet war er in eine weiße römische Toga und trug natürlich den obligatorischen goldenen Lorbeerkranz – zusammen mit einer postmodernen Rennbrille. Im Rennen trug das komplette Team goldene Hosen. Es war Cipollinis letzte Etappe der Tour 1999, denn sie führte in die Alpen, wo der ‚König der Löwen‘ stets das Terrain den Königen der Berge überlässt und aus dem Rennen aussteigt. Gesehen hat man den Auftritt Cipollinis im Fernsehen selten, über ihn berichteten nur die verstörten oder auch amüsierten Reporter später im Rennen. Immerhin, BILD war diese *Variation* ein Foto wert und untertitelte so schlicht wie treffend: ‚Ave Cesar!‘⁶¹⁰

Die Radsportwelt indes will sich mit dem schnellen Beau nicht so recht arrangieren. Man nimmt es ihm übel, dass er die ersten Flachetappen einer großen Rundfahrt gewinnt, um dann, wenn die Berge kommen und das richtige Leiden beginnt, nach Hause zu fahren. Außerdem muss er für alle seine Extravaganzen Konventionalstrafen bezahlen, was einen wahren ‚König‘ zwar nicht anfigt, aber im erzkonservativen Radsport verpönt ist. Paradiesvögel dieser Art passen irgendwie nicht so richtig in den Radsport. Wenn ein Basketballer in der NBA zehn Minuten spielt und dafür zehn Punkte macht, ist das in Ordnung. Wenn ein Radrennfahrer vier Tour-Etappen gewinnt, aber nicht über Alpen kommt, ist das nicht in Ordnung. Die Medien tragen dem Phänomen Cipollini zwar Rechnung, doch im Vergleich zu den Paradiesvögeln anderer Sportarten führt er selbst innerhalb des Radsports eher ein Schattendasein. Es scheint, als läge die Show des Profi-Radsports auch in Zeiten des Medienbooms gerade und ausschließlich in der bloßen Plackerei.

⁶¹⁰ 14. Juli 1999.

Mallorquinische Momente mit...

Mallorca ist das Mekka der Radrennfahrer. Hier holen sich die meisten Ernsthaften unter ihnen die Form für die Saison, meist zu Beginn des Jahres in mehrwöchigen Trainingslagern. Das milde Klima und die abwechslungsreiche Topografie, nicht zu vergessen die spanische Küche, schaffen die besten Voraussetzungen für Trainingsrunden aller Art. Wer die Stars der Szene abseits des Medienrummels treffen will, muss sich hier einfinden.

Uwe Ampler

Uwe Ampler gibt es noch, den maulfaulen, muskelbepackten Berufsradfahrer aus Leipzig. Er ist jetzt 35, und weil es auch die Friedensfahrt noch gibt, wird Ampler beim Startschuss zur 53. Auflage (...) brav im Rennsattel hocken. Figuren wie Ampler braucht die Rundfahrt (...). Sie braucht bekannte Namen, verquere Typen und sympathische Pechvögel, und dass Ampler, der viermalige Gesamtsieger, inzwischen all dies in einem ist, macht ihn beinah konkurrenzlos wertvoll.⁶¹¹

Der ehemalige Weltklassefahrer rollt mich zufällig irgendwo in der Ebene im südlichen Teil der Insel von hinten auf, und wir radeln gemeinsam weiter. Uwe Ampler ist nicht irgendwer im Radsport, Uwe Ampler hat zahlreiche Erfolge errungen, vor allem als DDR-Staatsamateur, und er hat versucht gegen den Moloch Mediensport anzukämpfen. Er hatte das gewagt, was normalerweise keiner wagt: Er hatte seinerzeit versucht, dem Team-Telekom unerlaubte Leistungssteigerung nachzuweisen; vergeblich, als Einzelner hatte man ihm keine Chance gelassen. Ampler wurde danach geächtet und sein Medien-image als unleidlicher und unzugänglicher Charakter noch verstärkt. Doch der Uwe Ampler, der neben mir fährt, ist freundlich, offen, ja geradezu liebenswürdig. Je länger ich neben ihm radle und wir uns unterhalten, desto klarer wird mir, dass hier ein Athlet seine bittere Lektion gelernt hat. Der Moloch hat Ampler fast vernichtet, weil er ihm nicht den erforderlichen Tribut zollen wollte.⁶¹² Die Botschaft ist klar: Entweder du spielst das Spiel mit, oder du bist draußen. Und frage um Himmels Willen nicht nach einer Moral! Ampler weiß, dass seit seinem Aufstand jedes Muskelzucken von ihm beobachtet wird, dass er, so oft es geht, getestet wird. Und wer intensiv sucht, der findet bekanntlich auch etwas. Doch Ampler gibt nicht auf. Wer auch weit jenseits der Dreißig noch Power hat, kämpft weiter. Und Power hat Ampler offenbar zu Genüge.

Erik Zabel

Ich treffe Erik Zabel zum Interview in einem Hotel in El Arenal, Mallorcas größter Bettenburg. Wer zum Arbeiten auf der Insel ist, der braucht nur ein komfortables Zimmer und gutes Essen. Idyllische Lage, Seeblick oder Golfplatz sind nicht gefragt. Auch für das Strandleben bleibt offenbar kaum Zeit, geschweige denn Interesse. Zabel bereitet sich auf die Mallorca-Rundfahrt vor. Die gilt zwar nur als kleines Rennen, ist aber ein wichtiger Gradmesser für die Frühform. Der Rennfahrer erscheint in der Hotelhalle in Zivilkleidung, sonnengebräunt, erholt. Er wirkt durchtrainiert und locker.

⁶¹¹ S.Z.: *Kleiner Fisch im vollen Teich*. Artikel vom 05.05.2000.

⁶¹² Vgl. dazu DER SPIEGEL Nr.16/1994: *Die Akte Telekom*.

T.K.: Herr Zabel, welche Medien nutzen Sie in Ihrem unruhigen Leben als Radprofi? Sehen Sie fern, lesen Sie Zeitung?

E.Z.: *Na ja, der Fernseher läuft schon. Mit der Zeitung ist es schwierig. Ich habe auch keine abonniert.*

T.K.: Was passiert vor Fernsehauftritten, z.B. den abendlichen Interviews während der Tour? Werden Sie vorher informiert über das, was jeweils in den wichtigsten Medien, besonders über Sie, zu lesen und zu hören war?

E.Z.: *Nein. Ehrlich gesagt, interessiert es mich auch nicht primär, was über mich zu lesen oder hören war.*

T.K.: Inwieweit decken sich Ihre Eindrücke über den Werdegang des Team-Telekom mit dem, wie ihn die Medien mehrheitlich dargestellt haben, nämlich von Verlierern über Helden hin zu Leistungsträgern mit Doping-Fragezeichen?

E.Z.: *Das mit den Dopingvorwürfen hat sich ja als große Luftblase entpuppt - keiner hat Beweise bringen können. Insofern muß ich da nicht drauf eingehen. Was mich selbst angeht: Ich muss mit meiner Leistung selbst klar kommen. Ansonsten hat jeder das Recht, sich seine Meinung zu bilden und dann zu äußern.*

T.K.: Welche Moral haben für Sie die Medien?

E.Z.: *Ich finde es ziemlich schwierig, hier von Moral zu sprechen, auch wenn die Medien die öffentliche Meinung wesentlich mitbestimmen. Journalisten, die für sich in Anspruch nehmen, die letzte Instanz in Sachen Wahrheit, Recht und Ordnung zu sein, sind nicht frei von äußeren Einflüssen. Das hat man ja gerade anhand unserer Geschichte erleben müssen. Da werden Gerüchte plötzlich zu Fakten gemacht und plötzlich entsteht eine riesige Welle, gegen die man sich nur noch schlecht wehren kann. Es ist im Großen wie im Kleinen, niemand ist mehr frei und unabhängig, auch kein Journalist. Ein gutes Beispiel dafür war die Übernahmeschlacht Vodafone-Mannesmann mit ihren ‚Werbenummern‘ in den Zeitungen. Wer sich zu sehr auf eine Seite geschlagen hätte, hätte womöglich einen der beiden als Inserenten verloren.*

T.K.: Gibt es etwas, was Ihnen an der Radsportberichterstattung missfällt?

E.Z.: *Man muss es halt vielen Leuten recht machen, dem Experten z.B. wie dem Laien. Radsport ist nicht immer leicht zu vermitteln. Das ist z.B. beim Skispringen anders. Da kannst du sagen: Schau her, der ist gut abgesprungen, soundsoweit geflogen und auch noch gut gelandet. Das ist relativ einfach zu verstehen. Der Radsport mit seinen taktischen Spielchen ist komplizierter.*

T.K.: Inwieweit ist der reale Radsport noch brutaler als der mediale Radsport es vermuten lässt?

E.Z.: *‚Brutal‘ würde ich so nicht sagen. Radsport ist ein sehr harter Sport, aber jeder hat die Wahl ihn auszuüben oder sein zu lassen. Die meisten Berufsrennfahrer, die ich kenne haben einen riesigen Spaß dran. Dass es im Leben aber nicht nur Sonne gibt, ist auch klar, es muss auch mal regnen. Dass ein Rennen, bei dem es schneit und einem fast die Hände oder Füße abfrieren, nicht gerade zur Fun-Kategorie gehört, ist logisch. Dass es auch Stürze gibt, wo du der Situation nur noch entfliehen willst, weil du blutest, wo keine schönen Bilder zu sehen sind, ist auch klar. Aber für mich ist der Radsport eine wunderschöne Sportart, die sehr hart ist. Es sind viele daran zerbrochen, aber manche sind auch sehr groß geworden. Der Radsport ist eine gute Lebensschule.*

T.K.: Die Medien etikettieren Sie so ein bisschen mit dem Image des Intellektuellen – reine ‚Medienrealität‘?

E.Z.: *Na ja, jeder hat eben im Team so seine Aufgabe, und jeder steckt in einer Schublade, ohne die es für die Medien eben nicht geht. Abgesehen davon, dass*

ich mich so nicht als Intellektuellen sehe, habe ich sicher auch schon Erwartungen nicht erfüllt, und die Betroffenen haben gesagt: Ach – ich bin enttäuscht von ihm. Es gibt durchaus auch die folgende Konstellation: Der unbekannte Wasserträger ist ein Superkumpel und der Star, den uns die Medien verkaufen, den kannst Du vergessen! Die Medien brauchen halt den typischen Zusammenhang: Der gewinnt Rennen, der ist ein Star, also ist er intelligent und beredt.

T.K.: Aber wenn jemand gesucht wird, der Tacheles redet, der freundlich auftritt und der – na ja – ‚weiß, wovon er redet‘, müssen meistens Sie herhalten und nicht etwa Jan Ullrich...

E.Z.: Das halte ich für eine sehr gewagte Behauptung. Jan ist eben niemand, der sich von irgendjemandem verbiegen läßt oder das sagt, was andere hören wollen. Insofern kann ich Ihnen da nicht folgen. Außerdem hat sich Jan doch in letzter Zeit wohl deutlich aufgeschlossener gezeigt, oder nicht?

T.K.: Stimmt schon. Vorher allerdings ist ihm sein aufrechter Weg im Vergleich zu ähnlichen Charakteren aus anderen Sportarten von den Medien eher negativ ausgelegt worden. Ist der Radsport möglicherweise zu konservativ?

E.Z.: Der Radsport ist in der Tat relativ konservativ. Es gibt Sportarten, da brauchst du nur eine Kamera aufzustellen, und schon stehen sie alle davor. In unserer Gesellschaft zählt ja auch mehr und mehr die Selbstdarstellung. Das geht im Radsport nur bis zu einem gewissen Grad, hier zählt die reine Leistung. Entweder du kommst über den Berg und ins Ziel, oder du bist nicht mehr dabei!

T.K.: Die Medien geißeln die mit unerlaubten Mitteln erreichte Leistung, aber noch viel schlimmer ist, wenn du nicht gewinnst. Können Sie das bestätigen?

E.Z.: Nein, man kann aus einer Niederlage gestärkt hervorgehen. Natürlich schüren die Medien aufgrund unserer Erfolge den Erwartungsdruck. Wenn ein Reporter vor mir steht und sagt ‚wieder nur Zweiter‘, dann sagt er ja nur, was der normale Zeitungs-Leser und Fernsehzuschauer denkt. Jetzt kannst du sagen: ‚Alles klar, ich sehe es genau so wie du‘; oder: ‚Ich sehe es anders – wie in meinem Fall - und lasse mir die Freude nicht vermiesen‘. Und letztlich legst du dir die öffentliche Messlatte mit deinen Siegen ja selbst auf. Wer das nicht aushält, kann nicht mehr im Rampenlicht stehen.

T.K.: Bedauern Sie es eigentlich, dass Sie Ihr gelbes Trikot ausgerechnet bei der fatalen Tour '98 gewonnen haben?

E.Z.: Nein, denn erstens war diese Tour mindestens genauso schwer wie die anderen und zweitens bin ich für die Öffentlichkeit ohnehin der Mann in grün. Abgesehen davon werden diese Tour wohl vor allem die Franzosen im Hinterkopf behalten. Die Italiener werden dagegen den Giro '99 im Hinterkopf behalten und die Deutschen möglicherweise Dieter Bauman '99/2000. Im internationalen Blickwinkel ist das alles sehr relativ.

T.K.: Sie haben das grüne Trikot vier Mal in Folge gewonnen – ein glatter Weltrekord. Dennoch wird der Rekord in den Medien nicht so herausgestellt...

E.Z.: ...weil Rekorde in diesem Fall nicht zählen. Wir haben dafür eher die Dopingdiskussion als Aufreißer. Aber dann schau dir die doppelte Moral in der Leichtathletik an. Seit dort nicht mehr so schnell gelaufen wird, sind die Leute auch nicht recht zufrieden. Insofern ist es o.k., dass in meiner Domäne Weltrekorde von vornherein nicht interessieren.

T.K.: A propos Doping: DER SPIEGEL hatte ja trotz aller Kritik auch einen positiven Kommentar zum Geschehen veröffentlicht...

E.Z.: ... es ist mir persönlich ziemlich egal, was DER SPIEGEL schreibt.

T.K.: Warum, glauben Sie, sehen die Fans über das flächendeckende Doping hinweg, so es denn existiert? Warum verzeihen sie den Dopern?

E.Z.: *Es gibt einen juristischen Grundsatz, der heißt: Im Zweifel für den Angeklagten. Das heißt, es müssen Beweise vorliegen, um jemanden verurteilen zu können. Die gibt es aber nicht. Das erst mal vorweg. Aber es ist doch so: Der Sport ist Teil unserer Gesellschaft, er ist es aber auch nicht. In unserer Gesellschaft gilt doch derjenige beinahe als Loser, der auf Fair-Play und Chancengleichheit Rücksicht nimmt. Genau diese Werte zählen aber im Sport. Deswegen ist der Sport so populär – weil hier noch gilt, was in der Gesellschaft offenbar immer weniger zählt. Und da hat der Hochleistungssport zurzeit das Problem, noch Regeln zu finden, die klar außerhalb der Gesellschaft stehen. Der Sport ist nur so populär, weil die Fans denken: Der Beste gewinnt! Es ist sehr schwierig, hier eine Lösung zu finden. Wenn man außerdem gesehen hat, wie die Franzosen dem Richard Virenque zujubelten, dann braucht mir niemand mehr etwas über das Thema Doping zu erzählen.*

T.K.: Themawechsel: Bei Auftritten wie im Riverboat scheinen die Medien Ihnen die Rolle des idealen ‚Sportidols zum Anfassen‘ aufzuerlegen...

E.Z.: *...wobei an den Fakten, an denen die Medien das Image festmachen, nicht viel falsch ist. Außerdem kannst du dich von den ‚Mediennummern‘ nicht frei machen. Der letzte, der das durchgestanden hat, ist Laurent Fignon, aber er ist noch heute nicht unbedingt beliebt. Er war ein Spitzenrennfahrer, intellektuell, mit gutem Instinkt, zweifacher Tour-Sieger, aber ein Bernard Hinault ist einfach beliebter!*

T.K.: Vielen Dank für das Interview, weiterhin viel Erfolg und noch viele ‚grüne Tage‘!

Zabel bestätigt in diesem Interview bisherige Ausführungen in dieser Arbeit. Was an Zabels Aussagen indes erstaunen mag, ist die relative Indifferenz gegenüber den Medien. Für ihn zählt nur er selbst und seine Leistung. Offenbar ist diese Einstellung ein entscheidender Baustein für den Erfolg. Das Frühjahr 2000 war für Zabel das bisher erfolgreichste seiner Karriere: Er gewann unter anderem Mailand-San Remo, das Amstel Gold Race, belegte vordere Plätze bei allen anderen Weltcup-Klassikern und ging als haushoch Weltcup-Führender in die Klassiker-Sommerpause.

Ina Reinders

Auch die Ex-Europameisterin im Triathlon Ina Reinders weiß die Wärme des Südens zu schätzen. Sie gilt als eine der Nachwuchshoffnungen des deutschen Damen-Triathlons und muss sich entsprechend seriös auf die Saison vorbereiten. Obwohl Triathlon nicht gerade zu den populären Sportarten zählt und folglich auch kein typischer Mediensport ist, hat Ina Reinders bereits ihre Erfahrungen mit den Medien gemacht. Erfolgreiche Athletinnen und Athleten stehen auch bei Randsportarten im Rampenlicht.

T.K.: Ina, Beschreiben Sie kurz Ihr Verhältnis zu den Medien.

Ina Reinders (I.R.): *Nun ja, solange die Journalisten nett über mich schreiben und vor allem das schreibe, was ich ihnen in Interviews sage, bin ich freundlich zu Ihnen. Allerdings habe ich auch schon andere Erfahrungen gemacht. In meinem bisher erfolgreichsten Jahr 1996, da war ich schon ganz froh, als die sich nach der Saison nicht mehr bei mir gemeldet hatten. Bei den Profis sieht das*

wohl immer so aus, die werden sicher ständig sozusagen verfolgt. Dabei haben wir als Triathleten noch Glück, bei uns ist der Rummel ja noch nicht so groß.

T.K.: Aber regional sind Sie doch sehr bekannt?

I.R.: *Ja, sicher. Seit ich in der Bundesliga starte, kommen aber auch überregionale Medien. Auch das ZDF war schon auf Pressekonferenzen dabei.*

T.K.: Haben denn Journalisten schon einmal Aussagen von Ihnen falsch wiedergegeben?

I.R.: *Nicht vorsätzlich. Manchmal verstehen einige etwas falsch, weil sie fachlich nicht unbedingt bewandert sind. Manches puschen sie hoch, das gefällt mir nicht. Aber meistens schreiben sie positiv über mich.*

T.K.: Was wird gepuscht? Wird der Erwartungsdruck geschürt?

I.R.: *Ja, schon. Es kommt auf den Wettkampf an. Früher, als ich noch jünger war und nicht so viel Erfahrung hatte, war es schlimm für mich. Wenn heute etwas über mich geschrieben wird, interessiert es mich nicht so sehr wie früher. In der Schule wurde ich von jedem angesprochen. Heute treffe ich nicht mehr jeden Tag jemanden, der die Bericht so genau verfolgt und mich dann darauf anspricht. Damals aber hatte ich ja wirklich große Erfolge: Europameisterin und Mannschaftsweltmeisterin sowie Dritte im Einzelwettbewerb, alles 1996, und dazu kommen noch drei deutsche Meisterschaften; alles bei den Juniorinnen.*

T.K.: Welche Moral haben die Medien für Sie?

I.R.: *Das beschreibe ich am besten anhand eines Beispiels: Als ich einmal bei der EM schwer gestürzt war, war das für die Medien besser als ein zweiter oder dritter Platz. Ein Sturz ist für die Leute eben interessanter als eine gute Platzierung.*

T.K.: Ein Sturz... viel Negativität, Variation und Sensationsmache. Das passt in der Tat genau auf das Medienereignis-Prinzip. Aber Sie sagten, dass Sie das nicht mehr so stark berührt...

I.R.: *...stimmt! Mit der Zeit gewöhnt man sich ein bisschen daran. Wobei es mir aber nicht ganz egal ist, was in den Medien über mich berichtet wird. Es würde mich im Augenblick schon treffen, wenn etwas sehr Negatives über mich geschrieben würde, doch ich bin mir sicher, dass ich bei häufiger Medienkritik an meiner Person sehr abgeklärt werden würde.*

T.K.: Wie sehen Sie die Rolle der Medien im Triathlon?

I.R.: *Die Medien sehen nur das Großereignis: den Ironman auf Hawaii. Alle anderen Ereignisse fallen im Verhältnis unter den Tisch. Es ist eben schwer, Triathlon zu vermarkten.*

T.K.: Welchen Anteil haben die Medien an dieser Situation?

I.R.: *Den geringsten. Es wurde von vielen Seiten verpasst, die damalige Erfolgssträhne in die Medien zu bringen.*

T.K.: Wie sehen Sie die Hysterie um das Doping im Spitzensport?

I.R.: *Viele Mittel können noch nicht entdeckt werden. Also ist die Versuchung groß.*

T.K.: Moralisieren Sie das Doping? Oder sagen Sie sich, dass man nur so diesen anstrengenden Beruf des Profisportlers durchstehen kann und handeln nach dem Motto: Wo gehobelt wird, da fallen Späne?

I.R.: *Es geht um sehr viel Geld im Sport. Ich glaube daher, dass die meisten Athleten eher die letztere Einstellung haben. Dafür gibt es aber keine Beweise, und ich möchte hier niemanden beschuldigen.*

T.K.: Wie spüren Sie die Verkommerzialisierung des Spitzensports?

I.R.: *Durch die Sponsoren. Die bezahlen unseren Sport und wollen Ergebnisse sehen. Ich selbst habe mich allerdings nie unter Druck gesetzt gefühlt.*

T.K.: Wie sieht die Zukunft des Triathlons aus?

I.R.: *Ich hoffe, dass nach Sydney 2000 eine Steigerung der Popularität einsetzt. Das wird auch davon abhängen, wie gut die deutschen Athleten abschneiden. Auf jeden Fall, so glaube ich, wird im Triathlon einigen Jahren anders aussehen als heute. Es ist nicht so wie zum Beispiel im Radsport, wo sich nicht mehr so viel verändert. Im Triathlon wird sehr viel experimentiert.*

T.K.: Vielen Dank für das Gespräch und weiterhin viel Erfolg!

II.4. Formel-1 am Rande des Wahnsinns: Michael Schumachers Jahrtausend-Duell mit Damon Hill

„Im Wissen um den gemeinsamen Status der Unantastbarkeit genießt man es, unter sich zu bleiben. Wer eine Zeitlang dabei ist, vergisst den Lärm und das Gewimmel außerhalb. (...). Sie müssen unter sich bleiben und sich vor den Hunderttausenden auf der anderen Seite abschirmen, damit sie nicht merken, was wirklich hinter dem ganzen Zirkus steckt. Denn in Wirklichkeit sind sie bloß eine Handvoll Besessener, ganz gleich, ob Journalisten, Fahrer oder Konstrukteure, die den Gelegenheitsbesucher ganz unfreiwillig spüren lassen, wie leicht sie auf das Publikum draußen verzichten könnten, solange die Einnahmen aus den Fernsehübertragungen den finanziellen Rückhalt bieten, um diese Chose weiter zu betreiben.“

Achim Theil, Formel-1-Szenekenner⁶¹³

„Ich erzähle Ihnen eine lustige Geschichte: 1995 fuhr Damon Hill für uns – und Michael Schumacher ließ ihn ziemlich dumm aussehen. Damon war psychisch angeschlagen, er beging Leichtsinnsfehler. Aber wir hatten ihn schon für 1996 unter Vertrag. Nach Suzuka 1995 (dem vorletzten Rennen), als er wieder Mist gebaut hatte, dachten wir: Shit, warum fährt er nur für uns? Aber danach machte Damon zwei Wochen Urlaub auf Bali – und kam als neuer Mensch zurück. Er gewann 1996 die Weltmeisterschaft. Er verdoppelte seinen Einsatz, im Rennen und in der Vorbereitung. Ich fragte Damon: Was passierte damals am Strand? Er antwortete: Ich dachte eine Menge nach, bin mit mir ins Gericht gegangen. Und ich kam zu dem Schluss, ich muss eine Menge ändern, ich muss meine Philosophie aufgeben.“

Frank Williams, Formel-1-Teamchef⁶¹⁴

„...rundherum, im Kreis, immer rundherum...“
Jochen Rindt, österreichische Formel-1-Legende⁶¹⁵

Schnelle Jungs, schwere Motoren, leichte Mädchen...?

Die Formel-1 ist ein Faszinosum, welches die Gemüter spaltet und seinesgleichen sucht. Jedes eigene Wort wäre hier zuviel, denn kaum einer hat die Verhältnisse in diesem und um diesen Mediensport so treffend dargestellt wie Achim Theil⁶¹⁶: „Wer noch vor wenigen Jahren die Verwegenheit besaß, sich als Formel-1-Fan zu outen, wusste, was ihm blühte. Von einem mitleidigen Lächeln bis hin zu offener Anfeindung reichte die Palette der Reaktionen. Fahrer und Fans wurden über denselben Kamm geschoren – sensationsgeile Phallokraten, die Gefallen daran finden, wenn furchtbar schnell im Kreis herumgefahren wird. Man konnte darauf sagen, was man wollte, man galt als unterbelichtet. Die Zeiten sind vorbei. (...). Heutzutage sind alle schon immer dabei gewesen, und jeder, jeder kennt sich aus. Die Medien schließen noch jede Wissenslücke, und es kann kein Zweifel daran bestehen, dass die Formel-1 endgültig salonfähig geworden ist.“

Das Vorbeibrausen eines Rennwagens beschreibt er so: „Ein feines Sirren kündigt vom nahen Ende der Runde. Noch sind die Rennwagen nicht zu sehen, und das Auge fixiert den Punkt, an dem sie erscheinen sollten. Im Halbsekundentakt verdoppeln sich die Dezibel [ein Formel-1-Triebwerk kann es mit einem startenden Düsenjet aufnehmen], und dann taucht der erste auf – viel zu klein, viel zu schnell, um mit dem Lärm, den er erzeugt, koordinierbar zu sein.

⁶¹³ 1998.

⁶¹⁴ F.A.Z., Ausgabe nicht mehr nachvollziehbar.

⁶¹⁵ THEIL (1998, 277).

⁶¹⁶ Aus dem Vorwort zu THEIL, ACHIM (1998): *Formel-1*. München, Beck.

Wer bloß seinen Ohren traut und in die Richtung starrt, aus der der Lärm zu kommen scheint, wird das Geschoss verpassen. Dann ist der Rennwagen da. Fürchterlich schnell schwillt das Brüllen an. Ist man näher als zehn Meter dran, lässt sich Gewaltiges erleben. Es ist ein hohes, pfeifendes, rauhes und doch volles Geräusch, das nichts mehr mit einem gewöhnlichen Auto gemein hat. (...). [D]och schon ist der Schreck vorbei, und der Dopplereffekt setzt ein: Tonhöhe und Lautstärke nehmen ebenso rapide ab, wie sie angestiegen sind. Funken stieben und in erschreckend kurzen Intervallen zeugt ein pistolenschusslauter Knall vom Gangwechsel – dann ist das Monstrum vorüber. (...). Hinterher weht ein Sirren, ein Nachvibrieren der brutal durchschnittenen Luft. Den Sinnen bleibt jedoch keine Zeit, sich neu zu formieren, denn schon rast die nächste Schallwelle heran – und wird verschwunden sein, bevor man noch ‚geil‘ sagen konnte.“

Wahrlich starke Eindrücke sind das, die uns Theil da schildert. Doch damit sind die Extreme der Formel-1 noch lange nicht erschöpft. Theil berichtet vom Formel-1-Rekord des Briten Johnny Herbert von 1997: Er katapultierte seinen Wagen in kaum glaublichen 1,8 Sekunden von Null auf Hundert. Nach ebenso wahnwitzigen 4 Sekunden erreicht ein Formel-1-Renner die 200 km/h- ‚Schallmauer‘. Solche Beschleunigungen erzeugen Belastungen von 2,5 G, der Kopf des Fahrers wird also mit dem zweieinhalbfachen seines Eigengewichts nach hinten gepresst. Noch höher sind allerdings die Belastungswerte in engen Kurven und bei Bremsmanövern. Es klingt paradox, aber in der Formel-1 ist das richtige Bremsen viel wichtiger als Gas geben. Wer im Grenzbereich nur eine Tausendstelsekunde zu spät bremst, landet unweigerlich im Kiesbett oder im Reifenstapel. Gerhard Berger, so weiß Theil, hatte einst bemerkt: „Gasgeben kann jeder Depp – die Kunst ist das Bremsen.“⁶¹⁷ Sind die Carbon-Bremsen einmal auf Betriebstemperatur (ca. 600 Grad Celsius), verzögern sie so extrem, dass den Fahrern die Pupillen heraustreten und sie für einige Sekunden nicht mehr scharf sehen können. Ein Formel-1-Renner verzögert, z.B. vor Kurven, von 280 auf 90 km/h innerhalb von weniger als 100 Metern. Das heißt, er kommt ebenso innerhalb von eineinhalb Sekunden von 100 km/h zum Stillstand, was einer Belastung von 4 G entspricht. Muss man diese Extreme noch weiter kommentieren?

Kein Zweifel: die Formel-1 ist das Hochgeschwindigkeitsspektakel schlechthin. Die Luft brennt und die Betontribünen vibrieren, wenn die Fahrer die ca. 800 PS ihrer Boliden am Start auf Touren bringen und das Rennen beginnt. Fasziniert verfolgen wir am Fernsehschirm die Fahrer bei waghalsigen Überholmanövern, Höchstgeschwindigkeitsfahrten auf langen Geraden und Kurvenfahrten am absoluten Limit. Die an einigen Autos angebrachte Bordkamera liefert dazu noch die Illusion, selbst im Cockpit zu sitzen. Formel-1 ist auch ein Mediensport par excellence, trotz des Paradoxons, dass die Medien bestenfalls einen Hauch dieses Spektakels vermitteln. In der Tat verdeutlicht Theils Erlebnisbericht die Grenzen der Medien: Formel-1 im Fernsehen hat im Vergleich zum realen Erlebnis bestenfalls der Charakter eines Videospiele.

Auch abseits der Rennstrecke ist für Action gesorgt. In den Boxen warten die Mechanikertrupps auf ihren Einsatz. Reifenwechsel, Kurzreparatur und Auftanken – das alles wird nach hartem Training in Sekundenschnelle erledigt. Es sei denn, der Schaden ist zu groß, die Reifenwahl nach plötzlichem Wettersturz die falsche (peinlich), der Tankrüssel hat verbotenerweise zuviel Druck

⁶¹⁷ EBD., 283.

und setzt das Fahrzeug in Brand (noch peinlicher), oder es fehlt nach Ferrari-Manier das vierte Rad am Wagen (kein Kommentar, zumal dies bei Ferrari zweimal passierte⁶¹⁸). Dazu gibt es hübsche Mädchen (Stichwort „Boxenluder“⁶¹⁹), renommierte Experten und sonstige Prominenz in der VIP-Lounge zu bestaunen. Dass die ‚Boxenluder‘ früher offenbar häufiger in Erscheinung traten (Zitat Gerhard Berger: „Nicht alle Änderungen waren gut. Früher gab es mehr gutaussehende Mädels an den Boxen“⁶²⁰), tut der Popularität keinen Abbruch. Zusammen mit dem Fanartikelgeschäft und der Medienrechtevermarktung dürfte die Formel-1 einen festen Platz in der Top-Ten der weltweit lukrativsten Mediensportereignisse besitzen.

Auch rauschende Fest feiern sie angeblich, die Piloten samt Backup-Mannschaft und Managern, wenn die Saison endlich beendet ist. Als Norbert Haug, Rennleiter im McLaren-Mercedes-Team, Harald Schmidt in dessen Late-Night-Show⁶²¹ besucht, antwortet er auf die subtil-sardonischen Fragen mit *Sachlichkeit*, ja fast klischeehaft schwäbischem Phlegma. Medienvertreter Schmidt, halb auf *Sex-Sensationsmache*, halb auf *Humor* eingestellt, will von Orgien gehört haben, von Männern ohne Hosen, die sich gegenseitig mit Mayonnaise bespritzen: „Stimmt das?“ Haugs schlichte Antwort „Nää“ geht fast im Kreischen des Publikums unter. Jawohl, das Publikum lacht und kreischt, und Haug sitzt im Besuchersessel und schaut ruhig zu. Als Stille einkehrt, führt Haug sachlich aus: „Es war *ungefähr* so. Es lag aber sehr stark an den beiden Schumachers.“ Die hätten nun mal eine sehr harte Saison hinter sich gebracht, und da könne man es ihnen nicht verdenken, wenn sie ein wenig ausgelassen feierten. „Da muss man halt mal richtig einen abläädon (abledern)“, folgt die weitere Ausführung, natürlich in sachlichem Tonfall. Und während Schmidt noch affektiert-lüstern das „abläädon“ wiederholt, ist Haug längst bei der Schlussfolgerung: Die beiden Schumachers wollten ja demnächst Weltmeister werden, der Eine endlich mal, der Andere endlich mal wieder, und da habe man den Ernstfall geprobt. Aber er selber sei bei so etwas eigentlich nicht mittendrin, sondern eher nur dabei. Überhaupt gibt sich Haug sehr offen, und es beschleicht einen den Eindruck, die Fahrer müssten am Saisonende mal über die Stränge schlagen, weil im Formel-1-Zirkus sonst alles minutiös geplant ist. Direkter als in einem Interview können Meinungen bekanntlich kaum eingeholt werden, da brauchen die Medien abseits des Kommentars ihre Schemata nicht einmal aufzudrücken, sondern können, ja müssen die der Gesprächspartner übernehmen. So hitzköpfig die meisten Fahrer sind, so kühl und überlegt sind offenbar die Rennleiter, Team-Manager und -chefs. Nicht einmal die offene Kommunikation ist bei der Arbeit möglich. „Change to plan B“, so Haug, sei eine beliebte Anweisung, weil man ja wegen der Abhörgefahr immer nur verklausuliert reden dürfe, um die gegnerischen Mannschaften zu verwirren. Manchmal allerdings, so gibt er trocken zu, verwirre man sich dabei auch selbst. Das Publikum kreischt, und Haug schaut zu, ruhig.

Doch im Kern lebt die Formel-1 von der Hitzköpfigkeit oder Risikobereitschaft der Piloten. Sie sind es, die letztlich die brillante Technik so spektakulär in Szene setzen, freilich unter Einsatz ihres Lebens, wie zuletzt der Tod von Ayrton Senna bewiesen hat. Es ist die Konkurrenz der Fahrer, die das Prin-

⁶¹⁸ Vgl. dazu THEIL (1998, 219).

⁶¹⁹ BILD, z.B. Ausgabe vom 10.Mai 1999.

⁶²⁰ Vgl. EBD., 238.

⁶²¹ Sendung vom 11.11.1999.

zip des Motorsports begründet. Und die höchste Form dieser Konkurrenz stellt der Zweikampf zweier fast gleichstarken Fahrer dar. Wie schon Karl Wendlinger sagte: „Foahn ka dö Kist'n a jeder – aba ned schnöll!“⁶²² Fahrer wie Nikki Lauda oder Alain Prost, die aufgrund überlegener Fahrweise, die sie mit überlegener Technik verbinden konnten, manchmal geradezu einsam ihre Runden drehten, wurden zwar Idole ihres Sports, sorgten aber manchmal auch für gepflegte Langeweile.

Zwei Männer, ein Ziel – Formel-1 als Frage der nationalen Ehre

Das ist Mitte der 90er Jahre ganz anders. In diesen Jahren stehen sich zwei Fahrer gegenüber, die eine ideale Konstellation ergeben und die Popularität der Formel-1 in Deutschland ungeheuren Auftrieb gegeben haben: Auf der einen Seite steht der Deutsche Michael Schumacher, anerkanntermaßen der beste Rennfahrer seiner Zeit, der mit dem Benetton-Renault ein gutes Auto fährt. Ihm gegenüber steht der Brite Damon Hill, ein guter Rennfahrer, der mit dem Williams-Renault das anerkanntermaßen beste Auto fährt. Außerdem ist er der Sohn des legendären Graham Hill und daher liegt ihm der Motorport quasi im Blut. Diese beiden Fahrer liefern sich 1994 und 1995 Duelle, die die Rennsport-Welt in Atem halten, und die deutschen und britischen Medien zu einer immer groteskeren Berichterstattung reizen.

Die Ausgangssituation ist durchaus brisant, denn das Verhältnis der Briten zu den Deutschen ist immer noch keineswegs frei von Ressentiments. Ohnehin sind britische Motorsportfans offenbar recht martialisch in ihrer Rhetorik, ganz nach dem Vorbild ihrer landeseigenen Boulevardpresse. So hält Theil die deutschen Fans in bezug auf die Qualität ihrer Äußerungen den britischen deutlich überlegen. „Die nämlich verharren meist bei gewaltverherrlichenden Phantasien, wenn sie etwa Nigel Mansell im Duell mit Senna aufforderten: ‚Crack the Brazilian nut!‘ oder ‚Give'em hell, Nigel!‘ Außerdem schwenken sie den Union Jack meist verkehrt herum. Wie peinlich!“⁶²³ Nun ja, immerhin zeugt das Wortspiel von der zu knackenden Nuss noch von einem gewissen Sprachwitz. Eine dunkle Seite, jedenfalls für alle Nichtbriten, ist freilich der *Nationalismus* in der britischen Presse.

Vor allem die britische *Boulevard*presse ist bekannt für ihre Seitenhiebe auf andere Nationen, besonders auf die Franzosen und eben die Deutschen. So erinnern die Zeitungen immer mal wieder an vergangene Zeiten wie z.B. der DAILY STAR: „Über die Jahre haben wir uns gegenseitig besetzt und uns bis zum Letzten gedroschen, doch zweimal [im letzten Jahrhundert] standen wir Bayonet neben Bayonet gegen einen gemeinsamen Feind.“⁶²⁴ Dieser Feind sind natürlich die Deutschen. Aussagen wie diese lassen sich in der britischen Presse häufig finden. Da kommt der Zweikampf der beiden Formel-1-Stars gerade richtig, um eine weitere Runde des sogenannten ‚Krautbashings‘ einzuläuten. „Vieles schwingt mit: Ein Hauch von widerwilligem Respekt, ein bisschen Neid und sicher auch Furcht. [Auch] englische Fußballanhänger verschaffen sich Erleichterung nach Niederlagen ihres Teams gegen Deutschland mit einem trot-

⁶²² THEIL (1998, 278).

⁶²³ THEIL (1998, 164).

⁶²⁴ zitiert nach BLAIN (1993, 189) Wörtlich: „Over the years we've occupied each other and beaten hell out of each other. But twice this century we stood bayonet to bayonet against a common enemy.“

zigen ‚Zwei Weltkriege und eine WM.‘⁶²⁵ Bei soviel geballter Kriegsmetaphorik kann es auch schon mal passieren, dass junge deutsche Nachwuchsfußballer von englischen Trainern wie selbstverständlich ‚Hitlerboys‘ genannt werden.⁶²⁶ Was den Fußballfans recht ist, das soll den Motorsportfans billig sein: Talent und Können Michael Schumachers sind unzweifelhaft vorhanden, was sich perfekt einfügt in das britische Medienbild des deutschen Maschinenmenschen, der präzise, hart arbeitend und vor allem kompromisslos nach der Vormachtstellung giert. Damon Hill dagegen gilt als ehrliche Haut, die fehlendes Talent durch fairen Kampfgeist wettmacht. Allerdings sind die teutonischen Fans offenbar auch keine Heiligen. Was die deutsche Presse aus historischen Gründen nicht druckt, spricht Achim Theil ironisch-zynisch aus, nämlich die offenbar typische Meinung vieler deutscher Sportfans über den Rennfahrer von der Insel: ‚Wer sind denn schon die Engländer? Man weiß, dass sie sich von lauwarmer Cervisia und gekochtem Schweinefleisch ernähren, dafür aber ihre verseuchten Rinder und Damon Hill auf den Kontinent schicken. Obendrein fahren sie auf der verkehrten Straßenseite, weshalb eben dieser Damon Hill Schumacher immer wieder in Kollisionen verwickelte und sich damit zweimal um den WM-Titel brachte.‘⁶²⁷

Des Einen Tod – des Anderen Not?

Eigentlich ist Hill 1994 nur die Nummer zwei im Williams-Team. Als unbestrittene Nummer Eins gilt der heißblütige Weltmeister Ayrton Senna, wegen seines aggressiven Fahrstils durchaus berüchtigt. Ihm würde der Titel auch wieder gebühren. Doch dann rast er an jenem fatalen 1. Mai in Imola in den Tod, kollidiert bei geschätzten 230 km/h praktisch frontal mit einer Mauer, nachdem es ihn aus der Kurve getragen hat. Die Umstände seines Todes werden nie ganz geklärt werden, und die Formel-1 steht unter Schock. Welche Lücke hinterlässt der Champion! Wer soll je wieder die Massen so begeistern wie der brasilianische Heißsporn, dem kein Manöver zu waghalsig und kein Kurs zu schwierig war? Wer soll je wieder so unterkühlt und heiß brennend vor Ehrgeiz zugleich mit den Journalisten umgehen? Wer schließlich soll je wieder die Frauenherzen so flamboyant erobern wie er? Auch zu diesem tragischen Ereignis hält Theil eine zynische Bemerkung parat, diesmal über den jungen unbekümmerten Deutschen, das ‚Wunderkinn‘⁶²⁸ Schumacher: ‚Gerhard Berger, der nach Sennas Unfall in Führung lag, brach sein Rennen ab. Ihm hatte der bloße Anblick von Sennas Fahrzeugwrack genügt, um zu begreifen, dass etwas Ernstes geschehen sein musste. Schumacher jedoch fuhr unbeirrt Runde um Runde dem Sieg entgegen. Und während im Krankenhaus Sennas Hirnströme erloschen, gebärdete Schumacher sich auf dem Siegereppchen, als hätte er auch keine.‘⁶²⁹ Harte Worte, die aber den offenbar bedingungslosen Siegeswillen des Michael Schumacher treffend beschreiben.

Relativ unbemerkt und unfreiwillig noch dazu also beginnt Damon Hill seine erste Saison als Nummer eins im Cockpit. Der Schock über den Verlust, der erschütterte Glaube an die Sicherheit der knüppelhart versteiften Carbon-Monocoques und die zahlreichen, sich hinziehenden Untersuchungen über-

⁶²⁵ DIE ZEIT Nr. 40/1999.

⁶²⁶ EBD.

⁶²⁷ THEIL (1998, 47).

⁶²⁸ THEIL (1998, 42).

⁶²⁹ EBD., 45.

schatten noch weite Teile der Saison. Im Schatten dieser Tragödie entwickelt sich der Zweikampf zwischen Schumacher und Hill. Allerdings findet er in jener Saison noch auf relativer Distanz statt. Mal gewinnt Schumacher, dann Hill, der sich als ‚Ersatznummer‘ für Senna beachtlich schlägt, dann wieder Schumacher. Tuchfühlung gibt es so gut wie nicht. Eines wird jedoch sehr schnell deutlich: Der größte Vorteil für Damon Hill ist nicht sein Talent – da hat Schumacher mehr zu bieten –, nein, es ist der geniale Wagen des Williams-Teams. Teamchef Frank Williams legt bekanntermaßen besonderen Wert auf die Konstrukteurswertung. Schumachers Wagen wiederum ist zwar nicht so gut, aber auch wahrlich nicht schlecht. So zeichnet sich früh eine Patt-Situation ab, die endlich wieder einmal für Spannung in der Formel-1 sorgen würde. Die Marschroute ist klar: Hill soll Weltmeister werden, der neu verpflichtete Fahrer David Coulthart ihn dabei unterstützen. Bis zum Ende der Saison stehen die Chancen dafür nicht schlecht, die beiden großen Kontrahenten liegen fast gleichauf.

‚Schummel-Schumi‘ in Aktion

Freilich sorgt dafür auch der eine oder andere Skandal. So wird z.B. nach dem Schumacher-Sieg in Imola gegen Benetton wegen angeblicher Verstöße gegen das Verbot elektronischer Fahrhilfen ermittelt. In Silverstone ignoriert der Champion in spe mehrfach die schwarze Flagge, die ihm wegen unerlaubten Überholens seines Konkurrenten gezeigt wird. Schumacher beteuert seine Unschuld. In Hockenheim wird erneut gegen Benetton ermittelt, weil der Wagen des Teamkollegen beim Tanken in Brand gerät (eine regelwidrig hohe Pumpleistung?), in Spa-Francorchamps schließlich entdeckt man beim Benetton-Renault eine zu dünne Holzplatte am Wagenboden. In der deutschen Boulevardpresse orientiert man sich derweil in Sachen Wortspiel am britischen Vorbild und nennt Schumacher längst nur noch ‚Schummel-Schumi‘. Mit soviel *Humor* sieht die FIA diese Vorkommnisse nicht, Schumacher wird wahlweise disqualifiziert oder gesperrt. Deshalb schafft es Hill, stets auf Tuchfühlung zu bleiben. Ross Brawn, der verantwortliche Chefkonstrukteur bei Benetton, weist natürlich jede Betrugsabsicht weit von sich. „Dass sich die Formel-1 immer öfter in juristische Kleinkriege verstrickt, erklärt er mit einer Philosophie, die sich wie die PS-starke Variante von Hase und Igel liest: Im Weltverband, sagt Brawn stellvertretend für alle Formel-1-Ingenieure, ‚denkt ein Hirn darüber nach, wie man Autos langsamer machen könnte. Auf unserer Seite sind es hundert, die das Gegenteil wollen. Wir werden immer gewinnen.‘“ Diese Informationen liefert DER SPIEGEL⁶³⁰, der sich natürlich auch in bezug auf die Formel-1 nicht seiner gewaltigen Stimme enthält. Er hat das *Ausmaß* des Mediensports Formel-1 und sein technisches Fundament präzise erkannt: „Die Formel-1-Betriebe beschäftigen Ingenieure, die ihr Hand- und Denkwerk in Raumfahrtunternehmen gelernt oder zuvor Helikopter konstruiert haben. Ihnen stehen Budgets zur Verfügung, wie sie kein vergleichbarer Industriebetrieb ausgeben kann: 20, 30, 50 Millionen Dollar pro Jahr.“ In der Turbo-Ära Mitte der 80‘er Jahre z.B. kitzelten die Ingenieure bis zu 1.500 PS aus den dennoch leichten Motorblöcken, in den 90‘er Jahren hantierten sie mit dem ultraleichten, aber

⁶³⁰ Nr.14/1995.

hochtoxischen Konstruktionsmaterial Beryllium.⁶³¹ Nicht zuletzt auch wegen dieser genialen Ingenieurskunst bleibt Hill dicht bei seinem deutschen Rivalen.

Dann folgt das Regenrennen in Suzuka, das vorletzte Rennen der Saison. Es regnet in Strömen und das Rennen, eine einzige Wasserschlacht, droht zur Farce zu verkommen. Und Schumachers Benetton-Team fährt die falsche Boxen-Strategie, so dass Hill gewinnt. Nun muss das letzte Rennen in Adelaide die Entscheidung bringen – ein Saisonende nach Maß für Fans, Fahrer und nicht zuletzt die Sponsoren und Bernie Ecclestone, den ‚Paten‘ der Formel-1.

Showdown in Adelaide 1994: „Wenn die Motoren aufheulen...

Adelaide also muss die Entscheidung bringen. Schon im Vorfeld des Grand-Prix kracht es heftig, und zwar auf genauso wie abseits der Piste. Im ersten Zeittraining unterläuft Michael Schumacher ein schwerer Fahrfehler, wie die F.A.Z.⁶³² in großer Aufmachung berichtet. Das Pressefoto zeigt einen zerstörten Rennwagen, dessen linker hinterer Reifen abseits des Wracks zu finden ist. Die Bildunterschrift ist symptomatisch: „Radlos aber nicht ratlos. Michael Schumacher verunglückt bei dem letzten Versuch im ersten Qualifikationstraining, die Zeit des Briten Nigel Mansell zu unterbieten. Der Kerpener bleibt unverletzt und guten Mutes.“ Im Text spielt aber auch Damon Hill eine Hauptrolle. Man weiß zu berichten, dass er unzufrieden sei mit seiner Situation bei Williams – zu wenig Geld, zu wenig Anerkennung, dabei habe er doch das Vertrauen seines Teams wahrlich zurückgezahlt. Hill, so schreibt die F.A.Z., habe einen „Hilferuf“ gestart, womit er seinen Chef, „den Mann im Rollstuhl“, nicht beeindruckten könne: „Damon ist in den letzten Jahren sehr gereift. Er ist aber noch nicht auf einer Ebene mit Piloten wie Ayrton Senna, Alain Prost oder Nigel Mansell.“ Bei Damon Hills Palastrevolution stellt sich die Frage, ob der Zeitpunkt wenige Tage vor dem wichtigsten Rennen des Jahres klug gewählt war. Benetton-Chefkonstrukteur Ross Brawn spottete selbstbewusst: „Vielleicht hat Hill nach dem Finale keine Gelegenheit mehr, noch irgendetwas zu fordern.“ Hilferuf und Palastrevolution – wahrlich starke Worte des *Mitleids* und der *Häme* zugleich. Dann wird Schumacher zitiert, wie er großmütig zugibt, dass er nicht böse sei, wenn Hill den Titel gewänne, weil er ja in seinem Alter wohl die letzte Chance zum ganz großen Coup habe.

...bläst das jeden Gedanken aus dem Hirn“⁶³³

Dann folgt das alles entscheidende Rennen. Nach dem Start läuft es zunächst wie geschmiert für Schumacher. Hill hat das Nachsehen und kann nur im Windschatten hinterherfahren. So jagen die beiden Runde um Runde über den Kurs. Doch dann passiert es. Die F.A.Z.⁶³⁴ berichtete am darauffolgenden Montag: „Die 36. [Runde] wurde für Schumacher und Hill zur ‚Schicksalsrunde‘: Der achtmalige Saisonsieger, der über ein schlechtes Fahrverhalten seines Rennwagens klagte, rutschte, in Führung liegend, mit dem Benetton über eine Bodenwelle ins Gras und touchierte danach die Betonmauer. Auf die Piste zurückgeschleudert, konnte er nicht mehr richtig lenken. Sein rechts an ihm vorbei drängender Konkurrent traf mit dem linken Vorderrad seines Williams-Renault den

⁶³¹ Vgl. WWW.SPORT1.DE, Artikel vom 16.12.1999.

⁶³² Ausgabe vom 12.11.1994.

⁶³³ BILD vom 14.11.1994.

⁶³⁴ Ausgabe vom 14.11.1994.

rechten Hinterreifen des Benetton. ‚Ich flog durch die Luft und befürchtete einen Überschlag‘, so schilderte der Deutsche die Situation. ‚Ich hing im Reifenstapel, und das Rennen war vorbei für mich. Als ich Hill weiterfahren sah, dachte ich, jetzt ist alles aus.‘ Aber auch der Williams-Renault des Engländers war beschädigt. Hill fuhr langsam an die Box. Dort stellte sich heraus: die Schäden an der Radaufhängung sind nicht zu beheben.“ Das war es für den Engländer – und die deutsche Presse jubelt. Während die F.A.Z. noch fast mit emotionsloser *Neutralität* titelt „Ein Fahrfehler bringt Michael Schumacher den Weltmeistertitel“, ist BILD⁶³⁵ nicht zu halten: „Schumi, Schumi, Superman“. Die *Übertreibung* ist damit noch nicht ausgereizt: „3 Runden Hölle – dann nur noch Jubel“. Wenn die Hölle so nah ist, darf der Himmel nicht fehlen: „Schumi taumelt. Das Glück trifft ihn wie ein Keulenschlag. Er stammelt ‚ist das wahr, ist das wahr?‘ Wie in Trance geht er an Menschen vorbei, streichelt über Köpfe, Schultern. Und starrt immer wieder hoch zum Himmel.“ Mit viel *Emotionalität* wird Schumacher in BILD Weltmeister von Gottes Gnaden und damit endgültig zur neuen deutschen Lichtgestalt erhoben: „Hier spricht der neue Weltmeister, der erste deutsche in der Formel-1“.

Anders sehen es die Briten. Deutliche Worte findet der DAILY MIRROR: „Betrug – Schu der Rempler raubt Damon den Ruhm und 1,6 Millionen Pfund. Von einem Sonntagsfahrer hätte man erwarten können, dass er einem quer über die Fahrbahn vor das eigene Auto zieht, nicht aber vom Weltmeister.“ THE GUARDIAN will bemerkt haben, dass Schumacher kurz vor der Kollision sehr wohl in den Rückspiegel geschaut und folglich Hill heranpreschen gesehen habe, THE INDEPENDENT meint: „Schumachers Ansehen ist mit einem Schlag ins Zwielflicht geraten. Hill aber kehrt heim als ein ehrenwerter Zweiter, in der besten Tradition britischer Sporthelden.“ Die Formel ist einfach: Hill ist der faire Brite, Schumacher hat in bester deutscher Tradition die ‚fair bet‘ gebrochen. Diese Art von *Personalisierung*, *Nationalismus* und *Moralisierung* ist griffig und passt in das britische Selbstverständnis. Und offenbar sind die britischen Medienmeinungen trotz *Nationalismus* und extremer *Negativität* so abwegig nicht.

Die GAZETTA DELLO SPORT nennt Schumacher einen „Engel aus Eis“ und tadelt: „Schumacher, ein grausamer König. Er begeht einen Fehler, fährt Hill an und ist Weltmeister.“ In das gleiche Horn stößt CORRIERE DELLA SERRA: „Schumacher, der Rausschmeißer, wird Champion der Autoscooter.“ Die BASELER ZEITUNG wägt mit Bedacht ab: „War es ein Foul oder ein ganz gewöhnlicher Rennunfall?“ Für den Wiener KURIER steht die Antwort indes fest: „Weltmeister durch bösen K.o.-Schlag.“ Die spanische SPORT bemüht dieselbe Metaphorik, sieht die Sachlage aber exakt anders: „Schumacher war clever und gewann durch technischen K.o. in der letzten Runde.“⁶³⁶ Einzig in den deutschen Medien stellte niemand ernsthaft die Leistung Schumachers in Frage. Nur in einem war man sich international wohl einig: Adelaide lieferte zum Saisonende in einem beträchtlichen *Ausmaß* genau das, was man sich von einem Formel-1-Medienereignis als Journalist und Sportfan nur wünschen

⁶³⁵ Ausgabe vom 14.11.1994.

⁶³⁶ Diese Aussagen wurde von der F.A.Z. (15.11.1994) referiert.

kann: *Emotionalität, Personalisierung, Negativität, Action und Dynamik, Drama und Tragödie*.⁶³⁷

Aida 1995: „He won at a canter, and then the party began“⁶³⁸

Es ist wiederum Michael Schumacher, der die WM im Jahr darauf gewinnt. Die Medien sind sich nun auch international einig darüber, dass er den Titel verdiene, da er der beste Fahrer sei. Die F.A.Z.⁶³⁹ spricht vom „Triumphmarsch in Aida“, und „Schumacher fährt den Zweifeln davon“ titelt THE TIMES⁶⁴⁰, sieht in seinem Sieg gar den Triumph des Menschen über die Maschine. DIE WELT weiß: „Mit Tränen in den Augen tanzt Schumacher Polka“. Die wahre *Bedeutung* dieses Sieges erschließt sich erst, wenn man weiß, dass der Deutsche nun zum jüngsten Doppelweltmeister aller Zeit geworden ist. Doch dieser Sieg ist nicht das eigentliche Medienereignis der Formel-1-Saison. Das währt fast das ganze Jahr und besteht in einem *Konflikt* zwischen Michael Schumacher und Damon Hill, wie ihn die Welt noch nicht gesehen hat. Aida markiert dabei nicht einmal den Höhepunkt, obwohl das Benehmen der beiden seltsam genug erscheint. DIE WELT beobachtet genau: „Leichte Misstöne gab es dennoch. Schumacher unterstellte seinem Rivalen Hill, ihn beim Start behindert zu haben. ‚Damon ist vom Gas gegangen, hat mich bewusst neben sich kommen lassen und abgedrängt. Ich fiel auf den fünften Platz zurück. Das war sehr unfair von Hill‘, sagte er. Der Brite sah das anders: ‚Das ist Blödsinn. Ich respektiere seine Leistung und bin auch nicht sauer darüber, daß ich es wieder nicht geschafft habe. Ich finde es nur unverschämt, wenn sich Schumacher jetzt künstlich so aufbläst.‘ Er war aber auch Sportsmann genug, um dem Deutschen auf der Pressekonferenz zum WM-Titel zu gratulieren, worauf der ein ‚thank you‘ ins Mikrofon hauchte, ohne seinen Rivalen eines Blickes zu würdigen. Die F.A.Z.⁶⁴¹ befindet: „Auch nach diesem Rennen wurde allzu deutlich, dass die beiden Hauptfiguren des Rennens sich überhaupt nicht mögen. So betonte Hill, dass er Schumacher als Rennfahrer bewundere. Die besondere Betonung machte deutlich, dass Hill von dem Menschen Schumacher nicht allzu viel hält. Was auf Gegenseitigkeit beruht.“ In einem Interview mit der F.A.Z. verweigert Schumacher die Antwort auf die Frage, ob es außerhalb der Rennstrecke Animositäten gebe. Obwohl die Briten an Schumachers Überlegenheit nicht zweifeln, beschreibt THE TIMES durchaus mit *Sympathie* für Hill die Hintergründe des Finales. Hill habe mit Bitterkeit über die Beschwerden des Deutschen gesprochen. In der Tat sei er in die Pressekonferenz hereingeplatzt und habe seinen Rivalen unterbrochen mit den Worten: „Warum sagst du ihnen nicht, was du mir vorhin gesagt hast?“⁶⁴² Als Schumacher ablehnt, habe er fortgefahren: „Er war nicht zufrieden mit dem, was ich während des Rennens getan hatte. Ich finde das sonderbar. Wir können tun, was wir wollen, so lange es nicht absicht-

⁶³⁷ Die Aussagen der ausländischen Medien hätten gar nicht direkt recherchiert werden müssen. Getreu dem Medienprinzip, einander zu zitieren, hatte die F.A.Z. alle Informationen akribisch zusammengetragen.

⁶³⁸ THE TIMES vom 23.10.1995. Wörtlich: Er landete einen Kantersieg und dann begann die Party.

⁶³⁹ 23.10.1995.

⁶⁴⁰ 23.10.1995. Wörtlich: „Schumacher drives away doubts“.

⁶⁴¹ 23.10.1995.

⁶⁴² Wörtlich: „Why don't you tell them what you just told me“.

lich gefährlich ist.“⁶⁴³ So verärgert sei Hill gewesen, dass ein Crewmitglied mit pantomimischer Einlage vorspielte, sich die Hände an Hills Container zu wärmen, als dieser mit „weißglühender Frustration“⁶⁴⁴ drinnen saß... THE INDEPENDENT⁶⁴⁵ berichtet von dem Ärger ähnlich unverblümt und spricht von einem „post-race clash“⁶⁴⁶. Welche *Moralität* soll man hier anlegen? Die Medien lassen es offen, lassen viele Zitate der beiden Rennfahrer im Raum stehen. Allein der Gesamtsieg wird auf beiden Seiten des Kanals als gerechtfertigt empfunden. „Titel ohne Makel und Mythos“ kommentiert z.B. die F.A.Z., würdigt die Leistung, sieht jedoch bei Schumacher zu wenig Ausstrahlung (so klappt es mit der publikumswirksamen Kombination aus *Personalisierung* und *Sympathie* nämlich nicht richtig). Doch das ist Nebensache angesichts des *Konflikts* der beiden Rivalen, bei dem selbst THE TIMES von einem „war of words“, einem Krieg der Worte spricht, den ein verärgertes Hill allerdings anheize. Offenbar ist der Kantersieg Schumachers für die britischen Medien Argument genug, *Ethnozentrismus* und *Emotionalität* in Grenzen zu halten. Das ist für dieses Jahr nicht unbedingt typisch.

„Hass“⁶⁴⁷ – Eine Schlagzeile ist Programm

„In der Formel-1 macht sich immer mehr Boulevardjournalismus breit. Das hat ein paar Vorteile, aber auch Nachteile. Diese Blätter suchen das Spektakel, nicht das eigentliche Rennengeschehen. Das macht die Sache zum Pulverfass.“
Formel-1-Star Ralf Schumacher⁶⁴⁸

Vor allem die Presse treibt die Rivalität der beiden Rennfahrer voran. In Deutschland ist es erwartungsgemäß die BILD-Zeitung, in Großbritannien sind es diverse Boulevardblätter. Die Saison ist geprägt von den deutsch-britischen Scharmützeln. In Magny Cours etwa soll Hill in der 13. Runde in Führung liegend abrupt abgebremst und dadurch Schumacher, der direkt hinter ihm fährt, in große Gefahr gebracht haben. Der Deutsche gewinnt schließlich vor dem Briten. BILD⁶⁴⁹ titelt in flammenähnlich gestalteten Riesenlettern: „Hass. Schumi & Hill. Brems-Attacke bei 290 km/h“. Ein geschickt konstruiertes Foto zeigt nebeneinander die Augen beider Fahrer; Schumacher blickt geradeaus, während Hill jedoch aus schmalen Schlitzfenstern auf Schumacher zu schauen scheint. Er nimmt ihn sozusagen ins Visir. BILD verwendet das Schema *Ethnozentrismus* und *Sympathie* für Schumacher. Der Deutsche wird zu „Schumi“, aber der Brite bleibt „Hill“. BILD ist sich sicher: „Schumi und Hill – jetzt ist es nur noch Hass.“ Auch die F.A.Z.⁶⁵⁰ sieht den *Konflikt* („Michael Schumacher schimpft über Damon Hill. ‚Ich dachte, jetzt knallt es‘“) und meint, wenn auch wesentlich moderater, dass Schumacher indirekt Rache angekündigt habe. THE SUN⁶⁵¹ sieht die Dinge freilich krasser. Man titelt mit der angeblichen Drohung Schumachers „I’ll ram you off, Hill“ („Ich werde dich von der Strecke rammen,

⁶⁴³ Wörtlich: „He was not happy with what I did a couple of times during the race. I find that extraordinary. We are free to do what we like until it is not deliberately dangerous“.

⁶⁴⁴ Wörtlich: „the white heat of Hill’s frustration“.

⁶⁴⁵ Ausgabe vom 23.10.1995.

⁶⁴⁶ Frei übersetzt: Zusammenprall nach dem Rennen.

⁶⁴⁷ BILD vom 04.07.1995.

⁶⁴⁸ WWW. SPIEGEL.DE, Interview vom 15.05.2000.

⁶⁴⁹ Ausgabe vom 04.07.1995.

⁶⁵⁰ Ausgabe vom 04.07.1995.

⁶⁵¹ Ausgabe vom 03.07.1995.

Hill‘), und zwar in Riesenlettern.⁶⁵² Da ist vom „outburst“ (,Ausbruch‘) die Rede, von einem Schumacher, der gegen seinen bitteren Feind schäumt, obwohl er ihn doch geschlagen hat. Man zeigt Bilder eines grimmigen Hill und eines jubelnden Schumacher und gibt zu, dass der Deutsche den Briten deklassiert habe. Immerhin relativiert THE SUN bei aller *Sensationsmache* den *Ethnozentrismus*. Doch am nächsten Tag lässt man Hill „zurückfeuern“: „Schu’ll be sorry“ (,Schu wird es leid tun‘). So sei ein hochoktanischer Silverstone-Showdown zu erwarten.⁶⁵³

Der tritt in der Tat ein, und bereits im Vorfeld ruft THE SUN⁶⁵⁴ den Krieg aus, allerdings den zweier Rennfahrer und nicht zweier Nationen; man bleibt beim *Konflikt* und der *Personalisierung* – möglicherweise ist die *Prominenz* beider Piloten bereits so groß, dass man auch ohne den Zweiten Weltkrieg zu beschwören genügend Leserinteresse weckt. Der *Konflikt* habe den Siedepunkt erreicht, aus einer Rivalität sei offener Krieg geworden. „Schu’s a clone“ (,Schu ist ein Klon‘) soll Hill gesagt haben. Sein Ausbruch, so THE SUN, stehe im kompletten Kontrast zu seinem sonstigen Naturell, aber er und Schumacher seien nun mal keine Freunde, und wenn es eben ginge, würde er den Deutschen nicht einmal grüßen. So viel *Negativität* ist wahrlich ein Geschenk für die Boulevardpresse. Auch die F.A.Z. sieht die beiden Rivalen als „Spielball der Medien, weil sie nicht [außer über die Medien] miteinander reden.“⁶⁵⁵ „Hill schürt den Krieg der Worte“ in THE SUN, und DAILY EXPRESS sieht das „gefährlichste Duell der Welt“⁶⁵⁶ heraufziehen, denn „nach einem Jahr der Bitterkeit dreht Renn-Ass Hill auf zum Zusammenstoß mit seinem Nr.1-Rivalen Schumacher.“⁶⁵⁷ Hill wiederum ist nach einem offensichtlichen Blick in die Presse von diesem *Ausmaß* beeindruckt und lässt verlauten, man solle keinen „falsch verstandenen Antagonismus pflegen“.⁶⁵⁸ Zyniker behaupten indes, der Zweikampf sei endlich eine „willkommene Erfrischung“ im ansonsten wenig abwechslungsreichen Formel-1-Renngeschehen des Jahres.⁶⁵⁹ Auch die Illustrationen der Presse unterstreichen das Rollenspiel: Hill wird meist finster dreinblickend abgelichtet, während Schumacher eher mild in die Kamera zu blicken scheint. Der Brite erscheint visuell als rechter Unsympath – zu Recht?

Wie dem auch sei, am großen Renntag in Silverstone freut sich dann am Ende mit Johnny Herbert der Dritte. Bis zur 41. Runde waren noch keine besonderen Vorkommnisse zu vermelden. Die beiden Piloten rasten dicht auf dicht, Schumacher vorn, Hill dahinter um den Kurs. Dann passiert es: „Aus, aus, sie sind beide draußen.“ [der Streckensprecher]. Die Hoffnung, dass zum ersten Mal in dieser Saison ein Überholmanöver auf der Strecke ein Rennen entscheiden würde, zerstörte Hill in der Priory-Kurve, wo er laut Schumacher der Vernunft hätte Priorität geben sollen [nettes Wortspiel]. „Ich war völlig überrascht, dass Hill plötzlich da war und mein Wagen in der Luft hing. An dieser Stelle kann man seit dem Umbau nicht mehr überholen. Ich kann zwar

⁶⁵² Die Lettern waren in der Tat so groß, dass man sie auf dem bloßen Mikrofiche erkennen konnte.

⁶⁵³ THE SUN vom 04.07.1995.

⁶⁵⁴ Ausgabe vom 11.07.1995.

⁶⁵⁵ Ausgabe vom 15.07.1995.

⁶⁵⁶ Wörtlich: „The most dangerous duel in the world.“

⁶⁵⁷ Wörtlich: „After a year of bitterness, race ace Hill revs up for a clash with his No 1 rival Schumacher at Silverstone“.

⁶⁵⁸ F.A.Z. vom 15.07.1995.

⁶⁵⁹ EBD.

verstehen, dass Damon sein Heimatrennen gewinnen will, aber er sollte sich dennoch beherrschen.' Hill beurteilte die Situation anders: ‚Es war ein Rennunfall. Ich hielt es für gerechtfertigt, dort zu überholen.‘“ Was die F.A.Z.⁶⁶⁰ hier mit relativer *Sachlichkeit* schildert, ist der Auftakt zu einem Entrüstungssturm gegen Hill in der britischen Boulevardpresse.⁶⁶¹

„Jetzt haben wir Krieg“ schreibt DAILY EXPRESS und will im Blick des Deutschen eine Kampfansage gegen seinen britischen Rivalen entdeckt haben. „Wer auf der Autobahn so gefährlich und sorglos fährt, würde für lange Zeit den Führerschein verlieren“, ist sich THE INDEPENDENT sicher. Auch DAILY STAR erklärt einen „verrückten Hill“ zum „Unfallverursacher“. Die Wellen schlagen also extrem hoch, und man beobachtet das Geschehen offenbar sehr genau. Obwohl immer wieder Anflüge des berüchtigten *Nationalismus*⁶⁶² bzw. *Ethnozentrismus*⁶⁶³ der britischen Boulevardpresse zu beobachten sind, ist die Heftigkeit längst nicht vergleichbar mit den Extremen zur Zeit der Fußball-EM 1996. Zu stark ist offenbar Schumacher und zu hitzköpfig Hill. Außerdem lässt sich ein Formel-1-Zweikampf durch journalistische Interpretationen weniger manipulieren als Fußballspiele, bei denen ganze Mannschaften aufmarschieren und der Ball über neunzig Minuten in allen möglichen Situationen in alle möglichen Richtungen gekickt wird. Die Formel-1 erlaubt nur zwei Fahrer pro Team und (notwendigerweise) ein Auto pro Fahrer, und sie kennt nur eine Richtung: nach vorn, notfalls bis zum Aufprall. Das hatten einige britische Fans in Silverstone auch verstanden und ein dem Zweikampf adäquates, unübersehbares Transparent entrollt: „Damon, wenn nichts geht, ramm‘ ihn“⁶⁶².

Schumacher bittet indes über die Medien seine Fans, Hill fair zu behandeln. Der Brite reagiert, und so steigen in Hockenheim beide Fahrer in dasselbe Cabriolet zur Ehrenrunde. Hill sei darüber froh, weil er demonstrieren wolle, dass man nicht Krieg führe, sondern Sport treibe.⁶⁶³ In Budapest gewinnt dann überraschend der Brite, und die britische Presse jubelt:⁶⁶⁴ „Hill der Held zerbläst Schu“ und beweise wieder einmal, dass er als einziger „Schumacher eine Tracht Prügel verpassen könne“. Kleines Schmankerl am Rande: THE SUN⁶⁶⁵ nennt den Sieg mit doppeldeutigem Wortspiel „hun-believable“ (eigentlich ‚unbelievable‘ = unglaublich); „hun“ spielt hier sowohl auf den deutschen Schumacher (hun = Hunne), als auch auf das Gastgeberland Ungarn (englisch: Hungary) an. Doch aller Sprach-*Humor* nützt nichts, in Spa-Francorchamps hindert Schumacher seinen Rivalen laut Rennjury am Überholen, und er bekommt wegen „eines Verstoßes gegen den ‚Sport-Kodex‘“ eine Sperre von einem Rennen auf Bewährung aufgebremmt. Diese Sperre hat Schumacher medienpolitischen Überlegungen zu verdanken. Weil die Formel-1 arm an spektakulären Überholmanövern geworden ist, hilft der Motorsport-Weltverband (FIA) nun künstlich durch Regelverschärfung nach. Wieder einmal zeigen die Medien – wenn auch indirekt – ihre Macht. Die britischen Medien loben die Leistung des Deutschen, kritisieren aber dessen aggressive Fahrweise.⁶⁶⁶ Immerhin haben sich die

⁶⁶⁰ Ausgabe von 17.07.1995.

⁶⁶¹ Die folgenden Zitate stammen aus der F.A.Z. vom 18.07.1995, die das britische Presseecho akribisch referiert. Die britischen Originale waren nicht mehr verfügbar.

⁶⁶² EBD.

⁶⁶³ Vgl. F.A.Z. vom 29.07.1995.

⁶⁶⁴ THE SUN vom 14.08.1995. Wörtlich: „Hero Hill blasts Schu away“ und „And he again proved he is the only one capable of giving Schumacher a thrashing on the track“.

⁶⁶⁵ EBD.

⁶⁶⁶ So referiert in der F.A.Z. vom 29.08.1995.

beiden auch diesmal leicht touchiert. BILD schäumt geradezu mit *Ethnozentrismus* und *Übertreibung*: „Das Skandal-Urteil von Spa und seine Folgen[:] Schumi muss Hill überholen lassen. (...). Der gedemütigte Hill, in Spa vom achten Startplatz auf Rang 2, stänkert: ‚Schumacher ist Weltmeister im Radschlagen.‘“

In Monza schließlich fliegen beide Kontrahenten von der Strecke, nachdem Hill ein Bremsmanöver missglückt ist. Der entschuldigt sich indirekt, erhält eine Sperre auf Bewährung. Damit ist dieser Zwischenfall scheinbar erstaunlich schnell beigelegt. Doch dann meldet sich der Pate persönlich zu Wort. Bernie Ecclestone wendet sich warnend an die Fahrer: Die Autos seien nicht so sicher, wie die Piloten vielleicht glaubten. Vielleicht müsse sich aber auch die FIA härtere Strafen überlegen.⁶⁶⁷ Die Warnung zeigt offenbar Wirkung. In Estoril gewinnt Schumacher, während Hill gar nur dritter wird, aber es kommt zu keinen Zwischenfällen. Plötzlich passiert auf der Pressekonferenz, so die F.A.Z.⁶⁶⁸, die „Überraschung in Estoril[:] Michael Schumacher lobt Damon Hill“. In einer brenzligen Situation in der 62. Runde habe Hill „sofort wieder aufgemacht“. Der Brite allerdings wirke „[g]edemütigt und genervt“, habe wohl die WM verloren. Fast zeigt die F.A.Z. *Mitleid* mit ihm. Den Titel sollte er in der Tat in diesem Jahr nicht mehr gewinnen.

Dämon Hill

Das „gefährlichste Duell der Welt“ hat ohne Zweifel die Medien und Menschen glänzend unterhalten. Als besondere Art der *Sympathie*-Bekundung für Damon Hill ließ sich die britische Boulevardpresse eine beeindruckende Zahl an Spitznamen für ihn einfallen, die allesamt die Atmosphäre des legendären Zweikampfes reflektieren: Von „Damon Thrill“⁶⁶⁹, dem aufregenden Damon, war die Rede und vom „battling Brit“⁶⁷⁰, dem kämpfenden Briten. Man ernannte ihn zum „British Star“⁶⁷¹, zum „British Hero“⁶⁷² oder zum „Hero Hill“⁶⁷³. Diese Spitznamen reflektieren nicht nur den Ruhm, sie klingen auch lautlich gut – die britischen Boulevardjournalisten, besonders die von THE SUN, machten ihrem Ruf als glänzende Wortspielschöpfer alle Ehre. Auch „race ace“⁶⁷⁴ (Renn-Ass) und „Williams ace“⁶⁷⁵ hat Charme. Am treffendsten reflektieren wohl die beiden folgenden Erfindungen die Rolle des Briten: „Demon Hill“⁶⁷⁶ (Dämon Hill) und „Demon Damon“⁶⁷⁷ (Dämon Damon). Kein Wunder: Damon Hill lieferte sich zweifellos einen dämonischen Zweikampf mit Michael Schumacher.

„A good win for a good man“⁶⁷⁸

Mit dem Titelgewinn klappt es 1996 schließlich doch noch. Diesmal gibt es keine Scharmützel und der einzige, der Hill noch den Titel streitig zu machen

⁶⁶⁷ Vgl. F.A.Z. vom 13.09.1995.

⁶⁶⁸ Ausgabe vom 26.09.1995.

⁶⁶⁹ THE SUN vom 14.08.1995.

⁶⁷⁰ EBD., 12.08.1995.

⁶⁷¹ EBD., 11.07.1995.

⁶⁷² EBD., 03.07.1995.

⁶⁷³ EBD., 14.08.1995.

⁶⁷⁴ DAILY EXPRESS, genaue Ausgabe nicht mehr nachvollziehbar.

⁶⁷⁵ DAILY MIRROR vom 21.10.1995.

⁶⁷⁶ THE SUN, 15.08.1995.

⁶⁷⁷ THE SUN, 12.08.1995.

⁶⁷⁸ THE TIMES vom 14.10.1996.

sucht (oder ist es doch nur ‚Medienrealität‘?) ist Teamkollege und Indy-Car-Champ Jacques Villeneuve, der energische Kanadier. Noch im Sommer zitierte THE TIMES⁶⁷⁹ dessen Manager mit den Worten, „dass Damon ein Problem habe“, weil sein Schützling immer besser werde. Doch diese Anflüge von *Konflikt* werden gleich wieder mit dem Verweis auf den gesunden Respekt von Villeneuves Team für Hill gedämpft – man beschwört die ‚fair bet‘. Am Tage des Triumphs zeigt sich die Zeitung⁶⁸⁰ beeindruckt von Hills Auftreten: Er habe seine Frau umarmt, sich nach den gemeinsamen Kindern erkundigt und sogar bei seinem Team bedankt, welches ihn im nächsten Jahr nicht mehr weiter beschäftigen werde. Plötzlich ist der Brite endgültig ein wahrer britischer Sportsmann, dessen Werthaltungen aus einer anderen Zeit zu stammen scheinen. Er sei dem Alptraum seiner Selbstzweifel und seines Strebens davon gefahren. THE INDEPENDENT schmückt den Rennbericht mit einem Foto von riesigen Ausmaßen, welches zeigt, wie Hill mit Champagner übergossen wird, und titelt: „Der jubilierende Hill erreicht den Gipfel“.⁶⁸¹ Man zitiert zahlreiche Stimmen (z.B. von Ehefrau Georgie, von Reporter-Ikone Murray Walker oder von Frank Williams), die alle den neuen Champion feiern, und meint, dass dieser verdient den Titel gewonnen habe. Auch auf deutscher Seite zollt man dem Briten Respekt. Die F.A.Z.⁶⁸², auch 1996 in ihrer *Sympathie*-Verteilung sehr Schumacherlastig, zeigt immerhin *Emotionalität*: ein Foto des weinenden Hill. Freilich platziert man optisch hervorgehoben Nikki Laudas Zitat, dass Hill die schwächste Leistung geboten habe, da er mit dem schnellsten Auto am längsten gebraucht habe, um Weltmeister zu werden. Im Kommentar vermerkt man, dass der sportliche Wert der WM nicht hoch gewesen sein könne, da Hill besonders wegen seines Wechsels zu Arrows als „Verlierer“ gelte, und sieht den „Weltmeister als Hinterbänkler“. Die F.A.Z. demonstriert hier einen erstaunlichen *Ethnozentrismus*. BILD⁶⁸³ bringt dem Briten diesmal viel mehr *Sympathie* entgegen. „Der Champion“ lautet die Schlagzeile, die mit Untertiteln voller *Emotionalität* ergänzt wird: „Hill weinte in den Armen seiner Frau“, es soll eine „Versöhnung mit Schumacher“ stattgefunden haben, und der Weltmeister selbst befindet: „Ich fühle mich wie eine Rakete“. Man zeigt Bilder eines lachenden Hill, der ja sonst eher griesgrämig in die Kamera zu blicken scheint. Schumacher „klopft seinem großen Gegner auf die Schulter, lächelt: ‚Ich weiß genau, was du jetzt fühlst. Gratulation. Du hast es verdient‘. (...) Hill gerührt: ‚Danke, Michael‘. Die Versöhnung nach Jahren bitterer Rivalität.“ Ja, man bedient sich sogar eines Reims und erzeugt Sprachwitz: „Dreimal probiert, jetzt ist es passiert: Hill ist im Williams der schnellste Mann der Welt.“ „Damon“ und „Schumi“ feiern in BILD einträchtig den Titelgewinn des britischen *Elite*-Fahrers. Der vergisst laut BILD auch seine Frau (und damit automatisch das Bedürfnis der Leserschaft nach *Liebe* und *Emotionalität*) nicht: „Küsse, Tränen. Minutenlang. Damon: ‚Ich liebe dich‘. Georgie: ‚Ich dich auch.““ Es erstaunt durchaus, dass ausgerechnet die größte deutsche Boulevardzeitung ein deutlich geringeres Maß an *Ethnozentrismus* einsetzt als die F.A.Z., wobei natürlich der Wahrheitsgehalt beider Berichterstattungen damit nicht evaluiert ist.

⁶⁷⁹ Ausgabe vom 13.08.1996.

⁶⁸⁰ Ausgabe vom 14.10.1996.

⁶⁸¹ Ausgabe vom 14.10.1996. Wörtlich: „Jubilant Hill reaches the summit“.

⁶⁸² Ausgabe vom 14.10.1996.

⁶⁸³ Ausgabe vom 14.10.1996.

„Gib Gas, ich will Zeitgeist“⁶⁸⁴

Auch im neuen Jahrtausend präsentiert sich die Formel-1 als veritabler Wirtschaftsfaktor. Schon 1997 sollen Daimler-Benz und Renault jeweils 40 Millionen Pfund (120 Millionen DM) in den Rennsport investiert haben. Renault ist derzeit ausgestiegen, aber Daimler dürfte noch ‚eins draufgelegt‘ haben. Andere Sponsoren zahlen nicht weniger. Was allein ein Michael Schumacher verschlingt, ist bekanntlich gigantisch. Die Formel-1 ist als Werbeträger so begehrt wie nie zuvor. „Finanziert wird die Branche größtenteils von Sponsoren der Konsumgüter, insbesondere der Genussmittelindustrie, sowie von Automobilunternehmen, die die Renner unter ihrem Namen laufen lassen. Und allen sollen die Rennen Ruhm und Rekorde bringen.“⁶⁸⁵ Schon liebäugelt Bernie Ecclestone mit Erlösen von ca. 1 Milliarde Dollar jährlich aus Übertragungsrechten des Digitalfernsehens. Auch der Börsengang der Formel-1 selbst steht zur Debatte. Doch der Kommerz hat seinen Preis: „Zu den bösartigen Innovationen freilich, über die der rennfiebrige Zuschauer bis zum heutigen Tag nur schwer hinwegkommt, gehört das Einblenden von Werbeblöcken, die das Live-Erlebnis gnadenlos zerhacken.“⁶⁸⁶ Wohl dem, der Digitalfernsehen besitzt. Doch das ist ein teurer Spaß, der die Formel-1-Gemeinde zu spalten droht. So lange die Formel-1 zum Zeitgeist zählt, sind zwar viele Zuschauer bereit zu zahlen. Aber was passiert, wenn die Preise noch weiter steigen oder sich der Zeitgeist ändert?

„Menschmaschine‘ Schumacher: Medienimage oder Realität?

Warum ist Michael Schumacher ein Idol? Vordergründig betrachtet, weil er der unbestritten beste Fahrer der Formel-1 ist. Hintergründig betrachtet, dito. Für eine klare Einteilung in die Typologie der Sportidole ist er fast schon zu profillos. Wenn überhaupt, dann ist er ein ‚aufgestiegener Angepasster‘. Berühmt wurde er neben den WM-Titeln durch das Duell mit Damon Hill, welches die Qualitäten der ‚Menschmaschine‘ erst richtig verdeutlicht hat: Schumacher besticht in den Medien nicht durch sein Auftreten. Mit stoischer Ruhe geradezu spult er die Interviews ab. Auch auf der Strecke agiert er offenbar kompromisslos berechnend und geht in einem unbezähmbaren Siegeswillen bis ans Limit und darüber hinaus. Hitzköpfig oder heißblütig ist Schumacher dabei aber nicht. Wenn doch, dann wird dieser eventuelle Charakterzug durch die Medien nicht transportiert. Schumacher agiert im Privatleben als ‚Angepasster‘. Damon Hill dagegen hatte zeitweise weder sich, noch seinen Wagen in der Gewalt und war so emotional-selbstzerstörerisch, dass selbst die britische Boulevardpresse ihren *Nationalismus* gelegentlich ‚vergaß‘. Mikka Häkkinen saß nach einem Fahrfehler schon weinend im Gras. Und Eddie Irvine stürzt (jedenfalls in den Medien) von einem Sex-Abenteuer ins nächste. Solche Charaktere kann der Fan mögen oder hassen. Als Schumacher zu Ferrari ging, drehte indes die Formel-1-Gemeinde fast durch. Allerdings mischten sich in Italien auch leise Töne der Zurückhaltung in den Chor: Worum es gehen sollte, ja musste, war allein der längst wieder fällige Weltmeistertitel für den Mythos Ferrari. Die ‚Menschmaschine‘ Schumacher schien genau die richtige Kontrolleinheit, um der heißblütigen Legende, dem unbeherrschten italienischen Hengst die Zügel anzulegen. Was die Massen und Medien offensichtlich begeistert, ist die vollkommene

⁶⁸⁴ F.A.Z., Ausgabe nicht mehr nachvollziehbar.

⁶⁸⁵ F.A.Z. vom 28.08.1999.

⁶⁸⁶ F.A.Z., Ausgabe nicht mehr nachvollziehbar.

Verbindung aus bestem Fahrer und mythenbehaftetem Gefährt. Und es beschleicht einen manchmal der Gedanke, das Auto überstrahle gar den Piloten. Als Schumacher 1999 verunglückte und lange brauchte, um zurück zu kehren, da wurde die italienische Presse ungehalten. Der Mythos verlangte Tribut. Einem nahbaren Publikumsliebling hätte man sicher verziehen, eine ‚Menschmaschine‘ hatte gefälligst zu funktionieren.

Schumacher ist eben kein Senna. Senna und Ferrari, das wäre wahrscheinlich das Göttliche gewesen. Senna war ein eckiger, kompromissloser Charakter, dem man es zugetraut hätte, bei einem Streit mit dem Teamchef die ‚Brocken hin zu schmeißen‘ und das Team zu wechseln. Schumacher käme nie in die Verlegenheit eines offenen Streits, es sei denn, man ließe ihn nicht als Siegfahrer starten. Schumacher ist einfach da und fährt wie ein Uhrwerk. Er dreht so sicher seine Runden, wie die Sonne täglich ihren Lauf nimmt und sich durch nichts aus der Bahn werfen lässt. Er verliert nie das Ziel aus den Augen und dabei ebenfalls nie die Beherrschung, freilich ohne opportunistisch zu sein. Schumacher ist das personifizierte Leistungsoptimum, und darum wird er verehrt. Sollte er eine Emotionalität oder typische Charaktereigenschaften besitzen, die ihn zum Liebling machen würden, dann haben die Medien versagt, sie zu transportieren; oder Schumacher in seinem Vermögen, die Medien zu nutzen. Womöglich will er das auch nicht. DIE ZEIT interviewte ihn vor der Saison 2000,⁶⁸⁷ und der Star ließ verlauten, dass sein sehnlichster Wunsch die Anonymität sei, dass er überhaupt früher nie ein berühmter Rennfahrer hätte werden wollen und sich nie erträumt habe, was berühmt sein bedeute. Im letzten Fernsehinterview vor dem Saisonauftakt lächelt, ja lacht Schumacher sogar gelegentlich. Nur einmal verengen sich seine Augen, sein Lächeln erstirbt, und er bestätigt das Klischee: „Ich will hier gewinnen, ganz klar!“⁶⁸⁸ Das nun deckt sich wieder mit seinen Aussagen in einem anderen Interview: „Ja, ich bin ein ziemlicher Egoist, aber nur auf der Rennstrecke, nicht im Privatleben. (...). Das ist ein Sport für Männer, kein Kindergarten. Außerdem sind alle großen Meister, nicht nur im Sport, Egoisten gewesen.“⁶⁸⁹ Punktum. Offenbar liegt gerade im völligen Fehlen jeglicher Allüren, was entscheidend zum Image der ‚Menschmaschine‘ beigetragen hat, die menschlichste Qualität des Champions.

⁶⁸⁷ Ausgabe vom 09.03.2000.

⁶⁸⁸ Aus einem Interview aus: *Formel-1-Warm-up*, RTL-Sendung vom 11.03.2000.

⁶⁸⁹ SCHUMACHER traf diese Aussagen laut WWW.SPIEGEL.DE, Meldung vom 17.03.2000 in der April-Ausgabe des rumänischen PLAYBOY.

Krombacher Pils – ein Synonym für Sportsponsoring: Interview mit Martin Lauffer, PR-Chef der Krombacher Brauerei

Die unabhängige Krombacher Brauerei nimmt im stark zersplitterten und darum knallhart umkämpften deutschen Biermarkt mit ihrer Hauptmarke „Krombacher Pils“ die Spitzenposition ein. Keine andere Biermarke wird in Deutschland derzeit häufiger ausgeschenkt. Dafür reicht der Brauerei ein Marktanteil von knapp fünf Prozent. Wesentlich zu diesem Erfolg beigetragen haben dürfte, neben dem markanten Geschmack des Getränks, das besondere Engagement der Brauerei im Sportsponsoring. Wer sich für Sport auch nur halbherzig interessiert, kennt Krombacher Pils. Genaue Zahlen über ihr Engagement veröffentlicht die Brauerei nicht oder jedenfalls nur sehr ungern. Insider munkeln von einem Gesamtwerteat um die 70 bis 100 Millionen Mark. Diese Summen führen die Behauptung einiger Wirtschaftswissenschaftler ad absurdum, nach denen mittelständische Unternehmen im Sportsponsoring keine Chance mehr hätten.⁶⁹⁰ Was Brauereien betrifft, scheint eher das Gegenteil der Fall zu sein.

T.K.: Herr Lauffer, wie sehen Sie die Rolle der Krombacher Brauerei im modernen Mediensport?

Martin Lauffer (M.L.): *Wir sind auf jeden Fall DER Sportsponsor in Deutschland, auch vom Bekanntheitsgrad bei den Sportinteressierten her. Wir haben uns bei den Zuschauern mittlerweile eine Position erarbeitet, die eine hohe Berechtigung, eine hohe Kompetenz als Sponsor reflektiert.*

T.K.: In welchen Medien wirbt Krombacher?

M.L.: *Von der klassischen Werbung her liegt der Schwerpunkt eindeutig auf dem TV und ergänzend hoch auflagige Publikumszeitschriften. Kein Funk, keine Plakate, keine Anzeige in Tageszeitungen. Ausnahmen bestätigen natürlich Regel, aber das sind dann kleinere Aktionen, z.B. im heimischen Raum. Wir müssen ohnehin zwei Felder des Sponsorings der Krombacher Brauerei unterscheiden: Das Sponsoring um den Schornstein, also das regionale Sponsoring, dass natürlich ganz anders aussieht als das nationale Sponsoring. Gerade national setzen wir auf die Fernsehsportarten.*

T.K.: Welche Sportarten sind das?

M.L.: *Nun, wir würden sicherlich kein Golf sponsern, weil Golf im Fernsehen nicht stattfindet. Wir konzentrieren uns innerhalb der Fernsehsportarten auf den klassischen Spot, der schöne Bilder aus unserer Heimatregion zeigt mit dem Schlüsselbild der Insel und unserem Produkt. Davon abgeleitet haben wir unsere Programmssponsoring-Trailer, die dann in der Ankündigung oder in der Abmoderation einer Sportübertragung eingeblendet werden – oder auch zwischendrin wie beispielweise in der Formel-1. Vor nicht allzu langer Zeit noch musste die Präsentation durch Trailer anders aussehen als der klassische Sport im Werbeblock. Für den Zuschauer muss eine klare Trennung erkennbar sein. Das Produkt oder Schlüsselbilder aus der klassischen Kampagne durfte man da gar nicht zeigen. Das ist inzwischen aufgeweicht worden. So gilt inzwischen auch die Faustregel nicht mehr, dass das Sponsoring nur als additive Maßnahme zur klassischen Kommunikation verstanden werden muss. Hier hat eine Verschiebung stattgefunden. Zum Programmssponsoring addieren sich zum Beispiel die Bandenwerbung und Werbung auf Startnummern. Natürlich kann man alle*

⁶⁹⁰ Vgl. HANDELSBLATT Nr.102/27.05.2000, 54: Im großen Sport hat der Mittelstand keine Chance.

Maßnahmen auch kombinieren, darüber gibt es sehr ausgefeilte Untersuchungen. Es gibt insgesamt die drei Felder klassische Werbung, Programmsponsoring und das Sponsoring einzelner Sportler oder Mannschaften, das eben dann meistens über Startnummern oder Trikotwerbung vollzogen wird.

T.K.: Sie haben mir noch nicht verraten, in welchen Sportarten sich die Krombacher Brauerei konkret engagiert...

M.L.: Zum einen im Fußball als der TV-Sportart Nr.1, die trotz leicht nachlassendem Interesse immer noch mit weitem Abstand vorn liegt.

T.K.: Ist wirklich ein nachlassendes Interesse zu beobachten?

M.L.: Zumindest bei den Männern ist eine gewisse Übersättigung zu beobachten. Erstaunlicherweise kommen nun mehr Frauen hinzu, allerdings nur bei großen Ereignissen wie Weltmeisterschaft, Europameisterschaft oder Länderspiele. Der klassische Bundesliga-Zuschauer ist immer noch der Mann.

T.K.: Nach meinen Recherchen hat als Sportart besonders die Formel-1 gegenüber dem Fußball aufgeholt...

M.L.: ...die Formel-1 hat in der Tat aufgeholt, was natürlich besonders an den erfolgreich vorne mitfahrenden Deutschen liegt. Genau den gegenteiligen Trend hat Tennis gerade zu verzeichnen, weil die Deutschen eben keine absoluten Toppspieler mehr haben. Hieran sieht man sehr schön, dass die Popularität einer Sportart auch an den sportlichen Erfolg von Landsleuten gekoppelt ist. Zurück zum Fußball: Hier engagieren wir uns im Programmsponsoring und der Bandenwerbung. Außer den Sportfreunden Siegen, mit denen wir im Rahmen unseres Regionalkonzepts einen Trikot-Werbevertrag abgeschlossen haben, sponsern wir keine Mannschaft. Im Programmsponsoring konzentrieren wir uns auf die Wettbewerbe UEFA und DFB-Pokal und ab der Saison 2000/2001 auch auf die Champions League. Mit Herta BSC Berlin haben wir einen Sondervertrag über Bandenwerbung und Ausschankrechte im Stadion.

T.K.: Warum sponsern Sie nicht die Bundesliga?

M.L.: Es gibt in Deutschland eine Bundesliga-Sendung und die heißt „ran“. Da ist bereits eine andere Brauerei langfristig engagiert. Ich würde nicht ausschließen, dass wir in eventuell sich auftuende Lücken in diesem Bereich vorstoßen würden. Allerdings sind die Einschaltquoten auch bei „ran“ rückläufig.

T.K.: Zurück zu den Sportarten...

M.L.: Gut, neben Fußball haben wir einen Block Formel-1 mit sämtlichen Übertragungen vom Training über Warm-Up und Rennen bis hin zu Rennanalyse und sogar Ankündigungstrailern. Darüber hinaus sind wir dem Eishockey sehr verbunden, so werben wir besonders im DSF und auf den Bully-Kreisen in den Stadien der DEL. Wir sind außerdem Hauptsponsor des Deutschen Leichtathletikverbandes DLV bei großen Meetings und auch über Startnummern. Dazu sind wir Presenting Sponsor der Biathlon Weltcupwettbewerbe. Biathlon hat ja durch den Erfolg deutscher Athletinnen und Athleten zusammen mit Skispringen einen enormen Aufschwung erlebt. Da sitzen am Sonntag morgen tatsächlich zwei bis drei Millionen Menschen vor den Bildschirmen, das ist für diese Sportart immens. Auch hier sind wir mit Banden- und Startnummernwerbung vertreten, wenn auch nicht bei allen Rennen.

T.K.: Wobei allerdings die Ranglisten der beliebtesten Sportarten sich als durchaus inkonsistent erweisen...

M.L.: ...was natürlich auch damit zusammen hängt, wann eine Befragung oder Analyse durchgeführt wird. Hier muss man einen Querschnitt, einen Trend bilden, und der ist eindeutig. Außer den genannten Sportarten gibt es wenig, was

wir als Fernsahsport bezeichnen würden. Gut, es gibt noch diverse alpine Ski-wettbewerbe. Einige Sportarten sind auch nur von Ereignissen geprägt, also nicht kontinuierlich. Nehmen Sie den Radsport. Radsport an sich ist keine Fernsahsportart in Deutschland, wohl aber ist die Tour de France ein Medienereignis sondergleichen. Dazu kommt vielleicht noch die kürzlich wiederbelebte Deutschland-Rundfahrt. Aber ein kontinuierliches Medieninteresse am Radsport, was dem Vergleich mit Fußball standhalten würde, gibt es nicht.

T.K.: Gibt es ein spezielles Erfolgsrezept der Krombacher Brauerei?

M.L.: Wir halten unserer konkreten Strategien sehr diskret. Natürlich gibt es die zwei Faustregeln für das Geschäft des Sportsponsorings: Sie müssen Kontinuität beweisen, dürfen also nicht heute dies und morgen das präsentieren, und sie müssen innerhalb eines Feldes, einer Sportart Kompetenz aufbauen. Andernfalls ist ihr Engagement zu verschwommen. Allerdings wird dieses Geschäft gerade für Neueinsteiger immer schwieriger, weil die klassischen Fernsahsportarten eben belegt sind und die finanziellen Mittel, die man einsetzen muss, immer höher werden. Wenn wir heute sagen, wir steigen aus der Formel-1 aus, würden die Interessenten Schlange stehen.

T.K.: Wie behandelt Krombacher das Thema ‚Doping‘?

M.L.: Hier können wir uns, so glaube ich, heraushalten. Doping überträgt sich nicht auf den Sponsor. Es gab wohl den Skandal bei der Tour de France 1998, wo der Sponsor Festina massiv und sehr direkt betroffen war. Aber letztendlich konnte Festina sogar daraus Kapital schlagen, viele Leute wollten eine ‚Doping-Uhr‘ besitzen und kauften Festina-Produkte. Allerdings ist das bei Uhren möglicherweise etwas anderes als bei Lebensmitteln... Wir wurden von der Thematik allenfalls durch die Dieter Baumann-Affäre berührt. Es gibt Bilder, die zeigen Herrn Baumann mit einer Krombacher-Startnummer. Ich glaube nicht, dass irgend etwas Negatives auf das Produkt Krombacher Pils abgestrahlt ist, gerade auch weil bis heute nicht geklärt ist, ob sich Herr Baumann nun wissentlich gedopt hat oder nicht. Inzwischen ist das Interesse an diesem Fall natürlich auch abgeflaut.

T.K.: Wie wichtig ist für Sie als Sponsor der Erfolg der Sportler?

M.L.: Er ist unsere Basis. Wie ein Sportler seine Erfolge erreicht, ist uns egal. Es sei denn, er greift zu unerlaubten Mitteln, und das kommt heraus. [Er lacht].

T.K.: Wie groß ist denn der Einfluss der Sponsoren auf den Sport?

M.L.: Auf Krombacher bezogen: null.

T.K.: ...?

M.L.: Es ist in der Tat so, wir haben letztendlich keinen Einfluss darauf, was die Sportler machen. Als typischer Programmsponsor hängen wir ja nie von dem Erfolg einer einzelnen Person oder Mannschaft ab. Einzelerfolge spielen für uns keine Rolle. Das einzige, was uns treffen kann, ist die Niveau-Abflachung einer ganzen Sportart, so dass kein Medieninteresse mehr vorhanden ist. Ein Beispiel hierfür ist Handball. Wir waren lange im Handball als Hauptsponsor des Deutschen Handballbundes aktiv, und als es bei einem Großereignis zu Ausschreitungen alkoholisierter Fans kam, sollte es nach dem Willen des Verbandes keine Verbindung Handball-Alkohol mehr geben. Gleichzeitig haben wir allerdings überlegt, und das ist der Punkt, ob Handball wegen seiner mangelnden Popularität für uns überhaupt noch ein Thema sein durfte.

T.K.: Ist es denn nicht so, dass viele Veranstaltungen ohne Sponsorengelder gar nicht in ihrer typischen Form abgehalten werden könnten?

M.L.: Es gibt sicherlich einzelne Veranstaltungen, die absolut vom Geld der Sponsoren abhängen. Ein Beispiel hierfür ist das ASV-Meeting in Köln. Nach dem Abspringen des Hauptsponsors kann es in diesem Jahr nicht stattfinden. Diese Reaktion des Sponsors liegt aber auch daran, dass man keine lukrativen Verträge über eine Fernsehberichterstattung vorlegen konnte. Damit steht und fällt das Sponsoreninteresse. Was Krombacher betrifft, so gäbe es genügend andere Unternehmen, die uns nachfolgenen würden, wenn wir irgendwo aussteigen würden. Wir bewegen uns eben nur in attraktiven Fernsehsportarten, und insofern ist die Abhängigkeit des Gesponserten von gerade unseren Geldern nicht gegeben. Insgesamt ist es natürlich schon so, dass der Sport in gewisser Weise von der Wirtschaft, von den Sponsoren abhängt, weil Übertragungen nur erfolgen, wenn die Sender zumindest einen Teil der Aufwendungen durch Werbeeinnahmen refinanziert bekommen. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Champions League, da ist die Abhängigkeit der Werbeeinnahmen direkt gegeben.

T.K.: Wie sehen Sie das Verhältnis der Wirtschaft zu den Medien?

M.L.: Die Medien vermitteln in unserem Fall zwischen Sport und Wirtschaft. Insofern sind die Medien sehr wichtig für uns, weil wir nur über sie die Zuschauer erreichen. Und nur die Medien bestimmen, welche Sportarten wir uns zum Sponsoring auswählen. Wir machen unser Engagement nicht an den Zuschauern vor Ort fest, sondern an den Zuschauern zuhause vor dem Fernsehschirm. Die Medien hängen insofern von der Wirtschaft ab, als sie die inzwischen aberwitzigen Summen für die Übertragungrechte populärer Sportereignisse nur entrichten, wenn sie diese eben durch Werbegelder refinanzieren können. Die Wirtschaft bezahlt die 250.000 Mark für einen 30-Sekunden-Spot bei einem Formel-1-Grand Prix, weil sie dadurch eine große Anzahl von Menschen ihrer Zielgruppe erreicht.

T.K.: Haben also die Medien dann die absolute Macht, wenn sie genügend Ersatz-Sponsoren bekämen, sobald aktuelle Sponsoren wie Krombacher wegen zu hoher Forderungen abspringen würden? Können sie dann nicht praktisch jede Forderung durchdrücken?

M.L.: Man muss in diesem magischen Dreieck aus Sport, Medien und Wirtschaft, sofern man von einem Dreieck spricht, die Abhängigkeitspfeile immer in beide Richtungen zeichnen. Auch die Medien können zum Beispiel nur den Sport senden, den die Leute sehen wollen. Die Medien können ihre Popularität über den Sport steigern, wie es ja bei TM3 der Fall war. Das geht so weit, dass Ereignisse wie die Fußball-Bundesliga als Zuschussgeschäft abgehalten werden, weil der Sender glaubt, nicht auf sie verzichten zu können. Es geht ja auch um die Frage, wie viele Zuschauer ein Sender insgesamt vereint, weil er so wiederum entsprechende Konditionen für Werbespots aushandeln kann.

T.K.: Welcher Zusammenhang besteht zwischen dem Sportsponsoring und dem grandiosen Aufstieg der Krombacher Brauerei?

M.L.: Wir wären ohne dieses Instrument des Sportsponsorings sicherlich nicht so weit, wie wir heute sind. Der Sport ist nun einmal ein ideales Umfeld für Bier, und nicht zuletzt tummeln sich ja auch viele Biere, heute auch Fernsehbiere genannt, gerade im Sport. Bier ist ein männeraffines Getränk und populäre Sportarten sind ebenso männeraffin. Eines ist aber auch klar: Man sollte sein Image nie nur über den Sport definieren. Es gibt ein Beispiel, wo eine Brauerei nicht ohne Erfolg allein auf Sportsponsoring setzt. Das ist aber langfristig

gesehen gefährlich, weil man so nie den Kern einer Marke definieren kann. Ohne die klassische Werbung geht das nicht.

T.K.: Herr Lauffer, vielen Dank für das Gespräch und weiterhin soviel Marketing-erfolg!

II.5. NBA – Die größte Show auf Erden: Das Phänomen Dennis Rodman

*On Up Close this afternoon, Charles Barkley was asked if he believed that there were aliens from another galaxy out there that have come to Earth. He said that he knew there was and its name was Dennis Rodman.*⁶⁹¹

*„Sportler und Unterhaltungskünstler sind gar nicht so unterschiedlich Wir haben den gleichen Ansatz.“
Dennis Rodman*⁶⁹²

1. Der Feind der Liga

Was den Europäern der Fußball, ist den Amerikanern der Football – oder der Basketball: In seiner leistungsstärksten Liga, der NBA, ist er Publikumsmagnet, Vermarktungsmaschine, Showbühne, Kampfarena, Kulminationspunkt von Rassenproblemen und sexueller Freizügigkeit.

Die NBA ist die Liga der körperlichen Superlative (jedenfalls im Bezug auf die Körperlänge), der Modellathleten, deren Muskeln beträchtliche Ausmaße annehmen können und die dabei doch so geschmeidig bleiben. Die nackten Zahlen beeindrucken in der Tat. Einige Beispiele: Spieler zwischen 1,80 Meter und 1,90 Meter sind die ‚kleinen Flitzer‘, die meist auf der Position des Point Guards spielen und die Taktik bestimmen. Das muss man sich einmal vorstellen: Mit 1,91 Meter liegt z.B. der Telekom-Radprofi Rolf Aldag an der absoluten Obergrenze, um im Radsport noch vorn mitzufahren. Typische Guards, wie Michael Jordan, messen meist zwischen 1,90 Meter und 2,00 Meter, die Forwards zwischen 2,00 Meter und 2,10 Meter. Die Centerposition ist nicht selten mit menschlichen ‚Türmen‘ zwischen 2,10 Meter und 2,30 Meter Körperlänge besetzt. Riesen wie der Litauer Arvidas Sabonis (2,21 Meter) oder der Holländer Rik Smits (2,24 Meter) entwickeln dabei noch eine erstaunliche Beweglichkeit. Andere Spieler agieren mit Kräfteinsatz: Shaquille O’Neill (2,16 Meter) reißt mit seinem Körpergewicht von 136 kg und einem beeindruckenden Urschrei bisweilen die Körbe ab, und nur Spieler vom Schlage des Power Forwards Karl ‚The Mailman‘ Malone nehmen es an Körperkraft mit ihnen auf – wie natürlich auch jener stiernackige ‚Sir‘ Charles Barkley. Der war zwar mit seiner Körpergröße irgendwo zwischen 1,93 Meter und 1,96 Meter für einen Power Forward geradezu lächerlich klein, verschob aber mit seinen bis zu 115 kg Gewicht jeden Konkurrenten unter dem Korb fast nach Belieben. Auch außerhalb der Arena demonstrieren manche Spieler Muskel-Macht: Charles Barkley sowieso, aber auch Anthony Mason, bei dessen letztem größeren Wutanfall ein Kommando von acht Polizisten eingreifen musste, um ‚Mase‘ abzuführen, oder Latrell Spreewell, der nicht zum Korb, sondern seinem Trainer an die Gurgel sprang. Natürlich bleibt auch der selbsternannte ‚bad boy‘ Rodman nicht untätig. Ab und zu kommt ihm eine kurzfristige Verhaftung wegen Erregung öffentlichen Ärgernisses nicht ungelegen. Das amerikanische Publikum, ohnehin einem gewissen Körperkult erlegen, ist von den NBA-Extremen besonders

⁶⁹¹ WWW.WESJEN.SIMPLENET/RODMAN.COM, Veröffentlichung vom 25. Juni 1997. Übersetzt: In Up Close this afternoon wurde Charles Barkley gefragt, ob er glaubte, dass Außerirdische aus einer anderen Galaxie auf die Erde gekommen wären. Er sagte, er wüsste, dass es in der Tat einen Außerirdischen gäbe und dessen Name sei Dennis Rodman.

⁶⁹² RODMAN, DENNIS (1996): *Der Abräumer. Bad As I Wanna Be*. Bertelsmann, 236. Im Original: *Bad As I Wanna Be*. New York, Delacorte Press, 1996.

fasziniert. Absolut typisch für diese etwas naive Verehrung brachialer Muskelgewalt ist z.B. auch der Aufstieg des ‚alpinen Terminators‘ Arnold Schwarzenegger, der mit Körperkraft bekanntlich nicht eben geizte – agierte er als ‚Conan‘ noch barbarisch, entwickelte er sich über die Menschmaschine hin zum geschmeidigen Action-Helden. Auch Rodman weiß um den erfolbringenden Mythos der latent anarchisch-animalischen Muskelmaschine und nutzt ihn für seine Show aus. Abgesehen davon lässt er nicht nur nackte Zahlen (Rebound-Rekorde), sondern auch nackte Tatsachen sprechen, was wiederum die angeblich ohnhin von NBA-Basketballern faszinierten Frauen in schiere Ekstase versetzen soll. So lange bei den Fotosessions das Geschlechtsteil vor der Kamera mit einem Basketball verdeckt wird, werden die Ergebnisse sogar in den pruden USA von der Zensur akzeptiert. Die Liga ist das Synonym für Körperkult made in USA.

In der Tat erinnert die NBA bisweilen an einen gigantischen Zirkus. Die akrobatischen Showeinlagen mancher Spieler suchen ihresgleichen, die Cheerleader-Girls sind nett anzusehen, die Atmosphäre reicht von hitzig-gespannt bis ausgelassen fröhlich, und die clownesken Einlagen abseits der Arenen sorgen für das unterhaltsame Rahmenprogramm zwischen den Spielen. Dennis Rodman selbst hat mit *Bad as I wanna be* ein viel beachtetes, wenn auch reißerisches und qualitativ umstrittenes Buch geschrieben, in dem er auch das Leben in der NBA detailliert schildert. Man ist geneigt, seinen Ausführungen zu glauben, denn er nimmt wahrlich kein Blatt vor den Mund: „Ich sage, was ich denke. Alle anderen tun, was man ihnen sagt, weil sie die NBA-Kids sind. Sie müssen etwas sagen, was ihrem Daddy nicht gegen den Strich geht, und ihr Daddy ist der Chefmanager der NBA, Commissioner David Stern. Mir ist egal, ob ihm etwas gegen den Strich geht.“⁶⁹³ Er beschwert sich, notorisch unterbezahlt zu sein, klagt den Geldwahn der Liga an und betont, dass er mit seinen Rebound-Leistungen schon die Detroit Pistons und Chicago Bulls zum Titel geführt habe.

An anderer Stelle wird er sehr deutlich, bringt die Maschinerie NBA bis-sig auf den Punkt: „Daran verstehe ich nur eins nicht. Ich dachte immer, ich wäre Basketballspieler. Ich dachte, nur das wäre von Belang. Ihr bezahlt mich nicht, damit ich den Schutzengel spiele. Ihr bezahlt mich nicht, damit ich an Mannschaftspicknicks teilnehme, sämtliche Ehefrauen umarme und sämtliche Kinder abknutsche. Ihr bezahlt mich, damit ich dieses Spiel spiele. Wenn ich das mache, sollte es eigentlich ausreichen. Bei mir reicht es nie aus. Ich bin nichts weiter als ein Sportsklave. (...) In diesem Geschäft werden wir alle benutzt, und einige können sich zurücklehnen und den Judaslohn nehmen – das Geld der NBA für ihre Seele.“⁶⁹⁴ Ja, das Leben ist hart in dieser Elite-Liga: „Die NBA glaubt, wenn man für einen Verein spielt und von einem Verein bezahlt wird, ist man vierundzwanzig Stunden am Tag Eigentum dieses Vereins. Diese Leute wollen wissen, was man isst, wo man schläft, mit wem man schläft. Für die meisten Spieler mag das kein Problem sein, für mich ist es eins.“⁶⁹⁵ Rodman hat also sehr wohl erkannt, dass es in der NBA nicht nur um Basketball geht, sondern auch um das adäquate Benehmen der Spieler. Allerdings kümmert ihn das wenig, ihn interessiert an der NBA allein das Spiel. Dafür setzte die NBA einen Privatdetektiv auf ihn an – angeblich. Rodman nahm es mit Humor: „Der

⁶⁹³ RODMAN (1996, 76).

⁶⁹⁴ EBD., 84.

⁶⁹⁵ EBD., 101.

Privatdetektiv hat sich bestimmt gefragt, weshalb er die ganze Zeit rumsitzen musste, während ich trainierte.“⁶⁹⁶

Für seinen Erfolg, in den 90‘er Jahren fast beständig der beste Rebounder gewesen zu sein, findet er eine nicht minder drastische Erklärung: „Warum mögen die Leute Dennis Rodman? Wer die Antwort darauf nicht weiß, hat keinen Kontakt zu den normalen Menschen im Lande. Er weiß nicht, was die Leute sehen wollen. Die arbeitende Bevölkerung, die sich abgestrampelt hat, um im Leben etwas zu erreichen ... diese Leute sehen mich an und sehen einen von ihnen. Ich gehe da raus und kriege Finger in die Augen, die Nase zermatscht, den Körper umgerannt. Ich mag die Schmerzen in diesem Spiel. (...). Ich geh aufs Feld, obwohl mir das Blut am Trikot runterläuft oder ein Knochen aus dem Arm ragt, und hechte nach freien Bällen. Ich bin hart, genau wie die Mechaniker, die LKW-Fahrer und die Klempner im richtigen Leben. Damit können sie etwas anfangen. Ich spiele volle Pulle.“⁶⁹⁷ Sicher sind des ‚bad-boys‘ Ausführungen übertrieben, doch im Kern wohl wahr.

Über die Mega-Show des Mediensports macht sich Rodman folgende Gedanken: „Die NBA ist heute so was wie eine komplette Saison, die nur aus All-Star-Spielen besteht. Die Jungs wollen dunken und spektakulär sein und sich jeden Abend auf dem Sportkanal ESPN in den Highlights des Tages sehen. (...). Ansager grölen über Lautsprecheranlagen und Musik dröhnt, während wir da unten verdammt noch mal versuchen, unser Spiel zu spielen. Wenn ich an 1986 zurückdenke, als ich in der Liga anfang, da war Sport noch das wichtigste. Die Leute kamen, um Basketball zu sehen. Heute ist das anders. (...). Ohne Spieler wie Bird, Magic, Michael und Isiah – und auch solche wie mich – läge die NBA in der Beliebtheitsskala wahrscheinlich hinter Baseball. Das wäre eine Scheißkatastrophe. Es könnte sogar noch schlimmer sein. Ohne diese Männer und die Mannschaften, in denen sie spielten, wäre die Liga heute womöglich tot. (...). Das waren keine Showfritzen oder Typen, die sich Sorgen darüber machten, wie sie in den TV-Highlights aussehen. Spieler wie Magic, Bird und Michael lieferten eine tolle Show, doch an erster Stelle kamen immer die Mannschaft und der Sport. (...). Die Spieler heute kennen den Sport nicht. Sie wissen nur, wieviel Geld, wieviel Ruhm, wieviel Weiber sie kriegen können. So simpel ist das. Wer hat die besten Autos? Wer hat die besten Klamotten? Wer fällt wo am meisten auf? Das Spiel? Scheiß auf das Spiel.“⁶⁹⁸ Ob Rodmans Aussagen wahr sind oder nicht, ist gar nicht mal der entscheidende Punkt. Viel wichtiger ist die Frage, wie es dazu kommen konnte, dass ein Spieler der NBA erstmalig und so unverfroren über die Verhältnisse plaudern, ja diese kompromisslos anprangern konnte.

‚Bad boy‘, Rodzilla, Dennis the Menace: Die Rodmanie der Ereignisse

Wann genau der ‚bad boy‘ geboren wird, ist schwer nachzuvollziehen. Ein einschneidendes Ereignis ist sicher der Neubeginn in San Antonio, zu dem sich Rodman die Haare blondieren lässt – nur so als Gag, wie er versichert: „Als ich nach Los Angeles kam, änderte ich als erstes meine Haarfarbe. Das sollte eigentlich kein Statement sein, es war nur so eine Idee. Ich ging zu einem Friseur in San Antonio und wir besprachen die Sache. Damals hatte ich Dreadlocks, und ich sagte ihm, ich wollte mal was Gewagtes probieren. Ich entschied mich

⁶⁹⁶ EBD., 103.

⁶⁹⁷ EBD., 110f.

⁶⁹⁸ EBD., 114ff.

für wasserstoffblond. (...). Ich kam eine halbe Stunde zu spät, weil das verdammte Blondieren so lange gedauert hatte. Als ich schließlich in der Arena eintraf, stellte man mich den Zuschauern vor, und ich nahm meine ‚Rodman Excavation‘-Mütze ab, um der Welt den neuen Dennis zu zeigen. Die Leute flippten völlig aus. (...). In San Antonio nannten sie mich ‚Demolition Man‘, nach dem Film mit Wesley Snipes. Das Komische ist, dass alle dachten, ich hätte Wesley Snipes kopiert, als ich mir zum ersten Mal die Haare färbte, dabei kannte ich den Film vorher überhaupt nicht. Als ich ihn mir ansah, dachte ich: *Ach du Scheiße, das ist es, was alle meinen.*⁶⁹⁹

Wahrscheinlich aber wird der ‚bad boy‘ in der entscheidenden Nacht zum 12. Februar 1993 erschaffen, als man Rodman nachts mit einer geladenen Schrotflinte in seinem Pick-up-Truck findet, offenbar schwer depressiv. Von jenem Augenblick höchster Krise geht das aus, was man nur noch als ‚Rodmanie‘ bezeichnen kann. In den Jahren 1993 bis 2000 wird der Rebounder nicht weniger als 23 Mal vom Platz geschickt. Die Strafgebühren, die er bereits an die NBA gezahlt hat, dürften das Jahresgehalt eines Topmanagers erreichen. Dazu kommen Eskapaden wie Auto fahren mit Alkohol im Blut, öffentlich ausgelebte Liebsaffären, exzessive Feiern, außerdem Auftritte als Wrestler und Engagements als Schauspieler. Die Presse weiß es zu schätzen, allein die Berichterstattung von USA TODAY und THE WASHINGTON POST sprüht vor einem Sprachwitz, der stellenweise der britischen Boulevardpresse zur Ehre gereichen würde.

Eine auch nur kleine Auswahl der Ereignisse verdeutlicht das *Ausmaß*, mit welchem Rodman den ‚bad boy‘ spielt:⁷⁰⁰

20. Dez. 1993: Ein Spiel Sperre und 7500 Dollar Geldstrafe, weil er Chicagos Stacey King eine Kopfnuss gibt und anschließend das Feld nicht schnell genug verlässt.

04. Jan. 1994: 10000 Dollar Strafe, weil er die Referees in einem Spiel gegen die Lakers beleidigte.

02. Nov. 1994: Von den Spurs auf unbestimmte Zeit gesperrt, weil er nach seinem zweiten technischen Foul in einem Vorbereitungsspiel einen Eisbeutel nach Coach Bob Hill und einem Referee geworfen hatte.

01. Mai 1995: 7500 Dollar Strafe, weil er Denvers Center Dikembe Mutombo zu Boden wirft.

18. März 1996: Sechs Spiele Sperre und 20000 Dollar Strafe für eine Kopfnuss gegen den Referee in einem Spiel gegen New Jersey.

20. Aug. 1996: Wird von einer Platzanweiserin des Delta Centers in Utah auf 750000 Dollar Schadensersatz verklagt, weil er ihr am 05. Mai 1994(!) in das Gesäß gekniffen haben soll.

⁶⁹⁹ EBD., 125f.

⁷⁰⁰ Diese Liste ist ein verkürzte Wiedergabe der Statistik aus XXL BASKETBALL Nr.46, Juni 1999, 24f.

17. Jan. 1997: Wird von der NBA auf unbestimmte Zeit, mindestens aber 11 Spiele gesperrt, weil er einem Kameramann in Minnesota zwischen die Beine getreten hat. (Die Sperre dauert 11 Spiele und kostet Rodman 1 Million Dollar).

04. März 1997: Von der NBA für ein Spiel gesperrt, weil er Milwaukees Forward Joe Wolf in den Unterleib geschlagen hat. Geldstrafe: 7500 Dollar.

12. Juni 1997: 50000 Dollar Strafe für Beleidigungen der Mormonen in Salt Lake City.

1998: Zahlreiche Prozesse wegen angeblicher sexueller Belästigungen oder Körperverletzungen, exzessive Parties, Spielnächte in Las Vegas, Heirat mit Carmen Elektra im Vollrausch, Wrestling-Einlagen als ‚Rodzilla‘.

Rodmans Palmarès ist in der Tat beeindruckend. Aber noch viel beeindruckender ist die Tatsache, dass er trotz aller Eskapaden noch einer der weltbesten Power Forwards geblieben ist. Das legt die Vermutung nahe, dass der ‚bad boy‘ jenseits seiner medienrächtigen Eskapaden und seines Images ein harter und konsequenter Arbeiter ist.

Amerikanische Rodman-Presseschau, Teil I

“The Worm has turned once again: this time for the worse”⁷⁰¹

(Wortspiel: the worm has turned = Idiom (‘Die Lage hat sich geändert’), hier mit Rodmans Spitznamen verulkt.)

“Refs turn Worm into a raging bull”⁷⁰²

(Metaphorisierung im doppelten Sinn: Rodman als Wurm, die Spieler als Bullen (von: Chicago Bulls))

“Rodman’s Claus encounter is of bad kind to embryo”⁷⁰³

(Wortspiel: Claus (= Weihnachtsmann) encounter ist eine Verulung von close encounter (enge Begegnung) und spielt auf einen Werbesport an, in dem Rodman den Weihnachtsmann trifft)

“Rodman is not quite contrite”⁷⁰⁴

(Reim)

“Reversal of fortune: Worm gets the bird”⁷⁰⁵

(Verulung von Rodmans Spitznamen und des Wortspiels ‘The early bird catches the worm’. Die Schlagzeile gehört zu einem Artikel, der beschrieb, wie Rodman seinen weggeflogenen Vogel zurück holte.)

“Spurs live, dye with Rodman”⁷⁰⁶

(Wortspiel mit dem Gleichklang von die (= sterben) und dye (= färben). Der Sinn der Schlagzeile besagt, dass für die Spurs das sportliche Leben oder Sterben vom ‘gefärbten’ Rodman abhängt.)

“Rodman is a redhead – Bulls hope he is not a hothead”⁷⁰⁷

(Anspielung auf Rodmans gefärbte Haare und seine Hitzköpfigkeit, Alliterationen (rr, hh))

⁷⁰¹ THE WASHINGTON POST vom 03.11.1994

⁷⁰² EBD., Ausgabe vom 08.05.1997.

⁷⁰³ EBD., Ausgabe vom 06.12.1994.

⁷⁰⁴ EBD., Ausgabe vom 13.12.1994.

⁷⁰⁵ EBD., Ausgabe vom 18.03.1995.

⁷⁰⁶ EBD., Ausgabe vom 25.05.1995.

⁷⁰⁷ EBD., Ausgabe vom 02.04.1996.

Amerikanische Rodman-Presseschau, Teil II

“Just another turn for the Worm”⁷⁰⁸

(Reim und Anspielung auf das Idiom ‚the worm has turned‘)

“Worm at work”⁷⁰⁹

(Alliteration)

“Hot Rodman Rebounding”⁷¹⁰

(Alliteration)

“What’s it all about, Dennis?”⁷¹¹

(Ausruf)

“Rodman riddle”⁷¹²

(Alliteration)

“Rodman is as wed as he wants to be”⁷¹³

(Verulking des Titels von Rodmans erstem Buch (Bad As I Wanna Be), Anspielung auf die Heirat (wed = wedding))

“NBA: Never boring antics fill the void”⁷¹⁴

(Rodmans positiver Effekt auf den Punkt gebracht: Langeweile adé!)

“Worm still squirms”⁷¹⁵

(Reim – „Der Wurm windet sich noch immer“)

⁷⁰⁸ EBD., Ausgabe vom 05.10.1996.

⁷⁰⁹ EBD., Ausgabe vom 08.06.1999.

⁷¹⁰ USA TODAY vom 22.02.1993.

⁷¹¹ EBD., Ausgabe vom 02.02.1994.

⁷¹² EBD., Ausgabe vom 16.05.1995.

⁷¹³ EBD., Ausgabe vom 18.11.1998.

⁷¹⁴ EBD., Ausgabe vom 27.11.1998.

⁷¹⁵ EBD., Ausgabe vom 23.02.1999.

2. Rückblende: TV-Shows und Specials

Das Rodman-Phänomen beeinflusst auch das Fernsehen abseits der Sportberichterstattung. Um Rodman und seine Eskapaden spann z.B. der Comedy-Star Jay Leno in seiner berühmten *Tonight Show* ganze Sendungen. Er brauchte sich um die Gags und seinen *Humor* gar nicht einmal viele Gedanken zu machen, denn Rodman gab ihm eine ‚Steilvorlage‘ nach der anderen:

Ein kleines Leno-skop (1995)⁷¹⁶

Dass Rodman gerne in Topps, Kleidern, Röcken und überhaupt sehr damenhaft geschminkt auftritt – schlimm genug. Aber woher bekommt er die Kleidung in seiner Größe? [Leno blieb die Antwort schuldig] Na ja, er ist immerhin nicht unsympathisch als weltgrößter Zweijähriger. Und gemeinsames Tortenwerfen am eigenen Geburtstag macht ja so viel Spaß! ‚Rodman durch Leno-Kuchen erblindet – Playoffs futsch‘⁷¹⁷, das wäre doch eine Schlagzeile! Oder was würde passieren, wenn Ru Paul⁷¹⁸ zu den Playoffs im gleichen Kleid wie Rodman erschiene? Seit seiner Buchveröffentlichung [*Bad as I wanna be*] wissen wir endlich, warum Rodman seine Headbutts verteilt – pms⁷¹⁹! Was war doch gleich die Riesenpeinlichkeit beim letzten Wohltätigkeitsempfang in Chicago? Ach ja, Princess Diana und Dennis Rodman trugen das gleiche Outfit. Eine kleine Schaltung in das United Center der Bulls enthüllt Weiteres: Der Außenreporter berichtet, dass die Sonics in der Verteidigung gleich zwei Männer auf Rodman ansetzen wollen – Dennis sei hochofret. Warum heißt er eigentlich ‚Der Wurm‘? Richtig, die Antwort gab unlängst Michael Jordan: „Der Mann hat so viele Angelhaken in der Nase, er sieht aus wie ein Köder.“⁷²⁰ Und erst die gefärbten Haare – eine Firma bringt jetzt den Dennis-Rodman-Lollipop heraus. Er dürfte ein großer Erfolg werden, wenn man bedenkt, wie gerne Madonna den Prototyp geleckt hat! Obwohl, ein Lutscher mit Sicherheitsnadeln käme nicht gut... Oh, Dennis Rodman wird morgen 35 Jahre alt. Kann man das glauben, Dennis Rodman ist 35! Es schien doch erst gestern, dass er in seinem ersten Trainings-BH aufspielte... Übrigens, heute hat ihm die NBA-Kommission eine Sperre von sechs Spielen wegen Headbutting [Kopfstoßen] gegen einen Schiedsrichter aufgebremst. Tja, Rodman bekommt wegen *Headbutts* sechs Spiele Sperre, während andere Athleten sechs Monate gesperrt werden, weil sie *Buttheads* [Arschlöcher] sind...⁷²¹

Nicht nur das letzte Wortspiel zeigt, welch großes Potential zur medienwirksamen Satire Rodman mit seinen Extravaganzen bietet. Er schafft es durch sein androgynes (aber nicht homosexuelles) Verhalten und Auftreten, die Nation USA gleichzeitig zu spalten und zu beeindrucken und außerdem der Running Gag der populären *Tonight Show* zu werden. Dies muss ein Segen für die Sportwirtschaft und -vermarktung sein, denn er ist durch seine bloße Persönlichkeit ein Superstar und zieht dabei doch den Sport immer mit in den Fokus

⁷¹⁶ Hierbei handelt es sich um die Wiedergabe von Kommentaren und Aussagen, die JAY LENO in seiner *Tonight Show* über RODMAN getroffen hat.

⁷¹⁷ Wörtlich: „Rodman blinded by Leno cake – playoffs down the drain“.

⁷¹⁸ Ein Transvestit von ähnlichem Körperbau wie RODMAN.

⁷¹⁹ Prämenstruelles Syndrom.

⁷²⁰ Wörtlich: „Hey, that man has so many fishhooks in his nose he resembles a piece of bait.“

⁷²¹ Sämtliche indirekten Zitate sind freie Übersetzungen von LENOS Kommentaren über RODMAN in verschiedenen *Tonight Shows*.

der Medien. Das Medienprodukt Rodman ‚zieht‘ auch abseits des Sports. Auch Zuschauer, die sich nicht für Sport interessieren, werden unweigerlich mit ihm konfrontiert. Ein besseres branchen-, ressort- und medienübergreifendes Vehikel als Rodman kann ein Sponsor kaum finden. Wenn er nur nicht so unberechenbar wäre und ständig Gefahr lief, den Sport dadurch in Misskredit zu bringen. Kein Zweifel, sich mit Rodman einlassen heißt, eine permanente Gratwanderung zu absolvieren.

Rodman in *The American Athlete*

Das Interview mit Rodman in dieser bekannten amerikanischen Sendung über Sportler ist im sportlichen Sinn wenig ergiebig, dafür umso mehr im medientheoretischen Sinn. ‚Der Wurm‘ plaudert über seine Wünsche, nach seinem letzten Spiel nackt vom Platz zu gehen („Wouldn’t that be great?“), er wird über seine Kurzehe(n) befragt, er erzählt – oder besser nuschelt – über seine Piercings. Der einzige Kommentar, der ihm zum Basketball einfällt, ist die Freude über seine persönliche und professionelle Fähigkeit, die Zuschauer durch seine Verrücktheit zu erfreuen („...Rodman’s fucking crazy, man. He’s just crazy“). Er betont dagegen seine professionelle Einstellung zu den Medien und dass er sich als Medienprodukt selbst erfunden und gesteuert habe. Er sei dafür bezahlt worden, der ‚bad boy‘ zu sein, und habe damit auch keine Probleme. Immerhin würden mehr und mehr Spieler versuchen, ihn zu kopieren, sogar seine Tätowierungen. Sein Leben sei im Übrigen auch nicht dramatischer als das Leben anderer Leute, nur sei seine Situation [als Medienstar] eben ein wenig anders. Wieder beweist Rodman eine erstaunliche Selbsterkenntnis, die vermuten lässt, dass er sehr wohl weiß, was er tut; dass er sein Image gezielt aufgebaut hat und nicht etwa intuitiv agiert.

Rodman bei Conan O’Brian

Bei Late-Night-Talkmaster Conan O’Brian bewarb Rodman 1999 seinen neuen Film. O’Brian bezog sich immerhin zu Beginn der Show direkt auf Rodman als Sportler. Er stellte ihn als besten Rebounder aller Zeiten vor, der auch Schauspieler ist. Dann lenkte er das Gespräch auf seine Kurzehe mit Carmen Elektra, jedoch ohne konkrete Ergebnisse. Im Verlauf der Sendung wurden weiterhin die jüngsten Probleme mit den L.A. Lakers und seine weitere Zukunft im Basketball oder Wrestling thematisiert. Allerdings blieben auch hier die Ergebnisse äußerst dünn, da sich Rodman kaum zu klaren Aussagen bewegen ließ. Alles war in Bewegung, war ein ‚Vielleicht, Kann sein, Wer weiß?‘. Man redete über seine Freizeitbeschäftigung, über seine extravagante Kleidung. O’Brian kam Rodman insofern entgegen, als er ihm viele Antworten bereits in den Mund legte, vielleicht um peinliche Gesprächslücken von vornherein auszuschließen. Das ist Minimalaufwand à la Rodman: Auftreten, Gesicht zeigen, Filmausschnitt abspielen lassen, Abtreten.

Rodman bei Jay Leno

Bei Jay Leno zeigte sich Rodman eine Woche später deutlich eloquenter. Zwar thematisierte Leno den Sport kaum, doch dafür wurde die jüngste Affäre mit Carmen Elektra und ein Zwischenfall wegen angeblicher öffentlicher Trunkenheit durchaus ausgiebig und witzig diskutiert. Leno als übergewichtiger Nichtsportler und Rodman als *Enfant terrible* nahmen sich mit Ironie gegensei-

tig und auch selbst ‚auf die Schippe‘. Mit Sport hatte dieses Gespräch wahrlich nichts zu tun, aber Rodman verstand es einmal mehr, die Aufmerksamkeit auf sich und seinen Film zu lenken. Als Leno Basketball anspricht, reagiert Rodman aufgesetzt unwillig („Again? Again?“), doch der Talkmaster ließ nicht locker. Schließlich kenne man ihn vor allem als Basketballer. Doch schnell driftete das Gespräch zurück zum Film und prompt wurde ein Ausschnitt gezeigt. Das beabsichtigte Fazit der Zuschauer: Rodman ist zwar eigentlich Sportler, aber er ist auch ein witziger Gesprächspartner, gerade wenn das Thema in Richtung Privatleben schwenkt, und man sehe sich doch bitte den neuen Film an!

Rodman in SPORTS ILLUSTRATED

Auch SPORTS ILLUSTRATED⁷²², das bekannteste Sportmagazin der USA, widmete Rodman im Mai 1995 ein Special, das bereits an *Sensationsmache* grenzte. Passend dazu erschien ‚Der Wurm‘ auf dem Titelbild, welches prompt zur Legende wurde. Über Sport ist in jenem Artikel nicht viel zu lesen, dafür bekommen die Leser eine Abenteuerreise durch die Lebenswelt des Dennis Rodman serviert. Danach ist der Exzentriker auch abseits des Spielfeldes immer auf dem Sprung. Ist um 21 Uhr noch ein Last-Minute-Flug für 22 Uhr 40 von San Antonio nach Las Vegas verfügbar, eilt der Star samt Entourage zum Flughafen, um noch schnell die Nacht im Vergnügungsmekka zu verbringen. Geht man mit Rodman auf Kneipentour, muss man auf alles gefasst sein: Hollywood-Stars, sich anbietende Frauen, in Ehrfurcht erstarrende Spieler, Stripper, Drag-Queens und sonstige illustre Gestalten des Nachtlebens. Rodmans schiere Präsenz sorgt für Aufsehen. Zwischen seinen vielen Aktivitäten gönnt er sich nur minimalen Schlaf und lässt sich nur ungern zu irgend welchen offiziellen Terminen überreden. Allenfalls zu Spielen erscheint er regelmäßig, wenn auch nicht pünktlich. Dafür hört er während der Mannschaftsbesprechung seine geliebten Pearl Jam auf dem Diskman mit unglaublicher Lautstärke. Vielleicht ist das seine Weise, einen Kater zu vertreiben, denn angeblich soll Rodman auch äußerst trinkfest sein. Der Rebounder lebt offenbar tatsächlich ein eigenes Leben jenseits aller gesellschaftlichen Regeln. Auch DER SPIEGEL⁷²³ entdeckte Rodman als Medienereignis. Man hielt ihn für einen „verrückten Kerl“ und berichtete von der Mission eines ‚bad boys‘: „Er müsse der Liga angst machen und die Fans unterhalten.“ Zwei Jahre später wurden die Hamburger deutlicher: „Der Mann wird zum Schwein auf dem Feld. Er beißt, kratzt, schimpft, bis seine Gegenspieler durchdrehen und mit sechs Fouls vom Platz müssen. Er will in jedem Spiel nur diesen Krieg unter dem Korb gewinnen, den Rebound.“⁷²⁴ So martialisch wurde in Deutschland selten über Sport geschrieben – Rodman macht es möglich.

3. Rodman 2000 – The Return of The Worm

Gleich am 3. Januar hält Rodman wieder einmal Hof bei Leno. Und wieder hat er eine Überraschung parat. Mit allem durfte man wohl rechnen, aber nicht mit *diesem* Auftritt, der sogar der ASSOCIATED PRESS (AP)⁷²⁵ eine ausgehnte

⁷²² Ausgabe vom Mai 1995.

⁷²³ Nr.20/1995.

⁷²⁴ Nr.18/1997.

⁷²⁵ AP-NY-01-10-00 0711EST, zitiert nach WWW.WESJEN.SIMPLENET.COM/RODMAN.

Meldung wert ist. ‚Der Wurm‘ kommt ohne sein gewöhnlich ungewöhnliches Outfit. Die Haare sind ungefärbt, Piercings und Ohringe suchte man vergebens. Rodman spricht über Basketball und natürlich über Filme, Exzesse oder Verhaftungen. Aber er ist sichtlich und vor allem ‚heiß‘ auf Basketball. Er sagt, in welches Team er auch ginge, er wolle gewinnen, fordert sogar Phil Jackson auf, ihn anzurufen.⁷²⁶ Prompt lässt die NBA von sich hören. Agent Steve Chasman lässt gegenüber AP verlauten, dass nicht weniger als drei Teams an Rodman interessiert seien. Der moderate und seriöse Auftritt habe sie überzeugt. Schon lässt sich Mark Cuban, der gerade die Dallas Mavericks kauft, in THE DALLAS MORNING NEWS vernehmen, er sei am exzentrischen ‚Rebound-König‘ interessiert, und es gebe keine ‚philosophischen‘ Gründe, ihn nicht zu holen. Freilich müsse man sich im Klaren darüber sein, dass dies mit Wucht in die Chemie des Teams einschlagen werde. Man könne Rodman nicht wissenschaftlich berechnen.⁷²⁷ Sofort meldet auch der deutsche Internet-Dienst SPORT1⁷²⁸ die offenbar bevorstehende *Sensation*. Zwar dementiert Dallas-Manager Don Nelson noch jegliches offizielle Angebot,⁷²⁹ doch ein Wechsel des ‚Wurms‘ scheint bei soviel Medienwirbel in der Luft zu liegen. Noch am gleichen Tag meldet er sich persönlich über AOL. Er lässt verlauten, dass er gerne für Phil Jackson (L.A. Lakers) spielen würde und vor allem für ein Team, welches die Play-Offs erreichen werde. Ob dies bei Dallas der Fall sei, wisse er nicht. Aber es gebe in der Tat viele Anfragen nach seiner Person.

So einfach und schnell vollzieht sich eine Rehabilitierung offenbar im US-Sport. Oder ist die Blitzreaktion der Teams nur ein Beweis, wie dringend sie einen starken Power-Forward brauchen? Jedenfalls hat Rodman wieder einmal glänzend die Medien zu seinem Vorteil genutzt.

„Put a tent over Reunion Arena, baby. The circus is coming to town.“⁷³⁰

Am 01. Februar 2000 ist es soweit: Die Mavericks haben den ‚Wurm‘ am Haken, „[t]hey've managed to hook The Worm“, wie THE DALLAS MORNING NEWS verkündet. Dennis ‚the Menace‘ kehrt zurück in die NBA, und der Manager seines neuen Teams habe ihm, so die Zeitung, weitreichende Sonderrechte eingeräumt: Keine Kontrolle des Privatlebens, keine Teilnahmepflicht am verhassten Wurftraining, eine Zeittoleranz von 30 Minuten zum Mannschaftstreffen vor jedem Spiel, und, man höre und staune, er darf auf einem Hometrainer-Fahrrad fahren, wenn er nicht im Spiel ist. USA TODAY⁷³¹ bringt Rodmans Rückkehr nur in einer Kurzmeldung, ebenso wie THE WASHINGTON POST⁷³², in der er sich beim Workout „seinen Weg zurück in die NBA schwitzt“, anstatt in Hawaii zu feiern (wie man es erwartet hätte). Umso höher schätzt offenbar der deutsche Teamkollege Dirk Nowitzki den zu erwartenden Medienrummel, wenn der Exzentriker zum ersten Mal die Arena betreten würde, ein. Des Deutschen Weitsicht inspiriert ihn zu dem markigen Kommentar, dass nun wohl der Zirkus in die Stadt komme. Und Rodman enttäuscht die Fans

⁷²⁶ Vgl. WWW.WESJEN.SIMPLENET.COM/RODMAN, Bericht vom 12.01.2000.

⁷²⁷ zitiert nach EBD., Veröffentlichung vom 10.01.2000.

⁷²⁸ WWW.SPORT1.DE, Meldung vom 11.01.2000.

⁷²⁹ zitiert nach EBD., Veröffentlichung vom 10.01.2000.

⁷³⁰ DIRK NOWITZKI in THE DALLAS MORNING NEWS (Ausgabe vom 04.02.2000). Sinnge-
mäß: „Spanne ein Zelt über die Reunion Arena, Baby. Der Zirkus kommt in die Stadt“.

⁷³¹ Online-Ausgabe vom 04.02.2000.

⁷³² Online-Ausgabe vom 04.02.2000.

nicht. Das erste Spiel beendet er mit einer sehr passablen Leistung, obwohl sein Team schließlich verliert, und es zeichnet sich bereits ab, dass seine Spielweise viel zu heftig für die übrigen Mavericks ist. Bereits im zweiten Spiel beschert er einem mit seinem rasanten Tempo völlig überforderten Team einen saisonalen Rebound-Rekord (16 Stück) – und einen Platzverweis. Nachdem Rodman wieder einmal mit den Schiedsrichtern aneinander geraten ist, geht er an der Freiwurflinie in den Sitzstreik. Prompt erhält er das zweite technische Foul, was 7 Minuten vor Schluss zum sofortigen Platzverweis führt. So überreicht er einem Fan sein Trikot, wie er es bei Platzverweisen immer macht, und stürmt halbnackt aus der Halle. Später soll er NBA-Boss Stern zum Boxkampf herausgefordert haben, um ihm zu zeigen, wer der wahre Gewinner ist. Die Folge der Eskapade: 10.000 Dollar Strafe und 1 Spiel Sperre. Dennis und die *Negativität* sind zurück!⁷³³

Übrigens – für Mavericks-Besitzer Cuban hatte Rodman seine Mission erfüllt: „Wir haben Dennis geholt, damit er flamboyant auftritt und die Presse bedient, und das hat er! Er meint es nicht wörtlich, er ist ein Entertainer.“⁷³⁴ Schon am 25. Februar wurde der ‚bad boy‘ nach einer Rangelei mit Intimfeind Karl Malone erneut vom Platz geschickt. Mit (unfreiwilligem?) *Humor* und Wortspiel kommentiert AP das Geschehen: „Nach fünf Spielen für die Dallas Mavericks hat Dennis Rodman seine üblichen Nummern präsentiert: 75 Rebounds, 10 Punkte, vier technische Fouls, zwei Platzverweise, eine Sperre und 13000 Dollar Strafe.“⁷³⁵

Ein kurzes Gastspiel

Wenig später wird ‚Der Wurm‘ übrigens von den Mavericks entlassen, weil sie auch mit seiner Hilfe die Playoffs nicht schafften. Vorher hat er sich allerdings über Mark Cuban und sein fortwährendes Eingreifen in das Spiel beschwert. Als Besitzer solle er sozusagen das operative Geschäft den Spielern und bestenfalls dem Trainer überlassen. Die Presseschau fällt leicht pro Rodman aus. Den wahrscheinlichen Höhepunkt liefert Dave D’Alessandro (THE SPORTING NEWS), der jede Aussage des ‚Wurms‘ analysiert und ironisch mit einem ‚Wahrheitsquotienten‘ bewertet. Und der fällt hoch zu Gunsten Rodmans und daher gegen die „Mav-wrecks“ (‚Mav-Wracks‘, schönes Wortspiel) aus. D’Alessandros Fazit: Rodman wird normalerweise wegen seiner Eskapaden an den Pranger gestellt und sagt die Wahrheit allenfalls, wenn die Kameras ausgeschaltet sind – welche Ironie, dass es ihm nun zum Nachteil wird, wenn er einmal die Wahrheit *vor* der Kamera sagt.⁷³⁶ Nach Rodmans Entlassung kehrte wieder eine relative Ruhe und somit Langeweile in die Berichterstattung über die NBA.

⁷³³ Vgl. WWW.SPIEGEL.DE, Bericht vom 15.02.2000.

⁷³⁴ WWW.THEDALLASMORNINGNEWS.COM, Meldung vom 16.02.2000. Wörtlich: „We expected Dennis to be flamboyant and play the press, and he has. Dennis isn't being literal. He is being an entertainer.“

⁷³⁵ WWW.WESJEN.SIMPLENET.COM/RODMAN, Meldung vom 25.02.2000. Wörtlich: „Through five games with the Dallas Mavericks, Dennis Rodman has put up his usual numbers: 75 rebounds, 10 points, four technical fouls, two ejections, one suspension and \$13,500 in fines.“

⁷³⁶ WWW.WESJEN.SIMPLENET.COM/RODMAN, Meldung vom 09.03.2000.

4. Dennis the Media-Menace: Der Schlüssel zum Rodman-Phänomen

Worin liegt das Geheimnis der ‚Rodmania‘, die die USA und zeitweise die ganze Welt erfasst? Was hat Rodman, was andere nicht haben? Die Antwort ist sicher nicht nur in den Tattoos und den gefärbten Haaren zu suchen. Oberflächlich betrachtet, könnte man sagen, dass er sich glänzend selbst darstellt. Die Frage ist allerdings, wie er dies genau durchführt. Hierzu müssen wir das ‚Medienereignis-Prinzip‘ heranziehen. Rodman weiß, wie er sich selbst immer wieder zum Medienereignis stilisiert. Er jongliert mit Medienereignisfaktoren und Schemata, dass den Journalisten schwindelig wird. Bei Rodman stellt sich nicht die Frage, ob die Medien etwas Gutes oder Schlechtes über ihn berichten, ob sie, plump gesagt, die Wahrheit oder Unwahrheit berichten. Es geht einzig darum, ob sie mit seinen Auftritten, Äußerungen und Handlungen Schritt halten können. Für Rodman, so scheint es, ist der Super-GAU weder ein Drogen- bzw. Dopingskandal noch ein Gefängnisaufenthalt oder Party-Exzesse in Las Vegas, sondern die Nichtberichterstattung. No news is bad news.

Doch ‚Der Wurm‘ beherrscht das Spiel mit den Medien virtuos. Er vereinigt praktisch alle Medienereignisfaktoren, die man sich derzeit vorstellen kann. Er verkörpert *Emotionalität*, *Personalisierung*, *Negativität* und *Variation*. Seine Exzesse und Eskapaden haben *Kontinuität*, seine Ideen sind pure *Innovation*, und alle Faktoren zusammen begünstigen wiederum *Nähe* und *Aktualität*. Doch wer glaubt, dass Rodman allein durch Aktivitäten außerhalb des reinen Basketballspiels nur das *Interesse* der Medien weckt, hat sich getäuscht. Auch die *Bedeutung* seiner sportlichen Erfolge ist herausragend. Als siebenfacher NBA-Rebound-König spielt er auf absolutem *Elite*-Niveau und stellt an *Ausmaß* und *Konsequenzen* alles in den Schatten, was bisher in dieser Statistik das Maß der Dinge war. Doch grau ist alle Statistik, wenn allein der Sieg zählt. Auch hier erweist sich der Rebounder als veritabler Matchwinner. Immer wieder rutscht eine Mannschaft auf die Verliererstraße, wenn Rodman, aus was für Gründen auch immer, im Aufgebot fehlt. Als die Spurs ihn 1994 für unbestimmte Zeit sperrten (Rodman warf nach einem zweiten technischen Foul mit einem Eisbeutel nach seinem Trainer und einem Schiedsrichter), holten sie ihn schneller zurück als ihnen lieb war. 1999 verloren die Lakers ohne ihren Rebounder drei von sechs Spielen, während sie mit ihm eine 9:0-Serie hinlegten. Ohne Rodman geht es offenbar nicht.

Doch zweifellos beschäftigt Rodman die Medien am meisten über das *Interesse* an seiner Person. Dabei vereinigt er sehr viele Schemata, die die Medien sonst auf viele Personen verteilen, in sich. *Moralität* und *Konflikt* stehen ganz oben in der Hierarchie. Die Medien kommen kaum noch mit, wenn sie seine Strafen, Sperren und Vergehen auflisten wollen. Allenfalls über die Aktionen des jeweiligen Jahres hat man noch den Überblick. Das Schema *Gut gegen Böse* reizt Rodman geradezu aus – er wird nicht müde zu betonen, dass er der ‚bad boy‘ der Liga sei. Seine Attacken gegen andere Spieler oder Schiedsrichter sprechen für sich. Aber der ‚Bad-Boy‘ zeigt auch weiche Seiten. Wer von *Liebe* träumt, kommt bei ihm voll auf seine Kosten. Zahlreiche Liebschaften schmücken seinen Weg (u.a. mit Madonna und Carmen Elektra, was wiederum *Prominenz* ins Spiel bringt), und auch Männer werden nicht abgewiesen. Zumindest im Kopf sei er bisexuell, bekennt der Freund vieler Homosexueller öffentlich. Mit *Sex* wartet Rodman auch abseits der Affären auf, so bekundet er z.B., seinen wohlgeformten Körper im letzten Spiel in der NBA nackt präsentieren zu wollen.

Auf Fotos tut er das bereits, wenn auch ein Basketball die kritische Zone verhüllt. Selbst den *Sex* liefert er so, dass die Medien ihn mit *Kuriosität*, *Sensationsmache* oder *Überraschung* kombiniert präsentieren können: Rodman tritt mal in Frauenkleidern, mal als perfekt gestylte Drag-Queen und stets vielfach gepierct auf. Dann mutiert die „Rebound-Maschine“⁷³⁷ vorübergehend zum ‚bad girl‘.

Dennoch (oder gerade deswegen?) hat Rodman auch die *Sympathie* auf seiner Seite. So bezahlte er das Begräbnis eines zu Tode geschleiften Schwarzen oder färbte sich die Aids-Schleife ins Haar. Dies bereiten die Medien oft als *Ethnozentrismus* auf, weil Rodman durch solche Aktionen die Rassen- und Toleranzprobleme der amerikanischen Gesellschaft aufgreift. Manchmal werten sie diese Aktionen in Richtung *Moralität* aus, denn Rodman erinnert an die wahrscheinlich dunkelste Seite der amerikanischen Gesellschaft – freilich ohne die gleiche Tragweite wie Muhammad Ali zu erreichen. Mit einer Mischung aus *Mitleid* und *Sensationsmache* reagierten die Medien auf seinen Weinkrampf, mit dem er anlässlich einer Pressekonferenz die Frage beantwortet, ob er egoistisch sei. Dann wieder führt er Interviews mit einer *Neutralität*, die an einen Nachrichtensprecher erinnert. Seine Rebound- und Basketball-Analysen grenzen bisweilen an *Wissenschaftlichkeit*, obwohl die Medien sich schwer tun, Rodman abseits von wörtlichen Zitaten als wirklichen Experten heranzuziehen. Allein mit der *Eindeutigkeit* ist es bei ihm nicht weit her: das Rodman-Phänomen ist höchstens eindeutig mehrdeutig.

Wandelbar wie ein Chamäleon inszeniert Rodman seine eigene Biografie über die Medien. Nicht die Medien jagen Rodman, sondern Rodman die Medien. Er stellt die Mediengesetze auf den Kopf. Geradezu dankbar saugen sie jede neue Aktion oder Äußerung des ‚bad boys‘ auf. Doch der spielt durchaus mit den Medien, sagt heute dies und morgen das, taucht tagelang ab, verkündet scheinbare Fakten, die sich wenig später als ‚Ente‘ erweisen. Die Medien wissen nie, was sie als Nächstes erwartet. Das Erstaunliche dabei ist, dass Rodman trotz allem, trotz aller Polarisierung ein Vereiner von Massen ist. Zwar ist er es nicht in der ‚Medienrealität‘, wo sich die Journalisten moralisch eher von ihm zu distanzieren scheinen, aber in der ‚objektiven Realität‘ muss er es sein, denn andernfalls würden nicht so viele Menschen sein Leben verfolgen. Rodman grenzt aus und vereint gerade dadurch, wobei die Menge der Huldiger weitaus größer als die der Verabscheuer zu sein scheint. Rodman redet und tut das, was sich die meisten Menschen heimlich wünschen, es selbst einmal zu sagen oder zu tun. In Rodman findet fast jeder Teile seiner Meinungen und Einstellungen, seiner (un-)heimlichen Leidenschaften oder auch Perversionen. Rodmans Hang zur Gewalt, ob aufgesetzt oder tatsächlich vorhanden, verurteilen die Medien zwar mehrheitlich, doch ist er auch hier der Fokus individueller Gewaltprojektionen: Was mir die gesellschaftlichen Konventionen verbieten, vollstreckt ‚Der Wurm‘. Derart mannigfaltige Identifikationsmöglichkeiten lassen nur zwei Konsequenzen zu: Entweder identifiziert sich niemand mit dem Sportler oder aber sehr viele. Bei Rodman sind es sehr viele. Dazu gesellen sich die nicht wenigen sensationslüsternen Voyeure.

Rodman ist ein moderner Rebell, der sich freilich an der Grenze zur Comicfigur bewegt. Der *Humor*, mit dem z.B. Leno die ‚Rodmania‘ und ihren Protagonisten aufs Korn nimmt, spricht für sich. Aber seine Jugend ohne Vater wiederum ist auch von *Tragik* geprägt. Das Ursprüngliche, mit dem Rodman die

⁷³⁷ W.P. vom 14.12.1993. Wörtlich: „Rodman, Rebounding Machine“.

Menschen, ob arm oder reich, gebildet oder ungebildet, „schwarz“ oder „weiß“ (Rodman), verbindet, ist allerdings der Sport. Dadurch, dass er im Basketball exzellente, noch von keinem anderen Spieler erreichte Leistungen gezeigt hat bzw. zeigt, erhält er die Legitimation und Glaubwürdigkeit, die er für seine Auftritte braucht. Ganz ohne Respektierung seiner Person hätte er seine Show wohl kaum so medienwirksam aufziehen können, weil sich viele Journalisten gar nicht für ihn interessiert hätten. Dass die ‚Rodmania‘ mittlerweile zu einem Selbstläufer geworden ist, erleichtert ihm natürlich die Show, aber der Ursprung, die Basis war der stählerne Rebounder, dem kein Gegenspieler den Ball streitig machen konnte. Auch seine Ausflüge ins Wrestling bauen auf dieses Fundament, denn Wrestling selbst ist Show. Wer im Wrestling erfolgreich ist, muss keine einzigartige körperliche oder geistige Fähigkeit besitzen.

Am Anfang stand freilich die Leistung im Job, dann erst folgten die Extravaganzen. Auf das Leistungsvermögen bzw. das Talent hatten die Medien keinen Einfluss, aber was dann in Form der ‚Rodmania‘ folgte, war nur durch die Medien möglich. Auch des Rebounders stets austrainierter ‚Astralleib‘ wurde erst über die Medien zum Objekt der Begierde. Der Rodman, der als „bad boy“, „Der Wurm“ oder „Rodzilla“ Karriere macht, ist weitgehend über die Medien geformt worden, aber Rodman blieb stets sein eigener Regisseur.⁷³⁸ Rodman selbst hat seine Rolle erkannt: „Ich bin eine Kreation der Medien, ein Weg für jederman, Magazine und Zeitungen zu verkaufen.“⁷³⁹ Dass er stets die Kontrolle behält, weiß er genau. So zieht denn der Rebound-Rekordler selbst auch das passende Resümee, das sich eigentlich auf die NBA bezieht, jedoch nahtlos auf die Medien übertragen lässt: „Erst schaffen sie das Image, dann kontrollieren sie das Image. Aber mich haben sie nicht geschaffen, und mich können sie nicht kontrollieren.“⁷⁴⁰

⁷³⁸ So wie seine Spitznamen durch die Medien bekannt wurden.

⁷³⁹ RODMAN in einem offenen Brief an KEVIN DING. Vgl.

WWW.WESJEN.SIMPLENET.COM/RODMAN, Veröffentlichung vom 01.09.1999. Wörtlich: „I’m a creation of the media – a way for everyone to sell papers and magazines“.

⁷⁴⁰ RODMAN (1996, 123).

Die Stimme aus den USA: John Hoberman (Sport- und Dopingexperte) über...

... das magische Dreieck aus Sport-Medien-Wirtschaft

Dieses Dreieck ist der Rahmen, in dem die derzeitige Entwicklung des Spitzensports betrachtet werden muss. Als z.B. der neue CEO des U.S.-amerikanischen Olympischen Komitees kürzlich mit dem IOC-Präsidenten Samaranch zusammentraf, sagte Blake, dass Samaranch ihn wiederholt mit der Notwendigkeit einer herausragenden Leitung der U.S.-Athleten bedrängt habe.

Wie Blake verlauten ließ, habe Samaranch ihm gesagt: „Medaillien sind das Entscheidende im Bezug auf unsere Verantwortung. Die Konkurrenz in der Welt wird immer stärker. Die USA werden in Sydney und Salt Lake herausgefordert werden. Viele Länder organisieren sich immer besser und erhalten immer größere finanzielle Unterstützung der Regierung. Das sollte Ihnen klar sein. Sie werden an der Zahl der Medaillien gemessen werden. [AP Sports, 24 May 2000]

Ich nehme an, dass Samaranchs Sorge über die Medaillenzahl der USA von der Sorge her rührt, wie viel die amerikanischen TV-Stationen in Zukunft für die Übertragungsrechte bezahlen wollen. Auf diesen harten, geschäftsorientierten Treffen gibt Samaranch nicht einmal vor, an traditionellen Olympischen ‚Werten‘ wie Teilnahme, Freundschaft unter den Athleten oder Fair Play, interessiert zu sein.

Das magische Dreieck provoziert auch wichtige Fragen über die Natur des Sportjournalismus‘. Es gibt, und das ist nur ein Beispiel, nicht eine einzige Tageszeitung und nicht ein einziges Magazin in den USA, welches über die Olympische Bewegung mit derselben kritischen Schärfe berichtet wie die Süddeutsche Zeitung (Thomas Kistner et al.). Deshalb musste ein ein Außenseiter, Andrew Jennings, tun was kein Sportjournalist Anfang der 90‘er gewagt hatte oder sich auch nur vorstellen konnte. Es gibt überall Interessenkonflikte, eingeschlossen der Tatsache, dass manche Medien , z.B. SPORTS ILLUSTRATED, offizielle Sponsoren der Olympischen Spiele oder anderer Sportereignisse sind. Der Publikationsprozess, der gewisse Stories fördert und andere zensiert, verdient eine viel genauere Beobachtung als bisher geschehen.

Für mich ist die (potenzielle) Beziehung zwischen dem IOC und den großen Pharmaunternehmen, die leistungssteigernde Medikamente produzieren, welche für Olympische Athleten in Frage kommen, von besonderem Interesse. Es ist wohl bekannt, dass SmithKline Beecham die Dopingkontrollen der Olympischen Spiele 1996 in Atlanta mit leitete. Diese Verbindung endete nicht gut und scheint vorbei zu sein. Man beachte den folgenden Bericht von 1998:

Das Internationale Olympische Komitee wird große Pharmaunternehmen auffordern, an einem Treffen in Lausanne, Schweiz, im Januar teilzunehmen, mit dem das IOC den Kampf gegen den Medikamentenmissbrauch im Sport neu überdenken will. Ein australisches IOC-Mitglied, Kevan Gosper, sagte gestern, dass der Sport eine hohe Moralität zurückgewinnen müsse, um nicht das Vertrauen der Öffentlichkeit zu verlieren. „Es ist an der Zeit, den großen Medikamentenherstellern von Steroiden, EPO, Wachstumshormonen klar zu machen, dass sie ihre Reputation aufs Spiel setzen, wenn sie nicht vorsichtig sind, stringenter Kontrollen anwenden und die Öffentlichkeit so registriert, dass Medikamentenmissbrauch den Charakter des Sports zerstört. [„Drug Companies Invited to Meeting,“ New York Times (August 15, 1998)]

Tatsächlich sind Medikamentenhersteller nicht an einer Zusammenarbeit mit dem IOC oder irgendeiner anderen internationalen Sportföderation. Sollte jemand aus ihren Reihen bei der Anti-Doping-Konferenz des IOC im Februar 1999 aufgetaucht sein, so habe ich sie nicht bemerkt. Vor zehn Jahren weigerte sich Amgen, einen Marker an das EPO-Molekül zu applizieren, so dass man es bei Dopingkontrollen hätte entdecken können, und ich habe noch das IOC nie fragen gehört, warum so viel ihres Produkts auf dem Schwarzmarkt für Athleten landet. Es ist aber möglich, dass diese ‚Nichtbeziehung‘ sich zu einer konventionellen IOC-Sponsor-Beziehungen entwickelt (‚Das offizielle Steroid der Olympischen Spiele‘, wenn der Testosteron-Konsum sich weiterhin in der ‚normalen‘ Bevölkerung verbreitet. Der Gebrauch von Kreatin ist bereits legalisiertes Doping und IOC-akzeptiert, so dass der Schritt zu einem testosteronhaltigen unterstützenden Mittel durchaus eine mögliche zukünftige Entwicklung ist. Amerikanische Athleten tragen bereits Kleidung mit dem Logo der Firma ‚MET-Rx‘, die Androstendione an die breite Öffentlichkeit verteilt.

... die Rolle der Athleten im magischen Dreieck

Erinnern wir uns, dass es einmal den sogenannten ‚mündigen Athleten‘ gab. Leider hat es sich herausgestellt, dass der mündige Athlet ein innerer Widerspruch ist. Soweit ich weiss, ist der einzige (begrenzte) Erfolg in diesem Bereich die OATH-Organisation, die letztes Jahr von ehemaligen (und groesstenteils kanadischen) HochleistungssportlerInnen gegründet wurde. (Ich bin übrigens selbst ein OATH-Mitglied). Die Aktiven im Hochleistungssport sind zu jung, politisch unerfahren und auf die eigenen Leistungsziele konzentriert, um politisch effektiv zu sein. Sicher gibt es einige Ausnahmen, aber die politischen Karrieren der Hochleistungssportler, die sich politisch behaupten (Vegard Ulvang contra Samaranch in 1994, Chris-Carol Bremer gegen die laxen Funktionäre), dauern nicht lange.

Der/die Aktive muss stets mit anderen Sachen beschäftigt sein – Wohnung, Training, Erziehung usw. Deshalb sehe ich keine gute Strategie für diese mehr oder weniger machtlose Gruppe. Es besteht die Möglichkeit, dass sich die neuen SportlerInnen-Mitglieder des IOC in absehbarer Zukunft behaupten können werden, aber ich bezweifle auch das. Sie sind eine kleine Minderheit, und ich frage mich, ob sogar diese Leute gute Ideen oder Ambitionen haben. Die EPO-verdächtige Manuela di Centa? Der naive Amerikaner? Roland Baar vielleicht. Ich kann es mir nicht vorstellen, dass die Sportler eine bedeutende Rolle im magischen Dreieck spielen werden.

... Doping und die Gesellschaft

Das schmutzige kleine Geheimnis des Dopings ist, dass die sportinteressierte Öffentlichkeit bereits öfters demonstriert hat, dass sie gedopte Sieger den sauberen Verlierern vorzieht. Nachdem z.B. Pedro Delgado 1988 die Tour de France gewonnen und man ihm gleichzeitig die Einnahme eines Maskierungsmittels (Probenecid) nachgewiesen hatte, wurde er in Spanien als Held empfangen. Es gibt einfach keinen Beleg dafür, dass die Leute Doping als Skandal empfinden. Antidoping-Kampagnen werden von Journalisten, einigen Sportoffiziellen und unabhängigen Sportwissenschaftlern wie mir durchgeführt. Moderne, Technologie-basierte Gesellschaften können gar keine Einwände gegen leistungsför-

dernde und somit die Produktivität steigernede Mittel haben, weil sie bereits selbst nach dem Leistungsprinzip funktionieren.

... den ‚gefallenen Engel‘ Dieter Baumann

Es fällt mir schwer, mir vorzustellen, dass Baumann ein Doper ist. Er hatte zu viel zu verlieren, er hatte schon Gold geholt, er hatte schon seine Rolle als Vorbild angenommen. Kann es sein, dass er derart verzweifelt war, dass er das Ende seiner Karriere nicht ertragen konnte? Das bezweifle ich. Noch etwas: nur ein Zyniker könnte sich auf diese Weise verhalten haben. Wer kann den Beweis liefern, dass er je ein Zyniker gewesen ist?

... sich selbst [durchaus bescheiden]

Ich bin ein Sportwissenschaftler und Sportjournalist, der unabhängige Analysen von Themen, die die Olympische Bewegung, das Doping-Problem und Rassenprobleme im Sport betreffen, liefert. Ich unterhalte Kontakte zu vielen anderen Wissenschaftlern und Journalisten, die über den modernen Mediensport publizieren.

III

„Lebbe geht weida“⁷⁴¹ – das Resümee

Was haben nun die ‚Reise‘ durch den Mediensport und die Interviews für Erkenntnisse, abgesehen von der Tatsache, dass sich das Medienereignisprinzip auf Ereignisse des Mediensports anwenden lässt, gebracht? Das magische Dreieck aus Sport, Medien und Wirtschaft ist wahrlich ein Moloch der besonderen Art, es verwandelt den Spitzensport in ein Spektakel. Vordergründig ist das Gefüge nach wie vor trivial: Der Sport ist menschliches Kulturgut und daher omnipräsent, die Medien wirken als Multiplikatoren, und die Wirtschaft bezahlt das Spektakel. Der Beste gewinnt in einem spannenden und fairen Wettkampf.

Natürlich ist die Wahrheit auch heute, nach den ‚erdbebengewaltigen‘ Skandalen, so einfach nicht; das wurde hier eingehend dargelegt. Sind wir also nicht einen Schritt weiter als in der Einleitung? Keineswegs, denn unter der trivialen Oberfläche verbergen sich komplexe Zusammenhänge. Kommen wir zunächst zu den Einsichten, die eher bestätigen, als dass sie etwas wirklich Neues präsentieren. Auch im Rahmen des *Medienereignis-Prinzips*, welches die Ausprägung einzelner Medienereignisfaktoren analysiert und nicht den Grad der Annäherung an die ‚objektive Realität‘, liefert DER SPIEGEL tendenziell die schonungslosesten ‚Enthüllungen‘, die F.A.Z. die wissenschaftlichsten Analysen, die S.Z. die ungezwungensten und liberalsten Berichte. BILD bleibt das deutsche Boulevardblatt par excellence, die britische Presse bleibt ihren Prinzipien ebenso treu wie die US-amerikanische den ihrigen. Überhaupt bleibt die ‚seriöse‘ Presse dem Fernsehen in der Ausführlichkeit und Präzision der Hintergrundberichte und -analysen oft überlegen.

Allemaal komplexer und daher komplizierter zu durchdringen ist der Spitzensport selbst: Da ist zum einen die doppelte Moral des Spitzensports zu beachten. Nach außen versucht man nach wie vor, die Sauberkeit des Sports in Bezug auf Doping zu betonen, ja zu inszenieren. Wird wirklich einmal jemand erwischt, so spielt man das unerfreuliche Vorkommnis, sofern es sich nicht direkt vertuschen lässt, als Einzelfall herunter. Der Erwischte wird als Opferlamm geschlachtet, der Rest wendet sich mit gerümpfter Nase vom Schänder des Glaubensbekenntnisses ab. Selbst die Tour de France hat den Skandal überlebt und rollt nun als ‚saubere‘ Tour der Erneuerung durch Frankreich. Fragt man allerdings Insider, so bekommt man nicht selten hinter der vorgehaltenen Hand zu hören, dass man unverändert die Leistung mit allen Mitteln steigert – nicht nur im Radsport. Namen nennen will man freilich nicht. Versuche, das Doping im öffentlichen Diskurs dauerhaft in das Selbstverständnis des Spitzensports einzubeziehen, sind bis heute fehlgeschlagen.⁷⁴² Dafür tun die Medien ihr Übriges. Eine Abhilfe ist nicht Sicht. Immerhin ist der Spitzensport der Medien liebstes Kind, wie es zumindest scheint; und dieses liebste, weil zuschauer- bzw. leserträchtige und finanziell einträgliche, Kind will man sich natürlich nicht vergraulen. Sponsoren wie die Krombacher Brauerei haben das Gebot der Zeit erkannt und unterstützen keine einzelnen Sportler, sondern nur Sportarten und Verbände. Keine Sportart konnte bis jetzt durch nachgewiesenes Doping

⁷⁴¹ DRAGOSLAV STEPANOVIC, ehemaliger Trainer von EINTRACHT FRANKFURT und BAYER LEVERKUSEN. Zitiert nach: WELT AM SONNTAG vom 30. Januar 2000.

⁷⁴² Vgl. z.B. GAMPER, MICHAEL: *100 Jahre Doping: Annäherung an eine Geschichte der künstlichen Leistungssteigerung im Radsport*. NEUE ZÜRCHER ZEITUNG vom 03.09.1999.

einzelner Akteure zerstört werden, denn nicht zuletzt ist da auch noch das Volk mit seinen Grundbedürfnissen und Urinstinkten. Es will sich seiner Illusion einfach nicht berauben lassen. Soll man es überhaupt seiner Illusionen berauben? Soll man scharf moralisieren, wenn es doch letztlich um das Vergnügen geht?

A propos Moralisation: Obwohl die Medien die *Moralisierung*, meist gepaart mit der *Personalisierung*, als wichtiges Schema anwenden, herrscht beileibe keine Einheitlichkeit. Als die Tour de France ihren Skandal erlebte, prügeln viele Journalisten auf die Radprofis ein (– dass ausgerechnet DER SPIEGEL Ausgewogenheit zeigte, spricht für seine Qualität). Hier wurde das Glaubensbekenntnis des Sports grob verletzt. Das gleiche Schicksal hatte einige Jahre zuvor Grit Breuer und Katrin Krabbe ereilt. Mit Damon Hill war es eine andere ‚Geschichte‘: Seine Duelle mit Michael Schumacher ebneten den Weg zum ultimativen Medienspektakel der Formel-1, wie wir es um die Jahrtausendwende erleben. Doch wurde hier von deutschen Medien die *Moralisierung* so vorgetragen, dass Hill der finstere Brite war, der den gutartigen Deutschen Michael Schumacher unfair bedrängte. So wurde durchaus, und nicht nur in der Boulevardpresse, eine ethnozentrische Perspektive in den Konflikt eingebracht; ob gewollt oder nicht. Darüber vergaß man indes fast, dass Hill zwar in Großbritannien ein Superstar, jedoch keineswegs unumstritten war. Schumacher wurde in den britischen Medien durchaus nicht immer freundlich behandelt, doch war er nicht auf die Rolle des ‚bösen Deutschen‘ festgelegt. Hill hingegen trug man seine Unnahbarkeit und seine offensichtliche Starrköpfigkeit nach, hier überlagerte die *Negativität* den *Nationalismus* bzw. *Ethnozentrismus*. Freilich wies man zu gegebenen Anlässen deutlich darauf hin, dass er ein fairer britischer Sportsmann sei.

So muss man sich vor Verallgemeinerungen hüten, wenn es um die *Moralisierung* in den Medien geht. Abgesehen davon wissen wir heute, dass selbst das Glaubensbekenntnis des Sports auf tönernen Füßen steht. Der moderne Radsport z.B. war von jeher ein Profisport, praktisch der erste Extremsport der Moderne. Soll man da nun plötzlich das Glaubensbekenntnis anwenden, weil sich einige Profis beim Dopen verkalkuliert hatten? Ein olympisches Ethos jedenfalls hat es im Radsport nie gegeben, das vergessen die Journalisten nur allzu leicht. Und was den klassischen olympischen Gedanken jenseits von de Coubertin betrifft, so hat unlängst K. Ludwig Pfeiffer noch einmal alles gesagt, was zu sagen ist.⁷⁴³ Andererseits schweigen die Medien besonders in Deutschland das Doping ja nicht tot. DER SPIEGEL bleibt ebenso am Thema wie die F.A.Z. oder auch die S.Z. und DIE WELT. Im Jargon sind sie dabei nicht zimperlich. So sprach die S.Z.⁷⁴⁴ anlässlich der olympischen Sommerspiele 1996 von Gewichtheber Andrej Chemerkin als „fleischgewordene[n] Ural“, der auf das Podest „trampelte...“, oder von „winzigen, bulimischen Turnpüppchen“, der „Freakshow der Fettklöße und Muskelmonster“ und „Perversität“. Damit nicht genug, bewunderte man wenig später⁷⁴⁵ die relative Schlank- und Schönheit einer Kugelstoßerin Astrid Kumbernuss im „nur notdürftig getarnten Panoptikum. Darin wetteifern neben den Kugelstoßerinnen Männer mit Blumenkohlhören, mit Gorillaschenkeln, mit Schwabbelbäuchen, wobei es immer besonders

⁷⁴³ PFEIFFER, K. LUDWIG (1999): *Das Mediale und das Imaginäre. Dimensionen kulturanthropologischer Medientheorie*. Frankfurt/M., Suhrkamp.

⁷⁴⁴ Ausgabe vom 01.08.1996.

⁷⁴⁵ Ausgabe vom 05.08.1996.

lustig ist zu sehen, wie einer immer nur den anderen etwas missraten findet. Der sieht ja aus wie ein Menschenfresser, hat der Gewichtheber Manfred Nerlinger über seinen Kontrahenten gelästert: ausgerechnet der gute Manni mit seinem überdimensionierten Vierkantgesicht und seinem Elefantenkörper. (...). Und gebt es zu Ihr wollt, Ihr wollt diesen Zirkus in seiner Ganzheit. (...). Ihr habt Euch mit allen Mutanten angefreundet; nur eben mit den Kugelstoßerinnen nicht. Sie sprengen den Rahmen, sagt Ihr. Als ob es überhaupt einen Rahmen gäbe.“ Publikumsbeschimpfungen? Mitnichten – es handelt sich um eine messerscharfe (aber leider nur punktuell) vorgetragene Analyse der Situation. In jedem von uns ist etwas Voyeuristisches.

Vor diesem Hintergrund ist auch der Medienrummel um den Prozess der obersten DDR-Doper Manfred Ewald und Manfred Höppner verständlich. Am Tag der Prozesseröffnung waren sogar Journalisten des amerikanischen Senders ABC anwesend, obwohl es um ein rein deutsches Thema ging. Sie wollten Material für eine Dokumentation sammeln. „Dieses Thema ist von großer Emotionalität für uns. Damals haben die DDR-Sportler unsere Athleten geschlagen, und jetzt erfahren wir, dass sie gedopt waren, selbst Kinder.“⁷⁴⁶ Bei soviel *Emotionalität* kommen also selbst die Amerikaner – Kinderdoping ist eben auch jenseits des Atlantiks, im Mutterland des Glaubensbekenntnisses ein Medienereignis. Amerikanisches Doping, (un)schön und gut, aber deutsches Kinderdoping, das ist in *Bedeutung* und *Moralität* eine Klasse für sich!

Wer diktiert also den Leistungswahn? Die Sportfans oder die Medien? Beide wohl. Wenn diese Bestandsaufnahme eines unwiderruflich gezeigt hat, dann die Tatsache, dass die Medien aus allen Manipulationsskandalen und Dopingaffären nichts gelernt haben. Ihre Forderung nach Höchstleistung ist insgesamt ungebrochen. Der Sieg steht immer noch über allem Anderen, Erfolg geht vor (unbewiesenem) Doping. Dieses Credo könnten die Medien gar nicht durchhalten, wenn nicht das Publikum dahinter stünde. Das Duell Schumacher gegen Hill z.B. hat die Popularität der Formel-1 in Deutschland enorm aufgewertet: Es war zum großen Teil die Macht der Medien, die das Spektakel zur nationalen Frage erhoben und hoffähig gemacht hat. Natürlich ist die Macht der Medien heute so groß wie nie zuvor, auch weil der Spitzensport so kommerzialisiert ist wie nie zuvor. Auch das ist eine – wenn auch wenig überraschende – Quintessenz dieser Arbeit. Ebenso ist die zunehmende Wichtigkeit des Internets eine nur logische Folge der technischen Entwicklung. Zwar sind die Berichte in der Regel kürzer als in den meisten Printmedien, aber dafür aktueller und bei Archivierung stets abrufbar. Erstaunen mag indes, dass sich dabei immer mehr Medien gegenseitig zitieren, wobei auch die Boulevardpresse (BILD, THE SUN, BLICK) einen nie gekannten Reputationsschub erlebt. Es gilt immer seltener als unfein, Organe der Boulevardmedien zu zitieren. Das ist insofern bedenklich, als die Boulevardmedien ihre Inszenierungen bisweilen recht ruppig und mit nebulösem Bezug zur ‚objektiven Realität‘ vornehmen. So haben Boulevardjournalisten Ralf Schumacher das Boxenluder angedichtet, weil er über seine Beziehungen grundsätzlich keine Auskunft geben will. Dies, so berichtete der Formel-1-Star, habe man ihm hinterher sogar persönlich mitgeteilt.⁷⁴⁷ Der Selbstreferenz der Medien tut es keinen Abbruch, und sie verfolgt mindestens zwei Ziele: Einerseits liefert sie eine scheinbare Untermauerung ihrer Kompetenz (nach dem Motto: ‚Wir sagen die Wahrheit, denn alle anderen sagen das

⁷⁴⁶ So das sinngemäße Zitat in den *ARD-Tagesthemen* vom 02.05.2000.

⁷⁴⁷ WWW.SPIEGEL.DE, Interview vom 15.05.2000.

Gleiche‘), andererseits tönt sie den Wahrheitsgehalt bestimmter Nachrichten ab (nach dem Motto: ‚Wir haben hier eine ganz tolle Nachricht, aber Vorsicht, sie stammt aus den Boulevardmedien‘). Gerade dies verdeutlicht, dass die Ware Medienereignis mehr als die Quelle, also hier das Medium, zählt. Welches sich selbst als seriös bezeichnende Medium hätte noch vor einem Jahrzehnt etwa BILD herangezogen, wenn keine eigene Recherche zum BILD-Ereignis vorgelegen hätte?

Aber alle Macht hat ein Ende, wenn das Publikum sich abwendet. Da die Einschaltquoten und Leserzahlen stimmen, kann dies nur bedeuten, dass das Publikum das Spektakel fordert. Nicht umsonst wird unsere Gesellschaft in den Feuilletons zunehmend als ‚Spaßgesellschaft‘ bezeichnet. Alle Aufklärung gegen die naive Bewunderung des Spektakels ist bisher offenbar fehlgeschlagen. Auch die Wirtschaft als Sponsor fordert ihren Tribut: die Leistung muss stimmen, wie, das ist zunächst einmal egal. Die Medien wiederum tun alles, um den Sport zum Spektakel werden zu lassen, damit Wirtschaft und Publikum gebührend bedient werden. Dass sie dabei emotionalisieren, ‚verzerrern‘ und gelegentlich eine eher angebrachte sachliche Berichterstattung bewusst zu Gunsten des Spektakels opfern, ja dass sie *eine eigene Medienrealität präsentieren*, steht außer Frage. Dass dabei die als ‚seriös‘ angesehenen und qualitativ hoch stehenden Medien manchmal Federn lassen – ‚geschenkt‘, wie man wohl sagen darf. Welchen Mechanismen, Schemata und Medienereignisfaktoren die Massenmedien dabei jenseits der obersten Kriterien von *Bedeutung* und *Interesse* Rechnung tragen, ist, wie gezeigt, eine hoch komplexe und letztlich auch philosophische Frage, die nicht pauschal beantwortet werden kann. *Emotionalität, Personalisierung, Negativität, Aktualität* und *Ausmaß* sind allerdings in den hier betrachteten Beispielen immer vertreten, wenn auch in unterschiedlicher Intensität. Hier muss man den Einzelfall betrachten. Nicht zuletzt auch verhilft sich der Sport selbst in seiner Beschaffenheit jenseits der begleitenden Ereignisse zum Spektakel: in seiner Ausrichtung auf die urmenschlichen Instinkte von Sieg und Niederlage, auf die Zuspitzung und unausweichliche Entscheidung.

Wo bleiben die Sportler in diesem Spektakel? Sie sind vor allem zum Erfolg verurteilt. Bringen sie diesen nicht, sind sie weder für die Werbewirtschaft, noch für die Fans interessant. Doch auch die bloße Leistungsfähigkeit reicht nicht mehr aus. Wer heute das Optimum heraus holen will, muss sich artikulieren, mit den Medien umgehen und sich selbst darstellen können. Kritiker bemängeln zu Recht, dass die Sportler zu bloßen Marketingartikeln degradiert und besonders manche Sportlerinnen zu Sex-Objekten stilisiert werden. Freilich heizen Athletinnen und Athleten den Körperkult bisweilen auch bewusst an – siehe ‚Ikone‘ Dennis Rodmann. Offenbar geht mit dem Sport bei einigen automatisch ein Hang zur Selbstdarstellung einher, und möglicherweise wird sich der Trend zur inszenierten Freizügigkeit noch verstärken. Immerhin hat Rodman im deutschen Handballer Stefan Kretzschmar bereits einen ebenso eifrigen wie erfolgreichen Nachahmer gefunden. Während Rodman nach eigener Aussage wegen seiner Hautfarbe a priori ein Underdog ist und passend dazu im Spiel als Rebounder den „Müllmann“ der NBA gibt, schlachtet Kretzschmar seine ostdeutsche Herkunft aus, und „er berlinert über ‚West-Ärsche‘ und seine ‚geile Jugendzeit‘ in der DDR“⁷⁴⁸.

Daher stehen durch die Vermarktung Sportlerinnen und Sportlern in populären Sportarten Verdienstmöglichkeiten offen, die sie früher nicht hatten,

⁷⁴⁸ S.Z. vom 15.04.2000.

sind sie potentiell die wahren Giganten des Spektakels. Auch wenn man oberflächlich die Medien als Belastung für die Sportler betrachten kann, so beeinflussen sie zumindest die Psyche der meisten Sportler unmittelbar doch weit weniger, als man annehmen möchte. Katastrophale Konsequenzen, wie sie Grit Breuer oder Dieter Baumann widerfuhren, sind wohl die Ausnahme. Mehrheitlich, so scheint es zumindest, ist von Sportlern zu hören, dass es ihnen eigentlich egal ist, was die Medien über sie berichten. Die entscheidende Quintessenz auch der Interviews mit Erik Zabel und Ina Reinders dürfte die relative Indifferenz der Sportler gegenüber der Kritik durch die Medien sein. Selbst der sensible Jan Ullrich hat mittlerweile die Mechanismen erkannt und bekundet, dass ihn die Medien nicht beeindrucken oder beeinflussen können.⁷⁴⁹ Allein die eigene Leistung zählt. Wenn diese stimmt, frohlocken und zahlen die Sponsoren, da können die Medien verreißen, wie sie wollen. Ein schlechtes Image ist eben immer noch besser als gar keines! Schon deshalb muss man die Rolle der Medien, wenn man sie in diesem Rahmen betrachtet, mehrheitlich als positiv beurteilen. Die Medien sind die Drehscheibe und die Inszenatoren des Spektakels, von dem letztlich alle profitieren. Sie garantieren im berühmten Phänomen ‚Brot und Spiele‘ jene wichtigen Spiele für das (Fan-)Volk, ohne die unsere Spaßgesellschaft offenbar nicht existieren kann. Freilich stimmt die Ansicht von Johannes B. Kerner, dass keinem Schaden zugefügt wird, nicht ganz. Sportler, die z.B. des Dopings überführt werden oder keine Leistung mehr bringen, werden oft gnadenlos abgekanzelt, niedergeschrieben und von der Wirtschaft ad acta gelegt. Geht man nun davon aus, dass im Spitzensport die medizinische Unterstützung sehr wichtig ist und der Medikamentenschubel immer undurchsichtiger wird, so befinden sich die Athleten durchaus in einer Zwickmühle. Selbst wenn die Medien sie kalt lassen – was im Einzelfall zu beweisen wäre –, so wird der Stil, in dem viele Medien mit den ‚gefallenen Engeln‘ umspringen, nicht geschmackvoller.

Zudem kann man davon ausgehen, dass ein Medienimage nur schwer wieder zu ändern ist,⁷⁵⁰ auch wenn für diese These ein Beweis wohl noch aussteht. Hier zeigt sich die negative Seite von Sprachwitz und Wortspiel. Was ‚knallt‘, das prägt sich ein. Dennoch: wenn die Medien nicht wären, dann wäre der heutige Spitzensport nicht denkbar. Eine Lösung, das Spektakel nicht eskalieren zu lassen, liefert Kerner, indem er fordert, dass sich alle Beteiligten um fünf Prozent zurück nehmen mögen. Das Leben ginge schließlich auch ohne den Sport weiter (Dragoslav Stepanovic: „Lebbe geht weida“), wie es auch nach schlimmsten sportlichen Niederlagen bis jetzt noch immer weiter gegangen ist. Inwieweit Kerners Lösungsansatz realistisch ist, sei dahingestellt. So bemerkt die F.A.Z. ⁷⁵¹ zum Abschiedsspiel des „leibhaftigen Lothar“ Matthäus im typisch präzisen Analysestil: „Schließlich geht es bei Matthäus‘ Abschied an diesem Freitag im Zeitalter der virtuellen Wahrnehmung und der inszenierten Fakes im Zeichen des Borderline-Journalismus ja nicht um das eigentliche Ende einer großen, nun schon 21 Jahre währenden Fußball-Profikarriere.“ Volkes Idol, der ‚ewige‘, sich selbst inszenierende Lothar, macht zur Freude aller weiter, und so reiht sich auch dieses letzte Beispiel, quasi als pars pro toto, ein in

⁷⁴⁹ Im ZDF-Heute-Journal vom 29.06.2000.

⁷⁵⁰ Entsprechend äußerte sich z.B. der Formel-1-Star RALF SCHUMACHER im DSF-Talk-Magazin *Warm Up* vom 23.05.2000, als er über seine Erfahrungen mit den Medien und seinen Spitznamen „Rolex-Ralf“ sprach.

⁷⁵¹ Ausgabe vom 26.05.2000.

die anderen inszenierten Ereignisse des Spektakels Spitzensport. Die berühmte Katze, beißt sich spätestens hier in den Schwanz.'

Wie wichtig ist aber nun jener unabänderliche Kern des Sports, den nicht nur Johannes B. Kerner beschwört, für die Sportler selbst? Letztlich existiert für die Sportler unabhängig von Medien und Wirtschaft die eigene Leistung als wichtigster Gradmesser und entscheidendes Kriterium der Selbstachtung. Die Beschaffenheit des Sports als Ventil für persönlichen Ehrgeiz ist der ursprüngliche Motor der Athleten. Daran ändert auch die Tatsache, dass das, was die Athleten im Spitzensport vollbringen, nur noch wenig mit dem zu tun hat, was der Volksmund als ‚Sport‘ bezeichnet, nicht das Geringste. Für den Antrieb der Sportler ist diese größte Illusion im magischen Dreieck ohne Belang; das Volk mag ihr indessen unbehelligt erliegen. John Hoberman hat sicher recht, wenn er sagt, dass die Athleten innerhalb der Verkettungen des magischen Dreiecks das schwächste Glied darstellen – dass sie überhaupt dort anzutreffen sind, liegt aber an ihnen selbst. So gesehen haben sie ihr Schicksal selbst gewählt. Damit erlegen sie sich den entscheidenden Druck auch selbst auf. So bleibt für jeden Sportler trotz allen Spektakels auch in diesem Jahrtausend wohl die schlimmste Vorstellung jenes Szenario, das Wim Thielke⁷⁵² einst beschrieb: „Er lag so weit hinter dem Feld, dass man ihn für den Sieger des nächsten Rennens hielt.“

⁷⁵² THOELKE, WIM (1969): *Vor allem Sport*. Frankfurt/M., Limpert, 123.

Epilog

Eines Tages aber trafen die Sportjournalisten den Olympischen Geist. Sie konnten gar nicht glauben, dass es ihn überhaupt noch gab!

„Bist du es wirklich?“ fragten sie die jämmerliche, ausgezehnte, alte Gestalt.

„Ja, ich bin es wohl!“ antwortete das Gespenst mit brüchiger Stimme.

„Du siehst zum Erbarmen aus!“ befanden die Journalisten streng.

„Oh ja, ich weiß...“ Der Geist lächelte müde. „Aber seit ich dank Coubertin das Licht der Welt erblickte, sind viele Jahre vergangen und es ist viel passiert.“

„Allerdings“, riefen die Journalisten, „du hast dich und den Sport verraten und verkauft.“

Der Geist lächelte müde und winkte ab.

„Oh doch“, krächte ein vorlauter Journalist, „für dich zählt nur noch das Geld! Du hast dich den Sponsoren und der Wirtschaft verschrieben und nicht mehr dem Sport.“

„Jawohl“, rief ein anderer, „du hast einen riesigen Zirkus aus den Olympischen Spielen und überhaupt dem ganzen Sport gemacht! Jetzt siehst du, was du davon hast!“

„Und die Sportler sind nur Statisten oder Hampelmänner“, klagte ein dritter.

Der Geist lächelte müde.

„Aber das alles könnten wir dir noch verzeihen. Weißt du, was das Schlimmste ist? Dass du keine Leistung mehr bringst! Sieh dich an, wie du durch die Gegend schlurfst, du bist uns ein schöner Olympischer Geist!“ höhnten die Journalisten.

Der Geist lächelte müde: „Nun ja, in all den Jahren im Dienste des Spitzensports sind die Gelenke verschlissen, die Muskelfasern zig-fach gerissen und der Rücken schmerzt barbarisch. Ich kann keine Höchstleistung mehr bringen, ich bin müde.“

„Schäm dich!“ riefen die Journalisten. „So dankst du es deinen Sponsoren!“

Nun wurde der Geist mürrisch. Er lächelte nicht mehr, und seine Stimme klang plötzlich hart: „Euer wohlfeiles Geschwätz beginnt mich zu langweilen. Gar trefflich vorgetragen erscheinen eure Anschuldigungen, ganz im Sinne des aufklärenden Journalismus‘. Allein, ihr vergesst wohl, wem ich meinen Zustand zu verdanken habe? Wer hat denn den Sport erst zum Spektakel gemacht? Hat mir jemals auch nur einer die Wahl gelassen?“

Da schwiegen die Journalisten für einen Moment betreten.

„Was sollen wir machen? Das Volk will das Spektakel! Das Volk will Sensationen und Skandale! Wir sind nur die Mittler.“

Wieder herrschte betretenes Schweigen.

Doch dann meldete sich erneut der vorlaute Journalist: „Was sollen wir nun lange greinen und Trübsal blasen? Lasst uns handeln: Wir wollen den Olympi-

schen Geist wieder flott bekommen. Wir werden ihn zur Präparation bringen, auf dass er mit neuem Glanze wieder erstarke!“
„Ja“, frohlockte und jubilierte die Menge, „überlassen wir ihn erfolgreichen Sportmedizinern, Pflegern und Betreuern!“

Da erschrak der Olympische Geist zu Tode.

Finis:

Mit Gegröle in die Hölle

Nach der Blamage üben einige Nationalspieler das Feiern

Als der Mannschaftsbuss um kurz nach zwei Uhr in der Nacht ein letztes Mal ins Kasteel Vaalsbroek einbog, hielt sich das Interesse an der deutschen Nationalelf in Grenzen. Gerade mal ein Dutzend Fans erwartete sie dort. Sie hatten weder faule Eier dabei noch Tomaten, nur ein Spruchband, auf dem stand: „Wir sind Deutsche und ihr nicht!“ Mit drei Ausrufezeichen!!! Ist natürlich Blödsinn, und deshalb haben sich die Fans auch gar nicht mehr getraut, es hoch zu halten. Fotografen mussten sie ermuntern und Reiner Calmund. Der gemütliche Dicke war in Rage, vor Wut über die Darbietung von Rotterdam hatte er das Gaspedal durchgetreten auf der Fahrt zurück in DFB-Quartier.

Wieso wundert sich jemand, dass die Spieler nach solch einem Abend nicht schlafen gehen können. Wen stört es, dass sie auf der Terrasse sitzen und ein paar Bier zuviel trinken? „Da saufen sie, die traurigen Brüder“, soll Sepp Maier, der Torwarttrainer gebrüllt haben, und dann bat er, der früher über den Zaun aus dem Trainingslager ausgebüxt ist, die Fotografen, die Szene zu dokumentieren. Es müssen merkwürdige Kreaturen gewesen sein, wie der DFB-Pressedirektor mutmaßt. Niersbachs Tierleben: „Es ist uns zu Ohren gekommen, dass die Schwäne im angrenzenden Teich Kameras gehabt haben sollen.“

Lange Hälse mit Teleobjektiven also.

Am nächsten Morgen waren sie weggeflogen, nur die Enten paddelten noch im Hotelweiher. Eine Zeitungsende? Bild dir deine Meinung: „Die Nacht der Schande“, schreit es vom Boulevard. Selbst das Fachblatt *kicker* entdeckte seinen moralischen Auftrag: „Ich habe mich geschämt, die deutsche Nationalelf in so einem Zustand zu sehen“, sagt der Chefredakteur zur Deutschen Presseagentur.

Was den Augenzeugen so empörte? „Ich hörte lautes Gegröle, Gelache, man hat sich wohl Witze erzählt.“ Unerhört! Andere wollten Zuhörer einer öffentlichen Chorprobe gewesen sein. Was man halt heute so singt, wenn Bier fließt: „Ich bin der Anton aus Tirol“ und „Und dann die Hände zum Himmel!“ Sollte daraus eine CD entstehen, „der Abgesang von Vaals“ vielleicht – Bild wird sie nicht vermarkten: „Zum Himmel? Zur Hölle mit euch!“, schreibt Fußballchef Walter M. Straten in seiner Kolumne „inside Nationalelf“.

Vielleicht hätten sie besser drinnen gefeiert, hinter verschlossenen Türen. Vielleicht war auch die überstürzte Abreise nicht so geschickt. Früh um sechs verließen die ersten Spieler das Quartier Richtung Flughafen. Außer dem Freibier des Sponsors hatten sie für 1400 Mark gebechert, hat Bild ermittelt. Wer zahlt die Zeche? „Ich war bis fünf dabei, und es war überhaupt kein Trinkgelage“, beteuert Gerhard Mayer-Vorfelder. Und dabei kennt sich der Delegationsleiter aus. G.J.

Ein Schmankehl zum Schluss: „Mit Gegröle in die Hölle“ ist der S.Z.-Kommentar zum unrühmlichen Ausscheiden der deutschen Nationalelf bei der Fußball EM 2000 – das Medienereignis und auch die Medien selbst tiefend vor Ironie analysierend. (S.Z. vom 23.06.2000). Man lese und genieße!

Literaturverzeichnis

Sämtliche Quellen sind in Inhalt und Formatierung identisch mit den Angaben in den Fußnoten der Arbeit.

Schwerpunkt Sport und Mediensport

ALTENBERGER, HELMUT (1989): *Das Bild des Sports in den Massenmedien*. Erlensee.

BETTE, KARL-HEINRICH (1994): *Doping im Leistungssport – sozialwissenschaftlich betrachtet*. Stuttgart.

BERENDONK, BRIGITTE (1992): *Doping*. Reinbeck bei Hamburg, Rororo.

BINNEWIES, HARALD (1974): *Sport und Sportberichterstattung*. Inaugural-Dissertation (Freie Universität Berlin).

-: *Sport und Massenmedien*. Ahrensburg bei Hamburg, Verlag Ingrid Czwalina.

BLICKENSDÖRFER, HANS (1983): *Keiner weiß wie's ausgeht. Unendliche Geschichten vom Sport*. München, Schneekluth.

-: (1987): *Flanken und Strafstoße*. Stuttgart, Engelhorn Verlag.

BLAIN, NEIL (1993): *Sport & The Mass Media: National + European Identities*. Saint Martin's Press.

BLÖDORN, MANFRED (1978): „Marktlücken“ beim Fernsehen – gibt es die? In: HACKFORTH, JOSEF/WEISCHENBERG, SIEGRFIED (eds.) (1978): *Sport und Massenmedien*. Bad Homburg v. d. H., Limpert, 225-232.

BOVENTER, HERMANN (1995): *Medien-Spektakel*. Frankfurt/M., Kecht.

CLASING, DIRK (1992): *Doping – verbotene Arzneimittel im Sport*. Stuttgart/Jena/New York.

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

DANNENMANN, FRITZ (1991): *Sportmedien BRD-DDR im Vergleich*. Heidelberg.

DINKEL, M. & HOLDERBACH, E. (1999): *Fußball-WM 1998 – das Medien- und Sponsoreneignis*. In: TROSIEN, GERHARD/DINKEL, MICHAEL (1999): *Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit?* Aachen, Meyer&Meyer.

DUNNING, ERIC (1971): *The Sociology of Sport*. London.

- DZIONARA, KARIN (1996): *Mit Pfeil und Bogen zu Rekord. Der Sport in frühen Hochkulturen*. In: SARKOWICZ, HANS (ed.) (1996): *Schneller, höher, weiter. Eine Geschichte des Sports*. Insel, Frankfurt/M.
- EICHBERG, HENNING (1979): *Der Weg des Sports in die industrielle Zivilisation*. Baden-Baden.
- ERTL, ERIC (1978): *Funktionen des Sportjournalismus*. In: HACKFORTH, JOSEF/WEISCHENBERG, SIEGRFIED (eds.) (1978): *Sport und Massenmedien*. Bad Homburg v. d. H., Limpert.
- FISCHER, C. (1994): *Bedeutungswandel des Sports – Aufwertung des Sportjournalismus?*. In: HACKFORTH, JOSEF/FISCHER, CHRISTOPH (eds.) (1994): *Sport und Medien*. München, Öhlschläger.
- GAMPER, MICHAEL: *100 Jahre Doping: Annäherung an eine Geschichte der künstlichen Leistungssteigerung im Radsport*. NEUE ZÜRCHER ZEITUNG, Ausgabe vom 03.09.1999.
- GEBAUER, GUNTER (1999): „Doping zu verteuflern ist scheinheilig“. Interview in: TOUR Nr.1/1999, 93.
- GEYER, M./WULZINGER, M. (1998): „Beim Bauchschuss nützt kein Helm“. In: DER SPIEGEL Nr.12/1998, 168-170.
- GÖDEKE, PETER (1976): *Der Stellenwert des Sports im Hörfunkprogramm*. Münster.
- GÖRNER, FELIX (1995): *Vom Außenseiter zum Aufsteiger: Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin, VISTAS Verlag.
- GUMBRECHT, HANS ULRICH (1988): „Dabei sein ist alles“. *Über die Geschichte von Medien, Sport, Publikum*. Arbeitshefte Bildschirmmedien 1, Universität-GHS-Siegen, 1.
- GUTTMANN, ALLEN (1978): *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*. New York, Columbia University Press.
- HACKFORTH, JOSEF (1975): *Sport im Fernsehen*. Münster, Verlag Regensberg.
- :/WEISCHENBERG, SIEGRFIED (eds.) (1978): *Sport und Massenmedien*. Bad Homburg v. d. H., Limpert.
- (ed.) (1988): *Sportmedien & Mediensport: Wirkungen – Nutzung – Inhalte der Sportberichterstattung*. Berlin
- :/FISCHER, CHRISTOPH (1994): *Sport und Medien*. München, Öhlschläger

- : (1999): *Medien – Sport – Wirklichkeit*. In: TROSIEN, GERHARD/DINKEL, MICHAEL (eds.) (1999): *Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit?* Aachen, Meyer&Meyer, 45-55.
- HOBBERMAN, JOHN (1984): *Sport and Political Ideology*. The University of Texas Press.
- : (1994): *Sterbliche Maschinen*. Aachen, Meyer&Meyer.
- : (1998): *Zwischenfall im verlogenen Milieu. Der Tod von Florence Griffith-Joyner löst in den USA Mitleid, aber kein Umdenken aus*. In: BERLINER ZEITUNG, Ausgabe vom 26.09.1998.
- HORTLEDER, GERT/GEBAUER, GUNTER (eds.) (1986): *Sport – Eros – Tod*. Frankfurt/M.
- HUHN, KLAUS (1991): *Doping, Doping und kein Ende*. Woltersdorf.
- HUIZINGA, JOHAN (1939/56): *Homo Ludens: Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt.
- : (1949): *The Play Element in Contemporary Sport*. In: DUNNING, ERIC (1971): *The Sociology of Sport*. London.
- KIMMAGE, PAUL (1990/98): *Rough Ride. Behind the wheel with a pro cyclist*. London, Random House.
- : (1985): *Goldmädels, Rennmiezzen und Turnkükken: die Darstellung der Frau in der Sportberichterstattung*. Berlin, Bartels & Wernitz.
- KLEIN, MARIE-LUISE (1986): *Frauensport in der Tagespresse*. Bochum, Studienverlag Dr. N. Brockmeyer.
- KNOBBE, THORSTEN (1997): *Linguistische Aspekte der Sportberichterstattung in der britischen Boulevardpresse*. Massenmedien und Kommunikation (MuK) 107/108, Universität-GHS-Siegen.
- KRAMER, WINFRIED (1997): *Züricher Durcheinander und andere Spezialitäten. Über Irrtümer in der Hightech-Welt der Zeitmessung/Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser*. In: LEICHTATHLETIK 18 (1997).
- KRÄMER, HARALD (1998): *Das Tour de France Buch*. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt.
- KROCKOW, CHRISTIAN GRAF V. (1974): *Sport. Eine Soziologie und Philosophie des Leistungsprinzips*. Hamburg, Hoffman und Campe.
- KRÜGER, ARND/SCHARENBERG, SWANTJE (eds.) (1993): *Wie die Medien den Sport aufbereiten – Ausgewählte Aspekte der Sportpublizistik*. Berlin, Verlagsgesellschaft Tischler.

- LEIS, MARIO (1996): *Symmetrien im Laufsport*. In: DIAGONAL, Heft 1, 209-214.
- : *Citius – Altius – Fortius?* DIAGONAL 1997/Heft 2, .207-214.
- : (2000): *Sport in der Literatur*. Frankfurt am Main.
- LOBMEYER, HANS (1983): *Die Darstellung des Sports in der amerikanischen Erzählliteratur des 20. Jahrhunderts*. Ahrensburg bei Hamburg. Verlag Ingrid Czwalina.
- LÖHLE, JÜRGEN (1996): *Grüne Welle*. In: TOUR Nr.10/96, 104-108.
- LUDWIG, UDO (1987): *Kabale und Liebe: Sportjournalisten an Tageszeitungen u. Profi-Fußballvereinen*. Münster, Lit.
- : (1997): *Wie ein Hund an der Kette*. In: DER SPIEGEL Nr. 25/1997, 122ff.
- LÜSCHEN, GÜNTHER (1994): *Doping als abweichendes Verhalten*. In: BETTE, KARL-HEINRICH (1994): *Doping im Leistungssport – sozialwissenschaftlich betrachtet*. Stuttgart.
- MATUSSEK, MATTHIAS: „Die größte Show auf Erden“. In: DER SPIEGEL Nr.31/1992.
- MICHLER, KLAUS (1999): *Sport im Fernsehen – empirisches Brachland?* In: TROSIEN, GERHARD/DINKEL, MICHAEL (eds.) (1999): *Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit?* Aachen, Meyer&Meyer, 55-67.
- MUCKENHAUPT, MANFRED (1988): *Schaffen die Massenmedien eine neue Wirklichkeit?* In: GIESELER/GRUPPE/HEINEMANN (eds.) (1988): *Menschen im Sport 2000*. Schorndorf.
- MENTHEOUR, ERWANN (1999): *Secret défoncé. Ma vérité sur le dopage*. JC Lattès.
- PIRNER, GERHARD (1986): *Sportberichterstattung in der DDR*. Köln, Studienverlag Hayit.
- QUANZ, LOTHAR (1974): *Der Sportler als Idol*. Gießen, Focus-Verlag.
- RADEMACHER, LARS (1998): *Sport und Mediensport. Zur Inszenierung, Pragmatik und Semantik von Sportereignissen im Fernsehen*. Arbeitshefte Bildschirmmedien 73, Universität-GHS-Siegen.
- RADER, BENJAMIN G. (1984): *In Its Own Image. How Television Has Transformed Sports*. London/New York, Macmillan.

- REEMTSMA, JAN PHILIPP (1996): *Der Weltmeister im Schwergewicht. Muhammad Ali*. In: SARKOWICZ, HANS (ed.) (1996): *Schneller, höher, weiter. Eine Geschichte des Sports*. Frankfurt/M., Insel.
- REINHARD, CARLSON (1989): *So long, Laurent – denn Greg is back.!* In: TOUR 9/1989, 10-19.
- RIGAUER, BERO: *Sport und Arbeit*. Münster, Lit.
- RIHA, KARL (1978): *Sport im Fernehen. Zur Dramaturgie von Sportsendungen*. Massenmedien und Kommunikation (MuK) 0, Universität-GHS-Siegen.
- RODMAN, DENNIS (1996): *Der Abräumer. Bad As I Wanna Be*. Bertelsmann. Im Original: *Bad As I Wanna Be*. New York, Delacorte Press, 1996.
- SARKOWICZ, HANS (ed.) (1996): *Schneller, höher, weiter. Eine Geschichte des Sports*. Frankfurt/M., Insel.
- SCHAFFRATH, MICHAEL (1999): *Fußball-WM '98*. Münster, Lit.
- SCHEID, VOLKER (Red.) (1990): *Sport und Medien in Bildung und Forschung*. SFT-Verlag Erlensee.
- SCHNEYDER, WERNER (1983): *Über Sport*. In: ESSER, WOLFRAM (1983): *Live dabei – Sportreporter berichten*. Würzburg, Arena.
- SCHÜMANN, HELMUT (1998): *Ein früher Tod und ein alter Verdacht: Die außergewöhnliche Karriere von Florence Griffith-Joyner legt den Schluß nahe, daß sie an den Folgen von Doping-Mitteln verstarb*. In: BERLINER ZEITUNG, Ausgabe vom 23.09.1998.
- SCHUMACHER, BIRGIT (1990): *Berichterstatter, Enthüller, Werbeträger*. In: WEISCHENBERG, SIEGFRIED (1990): *Journalismus & Kompetenz*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 283ff.
- SEHLING, MICHAEL (1989): *Doping im Sport: medizinische, sozialwissenschaftliche und juristische Aspekte*. München/Wien/Zürich, BLV.
- SEITZ, NORBERT (1987): *Bananenrepublik und Gurkengruppe – Die nahtlose Übereinstimmung von Fußball und Politik 1954-1987*. Frankfurt/M., Eichborn.
- SNYDER, ELDON E. (1978): *Social aspects of sport*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- STOLLENWERK, HANS, J. (1996): *Sport – Zuschauer – Medien*. Aachen, Meyer & Meyer.
- THEIL, ACHIM (1998): *Formel-1*. München, Beck.

- THOELKE, WIM (1969): *Vor allem Sport*. Frankfurt/M., Limpert.
- TROSIEN, GERHARD/DINKEL, MICHAEL (1999): *Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit?* Aachen, Meyer&Meyer.
- VOET, WILLY (1999): *Massacre à la chaîne. Révélations sur 309 ans de tricheries*. Calmann-Lévy.
- VOMSTEIN, ARTUR (1988): *Massenmedien und Spitzensport: theoret. Konkretisierung und ausgew. empir. Analyse von Wirkungen d. Medien-sportrealität auf d. Spitzensport in d. Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt/M., Peter Lang.

Schwerpunkt Medien

- ALTHEIDE, DAVID L. (1985): *Media Power*. Beverly Hills, Sage.
- ALTSCHULL, HERBERT, J. (1990): *From Milton to McLuhan. The Ideas Behind American Journalism*. Longman, New York&London.
- ANDERSON, ROGER et al. (eds.) (1996): *Medien-Macher. Journalisten beschreiben die Herrscher der Vierten Gewalt*. Hamburg, Rasch und Röhring.
- BRAUN, GABRIELE (1990): *Massenmedien und Gesellschaft*. Tübingen.
- V. BREDOW, WILFRIED (ed.) (1990): *Medien und Gesellschaft*. Stuttgart, S. Hirzel.
- BREPOHL, KLAUS (1974): *Die Massenmedien*. München, Nymphenburger Verlagshandlung.
- BUCHWALD, MANFRED (1995): *Ethische Aspekte der journalistischen Praxis*. In: WINTERHOFF-SPURK, PETER/HILPERT, KONRAD (1995): *Medien und Ethik*. St. Ingbert, Röhring.
- CHRISTIANS, CLIFFORD G. (et al.) (1983): *Media Ethics*. Longmann.
- COMSTOCK, GEORGE (1989): *The Evolution of American Television*. Sage. *Die vierte Gewalt, Fragen an die Medien* (1994), Reihe mm transparent, Aachen, MM-Verlag.
- ELSNER/GUMBRECHT/MÜLLER/SPANGENBERG (1994): *Zur Kulturgeschichte der Medien*. In: MERTEN, KLAUS (et al.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen
- EMIG, JÜRGEN (1987): *Barrieren eines investigativen Journalismus*. Bochum, Studienverlag Dr. Brockmeyer.

- FELDMANN, ERICH (1972): *Theorie der Massenmedien*. München.
- DYSON, KENNETH/HOMOLKA, WALTER (eds.) (1996): *Culture First*. London.
- GALTUNG, J. / RUGE, M.: *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers*. In: JOURNAL OF PEACE RESEARCH 2 (1965, 64-91).
- GENDOLLA, PETER (1988): *Idole in den Massenmedien*. Massenmedien und Kommunikation (MuK) 51, Universität-GHS-Siegen.
- GROEBEL, JO/WINTERHOFF-SPURK, PETER (eds.) (1989): *Empirische Medienpsychologie*. München.
- HACKFORTH, JOSEF (1976): *Massenmedien und ihre Wirkung*. Göttingen.
- HERMANN, INGO (1993): *Von Medien und Menschen. Bevor uns Hören und Sehen vergeht*. Düsseldorf, Patmos Verlag.
- HERMANNI, ALFRED-JOACHIM (1988): *Die Meinungsmacher*. Neuhausen-Stuttgart.
- HITCHCOCK, JOHN R. (1989): *Sports & Media*. Terre Haute.
- KEPPLINGER, HANS MATHIAS (1989): *Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität*. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 15/89.
- KRÄMER, REINHOLD (1986): *Massenmedien und Wirklichkeit: Zur Soziologie publizistischer Produkte*. Bochum, Studienverlag Dr. Brockmeyer.
- V. LAROCHE, WALTHER/MAABEN, LUDWIG (1983): *Massenmedien*. Heidelberg.
- LIPPMANN, WALTER (1990 (Reprint)): *Die öffentliche Meinung*. Bochum, Brockmeyer.
- LOOSEN, WIEBKE (1998): *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden, Deutscher Universitätsverlag.
- LUHMANN, NIKLAS (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen, Westdeutscher Verlag.
- MAYER, HORST FRIEDRICH (1998): *Die Entenmacher. Wenn Medien in die Falle tappen*. Deuticke.
- MCLUHAN, MARSHALL (1964): *Understanding Media – The Extension of Man*. Cambridge, MA.
- MERTEN, KLAUS (et al.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen.

- MEYN, HERMAN (1974): *Die Wirkungen der Massenmedien*. In: HÖGY, TATJANA/WEIB, HORST (eds.) (1974): *Wirkungen von Massenmedien*. Frankfurt/M., Diesterweg.
- : (1996): *Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin, Edition Colloquium.
- MEYROWITZ, Joshua (1985): *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York, Oxford University Press.
- NOELLE-NEUMANN, E. (et al.) (eds.) (1997): *Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt/M., Fischer Lexikon, Fischer.
- PFEIFFER, K. LUDWIG (1999): *Das Mediale und das Imaginäre. Dimensionen kulturanthropologischer Medientheorie*. Frankfurt/M., Suhrkamp.
- POSTMAN, NEIL: *Defending ourselves against the seductions of eloquence*. In: DYSON, KENNETH/HOMOLKA, WALTER (eds.) (1996): *Culture First*. London.
- SAXER, ULRICH / MÄRKI-KOEPP, MARTINA (1991): *Medien-Gefühlskultur*. München, Öhlschläger.
- SCHMIDT, SIEGRIFED J. (1996): *Die Welten der Medien*. Braunschweig/Wiesbaden.
- SCHNEIDER, WOLF (1984): *Unsere tägliche Desinformation. Wie die Massenmedien uns in die Irre führen*. Hamburg, Stern-Buch im Verlag Gruner+Jahr.
- :/RAUE, PAUL-JOSEF (1996/98): *Handbuch des Journalismus*. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt.
- SCHWEMMER, OSWALD (1990): *Glanz und Elend der Medienkultur*. In: v. BREDOW, WILFRIED (ed.) (1990): *Medien und Gesellschaft*. Stuttgart, S. Hirzel., 17f.
- SCHULZ, W. (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse d. aktuellen Berichterstattung*. München.
- : (1997): *Nachricht*. In: NOELLE-NEUMANN, E. (et al.) (eds.) (1997): *Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt/M., Fischer Lexikon, Fischer, 307-337.
- SNODDY, RAYMOND (1993): *The Good, the Bad and the Unacceptable. The Hard News about the British Press*. London, Boston.
- STAAB, JOACHIM FRIEDRICH (1990): *Nachrichtenwert-Theorie: formale Struktur und empirischer Gehalt*. München, Karl Alber.

- TESTER, KEITH (1994): *Media, Culture and Morality*. London/New York, Routledge.
- TUCHMAN, GAYE (1978): *Making News*. New York, Free Press.
- WARREN, CARL (1934): *Modern News Reporting*. New York (dt.: *ABC des Reporters*. München 1959).
- WELLS, ALAN (1972/79): *Mass-Media And Society*. Palo Alto.
- WEIRICH, DIETER (1997): *Medien 2000. Kommunikationszukunft in Deutschland*. Berlin, edition q.
- WEISCHENBERG, SIEGFRIED (1988): *Nachrichtenschreiben*. Opladen, Westdeutscher Verlag.
- (1990): *Journalismus & Kompetenz*. Opladen, Westdeutscher Verlag.
- (1997): *Neues vom Tage*. Hamburg.
- WINTERHOFF-SPURK (1989): *Fernsehen und Weltwissen: der Einfluss von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata*. Opladen.
- ZOLL, RALF/HENNIG, EIKE (1970): *Massenmedien und Meinungsbildung. Angebote, Reichweite, Nutzung und Inhalt der Medien in der BRD*. München, Juventa.

Verwendete Fachzeitschriften

TOUR

Leichtathletik

XXL Basketball

Welt am Sonntag

Tages- und Wochenzeitungen sowie Wochenmagazine

Berliner Zeitung

Bild

Blick

Daily Express

Daily Star

Daily Telegraph

Der Spiegel

Die Welt

Die Woche
Die Zeit
Frankfurter Allgemeine Zeitung
Frankfurter Rundschau
Handelsblatt
L'Equipe
Le Monde
Rhein-Zeitung
Rheinische Post
Sports Illustrated
Süddeutsche Zeitung
The Dallas Morning News
The Guardian
The Independent
The Sun
The Times
The Washington Post
USA Today
Welt am Sonntag

Sofern vorhanden und zweckdienlich wurden auch die Online-Ausgaben der Zeitungen und Zeitschriften verwendet. Die einzelnen Seiten sind unter Umständen nicht mehr abrufbar.

Internetportale

www.radsport-news.com
www.sport1.de
www.wesjen.simplenet/rodman.com