

Institut für Sportwissenschaft
Arbeitsbereich Sportpsychologie

Die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrads
am Fachbereich Psychologie und Sportwissenschaft
der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

Vorgelegt von
Dennis Benjamin Dreiskämper
geboren am 08.03.1985 in Nordhorn

- 2014 -

Die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden

Dennis Dreiskämper

Institut für Sportwissenschaft
Arbeitsbereich Sportpsychologie
Horstmarer Landweg 62b
48149 Münster

DFG-Graduiertenkolleg 1712
Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt
Geiststraße 24-26
48151 Münster

Matrikelnummer: 332 866
Telefon: 0251 6252 777
Email: dreiskaemper@uni-muenster.de

Dekan: Prof. Dr. Elmar Souvignier

Erster Gutachter: Prof. Dr. Bernd Strauß

Zweite Gutachterin: Prof. Dr. Maike Tietjens

Tag der mündlichen Prüfung: 16.04.2015

Tag der Promotion: _____

Vorwort und Danksagung

„Leider lässt sich eine wahrhafte Dankbarkeit mit Worten nicht ausdrücken.“
Johann Wolfgang von Goethe (1749 - 1832)

Die Abgabe dieser Arbeit stellt zwar (noch) nicht die Beendigung der Dissertation dar, doch leitet sie das Ende eines Prozesses ein, der weit über die Promotionszeit hinausgeht. Und so lässt sich chronologisch verfolgen, wie viele, für mich überaus wichtige Personen, dazu beigetragen haben, dass diese Arbeit heute druckfrisch in meinen Händen liegt.

Den Anfang machen hier meine Eltern und meine Familie, denen mein Dank gehört, dass sie mich stets unterstützt und gefördert haben. Durch sie wurde mir die Leidenschaft für das Lernen und den Sport vermittelt, die mich vorangetrieben hat. Im Verlauf meines Lebens haben viele Personen mich darin bestärkt, meinen Weg in die Forschung und vor allem im Sport zu gehen; hierzu gehören einerseits Trainer wie Leo, Ako oder Christian, die in mir die Lust auf Sport in jeglicher Form gefördert haben. Andererseits sind es die Freunde, die mich im Sport, im Studium und auf meinem Lebensweg begleitet haben. Frank, Christoph und Jannis, euch gilt mein Dank für die nicht endende Unterstützung und Freundschaft.

Nicht erst mit der Dissertationszeit, sondern bereits seit mehr als zwölf Jahren habe ich die wertvollste Unterstützung an meiner Seite, die es geben kann. Danke, Uli, dass du in all den Jahren für mich da warst und für mich da bist und wir zusammen unseren Weg gehen. Auch Bärbel, Manfred und Stephan möchte ich dabei danken, dass ihr immer für mich und uns da seid.

In den letzten vier Jahren haben mich zahlreiche Kolleginnen und Kollegen, Förderer und viele helfende Hände an allen möglichen Stellen unterstützt. Meinen besonderen Dank möchte ich hierfür Babs, Rebecca, Roland, Sina, Katharina und Rita aussprechen.

Zu guter Letzt möchte ich mich bei Maike und Bernd bedanken. In den letzten Jahren ward ihr viel mehr als nur meine Betreuerin und mein Betreuer: Ihr ward Förderer und Unterstützer, habt mich ermutigt und mich motiviert, mir verschiedene Chancen ermöglicht, wie sie nur wenigen zuteil werden, euch um mich gekümmert und mir immer das Gefühl einer besonderen Wertschätzung gegeben. Vielen Dank.

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	8
Tabellenverzeichnis	10
I. Teil: Theoretischer und empirischer Hintergrund	12
1. Einleitung	13
2. Doping.....	19
2.1. Problemstellung	19
2.2. Dopingdefinition	21
2.3. Dopingprävalenzraten	24
2.3.1. Ergebnisse der WADA-Kontrollen.....	24
2.3.2. Studien zu Prävalenzwerten.....	25
2.4. Wahrnehmung des Dopingproblems	28
2.5. Dopingeinstellungen	30
2.6. Modelle zu Dopingeinstellungen und Dopingverhalten.....	32
2.7. Doping-Prävention	42
2.8. Desiderat nach Vertrauen als Faktor in der Anti-Doping Arbeit.....	46
3. Vertrauen	53
3.1. Definitionen von Vertrauen	53
3.2. Vertrauen nach Mayer, Davis und Schoorman (1995)	56
3.2.1. Antezedenten von Vertrauen.....	58
3.2.2. Modellthesen	61
3.3. Abgrenzung zu anderen Konstrukten	63
3.4. Einfluss des Modells	65
3.5. Kritik und Erweiterungen.....	67
3.6. Effekte auf und von Vertrauen	72
3.7. Direkte Messung durch quantitative Fragebogen-Designs	76
3.8. Übertragbarkeit auf den Sport.....	78
3.9. Indirekte Messverfahren	80
3.9.1. Warum ‚indirekt messen‘?	80
3.9.2. Der Simon-Effekt in einer Zuordnungsaufgabe	80
3.9.3. Der Implicit Association Test (IAT).....	81
3.9.4. Das affektive Priming	82

3.9.5. Was wird bei indirekten Messverfahren gemessen?.....	83
3.9.6. Indirektes Messen von Vertrauen.....	85
3.10. Vertrauenswürdigkeit von Informationen	86
3.11. Verlust und Wiederherstellung von Vertrauenswürdigkeit.....	89
4. Digitalisierung	93
4.1. Definition von Digitalisierung.....	93
4.2. Einordnung.....	94
4.3. Bedeutung der Digitalisierung.....	95
4.4. Digitalisierung und Vertrauen.....	97
4.5. Digitalisierung im Sport und in der Doping-Prävention	100
5. Ableitung des Forschungsmodells und der Fragestellungen.....	105
II. Teil: Empirische Studien	116
6. Vertrauen Sportlerinnen und Sportler der Anti-Doping-Arbeit ihres Sportverbands?.....	117
6.1. Theoretische Herleitung.....	118
6.2. Ableitung der Fragestellung	120
6.3. Methode	121
6.3.1. Stichprobe	121
6.3.2. Instrumente	121
6.3.3. Durchführung.....	123
6.3.4. Statistische Auswertung	124
6.4. Ergebnisse	124
6.5. Diskussion.....	127
6.6. Ausblick.....	128
7. Der Einfluss digitaler Anti-Doping Arbeit auf die Vertrauens-würdigkeit von Sportverbänden	130
7.1 Theoretische Herleitung.....	131
7.2. Methodische Herleitung	132
7.3. Ziel der Studie	133
7.4. Vorstudie.....	134
7.5. Methode der Hauptstudie.....	136
7.5.1. Stichprobe	136
7.5.2. Stimulus-Material.....	136
7.5.3. Instrumente	137

7.5.4. Durchführung.....	138
7.5.5. Verfahren der Datenauswertung	139
7.6. Ergebnisse	139
7.6.1. Ergebnisse für die Pre-Bedingung	139
7.6.2. Ergebnisse für den Pre-Post Vergleich	140
7.7. Diskussion.....	142
8. Die Vertrauenswürdigkeit von digitalen Anti-Doping Kampagnen in Abhängigkeit ihres Initiators.....	145
8.1. Theoretische Herleitung.....	146
8.2. Ziel der Studie und Versuchsplan	147
8.3. Methode	148
8.3.1. Stichprobe	148
8.3.2. Stimulus-Material.....	149
8.3.3. Instrumente	149
8.3.4. Durchführung.....	151
8.3.5. Verfahren der Datenauswertung	152
8.4. Ergebnisse	153
8.4.1. Pre-Test.....	153
8.4.2. Pre-Post-Vergleich	154
8.5. Diskussion.....	156
9. Der Einfluss der Präsentationsmethode auf die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Arbeit	158
9.1. Theoretische Herleitung.....	159
9.2. Ziel der Studie	160
9.3. Methode	161
9.3.1. Stichprobe	161
9.3.2. Stimulus Material.....	161
9.3.3. Instrumente	162
9.3.4. Durchführung.....	162
9.4 Ergebnisse	163
9.4.1. Deskriptive Ergebnisse.....	163
9.4.2. Ergebnisse für die Präsentationsmethoden	163
9.4.3. Zusammenhänge zur Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands	164
9.5. Diskussion.....	165

10. Der Einfluss formaler Kriterien auf die Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Homepages.....	167
10.1. Theoretische Herleitung.....	168
10.2. Ziele der Vorstudie.....	169
10.3. Methode Vorstudie.....	169
10.3.1. Stichprobe.....	169
10.3.2. Instrument.....	170
10.3.3. Stimulus Material.....	170
13.3.4. Durchführung.....	170
10.4. Ergebnisse Vorstudie.....	171
10.5. Diskussion Vorstudie.....	172
10.6. Ziele der Hauptstudie.....	173
10.7. Methode Hauptstudie.....	173
10.7.1. Stichprobe.....	173
10.7.2. Instrumente.....	174
10.7.3. Stimulus Material.....	174
10.7.4. Durchführung.....	175
10.7.5. Auswertung.....	176
10.8. Ergebnisse Hauptstudie.....	176
10.9. Diskussion Hauptstudie.....	177
10.10. Gesamtdiskussion.....	178
11. Der Einfluss von digitalen Kommunikations-Strategien auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden.....	180
11.1. Theoretische Herleitung.....	181
11.2. Ziel der Studie.....	183
11.3. Methode.....	184
11.3.1. Stichprobe.....	184
11.3.2. Instrumente.....	184
11.3.3. Stimulus-Material.....	185
11.3.4. Durchführung.....	186
11.4. Ergebnisse.....	187
11.5. Diskussion.....	189
12. Post-Hoc Studie zur Konstruktvalidität des Inventars zur Messung von Vertrauenswürdigkeit im Sport.....	192

12.1. Theoretische Herleitung	193
12.2. Ziel der Studie	194
12.3. Methode	195
12.3.1. Schritt 1 – Fragebogen-Übersetzung und Adaption.....	195
12.3.2. Schritt 2 – konfirmatorische Überprüfung der Faktorenstruktur	196
12.4. Ergebnisse	198
12.4.1. Deskriptive Ergebnisse.....	198
12.4.2. Ergebnisse zur Konstruktvalidität.....	198
12.4.3. Diskriminanzvalidität.....	200
12.5. Diskussion.....	200
III. Teil: Diskussion	203
13. Stärken und Limitationen	204
13.2. Ergebnisdiskussion	206
13.3. Methodendiskussion	210
14. Ausblick.....	213
15. Anti-Doping Arbeit und Digitalisierung: Postulate	216
16. Fazit	219
17. Zusammenfassung	221
18. Literatur	222
19. Weitere Quellen	240
IV. Anhang	242
V. Erklärungen.....	282

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i> Verortung der Arbeit in der Schnittstelle aus drei wissenschaftlichen Perspektiven.....	17
<i>Abbildung 2:</i> Modell nach Donovan et al. (2002), durch den Autor übersetzt.	32
<i>Abbildung 3:</i> Modell von Strelan und Boeckmann (2003), durch den Autor übersetzt.....	34
<i>Abbildung 4:</i> Modell nach Lucidi et al. (2004), durch den Autor übersetzt, vereinfachte Darstellung.....	35
<i>Abbildung 5:</i> Dopingmodell nach Lazuras et al. (2010), durch den Autor übersetzt.	36
<i>Abbildung 6:</i> Modell nach Petróczi (2008), durch den Autor übersetzt und vereinfacht.....	38
<i>Abbildung 7:</i> Reziproker Einfluss auf die Situation, in der ein Athlet auf Basis von Einstellungen und Überzeugungen Dopingmittel nutzt oder nicht, übersetzt nach Petróczi und Aidman (2008).	39
<i>Abbildung 8:</i> Life-Circle Modell von Doping nach Petróczi und Aidman (2008) übersetzt durch den Autor.	40
<i>Abbildung 9:</i> Vertrauensprozesse zwischen den Abnehmern des Sports und den Akteuren des Sports, die wiederum organisatorisch strukturiert sind. Nicht alle Vertrauenskonstellationen sind angedeutet.	50
<i>Abbildung 10:</i> Modell von Vertrauen nach Mayer, Davis und Schoorman (1995, S. 715), übersetzt durch den Autor.	58
<i>Abbildung 11:</i> Integriertes Vertrauensmodell nach McKnight und Chervany (2001, S.33; übersetzt durch den Autor).....	71
<i>Abbildung 12:</i> Beispiel-Screenshot für ein IAT-Experiment.	82
<i>Abbildung 13:</i> Angenommene Wirkungen beim AF-Paradigma.....	83
<i>Abbildung 14:</i> Einfluss des Autors/der Quelle auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit einer Information.....	88
<i>Abbildung 15:</i> Einfluss von Informationen auf die Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit der Person, die die Information verbreitet hat.	88
<i>Abbildung 16:</i> Anzahl der Internetseiten von nationalen Sportverbänden, auf denen das Thema Doping über die Startseite abrufbar war (N = 78), eigene Erhebung 05/2012.....	103
<i>Abbildung 17:</i> Angenommenes Forschungsmodell nach Mayer et al. (1995), bezogen auf den Sport und seine Protganoisten.	106
<i>Abbildung 18:</i> Das auf das Doping-Setting adaptierte angenommene Modell von Vertrauen aus Athletensicht (nach Mayer, Davis & Schoorman, 1995, S. 715)....	119
<i>Abbildung 19:</i> Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit in den drei Sportarten. ...	125
<i>Abbildung 20:</i> Beispiel für die Bildschirmdarstellung aus Sicht des Probanden ...	134

<i>Abbildung 21:</i> Ablauf eines Trials im AP-Experiment.....	136
<i>Abbildung 22:</i> Experimentalaufbau.....	138
<i>Abbildung 23:</i> Post-Test Reaktionszeiten nach den Primes BDR, DLV und DTB auf vertrauensnahe (pro) und vertrauensferne Adjektiven (contra).....	140
<i>Abbildung 24:</i> Vergleich der Pre- und Post-Reaktionszeiten auf vertrauensnahe (pro) und vertrauensferne Adjektiven (contra) nach den Reizen BDR, DLV und DTB.....	141
<i>Abbildung 25:</i> Manipulierte Versionen der Anti-Doping Kampagne, hier: Screenshot der Startseite mit Manipulation der Logoi der verantwortlichen Initiatoren.....	149
<i>Abbildung 26:</i> Ablauf eines Trials im AP-Experiment.....	150
<i>Abbildung 27:</i> Schematische Darstellung von Prime- und Zuordnungsbildschirm aus Sicht des Probanden.	151
<i>Abbildung 28:</i> Schematische Anordnung der vier Versuchspersonen während eines Durchlaufs des Experiments.....	152
<i>Abbildung 29:</i> Reaktionszeiten im Pre-Test, abgetragen in Millisekunden in Relation zum Mittelwert der vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektive.	154
<i>Abbildung 30:</i> Stimulus-Material 1: Übernahme von Verantwortung (apology).....	185
<i>Abbildung 31:</i> Stimulus-Material 2: Abschwächung (justification).	185
<i>Abbildung 32:</i> Stimulus-Material 3: Leugnung (deny)	185
<i>Abbildung 33:</i> Fallvignette der fiktiven Pressemitteilung auf der Homepage des DFB.....	186
<i>Abbildung 34:</i> Entwicklung der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit für die drei Bedingungsgruppen im Pre-/Post-Vergleich (N = 120).	188

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einordnung der Arbeit in den Kontext des Graduiertenkollegs.....	17
Tabelle 2: Deutsche Übersetzung der PEAS-Scale (17 Items).....	31
Tabelle 3: Original-Vertrauensfragebogen von Mayer und Davis (1999).....	78
Tabelle 4: Übersicht über die Forschungsebenen der Arbeit.	114
Tabelle 5: Stichprobe (Mittelwerte und Standardabweichung, Verteilung nach Geschlecht und Leistungsniveau (höchstes Niveau = Bundesliga oder Kaderstatus).	121
Tabelle 6: Items der adaptierten Vertrauensskala (x wird automatisch durch den entsprechenden Verband ersetzt, die Items werden in gemischter Reihenfolge präsentiert).....	122
Tabelle 7: Ins Deutsche übersetzte Items der PEAS zur Messung von Dopingeinstellungen	123
Tabelle 8: Mittelwerte der Skala Vertrauen und der Subskalen der Antezedenten (N = 142).	125
Tabelle 9: Mittelwerte und Standardabweichungen der Variablen Dopingeinstellung, Athletenidentität und Vertrauensneigung.	125
Tabelle 10: Korrelationen zwischen Vertrauenswürdigkeitswahrnehmung und soziodemografischen Daten in der Gesamtstichprobe (N = 142).	126
Tabelle 11: Überblick über die ausgewählten und genutzten Adjektive, unterteilt in 'vertrauensnah' und 'vertrauensfern' (in fett: Nach Pre-Studie genutzte Paare)...	135
Tabelle 12: Genutzte Substantive für Kontrollbedingungen sowie ausgewählte Sportverbände (fett: Für Analyse ausgewählte Verbände).	135
Tabelle 13: Felderschema der genutzten Webpages.....	137
Tabelle 14: Ergebnisse des Pre-Tests (Original-Daten und Daten in Referenz zu Mittelwerten in Millisekunden [msec.].....	139
Tabelle 15: Ergebnisse des Post-Tests (Original-Daten und Daten in Referenz zu Mittelwerten in Millisekunden [msec.].....	142
Tabelle 16: Teilnehmer*innen, verteilt auf die Experimentalgruppen.....	148
Tabelle 17: Genutzte Adjektive (angelehnt an Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit von Mayer et al. (1995)).	150
Tabelle 18: Genutzte Substantive für Kontrollbedingungen sowie ausgewählte Primes.....	150
Tabelle 19: Mittelwerte für den Pre-Test für vertrauensnahe und vertrauensferne Adjektive, verteilt auf die vier Experimentalgruppen.	153

Tabelle 20: Übersicht über die Kontrollvariablenenergebnisse in den vier Bedingungsgruppen.	155
Tabelle 21: Teilnehmer*innen (N =116) aufgeteilt auf die randomisiert zugeordneten Bedingungen	161
Tabelle 22: Mittelwerte zu den jeweiligen Bedingungen, verteilt auf die fünf gezeigten Inhalte.	164
Tabelle 23: Korrelationen zwischen den Bewertungen der Inhalte und der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des Verbands.....	165
Tabelle 24: Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit und der Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des DFB vor und nach Präsentation der Homepage des DFB.....	171
Tabelle 25: Wichtigkeit der formalen Kriterien und deren Umsetzung auf den Seiten des DFB auf einer 7-Punkt-Likert Skala	172
Tabelle 26: Alter, DopingEinstellung und Vertrauensneigung der vier Bedingungsgruppen.	174
Tabelle 27: Aufteilung der Teilnehmer*innen auf die konstruierten vier Bedingungsgruppen.	175
Tabelle 28: Mittelwerte und Standardabweichungen für die Vertrauenswürdigkeit des Verbands (und Antezedenten) sowie die Vertrauenswürdigkeit der Informationen für die vier Bedingungsgruppen.	177
Tabelle 29: Mittelwerte und Standardabweichungen für die Vertrauenswürdigkeit von Verband und Information nach Kriterien aufgeteilt.	177
Tabelle 30: Primary Crisis Response Strategies nach Coombs & Holladay (1996) (mod. nach Coombs, 2010, S. 111).....	182
Tabelle 31: Mittelwerte zur Vertrauenswürdigkeit des DFB zu t1 und t2 für Fußballer und Nicht-Fußballer sowie für die Gesamtstichprobe.	187
Tabelle 32: Entwicklung der Vertrauenswürdigkeit und der Antezedenten von t1 zu t2 über die drei Manipulationsbedingungen.....	189
Tabelle 33: Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit im Sport (X gilt als Platzhalter für das zu vertrauende Objekt).	196
Tabelle 34: Stichprobenübersicht verteilt auf die acht aggregierten Teilstudie. Die Studien 2, 4, 5, 6 und 7 wurden im Rahmen dieser Arbeit erhoben, die Studien 1, 3, 8 wurden für die Prüfung der Konstruktvalidität hinzugezogen.	196
Tabelle 35: Stichproben und Mittelwerte auf den Subskalen und der Skala Vertrauenswürdigkeit nach Untersuchungen und Gesamtstichprobe.	198
Tabelle 36: Inter-Item-Korrelationen für die 15 Faktoren des Fragebogens in der aggregierten Gesamtstichprobe.	199
Tabelle 37: Ergebnisse der Faktorenanalyse und Werte zur internen Konsistenz der acht Teilstichproben.	199

I. Teil: Theoretischer und empirischer Hintergrund

1. Einleitung

*„Lance Armstrong has made it hard for anyone to trust cycling”
Dave Brailsford*

Im Jahr 2012 erschüttert der Skandal um den siebenmaligen Tour-de-France Sieger Lance Armstrong die Sportwelt. Im Oktober 2012 werden ihm durch den Weltverband der Radfahrer, UCI, sämtliche Titel aberkannt. Dies geschieht auf Basis eines über 1.200 Seiten langen Berichts der amerikanischen Anti-Doping-Behörde USADA, der durch Zeugenaussagen und Beweise die Schuld Armstrongs belegt.

Das Vertrauen in die Person Lance Armstrong leidet darunter immens. Bereits kurz nach der Bekanntgabe des Urteils durch die UCI trennen sich langjährige Sponsoren vom ehemaligen Weltstar (Spiegel Online, 2012a; 2012b; UCI, 2012).

Doch nicht nur das Vertrauen in die Person Lance Armstrong wird in Mitleidenschaft gezogen: Der Radsport selbst muss sich schwierigen Fragen und zukunftsweisenden Untersuchungen stellen: Gerüchte darüber, dass die UCI das Verhalten Armstrongs gedeckt habe, dass sie von jahrelangem Doping in einem großen Teil des Fahrerfelds gewusst und dieses bewusst verschwiegen habe, werden laut (Hungermann, 2012a; Hungermann, 2012b). Gleichzeitig kommen Fragen nach dem Kontrollsystem des Verbands auf, der das langjährige Doping des Fahrers Armstrong, aber womöglich auch das anderer Radfahrer nicht erkannt und bewiesen hatte (Boren, 2012). Der Vorsitzende des britischen Verbands der Radfahrer, Dave Brailsford, spricht in einem BBC-Interview davon, dass es ‚Lance Armstrong jedem schwierig mache, dem Radsport zu vertrauen‘ (Übersetzung des Autors, BBC Sport, 2012).

Einzelne Dopingfälle wie diese und die damit verbundenen Stigmatisierungen der Sportarten stellen für den Sport zweifelsohne eine Vertrauenskrise dar. Von den Reaktionen und Verhaltensweisen der Protagonisten im Sport hängt es ab, ob Krisen, wie die des Radsports, abgewendet werden können und wie das Thema Doping insgesamt innerhalb der Sportarten und gegenüber der Öffentlichkeit behandelt wird. Sportverbänden wie der UCI oder seinem deutschen nationalen Unterverband, dem Bund Deutscher Radfahrer (BDR), kommen dabei zentrale Aufgaben zu: Bezogen auf die Aussage Brailsfords ist es der Verband, der als Organisation den Sport verantwortet und damit auch dafür verantwortlich ist, dass sein Sport in der Außendarstellung als vertrauenswürdig wahrgenommen wird, dass also dem System Radsport in diesem Fall von außen durch Sponsoren, Medien, Zuschauer*innen und Politik vertraut wird. Eine zweite Richtung stellt die Beziehung zwischen dem Verband und seinen Athletinnen und Athleten dar: Der Sportverband ist dafür verantwortlich, dass sich die Athletinnen und Athleten in einem vertrauenswürdigem Umfeld bewegen. Für die Dopingproblematik bedeutet dies, dass der Verband den Athlet*innen gegenüber zeigen muss, dass er in der Lage ist, Doping zu unterbinden, dass er dies aber auch bewusst forciert und alles dafür tut, dass der ‚saubere‘ Athlet keinen Wettbewerbsnachteil durch das Dopen anderer erfährt.

Bette und Schimank (2006) sehen die Verbände hierbei einem Doppelvorfurw seitens der Öffentlichkeit ausgesetzt. Der eine Vorwurf bezieht sich auf die Fähigkeiten der Sportverbände, Doping erfolgreich zu bekämpfen und zu verhindern: Können Sportverbände überhaupt diese Aufgabe erfolgreich meistern oder sind sie durch technische, organisatorische und finanzielle Barrieren hierzu gar nicht in der Lage? Der zweite Vorwurf bezieht sich auf die Integrität des Verbands: So wird, auch im Fall Lance Armstrong, infrage gestellt, dass der Verband überhaupt Doping in seiner Sportart bekämpfen will und es nicht verschleiert oder gar intern unterstützt, um die Leistungen noch mehr nach oben zu tragen (z.B. nationale Verbände im internationalen Wettbewerb).

Sportverbänden sind demnach nicht nur die Aufgaben aufgetragen, Doping erfolgreich zu verhindern, aufzudecken und zu verurteilen. Sie müssen darüber hinaus auch ihre Fähigkeiten in der Anti-Doping Arbeit untermauern und ihre Loyalität den sauberen Athlet*innen gegenüber und ihre Integrität in der Dopingproblematik dauerhaft transparent machen. Nur dann können sie als vertrauenswürdig in Bezug auf ihre Anti-Doping Arbeit und damit auch auf ihre Anti-Doping Politik betrachtet werden. Die Anzahl der Beobachter ist dabei groß: Von innen werden sie durch die Athlet*innen selbst und deren Umfeld bemessen und bewertet, von außen sind Medien, Wirtschaft, die Politik und das Publikum die Abnehmer ihres Produkts, des Leistungssports in ihrer Sportart (Bette et al., 2012).

Inwiefern der Faktor Vertrauen auf Ebene der Sportler*innen wie auch aus Perspektive von Rezipient*innen des Sports eine Rolle spielt, ist bislang in Modellen zu Doping, Dopingverhalten und Dopingeinstellungen nicht hinreichend berücksichtigt worden (Overbye & Möller, 2013). Zwar ist sowohl das Thema Vertrauen als auch das Thema Doping in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen für sich stehend weit erforscht. Vertrauen wurde sowohl im sozialwissenschaftlichen Rahmen, z.B. von systemtheoretischer Seite hinreichend untersucht wie auch aus der Blickrichtung der Kommunikationswissenschaft oder den verschiedenen Fachrichtungen der Psychologie. Doping ist vor allem im Rahmen der Querschnittswissenschaft Sportwissenschaft in seinen verschiedenen Facetten wie Sportmedizin, Trainingswissenschaft, Sportsoziologie, Sportgeschichte, Sportpsychologie, Sportethik, Sportpädagogik etc. Bestandteil zahlreicher Fragestellungen gewesen.

Jedoch stellt die Forschung zum Thema Vertrauen im Setting Sport und speziell in den Theorien zu Doping ein bisher wenig erforschtes Feld dar. Vor allem aus sportpsychologischer Betrachtungsrichtung liegen nur wenige Forschungsarbeiten vor, die sich vornehmlich auf dyadische interpersonale Vertrauensbeziehungen beziehen (Zhang & Chelladurai, 2012; Kleinert & Wippich, 2013)

Zwischen Doping und Vertrauen werden Zusammenhänge angenommen (Kondric et al., 2011) bzw. die Notwendigkeit der Miteinbeziehung des Themas Vertrauen angedeutet (Møller, 2011), spezifische Studien hierzu finden sich bisher nicht. Darüber hinaus liegt bis dato kein theoretisches Modell zu Vertrauen im Sport bzw. als Einflussgröße in der Anti-Doping Arbeit vor.

Diese Forschungsarbeit versucht diese Forschungslücke zu schließen und das Thema Vertrauen auf das Setting des Sports und im Speziellen auf die Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden zu übertragen. Hierbei wird angenommen, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands in Bezug auf seine Anti-Doping Arbeit das Verhalten von Sportlern wie auch von Abnehmern des Sports beeinflussen kann. Dementsprechend muss es den nationalen Sportverbänden ein Anliegen sein, Wege und Mittel zu finden, die eigene Vertrauenswürdigkeit zu stärken und zu präsentieren.

Vertrauen ist aber nicht nur für die Sportverbände im Hinblick auf ihre Anti-Doping Arbeit von großer Bedeutung. Es ist laut Luhmann (1979) auch für das menschliche Miteinander notwendig, da es die Komplexität des Lebens reduziert. Das Konstrukt Sport und im besonderen Maße der Leistungssport sind komplexe Systeme, die durch ein kompliziertes Beziehungsgeflecht von Trainer*innen, Athlet*innen, Verbänden, Betreuer*innen aber auch Medien, Wirtschaft und Politik gekennzeichnet sind. Hinzukommt, dass das gesellschaftliche Miteinander durch die Digitalisierung innerhalb der letzten zehn bis zwanzig Jahre an Komplexität noch gewonnen hat. Waren Sportevents beispielsweise vor dem Zeitalter des Internets noch einer gewissen Mittelbarkeit und zeitlichen Verzögerung unterlegen, da Informationen nur aus dem TV, dem Radio oder der Zeitung und damit auch nur durch journalistische Berichterstattung präsentiert wurden, hat sich dies durch die Einführung digitaler Medien radikal verändert. Nicht nur Medien berichten über das Ereignis, sondern auch Sportler*innen und Verbände, auch Rezipient*innen stellen Informationen unmittelbar zur Verfügung. Diese Veränderung führt dazu, dass Athlet*innen wie auch Verbände aktiver sich, ihre Leistungen und die Sportereignisse präsentieren können. Eigene Homepages dienen sowohl für Sportler als auch für Sportverbände und Sportvereine als zentrale Informationsplattform, Medienkanäle wie Twitter, Facebook oder Instagram werden für Werbung und Berichterstattung genutzt.

Für den Abnehmer, ob er nun Zuschauer oder Repräsentant von Wirtschaft oder Politik ist, wird der Sport und die Meinungsbildung über Sport durch die Digitalisierung komplizierter. Während vor dem Internetzeitalter nur eine begrenzte und oftmals bereits gefilterte oder bewertete Anzahl an Informationen zur Verfügung stand, kann der Rezipient nun selbst aus einer Vielzahl von Quellen aussuchen. Hierbei muss der Rezipient entscheiden, welche Information glaub- bzw. vertrauenswürdig ist. Für den Dopingdiskurs bedeutet dies, dass es Athlet*innen wie auch Sportverbänden offensteht, ihre Position darzustellen, wenn es bspw. zu einem Dopingfall kommt. Dass eine Zunahme an Informationsquellen zu einer Steigerung der Komplexität führt, zeigt der historische Vergleich mit den Medienenthüllungen zu Doping ab dem Jahr 1990 in Deutschland (Krüger, Becker, Nielsen & Reinhold, 2014). Als zahlreiche deutsche Medien investigativ über Dopingpraktiken in beiden Teilen Deutschlands, den damals neuen und alten Bundesländern, berichteten, wurde das Doping-Problem als solches komplexer. Rezipienten, aber auch Sport und Politik sahen sich gezwungen, sich intensiver als vorher mit der Dopingproblematik auseinander zu setzen. Der Sport-Rezipient erwartet durch die heutigen Mög-

lichkeiten, die das Internet bietet, jedoch nicht ausschließlich eine differenzierte Aufarbeitung des Dopingproblems durch die verschiedenen Medien, sondern auch Stellungnahmen durch die beteiligten Parteien, weil sie heute hierzu nicht nur die Möglichkeit sondern durch die Unmittelbarkeit des Internets auch die Verpflichtung gegenüber Athlet*innen wie auch Rezipient*innen des Sports haben. Somit stellt die Digitalisierung für die Protagonisten des Sports sowohl eine Chance wie auch eine Gefahr für ihre Vertrauenswürdigkeit dar: Einerseits bietet sie die Möglichkeit, Haltungen, Handlungen und Absichten im Anti-Doping Kampf transparent darzulegen. Andererseits werden die Verbände und Athlet*innen aber auch daran gemessen, wie sie sich zum Thema Doping positionieren. Gelingt dies nicht in ausreichender Weise oder kann eine andere Quelle glaubwürdiger darstellen, dass ein Verband z.B. nicht vertrauenswürdig im Hinblick auf seine Anti-Doping Arbeit ist, kann dies negative Konsequenzen für den Verband mit sich bringen. Diese Konsequenzen beziehen sich dabei nicht nur auf das Image der Sportart, sondern können auch weitreichende finanzielle Folgen für die Sportart haben, z.B. die Streichung von Fördermitteln durch die Politik oder den Rückzug durch Sponsoren. So gesehen fordert die Digitalisierung den Sportlern und Sportverbänden ab, sich mit Themen wie der Anti-Doping Arbeit intensiv, aber auch transparent und letzten Endes vertrauenswürdig auseinander zu setzen. Wie Sportverbänden dies gelingen kann und welche Faktoren dabei eine Rolle spielen, stellen dementsprechend zentrale Inhaltspunkte dieser Arbeit dar.

Das interdisziplinäre DFG-Graduiertenkolleg 'Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt' erforscht, wie „unter den Bedingungen neuer Formen medial vermittelter Kommunikation Vertrauen entwickelt und aufrecht erhalten werden kann“ (<http://www.uni-muenster.de/GK-Vertrauen-Kommunikation>, am 26.11.2012). Die Forschung bezieht sich dabei auf die Untersuchungsbereiche ‚Medien, Wirtschaft, Wissenschaft und Sport‘ und findet auf den Analyseebenen ‚Individuum, Organisation und Öffentlichkeit‘ statt. Im Rahmen dieses Kollegs wird das Phänomen Vertrauen aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen untersucht. Durch die interdisziplinäre Forschung sollen Schnittstellen zwischen den Wissenschaften entstehen und die Adaptierbarkeit unterschiedlicher Ergebnisse zwischen den Disziplinen geprüft werden.

Diese Forschungsarbeit ist in das interdisziplinäre Graduiertenkolleg eingebettet und beschäftigt sich dementsprechend mit der Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden und ihrer Anti-Doping Arbeit. Deswegen erarbeitet diese Arbeit auf der Ebene der Organisationen im Untersuchungsbereich Sport (Tabelle 1) den Gegenstand Vertrauen. Das Vertrauensobjekt sind in diesem Fall folglich Sportverbände und ihre Anti-Doping Arbeit. Dabei agiert diese Arbeit in der wissenschaftlichen Schnittstelle zwischen Sportwissenschaft, Psychologie und Kommunikationswissenschaft (vgl. Abbildung 1).

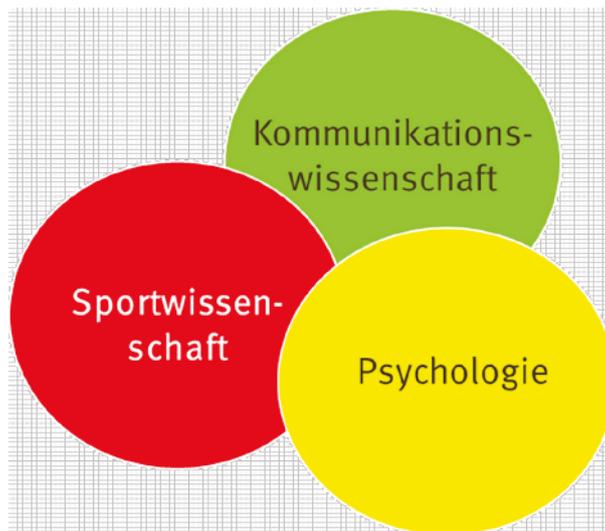


Abbildung 1: Verortung der Arbeit in der Schnittstelle aus drei wissenschaftlichen Perspektiven.

Die zentralen Fragestellungen lauten, ob die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden einen zentralen Faktor in der Anti-Doping Arbeit darstellt und wie Sportverbände diese Anti-Doping Arbeit mithilfe ihrer digitalen Präsenz vertrauenswürdig darstellen können.

Im Folgenden soll hierfür ein Überblick über das Problemfeld Doping gegeben werden, aus dem sich ein Desiderat nach der Miteinbeziehung des Konstrukts Vertrauen ableitet. Aufbauend auf dieser identifizierten Notwendigkeit soll Vertrauen und die bisherige Vertrauensforschung in verschiedenen Wissenschaftsbereichen skizziert werden. Durch die anschließende Darstellung des eben skizzierten Rahmens der Digitalisierung, der in Bezug auf die Wahrnehmung und Meinungsbildung zu Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden von zentraler Bedeutung ist, leiten sich unterschiedliche Fragestellungen zur Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden und ihrer Anti-Doping Arbeit ab. Diese werden in insgesamt sechs Studien behandelt, die für sich stehend dargestellt werden sollen und empirische Evidenz zum Einfluss der Vertrauenswürdigkeit in der Anti-Doping liefern sollen. Die Ergebnisse dieser Arbeit sind damit aus mindestens zwei Perspektiven von großer Bedeutung. Aus wissenschaftlicher Perspektive wird mit dem Konstrukt Vertrauen ein Paradigma aus der Mutterwissenschaft Psychologie erstmals in ausführlicher und empirischer Herangehensweise auf das Setting des Sports und im Speziellen auf das Problemfeld Doping übertragen. Aus praktischer Perspektive werden hierdurch nationalen und internationalen Sportverbänden Notwendigkeiten aber auch Möglichkeiten dargelegt, die die Digitalisierung ihnen bietet. Die eigene Darstellung als vertrauenswürdiger Verband im Hinblick auf Anti-Doping Arbeit und Politik kann für Sportverbände zukünftig von zentraler Bedeutung sein.

Tabelle 1: Einordnung der Arbeit in den Kontext des Graduiertenkollegs.

Untersuchungs-	Analyseebenen
----------------	---------------

bereiche	Individuen	Organisationen	Öffentlichkeit
Medien	(Meta-) Selbstoffenbarung auf sozialen Netzwerkseiten kognitive Parameter von	Rezipientenvertrauen in Online-Informationenangebote zum Thema Impfen	Öffentliches Vertrauen in den Nachrichtenwert von nutzergenerierten Online-Videos
	Adaptive Mechanismen in mediierteter Kommunikation	Die Rolle von Vertrauen in Social-Media-Quellen für die Berichterstattung aus Krisengebieten	Vertrauen in Online-Journalismus.
	Der Einfluss von Rezipientenmerkmalen auf das Vertrauen in Online-Journalismus		
Wirtschaft	Maximierung von Vertrauen in virtuellen Teams durch innovative Groupware-Lösungen	Vertrauensbildung durch Kommunikation von IT-Sicherheitsrisiken	
	Antezedenzen von Vertrauen und sozio-emotionalen Verhandlungsergebnissen in virtuellen und Face-to-Face-Verhandlungen	Vertrauen und soziale Präsenz	
	Kontrolle und Vertrauen bei Mitarbeiter-Vorgesetzten-Beziehungen in virtuellen Büros	Vertrauen in und durch Word of Mouth im Zeitalter der Digitalisierung	
	Die Auswirkungen sich verändernder Bürostrukturen auf Vertrauen und Kommunikation		
	Kompetenzen für Vertrauen in virtuellen und nicht-virtuellen Teams		
Wissenschaft	Das Bewusstsein der Anwesenheit anderer in Online-Kommunikation		Rezeption wissenschaftlicher Kontroversen in science blogs
Sport	Eine agentenbasierte Analyse von Dopingverhalten im Spitzensport	Die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden	Image-repair-Strategien von dopingverdächtigen Athleten

2. Doping

2.1. Problemstellung

Das IOC untermauert in einem Konsensus-Statement auf der Anti-Doping Konferenz in Kopenhagen (2003) die Gefahr des Dopings für die Vertrauenswürdigkeit des Sports:

Einer der vernichtendsten Effekte des Dopings ist die Art und Weise wie es das öffentliche Vertrauen in den Sport raubt. Aufgabe der WADA ist es, Doping zu bekämpfen, aber in einem größeren Sinne die vertraute Rolle des Sports in der Gesellschaft zu schützen (IOC, 2003, Übersetzung des Autors).

Um ein Verständnis dafür zu erzeugen, wie die heutige Debatte um Doping, Anti-Doping Arbeit und die Effekte des Dopings auf den Sport in der Gesellschaft und im System Sport verankert sind, kommt man nicht umhin die historischen Aspekte des Dopings zu betrachten. Nur die im Grunde genommen Jahrhunderte alte Vorgeschichte des Dopings erklärt, wie es zu dem „unlösbaren Doping-Problem“ (Krüger, 2012, S.8) überhaupt kommen konnte.

Spricht man vom Doping in Abgrenzung zu Enhancement ist dieses heute, wie die folgenden Kapitel darlegen werden, ein durch klare Definitionen und Regelungen festgelegter Bereich des Sports. Während das leistungssteigernde Doping seit dem 17. Jahrhundert und noch bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts eine legitime Maßnahme war (Krüger, 2012), wurde es erst durch einzelne Bestimmungen durch Fachverbände (als erstes 1928 die IAAF, Krüger, 2012), reglementiert. Hieraus entwickelte sich in einem langen Prozess eine allgemeine Konvention zum Umgang mit Doping im Sport, die letzten Endes in der Gründung der WADA als Kontrollorgan mündete.

Speziell in Deutschland ist diese Entwicklung seit Ende des zweiten Weltkriegs von besonderer Brisanz, da zwei Systeme (des Sports) sich gegenüber standen und miteinander konkurrierten (Meier & Reinhold, 2014). Diese intra-deutsche wie aber auch internationale Konkurrenz prägt in den 50iger bis 80iger Jahren des 20. Jahrhunderts ein Sportsystem, das als Doping begünstigend interpretiert werden kann (Krüger et al., 2014). Hierzu zählen Faktoren wie das Nominierungskriterium Endkampfchance, die an Erfolg gemessene Vergütung und Vertragsverlängerung von Bundestrainern oder die Förderungspraxis der Sportverbände (Krüger et al., 2014). So gab es zwar Richtlinien, die festlegten, dass Doping in den Aufgabenbereich der Sportverbände fielen und durch eben diese kontrolliert und sanktioniert wurden, gleichzeitig wurden die bestehenden Praktiken des Dopings der Politik gegenüber verschleiert (vgl. Krüger et al., 2014, S.163).

Während aus damaliger westdeutscher Sicht nur das systematische Doping in der DDR kritisiert wurde, offenbarte die Zusammenlegung der Sportverbände nach der Wiedervereinigung im Jahr 1990, dass auch in Westdeutschland vergleichbare Dopingpraktiken durchgeführt wurden. Das Thema erhielt bereits durch die Doping-skandale Ende der 80iger Jahre (z.B. Birgit Dressel, Ben Johnson) eine stärkere

Aufmerksamkeit, sodass sich im Rahmen dessen die Politik in verschiedenen Ländern stärker in die Anti-Doping Arbeit der Verbände einmischte. Durch den Einfluss der deutschen investigativen Medien (vgl. hierzu Krüger & Becker, 2014) und die durch die Bundesrepublik geforderte Aufklärung innerhalb des deutschen Sports zeigte sich, dass in beiden Teilen des Landes in unterschiedlichen Sportarten Doping verdeckt wurde und Anti-Doping Arbeit an vielen Stellen scheiterte. Praktische Konsequenzen ergaben sich hieraus für die Anti-Doping Arbeit in Deutschland jedoch zunächst nicht. So resümierte der Anti-Doping Bericht der Bundesregierung 1994, dass man auf die „Selbstreinigungskräfte des autonomen Sports“ (zitiert nach Krüger et al., 2014, S.170) setze, auch auf ein Anti-Doping Gesetz und damit auf eine direkte Einmischung des Staats in die Angelegenheiten des Sports wurde verzichtet.

Dies änderte sich erst Ende der 90iger Jahre durch internationale Entwicklungen, die auch das Handeln in Deutschland signifikant beeinflussten: Nach dem Festina-Skandal bei der Tour de France 1998 werden erstmals Dopingsünder in Frankreich von einem öffentlichen Gericht angeklagt (vgl. Krüger et al., 2014, S.172). In dieser Zeit leidet der Sport unter einem starken Verlust der Glaubwürdigkeit und reagiert durch die anteilige Ausgliederung der Anti-Doping Arbeit in die 1999 neu gegründete Welt-Anti-Doping-Agentur (WADA). Zu Beginn des Jahres 2003 nahm in Deutschland die nationale Anti-Doping Agentur (NADA) ihre Arbeit auf (Krüger et al., 2014). Die Ausgliederung des Kontrollsystems in die Dopingagenturen führt jedoch nicht zur einer Reduzierung des Problems. Ein besonders offensichtliches Beispiel für das fehlerhafte System der Anti-Doping Arbeit weisen Krüger und Kollegen (2014, S.187) nach:

So „wurden 2006 ca. 400 unangekündigte Trainingskontrollen nicht durchgeführt (...), weil die Kontrolleure die Athleten nicht angetroffen hatten. Unter den Athleten befanden sich sieben Olympiasieger – von denen einer fünfmal nicht angetroffen wurde -, 32 Welt- und 28 Europameister.“

Dementsprechend leidet der Sport, vor allem Sportarten wie das Radfahren, unter erheblichen Image- und Glaubwürdigkeitsverlusten, durch die sich staatliche Institutionen zum Eingreifen gezwungen sahen. Aus der deutsch-deutschen Geschichte des Dopings kann jedoch nach wie vor abgeleitet werden, dass sich ein schwer messbares Potential an Misstrauen in Politik und Öffentlichkeit, aber auch bei den Aktiven selbst entwickelt hat (Krüger et al., 2014). So steht der internationale und der nationale Sport, und hier im besonderen Maße die verantwortlichen Sportverbände, in der Pflicht, dieser öffentlichen Wahrnehmung entgegenzuwirken. Nicht zuletzt deswegen plädieren die Autoren des BISp-Abschlussberichts zu Doping und Anti-Doping in der Bundesrepublik Deutschland (Krüger et al., 2014) in ihrem Ausblick dafür, dass es eine „öffentliche Thematisierung der sportpolitischen Ziele im Leistungssport sowie glaubwürdige Anti-Dopingbemühungen von Sportverbänden und Sportpolitik“ brauche, „um öffentliches Vertrauen zurückzugewinnen“ (S. 207). Diese aus dem historischen Kontext abgeleitete Forderung nach Vertrauen deckt sich mit den Einschätzungen aus soziologischen, pädagogischen oder philosophi-

schen Betrachtungsweisen. So unterstreichen bspw. Meinberg (2009) oder Breuer und Hallmann (2013) diese Aussage und betonen, dass vor allem Doping zu einer ‚Vertrauenskrise des Sports‘ führen kann.

Dabei besteht jedoch nicht nur ein großer Diskurs über den Stellenwert der Problematik rund um Doping sondern auch um die Art und Weise, wie mit der Thematik seitens der verantwortlichen heute Organe umgegangen wird. Ein großer Diskurs behandelt dabei die Inhalte des WADA-Codes (Lippi, Banfi & Franchini, 2009), die Auslegung verschiedener Regeln, die im Sport zur Einhaltung des Fairplay gelten (Møller, 2011), die Bedeutung und Möglichkeiten der WADA selbst (Mazanov, 2013b) oder die Möglichkeiten und Grenzen der momentanen Vorgehensweise bei Dopingkontrollen (Berry, 2008). Vor allem aber zeigt sich in der aktuellen Debatte, dass die reine „Kriminalisierung von Dopingsündern“ (Krüger, 2012, S.12) oder die „moralische Verteufelung (ebenda) von Protagonisten des Spitzensports das Dopingproblem zu simpel auslegt. Vielmehr muss hinterfragt werden, ob Doping ein dem Leistungssport immanentes Problem darstellt und weniger auf moralisch verwerfliche Einzelfälle als vielmehr auf funktionale Verhaltensweisen in einem komplexen Beziehungsgeflecht zwischen Athlet*innen, Sportverbänden und anderen Sportprotagonisten zu verstehen ist (vgl. hierzu Petróczi & Aidman 2008; Mazanov, 2013a; Overbye, Knudsen & Pfister, 2013).

Um diesen Diskurs zu analysieren bedarf es im Weiteren einer intensiven Auseinandersetzung mit dem Begriff Doping, dem Ausmaß des Problems und den bisherigen Erklärungsversuchen zu Dopingverhalten, um eben diese kritischen Diskussionspunkte zu bewerten und hieraus Forschungsfragen zu generieren.

2.2. Dopingdefinition

Im Jahr 1999 wurde durch das IOC die Welt Anti-Doping Agentur (WADA) gegründet, um dem im Sport bestehenden und wachsenden Dopingproblem entgegenzutreten. Während das IOC in den Jahren vor der Gründung der WADA für die Verfolgung der Dopingproblematik zuständig war, wurden die unterschiedlichen Zugänge, das Problem anzugehen, nun in einer Organisation gebündelt. Das IOC definierte den Aufgabenbereich der WADA und definierte Doping zunächst wie folgt:

Doping ist ‚die Anwesenheit von verbotenen Substanzen im menschlichen Körper entsprechend der Liste, veröffentlicht vom Internationalen Olympischen Komitee und/oder der besagten internationalen Organisation der Mitgliederorganisationen. Der Gebrauch solcher Substanzen, ihre Anwesenheit im Urin oder in Blutproben und der Gebrauch von Methoden, die das Ergebnis einer Urin- oder Blutprobe verhindern, sind verboten‘. (IOC, 2003).

Schnell zeigte sich, dass diese Definition nicht ausreichen würde, um das Dopingproblem des internationalen Spitzensports in seiner Gänze zu erfassen. Mit dem Welt-Anti-Doping Code wurde im Jahr 2004 ein Katalog beschlossen, der alle Verhaltensweisen und damit verbundenen Konsequenzen in Bezug auf Doping regeln sollte. Dieser beruht auf zwei Grundlagen, die als Ziel der Welt-Anti-Doping-Agentur gesehen werden können: ‚Der Schutz des Grundrechts der Athlet*innen auf Teilnahme an dopingfreiem Sport‘ (World Anti-Doping Agency, 2009, S. 6), was

auf die Förderung von Gesundheit, Fairness und Gleichbehandlung aller Athlet*innen abzielt und die ‚Sicherstellung harmonisierter, koordinierter und wirksamer Anti-Doping-Programme auf internationaler und nationaler Ebene‘ (World Anti-Doping Agency, 2009, S. 6), wodurch es möglich sein soll, Verstöße gegen die Anti-Doping-Bestimmungen aufzudecken, sie zu verhindern, oder ihnen vorzubeugen (World Anti-Doping Agency, 2009). Die WADA selbst nimmt dabei die Funktion des Gesetzgebers und Überwachers ein, da sie für die aktuellen Dopinglisten, Dopinggesetze, aber auch für die Dopingkontrolle und Verfolgung von Dopingsündern zusammen mit ihren nationalen Ablegern verantwortlich ist.

Gleichzeitig wurde eine neue Definition für Doping geschaffen, die zwar die Definition des IOC aufgriff, sich jedoch auf die Struktur des Anti-Doping Codes bezog. Somit entstand die bis heute gültige Dopingdefinition, die im Folgenden im Original abgebildet ist:

Doping is defined as the occurrence of one or more of the anti-doping rule violations set forth in Article 2.1 through Article 2.8 of the Code.

2.1 Presence of a Prohibited Substance or its Metabolites or Markers in an Athlete's Sample

2.2 Use or Attempted Use by an Athlete of a Prohibited Substance or a Prohibited Method

2.3 Refusing or failing without compelling justification to submit to Sample collection after notification as authorized in applicable anti-doping rules, or otherwise evading Sample collection

2.4 Violation of applicable requirements regarding Athlete availability for Out-of-Competition Testing, including failure to file required whereabouts information and missed tests which are declared based on rules which comply with the International Standard for Testing.

2.5 Tampering or Attempted Tampering with any part of Doping Control

2.6 Possession of Prohibited Substances and Prohibited Methods

2.7 Trafficking or Attempted Trafficking in any Prohibited Substance or Prohibited Method

2.8 Administration or Attempted administration to any Athlete In-Competition of any Prohibited Method or Prohibited Substance or assisting, encouraging, aiding, abetting, covering up or any other type of complicity involving an anti-doping rule violation. (World Anti-Doping Agency, 2009)

Bei der bestehenden und aus langen Diskursen hervorgegangenen Definition handelt es sich somit um eine Bestimmung, die auf einer veränderbaren Liste von Präparaten, Methoden und Wirkstoffen basiert, womit es also keine Eingrenzung des Dopings per definitionem gibt. Dies führt dazu, dass die Definition an sich stets veränderbar ist, da sie auf der Zusammenstellung der Dopingliste beruht. Die Kritik an dieser Form von Umrandung dessen, was Doping ist und was nicht, ist groß (vgl. hierzu Møller, 2011).

Letzen Endes ermöglicht die Definition jedoch, klare Regularien zu erstellen, was Doping ist. Diese Regularien stellen über die eigentliche Definition hinaus, wichtige Grundregelungen her, die substanziell für die Kontrolle und Verfolgung von Doping im Spitzensport sind. So gilt der Gebrauch der verbotenen Wirkstoffe, aber auch der Besitz dieser Wirkstoffe als Verstoß gegen das Dopinggesetz. Ebenso sind Profi-Sportler angehalten, jederzeit ihren Aufenthaltswort der zuständigen Welt-Anti-Doping-Agentur (WADA) mitzuteilen. Auch diese ‚whereabouts-rule‘ der WADA ist äußerst umstritten. Sie wird sowohl aus inhaltlicher Perspektive (Bojsen-Möller & Christiansen, 2013) wie auch aus ethischer Betrachtungsweise kritisiert (Pawlenka, 2011) kritisiert. Und obwohl sich die Festlegung auf die bestehende Definition und

den dazu gehörigen Code mittlerweile manifestiert hat, wird sie von verschiedenen Forschergruppen immer noch in ihren Grundsätzen infrage gestellt.

Savulescu, Foddy und Clayton fragen so schon 2004, ob die Dopingpolitik nicht am Ziel vorbei führe und deswegen Doping zu erlauben sei. Sie schlussfolgern auf Basis der bestehenden Ungerechtigkeiten im Sport, weil Doping zwar verboten sei, aber dennoch geschehen würde, dass ein Umdenken in der Dopingpolitik stattfinden müsse. Die Autoren fordern, dass die Gesundheit der Athlet*innen im Vordergrund stehen müsse und dass Doping erlaubt werde solle, solange es keine gesundheitlichen Risiken für die Athletin / den Athlet*innen bedeuten würde. Ihre Argumentation geht darauf zurück, dass Leistungssteigerung an sich nicht gegen den Fairplay-Gedanken des Sports spreche. Somit sei auch Doping nicht automatisch mogeln. Vielmehr könne man durch die Legalisierung von Doping den Sport sogar fairer und sicherer machen (Savulescu et al., 2004).

Dies ist sicher eine extreme Haltung gegenüber den bestehenden Dopingregularien. Das andere Extrem nehmen diejenigen Forscher ein, die sich intensiv mit der Frage auseinandersetzen, wie Dopingkontrollen und die Auswertung von Dopingproben noch effizienter ablaufen können, um durch Überführung, Verfolgung und Bestrafung das Mittel der Abschreckung hervorzuheben (vgl. hierzu Deskmuth, Barker, Petróczi & Naughton, 2012). Auch diese Forschung ist keinesfalls unumstritten, da bspw. die Kritik besteht, dass Athlet*innen sich durch Regelungen wie die whereabouts-rule zu gläsernen Persönlichkeiten machen müssen (Bojsen-Moller & Christiansen, 2013). Weiterhin wird kritisiert, dass eine Politik der Abschreckung allein nicht zielführend sein kann (Overbye et al., 2013).

Schließt man die extreme Auffassung einiger weniger Dopingforscher wie der Gruppe um Savulescu (2004) aus, so konstatieren alle Forschungsgruppen, dass die Dopingpolitik nicht eingleisig fahren dürfe. Zwar liegen immer mehr Methoden zur Kontrolle und Überprüfung durch die WADA vor, doch reicht dieser Weg alleine nicht aus. Petróczi und Naughton (2011) fassen dies unter der Notwendigkeit multidisziplinärer Anti-Doping Forschung und Anti-Doping-Arbeit zusammen. Anti-Doping Arbeit darf und kann sich nicht allein auf die Kontrolle und Überführung von Athlet*innen beziehen, sondern muss eher anfangen: Bei der Doping-Prävention.

Die WADA nennt drei zentrale Gründe für das Dopingverbot im Sport: Der wichtigste Grund ist die Erhaltung des Fairplay im Sport. Doping widerspricht dem Gesetz des Fairplay, da durch Doping die Gleichheit der Athlet*innen nicht gewährleistet ist. Die beiden weiteren Argumente verdeutlichen, dass die Bestimmungen zu Doping und Dopingverfolgung notwendig sind, um den Sport in seinen Facetten zu schützen. So bezieht sich das zweite Argument auf die Sportler*innen, die vor gesundheitlichen Schäden durch Doping geschützt werden sollen. Der dritte Aspekt bezieht sich auf den Schutz der Bevölkerung, für die Sport Vorbilder für die Gesellschaft produzieren soll, im besten Fall sogar Sport selbst ein Vorbild für die Gesellschaft ist. Somit soll die Öffentlichkeit, vor allem jugendliche Nachwuchssportler, davor geschützt werden, dass der Sport durch Doping zu einem gesundheitsgefährdenden und unfairen – und damit auch nicht mehr vertrauenswürdigen – sozia-

len Ereignis wird. Diese Begründungen stellen die Grundlage für Dopingprävention dar. Während also die Definition von Doping etabliert und die Aufgaben zur Verhinderung und Aufklärung von Doping durch den WADA Code klar abgesteckt sind, ist das Ausmaß des Problemfelds Doping weiterhin diskutiert. Einen ersten Anhaltspunkt dazu, wie groß das Problem Doping ist und wie viel Aufwand nötig ist, um erfolgreich gegen Doping zu kämpfen, geben die Prävalenzraten des Dopings im Spitzensport.

2.3. Dopingprävalenzraten

Wie groß das nationale und internationale Dopingproblem zu sein vermag, kann über unterschiedliche Methoden geschätzt werden. Neben den in den Medien für Aufsehen sorgenden Einzelfällen bekannter Sportler*innen oder dem Aufdecken ganzer Dopingnetzwerke wie dem des spanischen Arztes Fuentes, stellen die unterschiedlichen Erhebungsmethoden zur Erfassung der tatsächlichen prozentualen Rate an Dopingkonsumenten im (Spitzen-)Sport ein wichtiges Instrument dar, um das Problem zu erfassen.

Dabei erscheint das Problem unterschiedlich groß, wenn man verschiedene Quellen und verschiedene Methoden zu Rate zieht: Während die Welt-Anti-Doping Agentur (WADA) auf Basis der bio-medizinischen Laborproben von geöffneten A-Stichproben einen Prävalenzwert für Doping im internationalen Spitzensport von ca. 2% ermittelt (World Anti-Doping Agency, 2014), erarbeiten andere wissenschaftliche Studien mithilfe der randomized-response Technik (Warner, 1965) Schätzwerte von bis zu 28% in einzelnen Sportarten. Im Folgenden soll ein Überblick über die durchaus divergierenden Ergebnisse zu Häufigkeiten von Doping im nationalen und internationalen Spitzensport gegeben werden.

2.3.1. Ergebnisse der WADA-Kontrollen

In ihren jährlichen Berichten ermittelt die WADA auf Basis ihrer Laborproben konstant niedrige Prävalenzraten für Doping. Die WADA beruft sich hierbei sowohl auf Urin- als auch auf Blutproben. Erstmals veröffentlichte die WADA im Jahr 2003 einen Bericht zu den Prävalenzraten des Vorjahrs. Im Jahr 2002 waren demnach bei 4564 Trainingskontrollen 36 Dopingfälle nachgewiesen worden, was einer Quote von 0.78% entspricht (WADA, 2003). Diese Analyse bezog sich allerdings nur auf die von der WADA erhobenen Dopingproben. Bereits 2003 bezog die WADA in ihre Analysen alle durch Dopinglabore im Auftrag des IOC, der WADA oder der NADA erhobenen Dopingproben in ihren Bericht mit ein. Für 2003 ermittelte die WADA hiermit auf Basis von 151.210 Proben eine Prävalenzrate von 1.62%. In den Folgejahren schwankten die durch die Proben ermittelten Werte, stiegen jedoch immer moderat an, wobei auch die Zahl der Dopingkontrollen kontinuierlich zunahm. Mit der Einführung des ADAMS Systems, in dem sich Spitzensportler*innen registrieren müssen und in dem sie ihren Aufenthaltsort jederzeit angeben müssen, um durch die Dopingkontrolleure überall erreichbar zu sein, wurde ein weiteres Kontrol-

linstrument installiert, das ein verdecktes Doping verhindern sollte. Das ADAMS-Kontrollsystem repräsentiert die immense Professionalisierung, die die WADA seit ihrer Gründung im Jahr 1999 vorantreibt. Die Zahl der Dopingkontrollen stieg bis zum Jahr 2009 auf jährlich weltweit 227.928 Proben, die zu rund 2/3 im olympischen Sport, zu 1/3 im nicht-olympischen Sport erhoben wurden. Dieses Verhältnis wurde auch in den Folgejahren beibehalten, im Jahr 2013 wurden insgesamt 269.878 Dopingproben analysiert. Die WADA veröffentlicht jährlich drei unterschiedliche Prävalenzwerte, die sich aus den Proben ergeben: Als erstes gibt die WADA die sogenannten ‚Adverse Analytical Findings‘ (ungünstige analytische Resultate, AAF) an. Dies sind Proben, in denen laut dem zuständigen Dopinglabor verbotene Substanzen oder Marker für diese Substanzen nachgewiesen worden sind. Als zweites gibt die WADA die sogenannten Atypical Findings (ATF, atypischen Befunde) an. Dies sind Testergebnisse, die weiterer Untersuchung bedürfen, da die Ergebnisse unklar sind, wie z.B. einzelne Tests in Mehrfacherhebungen bei einem Athlet*innen.

Beide Ergebnisse zusammen ergeben einen Prävalenzwert, der unter ‚total findings‘ zusammengefasst wird. Dieser wird wiederum für olympische und nicht-olympische Disziplinen veröffentlicht, sowie für Daten, die nicht auf Basis des ADAMS-Systems erhoben worden sind, also bspw. Daten aus dem Amateursport. Der Prävalenzwert für AAFs schwankt zwischen 1.08% (2010) und 1.31% (2012), der Wert für alle Befunde zwischen 1.76% (2012) und 2.21% (2013). Hierbei sind zwei weitere Befunde auffällig: Zum einen erreichen beide Werte 2013 neue Höchstwerte, was die akute Problematik unterstreicht. Zum anderen muss festgehalten werden, dass die Werte bei nicht-olympischen Sportarten durchweg höher sind als bei den olympischen Sportarten (2013: totale Befunde 1.94% zu 2.72%). Insgesamt kann für 2013 aktuell zusammengefasst werden, dass bei 269.878 Dopingproben 3.529 AAFs und insgesamt 5.962 Befunde vorlagen, die sich auf olympische (3.426), nicht-olympische (1.152) und nicht von ADAMS erfasste Daten (1.384) verteilen. Zwar erscheint eine Dopingprävalenzrate von 2.21% im ersten Augenblick nicht sonderlich hoch, doch unterstreicht die Zahl von fast 6.000 positiven oder atypischen Befunden die Größe der Problematik. Dies wird durch die Tatsache verstärkt, dass mithilfe anderer Methoden noch weitaus größere Prävalenzraten für Dopingfälle im Spitzensport herausgearbeitet werden.

2.3.2. Studien zu Prävalenzwerten

Die Dopingprävalenzwerte der WADA können auf Sportarten und Länder bzw. Landesgebiete hinuntergebrochen werden, um die unterschiedlichen Einflussfaktoren für Doping besser identifizieren zu können. Van Eenoo und Debelke (2003) geben an, dass zwischen 1993 und 2000 die WADA bzw. vor Gründung der WADA das IOC für Flandern Dopingprävalenzraten von 1.8% und 4.1% ermittelt hat. Die Autoren reanalysierten die Dopingproben der Jahre 1996 bis 2000 in dieser Region und ermittelten einen Gesamtprozentwert von 3.95% für die Jahre 1996 bis 2000. Darüber hinaus zeigen die Daten für repräsentative Subsamples, dass die Werte

stark nach Sportart variieren: So ermittelten die Autoren für Sportarten wie Bodybuilding (31.9%), Gewichtheben (10.9%) oder Radfahren (5.5%) deutlich höhere Werte. Dies unterstreicht die Forderung, die WADA-Ergebnisse nicht als Overall-Überblick zu interpretieren, sondern die Werte auch auf einzelne Sportarten herunterzubrechen, um die Größe der Problematik besser einschätzen zu können.

Für den deutschen Sprachraum haben dies Pitsch, Emrich und Klein (2007, basierend auf einem Forschungsbericht derselben Autoren von 2005) mithilfe einer internetbasierten randomized-response Technik getan. Die randomized-response Technik (RRT) bietet den Probanden eine völlig anonyme Angabe ihrer Daten. So wurde in diesem Fall die Instruktion so gegeben, dass alle Probanden, die zwischen Januar und April geboren wurden, auf alle gestellten Fragen mit ‚Ja‘ antworten sollten, alle andere sollten ehrlich antworten. So wird den Personen das Gefühl vermittelt, dass das Ergebnis nicht auf sie zurückgeführt werden kann, womit die Anzahl der wirklich ehrlich antwortenden Personen, die in den Monaten Mai bis Dezember geboren wurde, erhöht werden soll. Da die Experimentalleiter wiederum das Geburtsdatum des Probanden nicht kannten, kann auf den Wahrheitsgehalt der Antwort nicht rückgeschlossen werden. Deswegen kann die RRT auch nur Schätzwerte für die Prävalenz ermitteln, die berücksichtigen, wie viele der Probanden tatsächlich im ersten Drittel des Jahres geboren sein könnten (vgl. Pitsch et al., 2007, S.91). Insgesamt wurden den Probanden vier Fragen zu ihrem Dopingkonsum gestellt (Konsum jemals, Bestrafung für Konsum, schuldig gesprochen für Konsum, Konsum in dieser Saison). Darüber hinaus wurde die Mediation durch soziale Komponenten wie Trainer*innen/Offizielle oder Freunde/Familie erfragt sowie ob dem Probanden Dopingfälle aus dem eigenen Verband bekannt seien. Pitsch et al. (2005) ermittelten mit dieser Methode Schätzwerte für Probanden, die ehrlich angaben, gedopt zu haben zwischen 25.8% und 48.1%. Für die aktuelle Saison lag der Wert zwischen 20.4% und 38.7%, sodass man bei nur 51.9% der Befragten davon ausgehen kann, dass sie sicher nie gedopt hatten, für 61.3%, dass sie in dieser Saison nicht gedopt hätten. Darüber hinaus zeigen die Daten, dass die Werte für cgs-Athlet*innen (Leichtathletik, Schwimmen, Radfahren) deutlich höher (min. 38.1%) als für Spportsportler*innen (min. 14.7%) waren.

In einer Replikationsstudie (Pitsch & Emrich, 2012) werden die Werte insgesamt zwar nicht bestätigt (min. 10.2% die zugaben, jemals gedopt zu haben, min. 9.6%, die Doping in der laufenden Saison bestätigten), jedoch waren die Werte immer noch deutlich höher als die der WADA für die entsprechende Saison. Interessanterweise konnten in dieser Studie ausschließlich Doping-Konsumenten in den cgs-Sportarten identifiziert werden. Hier lag der Wert bei min. 14.2% der Teilnehmer, die Doping zugaben. Wie in den Ergebnissen von 2007 konnte darüber hinaus ermittelt werden, dass die Rate bei Männern (17.1%) deutlich höher war als bei Frauen (2.9%) und dass der Prävalenzwert bei Athlet*innen auf nationalem Niveau (15.9%) höher war als auf internationalen Niveau (7.9%).

Pitsch nimmt in einem weiteren Artikel (2009) auf Basis der Erkenntnisse, die mithilfe der RRT gewonnen wurden, auch Bezug auf die Testergebnisse der WADA.

So zeigt er, dass statistisch die Prävalenzrate für Doping bei den Olympischen Spielen in Peking (2008) nicht bei 0.2%, wie es die Veranstalter angaben, oder 2%, wie es die WADA ermittelte, sondern deutlich höher sein müssten. Während er von einem Schätzwert von 9.5% ausgeht, der mithilfe von sozialwissenschaftlichen Befragungen identifiziert werden würde, würde auf Basis der RRT der Wert der positiven Dopingfälle um das vielfache höher sein. Diese Ergebnisse würden die Methoden der WADA und den Wahrheitsgehalt der von der WADA ermittelten Prävalenzraten infrage stellen.

In einer weiteren Studie, die die Dopingprävalenz mithilfe der RRT ermittelte, zeigen Striegel, Ulrich und Simon (2010) in einer Stichprobe von 480 deutschen Spitzensportler*innen eine Prävalenzrate von 2.7% bis 10.9%. Diese Werte sind nochmals deutlich geringer als der von Pitsch und Kollegen (2007) ermittelten Raten, zeigen jedoch ebenfalls, dass mithilfe der RRT die niedrigen Werte der WADA relativiert werden müssen. Gleichzeitig belegen die Autoren mit einem Sample von 1126 Athlet*innen, die an einer standardisierten Befragung zu Doping- und Drogenkonsum teilnahmen, dass diese Methode zu deutlich niedrigeren Prävalenzwerten führt (0.02% - 0.74%) als Labortests oder die RRT. Für den Gebrauch illegaler Medikamente und Drogen konnten die Autoren mithilfe der standardisierten Fragebögen Prävalenzwerte von 4.85% bis 7.99%, mithilfe der RRT Werte zwischen 4.5% und 13.1% ermitteln. Während beim Thema Doping also eine große Diskrepanz zwischen den Methoden vorlag, werden hier relativ ähnliche Ergebnisse erzielt. Dies ist ein Hinweis darauf, wie sensibel das Thema Doping im Spitzensport ist und weist auf die Problematik einer zuverlässigen Erhebung der Prävalenzraten hin. Ergebnisse, die mithilfe von einfachen Fragebogendesigns zum Thema Doping gewonnen wurden, sollten daher auch nur mit der nötigen Rücksicht interpretiert werden.

Auch der Bericht zur Dysfunktion des deutschen Spitzensports (Breuer & Hallmann, 2013) zeigt mit der RRT höhere Prävalenzwerte für Doping im deutschen Spitzensport (5.8%) als die WADA. Breuer und Hallmann (2013) schlussfolgern, dass die hohen Dopingraten im Spitzensport dessen Glaubwürdigkeit infrage stellen.

Zahlreiche weitere Studien beschäftigen sich vornehmlich mit spezifischen Stimulanzien (z.B. Anabole Steroide, Bojsen-Möller & Christiansen, 2011), mit dem Umgang mit Doping und Nahrungsergänzungsmitteln in der Bevölkerung (z.B. Petróczy, 2008) oder mit dem Dopingverhalten in bestimmten Sportarten (Pedersen, 2005, Bodybuilding).

Es lässt sich festhalten, dass die Prävalenz von Doping ein in vielfältiger Weise (Sportarten, Länder, Stimulanzien, methodisches Vorgehen) erforschtes Gebiet ist. Gleichzeitig stellen die Prävalenzwerte in jeglicher Hinsicht ein Problemfeld dar: Ist die Zahl von rund 2% positiven Proben der WADA noch wenig besorgniserregend, spiegelt die Zahl von fast 6.000 problematischen Befunden im Spitzensport pro Jahr eine große Relevanz wider. Verbindet man die Erkenntnisse der NADA mit denen der Studien, die über die RRT zu wesentlich höheren Prävalenzwerten kommen, so wird offensichtlich, dass Doping ein zentrales und großes Problem des

Spitzensports darstellt. Wie der Sport sich mit diesem Themenfeld beschäftigt und welche Ansätze zur Lösung des Problems gegenwärtig debattiert werden, soll daher im folgenden Kapitel genauer analysiert werden.

2.4. Wahrnehmung des Dopingproblems

Das vorangegangene Kapitel hat gezeigt, dass unterschiedliche Forschungsergebnisse zur tatsächlichen Dopingprävalenz in den Sportarten vorliegen, die in großem Maße von der jeweiligen Messmethode abhängig zu sein scheinen. Jedoch untermauern nicht nur die unterschiedlichen Befunde zur Dopingprävalenz, dass Doping ein grundsätzliches Problem des Sports darstellt. Weitere Evidenz zur Größe der Problematik lässt sich aus Forschung ableiten, die sich mit der Wahrnehmung von Doping unter Sportler*innen bezieht.

Es liegen nur wenige Studien dazu vor, wie die Anti-Doping Arbeit und ihre unterschiedlichen Facetten von außen betrachtet werden. Breuer und Hallmann ergänzen ihre oben genannte Athletenbefragung durch eine Bevölkerungsumfrage, in der die Befragten schätzten, dass durchschnittlich ca. 28.8% der Leistungssportler*innen regelmäßig zu Dopingmitteln greifen würden (Breuer & Hallmann, 2013, S. 35). Alaranta, Alaranta, Homila, Palmu, Pietila und Helenius (2006) befragten Mitglieder der finnischen Nationalteams zu ihrem Wissen über Dopingkonsum und Dopingnutzen in ihrer Sportart. Die Ergebnisse zeigen, dass 30% der Befragten andere Athlet*innen kennen, die illegale leistungssteigernde Mittel konsumieren und dass 14.8% der Athlet*innen bereits angeboten bekommen haben, Dopingmittel zu nutzen. Gleichzeitig sprechen dieselben Athlet*innen den verschiedensten unerlaubten Substanzen positive Effekte für ihre Sportart zu. So sehen bspw. 72.6% einen Vorteil in ihrer Sportart durch die Nutzung anaboler Steroide.

Die öffentliche Wahrnehmung, wie sie bei Breuer und Hallmann (2013), aber auch in einer Studie von Solberg, Hanstad und Thoring (2010) zum Ausdruck kommt, ist demnach, dass Doping in vielen Sportarten weit verbreitet sei. So finden Solberg und Kollegen durch Befragungen von Sportzuschauer*innen heraus, dass diese der Meinung sind, dass in den Sportarten Radfahren, Leichtathletik und Boxen Doping ein häufig auftretendes Phänomen sei. Solberg und Kollegen (2010) identifizieren darüber hinaus, dass die meisten Zuschauer*innen harte Strafen für Dopingsünder befürworten würden, worunter auch finanzielle Förderungen durch Politik und Wirtschaft fallen sollten. Auch Stramm, Lamprecht, Kamber, Marti und Mahler (2008) identifizieren eine ähnliche Haltung bei Schweizer Sportzuschauer*innen im Hinblick auf die Dopingpolitik. Sie zeigen, dass die Wahrnehmung der Öffentlichkeit sei, dass Doping dem Sport schade und schlechte Vorbilder produziere. Außerdem sei Doping mittlerweile für mehr als 75% der Befragten ein fester Bestandteil des soziologischen Systems Sport.

In einem zweiten Schritt fragen Stramm und Kollegen (2008) die Öffentlichkeit, wie sie die Anti-Doping Strategien wahrnehme. Hierbei zeigt sich, dass die Erhöhung der Zahl der Dopingkontrollen von 92% der Befragten wahrgenommen wurde, aber

auch eine härtere Bestrafung der Athlet*innen und des Umfelds (72% und 88.7%) von den Befragten gesehen wurde. Ebenfalls gaben 76.2% an, dass sich eine Anti-Doping Gesetzgebung etabliert und 94.3% dass sich die Verfügbarkeit von Informationen und Präventionsmaterialien vergrößert habe. Dies lässt darauf schließen, dass die seit Gründung der WADA unternommenen Maßnahmen zur Bekämpfung von Doping und zur Verhinderung von Doping auch als solche öffentlich wahrgenommen werden. Die Autoren schlussfolgern, dass bei jeglichen Anti-Doping Strategien die Wahrnehmung der Öffentlichkeit eine entscheidende Rolle spielen sollte, da sie letzten Endes darüber Ausschlag geben kann, ob die Bemühungen im Kampf gegen Doping als erfolgreich wahrgenommen und angesehen werden können oder nicht.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass – egal wie hoch die Dopingprävalenz in den jeweiligen Sportarten tatsächlich ist – Doping ein zentrales Thema in den Sportarten ist, den Athlet*innen offen zu stehen scheint und Doping Anreize für die Athlet*innen bietet, in ihrer Sportart erfolgreicher zu sein. So verdeutlichen auch Papa und Kenedy (2012), dass Athlet*innen mittlerweile Doping als einen normalen Bestandteil des Sports wahrnehmen. Darüber hinaus weisen sie darauf hin, dass Athlet*innen in einem Netzwerk fungieren, in dem unterschiedliche Einflussgrößen die Doping Einstellungen der Athlet*innen bestimmen können. Die Verantwortung des Umfelds der Athlet*innen steigt somit durch die wachsende Dopingproblematik, wie auch Backhouse und McKenna (2012) anhand des Beispiels der Trainer*innen verdeutlichen.

Auch Laure, Lecerf und Bissinger (2004) resümieren auf Basis von halbstandardisierten Interviews mit jungen französischen Nachwuchs Athlet*innen, dass die Fokussierung auf die Verbotsliste der WADA im Bereich der Dopingprävention bei Weitem nicht ausreichen würde. Vielmehr fordern die Autoren, dass die hinter Doping liegenden Mechanismen viel stärker in den Vordergrund der Forschung gerückt werden müssten, um Dopingprävention erfolgreich zu gestalten. Den wichtigsten Angriffspunkt für einen erfolgreichen Kampf gegen Doping sehen dabei viele Forschergruppen in den Einstellungen der Athlet*innen gegenüber Doping. So identifizieren Bloodworth, Petróczi, Bailey, Pearce und McNamee (2012) vor allem die Doping Einstellungen von jungen Athlet*innen als notwendigen Schwerpunkt für gelingende Anti-Doping Arbeit. Sie fordern deswegen eine spezifische Ausrichtung der Dopingprävention auf die Einstellungen junger Athlet*innen. Im Folgenden soll daher das Konstrukt der Doping Einstellungen von Athlet*innen und dessen Messung betrachtet werden.

2.5. Dopingeinstellungen

Dopingeinstellungen von Sportler*innen wurden bisher auf drei unterschiedliche Methoden erhoben: Durch quantitative Fragebögen (Petróczi, 2007), durch teilstandardisierte Interviews (Diacin, Parks & Allison, 2003) und durch das indirekte Messverfahren via IATs (Petróczi, Aidman & Nepusz; Brand, Melzer & Hagemann, 2011). Allerdings ist die Messung von Dopingeinstellungen durch jede Methode der Erhebung umstritten: Die persönliche Einstellung zur Einnahme von leistungssteigernden Mitteln ist für Athlet*innen ein sensibles Thema, das einer gewissen sozialen Erwünschtheit unterliegen könnte, wenn sie anhand von Fragebögen erhoben wird (Gucciardi, Jalleh & Donovan, 2010).

Dennoch liegt ein validiertes, quantitatives Instrument zur Erfassung von Dopingeinstellungen für den englischen Sprachraum vor. Die PEAS (Performance Enhancement Attitude Scale; Petróczi, 2007) erfasst mit 17 Items auf einer 6-Punkt Likert Skala die Einstellungen von Athlet*innen gegenüber Dopingmitteln in einem einfaktoriellen Design. Petróczi und Aidman (2009) können zeigen, dass die Skala für unterschiedliche Leistungsspektren und Sportarten valide hinsichtlich ihres Konstruks und reliabel ist. Ebenfalls zeigen sie, dass die Messung trennscharf Sportler*innen, die Doping konsumieren oder konsumiert haben, von ‚sauberen‘ Athlet*innen unterscheidet (Uvacsek, Nepusz, Naughton, Mazanov, Ranky und Petroczi, 2011).

Die Basis für die PEAS bietet Petróczis (2007) Definition von Dopingeinstellung. Sie besagt, dass mit Dopingeinstellungen die generellen, individuellen Prädispositionen gegenüber der Nutzung von verbotenen Substanzen und den Methoden des Dopingkonsums zu zählen sind. Tabelle 2 zeigt eine Auflistung der 17 Items, die die PEAS beinhaltet, in einer deutschen Übersetzung. Aus ihr geht hervor, dass sich die von Petroczi definierten allgemeinen Einstellungen gegenüber Doping auf den Stellenwert von Doping im Sport, die Risiken und Möglichkeiten von Doping, den Vergleich von Doping mit anderen Bestandteilen des Sports, wie technischen Verbesserungen, den Perspektiven von Spitzensportler*innen sowie den gesetzlichen Gegebenheiten zu Doping und Entspannungsdrogen (wie Cannabis) beziehen. Diese Bestandteile der PEAS gelten jedoch nicht universell für jede Messung von Dopingeinstellungen, wie Backhouse, McKenna, Robinson und Atkin (2007) in einem Review zeigen. Zahlreiche Studien beschäftigen sich mit der Erhebung von Dopingeinstellungen, subsumieren hierunter aber jeweils andere Facetten, die bei Befragungen von Athlet*innen erhoben werden. Da auch andere Messmethoden keine validen Ergebnisse zur Messung von Dopingeinstellungen aufweisen (Brand, Melzer & Hagemann, 2011) kann von einem einheitlichen Messverfahren zur Erfassung von Dopingeinstellungen nicht ausgegangen werden. Bezieht man sich jedoch weiterhin auf die Definition von Petróczi und schließt die unterschiedlichen Facetten, die sich in der PEAS widerspiegeln mit ein, so lässt sich festhalten, dass Dopingeinstellungen ein komplexes Konstrukt sind. Es beschreibt nicht nur, wie Athlet*innen gegenüber der Nutzung von Doping persönlich eingestellt sind, sondern auch wie sie ihre Umwelt, die sportliche wie auch die mediale, wahrnehmen.

Tabelle 2: Deutsche Übersetzung der PEAS-Scale (17 Items).

Item
Doping ist notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein.
Doping ist kein Betrug, weil es jeder macht.
Athleten verlieren wegen Verletzungen oft Zeit und Medikamente können helfen, die verloren gegangene Zeit wiedergutzumachen.
Nur die Qualität der Leistung sollte zählen und nicht der Weg, wie Athleten dorthin gekommen sind.
Athleten in meiner Sportart stehen unter Druck leistungssteigernde Mittel einzusetzen.
Athleten, die Entspannungsdrogen (Alkohol, Tabak, Gras etc.) konsumieren, nehmen diese, weil sie ihnen in Sportsituationen helfen.
Athleten sollten sich nicht schuldig fühlen, wenn sie die Regeln zu brechen und leistungssteigernde Mittel zu sich nehmen.
Die mit Doping verbundenen Risiken werden übertrieben.
Athleten haben keine Karriere-Alternativen außer Sport.
Entspannungsdrogen geben die Motivation auf höchstem Niveau sowohl zu trainieren als auch Wettkämpfe zu betreiben.
Doping ist ein unvermeidbarer Teil des Wettkampfsports.
Entspannungsdrogen helfen, Langeweile im Training zu überwinden.
Es gibt keinen Unterschied zwischen Medikamenten, Glasfaserstäben (im Stabhochsprung) oder schnellen Schwimmanzügen, die alle zur Leistungssteigerung eingesetzt werden.
Die Medien sollten weniger über Doping sprechen.
Die Medien blähen das Thema Doping unverhältnismäßig auf.
Gesundheitliche Beeinträchtigungen, die durch hartes Training und Verletzungen entstehen, sind genauso schlimm, wie die durch Doping verursachten.
Die Legalisierung von Doping wäre förderlich für den Sport.

Dabei spielt folglich nicht nur das eigene Verhalten eine Rolle, sondern auch die subjektive Einschätzung darüber, wie das Thema Doping insgesamt, in der eigenen Sportart und durch Außenstehende wahrgenommen wird. Außerdem deuten die Items der PEAS auch darauf hin, dass neben der eigenen Einstellung zum Doping auch die Wahrnehmung über Möglichkeiten und Chancen des Dopings in die Überlegungen von Athlet*innen miteinfließen. Diese angenommene Struktur erinnert an zugrunde liegende Modelle zur Erklärung von Einstellungen und Verhalten wie der Theorie der geplanten Handlung (theory of reasoned action, TRA, Fischbein, 1980) oder der Theorie des geplanten Verhaltens (theory of planned behavior, TPB, Ajzen, 1985), die Erklärungsversuche darstellen, wie Einstellungen sich auf Handlungsintentionen und Verhalten auswirken. Dieser globale Ansatz zur Erklärung von Dopingverhalten, der auch die Dopingeinstellungen – losgelöst von ihrer exakten Messung - inkludiert, stellen eine wichtige Weiterentwicklung der Forschung dar: Es geht nicht nur darum, die Einstellungen von Athlet*innen gegenüber Doping zu erfassen, sondern darum, zu verstehen, welche Faktoren die Einstellungen zu Doping und das Verhalten der Athlet*innen selbst beeinflussen. Der Versuch, Dopingverhalten in einem Paradigma zu erklären, stellt daher einen Schwerpunkt der sportpsychologischen Forschung zum Thema Doping dar.

2.6. Modelle zu Dopingeinstellungen und Dopingverhalten

Die Forschung zu der Frage, warum Athlet*innen zu unerlaubten Dopingmitteln greifen, verläuft in unterschiedlichen, zum größten Teil nicht miteinander verknüpften Forschungsbahnen. Modelle zum Dopingkonsum fußen daher auf verschiedenen Annahmen. Im Folgenden sollen theoretische Modelle vorgestellt werden, die die zentralen Trends der Dopingforschung vertreten. Dies sind Kosten-/Nutzenmodelle, Modelle zu Dopingüberzeugungen, Modelle zu Motiven (drives) und Risiken sowie Modelle, die auf der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1985) basieren. Zur Grundannahme, dass auch Dopingverhalten durch die TPB erklärt werden können, liegen mehrere Modellannahmen vor, die miteinander verknüpft werden sollen. Nach der Vorstellung und Einordnung der unterschiedlichen Paradigmen sollen Ähnlichkeiten und Parallelen der Modelle miteinander verglichen werden um abschließend die Bedeutung der Forschungsmodelle für die Fragestellung dieser Arbeit einzuordnen.

Ein erstes Modell, das das Dopingverhalten von Athlet*innen vorherzusagen versucht, stammt aus dem Jahr 2002 von Donovan, Egger, Kapernik und Mendoza. Es entstand vor dem Hintergrund einer Anfrage der Amerikanischen Anti-Doping Agentur, auf Basis der bestehenden Literatur in der Sport- und Gesundheitswissenschaft ein Modell zur Vorhersage von Dopingverhalten zu entwickeln. Dieses sollte der nationalen Anti-Doping Agentur dabei helfen, effektive Anti-Doping Arbeit und Prävention betreiben zu können. Die Autoren entwickeln auf der Basis von Kosten- und Nutzen-Modellen ein theoretisches Konstrukt zur Dopingeinstellungen und Dopingverhalten (Abbildung 2). Neben Bedrohungs- bzw. Kostenfaktoren und Nutzen ziehen die Autoren soziale, individuelle und objektiv gegebene Parameter in das Modell mit ein.

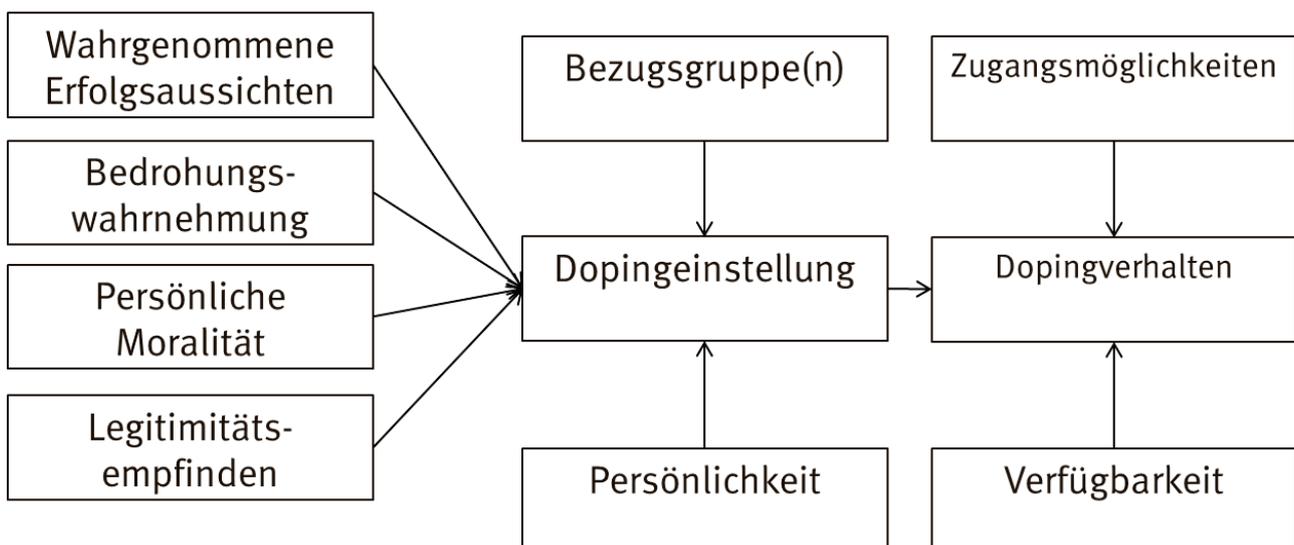


Abbildung 2: Modell nach Donovan et al. (2002), durch den Autor übersetzt.

Donovan et al. (2002) stellen unterschiedliche Faktoren heraus, die ein Dopingverhalten aufklären können und mutmaßen, welche Faktoren besonders ausschlagge-

bend für ein bestimmtes Verhalten haben könnten. Sie leiten dies aus Forschungsergebnissen, z.B. zu Gesundheitsverhalten ab, was ein nur begrenzt auf das Dopingsetting adaptierbares Feld ist. Das Modell selbst ist hermeneutisch, empirisch evidente Ergebnisse zu dem tatsächlichen Einfluss von wahrgenommenen Kosten und Nutzen sowie den anderen, teils vage ausgeführten Einflussfaktoren (Persönlichkeit, Bezugsgruppeneinfluss) liegen nicht vor. Die Autoren fordern, dass qualitative wie quantitative Forschung im Bereich des Dopings notwendig sei, zweite vor allem in Bezug auf die Prüfung von Modellen wie diesem, die Dopingverhalten vorhersagen sollen.

Strelan und Boeckmann (2003) gehen nicht auf das Modell von Donovan et al. (2002) ein und entwickeln ebenfalls ein Paradigma zu Ursachen des Dopinggebrauchs. Die Autoren fassen zusammen, dass ältere Modellversuche vornehmlich den Fokus auf unterschiedliche DopingEinstellungen von Sportler*innen oder auf deskriptive also beobachtete Verhaltensweisen gelegt haben. Sie fordern deswegen eine stärkere Forschung im Bereich möglicher Abschreckungsmechanismen für Doping wie bspw. Kontroll- und Aufklärungsprogramme, moralische Bedenken, soziale Bedenken oder gesundheitliche Konsequenzen. Diese Grundannahme deckt sich mit dem theoretischen Modell von Donovan und Kollegen (2002). Jedoch nutzen die Autoren die Abschreckungstheorie (engl. deterrence theory; Paternoster, 1987) als zugrunde liegendes theoretisches Paradigma zur Erklärung von Dopingverhalten. Sie mutmaßen, dass Dopingverhalten auf rationalen Abwägungen basiert, bei denen mögliche Kosten, sogenannte Abschreckungsargumente, mit Nutzen des Dopingkonsums abgewogen werden. Das Abwägen dieser Faktoren führt zu einer Dopingentscheidung, wobei dieser Pfad wiederum durch situationale Faktoren wie die Wahrnehmung der Dopingprävalenz, die Erfahrungen mit Strafen, die Wahrnehmung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit, die Professionalität der Sportart, die Wahrnehmung des Verbands als verantwortliche Instanz und die Art des Dopings moderiert wird. Strelan und Boeckmann (2003) sehen drei Formen von möglichen Sanktionen, die Sportler*innen davon abschrecken sollten, zu Dopingmitteln zu greifen: Gesetzliche Sanktionen, die erhebliche eigene Kosten zur Folge hätten; soziale Sanktionen durch Ausschluss aus sozialen Gruppen wie dem Trainings-team und selbst-bezogene Sanktionen, wie Schuldgefühle und verringerten Selbstwert. Darüber hinaus können auch gesundheitliche Konsequenzen abschreckend wirken. Auf Seite der Nutzen sehen die Autoren vor allem materielle Gewinne, wie Preisgelder, Sponsoren und größere Karrierechancen, aber auch soziale Faktoren wie Anerkennung und persönliche, also internale Faktoren wie die Zufriedenheit mit den erzielten Leistungen.

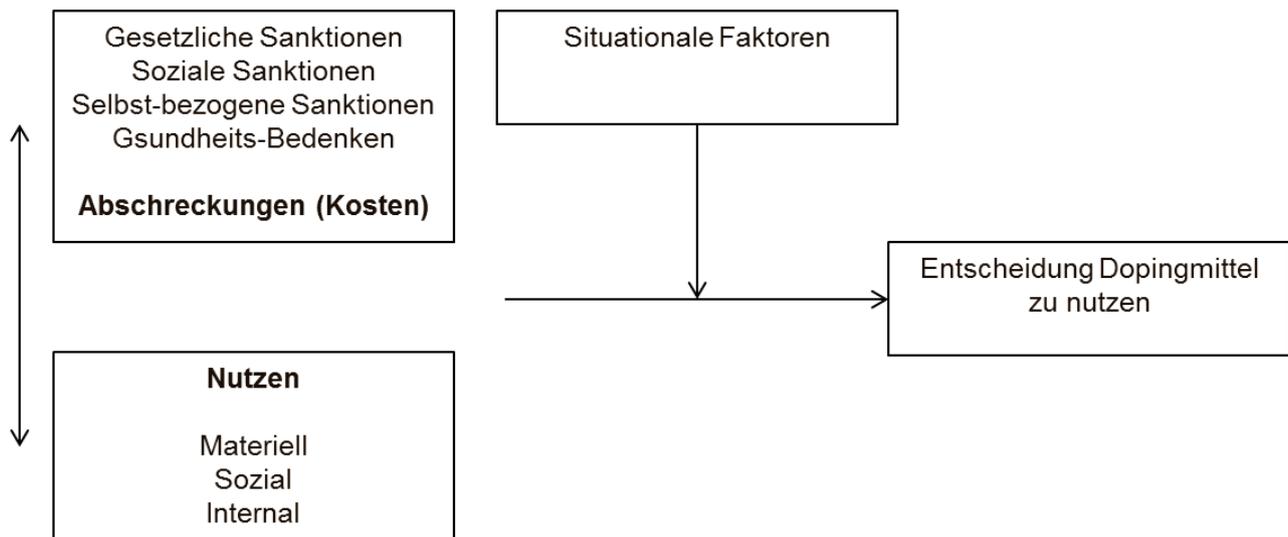


Abbildung 3: Modell von Strelan und Boeckmann (2003), durch den Autor übersetzt.

Kosten-Nutzenmodelle zum Doping wurden in der Folge dieses theoretischen Paradigmas weiter ausgeführt. So interpretieren auch Whitaker, Long, Petróczi und Backhouse (2012) Dopingverhalten als ein Risikoverhalten, dass aus der Abwägung von Kosten und Nutzen resultiert. Allerdings bietet für dieses Paradigma die Theorie des Prototyp/Willingness-Modell die Grundlage, das wiederum auf der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1985) basiert. Whitaker und Kollegen mutmaßen, dass die Abwägung von Einstellung, subjektiver Norm und wahrgenommener Verhaltenskontrolle zu Verhaltensintentionen und Verhaltensabsichten führt, welche wiederum das Risikoverhalten des Dopingkonsums beeinflussen. Verhaltensabsichten sollen laut der Autoren demnach durch typische Verhaltensweisen, die dopenden Personen zugeschrieben werden, vorhergesagt werden können. Solche Verhaltensmuster sind zum Beispiel eine übermäßig ausgeprägte Leistungsmotivation oder eine Gewinnermentalität ‚um jeden Preis‘.

Whitaker und Kollegen wenden um Dopingverhalten zu erklären, mit dem Prototyp/Willingness Modell eine Theorie an, die wie viele weitere Dopingmodelle auf der Theorie des geplanten Verhaltens fußt. Lucidi und Kollegen weisen in ihrer Studie zu Determinanten der Dopingintention (2004) nach, dass die Faktoren Einstellung und subjektive Norm signifikanten Einfluss auf die Dopingintention von Sportlern haben (Abbildung 4). Außerdem werden moralische Fehleinstellungen und vorheriges Nutzungsverhalten von legalen Hilfsmitteln (Medikamenten) als signifikante Prädiktoren identifiziert.

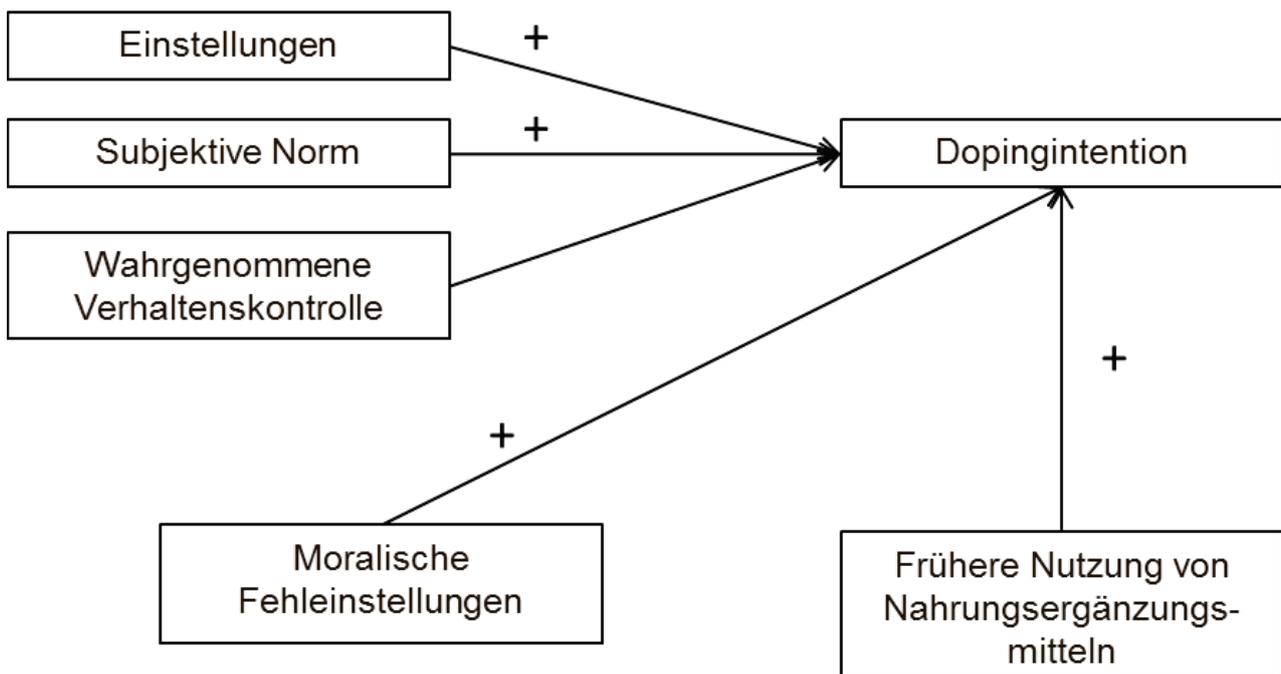


Abbildung 4: Modell nach Lucidi et al. (2004), durch den Autor übersetzt, vereinfachte Darstellung.

Ebenfalls auf der Theorie des geplanten Verhaltens fußt eine Untersuchung von Judge, Bellar, Craig und Gilreath (2002), die unter Leichtathlet*innen die Einstellungen, wahrgenommenen subjektiven Normen und Verhaltenskontrollen in Bezug auf Doping mithilfe einer Fragebogenstudie analysieren. Allerdings finden die Autoren nur signifikante Pfade für die Einstellungen der Athlet*innen auf deren tatsächliches Dopingverhalten. Auch Lazuras, Barkoukis, Rodafinos und Tzorbatzoudis (2010) entwickeln ein Modell zu Dopingeinstellungen auf Basis der Theorie des geplanten Verhaltens. Die Autoren schlagen zwei weitere Faktoren vor, die das Dopingverhalten maßgeblich beeinflussen können. Zum einen unterscheiden die Autoren zwischen einer subjektiv wahrgenommenen Norm innerhalb der Sportart, die jeder Athlet für sich selbst einordnet und einer deskriptiven Norm, also der Norm, die tatsächlich für die Sportart objektiv zu gelten scheint. Einen zweiten Faktor, der durch deskriptive Norm und der persönlichen Verhaltenskontrolle vorhergesagt werden kann, ist die situationale Versuchung, also die tatsächliche Möglichkeit, Dopingmittel zu nutzen ohne dass dieses aufgedeckt wird. Eine deskriptive Norm in einer Sportart könnte demnach sein, dass Athlet*innen wahrnehmen, dass Doping allgemein geduldet wird, die Verhaltenskontrolle, dass demnach die Kontrollen auch nicht so groß sein werden, dass man selber gefährdet ist, überführt zu werden. So ergibt sich ein Faktor, den Lazuras und Kollegen (2010) als die momentane Versuchung zu dopen charakterisieren. Allerdings finden die Autoren keine Evidenz für diese Modellerweiterung, auch sie können lediglich nachweisen, dass die subjektiven Normen der Athlet*innen sowie bestehende Einstellungen zu Doping einen signifikanten Effekt auf die Dopierungintention haben.

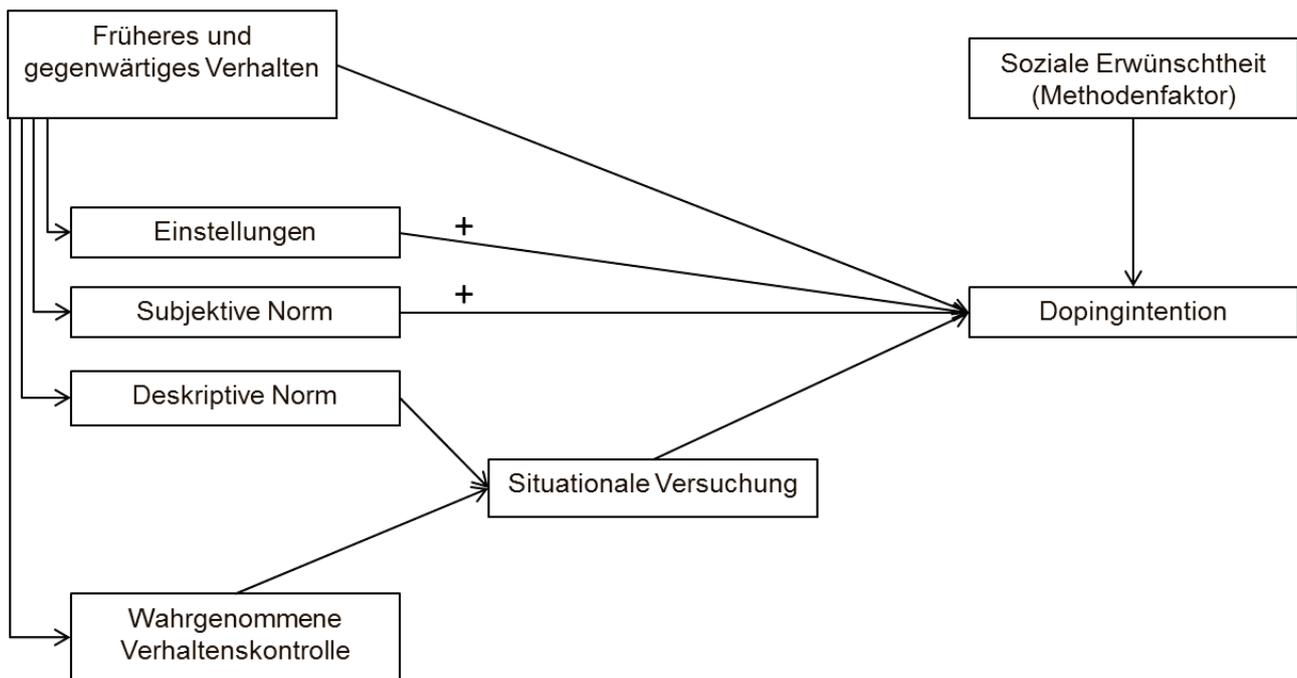


Abbildung 5: Dopingmodell nach Lazuras et al. (2010), durch den Autor übersetzt.

Lazuras et al. (2010) diskutieren einen großen Schwachpunkt bestehender Modelle zur DopingEinstellung und zum Dopingverhalten ebenfalls an ihrem Modell: Befragungen auf Basis von Fragebögen unterliegen der Gefahr, dass das Antwortverhalten von der sozialen Erwünschtheit der mit dem Thema verbundenen Annahmen beeinflusst wird. Auf diese Problematik weisen unterschiedliche Autoren (u.a. Petróczy, et al., 2008; Brand, Hagemann & Melzer, 2011) hin. Lazuras und Kollegen schlagen vor, diesen Faktor in Strukturgleichungsmodellen zur Vorhersage von Dopingverhalten stärker zu berücksichtigen. Auch Petróczy und Nepusz (2011) integrieren den Faktor der sozialen Erwünschtheit in ihr Modell zur Vorhersage der Meinung über Doping. Hierbei fokussieren sie aber nicht auf DopingEinstellungen oder Dopingverhalten, sondern auf die Fragestellung, wodurch das Antwortverhalten von Athlet*innen bei Befragungen zum Thema Doping insgesamt beeinflusst werden kann. Hierbei zeigen die Autoren ein Modell, das die wahrgenommenen Abschreckungen und Kontrollmechanismen sowie die Einstellungen verbindet. Dies entspricht in etwa einer Integration der bestehenden Modelle, die auf Einstellungen oder auf Kosten/Nutzen-Berechnungen fußen. Die Autoren können mit einem validen Strukturgleichungsmodell ($\chi^2/df = 1.4$, $p = .14$, $CFI > .98$, $TLI > .86$, $RMSEA < .07$) nachweisen, dass die Tendenz, sozial erwünschte Antworten zu geben, einen signifikanten Einfluss auf die Aussagen zu Kosten, Nutzen und Einstellungen hat. Die Messung von DopingEinstellungen und -meinungen auf valider Basis stellt demnach eine große Herausforderung für die Forschung dar.

Ein weiteres Modell, das ebenfalls seinen Ursprung in der Theorie des geplanten Verhaltens hat, ist das Modell von Petróczy (2008). Dieses Modell (Abbildung 6) unterteilt in Anlehnung an die TPB ebenfalls in eine Einstellung zum Doping und ein Dopingverhalten und integriert mit dem Faktor der wahrgenommenen Wettbewerbsfähigkeit auch den Part der Verhaltenskontrolle aus dem Modell von Ajzen

(1985), weist darüber hinaus jedoch zwei weitere Prädiktoren auf: Petróczi mutmaßt, dass die Motivation der Athlet*innen einen signifikanten Einfluss auf Dopingverhalten und DopingEinstellung dahingehend hat, dass eine hohe Gewinnorientierung mit hohen DopingEinstellungen und Dopingverhalten einhergeht. Für diese Hypothese findet sie in ihrer empirischen Studie jedoch nur bedingt Belege: Ein direkter Einfluss der Motivationsart auf das Verhalten kann nicht identifiziert werden, hingegen ein Einfluss auf die Einstellungen gegenüber Doping. Allerdings weisen auch andere Autoren darauf hin, dass eine generelle Motivationslage ein entscheidender Einflussfaktor auf DopingEinstellungen sein kann (Dietz, Ulrich, Dalaker, Striegel, Franke, Lieb & Simon, 2013). Der zweite Faktor, den Petróczi in das Modell mitaufnimmt, bezieht sich auf die Doping-Überzeugungen der Athlet*innen. Doping-Überzeugungen definiert Petróczi (2007) als die Grundeinstellung der Athlet*innen gegenüber der Frage, ob leistungssteigernde Mittel, wie sie gegenwärtig auf der Dopingliste der WADA verzeichnet sind, im Leistungssport wie auch im normalen Wettkampfsport legalisiert werden sollten.

Damit unterscheidet Petróczi diese generelle Einstellung zur Legalisierung von Doping von den durch die PEAS-Skala gemessenen DopingEinstellungen, die sich auf unterschiedliche Faktoren der aktuellen Dopingregularien beziehen. Petróczi (2007) kann zeigen, dass diese Dopingüberzeugungen sowohl Dopingverhalten als auch DopingEinstellungen vorhersagen können. Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass eine erfolgreiche Anti-Doping Arbeit sich mit diesem Faktor besonders auseinandersetzen sollte.

Das Strukturgleichungsmodell von Petróczi zeigt darüber hinaus, dass in dieser Studie DopingEinstellungen keinen signifikanten Prädiktor für Dopingverhalten darstellen. Die Problematik der Messung von DopingEinstellungen wurde bereits im vorangegangenen Kapitel kritisch diskutiert. Diese Ergebnisse untermauern das Desiderat nach validen Messmethoden zur Erfassung von Athleteneinstellungen gegenüber Doping. Gegenwärtig zeigen sich keine Alternativen zur PEAS-Skala, gleichzeitig muss jedoch auch festgehalten werden, dass die Skala zur Messung von DopingEinstellungen als Prädiktor nicht geeignet zu sein scheint. Eine weitere Interpretation, auf die an späterer Stelle noch eingegangen werden soll, kann jedoch auch lauten, dass moralische DopingEinstellungen, wie sie mit der PEAS erhoben werden, kein signifikanter Prädiktor für Dopingverhalten sind.

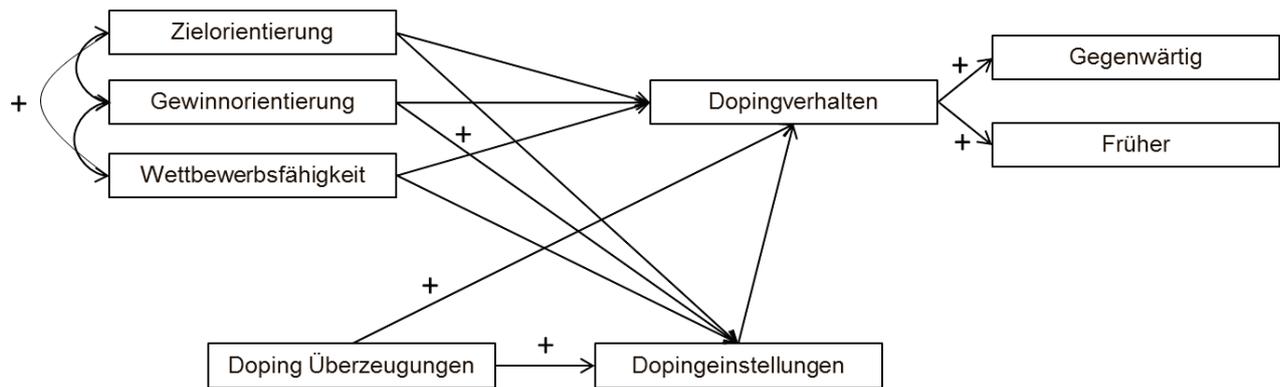


Abbildung 6: Modell nach Petróczi (2008), durch den Autor übersetzt und vereinfacht.

Das Modell von Petróczi wurde in verschiedenen Arbeiten der Forschungsgruppe um Petróczi angewendet und erweitert (Mazanov, Petróczi, Bingham & Holloway, 2008; Petróczi, Mazanov & Naughton, 2011). In einem Artikel von Petróczi und Aidman (2008) führen die Autoren an, dass neben den eigenen Dopingeinstellungen und Doping-Überzeugungen weitere Faktoren die Entscheidung beeinflussen, zu Dopingmitteln zu greifen oder nicht. Dies stellt in gewisser Hinsicht eine Art Paradigmenwechsel dar, da vorherige Modelle stets den dopenden Athlet*innen bzw. die dopende Athletin als einzigen Verantwortlichen in den Mittelpunkt gestellt haben. Hiermit wird erstmals in den Fokus gerückt, dass soziale und situatonale Faktoren das Dopingverhalten ebenfalls in großem Maß verursachen können. In ihrem hypothetischen Modell, das sie nicht durch empirische Daten prüfen, führen sie zugrunde liegende Persönlichkeitsmerkmale und systemische Faktoren an, die die Entscheidung in einer sportlichen Situation Dopingmittel zu nutzen, maßgeblich beeinflussen. Unter systemischen Faktoren verstehen die Autoren dabei Aspekte, die die Rahmenorganisation der Sportart betreffen, wie bspw. die Wahrnehmung der Dopingüberzeugung des eigenen Sportverbands oder die generelle bzw. subjektiv wahrgenommene Dopingprävalenz in der eigenen Sportart unter den Kontrahenten. Diese Faktoren wie auch aktuelle Ereignisse, wie neue Dopingpräparate oder neue Testverfahren beeinflussen ebenfalls die Entscheidung. Dieses Modell (Abbildung 7) verweist dabei auch auf reziproke Einflüsse zwischen den Faktoren: Beispielsweise können auch Charakteristika der Persönlichkeit darauf Einfluss haben, wie das System der Sportart wahrgenommen wird.

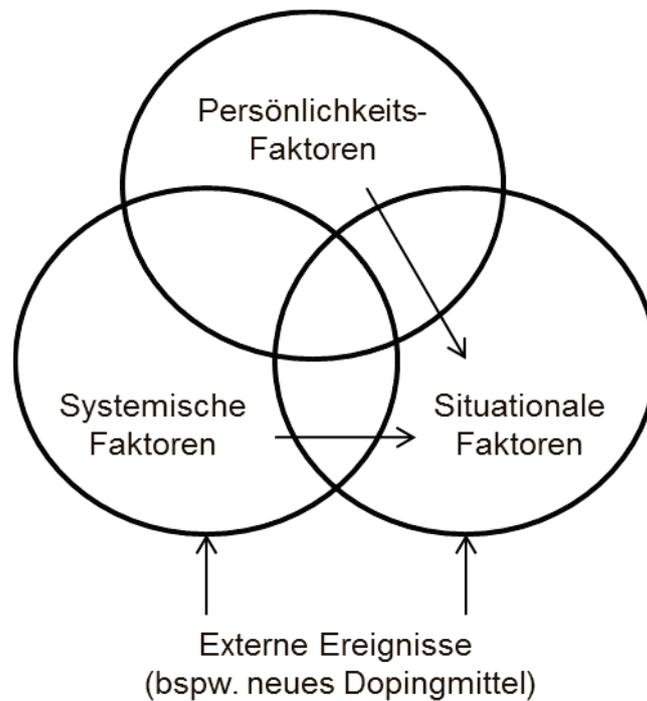


Abbildung 7: Reziproker Einfluss auf die Situation, in der ein Athlet auf Basis von Einstellungen und Überzeugungen Dopingmittel nutzt oder nicht, übersetzt nach Petróczi und Aidman (2008).

Über diese reziproke Auffassung hinaus, diskutieren Petróczi und Aidman (2008) die zeitliche Kongruenz von Dopingentscheidungen (Abbildung 8).

Die Autoren beschreiben ein sogenanntes ‚Life-Cycle-Model‘ zur Entscheidung, Doping zu konsumieren oder nicht. Hierbei gehen sie davon aus, dass jede Entscheidung für oder gegen Doping zu einer Feedbackschleife führt, in der der Athlet bewertet, ob er seine Ziele durch sein Verhalten erreicht hat oder nicht. Ein Dopingverhalten ist somit nicht notwendigerweise stabil: Bei unzureichender Zielerreichung trotz oder ohne Dopingmittel kann sowohl das Verhalten als auch die Zielsetzung durch den Athlet*innen stets neu belegt werden. Somit gehen Petróczi und Aidman (2008) davon aus, dass zwar feste Faktoren wie Persönlichkeit, Wahrnehmung des Systems der Sportart oder Dopingüberzeugung Prädiktoren für Dopingkonsum sind, die tatsächliche Entscheidung jedoch in einem Feedbackprozess stets neu bewertet wird. Diese Form von Feedbackschleife findet sich auch im Vertrauensmodell dieser Arbeit wieder: Dabei wird nach jeder Handlung neu festgelegt, ob ein Risiko eingegangen wird, also eine Vertrauensaktion erfolgt, oder nicht. Diese Parallele ist deswegen so prägnant, da Petróczi und Aidman in ihrem Paradigma den Stellenwert der Vulnerabilität des Athlet*innen als besonders hoch einschätzen. Zwar definieren die Autoren in ihrem Artikel die Vulnerabilität des Athlet*innen mit der Gefahr von Gesundheitsrisiken und dem Aufdecken des Dopingkonsums durch die zuständigen Organe, jedoch sind sich die Autoren auch einer doppelten Auslegung der Vulnerabilität bewusst. Eine Entscheidung gegen Doping ist demnach ebenfalls ein Risikoverhalten, was die Autoren anhand des Gefängnisdilemmas beschreiben: Wenn nämlich ein(e) Athlet*in sich entscheidet, nicht zu dopen, die anderen Athlet*innen aber sich für Doping entscheiden, wäre dies die Verwirkli-

chung des negativsten Ausgangs für die Athletin / den Athleten in diesem Dilemma, da sie / er zwar ‚sauber‘ aber benachteiligt wäre.

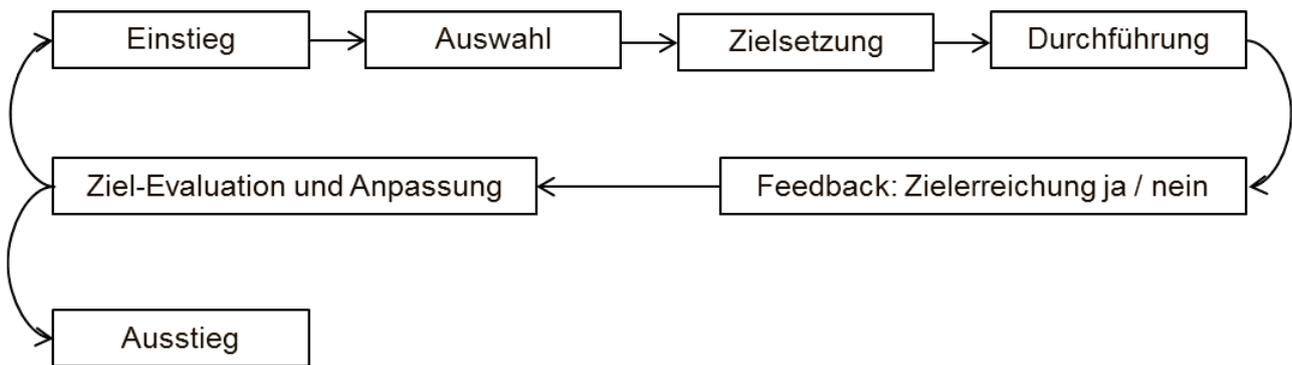


Abbildung 8: Life-Circle Modell von Doping nach Petróczy und Aidman (2008) übersetzt durch den Autor.

Auf diesen Aspekt der Auslegung von Dopingverhalten gehen Dodge und Jaccard (2007) in ihrer Studie zu negativen Überzeugungen zu Doping spezifischer ein: Die Autoren analysieren den Effekt negativer Überzeugungen, die auf das Verhältnis von Verhaltensabsicht und Verhalten moderierend einwirken können. Hierbei ist allerdings festzuhalten, dass sich die Autoren auf legalen Konsum von Medikamenten beziehen, die zwar leistungsfördernd sind, nicht aber auf der Dopingliste stehen. Hierfür nutzen sie ein Sample von College-Sportler*innen. Unter negativen Überzeugungen verstehen die Autoren, dass sich Athlet*innen der negativen Folgewirkungen von leistungssteigernden Mitteln bewusst sind. Sie zeigen, dass diese negativen Überzeugungen einen signifikanten Effekt auf das Verhältnis von Absicht und Verhalten haben. Personen, die eine Absicht verfolgen, leistungssteigernde Mittel zu konsumieren, überführen diese Intention gerade dann häufiger in eine Handlung, wenn sie sich die möglichen negativen Folgen bewusst gemacht haben. Was auf den ersten Blick paradox klingt, zeigt, dass das Konsumieren von leistungssteigernden Mitteln von einer kognitiven Abwägung aller verbundenen Risiken abhängig sein kann, dass also ähnlich wie in den Modellen zur Kosten- und Nutzenrechnung zum Dopingkonsum, die/der Athlet*in die Vor- und Nachteile beider möglichen Entscheidungsergebnisse miteinander vergleicht und dann entscheidet.

Zahlreiche weitere Studien gehen auf Einzelaspekte der vorgestellten Modelle ein, wobei auffällt, dass diese Studien oftmals nicht ausreichend miteinander verknüpft sind und die bestehenden, konkurrierenden Modelle nicht ansprechen, sondern sich jeweils immer nur auf einzelne Modelle zur Vorhersage von Doping Einstellungen und Dopingverhalten beziehen (vgl. z.B. Strulik, 2012; Bloodworth et al., 2012) oder sich mit methodischen Überlegungen zur Erfassung von Doping Einstellungen und Dopingverhalten beschäftigen (Petróczy, 2012).

Jedoch geht aus den vorgestellten Studien und Modellen deutlich hervor, dass erfolgreiche Anti-Doping Arbeit an unterschiedlichen Punkten ansetzen kann. Als signifikante Einflussgrößen auf Dopingverhalten bzw. auf die Absicht zu dopen werden somit festgehalten:

Einstellungen von Athlet*innen zu Doping

Die von den Athlet*innen wahrgenommenen subjektiven Normen zu Dopingverhalten im Allgemeinen und speziell in ihrer Sportart,

Die Wahrnehmung des Kosten-Nutzen-Gleichgewichts für Doping

Die persönliche Interpretation der eigenen Zielerreichung

Systemische Faktoren wie die Wahrnehmung der Arbeit des eigenen Sportverbands in Bezug auf einen dopingfreien Sport

Soziale Einflussfaktoren wie die Einstellungen und Verhaltensweisen von Trainer*innen, Funktionären, Ärzten, Betreuer*innen, Mannschaftskolleg*innen oder Vorbildern

Situationale Faktoren wie die Erreichbarkeit von Dopingpräparaten oder die Einschätzung der Athlet*innen bei den in der Sportart gegebenen Umständen entdeckt zu werden

Weitere Studien beziehen sich darauf, wer die wichtigsten Adressaten von Anti-Doping Arbeit sein sollen. Hierzu liegen unterschiedliche Ergebnisse vor. So betont Striegel (2013) die immense Wichtigkeit eines Fokus auf das soziale Umfeld der Athlet*innen wie bspw. Ärzte und Betreuer*innen. Auf Seiten der Athlet*innen identifizieren Peretti-Watel, Guagliardo, Verger, Mignon, Pruvost und Obadia (2004) auf Basis einer Clusteranalyse bei französischen Studierenden, die Leistungssport betreiben, junge, männliche Nachwuchsathlet*innen als wichtigste Zielgruppe für Anti-Doping Arbeit. Diese Ergebnisse werden durch Ehrnborg und Rosén (2009) unterstützt. Darüber hinaus fassen diese zusammen, dass die oben genannten Faktoren deswegen eine herausragende Rolle im Anti-Doping Kampf spielen müssen, weil die Notwendigkeit zu siegen, sowohl aus finanziellen wie auch aus psychologischen und sozialen Gesichtspunkten bei Athlet*innen so manifestiert sei, dass sie das Dopingverhalten maßgeblich beeinflusse. Somit liegen zahlreiche evidente Forschungsergebnisse für Ursachen und Hintergründe zu Dopingverhalten vor. Diese Erkenntnisse sollten Einzug in die Anti-Doping-Arbeit von Verbänden und Organisationen wie der WADA erhalten. Im Folgenden soll daher der momentane Forschungs- und Ist-Stand der Doping-Prävention skizziert werden, um im Anschluss hieran zu hinterfragen, ob die vorgestellten wissenschaftlichen Erkenntnisse in Einklang mit den bestehenden Bemühungen in der Anti-Doping Arbeit stehen.

2.7. Doping-Prävention

Mit der Frage, wie Anti-Doping Arbeit und Prävention erfolgreich durchgeführt werden kann, beschäftigen sich vornehmlich sportsoziologische Ansätze. Bette, Kühnle und Thiel (2012) fassen unterschiedliche Literaturreviews zu Erfolgskomponenten von Präventionsarbeit zusammen und stellen heraus, dass Präventionsvermittlung nur unter spezifischen Bedingungen erfolgreich sein kann. Hierunter zählen sie

- eine Wissensvermittlung, die auf Coping-Kompetenz abzielt
- eine Miteinbeziehung des Unterstützungsumfelds
- eine Stärkung der Wahrnehmung der sozialen Kontrolle
- das Vorhandensein von Kontrollorganen
- sowie eine spezifische Zielgruppenorientierung (Bette et al., 2012, S.85)

Außerdem weisen die Autoren darauf hin, dass Präventionsmaßnahmen situativ erfolgen sollten, also auf spezifische Problemstellungen angelegt sein sollten. Diese Zusammenfassung fußt auf Ergebnissen zur Drogen-, Gewalt- und Medikamentenmissbrauchsprävention, ist also nicht spezifisch auf das Thema Doping ausgelegt. Zur Anti-Doping Arbeit führt Augustin (2007b) aus, dass diese fünf wichtige Aspekte beinhalten sollte, die sich allesamt auf die Athletin /den Athleten beziehen:

- eine Anpassung an Lebenswelt und Umweltnähe
- eine Partizipation der beteiligten Teilgruppen
- die Vermittlung positiver Botschaften
- die Arbeit mit positiven Leitbildern
- die Stärkung der Kompetenzen der Athlet*innen

In beiden Aussagen zeigt sich eine deutliche Tendenz weg vom Allgemeinen, hin zum Spezifischen: Bette et al. (2012) betonen bspw. die Notwendigkeit von spezifischen, auf eine bestimmte Zielgruppe und deren situativen Gegebenheiten ausgerichtete Anti-Doping Arbeit. Dies bedeutet, dass Anti-Doping Arbeit nah an den jeweiligen Athlet*innen stattfinden sollte. Dies kann und sollte am besten in den jeweiligen Sportarten geschehen, da für jede Sportart eigene Bedingungen gelten. Betrachtet man die von Augustin (2007b) formulierten Notwendigkeiten, so beziehen sich der Aspekt der Umweltnähe, die Partizipation aller beteiligten Gruppen, die Miteinbeziehung spezifischer Leitbilder und die Stärkung der Kompetenzen keinesfalls auf Athlet*innen im Allgemeinen, sondern müssen in den Sportarten selbst erfolgen. Übergreifende Anti-Doping Arbeit, die alle Sportarten anspricht, scheint diesen Voraussetzungen nicht gerecht zu werden.

Allerdings zeigt die Zusammenfassung von Bette et al. (2012), dass die drei größten deutschen Anti-Doping Maßnahmen allesamt von zentraler Natur sind und sich eben nicht auf die spezifische Lebenswelt der Athlet*innen in ihren Sportarten beziehen, sondern den Sportler im Allgemeinen ansprechen sollen. Dies sind laut den Autoren die Projekte „Sport ohne Doping“ (organisiert durch die Deutsche Sportjugend), „Gemeinsam gegen Doping“ (organisiert durch die NADA) und der nationale Präventionsplan (organisiert durch den DOSB, die Olympia-Stützpunkte, die Elite-

schulen des Sports sowie weitere Vertreter aus Sport, Wissenschaft und Politik). Diese Projekte sollen an dieser Stelle deswegen nicht weiter erläutert werden. Vielmehr soll ein Schwerpunkt darauf gelegt werden, wie die Sportverbände die von Bette et al. (2012) wie auch von Augustin (2007b) aufgelisteten Anforderungen an gelingende Anti-Doping Arbeit umsetzen können und mit welchen Problemen die Sportverbände hierbei konfrontiert sind.

Laut dem DOSB (2014) sind die ihm untergeordneten nationalen olympischen und nicht-olympischen Spitzensportverbände die Verantwortungsträger für den Sport. Dies betrifft die internen Strukturen, also Athlet*innen, Nachwuchssportler*innen, Ehrenamtstätige etc. genauso wie die Arbeit des Sportverbands nach außen gegenüber den Abnehmern des Sports sowie Partnern und Förderern wie bspw. der Nationalen Anti-Doping-Agentur (NADA) oder der Deutschen Fußball-Liga. Dementsprechend kommt den Verbänden als Vertreter der Sportler*innen die Aufgabe zu, Leistungssportlerinnen und -sportlern ein gutes Umfeld zur Ausübung ihres Sports bieten zu können. Der Anti-Doping Code wird von Verbänden, Sportler*innen und Trainer*innen unterschrieben und unterstützt. Er hat sich als fester Bestandteil des (Spitzen-)Sports etabliert. Nach ihm kommen Sportverbänden und Sportvereinen spezifische, klar definierte Aufgaben in der Anti-Doping Arbeit zu. Danach sollen sie

1. Präventionsarbeit im Feld Doping leisten, um ihren Sportlern den Zugang zu einem sauberen und fairen Sport zu ermöglichen,
2. Strukturen herstellen, die den unerkannten Einsatz sowie den Einsatz von Doping überhaupt verhindern,
3. Aufdeckungsarbeit leisten, wenn Verdachtsfälle des Dopings bestehen und Täter*innen bestrafen.

Die deutschen Sportverbände sind somit in der unmittelbaren Pflicht eigenständig Anti-Doping Arbeit zu betreiben. Feiden und Blasius (2008) betonen diese notwendige Bindung der jeweiligen Verbände an die Anforderungen und Regularien der NADA. So ist auch die öffentliche Förderung von Sportarten davon abhängig, ob die zuständigen Verbände einen aktiven Anti-Doping Kampf betreiben oder nicht.

Den Verbänden ist also die Pflicht auferlegt, Anti-Doping Arbeit zu verrichten und gleichzeitig scheinen sie auch die Partei in der Sportlandschaft zu sein, die für ein Gelingen dieser Arbeit die besten Voraussetzungen hat, weil Sportverbände ihre Arbeit spezifisch auf die gegebenen Bedingungen ihrer Athlet*innen ausrichten können. Dass die Lebens- und Umweltbedingungen eines Profi-Fußballers andere sein dürften als die einer Triathletin / eines Triathleten oder einer Schwimmerin / eines Schwimmers liegt nicht nur durch die Art des Sports sondern auch durch die Ausprägung der Kommerzialisierung in den jeweiligen Sportarten auf der Hand. Es ist also an den Sportverbänden, eine auf ihre Athlet*innen ausgerichtete, gelingende Anti-Doping Arbeit zu verrichten. Doch ist dies umsetzbar?

Sportverbände müssen bei der Anti-Doping Arbeit zwei zentrale Aspekte beachten: die unterschiedlichen Ebenen und die zwei Bezugsrichtungen der Anti-Doping Ar-

beit. Der erste Aspekt bezieht sich darauf, dass Anti-Doping Arbeit sich sowohl auf das Verhalten der Athlet*innen – also die personalen Faktoren – als auch auf die strukturellen Gegebenheiten, die das Dopingverhalten beeinflussen – also die Verhältnisse – beziehen sollte (Augustin, 2007a). Dies deckt sich mit den Erkenntnissen zur Beeinflussung von Dopingeinstellungen und Dopingverhalten Augustin (2007b) verweist darauf, dass die Verhältnisprävention deswegen von entscheidender Bedeutung ist, weil die strukturellen Rahmenbedingungen des Leistungssports mit seiner hierarchischen Kaderstruktur rein leistungsorientiert ausgelegt sind. Dies stellt im erster Linie einen Widerspruch zum Verbot von Leistungssteigerung durch Doping dar, weswegen bspw. Bette und Schimank (2006) in den Vergabekriterien der Spitzensportförderung einen wichtigen Faktor sehen, der durch Anti-Doping Arbeit nicht wegdiskutiert werden darf. Dieser unauflösbare Widerspruch muss deswegen in jede Form von Anti-Doping Arbeit integriert werden.

Der zweite Aspekt bezieht sich auf die Zweigleisigkeit der Anti-Doping Arbeit: Diese sollte sowohl den repressiven Bereich abdecken, also das Kontrollieren, Verfolgen und Aufdecken von Verstößen gegen den WADA-Code als auch den präventiven Bereich. Im Bereich der Repressionen sind Sportverbände laut Digel (2007) für die Analyse der Dopingkontrollen und die folgenden Sanktionsverfahren zuständig. Der Bereich der Prävention deckt weitaus mehr ab: So definiert Augustin (2007b) für die Zielgruppen Kinder und Jugendliche, Eltern, Trainer*innen, Lehrer*innen, Funktionäre, Mediziner*innen und Öffentlichkeit jeweils spezifische Aufgaben für gelingende Dopingprävention. Für Kinder, Jugendliche bzw. Nachwuchsathlet*innen sind dies bspw. die Vermittlung eines hohen Wissensstands über Doping und von juristischen Kenntnissen zu Doping, die Stärkung der Reflexionsfähigkeit und des Menschenbilds, das Verdeutlichen der Vorbildfunktion, sowie die Schulung des Zurückstellens von Eigeninteressen, der eigenen Dopingresistenz, sozialer Kompetenzen und der Zivilcourage. Diese vielfältigen Ansprüche an die Dopingprävention kritisieren viele Autoren. Augustin (2007a) nennt die Zuständigkeitsvielfalt, die Überlastung der gegenwärtigen Strukturen sowie die mangelnde institutionelle Selbstständigkeit in der Anti-Doping Arbeit als die Hauptkritikpunkte, weswegen Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden nur schwierig umzusetzen ist. Bette et al. (2012) sehen Verbände durch diese Gegebenheiten gar in einer Beziehungsfalle und Bette und Schimank (2006) schlussfolgern, dass Verbände im Hinblick auf Doping Opfer und Täter zugleich sind.

Dieser letzte Hinweis deutet an, dass die Aufgabe der Verbände, Doping zu verhindern und zu bekämpfen, nicht so sehr schwer umzusetzen scheint, sondern dass die Verbände für ihre Arbeit darüberhinaus vehement kritisiert werden. Betrachtet man die öffentliche Wahrnehmung und die öffentliche Verantwortung der Sportverbände als den Sport organisierende Institutionen wird die Größe der Aufgabe offenbar.

Der Sport an sich stellt als Systemphänomen in gewisser Weise ein moralisches Gegenbild zur Gesellschaft dar, wie Bette und Schimank (2006) konstatieren. Die Öffentlichkeit, also Zuschauenden, Medien, Wirtschaft und Politik verlangen daher

vom Sport, dass er begeistert, ablenkt oder Vorbilder produziert. Der Sport soll dabei aber auch Spitzenleistungen produzieren, die vergleichbar und unmittelbar sind. Doping verhindert sowohl eine realistische Vergleichbarkeit als auch die Unmittelbarkeit von Sport, wenn bspw. erst Wochen oder Jahre nach der Tour de France feststeht, ob der gefeierte Sieger diesen Sieg tatsächlich fair errungen hat. Gleichzeitig stehen die jeweiligen Sportarten zueinander in Konkurrenz beim Publikum: Je populärer eine Sportart ist, desto höher sind Einnahmen, die den Sport wiederum vorantreiben können. Sportverbände müssen diese öffentlichen Anforderungen für ihre Sportart vereinen, obwohl sie, wie bereits oben angedeutet, einen Widerspruch darstellen. Bette und Schimank (2006) bezeichnen daher die Rolle der Sportverbände als eine Art „mehrstufige principal-agent Konstellationen“. Die Sportverbände erbringen Dienstleistungen, die von den Abnehmern des Sports, also Publikum, Medien, Wirtschaft und Politik, eingefordert werden. Diese Leistungen sind einerseits die Spitzenleistungen ihrer Athlet*innen, andererseits ein sauberer Spitzensport, auf den sich die Abnehmer verlassen können. Gleichzeitig sind die Verbände Agenten der Athlet*innen, da sie ihnen die Bedingungen zum Erbringen sauberer Höchstleistungen gewähren sollen, aber auch der Prinzipal der Athlet*innen, da sie diese sauberen Leistungen umgekehrt auch einfordern. Sportverbände sind somit mehrfach in ihren Aufgaben gebunden (double-bind situation, Bette & Schimank, 2006). Aus diesem Widerspruch können sich die Verbände nicht befreien. Sind sie deswegen aber zugleich Opfer wie auch Täter im Hinblick auf Doping?

Bette et al. (2012) sowie Bette und Schimank (2006) fassen die Kritik an den Verbänden hinsichtlich ihrer Rolle im Anti-Doping Kampf in einem Doppelvorwurf zusammen: So sehen viele Kritiker, Sponsoren, staatliche Förderer, aber vor allem auch der Journalismus Sportverbände gar nicht in der Lage, erfolgreiche Anti-Doping Arbeit zu betreiben. Ihnen wird so gesehen die Fähigkeit abgesprochen, sowohl Doping zu verhindern, als auch diesen Widerspruch überhaupt aufzulösen. Der zweite Vorwurf, den Bette et al. (2012) konstatieren, besagt, dass die Verbände auch kein Interesse hätten, einen erfolgreichen Anti-Doping Kampf zu führen. Dieser Vorwurf beinhaltet zwei Facetten: Einerseits bedeutet dies, dass Verbände ihren sauberen Sportlern gegenüber nicht wohlwollend seien, da sie den Erfolg über die Gesundheit und die Bedürfnisse des einzelnen Athlet*innen stellen würden. Andererseits betrifft dieser Vorwurf auch die Integrität des Verbands, da er sich nach außen hin zwar an die Vereinbarungen mit der NADA halten würde, nach innen aber Doping des Erfolgs willen unterstützen würde. Bette und Schimank (2006) sprechen vom Vorwurf einer Vorder- und Hinterbühne, die Verbände hinsichtlich ihrer Anti-Doping Arbeit nutzen würden, was jegliche Integrität eines Verbands infrage stellen würde.

Diese Aspekte, die die Arbeit der Sportverbände zentral betreffen, scheinen in den Modellen zum Dopingverhalten nicht hinreichend berücksichtigt zu werden. Was können Sportverbände also tun, da sie sich solchen Vorwürfen ausgesetzt sehen und gleichzeitig die Aufgaben zur Dopingbekämpfung zwar klar umrandet, aber kaum umsetzbar zu sein scheinen?

2.8. Desiderat nach Vertrauen als Faktor in der Anti-Doping Arbeit

Bette und Schimank (2006) verweisen darauf, dass zumindest seitens der Öffentlichkeit Dopingverhalten nicht auf die Verbände, sondern stets auf die Athlet*innen selbst attribuiert wird. Sie sollten sich also dem Vorwurf, auch Dopingtäter zu sein, gar nicht erst aussetzen. Eine transparente Rolle als Verfolger und Verhinderer von Doping scheint daher unumgänglich zu sein. Bette und Schimank (2006) sehen daher Dopingbekämpfung auch als eine Form Konstellationsmanagement an: Verbände sollten dabei das Dopingproblem so darstellen (konstellieren), dass sie selber der Öffentlichkeit gegenüber glaubwürdig als Bekämpfer von Doping gegenüber treten. Eine idealtypische Herangehensweise, die behauptet, das Problem völlig lösen zu können, wird kaum als glaubwürdig angesehen werden, wie Bette und Schimank (2006) betonen. Deswegen darf Anti-Doping Arbeit auch nicht als symbolische Beschwichtigung des Problems wahrgenommen werden. Hieraus leitet sich ab, dass eine Anti-Doping Arbeit dann erfolgreich ist, wenn sie es schafft, dass der Verband sich mit ihr als vertrauenswürdig der Öffentlichkeit und seinen Prinzipalen gegenüber präsentiert. Augustin (2007b) weist ebenfalls auf diese Notwendigkeit eines positiven Images des Anti-Doping Kampfs hin. Seiner Meinung nach ist dies gegeben, wenn

- der Begriff des Anti-Doping positiv in der Öffentlichkeit besetzt ist
- es sich um eine Stärkung des Gesundheitsbewusstseins handelt
- eine klare Botschaft vermittelt wird
- die Öffentlichkeit, wie auch die Medien dazu eingeladen werden, dem Thema auch kritisch zu begegnen
- Freude am Sport wie auch individuelle Leistung gleichermaßen vermittelt werden
- Sowie eine transparente und breite Unterstützung des Anti-Doping Kampfs dargestellt wird (Augustin, 2007b)

Hierin zeigt sich, dass es nicht darum geht, dass Verbände zeigen, dass sie einzig und allein den Kampf gegen Doping gewinnen, sondern dass sie glaubwürdig in diesem Stellung beziehen. Dass dies für Sportverbände notwendig ist, zeigt die Tatsache, dass jede Form von Dopingfall oder Dopingverdacht für einen Sportverband eine Form von Organisationsstress bedeutet (Bette & Schimank, 2006), den die Verbände verhindern müssen. Mit einer Konzentration auf die eigene Vertrauenswürdigkeit im Hinblick auf die Anti-Doping Arbeit könnten Verbände somit einen wichtigen Bestandteil erfüllen, um Anti-Doping Arbeit gelingen zu lassen. Insofern geht es bei gelingender Anti-Doping Arbeit nicht darum, dass sie Doping vollends verhindert, sondern dass es den Verbänden gelingt, glaubhaft zu machen, dass ihr Anti-Doping Kampf vertrauenswürdig ist. Dies wirkt sowohl dem öffentlichen Doppelpvorwurf entgegen, als auch kann es dazu beitragen, dass der Widerspruch zwischen totaler Leistungsgesellschaft des Spitzensports und 100% sauberen Sport reduziert wird. Vor allem aber ist es ein wichtiger Bestandteil der Prävention an

sich, wenn alle Beteiligten des Sports, seien es die Abnehmer oder die Protagonisten, davon ausgehen, dass die Seite der Sportverbände hinsichtlich ihrer Einstellung zu Doping eine vertrauenswürdige Rolle innehat. Diesen Aspekt der Vertrauenswürdigkeit gilt es im Folgenden stärker zu beleuchten.

Vertrauen ist ein durch die Sportwissenschaft bislang gering erforschtes Feld. Aus sportethischer Perspektive greift Meinberg (1991, 2010) dieses Forschungsdefizit auf und leitet zwei schlüssige Thesen ab: Zum einen stellt der Sport als System einen Organisationsrahmen dar, in dem Vertrauen notwendig und somit Vertrauensprozesse allgegenwärtig sind. Hiermit bezieht sich Meinberg (1991) auf Luhmanns Ansatz des Systemvertrauens (1979), in dem Vertrauen zur Komplexitätsreduktion innerhalb eines Systems notwendig ist: Spielregeln, der Verantwortung der Schiedsrichter, dem gegenseitigen Fairplay etc. wird vertraut, damit das System Sport überhaupt existieren kann. Dieser systemische Ansatz wird jedoch weder durch Meinberg noch durch andere Forschergruppen genauer verfolgt. Zum anderen zeigt Meinberg auf, dass auch das Zusammenspiel zwischen Athlet*innen und anderen Vertretern des Sports (wie Sportverbänden, Sportvereinen, Ärzten, Publikum, Sponsoren etc.) einen wichtigen Forschungscorpus darstellt. Als Beispiel nennt Meinberg (2010, S. 199) die Dopingthematik, indem er beschreibt, dass Doping ein „Attentat auf Vertrauen und Glaubwürdigkeit“ im Sport sei.

Meinbergs Annahme wird durch Ergebnisse einer Befragung zur Anti-Doping Erziehung in den Rückschlagsportarten gestützt, die aufzeigen, dass vor allem Athletinnen aus den Sportarten Badminton und Tennis niedriges Vertrauen in das Dopingverhalten ihrer Trainer und nur geringfügig höheres Vertrauen in das ihrer Ärzte haben (Kondric, Sekulic, Petróczi, Ostojic, Rodek & Ostojic, 2011). Weitere Studien zur Thematik Vertrauen und Doping bzw. Einfluss von Vertrauen in der Dopingthematik liegen gegenwärtig jedoch nicht vor.

Hingegen zeigen weitere Forschungsergebnisse, dass das Konstrukt Vertrauen einen Einfluss im Setting Sport zu haben scheint. So untersucht Dirks (2000) den Einfluss von Vertrauen zwischen Athlet*innen auf die Team-Leistung, sowie den Einfluss von Spielleistung und Zeit, die ein Team schon zusammenspielt, auf das Vertrauen in Trainer. Hierfür befragte Dirks (2000) auf Basis des Fragebogens von McAllister (1995) Trainer*innen und Athlet*innen der amerikanischen Basketball-College-Liga. Die Ergebnisse deuten einen reziproken Effekt an: Während der Einfluss von Vertrauen unter einander auf den Teamerfolg nur schwach ist ($\beta = .18$), ist der Effekt der Team-Leistung auf das Vertrauen in die Trainerin / den Trainer signifikant ($\beta = .61$). Dirks (2000) leitet hieraus vor allem Erkenntnisse für die Leadership-Forschung (vgl. auch Dirks, 1999) ab, da die Ergebnisse zeigen, dass das Vertrauen in die Trainerin / den Trainer als höheren Verantwortlichen einen wichtigen Einflussfaktor darstellt, also das Konstrukt Vertrauen Bestandteil des Leadership-Modells ist, nicht aber Einflüsse des Vertrauens zwischen den jeweiligen Athlet*innen einer Mannschaft gefunden wurden.

Interpersonales Vertrauen in der Trainer-Athlet-Dyade wird auch in weiteren Forschungsstudien untersucht. So analysieren Zhang und Chelladurai die Beziehung

zwischen Athlet*innen und Trainer*innen. Mithilfe eines Fragebogens, der auf den Skalen Fähigkeit, Wohlwollen, Integrität und Gerechtigkeit basiert, erforschten die Autoren den Einfluss von wahrgenommener Vertrauenswürdigkeit der Trainerin / des Trainers auf Kooperationsbereitschaft, Bindung zur Trainerin / zum Trainer und wahrgenommene Leistung (Zhang & Chelladurai, 2013). Die Autoren zeigen, dass die Faktoren für Vertrauenswürdigkeit einen signifikanten Einfluss auf das Vertrauen selbst, die Bindung zum Trainer und die wahrgenommene Leistung haben. Angenommene Effekte von Kooperationsbereitschaft und Bindung auf das Zusammenspiel von Vertrauen und Leistung können die Autoren nicht bestätigen. Diese Studie belegt erstmals, dass Vertrauen einen wichtigen Faktor in der Trainer-Athlet Dyade darstellt.

Kleinert und Wippich (2013) hingegen widmen sich einer weiteren Dyade, die im Sport von großer Bedeutung – evtl. auch für den Erfolg – sein kann. Sie unterstreichen auf Basis von qualitativen Leitfaden-Interviews die Notwendigkeit von interpersonalem Vertrauen in der Dyade zwischen Athlet*in und sportpsychologischer Betreuerin / sportpsychologischem Betreuer. Vertrauen wird hier als Moderator interpretiert, der die Zusammenarbeit zwischen den Protagonisten beeinflusst.

Zusammengefasst lässt sich somit sagen, dass das Thema Vertrauen bisher nur wenig im Bereich Sport erforscht worden ist, jedoch verschiedene Bereiche der Vertrauensforschung im Sport behandelt worden sind: So spricht Meinberg sowohl das Systemvertrauen nach Luhmann (1979) an als auch das organisationale Vertrauen (vgl. z.B. Mayer, Davis & Schoorman, 1995) und Studien zu dyadischen Vertrauen beziehen sich maßgeblich auf die Erkenntnisse zu interpersonalem Vertrauen (vgl. McAllister, 1995). Allerdings wird Vertrauen immer wieder als notwendiger Bestandteil von Konstellationen im Sport beschrieben, ohne dass hierzu Forschungsergebnisse vorliegen. Dies kann im Speziellen für die Anti-Doping Arbeit angenommen werden.

Der Bericht zur Dysfunktion des Spitzensports in Deutschland (Breuer & Hallmann, 2013) zeigt drei zentrale Problembereiche des Sports auf: Wettmanipulation, Medikamentenkonsum und Doping. Alle drei, so die Autoren, stellen die Glaubwürdigkeit des Sports an sich, aber auch seiner Protagonisten infrage. Die Autoren schlussfolgern, dass alle drei Angelegenheiten das Vertrauen der Abnehmer des Sports maßgeblich beeinflussen. Die Abnehmer des Sports sind das Publikum (also Zuschauer und Fans), die Medien (als Berichterstatter), die Wirtschaft sowie die Politik (Bette et al., 2012). Als Beispiele können hier der Rückzug der Firma Nike aus dem Sponsoring Lance Armstrongs nach dessen Dopingbeichte (Nike, 2013, Wirtschaft), der Ausstieg der öffentlich-rechtlichen Sender aus der Berichterstattung der Tour de France nach Bekanntwerden von Dopingnetzwerken im Radsport 2009 (Medien) oder der Antrag auf Streichung der Bundesfördermittel für die Sportart Radfahren durch die Partei Bündnis 90/Die Grünen nach dem Bekanntwerden zahlreicher Dopingfälle im Jahr 2008 (Bundeshaushalt 2009 EP 06 Bundesministerium des Innern / Kapitel 0602) genannt werden. Wie das Publikum Athlet*innen, Mannschaften oder Sportarten das Vertrauen schenkt oder entzieht lässt sich nicht nur

immer wieder an Zuschauerbewegungen in den einzelnen Sportarten ableiten, sondern z.B. auch durch die öffentlichen Reaktionen auf den Manipulationsskandal im deutschen Fußball 2005.

Ob oder inwiefern die Streichung von Geldern, das Aussteigen aus der Berichterstattung, das Kündigen von Sponsorenverträgen oder die öffentliche Empörung über den Wettskandal aber tatsächlich einem Entzug von Vertrauen entsprechen, darüber lässt sich bisher nur spekulieren. Operationalisiert man eine Vertrauenshandlung durch die Finanzierung von Sport, so stellen Sponsorenverträge, die Spitzensportförderung des Bundesministerium des Inneren oder der Abschluss von lukrativen Medienübertragungsrechten sicherlich Vertrauenshandlungen dem Sport gegenüber dar. Ein Vertrauen, das die Sportler*innen zurückzahlen sollen durch Höchstleistungen oder gutes Entertainment, aber sicher auch durch sauberen, sprich skandalfreien und vorbildlichen Sport. Allerdings zeigt der Bericht zur Dysfunktion des Spitzensports, dass dieses Vertrauen in die Sportler*innen und ihr Handeln bröckelt: In ihrer Studie befragten die Autoren 2.000 Rezipient*innen des Leistungssports nach deren Einstellung und Meinung über den Zustand des Sports. Die Befragten gaben an, dass sie glaubten, dass durchschnittlich ca. 28.8% der Leistungssportler*innen regelmäßig zu Dopingmitteln greifen würden (Breuer & Hallmann, 2013, S.35). Ein Mangel an Vertrauen zeigte sich auch darin, dass die Befragten glaubten, dass durchschnittlich 22% der Leistungssportler*innen absichtliche Regelverstöße (wie auch Doping einer ist) als legitimes Mittel ansähen und 45.3% gesundheitliche Risiken des Spitzensports bewusst in Kauf nehmen würden (Breuer & Hallmann, 2013, S.35). Als Gründe für das Fehlverhalten werden unter anderem Erfolgsdruck (von 63.6% der Befragten), Druck durch das Umfeld (26.9%) aber auch Streben nach Anerkennung (41.5%) und Profitgier (32.5%) angegeben. Dies zeigt einen eindeutigen Mangel an Vertrauen in den deutschen Spitzensport. Auf der anderen Seite zeigen aber auch die Ergebnisse der Sportlerbefragung, dass Diskrepanzen zwischen den Anforderungen an die Spitzensportler*innen und dem Verhalten derjenigen bestehen. Zwar gaben 96.8% der Athlet*innen an, eine Vorbildfunktion in Bezug auf Leistungsfähigkeit bzw. 94.1% in puncto Fairness zu besitzen (Breuer & Hallmann, 2013, S.53), doch gaben andererseits 5.9% der Befragten an regelmäßig zu Dopingmitteln und 10.8% regelmäßig zu Schmerzmitteln zu greifen. Das Fehlverhalten im Sport wird zu 88.6% mit Erfolgsdruck, mit 79.8% mit Druck durch das soziale Umfeld mit 69.8% durch Streben nach Anerkennung und mit 57.7% durch Existenzangst seitens der Sportler*innen begründet (ebenda, S.84).

Breuer und Hallmann stellen die Bedeutung der Sportler*innen selbst für den Sport und dessen Glaubwürdigkeit in den Mittelpunkt. Doch sind dies nicht die einzigen Protagonisten, denen ein Vertrauen oder Misstrauen durch die Abnehmer ausgesprochen werden kann: Sportler*innen sind Mitglied einer Mannschaft oder einem Verein oder sie treten für einen nationalen Verband an. Sie sind also neben Trainer*innen, Betreuer*innen, Ärzten und anderen Individuen im Setting Sport in einem größeren Rahmen organisiert. Den größten Bezugsrahmen für den deutschen

Sport stellt der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) dar. Der DOSB ist somit die organisatorische Struktur, die übergeordnet den Sport in Deutschland repräsentiert und damit auch für ihn verantwortlich ist. Der DOSB selbst unterteilt sich wiederum 62 Spitzenverbände (34 olympische und 28 nichtolympische), die die jeweiligen Sportarten repräsentieren und organisieren. Darüber hinaus sind 20 Sportverbände mit besonderen Aufgaben dem DOSB untergeordnet. Neben den Akteuren des Sports selbst kommt den Verbänden eine große Verantwortung im Sport zu, da sie die organisatorischen Verbände bilden, die sich um die Belange, aber auch die Probleme der Athlet*innen, aber auch der Sportart selbst kümmern (Abbildung 9).

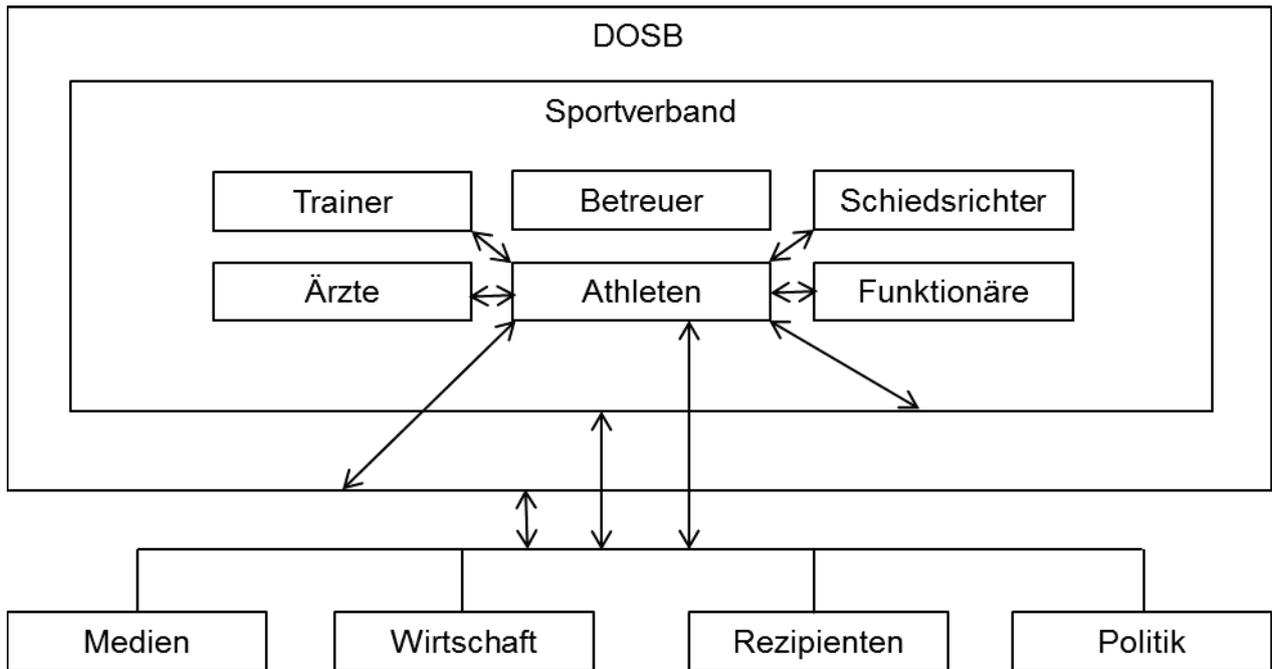


Abbildung 9: Vertrauensprozesse zwischen den Abnehmern des Sports und den Akteuren des Sports, die wiederum organisatorisch strukturiert sind. Nicht alle Vertrauenskonstellationen sind angedeutet.

Wie die Abbildung verdeutlicht, liegen folglich unterschiedliche Vertrauensprozesse zwischen Abnehmern des Sports und Protagonisten des Sports vor. Darüber hinaus lassen sich aber auch interpersonale Vertrauensbezüge feststellen sowie Vertrauenskonstellationen zwischen den Protagonisten und den übergeordneten Organisationen. Wie man bei größeren Firmen also von Vertrauensbeziehungen zwischen Konsument und Firma sowie zwischen Angestellten und Firma ausgehen kann, so liegen auch hier neben den Beziehungen zu den externen Abnehmern interne Konstellationen zwischen Protagonist und seinem Verband oder dem DOSB vor. Zum Beispiel könnte einer Athletin / ein Athlet ihrem / seinem Sportverband vertrauen oder misstrauen, weil er gut oder schlecht gegen Wettmanipulationen in der eigenen Sportart vorgeht. Auch ist möglich, dass die Sportlerin / der Sportler dem übergeordneten Verband, dem DOSB, mehr oder weniger vertraut, weil sie / er ihren / seinen Sport ausreichend oder mangelhaft im Vergleich zu anderen Sportarten und Verbänden gefördert wahrnimmt. Die größte Herausforderung für den organisierten Sport stellt dabei jedoch sicherlich die Dopingproblematik dar,

weil das Vertrauen in den Sport an sich und in seine jeweiligen Disziplinen durch diesen Verstoß gegen das Fairplay, sozusagen dem Grundgesetz des Sports, dessen Vertrauenswürdigkeit in den letzten Jahrzehnten immer wieder stark gefährdet hat (Glantz, 2010).

Das Forschungsfeld Doping wurde in den vorausgegangenen Kapiteln ausführlich beleuchtet. Es ist durch eine zwar kritisierte, aber anerkannte Definition umrandet, die Aufgabenfelder von WADA, Athlet*innen und Sportverbänden sind klar gesteckt. Gleichzeitig lassen die Ergebnisse zu Prävalenzraten von Doping im Spitzensport die Frage offen, wie groß das Problem Doping tatsächlich ist. Zweifelsohne ist es jedoch so groß, dass Schwerpunkte der Forschung auf der Identifikation von Einflussfaktoren auf Dopingverhalten sowie auf die daraus resultierende Anti-Doping Arbeit gelegt werden müssen. Die Ergebnisse dieser Forschung zeigen, dass es zahlreiche Möglichkeiten gibt, dem Dopingproblem entgegenzuwirken. Aus der Perspektive der Verbände stellt sich demnach nicht die illusorische Aufgabe, Doping vollständig zu verhindern, sondern in der Dopingfrage klar Stellung zu beziehen und Verantwortung zu übernehmen. Ein Hauptaugenmerk der Verbände muss folglich darauf liegen, im Hinblick auf ihre Anti-Doping Arbeit transparent und vertrauenswürdig zu sein. Wohl nur so haben Sportverbände eine Chance den Widersprüchen und Vorwürfen erfolgreich entgegenzutreten, denen sie in der Dopingfrage ausgesetzt sind. Anti-Doping Arbeit sollte also aus Sicht der Verbände eine Frage des Vertrauens sein.

Eine weitere Vertrauenskonstellation kann auf Ebene der Athlet*innen identifiziert werden: Viele vorgestellte Modelle von Doping Einstellungen und Dopingverhalten gehen davon aus, dass das Dopen selbst eine Risikohandlung ist. Die Frage, die sich jedoch stellt, lautet, ob das Nicht-Dopen unter Umständen ein noch größeres Risiko für Athlet*innen aus bestimmten Sportarten bedeuten könnte. So formulieren Petroczi und Aidman (2008):

“The degree of rationality in doping decision making is highly debated. Economic models of doping mainly assume that athletes act according to economic rationality. The literature in this area considers doping as a special case of a prisoners' dilemma, where one actor's action has consequence for both actors and the best collective strategy is difficult to reach due to lack of information on, and trust for, the other actor's decision. To translate the dilemma into sports, athletes' best case would be to compete at doping-free events. However, the widespread suspicions and speculations about other athletes' possible actions, coupled with the lack of information about the others' doping behaviours have the potential to bias most athletes in favour of doping: gametheoretic modelling suggests that the majority of competitors are likely to see doping as their best option and, under certain circumstances, the only feasible strategy to ensure winning” (Petróczi & Aidman, 2008, S. 2).

Wenn also Doping aus dieser Blickrichtung die einzige und beste Strategie für Sportler ist, bedeutet dies gleichzeitig, dass mit dem Nicht-Dopen eine Risikohandlung einhergeht. Diese Risikohandlung besteht darin, dass man den Protagonisten des Systems, also den Kontrahent*innen, Teamkolleg*innen, Betreuer*innen, Ärzten, Sportverbänden etc. vertraut, dass sie zusammen ein System bilden, in dem die / der nicht dopende Sportler*in keinen Wettbewerbsnachteil gegenüber den anderen Athlet*innen hat. Die Ergebnisse von Kondric et al. (2012) unterstreichen

dies: Athlet*innen aus Rückschlagsportarten gaben in einer von den Autoren durchgeführten Befragung an, dass sie ihren Trainer*innen und Betreuer*innen hinsichtlich deren Auffassungen zu Doping nicht vertrauen würden. Eine mögliche, logische Konsequenz einer solchen Auffassung wäre es für den Athlet*innen, die Größe des Risikos, das beim Nicht-Dopen eingegangen wird, für sich zu hinterfragen. Diese Interpretation des Dopingverhaltens stellt einen Paradigmenwechsel dar: Während in bestehenden Modellen zu Dopingverhalten stets die / der Athlet*in im Mittelpunkt stellt, dem moralisch verwerfliches Verhalten vorgeworfen wird, macht die Interpretation des Nicht-Dopens als ein Risiko für Athlet*innen deutlich, dass das System des Sports hinsichtlich seiner Rolle stärker berücksichtigt werden muss. Die bis heute vorliegende Anti-Doping Arbeit fußt auf der Abwälzung jeglicher Verantwortung für Doping auf die wenigen ‚schwarzen Schafe‘ des Sports, nämlich den Athlet*innen die gedopt haben. Betrachtet man aber Doping als einen Akt des Misstrauens gegenüber den Verhältnissen, die im Sport bzw. in den Sportarten herrschen, so werden die verantwortlichen Organisationen wie NADA, WADA, Vereine und Verbände mit in die Verantwortung gezogen. Ihre Aufgabe ist es, Verhältnisse herzustellen, in denen der Athlet das Risiko eingehen kann, auf Doping zu verzichten und dabei keine Nachteile gegenüber seinen Kontrahenten hat.

Was bedeutet diese Grundannahme nun aus Sicht der Anti-Doping Arbeit und für die Sportverbände? Diese müssen eine vertrauenswürdige Anti-Doping Arbeit leisten, damit diese auch Erfolg haben kann. Um zu analysieren, wie dem Verband dies gelingen kann, ist es notwendig, das Konstrukt Vertrauen grundlegend darzustellen und auf das Setting des Sports zu übertragen.

3. Vertrauen

3.1. Definitionen von Vertrauen

Petermann (2013) listet in einem Überblickskapitel zu Vertrauen 16 Definitionen des Begriffs auf, was unterstreicht, wie komplex das Konstrukt Vertrauen in der Wissenschaft behandelt wird.

Aus einer philosophischen Perspektive beschreibt Schottlaender (1957; zitiert nach Petermann, 2013) Vertrauen als ein Resultat aus Erfahrung und der Hoffnung auf das Gute im Menschen. Bereits in dieser ersten Definition wird deutlich, dass Vertrauen sich auf zukünftige Prozesse bezieht und auf Wahrnehmung beruht, die ein Mensch gesammelt hat. Eine zentrale, auf diesen Bestandteilen beruhende Definition geht auf Rotter (1967) zurück. Er nennt als Bestandteile von Vertrauensprozessen, die Verwundbarkeit des Vertrauenden, die Abgabe der persönlichen Kontrolle an jemand anderen und das Risiko, dass ein möglicher Schaden größer sei als der Nutzen aus der Situation. Rotter definiert Vertrauen als eine Erwartung, dass man sich auf das Wort, das Versprechen, das Gesagte oder Geschriebene eines anderen oder einer Gruppe in einer solchen Situation verlassen könne (vgl. Rotter, 1967, S. 651).

Das Risiko, die Abgabe von Kontrolle und die Ausrichtung auf zukünftige Entscheidungen und Handlungsweisen sind Bestandteile, die den meisten Definitionen von Vertrauen in verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen immanent sind. Hingegen stellt der soziologische Ansatz Luhmanns die Notwendigkeit von Vertrauen für das gesellschaftliche Miteinander in den Mittelpunkt. Luhmann (1968; 1979) beschreibt Vertrauen als eine Komplexitätsreduktion menschlichen Handelns. Damit ist gemeint, dass Vertrauen die alltäglichen Handlungsweisen von Menschen erleichtert und Sicherheit gibt. So führt Luhmann aus, dass ohne Vertrauen einfachsten Handlungsprozessen komplexe Entscheidungsprozesse vorausgehen müssten. Durch das Vertrauen in das System der Gesellschaft wird diese Komplexität reduziert.

Während der soziologische Ansatz der Vertrauensforschung auf Luhmann beruht und sich dementsprechend eher auf die Bedeutung von Vertrauen für das menschliche Zusammenleben konzentriert, beziehen sich die meisten Definitionen von Vertrauen auf den Prozess der Vertrauensentscheidung und fußen dementsprechend auf den Ausführungen Rotters (1967; 1971). So übernehmen auch Schlenker, Helm und Tedeschi (1973) die von Rotter postulierten Bestandteile und fassen zusammen, dass Vertrauen sich auf zukünftige Handlungen beziehe, die der eigenen Kontrolle entzogen seien. Deswegen seien Risiko und Ungewissheit notwendige Bestandteile des Vertrauensprozess. Während diese Definition nur den Bezug des Vertrauens auf die zukünftigen Handlungsweisen thematisiert, beinhaltet eine weitere Definition durch Mayer, Davis und Schoorman (1995) auch die Voraussetzungen für diesen Entscheidungsprozess. Mayer et al. (1995, S. 712) definieren Vertrauen demnach wie folgt (Übersetzung durch den Autor):

Vertrauen ist „die Bereitschaft einer Person sich verletzbar zu machen durch die Handlungen einer anderen Person. Dies basiert auf den Erwartungen, dass die andere Person eine be-

stimmten Leistung erbringen wird für den Vertrauenden, während eine Kontrolle oder ein Monitoring / eine Beobachtung nicht möglich ist.“

Diese Definition von Mayer et al. (1995) wurde in einem Artikel im *Academy of Management Review* veröffentlicht, der zum einflussreichsten Artikel der Dekade der 90iger Jahre gekürt, was seinen Stellenwert untermauert. Dementsprechend hat diese Definition nicht nur im organisationspsychologischen Forschungsbereich, aus dem sie stammt, sondern auch generell Bestand. Ein Grund dafür ist, dass diese Definition die Komplexität des Vertrauensprozesses in kurzer Form beschreibt: Es handelt sich um einen Prozess zwischen zwei Protagonisten (Vertrauensgeber und Vertrauensnehmer im Folgenden genannt), der auf Erwartungen beruht und sich auf einen zukünftigen Prozess bezieht, der für den Vertrauensgeber ein mögliches Risiko darstellt und bei dem er die Kontrolle über den Prozess an den Vertrauensnehmer abgibt. Deswegen soll diese Definition von Vertrauen auch in dieser Arbeit als Maßstab dienen.

Die in der Definition beschriebene Komplexität trägt mit sich, dass Vertrauen bzw. Vertrauensprozesse nicht allein durch Definitionen beschreiben können, sondern sich Modelle zur Erklärung von Vertrauen entwickelt haben. Bereits in den 50iger Jahren des 20. Jahrhunderts wurden empirische Arbeiten zu Bedingungen für Vertrauen erfasst. Dabei wurde davon ausgegangen, dass es vorausgehende (lat. *antedecere* = vorausgehen) Faktoren, also Antezedenten gibt, die eine Person einer anderen Person zuschreibt, bevor die Person entscheidet, ob sie der Person (oder auch Organisation) vertraut oder nicht. Hovland, Janis & Kelley (1953) nennen als Komponenten, die dem Vertrauensnehmer zugesprochen werden seine fachliche Expertise und seine mögliche Motivation zu lügen. Während diese Ergebnisse auf der Fragestellung basieren, ob man einem Gegenüber das glaubt, was er sagt, also seiner Aussage Vertrauen schenkt oder nicht, konzentrieren sich die Forschungsarbeiten von Deutsch (1960) auf das generelle Vertrauen von Personen in andere Personen. Hierbei leitet auch Deutsch ab, dass es Eigenschaften gibt, die Personen bei einer Entscheidung darüber, ob jemand vertrauenswürdig ist, zunächst bewerten. Diese vorausgehende Bewertung betrifft laut Deutsch (1960) die Fähigkeiten der Person (also ähnlich wie Hovland und Kollegen, die von der Expertise sprechen) sowie die Absichten, etwas auch wirklich zu machen. Diese Ansätze wurden durch verschiedene wissenschaftliche Disziplinen weiter erforscht und genauer ausdifferenziert. So nennt Solomon (1960) in Anlehnung an die von Deutsch formulierte gute Absicht einen entscheidenden vorausgehenden Faktor das wahrgenommene Wohlwollen der Person dem Vertrauenden selbst gegenüber. Dieses Wohlwollen (engl. *benevolence*) findet sich im Folgenden auch in Forschungsarbeiten wieder (z.B. Larzalere & Huston, 1980). Eine weitere Facette, die wiederum in unmittelbarer Verbindung zu der Tendenz oder Motivation zur Lüge von Hovland et al. (1953) steht, ist die (moralische) Integrität der zu vertrauenden Person. So stellen Hart, Capps, Cangemi und Caillouet (1986) gemeinsame Wertvorstellungen als wichtigen Antezedenten vor, Lieberman (1981) spricht von der wahrgenommenen Integrität und Ring und Van de Ven (1992) von der moralischen Integrität des Ge-

genüber. Beinahe allen Forschungsarbeiten zu Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit gemein ist der Faktor der Fähigkeit, der entweder als *ability* (Fähigkeit; Cook & Wall, 1980; Good, 1988; Jones, James & Bruni, 1975; Sitkin & Roth, 1993), *competence* (Butler, 1991; Kompetenz; Kee & Knox, 1970; Lieberman, 1981, Mishra, 1996) oder *expertise* im englischen Sprachraum bezeichnet wird.

Eine weitere entscheidende Komponente von Vertrauen stellt das Risiko dar, das ebenfalls in der Modellbildung berücksichtigt werden muss. Laut Mayer et al. (1995) ist die Handlung, jemandem zu vertrauen, nicht Risiko an sich, sondern das Gewilltsein ein Risiko in Kauf zu nehmen. Diese Grundbedingung für Vertrauen leiten die Autoren aus der Definition zu Vertrauen von Johnson-George und Swap (1982) ab, die Vertrauen als eine „willingness to take risks“ (Johnson-George & Swap, 1982, S.1306) bezeichnen. Diese Definition geht einher mit Forschungsannahmen von Gambetta (1988), die in den Fokus rücken, dass Vertrauen bedeutet, dass man sich verletzbar gegenüber anderen mache, also ein Risiko eingehe.

Während Butler (1991) in einer explorativen Studie insgesamt 10 Antezedenten herausarbeitet, die bei einer Bewertung von Vertrauenswürdigkeit einen Einfluss haben, postulieren auch Mayer et al. (1995) ein Modell, dass diese Masse an Antezedenten möglichst ökonomisch zu selbstständigen Kategorien zusammenzufassen will und gleichzeitig die weiteren Aspekte des Vertrauensprozess berücksichtigen soll.

Mayer et al. (1995) führen an, dass es zum Zeitpunkt der Entstehung ihrer Definition und ihres Modells vielfach unverknüpfte Vertrauensforschung aus unterschiedlichen Forschungsfeldern gibt. So liegen bereits Mitte der 90iger Jahre Forschungsergebnisse zum Einfluss von Vertrauen auf Leistung (z.B. Cummings, 1983) oder zum Vertrauen in Kommunikationssituationen oder zu Managementprozessen (Scott, 1980) vor. Darüber hinaus wird der Einfluss von Vertrauen in der Spieltheorie (Milgrom & Roberts, 1992) und in Verhandlungen (Bazerman, 1994) diskutiert. Auch im Leadership-Modell wird Vertrauen als ein Einflussfaktor auf funktionierendes Führungsverhalten angenommen (Atwater, 1988). Mayer et al. (1995) verfolgen mit ihrer Modellbildung demnach das Ziel, die Erkenntnisse aus verschiedenen Forschungssträngen in ein generelles Modell zum Verständnis von Vertrauenshandlungen zu integrieren. Hierbei dient die Definition als dominanter Bestandteil bei der konzeptionellen Bildung des Paradigmas (Schoorman, Mayer & Davis, 2007). Dieses zentrale Forschungsmodell soll im Folgenden erläutert werden.

3.2. Vertrauen nach Mayer, Davis und Schoorman (1995)

Fasst man die im vorangegangenen Kapitel gelisteten Faktoren eines Vertrauensmodells sowie die Bestandteile der Definition zusammen, so sind die Antezedenten von Vertrauen, eine Bereitschaft sich zu vulnerabel für Risiken zu machen sowie die Erwartung an das Verhalten des Gegenüber die maßgeblichen Aspekte für Vertrauen.

Mayer et al. (1995) subsumieren unter lediglich drei Oberbegriffen die bis dato angenommenen Antezedenten von Vertrauen. Diese sind die Antezedenten Fähigkeit (ability), Wohlwollen (benevolence) und Integrität (integrity), die bei einer Bewertung von Vertrauenswürdigkeit einer Person oder Organisation durch den Vertrauensgeber hinzugezogen werden. Diese Faktoren der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit sind Ausgangspunkt innerhalb des Modells: Die Fähigkeit, das Wohlwollen dem Vertrauendem selbst gegenüber sowie die Integrität der Person, der Vertrauen geschenkt werden soll oder nicht, werden in einem ersten Schritt bewertet. Laut den Autoren stellt jeder Faktor ein für sich unabhängiges Kriterium dar, zusammen ergeben sie ein „solides und sparsames“ (Mayer et al., 1995, S.717) Grundgerüst für die empirische Bewertung eines Gegenübers. Diese drei Kategorien, die im Folgenden noch näher erläutert werden, werden jede für sich durch den Vertrauenden bewertet. Dabei ist es nicht zwingend notwendig, dass alle drei mit gleichem Einfluss in die Entscheidung einfließen, ob Vertrauen geschenkt wird oder nicht. Laut den Autoren kann z.B. eine sehr niedrige Bewertung eines der Faktoren dazu führen, dass trotz hoher Bewertung der anderen Faktoren ein Vertrauen nicht erteilt wird. Es kann also der Mittelwert der drei Faktoren keinen Aufschluss darüber geben, ob tatsächlich Vertrauen ausgesprochen wird. Jedoch ergibt die Summe dieser drei Faktoren einen Hinweis auf die dem gegenüber insgesamt zugesprochene Vertrauenswürdigkeit. Während dieser Faktor folglich die zentrale Bewertung des Vertrauensobjekts bedeutet, wird als zweiter Faktor neben der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit die Neigung der vertrauenden Person miteinbezogen, um ein Vertrauen auszusprechen. Oder anders gesagt: Die Charaktereigenschaft eher vertrauensselig zu eher misstrauisch zu sein, also Bedingungen, die innerhalb der Person, die vertraut zu messen sind. Basierend auf Rotter (1967) ist folglich die eigene Persönlichkeit ein Faktor, der die Neigung misstrauisch oder vertrauensselig zu sein beeinflusst. Als Teil eines Persönlichkeitstraits ist dieser Faktor beim Vertrauenden stabil, also allen Handlungen und Verhaltensweisen des Vertrauenden gemein. Somit kann er durch Erfahrungen in der Entwicklung, kulturelle Hintergründe oder familiäre Werte geprägt sein (vgl. Hofstede, 1980, nach Mayer et al., 1995, S.715). So wäre die stärkste Ausprägung dieser Eigenschaft in Richtung der Vertrauensseligkeit das blinde Vertrauen. Die Neigung zu vertrauen wirkt sich letzten Endes direkt darauf auf, ob ein Vertrauen besteht oder nicht, sie beeinflusst aber auch den Einfluss der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit auf die Entscheidung zu vertrauen oder nicht: Eine misstrauische Person kann die Fähigkeiten, das Wohlwollen und die Integrität des Gegenübers noch so

hoch bewerten, wenn sie selber wahrnimmt, dass ihr Misstrauen überwiegt, wird sie dem Gegenüber weniger vertrauen als eine andere Person, die die Antezedenten in gleicher Form wahrnimmt, aber von sich aus auch dazu neigt Vertrauen zu schenken. Die eigene Neigung zu vertrauen, die folglich auf Persönlichkeitseigenschaften, aber auch auf Einstellungen und Erfahrungen beruht, moderiert den Einfluss der wahrgenommenen Antezedenten auf das Vertrauen, das gegeben wird oder nicht.

Das Vorhandensein von Vertrauen stellt jedoch noch nicht die Handlung an sich dar. Neben der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der zu vertrauenden Person wird noch ein weiterer Faktor in die Entscheidung miteinbezogen: das bereits erläuterte wahrgenommene Risiko. Es herrscht Konsens darüber, dass ein Risiko ein notwendiger Faktor ist, um überhaupt von einer Vertrauenssituation zu sprechen. Die Wahrnehmung der Größe des Risikos beeinflusst somit, ob das Risiko auch eingegangen wird. Dies bedeutet, dass zwar auf Basis der eigenen Vertrauensseligkeit und der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des Gegenübers grundsätzlich ein Vertrauen dem Gegenüber bestehen kann, dies jedoch nicht zwangsläufig dazu führt, dass ein Risiko durch eine Handlung auch eingegangen wird. Ein Beispiel hierzu: Eine vertrauensselige Person kann die Fähigkeiten, das Wohlwollen und die Integrität seiner Bank und seines Bankberaters durchweg hoch einschätzen, was dazu folgt, dass er der Person vertraut. Geht es jetzt jedoch um eine spezielle Geldanlage, z.B. den Erwerb einer Immobilie, so wird die Person zunächst die finanziellen und weiteren damit verbundenen Risiken abschätzen, bevor er den Vertrag mit der Bank abschließt. Sollten die eigenen Risiken zu hoch sein und somit das zu investierende Geld zu viel oder zu notwendig sein, wird er das Risiko unter Umständen nicht eingehen. Diese Bewertung der Situation selbst, also des Kontexts wird die Entscheidung, ein Risiko einzugehen, beeinflussen. Im Modell von Mayer et al. (1995) stellt die Bewertung der äußeren Begebenheiten einen Faktor dar, der den Weg vom Vertrauen zum Eingehen eines tatsächlichen Risikos moderiert. Dieser Moderationseffekt kann dabei maximal sein: Obwohl das Vertrauen dem Gegenüber größtmöglich sein kann, kann die situationale Bewertung dazu führen, dass kein Risiko eingegangen wird.

Letzten Endes erfolgt ein weiterer Bewertungsprozess nach der Entscheidung ein Risiko einzugehen oder nicht: Die Person, die ein Vertrauen ausgesprochen hat oder nicht und daraufhin eine Risikohandlung ausgeführt hat, wird im Folgenden den Ausgang der Handlung bewerten. Für den Fall, dass ein Vertrauen ausgesprochen wurde und ein Risiko eingegangen wurde, bedeutet dies, dass bewertet wird, ob das Vertrauen gerechtfertigt war und ob das Risiko der Verletzbarkeit eingetreten ist, also ein Verlust in irgendeiner Form aus der Situation resultiert. Für den Fall, dass das Resultat der Situation ist, kein Risiko in der Beziehung einzugehen, wird im Nachhinein bewertet, ob es sinnvoll gewesen wäre, dieses doch einzugehen. Diese Resultats-Bewertung hat in jedem Fall einen weiterführenden Effekt auf folgende Situationen, wird demnach in die Bewertungen folgender Vertrauens- und

Risikosituationen miteinbezogen. Dies bedeutet auch, dass sie direkten Einfluss auf die Wahrnehmung der bei den Vertrauensobjekten liegenden Antezedenten hat. Ein weiterer Faktor, der in dieser Definition genannt wird und den die Autoren selbst anfügen, ist der Zusammenhang von Kontrolle und Vertrauen. In ihrer Konzeptualisierung des Modells (1995) gehen die Autoren auf diesen Faktor weniger stark ein. Jedoch legen sie in ihrem eigenen Review (Schoorman et al., 2007, S.346) dar, dass Kontrolle und Vertrauen nicht notwendigerweise einander vollständig bedingen, dass jedoch Kontrolle das Verhältnis von Vertrauen und Risiko moderieren kann und somit einen indirekten Einfluss auf den Vertrauensprozess hat.

Aus der von Mayer et al. (1995) aus den verschiedenen Forschungssträngen abgeleiteten Definition und den Bestandteilen des Vertrauensprozesses ergibt sich ein Modell von Vertrauen, das in Abbildung 10 dargestellt ist.

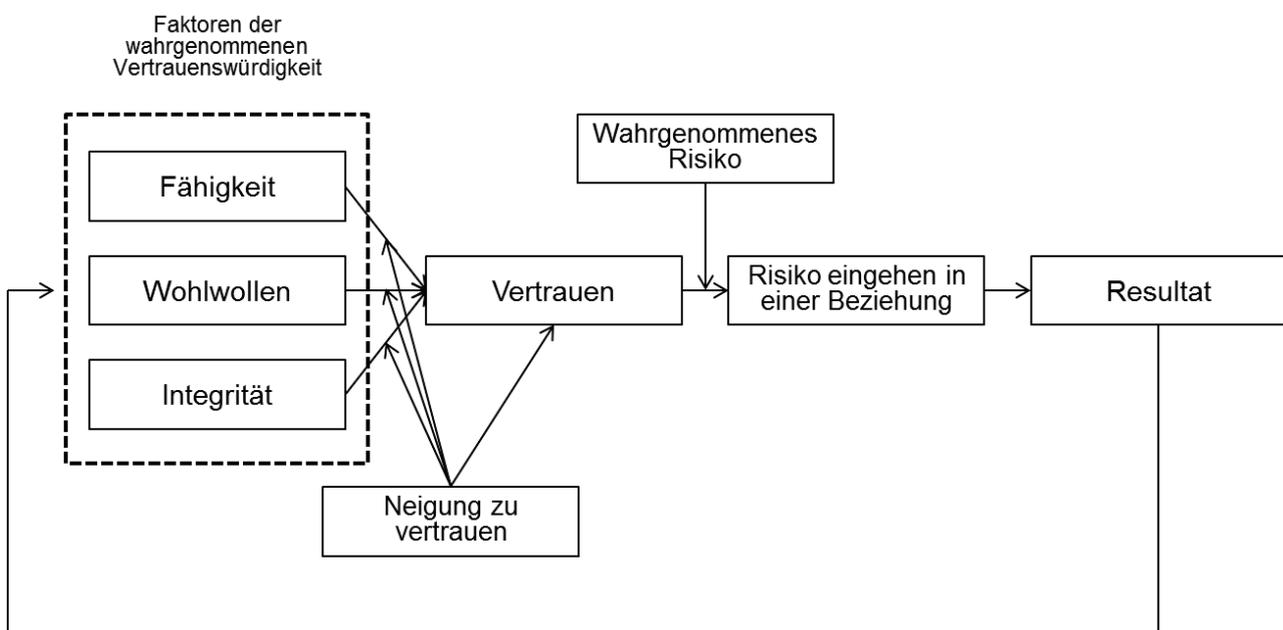


Abbildung 10: Modell von Vertrauen nach Mayer, Davis und Schoorman (1995, S. 715), übersetzt durch den Autor.

3.2.1. Antezedenten von Vertrauen

Die Bewertung einer Vertrauenswürdigkeit des Gegenübers hängt eng mit den Erwartungen an den Gegenüber zusammen (Good, 1988), sie basiert also auf Vorerfahrungen oder bestehenden Einstellungen zu dem Gegenüber. Diese beschreiben Mayer et al. (1995) in Bezug auf spezifische Charakteristika des Gegenüber als die Antezedenten der Vertrauenswürdigkeit.

Der erste Faktor ist die wahrgenommene Fähigkeit des Gegenübers. Hierunter fassen die Autoren das Können, die Kompetenzen und das spezifische Vorgehen oder Verhalten des Gegenübers in einer bestimmten Situation. Die Bewertung der Fähigkeit ist folglich keine generelle Bewertung, sondern bezieht sich auf die Fähigkeiten, die in der anstehenden Risikosituation benötigt werden. Beim Beispiel der Bank sind es also nicht die Fähigkeiten, bspw. erfolgreiche Werbekampagnen

durchzuführen, sondern die spezifischen Fähigkeiten bei der Vermarktung und Finanzierung von Immobilien. Am ausführlichsten wird der Faktor Fähigkeit bei Garbarro (1978) in Bezug auf Managementfähigkeiten ausgeführt. Er fasst hierunter funktionale Kompetenzen, zwischenmenschliche Kompetenzen, Geschäftssinn und Urteilsvermögen. Die Autoren fassen diese Faktoren unter dem Überbegriff Fähigkeit (ability) zusammen, da dieser Begriff einen direkten Bezug zu den aufgaben- und situationsspezifischen Anforderungen beinhaltet: Besitzt der Gegenüber die Fähigkeiten, diese Situation erfolgreich zu meistern?

Unter Wohlwollen verstehen die Autoren, dass das Vertrauenssubjekt den Gegenüber danach beurteilt, ob er etwas Gutes für ihn tun möchte, also ob er ihm wohlgesonnen ist. Dies beinhaltet die Annahme, dass eine Beziehung zwischen den Parteien besteht. Gleichzeitig meint Wohlwollen laut den Autoren, dass beurteilt wird, ob der Gegenüber irgendwelche egoistischen Motive hat. Dementsprechend werden in diesem Faktor auch die Bewertungen zu den Intentionen und Motiven des Gegenübers zusammengefasst (vgl. auch Cook & Wall, 1980; Kee & Knox, 1970; Mayer et al., 1995). Unter dem Wohlbefinden wird verstanden, dass die zu vertrauende Person Wünsche und Bedürfnisse hat, die an die mögliche Vertrauenssituation geknüpft sind und dass diese vom Gegenüber erkannt und umgesetzt werden. Hierzu zählt auch, dass der Gegenüber Mühen auf sich nimmt und darauf achtet, dass die Aspekte, die dem Vertrauenden in der Situation wichtig sind, auch berücksichtigt werden. In Bezug auf das Beispiel des möglichen Immobilienkaufs bei einer Bank sollte dem Bankberater demnach wichtig sein, welche Anforderungen und Wünsche die Kundin / der Kunde hat. Gleichzeitig sollte er die persönlichen Motive, wie eine prozentuale Beteiligung an der Maklergebühr bei einem Verkauf hintenan stellen und der / dem potentiellen Käufer*in bewusst machen, dass es ihm nicht um den Profit, sondern um die Bedürfnisse des Kunden geht, zu denen in diesem Fall dann unter anderem auch gehören würde, jegliche Risiken bei der Finanzierung oder die mit dem Kauf noch einhergehen könnten, zu minimieren. Als dritten Faktor definieren Mayer und Kollegen (1995) die Wahrnehmung der Integrität des Gegenübers. Hiermit sind Prinzipien des Gegenübers gemeint, die sein Verhalten in einem größeren Zusammenhang von Moral und Ethik sehen. Hierzu gehören laut den Autoren Aspekte wie der Gerechtigkeitssinn, der Fairplay-Gedanke und die Verlässlichkeit. Auch die Transparenz und Konsistenz des Handelns des Gegenübers werden unter dem Faktor Integrität zusammengefasst. Der Faktor Integrität ist dementsprechend ein breit gefächertes Antezedent, der die wahrgenommenen Prinzipien, Werte und damit verbundenen Verhaltensweisen des Gegenübers beinhaltet. Hierzu gehört auch, dass wahrgenommen wird, ob Gesagtes und Taten des Gegenübers kongruent sind (Mayer et al., 1995). Auch hier soll das Beispiel des möglichen Immobilienkaufs den Einfluss des Faktors Integrität verdeutlichen: Wenn der Bankberater dem Kunden ein Objekt empfiehlt, so wird dieser die Integrität des Gegenübers auf Basis von möglichen Vorerfahrungen beurteilen: Zum Beispiel wird er abwägen, ob der Berater ihn bei ähnlichen vorausgegangenen Prozessen enttäuscht hat, da das Produkt (eine Aktie, eine andere Im-

mobilität, ein Sparvertrag etc.) nicht den Erwartungen entsprach. Auch wird er die persönliche Wahrnehmung darüber miteinbeziehen, ob die Person ihm gegenüber wirklich fair und gerecht bei den Verhandlungen um den Preis und die Finanzierung mit ihm umgehen wird. Am Beispiel Integrität wird noch ein weiterer Faktor deutlich: Unter Umständen bewertet die / der Käufer*in nicht nur die Integrität des Bankberaters, sondern auch die der Bank, also der Organisation, zu der der Bankberater zuzuordnen ist. Wenn diese Organisation durch vorausgegangene Skandale (möglicherweise sogar im Bereich des Immobilienhandels) an Glaubwürdigkeit verloren hat, und die Werte und Prinzipien des Unternehmens infrage gestellt werden, wird auch dies möglicherweise einen Einfluss auf die Bewertung haben, die die Kundin / der Kunde vollzieht.

Wie am Beispiel der Bank als übergeordnete Institution ebenfalls deutlich gemacht werden kann, sind die drei von den Autoren angenommenen Antezedenten differenziert voneinander zu beachten: Eine Bank kann als wenig integer betrachtet werden, obwohl ihre Fähigkeiten in ihren Zuständigkeitsbereichen nicht infrage gestellt werden, da sie die Experten des Geschäfts in ihrem Team hat. Gleichzeitig kann das Wohlwollen einer Organisation einer Person gegenüber, die ihr ein Vertrauen aussprechen soll, von dieser unabhängig von Integrität und Fähigkeit wahrgenommen werden. So kann es sein, dass die Integrität der Bank durch einen Skandal beschädigt wurde und auch die Wahrnehmung der Fähigkeit der Bank unter diesem Skandal leidet, da größere Summen verloren gegangen sind, der Kunde aber dennoch das Gefühl hat, dass die Bank ihm gegenüber wohlgesonnen ist und alles für seine Bedürfnisse tun wird – unter Umständen gerade deswegen, weil sie in einer Krisensituation keine weiteren Kund*innen verlieren möchte. Die Bewertung der Faktoren kann also unterschiedlich ausfallen und die Entscheidung, ob ein Risiko eingegangen wird oder nicht, kann von allen drei Faktoren gleichermaßen abhängig sein, aber auch durch einen hervorstechenden der drei wahrgenommenen Antezedenten maßgeblich beeinflusst werden.

Dass die drei Faktoren separat voneinander bewertet werden, bedeutet nach Meinung der Autoren jedoch nicht, dass sie nicht miteinander verbunden sind (Mayer et al., 1995). Je nach Größe des oben imaginierten Skandals kann die davon beeinflusste Bewertung der Fähigkeit und Integrität der Bank schlussendlich auch einen Einfluss auf das wahrgenommene Wohlwollen des Gegenübers haben. So ließe sich in diesem Beispiel fragen, ob das Wohlwollen der Bank denn tatsächlich gegeben sei oder ob eigene Wünsche des Unternehmens nach Wettbewerbsfähigkeit nicht im Vordergrund stehen. Somit fließt die Bewertung der anderen Antezedenten, basierend auf Vorerfahrungen und Einstellungen auch in die des jeweiligen Antezedenten mit ein. So führen die Autoren an, dass die Vertrauenswürdigkeit als ein Kontinuum angesehen werden müsse; eine Person kann sich hinsichtlich dieser Eigenschaft auf einer Skala bewegen, wobei die Position wiederum durch alle Antezedenten, aber nicht notwendigerweise mit gleich hohem Faktor, definiert wird (Mayer et al., 1995, S.721). Schließlich kann die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit auch ohne große Vorerfahrungen mit der anderen Partei, also auf Basis von

Einstellungen und Erwartungen, basieren. In diesem Fall ist nicht unbedingt gegeben, dass Informationen zu den jeweiligen Antezedenten der Person direkt vorliegen, sondern es ist möglich, dass eine Vertrauenswürdigkeit ohne definiertes Wissen über den Gegenüber besteht. Gerade vor einer ersten Bewertung der Vertrauenswürdigkeit kann der Einfluss von Eindrücken und Einstellungen die Bewertung eines Antezedenten stärker bestimmen als die eines anderen. In diesem Fall ist dieser Eindruck prägender als die anderen Antezedenten. Treffe ich also meinen Bankberater zum ersten Mal und er wirkt für mich integer und wohlwollend, so kann dieser initiale Eindruck für die Bestimmung der Vertrauenswürdigkeit maßgeblich sein, während ich die Fähigkeit der Person nur indirekt auf Basis seiner Ausbildung, seines Alters oder seiner Position in der Bank bewerte und sie mit einem geringeren Faktor in die Gesamtbewertung einfließt. Auf den spezifischen Fall eines initialen Vertrauens soll im späteren Verlauf der Arbeit noch genauer eingegangen werden, da sie für die Thematik von zentraler Bedeutung ist.

3.2.2. Modellthesen

Das in den vorangegangenen Kapiteln vorgestellte Modell von Vertrauen von Mayer et al. (1995) wurde durch Einbeziehung der Ergebnisse zahlreicher Forschungsarbeiten zum Thema Vertrauen erstellt und kann als logische Ableitung aus unterschiedlichen Vertrauensstudien angesehen werden. Es ist somit keine aus Rohdaten gewonnene Modulierung in Form eines Strukturgleichungsmodells, sondern ein theoretisches Konstrukt. Zu diesem Konstrukt haben die Autoren sechs Thesen formuliert, die sie für das Modell für maßgeblich erachten und mit denen sie gleichzeitig Forschungsdesiderate zur Überprüfung des Modells ableiten. Im Folgenden sollen die Thesen kurz erläutert werden, bevor im nächsten Kapitel die auf diesem Modell fußende Forschung analysiert werden soll, die sich mit der Modellprüfung und der Prüfung der formulierten Thesen beschäftigt hat.

These 1: Je höher die Neigung zu vertrauen, desto höher ist das Vertrauen in eine Partei; dies ist losgelöst von den Informationen über der zu vertrauenden Partei (Mayer et al, 1995, S.716; übersetzt durch den Autor).

Mayer und Kollegen sehen, wie bereits oben beschrieben, die eigene Vertrauensneigung als fundamentalen Baustein des Modells. Sie hat maßgeblichen Anteil an der Entscheidung zu vertrauen oder nicht. Sie hat darüber hinaus aber auch einen moderierenden Effekt auf die Wahrnehmung der Antezedenten. Logischerweise ist Auftakt des Prozesses also immer die eigene Persönlichkeit und die damit verbundene Vertrauensneigung, die bereits bei der Bewertung der Antezedenten eine Rolle spielt.

These 2: Vertrauen bedeutet für den Vertrauenden das Aggregieren der wahrgenommenen Fähigkeit, des wahrgenommenen Wohlwollens und der wahrgenom-

menen Integrität sowie der eigenen Neigung zu vertrauen (Mayer et al, 1995, S.720; übersetzt durch den Autor).

Diese These ist die bereits oben weit ausgeführte Quintessenz des Modells. Entscheidend für die Autoren ist hierbei, dass ihrer Meinung nach diese drei Antezedenten die Varianz in der Wahrnehmung der zu vertrauenden Partei präzise und vollständig beschreiben. Frühere (z.B. Butler, 1991) wie auch spätere Modelle (z.B. Zhang & Chelladurai, 2013) führen weitere unabhängige Faktoren an, die Mayer und Kollegen jedoch alle den drei vorgeschlagenen unterordnen.

These 3: Der Effekt der wahrgenommenen Integrität wird zu Beginn einer Beziehung am stärksten sein (Salienz), während der Einfluss des wahrgenommenen Wohlwollens sich erst durch das Sammeln darauf bezogener Informationen entwickelt (Mayer et al, 1995, S.722; übersetzt durch den Autor).

These 4: Der Einfluss des wahrgenommenen Wohlwollens wird über die Dauer der Beziehung zwischen zwei Parteien zunehmen. (Mayer et al, 1995, S.722; übersetzt durch den Autor).

Diese Doppelthese beschreibt den Einfluss der jeweiligen Antezedenten über die Dauer einer Beziehung. Es ist offensichtlich, dass die drei Antezedenten und die Bewertung derer sich über die Zeit weiterentwickeln, weil über den Verlauf von Beziehungen Informationen gewonnen werden und Bewertungen ständig aktualisiert werden. So betonen die Autoren, dass mit diesem Modell auch Vertrauen an Stellen beschrieben werden kann, wo noch keine direkten Beziehungen bestehen. Diese Vertrauensbewertungen auf Basis von Einstellungen und Meinungen verändern sich über die Zeit, wenn sich die Parteien kennenlernen. Es wird angenommen, dass von Anfang an eine Meinung oder Einstellung zu den Werten und Prinzipien eines Gegenübers auf Basis der Umgebungsinformationen besteht, während man das Wohlwollen des Gegenübers für einen selbst tatsächlich erst durch die direkte Beziehung evaluiert. Da dieses Wohlwollen dann jedoch einen direkten Effekt auf die Bewertung möglicher Risiken hat, sollte der Einfluss dieses Antezedenten über die Dauer einer Beziehung zunehmen.

These 5: Das Eingehen eines Risikos in einer Beziehung ist das Resultat einer Abwägung von Vertrauen und wahrgenommenen Risiko für den Fall, das man vertraut (Mayer et al, 1995, S.726; übersetzt durch den Autor).

Eine Vertrauenshandlung wird von den Autoren als das Eingehen eines Risikos interpretiert. Die Autoren folgen damit der seit Rotter (1967) geltenden Annahme zur Notwendigkeit von Risiko für Vertrauen. Diese Notwendigkeit ist aber nicht reziprok zu verstehen: Risikohandlungen können auch ohne Vertrauen stattfinden, wenn sie ohne Beziehungspartner geschehen oder alternativlos sind. Ein Beispiel aus heuti-

ger Zeit ist das Preisgeben von Informationen im Internet: Dieses ist immer mit einem Risiko verbunden (z.B. zur Weitergabe der privaten Daten), das von den Nutzer*innen aber entweder nicht gesehen oder bewusst in Kauf genommen wird, obwohl kein Vertrauen darin besteht, dass die Weitergabe nicht geschieht. Somit muss das Risiko nicht nur vorhanden sein, sondern darüber hinaus auch wahrgenommen werden, sowie zu verhindern sein, indem man nicht vertraut und durch eine zweite Partei beeinflusst sein.¹ Der Gesamtkontext, der durch das wahrgenommene Risiko bestimmt wird, ist folglich von entscheidender Rolle für die Entscheidung; sie ist situations- und kontextabhängig.

These 6: Die Resultate von Vertrauenshandlungen (also vom Eingehen eines Risikos) führen zu einer Neubewertung der vorherigen Wahrnehmungen von Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität der zu vertrauenden Partei (Mayer et al, 1995, S.728; übersetzt durch den Autor).

Auch diese Annahme ist bereits im vorherigen Kapitel ausgeführt worden. Das Modell entspricht einer dynamischen Sichtweise von Vertrauensbeziehungen: Jede eigene Entscheidung, ein Risiko einzugehen oder zu vermeiden, wird die nächste Entscheidung, vor allem in Bezug auf dieselbe Person und/oder Situation direkt beeinflussen. Folglich geht jeder Vertrauensentscheidung mit einem Reflexionsprozess einher, der sich auf die Wahrnehmung der gegenüberstehenden Partei, der Situation (also des Risikos) und der eigenen Entscheidungen auseinandersetzt. Das Modell beschreibt demnach die „dynamische Natur von Vertrauen“ (Mayer et al., 1995, S.728).

3.3. Abgrenzung zu anderen Konstrukten

Im Modell von Mayer et al. (1995) sind vier Vertrauensbegriffe von zentraler Bedeutung: Die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit eines Gegenübers, die eigene Neigung zu vertrauen, das Vertrauen selbst und die Vertrauenshandlung. Mayer und Kollegen betonen, dass die Wahrnehmung, dass eine Person vertrauenswürdig ist, nicht gleichzeitig bedeute, dass man dieser Person auch vertraue. Vertrauen wird anhand der Modellfaktoren beschrieben, da die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit und die eigene Neigung zu vertrauen den Faktor Vertrauen aufklären. Dieses Vertrauen in eine andere Partei führt jedoch wiederum nicht automatisch zu einer Vertrauenshandlung: Die Abwägung von Vertrauen und dem gegebenen Risiko der Situation führt zu einer Vertrauenshandlung, die entweder bedeutet, dass man das Risiko eingeht, das mit dieser Handlung verbunden ist, oder das

¹ Interessanterweise wird in diesem Fall auch eine Parallele zwischen Vertrauen und Selbstvertrauen deutlich: Traue ich mir zu, über einen Graben zu springen, schenke ich mir selbst dieses Vertrauen und gehe das Risiko ein, anstatt den Umweg zu gehen und das Risiko zu verhindern. Allerdings basiert die Einschätzung meiner Vertrauenswürdigkeit wahrscheinlich nur auf Basis des Antezedenten Fähigkeit, die sich in diesem Fall wiederum in die allgemeinen Fähigkeiten und die situationalen (Tagesform, ist die Absprunghöhe geeignet etc.) Begebenheiten unterteilt.

Risiko vermeidet und demnach auch nicht vertraut. Somit werden die Begriffe Vertrauen und Vertrauenshandlung durch die dem Modell inhärenten Begriffe erklärt. Offen bleiben dadurch jedoch, wie Vertrauensneigung und Vertrauenswürdigkeit sich darstellen. Zur Vertrauensneigung wurde bereits im Kapitel 4.3. erläutert, dass diese Zuschreibung von persönlichen Charakteristika (wie Gewissenhaftigkeit, Offenheit, Extraversion etc.), Vorerfahrungen und kulturellen Hintergründen abhängig ist, also durch verschiedene Faktoren aufgeklärt werden kann. Für Vertrauenswürdigkeit wurde festgehalten, dass sie sich aus den Antezedenten Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität zusammensetzt. Wenn ich jedoch eine Person als vertrauenswürdig beschreibe, meine ich dann auch immer, dass die Person vertrauenswürdig ist? Im Folgenden soll der Begriff der Vertrauenswürdigkeit abgegrenzt werden zu ähnlichen Konstrukten, die ebenfalls einen Menschen, eine Organisation oder andere gegenüberstehende Partei in seinen/ihren Eigenschaften beschreibt. Vertrauenswürdigkeit soll demnach unterschieden werden von der Glaubwürdigkeit einer Partei, der Reputation und dem Image.

Dass die Begriffe nicht immer trennscharf voneinander unterschieden wurden, zeigt sich darin, dass die Begriffe häufig synonym verwendet werden (Köhnken, 1990). Hovland & Weiss (1951) postulieren hingegen dass die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit und Expertise eines Gegenübers die entscheidenden Prädiktoren für die Beurteilung der Glaubwürdigkeit dieser Person seien. Für die in dieser Arbeit notwendige Abgrenzung zu Vertrauenswürdigkeit soll die Definition von Bentele (1988) dienen. Bentele (1988, S. 408) beschreibt Glaubwürdigkeit „als eine Eigenschaft, die Menschen, Institutionen oder deren kommunikativen Produkten zugeschrieben wird.“ Dies deckt sich mit der grundsätzlichen Beschreibung von Vertrauenswürdigkeit. Allerdings führt Bentele (1988) weiter aus, dass für Glaubwürdigkeit, Vertrauen notwendig sei. Man "muss darauf vertrauen können, dass die Aussagen (...) wahr sind“. Insofern ist Glaubwürdigkeit eine Folge von Vertrauen. Als weiteren Punkt nennt Bentele, dass das kommunikative Verhalten einer Person oder Institution kohärent sein müsse, um glaubwürdig zu erscheinen (Bentele, 1988, S. 408).

Anders verhält es sich mit den anderen abzugrenzenden Begriffen Image und Reputation. Grundsätzlich kann angenommen werden, dass Personen, die die Vertrauenswürdigkeit eines Unternehmens, einer Sportlerin / eines Sportlers oder einer Institution bewerten sollen, dabei an das Image dieser Person oder Organisation denken. Unter Image verstehen Fichter und Jonas (2008) das Stereotyp, was im Allgemeinen gegenüber einer Marke (oder einer Person oder Organisation) besteht. Während also die Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit auf der eigenen Wahrnehmung beruht, beschreibt Image ein eher generelles Bild. Dieses Bild, das ein Vertrauenssubjekt durch die Öffentlichkeit wahrnimmt, kann die eigene Beurteilung der Vertrauenswürdigkeit beeinflussen, aber umgekehrt kann die Einschätzung über die Vertrauenswürdigkeit durch eine einzelne Person nicht das Image einer Firma oder Marke verändern (wohl aber, wenn viele Vertrauensgeber gleichzeitig der Firma oder Marke ihre Vertrauenswürdigkeit absprechen würden). Dem-

entsprechend ist Image ein Faktor, der die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit beeinflussen kann, da er global und schematisch das Ansehen einer Person, Organisation oder Marke beschreibt. Während der Begriff Image in seiner Ursprungsbedeutung (lat. imago) soviel bedeutet wie Bild oder Abbild, leitet sich die Bedeutung des Begriffs Reputation vom lateinischen Begriff für Berechnung (lat. reputatio) ab. Dies meint soviel, wie das mit der Reputation der Ruf bzw. das Ansehen einer Person, Organisation oder Marke berechnet wird. Doorley und Garcia (2011) definieren Reputation als die Summe aus unterschiedlichen Images einer Marke. Diese Images beziehen sich wiederum auf die Leistung, das Verhalten und die Kommunikation des Bezugsobjekts oder anders ausgedrückt: Reputation = Leistung + Verhalten + Kommunikation (Doorley & Garcia, 2011, S.4).

Demzufolge kann Reputation als die Zusammenfassung aller bestehenden Images einer Organisation oder Person zusammengefasst werden. Somit kann wie auch beim Image angenommen werden, dass die Wahrnehmung der Reputation einen Einfluss auf die Beurteilung der Vertrauenswürdigkeit eines Objekts hat. Zwar sind reziproke Effekte durch diese Abgrenzungen nicht ausgeschlossen, doch lässt sich grundsätzlich festhalten, dass Vertrauenswürdigkeit selbst durch die Wahrnehmung von Image und Reputation beeinflusst werden kann, die Zuschreibung von Vertrauenswürdigkeit wiederum wichtig ist, um jemanden oder etwas als glaubwürdig einzuschätzen. Somit ist der Begriff trennscharf von den ähnlichen Konstrukten Glaubwürdigkeit, Image und Reputation zu betrachten.

3.4. Einfluss des Modells

Mit dem Modell zum Vertrauen in organisationalem Kontext lag 1995 erstmals ein übergreifendes Modell zu Vertrauen vor, das die Ergebnisse der Vertrauensforschung seit über 40 Jahren berücksichtigte und in ein Gesamtmodell übertrug. Dies beeinflusste die Vertrauensforschung maßgebend, die rege Forschungsdiskussion über das bestehende Modell führte aber auch dazu, dass das Forschungsteam selbst die Anwendung, Prüfung und Weiterentwicklung des Modells in verschiedenen Kontexten vorantrieb.

Schoorman, Mayer und Davis bewerten den Einfluss ihres Modells in einem Artikel in *Academy of Management Review* zwölf Jahre später (2007). Sie stellen dabei heraus, dass der Artikel nicht nur in unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen sondern auch auf unterschiedlichen Ebenen der Vertrauensforschung Einfluss hatte. Die Tatsache, dass das Paper von Mayer und Kollegen aus dem Jahr 1995 bis heute laut google scholar 9.673 mal (Stand: 26.07.2014) zitiert wurde, unterstreicht den durch die Autoren festgestellten Einfluss.

Schoorman und Kollegen (2007) sehen die größte Notwendigkeit der Vertrauensforschung darin, das Modell auf den methodologischen Prüfstand zu stellen und zwar aus unterschiedlichen Blickwinkeln der organisationspsychologischen Vertrauensforschung. Dieser Aufforderung kamen nicht nur zahlreiche Forschungsgruppen, sondern auch die Autoren selbst in den Folgejahren nach.

Methodisch nähern sich die Autoren dem Modell durch die Entwicklung passender Fragebogeninventare zur Messung von Vertrauenswürdigkeit und Vertrauensabsicht. Die dazu durchgeführten Studien mit verschiedenen Stichproben wie Tierärzten (Schoorman, Mayer & Davis, 1996, Schoorman & Ballinger, 2006), Restaurantmitarbeitern (Davis, Schoorman, Mayer & Tan, 2000), Mitarbeitern, die die Vertrauenswürdigkeit der Top-Manager ihres Unternehmens bewerten sollen (Mayer & Davis, 1999; Mayer & Gavin, 2005) oder Mitarbeitern nach Wechsel des Führungspersonals (Davis, Mayer & Schoorman, 1995) fußten jeweils auf der Skala von Rotter (1967), die auf Basis der Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit aus dem Modell von 1995 in den unterschiedlichen Arbeiten mit gekürzten Skalen angewendet wurden. Die Ergebnisse zeigen zwar nicht immer ausreichende interne Konsistenzen (vgl. Kapitel zur Messung von Vertrauen), belegen jedoch stets die Passung zum Modellansatz.

Was die Prüfung des Modells auf verschiedenen betriebswirtschaftlichen Ebenen betrifft, konstatieren Rousseau, Sitkin, Burt und Camerer (1998), dass sich die Vertrauensforschung unterschiedlicher Disziplinen nicht stark voneinander unterscheidet und definieren fünf Bereiche, in denen Vertrauen nach dem Verständnis von Mayer und Kollegen im Managementsetting ähnlich thematisiert werde: das Vertrauensverhältnis auf unterschiedlichen Ebenen (individuell, in Gruppen, Firmen und in Institutionen), zwischen und innerhalb von Organisationen, die Rollen von Vertrauen (als Effekt, Ursache und Moderator), Vertrauen in und durch Veränderungsprozesse, sowie sich entwickelndes, neues Vertrauen. Alle basieren auf der Annahme, dass ein Risiko und eine Bereitschaft, sich verletzbar zu machen, vorhanden sein müssen.

Zaheer, McEvily und Perrone (1998) unterteilen das Vertrauen innerhalb von Organisationen nochmals in eine Mikro- und eine Makroebene. Sie postulieren, dass bei interpersonalen wie auch bei interorganisationalen Vertrauenshandlungen das Vertrauen ein dynamischer Prozess ist, der sich über die Zeit weiterentwickelt. Damit knüpfen die Autoren an das Modell von Mayer et al. (1995) an und unterstreichen, dass der dynamische Prozess einer Feedbackschleife nicht nur die Vertrauensbeziehung zwischen Personen sondern auch zwischen und in Organisationen Bestand hat.

Eine wichtige Erweiterung des Modells stellt die Implikation von Kontrolle dar. Schoorman und Donaldson (1997) argumentieren, dass Kontrollmechanismen ein Risiko insgesamt vermindern können, was die Vertrauensentscheidung – also die Entscheidung, ein Risiko einzugehen – wiederum beeinflusst. McEvily, Perrone und Zaheer (2003) sowie Sitkin und George (2005) sehen ein direktes Zusammenspiel zwischen Vertrauen und Kontrolle: Entweder man vertraut dem Gegenüber oder man setzt Kontrollmöglichkeiten ein, die ein geringeres Vertrauen postulieren und gleichzeitig das Risiko vermindern.

Eine weitere Ausführung des Modells stellt die Frage nach der Reziprozität von Vertrauen dar. Zu dieser Frage hatte das Modell 1995 noch keine Antwort geliefert. Die Autoren stellen in ihrem Review (2007) fest, dass Vertrauen weder reziprok

noch notwendigerweise überhaupt auf beiden Seiten gegeben sein muss. Ein Konsument kann bei einem Kauf einer Firma vertrauen, während auf Seite der Firma keine Vertrauenshandlung vorliegt, weil keine Risikobewertung erfolgt. Darüber hinaus kann aber auch eine Partei einer anderen vertrauen, obwohl diese der anderen kein Vertrauen schenkt (Brower, Schoorman & Tan, 2007).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich das Modell von Mayer et al. (1995) als stabil erweist und im Laufe der Jahre weiter differenziert worden ist. Eine Meta-Analyse von Colquitt, Scott und LePine (2003) zeigt überdies, dass das Modell durch zahlreiche empirische Evidenz in seinen Annahmen bestätigt wird. Dennoch liegen auch alternative Vertrauensmodelle vor, die im Folgenden dargestellt werden sollen. Hierbei soll für die einzelnen Modelle auch geprüft werden, ob sie mit den Thesen Mayers und Kollegen in Einklang zu bringen sind.

3.5. Kritik und Erweiterungen

Dass sich die Vertrauensforschung seit Mitte der 90iger Jahre in verschiedenen Themengebieten weiterentwickelt hat, liegt sicherlich nicht nur an der Veröffentlichung des Modell von Mayer und Kollegen. Ein weiterer Faktor, der vor allem die organisationspsychologische Forschung zum Thema Vertrauen vorantrieb, war die Tatsache, dass fast parallel zu diesem Modell zwei weitere Forschungsarbeiten zu Vertrauen publiziert wurden, die in ihren Grundannahmen deutliche Unterschiede zum Modell von Mayer et al. (1995) aufweisen.

Hosmer (1995) fasst in einem Review Forschungsergebnisse zu Vertrauen aus einer betriebswirtschaftlichen und ethischen Perspektive zusammen und erarbeitet hierauf aufbauend fünf Bestandteile einer Vertrauensdefinition. Während positive Erwartungen (Deutsch, 1952, 1960) und Vulnerabilität (Zand, 1972) auch Bestandteile des Modells von Mayer und Kollegen sind, ergänzt Hosmer die Erwartungen an moralisches Handeln (hierunter versteht er unter anderem die Pflicht, die Rechte des Gegenübers zu schützen), eine Freiwilligkeit der Kooperation sowie die Hypothese, dass Verträge und Kontrollmechanismen im Gegensatz zu Vertrauensprozessen bestehen. Hosmers Grundgedanken sind dabei der Ethik bzw. der normativen Philosophie sowie der soziologischen Betrachtungsweise von Vertrauen entlehnt, die maßgeblich auf Luhmann (1979) zurückzuführen sind. Demnach ist Vertrauen ein notwendiger Bestandteil des Lebens, um Komplexität zu reduzieren. Hosmer argumentiert, dass Vertrauen vielerorts Verträge ersetzt und somit Klarheit in Prozessen schafft, da es die natürlichen, sprich moralischen und ethischen Grundsätze des menschlichen Handelns impliziert. Hosmer (1995) folgert daraus in seiner Definition, dass Vertrauen das Verlassen auf eine andere Person, Gruppe oder Firma sei, dass diese ihren Pflichten gegenüber anderen freiwillig nachkomme und dessen Rechte und Interessen anerkenne und schütze, auch in einem wirtschaftlichen Rahmen (vgl. Hosmer, 1995, S.393). Der größte Gegensatz zu dem Modell von Mayer et al. (1995) liegt folglich darin, dass Vertrauen das Resultat von Erwartungen nicht an Fähigkeit, Wohlwollen oder Integrität sei, sondern an morali-

schen Grundsätze. Ein Modell, dessen Überprüfung statistisch durchführbar wäre oder eine Form der Messung dieser moralischen Grundprinzipien stellt Hosmer allerdings nicht vor. Am ehesten könnte der Ansatz noch in den Antezedent Integrität bei Mayer und Kollegen inkludiert werden, da auch hierunter moralische Werte und Prinzipien der zu vertrauenden Person gefasst werden, die aber, wie bspw. Schoorman et al. (2007) darlegen, alleine nicht ausreichen, um eine Entscheidung für ein Risikoverhalten zu erklären, da das Zusammenspiel der Antezedenten weder auf dem gleichen Einfluss der drei beruhen muss noch diese drei alleine ausschlaggebend für eine mögliche Vertrauenshandlung sind, sondern situationale Umstände, eigene Charaktereigenschaften und die Wahrnehmung des bestehenden Risikos ebenfalls miteinbezogen werden müssen. So gesehen kann das Modell von Hosmer einen Beitrag zur Erläuterung des Antezedenten Integrität bieten, einen vollständigen Erklärungsansatz für Vertrauen bietet es nicht.

McAllister (1995) stellt beinahe gleichzeitig zu Mayer und Kollegen sein Modell zu affektiven und kognitiven Vertrauensprozessen vor. Dabei bezieht sich McAllister auf das interpersonale Vertrauen zwischen Mitarbeitern und Managern innerhalb einer Firma. Auch McAllister bezieht sich auf die Erwartungen an einen Gegenüber (Deutsch, 1952) und Faktoren wie Kompetenz (Cook & Wall, 1980) oder Wissen (Luhmann, 1979), wenn er postuliert, dass eine Beurteilung von wahrgenommenen Faktoren des Gegenübers zu einer Vertrauensentscheidung führt. Dabei unterteilt er aber, anlehnend an Lewis und Weigert (1985) affektive und kognitive Quellen der Bewertung. Unter den Antezedenten für Kognitions-basiertes Vertrauen fasst McAllister Leistung, bezogen auf die situationellen Anforderungen, kulturelle und ethische Ähnlichkeiten, die wahrgenommen werden, sowie gemeinsame professionelle Überzeugungen, die Mitarbeiter abgleichen, wenn sie miteinander interagieren. Unter affektiven Quellen versteht McAllister die Häufigkeit der gemeinsamen Interaktion sowie die Wahrnehmung von Verhaltensweisen wie Altruismus, Hilfsbereitschaft oder Selbstlosigkeit. Diese wahrgenommenen Verhaltensweisen werden im englischen Sprachraum unter ‚Citizenship Behavior‘ zusammengefasst. Ursprünglich nahm McAllister an, dass Kognitions-basiertes Vertrauen einen direkten Einfluss auf Manager-Leistungen habe und ebenfalls das affekt-basierte Vertrauen beeinflusse, während affekt-basiertes Vertrauen direkten Einfluss auf die Teamleistung und indirekten Einfluss auf Manager-Leistungen habe. Eine empirische Studie, in der McAllister eine explorative Fragenbogenentwicklung zu den postulierten Antezedenten durchführt, bestätigt zwar den Einfluss von affektiven Vertrauen auf Team- und Manager Leistung, zeigt jedoch nur einen aufklärenden Effekt des Kognitions-basierten Vertrauens auf das Affekt-basierte Vertrauen und nicht auf die Leistungsprozesse an sich. McAllister diskutiert darauf aufbauend den wichtigen Einfluss von Emotionen in der Vertrauensbildung und unterscheidet diese beiden Faktoren distinkt voneinander. Vor allem unterstreicht McAllister, dass affekt-basiertes Vertrauen einen maßgeblichen Einfluss auf koordinierte Prozesse in Organisationen, also im betriebswirtschaftlichen Setting habe. Diesen Ansatz bestätigen unter anderem Williams (2001), Jones und George (1998) aber auch Dunn und

Schweitzer (2005), die den Einfluss des emotionalen Zustands auf Entscheidungsprozesse zeigen.

Schoorman et al. (2007) versuchen die Ergebnisse der Forschung McAllisters (1995) mit ihrem Modell in Einklang zu bringen. Dabei stellen sie heraus, dass ihr Modell zwar ausschließlich auf kognitiven Prozessen beruht, dass aber Emotionen die Wahrnehmung der Antezedenten auch beeinflussen können und dass bspw. die Verletzung von Vertrauen emotionale Neubewertungen hervorrufen könne. Also können über die Zeit auch Emotionen in den Entscheidungsprozess zu vertrauen miteinfließen. So fassen die Autoren zusammen, dass es ihrer Meinung nach keinen alleinstehenden Faktor des affekt-basierten Vertrauens gebe, aber dass Emotionen an verschiedenen Stellen in das Modell miteinfließen können.

Eine alternative Vertrauensforschung stellen die Modelle zu transformationellen Vertrauen dar. Sie postulieren, dass Vertrauensbeziehungen sich auf Basis von Erfahrungen weiterentwickeln (was nicht im Widerspruch zum Modell von Mayer und Kollegen steht) und verschiedene Formen der Vertrauensbeziehung erreicht werden können. Shapiro, Sheppard und Cheraskin (1992) beschreiben die Formen sequentiellen Vertrauens demnach in drei Stufen: dem ‚deterrence-based trust‘, dem ‚knowledge-based trust‘ und dem ‚identification-based trust‘.

Die Autoren verstehen unter ‚deterrence-based trust‘, dass Personen davon ausgehen, dass der Gegenüber davor zurückschreckt (engl. to deterrence) einen eventuellen Vorteil davon zu haben, dass Vertrauen auszunutzen, weil die Kosten eines damit einhergehenden Beziehungsabbruchs zu groß sind. Diese Form kommt auch dem eines initialen Vertrauens ähnlich: Man ist sich der Eigenschaften eines Geschäftspartners bspw. zwar nicht bewusst, glaubt aber nicht, dass dieser einen ausnutzen würde, weil es für die weiteren geschäftlichen Beziehungen von großem Schaden wäre. Hingegen ist eine sequentielle Steigerung des Vertrauens das ‚knowledge-based trust‘. Die Autoren definieren dies als den Status, da sich die Gegenüber kennen (knowledge = Wissen) und daher das Verhalten des Gegenübers vorhersagen können. Eine Steigerung dieser Form des Vertrauens stellt das ‚identification-based trust‘ dar. In diesem Status kennen die Gegenüber nicht nur die Verhaltensweisen des jeweils anderen, sondern sind sich auch der Intentionen und Präferenzen des Gegenübers bewusst und entscheiden somit auch unter Mitbeziehung der Interessen des Gegenübers. Lewicki und Bunker (1995, 1996) schließen sich dieser Definition von sequentiellen Vertrauen mehr oder weniger an, variieren nur die ersten Form der Vertrauensbeziehung: Sie nennen diese ‚calculus-based trust‘ und implizieren hiermit, dass ohne Vorwissen eine Berechnung (engl. calculation) stattfindet, in der die vertrauende Person die Möglichkeiten auf Basis der Situation abwägt und darauf aufbauend eine Vertrauenshandlung vollzieht oder nicht. Rousseau et al. (1998) schließen sich dieser Auffassung an, unterscheiden jedoch nur noch zwei verschiedene Formen von Vertrauensprozessen: Jenen die auf Berechnung, also Abwägung geschehen (calculus-based) und jenen, die auf Beziehungserfahrungen mit dem Gegenüber basieren (‚relational trust‘). Bei letzteren unterscheiden sie nicht in zwei verschiedene Formen, sondern definieren

jegliche Vertrauensentscheidungen, die auf Basis von wiederholten Interaktionen geschehen und bei denen Informationen über den Gegenüber verfügbar sind, als relationale Vertrauensprozesse, bei denen auch positive Erwartungen und Emotionen Einflussvariablen auf die Vertrauensentscheidung darstellen. Demnach lassen sich laut Rousseau et al. (1998) nur zwei verschiedene Formen von Vertrauen sequentiell unterscheiden, nämlich solche die initial, ohne Vorwissen auf Basis von Abwägungen geschehen und solche, die durch Vorerfahrungen und Vorwissen um die andere Person geprägt sind. Lewicki und Bunker schließen sich in einem späteren Buchkapitel (2011) dieser Auffassung an, die mit dem Modell von Mayer und Kollegen einhergeht, da in diesem Modell die Häufigkeit des Durchlaufens der Feedbackschleife festlegt, ob es sich um initiale Vertrauensprozesse oder solche auf Basis von Vorerfahrungen und Beziehungen handelt.

Dietz und Den Hartog (2006) orientieren sich bei ihrer Modellbildung zu Vertrauen in Organisationen an der Definition von Rousseau et al. (1998) und dem von Mayer und Kollegen postulierten Modell und fassen die Ergebnisse von 14 Studien zu intra-organisatorischem Vertrauen zusammen. Das aus den Forschungsergebnissen zusammengetragene Modell bestätigt die Annahmen von Mayer et al. (1995), dass zwischen der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit und der tatsächlichen Vertrauensentscheidung in Abwägung, sich verletzbar zu machen, ein Prozess liegt. Auch bestätigen sie, dass der Output einer Vertrauenshandlung in Form einer Feedbackschleife die Bewertung von neuen Vertrauenssituationen beeinflussen kann. Allerdings argumentieren Dietz und Den Hartog (2006), dass neben den von Mayer und Kollegen angenommenen Antezedenten und Neigungen zu vertrauen weitere Faktoren, wie die Qualität der Beziehung der Personen, situationale Bedingungen und spezifische Bedenken die Wahrnehmung des von den Autoren analog zu Vertrauenswürdigkeit als Vertrauens-Glaube bezeichneten Status beeinflussen. Grundsätzlich sind die Modelle von Mayer und Kollegen (1995) und von Dietz und Den Hartog (2006) damit von den Inputvariablen nicht unterschiedlich: So führen Schoorman et al. (2007) an, dass situationale sowie in der Beziehungsqualität liegende Faktoren die Wahrnehmung beeinflussen können. Jedoch vermuten sie einen Einfluss solcher Faktoren auf die Wahrnehmung der Antezedenten, sodass sie dem Modell vorgelagert angenommen werden können, bei Dietz und Den Hartog (2006) werden sie jedoch auf derselben Ebene unter den Inputvariablen gefasst. Ein weiterer Faktor, den das Modell von Dietz und Den Hartog nicht berücksichtigt ist der Prozess von Vertrauenswürdigkeit zu Vertrauenshandlung (also dem Eingehen eines Risikos). Im Modell der Autoren wird nicht deutlich, wodurch dieser Prozess moderiert wird. Mayer und Kollegen gehen hier differenzierter vor, da sie die einzelnen Input-Variablen nicht nur als solche auflisten, sondern auch verorten: So zeigt Abbildung 2 die Abschätzung der Bedingungen, also die Höhe des einzugehenden Risikos, diesen Prozess moderiert. Die Vorgehensweise von Dietz und Den Hartog ähnelt somit stark dem bestehenden Modell von Mayer und Kollegen (1995) geht aber weniger differenziert vor, weswegen es im weiteren Verlauf nicht berücksichtigt wird.

McKnight und Chervany (2001) erstellen auf Basis der bestehenden Vertrauensliteratur ebenfalls ein erweitertes Modell, in dem sie Misstrauen als Variable miteinbeziehen. Dabei zeigen sie auf, dass es eine Herausforderung darstellt, ein Modell für Vertrauen zu konstruieren, da es bisherige Vertrauensmodelle miteinschließen sollte, nicht zu groß und komplex aber gleichzeitig auch sparsam sein sollte, damit es praktisch anwendbar aber gleichzeitig auch für die Praxis relevant sein sollte. In diesem Prozess entwickeln die Autoren ein Modell (Abbildung 11), das die Forschungsstränge aus Organisationspsychologie, Soziologie und Sozialpsychologie, die auch im bisherigen Verlauf dieses Kapitels behandelt wurden, vereint.

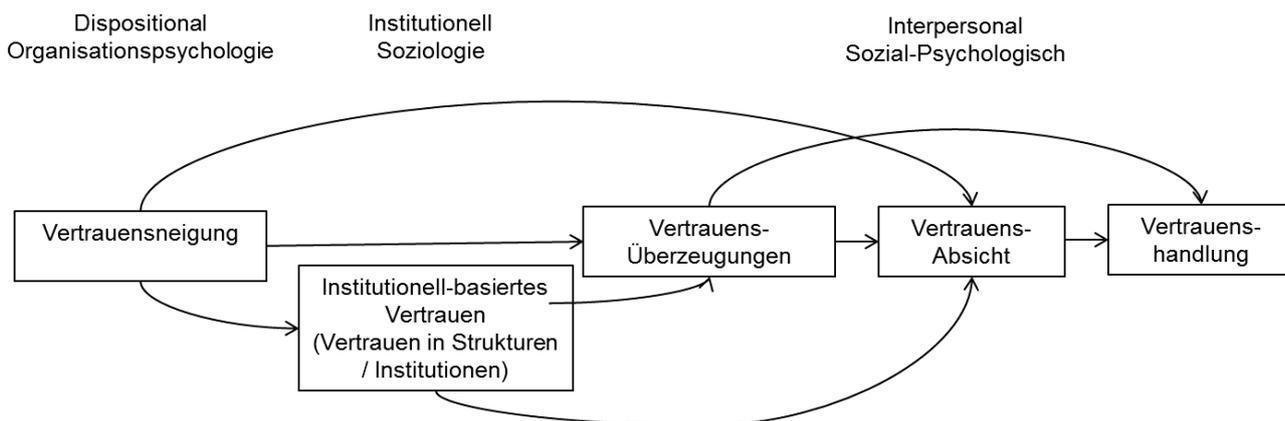


Abbildung 11: Integriertes Vertrauensmodell nach McKnight und Chervany (2001, S.33; übersetzt durch den Autor).

Dabei wird das Modell von Mayer und Kollegen nicht nur durch die Neigung zu vertrauen integriert: Die Autoren fassen die Antezedenten Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität als Vertrauensüberzeugungen, und arbeiten neben diesen drei Antezedenten noch die Voraussagbarkeit der Handlungen des Gegenübers aus bestehenden Modellen heraus.

Die Verbindung der Modelle aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen erweist sich zum einen als sinnvoll und nachvollziehbar, zum anderen verbindet sie konkurrierende Vertrauensmodelle, wie die des sequentiellen Verhaltens, mit dem bestehenden Modell von Mayer und Kollegen. Darüber hinaus gelingt den Autoren die Einbindung einer weiteren Variablen, nämlich dem Misstrauen. Die Autoren postulieren für Misstrauensprozesse denselben Mechanismus wie in Abbildung 10 für Vertrauensprozesse: Sie verstehen unter Misstrauensneigungen die Persönlichkeitseigenschaft, ein skeptischer bis argwöhnischer Mensch zu sein. Unter institutionell-basierten Misstrauen verstehen die Autoren, dass misstrauische Personen den situationellen oder strukturellen Gegebenheiten nicht vertrauen, also in ihnen keine Komplexitätsreduktion sehen, sondern das System oder die Institution selbst infrage stellen. So schlussfolgern die Autoren auch, dass Misstrauensüberzeugungen einer geringen Einschätzung von Fähigkeiten, Wohlwollen und Integrität der zu vertrauenden Partei entsprechen, was letzten Endes zu einer Entscheidung führt, die es ablehnt, ein Risiko einzugehen. Hieraus lässt sich schlussfolgern, dass Misstrauen und Vertrauen auf einem Kontinuum liegen und dass auch die Vertrauens-

würdigkeit einer Person nicht entweder vorhanden oder nicht vorhanden ist, sondern die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit auf einer Skala definierbar ist. Dies entspricht den Ausführungen des Modells von Mayer und Kollegen.

Festzuhalten bleibt demnach, dass zwar alternative Vertrauensmodelle existieren und auch eine sinnvolle Weiterentwicklung des Modells von Mayer et al. durch die Hypothesen von McKnight und Chervany (2001) gegeben ist, dass aber alle diese Modelle nicht in Konkurrenz zum bestehenden Modell stehen. Vielmehr können sie helfen, spezifische Bestandteile des Modells genauer auszudifferenzieren oder das Modell in einen größeren Zusammenhang einzuordnen. Deswegen erscheint es sinnvoll, dieses Modell für die weitere Forschung mitsamt den diskutierten Ergänzungen weiter zu verwenden.

3.6. Effekte auf und von Vertrauen

Die Vertrauensforschung fokussiert auf drei unterschiedliche Wirkrichtungen: Zum einen wird erforscht, welche Dimensionen einen Einfluss auf Vertrauen sowie auf Vertrauenswürdigkeit haben. Mayer et al. (1995) beschränken sich in ihrem Modell auf die drei Antezedenten, die wiederum aufklären, ob jemand in eine andere Partei Vertrauen hat oder nicht. Durch die Form ihres Modells mit einer Feedbackschleife deuten sie auch darauf hin, dass Vertrauen ein dynamischer, sich über die Zeit verändernder Prozess ist. Dieser Faktor wird auch in dem oben angesprochenen Modell von Lewicki und Bunker (1996; Lewicki, Tomlinson & Gillespie, 2006) hervorgehoben. Die Autoren nennen zunächst initiales Vertrauen (Kramer, 1994; McKnight, Cummings & Chervany, 1998), das besteht, obwohl keine feste Beziehung der Parteien vorhanden ist. Hierbei fließen gemeinsame Werte und Einstellungen bzw. die Annahmen über diese Gemeinsamkeiten in den Entscheidungsprozess mit ein. McKnight et al. (1998) definieren für dieses initiale Vertrauen drei zugrunde liegende Faktoren: Persönlichkeitsmerkmale, die identifiziert werden, institutionelle Gegebenheiten (so z.B. in einem betriebswirtschaftlichen Setting, wo man die Hintergründe der Firma, bei der eine Person angestellt ist, kennt) und kognitive Prozesse, bei denen Informationen und Impressionen in ein Urteil über den Gegenüber miteinfließen.

An dieses initiale Vertrauen schließen sich Prozesse an, in denen sich die Parteien besser kennenlernen und Erfahrungen machen. Laut Lewicki et al. (2006) werden dabei Charakteristika des Gegenübers festgehalten, die den Entscheidungsprozess beeinflussen. Laut der Autoren sind dies die Qualität des Gegenübers (also bei Mayer et al., 1995) mit den Fähigkeiten gleichzusetzen), die Qualität der Vorerfahrungen, des Kommunikationsprozesses, die Art der Beziehung (von enger Freundschaft bis hin zu reinen Geschäftspartnern ohne persönlichen Kontakt) sowie strukturelle Parameter, die das Vertrauensverhältnis beeinflussen können wie die Art des Kommunikationsmediums.

Einen weiteren Faktor stellen Emotionen dar. Wie bereits im vorherigen Kapitel angesprochen, kann davon ausgegangen werden, dass Emotionen einen Einfluss auf

die Wahrnehmung der Antezedenten und die Vertrauenswürdigkeit einer Person insgesamt haben. Auch der emotionale Zustand in einer Situation kann Einfluss auf die Vertrauensentscheidung haben (Dunn & Schweitzer, 2005) sowie Emotionen auslösende Informationen oder Materialien, die die Vertrauensentscheidung beeinflussen (Weber, Maltoha & Murnighan, 2005).

Im Hinblick auf die Persönlichkeitseigenschaften wird oftmals auf die Skala zur Messung der Neigung zu vertrauen innerhalb des Persönlichkeitsinventars von McCrae und Costa (2003) verwiesen. Unterschiedliche Persönlichkeitscharakteristika können für die Neigung zu vertrauen ausschlaggebend sein, weswegen dieser Faktor separat im Fragebogen aufgefasst wird. Ben-Ner und Halldorsson (2010) finden signifikant positive Einflüsse für die Persönlichkeitsfaktoren Extraversion und Verträglichkeit sowie negative Einflüsse von Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit auf Vertrauen in einem experimentellen Design.

Neben der Persönlichkeit haben darüber hinaus kulturelle Wurzeln und Werte einen Einfluss wie Delhey, Newton und Welzel (2011) zeigen. Sie finden heraus, dass die generelle Neigung zu vertrauen in verschiedenen Ländern variiert und dass Faktoren wie Religiosität, Wirtschaftsqualität des Landes und institutionelle Modernität im Land positive Einflüsse auf Vertrauen sind, während große soziale Unterschiede sich eher negativ auf die Vertrauensneigung auswirken.

Es kann folglich festgehalten werden, dass es stabile wie instabile Persönlichkeitsmerkmale, sowie situationsbedingte, beziehungsbedingte und stimmungsbedingte Einflussfaktoren auf Vertrauen, die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit und die Neigung zu vertrauen gibt, die jeweils für sich große und weit ausgefächerte Forschungsfelder darstellen.

Einen weiteren Zweig stellt die Forschung zum Einfluss von Vertrauen auf Prozesse und abhängige Variablen wie Erfolg oder Zufriedenheit dar. Dieses Forschungsfeld soll anhand von zwei Meta-Analysen näher beleuchtet werden.

Colquitt, Scott und LePine (2007) zeigen in einer Meta-Analyse von 132 voneinander unabhängigen Studien den Aufklärungsgehalt der Vertrauens-Antezedenten auf Vertrauen, sowie den Einfluss der Vertrauensfaktoren auf die Output-Variablen Aufgabenleistung, hilfsbereites Verhalten und kontraproduktives Verhalten. Hierbei nutzen die Autoren Studien, die auf Basis des Vertrauensmodells von Mayer et al. (1995) durchgeführt wurden. Die Autoren finden heraus, dass die wahrgenommene Fähigkeit den größten Effekt auf das Vertrauen hat ($r = .39$), während aber auch Wohlwollen ($r = .26$) und Integrität ($r = .15$) einen signifikanten Einfluss auf das Vertrauen selbst haben. Gleichzeitig zeigen sie, dass die Neigung zu vertrauen nicht nur das Vertrauen an sich ($r = .12$) sondern auch die Wahrnehmung der Antezedenten ($r = .15$ bis $.29$) beeinflusst. Im Hinblick auf die Wirkung von Vertrauen auf die untersuchten Output-Variablen zeigen die meta-analytischen Ergebnisse einen positiven Einfluss auf die Risikobereitschaft (also die Vertrauenshandlung laut Mayer et al., 1995) mit $r = .42$, sowie positive Effekte auf die Aufgabenleistung ($r = .33$) und das hilfsbereite Verhalten ($r = .27$) sowie einen negativen Zusammenhang zwischen Vertrauen und kontraproduktiven Verhalten ($r = -.33$). Allerdings zeigt eine

Modellerweiterung der Autoren, dass auch die Antezedenten der Vertrauenswürdigkeit direkten Einfluss auf Output-Variablen haben (z.B. Fähigkeit auf Risikobereitschaft und Hilfsbereitschaft, Integrität auf Risikobereitschaft und Wohlwollen auf Kontraproduktives Verhalten (negativer Zusammenhang)). Auch können die Autoren nachweisen, dass signifikante Pfade zwischen der Vertrauensneigung und drei der vier Output-Variablen (Aufgabenleistung, Hilfsbereitschaft und kontraproduktives Verhalten) zu finden sind. Eine weitere identifizierte abhängige Variable stellt das affektive Commitment, also die emotionsbasierte Zustimmung zum Prozess, dar. Dieses Commitment wird durch alle drei Antezedenten signifikant aufgeklärt und korreliert signifikant mit Vertrauen und der Neigung zu vertrauen, was belegt, dass Affekte nicht nur Einfluss auf das Vertrauen oder die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit haben, sondern Vertrauensprozesse und Wahrnehmungen von Vertrauenswürdigkeit wiederum auch emotionale Prozesse oder affektive Haltungen beeinflussen, was dem Modell einer dauerhaften Feedbackschleife von Vertrauen entspricht.

Dirks und Ferrin (2002) analysieren in ihrem Review den Einfluss von interpersonalem Vertrauen im organisationalen Setting anhand von Studien der von ihnen aus zurückliegenden 40 Jahre. Hierbei unterteilen sie nochmals in zwei verschiedene Formen von Vertrauenseinfluss: Der größte Teil der analysierten Studien beschäftigt sich mit direkten Effekten von Vertrauen auf andere Variablen, ein kleinerer Teil der Studien ($n = 8$) fand Moderator-Effekte für Vertrauen.

Die Autoren führen zehn Studien auf, in denen der Einfluss von Vertrauen auf Kommunikationsprozesse in Betrieben untersucht wurde und weisen auf einen positiven signifikanten Effekt in sechs dieser Studien hin. Hierbei wurden u.a. der Informationsfluss an einen Vorgesetzten, die Offenheit in Gesprächen und die Akkuratheit der Informationen als abhängige Variablen, die von Vertrauen beeinflusst werden, ausgemacht. In Bezug auf Hilfsbereitschaft in betrieblichen Prozessen führen Dirks und Ferrin fünf von sechs gefundenen Studien auf, die signifikant positive Effekte von Vertrauen zeigen: Unter anderen zeigt McAllister (1995) in dem bereits oben vorgestellten Artikel einen positiven Effekt von Vertrauen auf Hilfsbereitschaft; Robinson (1996) zeigt, dass Vertrauen in die eigene Organisation die Hilfsbereitschaft fördert und mediiierende Effekte für Vertrauen in eine Führungsperson werden für die Beziehungen zwischen Gerechtigkeitsempfinden und Hilfsbereitschaft (Konovsky & Pugh, 1994), sowie für das Vertrauen in die Führungsperson als Mediator zwischen dem Führungsverhalten und der Hilfsbereitschaft im Betrieb gefunden (Podaskoff et al., 1990).

Darüber hinaus zeigen Dirks und Ferrin, dass Vertrauen einen Einfluss in Verhandlungsprozessen hat (vgl. u.a. Schurr & Ozanne, 1995), sowie Konflikte in Verhandlungen abmildern kann. Auch der Effekt von Vertrauen auf die Zustimmung für Entscheidungsprozesse ist signifikant sowie der Einfluss auf den Austausch von Informationsressourcen.

Auf Ebene der Leistung finden sich ebenfalls positive Effekte für Vertrauen. So berichten Dirks und Ferrin (2002) von einem signifikanten Einfluss von Vertrauen in

die Führungsperson / den Vorgesetzten auf Aufgabenleistung (Oldham, 1975) und Verlaufsleistung (Rich, 1997). Einen Mediatoreffekt findet Earley (1986) für Vertrauen als Mediator zwischen Kritik und Leistung und Robinson (1996) für Vertrauen in die Organisation, das den Einfluss von Vertragsverletzungen auf Berufsleistungen mediiert. Während diese Ergebnisse sich auf die Leistungen einzelner beziehen, finden Dirks und Ferrin insgesamt vier von insgesamt neun Studien, die positive Effekte für Vertrauen auf Teamleistungen nachweisen. Obwohl bspw. laut Dirks (1999) das Vertrauen in die Führungsperson signifikanten Einfluss mit hoher Effektstärke ($r = .57$) auf die Teamleistung hat, sind die Ergebnisse zu dieser Einflussmöglichkeit von Vertrauen bis heute divergent.

Eindeutig nachgewiesen scheint hingegen der Einfluss von Vertrauen auf die Zufriedenheit im Beruf, was durch alle zwölf von Dirks und Ferrin (2002) vorgestellten Studien unterstrichen wird.

Wie Dirks und Ferrin (2002) berichten, hat Vertrauen auch Einfluss auf Einstellungen wie z.B. auf das Commitment zu Entscheidungen oder auf die Einstellungen zu Verhandlungsformen). Darüber hinaus scheint auch die Wahrnehmung von Informationen durch das Vertrauen in den Informationsgeber beeinflusst zu werden (hier in Bezug auf die Akkuriertheit von Informationen).

In acht von zehn gefundenen Studien wird zudem belegt, dass Vertrauen einen positiven Effekt auf die Akzeptanz von Entscheidungen im betrieblichen Setting hat (u.a. Vertrauen in den Vorgesetzten, oder in das Management).

Während in diesen Studien direkte Effekte des gemessenen Vertrauens auf eine abhängige Variable oder als Mediator zwischen zwei Variablen gefunden wurden, beschäftigen sich zunehmend auch Studien mit Vertrauen als Moderator zwischen zwei Variablen. So zeigt sich ein Moderationseffekt für Vertrauen in die Partnerin / den Partner zwischen dem vorherigen Verhalten einer Partnerin / eines Partners und den individuellen Zweifeln an der Partnerin / am Partner. Das Vertrauen in den Partner moderiert nach Schurr und Ozanne (1985) auch das Verhältnis zwischen Verhandlungshärte und Verhandlungsergebnis. Weitere Moderationseffekte zeigen sich für das Vertrauen in Gruppen, das das Verhältnis von Aufgaben- und Beziehungskonflikten moderiert und das Vertrauen in die Vorgesetzte / den Vorgesetzten, das das Verhältnis von eigenem Erfolgsstreben und dem Teilen von Informationen beeinflusst.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass Vertrauen einen signifikanten Einfluss auf unterschiedliche betriebliche Variablen hat, die für die Firma oder Organisation von Nutzen sein können. Limitierend muss jedoch angemerkt werden, dass in den von Dirks und Ferrin (2002) zusammengestellten Studien Vertrauen auf verschiedene Art und Weise und vor dem Hintergrund unterschiedlicher Vertrauens-Paradigma erhoben wurde. Auch wird das Verhältnis von Vertrauen, Vertrauensneigung und wahrgenommener Vertrauenswürdigkeit nicht deutlich, da die Konstrukte nicht trennscharf voneinander unterschieden werden. Dennoch kann man abschließend zusammenfassen, dass Vertrauen ein evidenter Teilbereich des betriebswirtschaftlichen Settings ist, das durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst werden kann,

gleichzeitig aber auch viele wichtige Faktoren auf unterschiedlichen Ebenen, wie Emotionen, Zusammenarbeit oder Resultate, beeinflussen kann. Um die Wirkungen von Vertrauen oder von Vertrauenswürdigkeit jedoch zuverlässig und präzise zu erfassen, ist es notwendig, diese Teilbereiche des Vertrauensmodells zum einen voneinander zu unterscheiden und zum anderen diese von anderen Konstrukten, die dem Vertrauen ähnlich sind, zu trennen.

3.7. Direkte Messung durch quantitative Fragebogen-Designs

Rotter (1967) entwickelt im Rahmen seiner Vertrauensforschung eine Skala zur Erfassung von Vertrauen, wobei er die externe Validität der Skala durch Unterschiede im Maß des Vertrauens in Abhängigkeit von Familienstatus, sozioökonomischen Level, Religion und Religionsunterschieden zwischen den Elternteilen belegt (Rotter, 1967, S. 664). Der Fragebogen beinhaltet 40 Items auf einer 5-Punkt-Likert-Skala (12 zum Vertrauen, 13 zum Misstrauen und 15 Filteritems) und erweist sich intern wie extern valide. Der Bezug der Items ist sehr allgemein auf verschiedene lebensnahe Settings gehalten (Beispielitem [dt. Übersetzung des Autors]: Eltern kann man normalerweise vertrauen, dass sie ihre Versprechen einhalten) und fokussierte auf Vertrauenssituationen zwischen Personen.

Schoorman, Mayer und Davis (1996) fokussieren bei der Entwicklung eines Inventars in Anlehnung an ihr Modell auf der Voraussetzung, dass man entsprechend der Erwartungen an jemanden anderen, die Bereitschaft hat, sich verletzbar zu machen. Zudem soll der Fragebogen effizienter und ökonomischer sein als die Variante von Rotter mit 25 Items. So wird ein Fragebogen angewendet, der aus vier Items zur Verletzbarkeit (Cronbach's $\alpha = .82$) und weiteren Items zu den drei Antezedenten zu Vertrauenswürdigkeit besteht. Dieser wird durch Mayer und Davis (1999) sowie durch Davis, Mayer, Schoorman und Tan (2000) mit eher schwächeren internen Konsistenzen (Cronbach's $\alpha = .60$ bzw. $= .62$) erneut eingesetzt. Eine längere Version zur Messung der Bereitschaft sich verletzbar zu machen mit 10 Items (Mayer & Gavin, 2005) erreichte gute interne Konsistenzen (Cronbach's $\alpha = .82$ bzw. $= .76$). Ähnlich gute Werte erreichten Schoorman und Ballinger (2007) mit sieben Items (Cronbach's $\alpha = .81$).

In identischer Form wird im Rahmen dieser Arbeiten die Vertrauenswürdigkeit mit ihren drei Subfacetten Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität erhoben. Erstmals eingesetzt wird er von Mayer und Davis (1999) und beinhaltet 17 Items auf drei latenten Skalen (Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität) neben den vier bereits erwähnten Items. Alle Items werden auf einer 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt (Tabelle 3). McEvily und Tortoriello (2011, S. 55) zeigen auf, dass die Item-Generierung auf Basis von zwei Pilotstudien erfolgte. Auf Basis zweier Samples (259 Tierärzte und 529 Unternehmer in drei Blöcken) wird der Fragebogen hinsichtlich seiner konvergenten, diskriminierenden und nomologischen Validität geprüft. Die latenten Skalen weisen gute Werte im Bereich der Reliabilität auf ($.82 \leq \text{Cronbach's } \alpha \leq .96$). Der Fragebogen erweist sich als insgesamt valide.

Die Literatur weist noch weitere, valide Messinstrumente zur Erfassung von Vertrauen bzw. Vertrauenswürdigkeit aus: In ihrem Review analysieren McEvily und Tortoriello (2011) bis dato veröffentlichte Fragebogen zur Messung von Vertrauen im Setting von Organisatoren. McEvily, Perrone und Zaheer (2003) hatten bereits zuvor darauf hingewiesen, dass die Forschung in diesem Bereich sowohl nicht gut zusammengetragen als auch nicht ausreichend verknüpft wurde. McEvily und Tortoriello (2011) beziehen die bereits vorliegenden Reviews (Stack, 1978; Wrightsman, 1991; Dirks & Ferrin, 2001; Dirks & Ferrin, 2002) mit ein.

In das Review von McEvily und Tortoriello (2011) fließen insgesamt 171 Artikel ein, wobei 129 Messungen von Vertrauen berücksichtigt werden. Insgesamt identifizieren die Autoren 22 unterschiedliche Messinstrumente, die mehr als einmal verwendet wurden. Auf Basis dieser 22 Instrumente wurden 89 der 171 Studien durchgeführt (vgl. McEvily & Tortoriello, 2011, 28). Von diesen Instrumenten identifizieren die Autoren drei, die neben ihrer Replikation auch Daten zur Validierung aufweisen können (Mayer & Davis, 1999; McAllister, 1995; Cummings & Bromiley, 1996). Die Autoren ziehen für eine Analyse der Instrument-Validierungen zusätzlich zwei Instrumente hinzu, die nicht repliziert worden sind, zu denen jedoch Angaben zur Validierung publiziert wurden (Curall & Judge, 1995; Gillepsie, 2003).

Der Fragebogen von McAllister (1995) misst hingegen auf zwei Skalen Kognitionsbasiertes und Affektbasiertes Vertrauen im interpersonalen Bereich. Dabei liegt der Bezug im direkten Umgang zwischen zwei Personen, die beruflich entweder in einer Abhängigkeitsposition stehen (Vorgesetzter und Angestellter) oder in einem Team zusammenarbeiten. Gleiches gilt für die ‚Boundary Role Persons Trust Scale‘ (Curall & Judge, 1995). Diese untersucht auf fünf Skalen (Kommunikation, Informeller Austausch, Aufsicht, Aufgaben-Koordination mit unterstellten Mitarbeitern und Aufgaben-Koordination mit Vorgesetzten) die Vertrauensbeziehung zwischen zwei Arbeitspartner*innen. Das ‚Behavioural Trust Inventory‘ (Gillepsie, 2003) misst das Vertrauen des Mitarbeiters in seinen Vorgesetzten auf Basis der zwei Faktoren Verlässlichkeit und Offenheit.

Das von Cummings und Bromiley (1996) publizierte ‚Organisational Trust Inventory‘ beinhaltet zwölf Items auf drei latenten Skalen (good-faith-effort, honesty in exchange, limited opportunism). Der Fragebogen wurde durch eine Reduzierung eines generierten Item-Pools, eine anschließende Plausibilitätsprüfung der Forschungsgruppe, eine Kategorisierung der Items durch eine unabhängige Forschergruppe und eine abschließende diskriminierende Validitätsprüfung (gegenüber einem Inventar zur Messung von ‚Zustimmung‘) erstellt. Auf Basis einer Stichprobe von 323 Studierenden wird die konvergente und nomologische Validität gezeigt. Die drei Skalen weisen gute Reliabilitätswerte auf (Cronbach's $\alpha = .95 - .96$). Es liegen somit verschiedene, validierte Fragebögen vor, die hinsichtlich ihrer Zielrichtung und ihrer Einsatzmöglichkeiten in spezifischen Settings Unterschiede aufweisen. Im Folgenden soll daher analysiert werden, welcher der Fragebögen am besten für die Übertragung auf den Sport geeignet ist.

Tabelle 3: Original-Vertrauensfragebogen von Mayer und Davis (1999).

Instructions: Think about [company name]'s top management team [names listed in parentheses for clarity]. For each statement, write the number that best describes how much you agree or disagree with each statement
Trustworthiness (Ability)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Top management is very capable of performing its job. 2. Top management is known to be successful at the things it tries to do. 3. Top management has much knowledge about the work that needs to be done. 4. I feel very confident about top management's skills. 5. Top management has specialised capabilities that can increase our performance. 6. Top management is well qualified.
Trustworthiness (Benevolence)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Top management is very concerned about my welfare. 2. My needs and desires are very important to top management. 3. Top management would not knowingly do anything to hurt me. 4. Top management really looks out for what is important to me. 5. Top management will go out of its way to help me.
Trustworthiness (Integrity)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Top management has a strong sense of justice. 2. I never have to wonder whether top management will stick to its word. 3. Top management tries hard to be fair in dealings with others. 4. Top management's actions and behaviours are not very consistent.* 5. I like top management's values. 6. Sound principles seem to guide top management's behaviour.
Trust
<ol style="list-style-type: none"> 1. If I had my way, I wouldn't let top management have any influence over issues that are important to me.* 2. I would be willing to let top management have complete control over my future in this company. 3. I really wish I had a good way to keep an eye on top management.* 4. I would be comfortable giving top management a task or problem which was critical to me, even if I could not monitor their actions.
* = reverse coded ; Scale (1 = disagree strongly to 5 = agree strongly)

3.8. Übertragbarkeit auf den Sport

Drei (Curall & Judge, 1995; Gillepsie, 2003; McAllister, 1995) der fünf Fragebögen aus der Analyse von McEvily und Tortoiello (2011) beziehen sich ausschließlich auf interpersonales Vertrauen, zwischen Parteien, die direkten Umgang miteinander haben bzw. in einer Abhängigkeitsposition zueinander stehen (z.B. Vorgesetzter / Angestellter). Zudem beziehen sich die Items auf direkte Interaktionen zwischen den Parteien (Beispiel aus dem Fragebogen von McAllister (1995): "We would both feel a sense of loss if one of us was transferred and we could no longer work together"). Zwar wäre diese Konstellation auf einzelne Teilbereiche des Sports (bspw. Trainer-Athlet-Dyade) übertragbar, der enge Vertrauensbezug in einer Dyade stellt jedoch nur eine mögliche Facette dar. Für eine weitreichende Adaption im Sportsetting müssen die Fragebögen als nicht ausreichend angesehen werden.

Die Fragebögen von Mayer und Davis (1999) und Cummings und Bromiley (1996) messen hingegen Vertrauen in einer allgemeineren Form. Beide erweisen sich als

valide und weisen gute interne Konsistenzen auf. Jedoch beinhaltet der Fragebogen von Cummings und Bromiley (1996) insgesamt sechs Items, die sich ausschließlich auf Verhandlungssituationen beziehen (Beispiel: "We think that X meets its negotiated obligations to our department."). Diese sind nur selten Gegenstand im Sportkontext und die Items müssen stark verändert werden, um auf das Sportsetting angepasst zu werden, weswegen auch dieser Fragebogen als Möglichkeit nicht weiter berücksichtigt wird.

Der von Mayer und Davis (1999) auf dem Modell der Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit fußende Fragebogen erweist sich nicht nur als valide und reliabel, sondern auch hinsichtlich der Items und der Faktorenstruktur auf den Sport übertragbar, wobei die spezifischen Items zur Skala Vertrauen aufgrund fehlender Passung (Notwendigkeit einer persönlichen Beziehung) und schwacher interner Konsistenz ausgeschlossen werden sollten. Dementsprechend wird im weiteren Verlauf der Untersuchungen auf die Items zu den drei Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit (Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität) des validierten und adaptierfähigen Inventars von Mayer und Davis (1999) zurückgegriffen.

Allerdings erscheint eine Nutzung dieses Inventars nicht immer als sinnvoll, vor allem dann, wenn es um Veränderungen in der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit geht, die durch experimentelle Designs erreicht werden sollen. Eine alternative Messmethode stellen in solchen Settings indirekte Messverfahren zur Prüfung von Pre-/Post-Unterschieden dar.

3.9. Indirekte Messverfahren

Indirekte Messverfahren basieren auf der Annahme, dass Einstellungen nicht nur durch Selbstberichte (z.B. in Form von Fragebögen) gemessen werden können, sondern auch durch reaktionszeitbasierte Verfahren. Diese Verfahren operationalisieren die Reaktionszeit eines Probanden in einem experimentellen Setting als Indikator für eine Einstellung.

3.9.1. Warum ‚indirekt messen‘?

Eine Einstellung ist nach Gerrig und Zimbardo (2013, S. 644) „eine positive oder negative Bewertung von Menschen, Objekten und Vorstellungen“. Diese Einstellungen können offenbar sein, was bedeutet, dass man sich derer bewusst ist; sie können jedoch auch implizit sein, sprich unterbewusst verankert. Entscheidend jedoch ist, dass Einstellungen das Verhalten einer Person direkt beeinflussen und zwar auf kognitiver, affektiver und behavioraler Ebene (vgl. Fazio & Olsen, 2003).

Die Messung von Einstellungen durch Fragebögen oder andere Formen von Selbstberichten kann durch unterschiedliche Mechanismen verfälscht werden. Die größte Gefahr geht vor allem von Antwortverhalten aus, die einem Muster sozialer Erwünschtheit entsprechen. Sozial erwünschte Antworten treten am häufigsten dann auf, wenn Einstellungen zu besonders sensiblen Themen wie Ausländerfeindlichkeit, Einstellungen zur Homosexualität oder zu bestimmten Personengruppen erhoben werden sollen. Auch Eigenangaben zu Suchtverhalten, wie Alkohol oder Drogen obliegen in vielen Fällen der Gefahr, dass Probanden nicht wahrheitsgemäß antworten, sondern ihr Antwortverhalten der wahrgenommenen subjektiven Norm zum befragten Verhalten anpassen. Die Gefahr des sozial erwünschten Antwortverhaltens erschwert bspw. die Forschung zu Doping Einstellungen und Dopingverhalten im Spitzensport (Brand, Hagemann & Melzer, 2011). Um dieses Verhaltensmuster zu umgehen, bietet sich eine indirekte Verfahrensweise an, da hierdurch ein langes Überlegen und kognitives Umbewerten der Situation weg von ‚was denke ich‘ hinzu ‚was sollte ich hier denken‘ verhindert werden kann. Ein weiterer Vorteil indirekter Messverfahren liegt darin, dass in Pre-/Post Experimenten die Messungen der abhängigen Variable (in diesem Fall der Vertrauenswürdigkeit) dem Probanden weniger suggestiv erscheint. Erhält ein Proband zweimal in kurzer zeitlicher Folge denselben Fragebogen, sollte ihm schnell bewusst werden, worauf der in der Intervention präsentierte Stimulus laut Untersuchungsfrage Auswirkungen haben könnte. Dieses Wissen um den Hintergrund eines Experiments kann zu Verzerrungen im Antwortverhalten führen. Ein indirektes Messverfahren erweist sich zudem oftmals in experimentellen Settings als ökonomischer.

3.9.2. Der Simon-Effekt in einer Zuordnungsaufgabe

Simon (1969) beschreibt in seinem Experiment das Phänomen, dass Probanden einen Reiz schneller zuordnen können, wenn Reiz und Reaktionsfeld auf der gleichen Seite (links oder rechts) liegen. Hierfür gab Simon Probanden die Aufgabe,

auf grüne und rote Punkte, die auf einem Bildschirm präsentiert werden, möglichst schnell zu reagieren, indem sie bei grünen Punkten eine definierte Taste im linken Feld der Tastatur, bei roten Punkten eine Taste im rechten Feld der Tastatur schnellst möglich drücken sollten (bzw. randomisiert in vertauschter Position). Es zeigte sich, dass Probanden signifikant schneller reagierten, wenn der farbliche Punkt auf derselben Seite auftauchte, wo auch die zu drückende Taste lag, also in diesem Beispiel ein roter Punkt im rechten Bildschirmfeld. Dies ist deswegen von besonderer Bedeutung für die weitere Forschung, weil die Position des Reizes keinen Einfluss auf die Bearbeitungsleistung haben sollte.

Simon konzipiert auf Basis dieser Ergebnisse einen weiteren Test, der zeigen soll, dass nicht nur räumliche Kongruenz, sondern auch affektive Kongruenz zu schnelleren Reaktionen führt. Hierbei beweist er, dass es Probanden schneller gelingt, positiven Reizen einen positiven Begriff zuzuordnen als einen negativen und umgekehrt. Diese Ergebnisse sind maßgeblich für die Entwicklung zweier indirekter Messverfahren, die Einstellungen über Reaktionszeitverzögerungen erheben: Der Implizite Assoziations-Test (Implicit Association Test, IAT) und das Affektive Priming (affective Priming AF).

3.9.3. *Der Implicit Association Test (IAT)*

Grennwald, Schwarz und McGhee (1998) führen mit dem IAT das bekannteste der impliziten Messverfahren ein. Der IAT beinhaltet zwei parallel zu erledigende Zuordnungsaufgaben. Ein mittig eingeblendetes Bild oder ein Begriff muss durch Tastendruck den Oberbegriffen links oder rechts zugeordnet werden. Im Beispiel (Abbildung 12) müsste das Bild der älteren Frau also mit linkem Tastendruck zugeordnet werden. Sind die zu einer Seite zuzuordnenden Begriffe kongruent (also werden in dem Beispiel in Abbildung 5 älteren Personen positive Eigenschaften zugeordnet), kann das Zuordnen zum richtigen Target schneller erfolgen als wenn eine Inkongruenz besteht (wenn z.B. die Einstellung gegenüber älteren Menschen in diesem Beispiel negativ ist). Durch die Reaktionszeiten in den jeweiligen Bedingungen (eine weitere Bedingung wäre in diesem Fall, dass auf einer Seite die Begriffe ‚alt‘ und ‚schlecht‘ stehen, auf der anderen Seite ‚jung‘ und ‚gut‘) kann abgeleitet werden, ob der Proband eher positive oder negative Einstellungen dem Target (ältere / jüngere Personen) gegenüber hat. Der IAT wurde in unterschiedlichsten Settings der Wissenschaft eingesetzt und erweist sich als reliabel und valide (Grennwald et al. 1998). Eine große Diskussion über den IAT beschäftigt sich mit den Fragen, was durch den IAT gemessen wird und welche Mechanismen diesem zugrunde liegen. Dies soll in einem späteren Kapitel genauer differenziert werden. Da der IAT nur mit Kategorien arbeiten kann, die dichotom sind (also z.B. gut/schlecht, jung/alt, Geschlecht) nicht aber mit Begriffen, die ordinal in Reihenfolge gebracht werden können (wie bspw. Sportarten ihrer Popularität nach geordnet) ist der IAT für die Forschungsfragen dieser Arbeit nicht von Bedeutung, stattdessen wird das affektive Priming (AF) angewendet.



Abbildung 12: Beispiel-Screenshot für ein IAT-Experiment.

3.9.4. Das affektive Priming

Auch das AP basiert auf Simon's Annahme, dass affektive Kongruenzen über Reaktionszeiten ermittelbar sind. Wie im IAT muss ein mittig auf einem Bildschirm eingeblendeter Begriff einer Kategorie durch linken oder rechten Tastendruck zugeordnet werden. Der Unterschied ist jedoch, dass zwei Reize hintereinander eingeblendet werden. Der erste Reiz (im Beispiel aus dem IAT die ältere Frau) wird als Begriff oder Bild für einen kurzen Zeitraum auf dem Bildschirm eingeblendet. Im unmittelbaren Anschluss wird ein Begriff (in diesem Fall aus dem Spektrum der Begrifflichkeiten ‚gut‘ oder ‚schlecht‘) eingeblendet, der durch Tastendruck dem Wortfeld zugeordnet werden soll. Die Annahme hinter dem AP-Paradigma lautet, dass die Reaktionsgeschwindigkeit bei der Zuordnung des Targets schnell ist, wenn der Prime und das Target kongruent zueinander sind. Im Beispiel aus dem IAT wäre dies der Fall, wenn eine Person negative Einstellungen gegenüber älteren Menschen hat, der Prime die ältere Frau ist und das Target ein Wort aus der Wortfamilie ‚schlecht‘ ist. Dies würde eine schnellere Reaktionszeit hervorrufen als nach demselben Prime bei derselben Person ein Wort der positiven Wortfamilie. Somit kann aus den Reaktionszeiten abgelesen werden, ob ein Prime eher positiv oder negativ assoziiert wird. Das AP zielt folglich darauf ab, die durch den Prime hervorgerufenen automatischen Aktivierungen in einer Reaktionszeitmessung zu operationalisieren (vgl. Wittenbrink, 2007). Der experimentelle Aufbau geht zurück auf Fazio und Olsen (2003), die den beim IAT wirkenden Mechanismus der Einstel-

lungsmessung durch indirekte Verfahren auf nicht-dichotom auseinander zu haltende Einstellungsobjekte übertragen wollten.

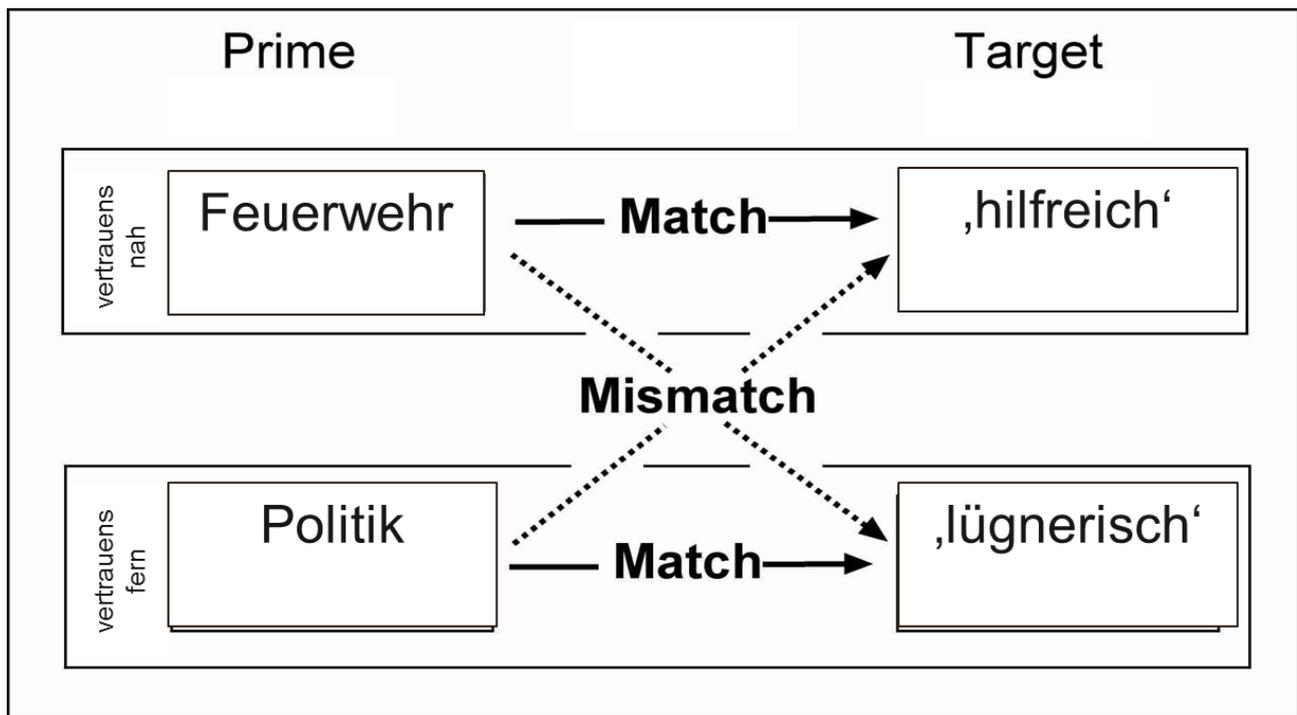


Abbildung 13: Angenommene Wirkungen beim AF-Paradigma.

3.9.5. Was wird bei indirekten Messverfahren gemessen?

Alle drei vorgestellten experimentellen Designs werfen die Frage auf, was durch die Reaktionszeitmessung operationalisiert wird. Um dieser Frage und den zwei maßgeblichen Antwortsträngen differenziert entgegenzutreten, ist es notwendig sich mit den Theorien zu den Mechanismen auseinanderzusetzen, die Einstellungen zugrunde liegen.

Nun wird einerseits angenommen, dass Einstellungen fortdauernde Strukturen im Langzeitgedächtnis sind, die somit fest und stabil verankert sind (Fazio, 1995). Andererseits argumentieren andere Forschungsgruppen (so z.B. Granowski & Bodenhausen, 2007), dass Einstellungen durch aktuelle durch den Kontext gegebene Informationen beeinflusst werden. Sie entsprechen somit einer situativen Bewertung eines Reizes wie einer Person oder einem Objekt. Wilson, Lindsey und Schooler (2000) fassen zusammen, dass man Entscheidungen als komplexes Konstrukt sehen müsse, da sie entweder vom Kontext abhängig und somit labil oder veränderbar seien oder stabile, zugrundeliegende Automatismen sind, die hervorgerufen werden. Entsprechend Greenwald und Banjai (1995) ließen sich somit explizite und implizite Einstellungen unterscheiden. Sie schlussfolgern aus dieser Unterscheidung, dass indirekte Messmethoden demnach implizite, also stabile und fest verankerte, aber nicht unbedingt offenbare Einstellungen messen, während mit direkten Messverfahren wie Befragungen oder Interviews explizite also bewusste und durch den Kontext veränderbare Einstellungen gemessen werden. De Houwer (2006) kritisiert diese Herangehensweise, da nicht messbar gemacht werden könne, ob bei

indirekten Messverfahren nicht auch Wahrnehmungen und Kontextreize bewusst durch den Probanden wahrgenommen werden können. Die Behauptung, dass indirekte Messmethoden also auch lediglich implizite, also fest verankerte Einstellungen messen, ist zu bezweifeln, wie auch Degner (2006) kritisiert.

Während Greenwald und Banaji (1995) ihre Mutmaßung, dass man explizite und implizite Einstellungen anhand der Testverfahren voneinander trennscharf unterscheiden könne, an geringen Korrelationen zwischen direkten und indirekten Messverfahren belegen, zeigen andere Studien (Gawronski & Bodenhausen, 2007), dass Reaktionszeitmessungen und Fragebogenmessungen zu denselben Einstellungstargets sehr hohe Korrelationen aufweisen.

Da laut de Houwer (2006) nicht ausgeschlossen werden kann, dass bei impliziten Messungen der Proband sich seiner durch die Reaktionszeiten operationalisierten Einstellungen bewusst ist, richtet sich diese Arbeit nach der Forschungsrichtung von Gawronski und Bodenhausen (2007). Diese sagen aus, dass sowohl direkte wie auch indirekte Messmethoden implizite und explizite Bestandteile der Einstellung von Menschen erheben können. Dementsprechend wird von einer Definition ausgegangen, die besagt, dass sich Einstellungen aus stabilen und automatisch produzierten Teilen und labilen, durch Situation und Kontext beeinflussten Teilen zusammensetzen. Indirekte und direkte Messverfahren sind demnach nicht gegeneinander gerichtete Messverfahren, sondern stellen Alternativen der Einstellungsmessung dar. Somit können Einstellungen nach Fazio (1995) auch als objektbewertende Assoziationen konzeptualisiert werden.

Diese Definition von Einstellungen dient auch als Grundlage des Verständnisses des für die indirekte Messung von Einstellungen genutzten Verfahrens des Primings. Unter Priming wird verstanden, dass durch das Präsentieren oder Wahrnehmen eines Reizes eine Aktivierung generiert wird (Bargh & Chartrand, 2000). Diese Aktivierung bezieht sich auf bestehende Einstellungen dem Objekt gegenüber, das durch den Prime präsentiert wird (bei dem Beispiel mit der älteren Frau also die positiven oder negativen Einstellungen, die mit älteren Menschen verbunden werden). Der Prime, sozusagen das Einstellungsobjekt (Wittenbrink, 2007) wird also durch das Subjekt wahrgenommen und beeinflusst dessen weiteres Verhalten und Handeln. Ist der Prime dementsprechend wie in den oben beschriebenen Experimentalformen kongruent oder inkongruent zur folgenden Aufgabe, wirkt er auf die Reaktionszeit ein.

Auf Basis der ausgewählten Paradigmen für Einstellungen und Priming wird demnach für diese Arbeit angenommen, dass das indirekte Messverfahren AP Aufschluss über die Einstellungen von Probanden gegenüber einem präsentierten Objekt geben kann. Es wird dabei explizit nicht davon ausgegangen, dass es sich um spezifische, implizite Einstellungen handelt. Darüber hinaus wird vermutet, dass durch Interventionen die indirekt gemessenen Einstellungen auch veränderbar sind und sich diese Veränderungen durch Reaktionszeitänderungen operationalisieren lassen.

3.9.6. Indirektes Messen von Vertrauen

Die von Mayer und Kollegen (1995) postulierten Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit entsprechen einer Wahrnehmung von bestimmten Eigenschaften des Vertrauensobjekts. Anders ausgedrückt handelt es sich um Einstellungen einer Person gegenüber einem Vertrauensobjekt in spezifischen Kategorien. Wenn also Einstellungen gegenüber einem Objekt durch indirekte Messverfahren erfasst werden können, sollte dies auch für spezifische Einstellungen gelten, in diesem Fall den Einstellungen gegenüber der Fähigkeit, dem Wohlwollen und der Integrität eines Vertrauensobjekts. Während in den meisten Studien, die mit der Methode des AP durchgeführt wurden und in denen das Konstrukt Vertrauen behandelt wurde, die Vertrauenswürdigkeit des Objekts, gegenüber dem Einstellungen gemessen wurden, durch das Stimulusmaterial manipuliert wurde (Callan, Kay, Olson, Brar & Whitefield, 2010; Légal, Chappé, Coiffard & Forrest, 2012; Posten, Ockenfels & Mussweiler, 2013) oder der Einfluss indirekt gemessener Einstellungen auf Vertrauen (Stanley, Sokol-Hessner, Banaji & Phelps, 2011; Meritt, Helmbaugh, Lachapell & Lea, 2013) genutzt wurde, zeigen Burns, Mearns und McGeorge (2012), dass auch die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit indirekt messbar gemacht werden kann. Hierbei beziehen sie sich auf die Wahrnehmung des Risikos, dass Personen in betrieblichen Settings wahrnehmen. Burns und Kollegen (2006) finden dabei Unterschiede hinsichtlich des direkt und indirekt gemessenen Vertrauens in Kollegen, Vorgesetzte und Vorstände in einem Unternehmen.

Dennoch wird kritisiert, dass durch indirekte Verfahren keine Einstellungen gemessen werden könnten (Fiedler, Messner & Bluemke, 2006). Ein Argument, was hierbei aufgeführt wird, ist, dass die Messung über Reaktionszeiten die für die Entscheidung, welche Einstellung man gegenüber einem Objekt hat, notwendigen kognitiven Vorgehensweisen unterbindet. Bezieht man dieses Argument auf die Messung von Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit eines Vertrauensobjekts, so lässt sich entgegenstellen, dass eine längere kognitive Auseinandersetzung mit den Stärken und Schwächen bzw. den möglichen Antezedenten des Gegenübers im Bereich des initialen Vertrauens nicht notwendig ist. Evidenz hierfür bietet auch die Neurowissenschaft: So zeigen Freeman, Stoiler, Ingbretsen und Hehman (2014) dass vertrauenswürdige und vertrauensunwürdige Gesichter direkt durch das Gehirn als solche wahrgenommen werden, was sich durch Unterschiede im Response-Verhalten der Amygdala auf präsentierte Bilder von ansonsten den Probanden unbekanntem Gesichtern zeigt. Dies legt nahe, dass Vorerfahrungen oder kognitive Prozesse für die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit nicht notwendig sind. Deswegen wird im Rahmen dieser Arbeit bei der Erfassung von angenommenen Unterschieden in der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit bei Pre-/Post-Designs auf indirekte Messverfahren zurückgegriffen.

3.10. Vertrauenswürdigkeit von Informationen

In den vorangegangenen Kapiteln wurde deutlich, dass die Vertrauenswürdigkeit von Personen und Organisationen auf Basis der wahrgenommenen Antezedenten gemessen werden kann. Während es sich bei Personen und Organisationen um Akteure handelt, die selber aktiv handeln können und sowohl als Vertrauenssubjekt als auch als Vertrauensobjekt in Erscheinung treten können, gibt es andere Vertrauensobjekte, die von ihren Grundvoraussetzungen den Annahmen des Modells von Mayer und Kollegen (1995) nicht entsprechen. Liest man bspw. einen Text in einer Zeitung oder auf einem Onlineportal, so ist man ebenfalls der Frage ausgesetzt, ob die präsentierte Information in diesem Text vertrauenswürdig ist oder nicht. Sicherlich können bestimmte Stimuli (Um welche Zeitung handelt es sich? Wer ist die / der Autor*in? Kenne ich die Autorin / den Autor?) einen Beitrag dazu leisten, wie ich die Information einschätze, die Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit, *Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität* sind in Bezug auf eine Information jedoch nicht bewertbar. Beispielsweise ist die Frage, ob eine Information selbst integer oder gar wohlwollend ist, nicht zu beantworten. Dennoch kann man davon ausgehen, dass auch Informationen, wie sie im Internet oder in Zeitungen lesbar sind, hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit eingeschätzt werden können. Demnach müssen andere Attribute herangezogen werden, um das Maß der Vertrauenswürdigkeit zu definieren.

Laut Rousseau und Kollegen (1998) kann generell angenommen werden, dass der Bedarf nach Vertrauen nur dann gegeben ist, wenn auch ein Risiko besteht. Kann es ein Risiko darstellen, einer Information zu vertrauen? Laut Kohring und Matthes (2007) kann eine journalistische Information in vier Facetten Mängel aufweisen, die Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit der Information haben: Erstens ist die Auswahl des Themas als Selektivitätskriterium ein Faktor, da durch sie entschieden wird, ob das Thema eine Relevanz für den Rezipient*innen hat oder nicht. Zweitens stellt die Faktenselektivität einen Bereich des Auswahlprozesses dar. Fakten sollten aus verschiedenen Perspektiven und vollständig sowie mit entsprechendem Kontext wiedergegeben werden. Als dritten Faktor machen Kohring & Matthes (2007) die Richtigkeit der Information aus. Dies bedeutet nicht nur, dass die Information korrekt wiedergegeben werden muss, sondern dass diese Information auch akkurat, d.h. in angemessener Art und Weise und überprüfbar dargestellt werden muss. Als letzten Faktor führen Kohring und Matthes (2007) an, dass mögliche Bewertungen, die mit der Information mitgeteilt werden, einen objektiven Standard haben sollen. Dies kann entweder durch den Verzicht von Bewertungen oder durch die gleichmäßig verteilt wiedergegebene Bewertung aus allen anwendbaren Perspektiven geschehen. Es kann angenommen werden, dass es ein Risiko darstellt, wenn man einer Information vertraut, die in einem oder mehreren der beschriebenen Faktoren eine Schwäche aufweist: Die Meinungsbildung und –weitergabe auf Basis einer in einer oder mehrerer dieser Facetten mangelhaften Information kann ein Risiko darstellen, wenn solche Informationen bspw. zu einem Kauf einer Ware

(Gefen, 2000) oder als (scheinbar) verifiziert übernommen und weiterverarbeitet (z.B. in Texten) werden (Nurse, Rahman, Creese, Gomdsmith & Lambers, 2011). Es muss angemerkt werden, dass der faktorielle Ansatz zur Messung von Vertrauenswürdigkeit durch Kohring (2004) bzw. Kohring und Matthes (2007) sich jedoch auf die Vertrauenswürdigkeit von journalistischen Informationen, also sehr spezifischen Quellen bezieht. Der Hintergrund dieses Paradigmas fußt folglich auf der Fragestellung, ob der journalistischen Berichterstattung vertraut werden kann. Adaptiert man dieses Modell auf die Messung von Vertrauenswürdigkeit von Informationen an sich (also losgelöst von der Autorin / vom Autor) blendet man den Hintergrund der Entstehung dieses faktoriellen Modells aus. Dennoch scheint die Annahme dieses Modells sinnvoll: Die Faktenselektivität, Themenselektivität und die Richtigkeit einer Information können bewertet werden, ohne den Autor zu kennen oder mit zu bewerten. Die Facette der Bewertung kann als transparente Darstellung der Vielschichtigkeit der Thematik interpretiert werden, die ebenfalls frei von Autor*in und Quelle analysiert werden kann. Folglich lassen alle vier Facetten zu, dass man nicht die Quelle als Ganzes inklusive ihres Autors oder der dahinterstehenden Organisation betrachtet, sondern separat ausschließlich anhand ihres Inhalts.

Mit der Fokussierung auf den Inhalt selbst mithilfe dieser Faktoren ist ein weiterer Schritt möglich, den Kohring (2007) nicht berücksichtigt: Die Trennung von Vertrauenswürdigkeit des Texts an sich und der Vertrauenswürdigkeit einer Quelle, wie einem Autor, einer Zeitung oder einer herausgebenden Organisation (die u.U. wiederum voneinander getrennt werden müssen, um die Vertrauenswürdigkeit dieser Teilbereiche einzeln zu identifizieren).

Deswegen soll mithilfe der von Kohring (2004) entwickelten Skala in dieser Arbeit die Vertrauenswürdigkeit von Informationen gemessen werden – unabhängig davon, ob es sich um eine journalistische, politische, neutrale oder andere Quelle handelt.

Es können hierbei zwei mögliche Einflussrichtungen zwischen der Vertrauenswürdigkeit von Informationen und der Vertrauenswürdigkeit der Person oder Organisation, die als Quelle dieser Information verantwortlich zeichnet, angenommen werden. Zum einen kann die Information darüber, wer eine Information verbreitet, die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Information selbst beeinflussen (Abbildung 14).

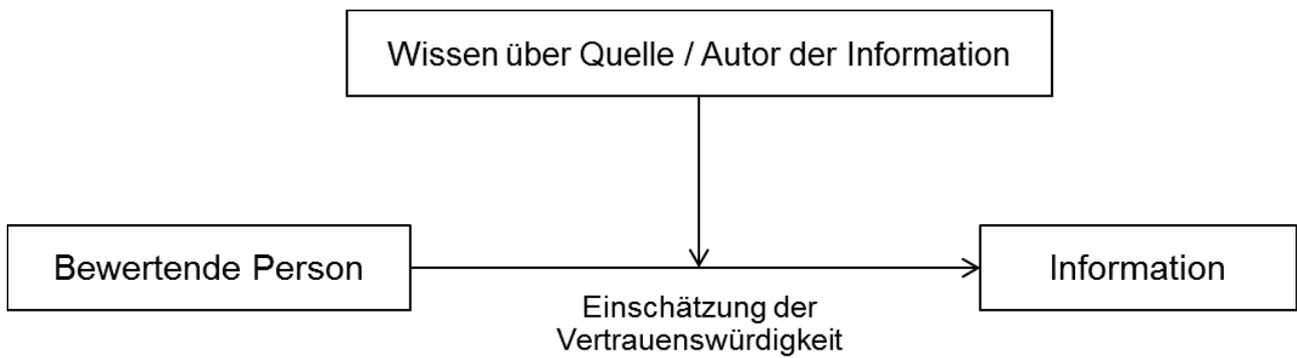


Abbildung 14: Einfluss des Autors/der Quelle auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit einer Information.

Ein Beispiel aus dem Themenbereich dieser Arbeit wäre ein gemeldeter Dopingverdacht einer Athletin / eines Athlet*innen. Wird diese Information durch eine direkte Quelle wie bspw. die nationale Anti-Doping Agentur vermeldet, der in Sachen Dopingverfolgung sowohl die Fähigkeit als auch die objektive Integrität und das Wohlwollen für einen sauberen Sport unterstellt werden kann, würde die Information sicherlich als vertrauenswürdiger betrachtet werden, als wenn dieselbe Information durch einen direkten Konkurrenten oder sogar den Fanclub des Konkurrenten mitgeteilt wird, da die Bewertung der Antezedenten anders wäre. Während dieses Beispiel einen klaren negativen oder positiven Einfluss auf die Information darstellt, ist dies bei betroffenen Sportverbänden nicht eindeutig: Teilt ein Sportverband einen Dopingverdacht mit oder räumt diesen aus, so muss die Fähigkeit der Bewertung, des Wohlwollens und der Integrität des Verbands situativ abgewogen werden: Kann der Verband als vertrauenswürdig anerkannt werden, so wird dies wiederum auch einen Einfluss auf die Bewertung der Information selbst haben.

Reziprok ist diese Beziehung, da auch eine von der Quelle herausgegebene Information einen Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit einer Quelle selbst haben kann, also die Wirkrichtung auch umgekehrt sein kann (Abbildung 15).

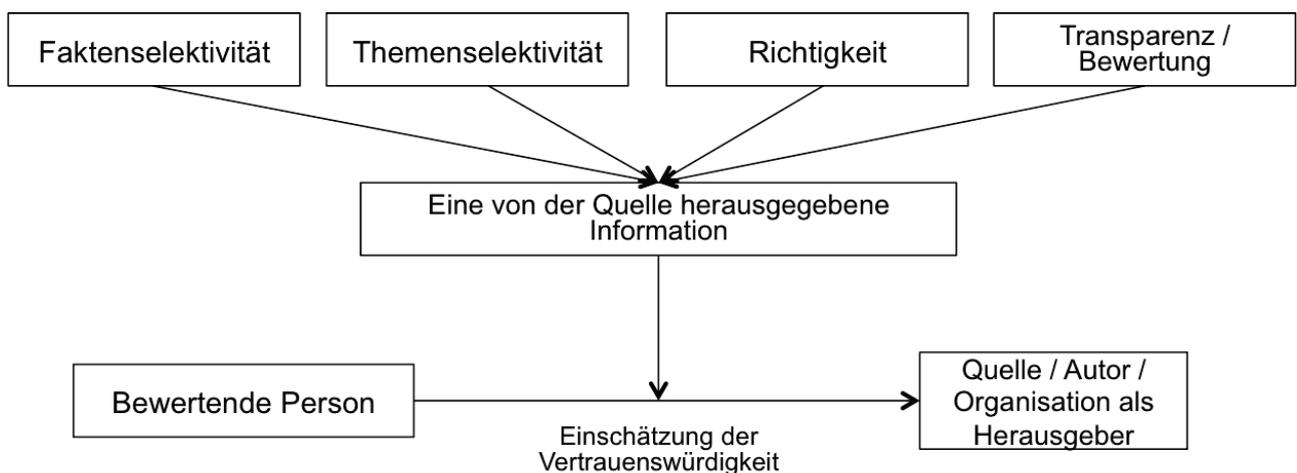


Abbildung 15: Einfluss von Informationen auf die Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit der Person, die die Information verbreitet hat.

Um beim Beispiel eines Sportverbands zu bleiben kann folgende Situation vorgestellt werden: Ein(e) Sportler*in eines nationalen Sportverbands gerät während eines größeren Turniers unter Dopingverdacht, welcher jedoch durch eine Pressemitteilung des Verbands ausgeräumt werden soll. Nun wird dem Verband schon bereits vor dem Turnier und dem Verdacht eine gewisse Vertrauenswürdigkeit durch Rezipient*innen wie auch Sportler*innen zugeschrieben. Die Art und Weise, wie nun eine Pressemitteilung gestaltet wird, kann dann zu einer Veränderung dieser wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit führen. Werden bspw. Fakten verschwiegen oder nur einseitig über den Fall berichtet oder gar falsche Informationen zum Ablauf oder zur Entstehung des Verdachts berichtet, wird sich dies möglicherweise nicht nur negativ auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Information selbst auswirken, sondern diese nicht oder gering vertrauenswürdige Information wird auch negative Folgen für die Vertrauenswürdigkeit der Quelle, also in diesem Fall den Verband, haben.

Entscheidend ist dies vor allem dann, wenn Organisatoren wie bspw. Verbände ihre Vertrauenswürdigkeit in einer kritischen Situation deutlich machen müssen. Dies kann der Fall sein, wenn das Image durch ein kritisches Ereignis davon bedroht ist, beschädigt zu werden oder allein durch den schwebenden Verdacht oder Vorwurf in Mitleidenschaft gebracht wurde. In diesem Fall verweist Coombs (2007) auf so genannte Krisen-Kommunikations-Strategien, die eine Organisation oder eine Person nutzen kann, um durch eine Mitteilung verlorenes Vertrauen zurückzugewinnen bzw. den Verlust des Images zu vermeiden, was auch einem Erhalt der Vertrauenswürdigkeit entspräche. Diese soll im folgenden Kapitel genauer erläutert werden.

3.11. Verlust und Wiederherstellung von Vertrauenswürdigkeit

Der Erhalt von Vertrauenswürdigkeit oder die Wiederherstellung dieser in Krisensituationen stellt ein spezifisches Feld der Vertrauensforschung dar. Droht eine Krisensituation das Image eines Konzerns, einer Organisation oder einer Person zu belasten, besteht der Zwang zu handeln und sich zu den Vorwürfen oder Ereignissen zu äußern. Tomlinson und Mayer (2009) untersuchen deswegen, inwiefern das Verhalten bei Vertrauensverlusten in das Modell von Mayer et al. (1995) integrierbar ist. Dabei gehen sie davon aus, dass nach einem negativen Resultat einer Vertrauenshandlung – also dem Eintreten der Verletzung, die mit dem verbundenen Risiko assoziiert war – es zu einem Vertrauensverlust und einer generellen emotionalen Unzufriedenheit kommt. Tomlinson und Mayer (2009) fügen an, dass ein negatives Resultat grundsätzlich in der Folge attribuiert wird und verweisen auf die Attributionstheorie von Weiner (1986). Demzufolge werden im Folgenden zwei Attributionsketten durch das Vertrauenssubjekt durchlaufen: In einem ersten Schritt wird analysiert, ob das Fehlverhalten auf die Fähigkeit, das Wohlwollen oder die Integrität des Vertrauensobjekts zurückzuführen ist. In einem zweiten Schritt werden Ort der Attribution (Ist der Fehler bei anderen oder bei dem Vertrauensobjekt; inter-

nal/external), die Stabilität des Verhaltens (bspw. bei internaler Attribution: War es Unvermögen oder Pech; stabil / instabil) sowie die Kontrollierbarkeit des Effekts durch das Vertrauensobjekt bewertet. Dies führt in einer Feedbackschleife wie im originalen Vertrauensmodell zu einer Neubewertung der Antezedenten der Vertrauenswürdigkeit.

Tomlinson und Mayer interpretieren die Möglichkeiten des Vertrauensobjekts, in diesen Prozess einzugreifen und damit Einfluss darauf zu üben, wie stark das Vertrauen verletzt wird bzw. wurde, so, dass diese beim Attributionsprozess des Vertrauenssubjekts anschließen. So kann die Reaktion des Vertrauensobjekts auf sein eigenes Fehlverhalten beeinflussen, wie das Verhalten letzten Endes interpretiert wird und sollte deswegen auf die Ursachenzuschreibung bezogen sein. Hierzu mutmaßen Tomlinson und Mayer (2009), dass einer verletzten Wahrnehmung der Fähigkeiten z.B. dadurch entgegengewirkt werden kann, dass der Grund external, unkontrollierbar und instabil vorlag. So schlagen die Autoren insgesamt acht Strategien vor, die sich darauf beziehen, wie die Einschätzung des Fehlverhaltens durch die Aussagen des Vertrauensobjekts beeinflusst werden kann. Neben dem Umgang mit spezifischen Zuschreibungen auf die Antezedenten geben die Autoren dabei ebenfalls Hinweise dazu, dass negative Emotionen reduziert und interne Attributionen verhindert werden sollten. Außerdem stellen sie die Thesen auf, dass Entschuldigungen hilfreich sein können, wenn sie interne Attributionen ausschließen oder die Wahrnehmung der Stabilität des Ereignisses vermindern und dass die Rechtfertigung des Verhaltens dann eine schützende Wirkung haben kann, wenn damit die Wahrnehmung der durch das Verhalten produzierten Verletzung vermindert wird. Den Autoren gelingt somit eine strukturelle Einbindung des Vertrauenswiederherstellungsprozesses in das Modell von Mayer et al. (1995). Allerdings legen die Autoren hierzu keine empirischen Daten vor und verweisen lediglich auf die Möglichkeiten der Attributionswirkweisen. Hingegen beschäftigen sich zwei weitere zentrale Modelle mit der Frage, mit welchen Strategien es Betroffenen am besten gelingen kann, Vertrauensverluste zu verringern oder zu verhindern und gehen dabei auf spezifische Verhaltensweisen ein, die den Effekt des Vertrauensverlust mindern und verhindern können:

Benoit (1995, 1997) beschreibt die Notwendigkeit der Image-Repair-Strategien: Demnach besteht in solchen Strategien die Möglichkeit, das Problem mit einer Selbstverteidigung und Entschuldigung oder mit einem sich selbst-präsentierenden Auftritt zu vermindern. Zweites beschreibt bspw. ein bestimmtes Impression-Management, um durch kurzfristige oder langfristige gesetzte Aufmerksamkeitsfoci auf das positive Image der Person oder Organisation hinzuweisen. Diese taktischen Techniken sollen den Fokus von der eigentlichen Problemstellung ablenken oder diese in einen größeren Zusammenhang rücken. Somit können diese Strategien assertiv oder defensiv mit dem Ereignis oder der Krise umgehen. Dementsprechend kategorisiert Benoit (1997) die unterschiedlichen Herangehensweisen im Falle einer Krise in

- einfaches Widersprechen der Fakten,
- Ausflucht aus der Verantwortlichkeit,
- Reduzierung der Krise durch eigenes offensives Verhalten (wie bspw. den Ankläger selbst anklagen, die Thematik differenziert auslegen, positive Effekte entgegenstellen oder das Problem kleinreden),
- Korrigieren der Annahme oder des Verdachts
- Eingeständnis einer Schuld (einhergehend mit der Übernahme von Verantwortung und / oder der Bitte um Vergebung, Benoit 1997).

Neben dem Auftritt der verantwortlichen Person oder Organisation wird dabei die durch ein Statement oder durch eine herausgegebene textalische Presse- oder Homepagemitteilung Information von den Rezipient*innen (z.B. potentiellen Opfern, Medien, Politik, etc.) beurteilt. Somit wird im Fall einer Krisensituation sowohl das Gesagte oder Geschriebene – also die Information an sich – für mehr oder weniger vertrauenswürdig eingeschätzt, wie auch die verantwortliche Person oder Organisation selbst.

Alternativ hierzu besteht die ‚Situational Crisis Communication Theory‘ von Coombs (2006; 2007). Auch Coombs nennt unterschiedliche Strategien, wie sich Personen oder Organisationen in einer Krisensituation verhalten können. Er unterscheidet drei primäre Strategiearten, die sich wiederum in verschiedene Inhaltsbereiche gliedern sowie ein sekundäres Antwortverhalten. Unter den primären Strategien versteht Coombs die Verleumdung des Sachverhalts, die sich z.B. durch einen Angriff auf die Anklägerin / den Ankläger, durch die Verleumdung, dass es sich überhaupt um einen Krisenfall handelt oder durch das Verurteilen Dritter als Verursacher oder Schuldigen darstellen kann. Eine weitere primäre Strategie ist das Kleinreden der Situation durch Ausflüchte oder Rechtfertigungen. Die dritte Strategie wiederum beinhaltet den Wunsch des Wiederaufbaus von Image durch kompensatorische Versprechungen wie Entschädigungen oder die Entschuldigung für das Verhalten oder die Situation. Auf sekundärer Ebene sind puffernde Strategien zu nennen, wie bspw. die Erinnerung an vorherige positive Leistungen, sich selber als Opfer (bspw. einer Kampagne oder größeren Verschwörung) darstellen oder der bewusste Versuch sich bei bestimmten Zielgruppen beliebt zu machen (z.B. durch beides, Versprechungen und die Erinnerung an vorangegangene positive Erlebnisse).

Die Möglichkeit dieser Image-Repair-Strategien. Vertrauenswürdigkeit zu beeinflussen ist in verschiedenen Studien nachgewiesen. Sie unterstreichen die Chancen, die Personen und Organisationen durch Kommunikation haben, die Wahrnehmung ihrer Vertrauenswürdigkeit zu beeinflussen. Dies ist auch für das Themenfeld dieser Arbeit von hervorstechender Bedeutung: Wie in den vorangegangenen Kapiteln über Doping deutlich wurde, ist es für die Sportverbände wichtig, Vertrauenswürdigkeit im Hinblick auf ihre Anti-Doping Arbeit auszustrahlen. Dopingfälle stellen einen Krisenfall dar, bei dem auch die Rolle des Verbands sehr intensiv beleuchtet wird. Gerade in solchen Situationen kann anhand der Reaktionen eines Sportverbands abgelesen werden, wie sie sich zum Doping in ihrer Sportart positi-

onieren. Neben der allgemeinen Anti-Doping Arbeit und deren Präsentation durch unterschiedliche Medienkanäle stellen Krisensituationen, wie eben akute Dopingfälle, daher einen zentralen Untersuchungsgegenstand dar, wenn es darum geht, die Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit zu analysieren. Dies wird in Studie 6 dieser Arbeit explizit aufgegriffen.

4. Digitalisierung

Für die Reaktion in einer Krisensituation stehen einem Sportverband unterschiedliche Medienkanäle zur Verfügung, die wiederum Einfluss auf die Bewertung der Reaktion und der zugesprochenen Vertrauenswürdigkeit haben können. Zum Beispiel kann es einen Unterschied machen, wo und in welcher Situation eine Person oder Organisation eine Information mitteilt oder auf einen Angriff reagiert. Die Möglichkeiten dieser Präsentationsorte haben sich im Laufe der letzten Jahre stark vermehrt: Waren Sportverbände früher davon abhängig, dass Medien wie Zeitungen, Radio oder Fernsehen ihre Mitteilungen überlieferten und konnten so nur über die Wege von Interviews oder Pressemitteilungen ihre Vertrauenswürdigkeit in der Öffentlichkeit durch schriftliche Dokumente beeinflussen, sind die Möglichkeiten heute weitaus vielfältiger: Twitter, Facebook, eigene Homepages oder Blogs haben die Informationslandschaft in immenser Art und Weise verändert: Sie stehen den Verbänden nicht nur in Krisensituationen sondern jederzeit als Informationsplattform zur Verfügung. Deswegen kann angenommen werden, dass die Digitalisierung nicht nur die Medienlandschaft, sondern auch die Möglichkeiten und Gefahren für das Image, die Reputation und die Vertrauenswürdigkeit von Sportprotagonisten wie Sportverbänden maßgeblich verändert hat. Untersucht man den Forschungsgegenstand der Anti-Doping Arbeit hinsichtlich seiner Vertrauenswürdigkeit ist es daher unabdingbar, den Rahmen, den die digitalisierte Welt darstellt, miteinzubeziehen.

4.1. Definition von Digitalisierung

Hess (2013) unterteilt den Begriff Digitalisierung in zwei unterschiedliche Teilbereiche. Während sich die erste Interpretation auf die technische Umwandlung analoger Daten auf digitale Datenträger bezieht, leitet sich die für diese Arbeit maßgebende Interpretation aus dem englischen Wort „digitalization“ ab und bezieht sich auf die Konsequenzen der zunehmenden Nutzung digitaler Systeme und Medien. Demnach definiert Hess (2013) Digitalisierung in diesem Sinne auf drei Ebenen: Die erste Ebene stellen die einzelnen Individuen dar, für die die Digitalisierung als „verstärkte Anwendung von Nutzungssystemen zu einer Veränderung von Arbeits- und Handlungsweisen“ führt. Die zweite Ebene betrifft Organisationen, die durch die verstärkte Nutzung von Informationstechnologien die Ziele verfolgen, die Effizienz zu steigern und das Unternehmen besser mit Partnern und Kundinnen und Kunden zu vernetzen. Die dritte Ebene schließlich stellt laut Hess (2013) die Gesellschaft dar, in der es durch die Digitalisierung zu „strukturellen Veränderungen, etwa im Bildungs- oder Rechtssystem, beim Ausbau der Breitband-Infrastruktur oder der Einführung neuer Formen der Partizipation von Bürgern“ gekommen sei. So lässt sich insgesamt festhalten, dass die Digitalisierung alle Bereiche des menschlichen Zusammenlebens stark verändert hat und immer noch verändert.

Bezieht man den Begriff Digitalisierung auf die Aspekte Vertrauen und Kommunikation so kann als Oberbegriff für die Veränderung der damit verbundenen Kommuni-

kationsmöglichkeiten die Mediatisierung (Krotz, 2007; oder in anderen Quellen auf Medialisierung, z.B. Meyen, 2009) gesehen werden. Unter der Mediatisierung kommunikativen Handelns versteht Krotz (2007; 2012), dass der Wandel der Kommunikation durch den Einfluss digitaler Medien auch einen Wandel der Kultur mit sich bringt. Dieser Wandel beinhaltet Veränderungen auf zeitlicher, räumlicher und sozialer Ebene (Krotz, 2012). So sind Medien, Informationen und Inhalte heute jederzeit und wiederholbar abrufbar, Personen und Organisationen auf der ganzen Welt sind durch Medien und die Verbreitung von Internet und Mobiltelefonie vernetzt und unterschiedliche Lebensbereiche, wie Beruf, Familie aber auch Freizeit und Kultur sind von dieser Veränderung beeinflusst. Neben der Face-to-Face Kommunikation und der Informationsaufnahme durch Medien nimmt zudem der interaktive Austausch durch Social-Media wie Facebook oder Twitter weiterhin zu. Lundby (2009) sieht als Konsequenz der Mediatisierung, dass die heutige Kultur ohne Berücksichtigung der Medien und der Mediatisierung nicht mehr verstanden werden könne. Meyen (2009) beschreibt vier zentrale Veränderungsprozesse, die mit der Mediatisierung einhergehen. Dieses sind die Extension, also die Erweiterung der Kommunikationsmöglichkeiten, die Substitution, die Ablösung alter Medien durch neue Formen, die Amalgamation, die Verschmelzung verschiedener Medien (z.B. das Fernsehen über das Internet) und die Accomodation, die Anpassung der Kultur durch die bloße Existenz der Medien.

4.2. Einordnung

Lundbys Annahme darüber, dass ohne Berücksichtigung der Mediatisierung die heutige Kultur und das menschliche Zusammenleben nicht mehr verstanden werden könne, lässt sich anhand verschiedener Statistiken zum Ausmaß der Digitalisierung festmachen.

So führen Hilbert und López (2011) an, dass mittlerweile (Stand 2007) 94% aller in der Welt verfügbaren Informationen digital vorliegen. Informationen werden demnach vornehmlich nicht mehr analog festgehalten, sondern sind über das Internet abrufbar. Die Autoren vergleichen diesen Wert mit dem des Jahres 1993, wo lediglich 3% aller Informationen digital vorlagen.

Bezogen auf den deutschsprachigen Raum ordnet eine jährlich durch die öffentlichen Rundfunkanstalten in Auftrag gegebene Online-Studie die Bedeutung der Digitalisierung und ihre Ausmaße ein (Busemann & Gscheidle, 2012; Busemann, 2013).

Der Fokus des Berichts für das Jahr 2012 lag auf der Fragestellung, wie und wofür das Internet vorwiegend genutzt wird. Hierbei zeigen Busemann und Gscheidle (2012), dass vor allem junge Konsumenten das Internet und hier vor allem soziale Netzwerke nutzen. So partizipieren 88% der Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren an privaten Netzwerken und Communities, während der Gesamtdurchschnitt der Bevölkerung bei 43% liegt. Ein weiterer zentraler Aspekt, den die Studie herausarbeitet, ist, dass die Bedeutung so genannter One-to-many Kommunikatio-

nen steigt. Dies meint, dass Einzelpersonen wie auch Organisationen das Internet immer stärker dafür nutzen, ihre Meinung, oder Haltung oder ihre Handlungen einer breiten Rezipient*innen-Gruppe zu präsentieren. Gleichzeitig oder eben dadurch bieten diese Communities vielfältige Informationsmöglichkeiten, sodass angenommen werden kann, dass diese Portale stärker zur Meinungsbildung herangezogen werden.

Die Analyse des Jahres 2013 zeigt, dass sich die Nutzungsdauer des Internets auf ca. 63 Minuten pro Tag erhöht hat (Busemann, 2013). Dabei nimmt vor allem der Anteil an Informationsbeschaffung, z.B. zu tagesaktuellen Ereignissen weiterhin zu und wird durch die mobile Internetnutzung noch weiter ansteigen. Ein weiterer Aspekt, den Busemann (2013) nennt, bezieht sich auf die steigende Anzahl an Fanseiten und deren verstärkte Beliebtheit. Rezipient*innen nutzen die Angebote ihrer Community verstärkt, um sich zu informieren. Dies beinhaltet für die Anbieter dieser Internetpräsenzen, zu denen auch Sportler, Sportvereine und Sportverbände gezählt werden können, dass sie hierdurch die Möglichkeit haben sich direkt an ihre Rezipient*innen zu wenden. Diese unmittelbare Kommunikation gewinnt für die Protagonisten des Sports aus verschiedenen Aspekten an Bedeutung.

4.3. Bedeutung der Digitalisierung

Betrachtet man die möglichen Effekte der Digitalisierung für die Verbreitung von Informationen, so sind zwei zentrale Perspektiven zu nennen: Die Zunahme von sozialer Komplexität durch die Vermehrung von Informationen und Quellen und die Möglichkeiten des unmittelbaren Informationsaustauschs für Sender und Empfänger.

Zunächst geht die durch Hilbert und Lopez (2011) skizzierte Zunahme der Informationen mit einer Zunahme von Entscheidungsprozessen einher: Waren die Informationsmöglichkeiten im analogen Zeitalter noch auf Zeitungen, TV und Radio begrenzt, steht heute eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Informationsaufnahme zur Verfügung. Auf den ersten Blick erschwert dies das soziale Miteinander, da eine Zunahme von Komplexität nach Luhmann (1979) gleichzeitig einer Abnahme an sozialem Grundvertrauen gleichkommt. Ein Beispiel: Die durch die TV-Nachrichten bereitgestellten Informationen wurden im analogen Zeitalter als allgemein gültig anerkannt. Sie galten als vertrauenswürdig und mussten dies auch sein, da durch das Vertrauen in diese Medienkanäle die Komplexität des Zusammenlebens reduziert wurde. Oder anders ausgedrückt: Was in den Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen Sender präsentiert wurde, musste nicht noch weiter durch jeden einzelnen Rezipient*innen verifiziert werden, es wurde als allgemein geltende Information angenommen. Im heutigen digitalen Zeitalter zeigt sich jedoch, dass auch die ansonsten vertrauenswürdigen Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Sender anderen Informationen gegenüber stehen, die einen anderen Standpunkt einnehmen und im Internet verbreitet werden. Darüber hinaus liegen Beispiele dafür vor, dass Internetquellen die Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Sender widerlegen.

Ein Beispiel hierzu stellt die Berichterstattung der ARD und des ZDF über einen Hubschrauberabschuss im Ukraine-Konflikt 2014 dar. Internetmedien wiesen nach, dass es sich bei den gezeigten Bildern um Material handelte, das bereits 2008 im Georgienkonflikt entstanden war (Meisner, 2014). Das digitale Zeitalter führt folglich dazu, dass die Informationsaufnahme komplexer wird, weil der Rezipient für sich entscheiden muss, welcher Quelle er vertraut und dabei unter Umständen mit unterschiedlichen Informationen konfrontiert wird.

Gleichzeitig stellt diese Zunahme an Informationsquellen jedoch auch einen potentiellen Mehrwert dar. Für die Rezipientin / den Rezipienten stehen weitaus mehr Quellen zur Verfügung, die er hinzuziehen kann, um sich ein umfassendes Bild über einen Sachverhalt zu machen. Dies bedeutet gleichzeitig auch, dass neben den journalistischen Medien weitere Informationsgeber auftreten. Dies betrifft zum einen Privatpersonen, die durch Blogs, soziale Netzwerke und andere Community-Möglichkeiten am Informationsaustausch partizipieren (Busemann, 2013). Zum anderen steht es Einzelpersonen wie auch Organisationen somit offen, eigene Standpunkte direkt zu vertreten. Waren im analogen Zeitalter Firmen, Sportler oder Non-Profit Organisationen neben ihrer eigenen Werbung davon abhängig, dass journalistische Medien ihre Informationen verbreiteten, können diese nun eigenständig und damit unmittelbar mit dem Abnehmer der Information kommunizieren. Dies nutzen Firmen, Organisationen aber auch Einzelpersonen, die einen Rezipientenkreis wie Kund*innen, Fans oder unmittelbar beteiligte (wie bspw. Universitäten ihre Studierenden oder Betriebe ihre Mitarbeiter*innen) erreichen möchten. Hierfür stehen ihnen Homepages genauso wie soziale Medien wie Facebook, Twitter oder Applications zur Verfügung. Für den Abnehmer der Information bedeutet dies, dass das digitale Zeitalter nicht nur mehr Quellen bietet, sondern dass diese Quellen auch ungefilterter sein können. Dies kann ein Vorteil sein, da die Informationen nun unmittelbar an den Konsumenten herangetragen werden und er sich selbst ein Bild machen kann, birgt aber auch Gefahren, da es die Entscheidung, ob eine Information und dessen Quelle vertrauenswürdig ist oder nicht, noch komplexer macht.

Doch nicht nur aus dieser Perspektive verändert die Digitalisierung Vertrauensprozesse. So führt sie auch dazu, dass immer mehr Prozesse, die früher noch im normalen Alltag angesiedelt waren, auf das Internet verschoben werden. So ist beispielsweise das Online-Shopping ein in den letzten Jahren immer stärker expandierender Bereich, bei dem Menschen vielschichtig Vertrauen spenden: Der Plattform, über die das Produkt verkauft wird, weil man das Produkt nicht selber in der Hand halten und bewerten kann, dem System, dass es sicher gegen Kreditkartenbetrug oder andere Formen von Hackerangriffen ist oder dem Prozessablauf, der verspricht, dass die bestellte Ware auch bei einem selbst ankommt sowie dem Anbieter des Produkts an sich. Hierbei muss man sich als Käufer auf unterschiedliche Faktoren verlassen, die zur Verfügung stehen: Sicherheitssiegel sollen die Vertrauenswürdigkeit des Systems unterstreichen, Käuferbewertungen können Informationen über die Qualität des Produkts liefern, versprochene Garantieleistungen bieten dem Käufer Sicherheit und eine wahrgenommene Minimierung des Risikos. Den-

noch stellt sich bei einer Transaktion im Internet genauso wie bei anderen digitalen Prozessen, die Frage, wie man einem System vertrauen kann, dessen verantwortliche Personen oftmals nicht identifizierbar sind und die unterschiedlichen Bereiche, denen es zu vertrauen gilt, komplex miteinander verstrickt sind. Die Frage der Messbarkeit von Vertrauen muss also paradigmatisch auf digitale Angebote ausgeweitet werden. Hier müssen, analog zu den bisher vorgestellten Vertrauenskonstellationen zwei Überlegungen berücksichtigt werden: Zum einen, wie Homepages oder andere Internetinhalte sowie die Informationen, die sie präsentieren, hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit beurteilt werden können; zum anderen, welchen Einfluss digital präsentierte Informationen auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit einer Quelle haben.

4.4. Digitalisierung und Vertrauen

Die Adaption von Vertrauensmodellen auf die Veränderungen der digitalisierten Welt erfolgt zunächst unter der Perspektive betriebswirtschaftlicher Aspekte des Internets. McKnight und Chervany (2001) entwickeln ein Modell zu Käufervertrauen im Internet, das an das in dieser Arbeit genutzte Modell von Mayer et al. (1995) anschließt. Sie identifizieren die Antezedenten Kompetenz (ähnlich Fähigkeit), Wohlwollen, Integrität und Voraussagekraft als wichtige Faktoren, die zu einer Vertrauenshandlung im Internet führen. Während sich die ersten drei Antezedenten mit denen des Modells von Mayer et al. (1995) decken, beschreibt die vierte Kategorie, die Einschätzung, wie gut voraussagbar und damit konsistent das Verhalten des Gegenübers ist. Dieser Aspekt der Verlässlichkeit, der hier als erweiternder Faktor im Modell aufgenommen wird, wird im Modell von Mayer et al. (1995) dem Aspekt der Integrität untergeordnet. Die weitere Modellkonstruktion fußt auf denselben Aspekten wie das Ursprungsmodell: Antezedenten-Beurteilung, eigene Vertrauensneigung und Wahrnehmung des Risikos führen zu einer Vertrauensintention (McKnight & Chervany, 2001, S.33). Allerdings führen die Autoren einen weiteren Aspekt auf, der im Online-Setting von besonderer Bedeutung ist: Wem und was wird hier eigentlich vertraut? Hierzu leiten die Autoren ein Modell her, dass sich interdisziplinär aus den psychologischen, soziologischen und sozial-psychologischen Konstrukten von Vertrauen zusammensetzt. Während die dispositionale Vertrauensneigung und das Vertrauen auf Basis der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit eines Gegenüber psychologisch bzw. sozialpsychologisch erforschte Konstrukte sind, integrieren die Autoren mit dem institutionellen Vertrauen (Luhmann, 1979) ein Konstrukt aus der Soziologie in ihr Modell. Dies erscheint den Autoren notwendig, da bei einer Vertrauenshandlung im Internet eine wichtige Rolle spielt, ob man dem System des Internets, also den digitalen Prozessen an sich, traut. Diese Erweiterung des Modells zeigt, dass das Vertrauen im Internet ein komplexer Gegenstand ist, bei dem mehrere Vertrauensbewertungen eine Rolle spielen: So sind es die wahrgenommenen Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit, die sich a.) auf die Information oder die Internetseite an sich oder b.) auf die dazugehörige Quelle wie

eine Firma oder eine Organisation beziehen kann. Darüber hinaus spielt eine Rolle, ob c.) dem System Internet (oder im Fall von McKnight und Chervany (2001) dem System Internethandel) vertraut wird oder nicht. Hieraus lässt sich ableiten, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von Online-Präsenzen in vielerlei Hinsicht beeinflusst werden kann: Nicht nur die Person oder Organisation, die für die Online-Präsentation verantwortlich ist, wird auf Basis ihrer Vertrauenswürdigkeit beurteilt, sondern auch das System an sich und die gegebenen Informationen. Im Folgenden soll daher herausgearbeitet werden, wie an welchen Stellen dieser komplexen Vertrauensbewertung die Vertrauenswürdigkeit gesteigert werden kann: Dies geschieht auf drei Ebenen: Auf Ebene der verantwortlichen Person / Organisation, auf Ebene der Informationen, die zur Verfügung stehen und auf Ebene der Internetpräsenz, die als System dem Vertrauensgeber, als vertrauenswürdig präsentiert werden soll.

Beldad, de Jong und Steeholder (2010) stellen die Faktoren von Online-Vertrauen in einem Review differenziert dar. Sie unterscheiden nach Lewicki und Bunker (1996) drei Kategorien von Vertrauen, die als Untersuchungsgegenstand dienen:

- Vertrauen als individuelle Eigenschaft,
- Vertrauen als Erwartungshaltung (negativer oder positiver Art) sowie
- Vertrauen als institutionelles Phänomen.

Werden die von Mayer und Kollegen postulierten Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit auf die digitale Welt zu projiziert, so unterscheiden Beldad et al. (2010) drei Formen von Vertrauensantecedenten, die in empirischen Studien untersucht worden sind:

- Händler-Klient-basierte Vertrauensantecedenten,
- Website-basierte Vertrauensantecedenten und
- Firma bzw. Organisations-basierte Vertrauensantecedenten.

Der Ansatz geht von einem grundlegenden Käufer-Verkäufer-Verhältnis im Internet aus, sodass hier das Vertrauen durch eine mögliche Kaufhandlung oder einen Vertragsabschluss operationalisiert wird, lässt sich aber auch andere Vertrauensprozesse im Internet anwenden, z.B. bei der Informationsaufnahme. Während Antezedenten für Händler, Klienten, Firmen und Organisation äquivalent zu den Faktoren im Modell von Mayer et al. (1995) gesehen werden können, stellen die Website-basierten Antezedenten ein neues Feld dar:

Bereits Davis (1989) stellt die wahrgenommene Handhabbarkeit von Technologien als wichtigen Faktor dafür heraus, ob ein technisches Gerät als einfach in Arbeitsabläufe zu integrieren beurteilt wird. Grabner-Kraeuter (2002) überführt dies auf das Setting von Websites und damit verbunden auf die Einfachheit der Navigation. So argumentieren auch Flavian, Guinlíu und Gurrea (2006), dass ein Misstrauen aus einer geringen Nutzbarkeit des Angebots entstehen kann. Chau, Lee und Au

(2007) zeigen, dass langes Suchen einer Informationen zu Verringerung von Vertrauen führen kann. Beide Aspekte können im Vertrauensmodell dem Faktor Wohlwollen zugeordnet werden: Ein Rezipient, der nicht findet, was er sucht, wird dem Angebot absprechen, dass es für ihn passend aufbereitet ist.

Neben der Erreichbarkeit der Informationen spielt auch die Qualität der dargebotenen Information eine Rolle bei der Vertrauensbildung (Bart, Shankar, Sultan & Urban, 2005). Liao, Palvia und Lin (2006) unterteilen diese Qualität wiederum in Akkuratheit, Vollständigkeit und Nützlichkeit der Informationen. Ein spezieller Aspekt der oben genannten Vollständigkeit der Angaben wird bei Kim, Song, Braynov & Rao (2005) mit der Aktualität beschrieben. Wurde die Berichterstattung für einen längeren Zeitraum nicht aktualisiert oder neueste Informationen ausgespart kann auch dies zu einer Minderung der Vertrauenswürdigkeit führen. Dieser Aspekt lässt sich sowohl der Fähigkeit als auch der Integrität der verantwortlichen Quelle zuschreiben.

Darüber hinaus führen die Autoren (Beldad et al., 2011) Hinweise sozialer Präsenz und hier speziell Fotografien auf (vgl. Riegelsberger & Sasse, 2002) sowie z.B. der Einfluss der Farbgebung und grafischer Feinheiten (Kim & Moon, 1998) oder der Einfluss von Grammatik, Rechtschreibung und Syntax der Verfasser, auf die hier im Weiteren nicht eingegangen werden soll, da sie sich auf Aspekte der Wahrnehmung technischer Umsetzungen beziehen.

Karimov, Brengman und Van Hove (2011) schließen an die oben genannten Aspekte des Onlinevertrauens an und unterteilen die Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit in Bezug auf Websites, die auch Beldad und Kollegen identifizieren, in drei Dimensionen: das visuelle Design, soziale Schlüsselreize und Inhaltliche Aspekte. Sie postulieren, dass diese Antezedenten dafür ausschlaggebend sind, ob einer hinter einer Website stehenden verantwortlichen Quelle Vertrauenswürdigkeit zugesprochen wird oder nicht. Hierbei unterteilen Karimov et al. (2011) die visuellen Antezedenten wiederum in die Faktoren Struktur und Grafik der Website. Auch die sozialen Schlüsselreize untergliedern sich: Fotos oder Videos werden als verstärkende Features interpretiert, Avatare, die dem Nutzer der Homepage behilflich sein sollen, als sogenannte Assistenz-Features und die Verknüpfung mit Blogs oder Kommentarfunktionen als Social-Media-Features. Der Inhalt der Seite kann hinsichtlich seines Informationsgehalts, dem Bekanntheitsgrad der Marke, der Firma oder dahinterliegenden Organisation sowie bei Verkaufsplattformen durch interne und externe Garantien für sicheres Surfen oder eine transparente Firmenpolicy beurteilt werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Vertrauen im Onlinesetting drei Ebenen beinhaltet: die Inhalte der Onlinepräsenz, die hinter der Online-Präsenz stehende Quelle und die Umsetzung der Inhalte durch die Quelle im System Internet. Hieraus leitet sich ab, dass Fragestellungen zur Vertrauenswürdigkeit unter Miteinbeziehung der Digitalisierung auf drei Ebenen zielen sollten:

- Die erste Ebene beschäftigt sich mit der Quelle der Information an sich, also im Fall dieser Arbeit mit dem Sportverband, der digital seine Informationen auf seine Homepage o.ä. verbreitet. Fragestellungen sind demnach, ob die Quelle allgemein als vertrauenswürdig angesehen wird und wie die digitale Präsenz diese Vertrauenswürdigkeit beeinflusst.
- Die zweite Ebene beschäftigt sich mit den Inhalten selbst, also hier mit der Anti-Doping Arbeit, die digital präsentiert wird. Fragestellungen sind demnach, ob die Information selbst als vertrauenswürdig betrachtet wird, welche Aspekte die Vertrauenswürdigkeit der digital präsentierten Information beeinflussen und ob die Vertrauenswürdigkeit der Information wiederum das Vertrauen in die dahinter stehende Quelle beeinflusst.
- Die dritte Ebene beschäftigt sich damit, in welcher Art und Weise Inhalte durch die jeweiligen Quellen im Internet präsentiert werden, also wie die Anti-Doping Arbeit durch einen Sportverband digital präsentiert wird. Hierbei sind mehrere Fragestellungen denkbar, bspw. welche Methoden eine Quelle nutzt, um seine Inhalte zu präsentieren, wie sie dies technisch umsetzt oder wie sie einem Sachverhalt Stellung bezieht und welchen Einfluss diese Punkte auf die Vertrauenswürdigkeit der präsentierten Information haben.

Um diese Ebenen weiter auszuführen, erscheint es sinnvoll zunächst einen Blick darauf zu werfen, in wie weit die Digitalisierung den Sport, und im Speziellen die Anti-Doping Arbeit verändert hat und ob die Mediatisierung nicht nur einen Kulturwandel sondern auch bereits einen Wandel im Kulturphänomen Sport herbeigeführt hat.

4.5. Digitalisierung im Sport und in der Doping-Prävention

Meyen (2009) beschreibt, dass die mit der Digitalisierung einhergehende Medialisierung (bzw. Mediatisierung), sich auf die Felder Politik, Erziehung, Kunst, Wissenschaft, Wirtschaft, Alltag und Sport auswirke. Für den Sport nimmt dabei Schauerte (2004) an, dass die Medialisierung einerseits den Sport selbst auf verschiedenen Ebenen (zwischen den Akteuren, zwischen Akteuren und Rezipient*innen bzw. anderen Abnehmern sowie institutionell bzw. organisatorisch) verändert habe, andererseits jedoch auch den Stellenwert in der Gesellschaft und die Übernahme von Motiven aus dem Sport (z.B. Sieg vs. Niederlage) maßgeblich beeinflusst habe. Der Sport ist demnach ein Beispiel dafür, wie sich durch den Wandel der Medienkultur auch das Kulturgut selbst verändert hat.

Forschungsevidenz zur Digitalisierung im Sport liegt vor allem zur Nutzung von Social Media Portalen wie Facebook oder Twitter durch Athlet*innen und Sportvereine vor. Studien, die sich mit der Facebook-Kommunikation von Athlet*innen (Butts, 2008, Sheffer & Schultz, 2011; Wallace, Wilson & Milloch, 2011) oder der Nutzung von Twitter (Byrd, 2012; Kassing & Sanderson, 2010; Pegoraro, 2010) beschäftigen, zeigen, dass Athlet*innen immer häufiger digitale Medien nutzen, um direkt in Kontakt mit Publikum und Fans zu treten. Dabei steht den Athlet*innen und Vereinen die Möglichkeit offen, Ereignisse, Sachverhalte und Meinungen unmittel-

bar mitzuteilen und einen immer größer werdenden Rezipienten-Kreis zu erreichen. Die Protagonisten des Sports sind laut Hutchins (2011) somit in der Lage, die „gate-keeper“ Rolle des Journalismus durch die Errungenschaften des Internets zu umgehen. Hutchins (2011) schlussfolgert, dass Formate wie Twitter dazu geeignet seien, als überzeugende und meinungsmachende Features durch Athlet*innen wie auch durch Vereine oder Fans eingesetzt zu werden.

Weitere Studien zeigen, dass die Digitalisierung nicht nur Athlet*innen und Sportvereinen sondern auch ganzen Sportarten neue Möglichkeiten der Vermarktung und der Sponsorensuche gebracht hat (McKelvey & Masteralexis, 2011). So werden Großereignisse wie die Olympischen Spiele heute in völlig anderer Form präsentiert als es noch vor einigen Jahren der Fall war: Hutchins und Mikoza (2010) beschreiben, dass während der Olympischen Spiele in Peking 2008 nicht nur das gesamte Sportangebot über das Internet und Online-Portale vermarktet wurde, sondern dass auch Sportverbände und Athlet*innen das Internet im hohen Maße nutzten, um sich zu präsentieren und zu vermarkten. Die / Der Rezipient*in konnte dadurch jederzeit und überall auf die Ereignisse der Olympischen Spiele blicken, was dazu führte, dass die Spiele intensiver konsumiert wurden als zuvor. Dies ist ein Effekt, der vor allem kleineren, weniger gut vermarkteten Sportarten zugute kam, da sie durch die nun vorhandene digitale Präsenz stärker wahrgenommen wurden.

Besonders prägnant ist der Einfluss digitaler Angebote (und hier besonders der Einfluss von Social Media Portalen) bei kritischen Ereignissen, die Sportarten, Sportler oder Mannschaften betreffen. Wurde vor dem Internetzeitalter lediglich durch die journalistischen Medien wie Zeitung, TV oder Radio über Krisen oder Skandale berichtet, können durch das Internet nun alle Beteiligten zu Wort kommen und auf die Meinungsbildung in der Öffentlichkeit entscheidend Einfluss nehmen.

So zeigen Bruce und Tini (2008) wie in bestimmten Sportarten wie Rugby das Internet genutzt wird, um Krisensituationen entgegenzutreten. Die Forschung um Krisenkommunikation (Coombs, 2007) und Image-Repair-Strategien (Benoit, 1997) kann sich unterschiedlicher Beispiele aus dem Sport bedienen, da vor allem Athlet*innen das Internet nutzen, um sich bei Verdachtsmomenten oder Vorwürfen direkt zu äußern. So untersucht Glantz (2010) die Krisenkommunikation im Fall des Dopingsüunders Floyd Landis und zeigt dabei auf, welche digitalen Strategien seitens des Athleten genutzt wurden. Hierbei zeigt sich, dass Landis durch die Wahl konfrontativer Strategien seine Glaubwürdigkeit bei allgemeinen Rezipient*innen nicht zurückgewinnen kann.

Floyd Landis ist ein Beispiel dafür, dass auch das Thema Doping im Internet verstärkt diskutiert wird. Dies bezieht sich aber in erster Linie auf Dopingfälle, die zu Reaktionen verschiedener Protagonisten führen. Zur Verbreitung, Wahrnehmung und Wirkung digitaler Anti-Doping Arbeit liegen hingegen keine bekannten Studien vor. Dies ist durchaus überraschend, da die WADA und auch viele nationale Anti-Doping Agenturen ihr gesamtes Programm mittlerweile digital darbieten. So sind auf den Seiten der WADA nicht nur die aktuellsten Berichte zur der Arbeit der

WADA abrufbar, sondern auch sämtliche Informationen, aktuelle News und Berichterstattung über die Anti-Doping Arbeit finden sich auf der Homepage. Auch das ADAMS-System, über das Athlet*innen ihre Aufenthaltsorte angeben müssen, um für Dopingkontrollen jederzeit verfügbar zu sein, ist über die Homepage abrufbar. Gleichzeitig sind auch Präventionsprogramme oder Apps, die Informationen über Wirkstoffe, die auf der Dopingliste stehen, bieten, über die Homepage zu erreichen. Alle großen nationalen Anti-Doping Kampagnen sind ebenfalls digital abrufbar; auf ihren Seiten stehen Informationen für die unterschiedlichen Zielgruppen zum Download bereit.

Aus der Forschung zur Nutzung des Internets durch Sportvereine lässt sich aber ableiten, dass die digitale Präsenz von Sportverbänden nützlich sein könnte. So zeigen Carlson und O’Cass (2012) dass die Website-Qualität und die Kongruenz der Webqualität mit dem Image des Vereins signifikante Effekte auf das Vertrauen in die Homepage bzw. die Homepageinhalte von Sportvereinen haben und dass diese Vertrauenseinschätzungen wiederum die Intentionen der Nutzer beeinflussen können. Hieraus lässt sich die Fragestellung ableiten, ob eine qualitativ hochwertige Internetpräsenz Sportverbänden helfen kann, ihre Anti-Doping Arbeit als vertrauenswürdig zu präsentieren. Sportverbände nutzen diese Möglichkeit, über sich und ihre Arbeit digital zu informieren. Eine im Rahmen dieser Arbeit durchgeführte Pre-Studie beschäftigte sich mit der Frage, ob die nationalen Sportverbände das Thema Doping auf den Seiten ihres Internetauftritts integrieren. Die Daten wurden durch zwei unabhängig voneinander recherchierenden Personen in den Monaten September bis November 2012 erfasst. Hierbei zeigte sich, dass mehr als die Hälfte (n = 41) der 78 untersuchten Homepages der nationalen, dem DOSB zugehörigen Sportverbände das Thema Doping nicht auf der Startseite ihres Angebots integriert hatten (Abbildung 16).

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Fragestellung, ob auf der Homepage Informationen über Doping zum Download bereitstehen. Hier zeigte sich, dass 21 der 78 Sportverbände solche Angebote nicht vorweisen konnten.

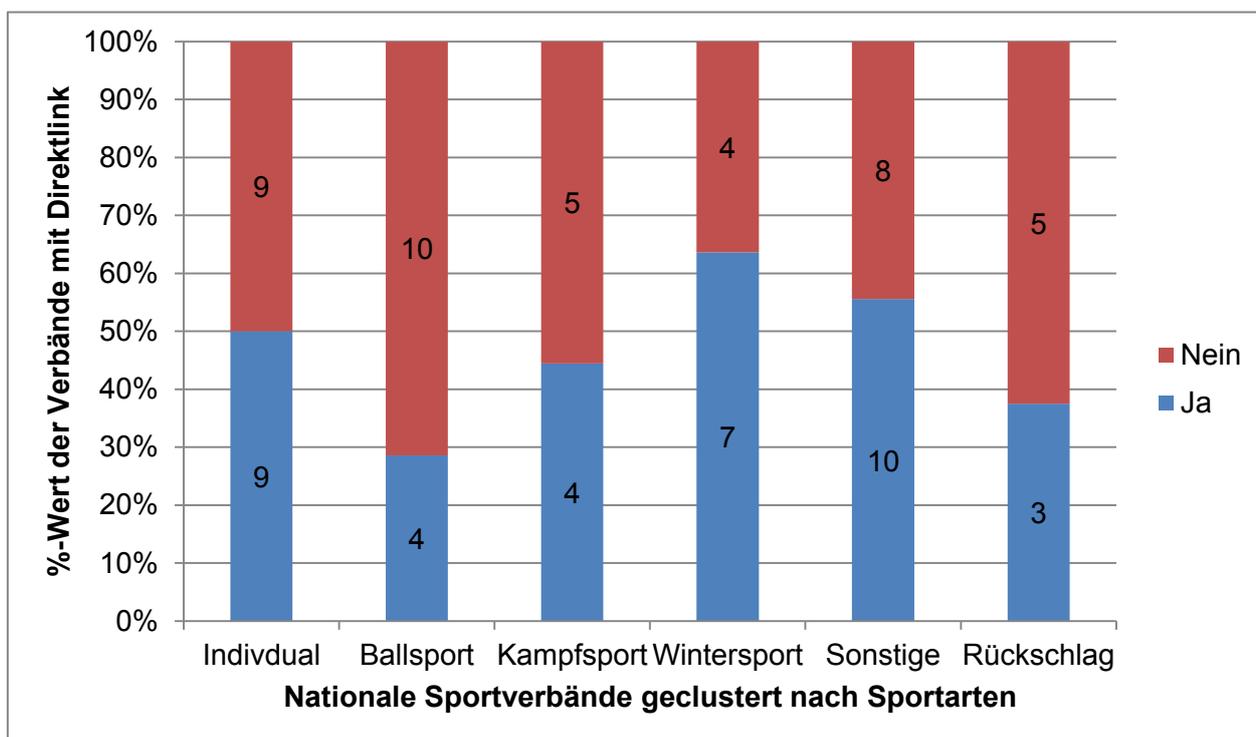


Abbildung 16: Anzahl der Internetseiten von nationalen Sportverbänden, auf denen das Thema Doping über die Startseite abrufbar war (N = 78), eigene Erhebung 05/2012.

In Bezug auf die Umsetzung der Anforderungen an gelingende Anti-Doping Arbeit zeigen die Ergebnisse, dass ein Großteil der Verbände diese nicht im Bereich ihrer digitalen Präsenzen berücksichtigt.

Zusammenfassend entsteht somit ein differenziertes Bild im Hinblick auf den Einfluss der Digitalisierung im Sport: Der Sport stellt ein Paradebeispiel für eine Flut von Informationen dar, die der Rezipient einschätzen muss. Ähnlich wie Politik und Wirtschaft steht der Sport im Fokus von journalistischer Berichterstattung; gleichzeitig produziert der Sport durch Ergebnismeldungen und Pressemitteilungen selber eine Vielzahl von zu bewertenden Informationen. Eine breite Fankultur in vielen Sportarten generiert weitere Informationen durch den Austausch von Gerüchten und Meinungen. Außerdem sind die Athlet*innen und Vereine selbst zu nennen, deren Teilhabe an Informationsproduktion durch die Digitalisierung in den letzten Jahren schlagartig zugenommen hat: Athlet*innen steht heute die Möglichkeit offen, ihre Erfahrungen, Meinungen und Erklärungen via Twitter oder Facebook der breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.

Somit muss festgehalten werden, dass die Digitalisierung im Sport wie auch in anderen kulturellen Feldern Einzug gefunden hat. So nutzen alle Protagonisten des Sports das Internet, um Informationen zu verbreiten oder zu Sachverhalten Stellung zu beziehen. Dies geschieht auch im Bezug auf das Thema Doping, vor allem dann, wenn Sportler sich Vorwürfen des Dopingkonsums ausgesetzt fühlen. Aber auch Dopingkampagnen und die zentralen Organe der WADA (Adams, Jahresabschlussbericht etc.) sind digital abrufbare Angebote. Genauso nutzen Sportverbände das Internet, um sich zu präsentieren. Dabei greifen sie auf eigene Homepages,

zum Teil aber auch auf Social-Media Portale wie Twitter oder Facebook zurück. Ein Teil der Verbände nutzt das Internet auch, um die eigene Anti-Doping Arbeit zu präsentieren oder diese auch hierüber zu organisieren (durch Newsletter o.ä.), andere Sportverbände vernachlässigen diese Möglichkeit jedoch noch, wie die Ergebnisse der Pre-Studie zeigen. Dies ist überraschend, da die Vorteile und Möglichkeiten der Digitalisierung den Protagonisten des Sports bewusst zu sein scheinen. Eine Erklärung liegt in der Annahme (Bette & Schimank, 2006), dass die intensive, öffentliche Auseinandersetzung mit dem Thema Doping durch die Verbände nicht gewünscht ist. Die Analyse des Einflusses der Digitalisierung auf die Vertrauenswürdigkeit von Organisationen legt jedoch nahe, dass die Nutzung des Internets zur Präsentation einer transparenten und erfolgreichen Anti-Doping Arbeit den Sportverbänden mehr Möglichkeiten als Gefahren bieten könnte. Darüber hinaus zeigen die in diesem Kapitel präsentierten Befunde, dass für Sportverbände auch die Notwendigkeit bestehen könnte, die Anti-Doping Arbeit in ihre digitale Präsenz miteinzubeziehen: Die Digitalisierung ist fester Bestandteil eines kulturellen Wandels (Krotz, 2007): Nutzt man die neuen Medien nicht, um seine Arbeit und seinen Standpunkt transparent zu vertreten, überlässt man dieses Feld anderen Protagonisten. Im schlimmsten Fall bedeutet dies für die Sportverbände, dass ihnen die Schuld an Dopingfällen und Problemen mit Doping gegeben werden und damit das öffentliche Vertrauen, das Problem zu bekämpfen, entzogen würde. Dementsprechend gehen mit der Digitalisierung im Sport zahlreiche Forschungsfragen einher, die bislang nicht hinreichend analysiert wurden. Im folgenden Kapitel sollen daher die bisher identifizierten Forschungsdesiderate zur Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit durch die Aspekte der Digitalisierung ergänzt werden, woraus sich das Forschungsmodell dieser Arbeit ableitet.

5. Ableitung des Forschungsmodells und der Fragestellungen

Im ersten Abschnitt des theoretischen Teils dieser Arbeit wurde herausgearbeitet, dass Doping ein zentrales Problem für den nationalen wie auch internationalen Spitzensport darstellt. Dieses Problem wird aus verschiedenen Perspektiven der Sportwissenschaft erforscht. Sowohl aus ethischer, als auch aus soziologischer und psychologischer Perspektive wird der Aspekt des Vertrauens dabei zwar thematisiert aber bislang nicht hinreichend erforscht. Jedoch ergibt sich aus der Forschung zum Dopingverhalten wie auch aus den Annahmen zu den Aufgaben und Anforderungen an Sportorganisationen ein Desiderat nach Vertrauensforschung: Sportler*innen müssen ihrem Verband vertrauen können, dass dieser transparent und erfolgreich Doping bekämpft. Nur wenn die / der Sportler*in sich sicher sein kann, auch ohne Doping der beste sein zu können, weil durch den Sportverband eine Chancengleichheit aller Sportler*innen glaubhaft vermittelt wird, stellt es für ihn ein vertretbares Risiko dar, auf Doping selbst zu verzichten. Verbände müssen aber nicht nur den Sportlern gegenüber ihre Vertrauenswürdigkeit unter Beweis stellen, sondern auch gegenüber den Abnehmern des Sports, also der Politik, den Medien und den Sponsoren. Die Konsequenz eines durch Dopingfälle oder -skandale hervorgerufenen Vertrauensverlusts kann ansonsten weitreichende Folgen für die Vermarktung, Finanzierung oder Förderung des Sports haben.

Durch die bisherige Vertrauensforschung in verschiedenen Disziplinen der Wissenschaft zeigen sich Anknüpfungspunkte für Sportverbände, um die eigene Vertrauenswürdigkeit zu stärken. Die Vertrauenswürdigkeit von Personen und Organisationen in verschiedenen Kontexten lässt sich durch unterschiedliche Methoden erfassen und bestimmen. Das Modell von Mayer und Kollegen bietet hierfür eine valide und logische Grundlage. Messverfahren, die auf der grundsätzlichen Annahme basieren, dass Vertrauenswürdigkeit von Personen oder Organisationen durch die Wahrnehmung von Antezedenten eingeschätzt wird, können zuverlässige Befunde darüber liefern, ob eine Person ein Vertrauensobjekt vertrauenswürdig einschätzt oder nicht.

Folglich sind Sportverbände aufgefordert, ihre Fähigkeiten, ihr Wohlwollen und ihre Integrität im Kampf gegen Doping zu untermauern. Damit kann ein Sportverband auf der einen Seite dem gegen ihn bestehenden Doppelvorwurf (mangelnde Fähigkeit / mangelndes Interesse) entgegentreten. Auf der anderen Seite kann die Wahrnehmung dieser Vertrauenswürdigkeit auf Seiten der Athlet*innen dazu führen, dass sie eben jenes Risiko eingehen, das da lautet nicht zu dopen.

Die Digitalisierung stellt für diese Aufgabe, die den Verbänden obliegt, gleichzeitig eine Chance wie auch eine Herausforderung dar. Sie führt dazu, dass es eine Vielzahl von Quellen und Informationen gibt, die der Rezipientin / dem Rezipienten zur Verfügung stellen. Gleichzeitig macht sie die Entscheidungsfindung komplexer, da der Rezipient zum Teil nicht mehr trennscharf unterscheiden kann, ob er der Internetseite, dem Inhalt oder der dafür verantwortlichen Quelle vertraut. Wenn ich die Vertrauenswürdigkeit einer Internetseite beurteilen soll, orientiere ich mich dann

danach, was ich sehe, oder danach was ich, z.B. über die dahinter stehende Organisation, weiß? Ein Sportverband kann folglich die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen, um z.B. durch eine transparente und glaubwürdige Internetpräsenz auch die eigene Vertrauenswürdigkeit als Quelle der dargebotenen Informationen zu stärken. Tut er dies allerdings nicht und versäumt die Möglichkeiten der Digitalisierung, kann er durch die Vielzahl an Möglichkeiten, die einem Informationen suchenden Rezipient*innen geboten werden, auch seine Vertrauenswürdigkeit einbüßen.

Für den Forschungsbereich der Anti-Doping-Arbeit von Sportverbänden soll ein Modell von Vertrauen gewählt werden, das für die Analyse in verschiedenen Studien dieser Arbeit als Anker dienen soll. Somit soll auch die Adaption der Ergebnisse der Vertrauensforschung aus anderen wissenschaftlichen Disziplinen anhand der Studien dieser Arbeit geprüft werden. Als grundlegendes Modell wird das Vertrauensmodell von Mayer et al. (1995) herangezogen (Abbildung 17).

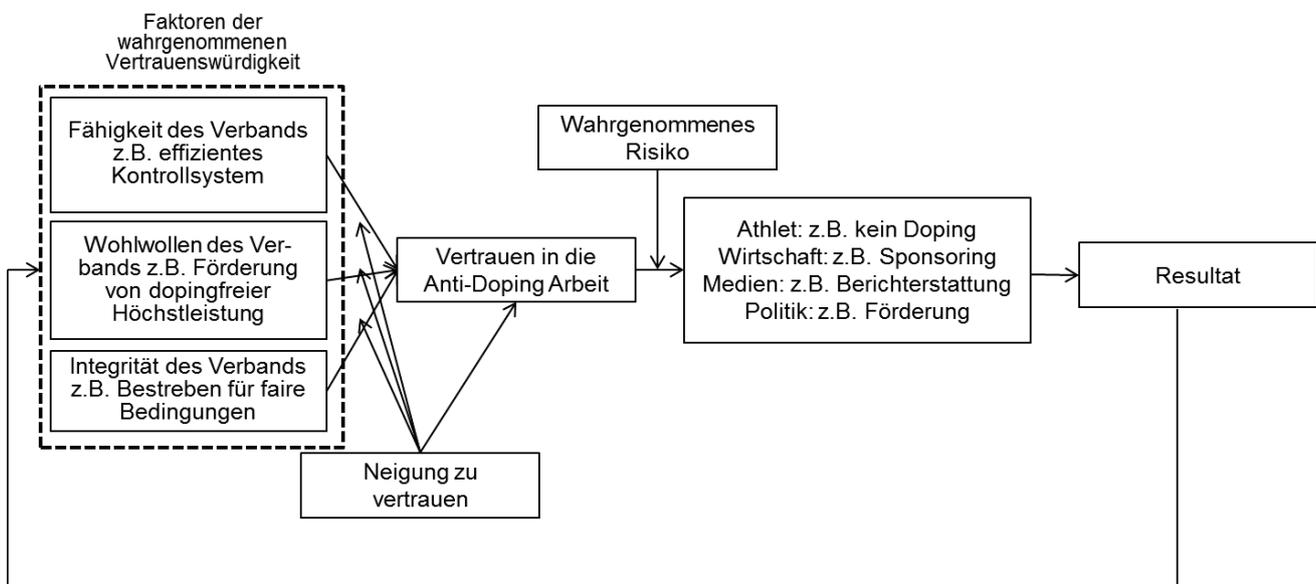


Abbildung 17: Angenommenes Forschungsmodell nach Mayer et al. (1995), bezogen auf den Sport und seine Protagonisten.

Laut dem Modell von Mayer et al. (1995) stellen demnach die Fähigkeit, das Wohlwollen und die Integrität eines Sportverbands Antezedenten dar, die durch ein Vertrauenssubjekt, also einer Organisation oder Person, zunächst beurteilt werden. Die Bewertung dieser Antezedenten führt zu einem Bild, das die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit eines Verbands widerspiegelt. Diese wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands soll im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen. Sie ist deswegen von grundlegender Bedeutung, weil die Sportverbände selbst an dieser Stellschraube des Modells Einfluss nehmen können. Ein Verband kann durch sein Auftreten, seine Kommunikation oder seine Präsenz Einfluss darauf haben, ob er als fähig, wohlwollend und integer im Hinblick auf seine Anti-Doping Arbeit oder durch seine Anti-Doping Arbeit wahrgenommen wird. Diese Vertrauenswürdigkeit kann sich also ganz spezifisch auf die Anti-Doping Arbeit beziehen oder generell

auf die des Verbands an sich, was von der jeweiligen Fragestellung abhängig ist. Wird beispielsweise ein Fokus auf verschiedene Mechanismen geworfen, die für Vertrauenswürdigkeit ausschlaggebend sein können, sollte deren Wirkung in der Form gemessen werden, dass man auf die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit abzielt. Ist es jedoch der Fall, dass man die Wirkweisen unterschiedlicher Anti-Doping Bereiche, wie Kampagnen und Internetauftritte analysiert und man einen Effekt der Anti-Doping Arbeit auf die Wahrnehmung des Verbands messbar machen möchte, erscheint es als sinnvoll, als Vertrauensobjekt den Verband selbst zu analysieren.

Neben der Tatsache, dass die Verbände selbst in der Lage sind, auf die Wahrnehmung der Antezedenten – eben durch ihre Anti-Doping Arbeit – Einfluss zu üben, liegen weitere Gründe vor, an dieser Stelle des Modells anzugreifen: Die Neigung zu vertrauen ist eine individuelle, auf Persönlichkeitseigenschaften zurückzuführende bei Menschen unterschiedlich ausgeprägte Disposition. Weder liegen Studien zur Beeinflussung dieser Neigung vor, noch kann davon ausgegangen werden, dass Sportverbände in irgendeiner Form die generelle Skepsis einer Person beeinflussen können. Hier mit den folgenden Forschungsstudien anzusetzen, wäre wenig erfolgsversprechend. Ähnliches gilt für die Messung des Vertrauens selbst. Vor allem vor dem Hintergrund des spezifischen und sensiblen Themas Doping erscheint eine direkte Messung von Vertrauen nicht sinnvoll. Vielmehr sollte für Verbände im Vordergrund stehen, wie sie Einflussvariablen nutzen können, um das Vertrauen von Personen oder Organisationen in sich bzw. den Sport, den sie verkörpern, zu gewinnen. Die Messung der Risikoentscheidung, die mit Vertrauen einhergeht, erweist sich aufgrund der Problematik des Themas als schwierig. Bei Athletenbefragungen wäre nicht nur eine akkurate Probandenakquise kompliziert, sozial erwünschte und somit verfälschten Daten wären ebenfalls möglich. Werden andere Vertrauenssubjekte als Probandengruppe hinzugezogen, so muss man die Frage stellen, ob eine fiktive Vertrauenshandlung, wie bspw. das Einsteigen als Sponsor, Berichterstatter oder politischer Geldgeber in eine Sportart tatsächlich mit einer realen Situation vergleichbar wären. Deswegen soll im Rahmen dieser Arbeit der Fokus auf die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden liegen, da diese wiederum einen direkten, von den Sportverbänden nutzbaren Faktor darstellt, der sich direkt auf Vertrauen und Vertrauenshandlung von unterschiedlichen Vertrauenssubjekten beziehen kann. Die im Modell angenommene Feedbackschleife soll dabei ebenfalls berücksichtigt werden: Sie impliziert, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit durch eine vorherige Vertrauenssituation direkt beeinflusst wird. Gleichzeitig verdeutlicht das Modell, dass nicht nur Vertrauensaktionen diese Wahrnehmung beeinflussen können, sondern dass verschiedene Faktoren zu dauerhaften Neubewertungen über die Zeit führen. Für diese Arbeit abgeleitet bedeutet dies, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands manipuliert bzw. verändert werden kann. Dieser Entwicklungsaspekt von Vertrauen, der auch in Studien zu sequentiellen Vertrauen (Lewicki & Bunker, 1995; Lewicki, Tomlinson & Gillespie, 2006) deutlich wird, kann und soll folglich

durch Pre-/Post-Test Designs zur Analyse von wahrgenommener Vertrauenswürdigkeit aufgegriffen werden.

Wie in den vorangegangenen Kapiteln herausgestellt wurde, können weitere Annahmen zur Vertrauenswürdigkeit festgehalten werden, die in diese Arbeit inkludiert werden sollen:

Vertrauenswürdigkeit lässt sich explizit messen (McEvily & Tortoriello, 2011). Nicht erst McEvily und Tortoriello (2011) haben evident dargelegt, dass Vertrauenswürdigkeit durch Fragebogenergebnisse valide dargestellt werden kann. Der von Mayer und Davis (1999) entwickelte Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit stellt einen sinnvollen und logischen Anknüpfungspunkt dar, um Vertrauenswürdigkeit im Sport zu messen, da er sich an das Modell zu Vertrauen von Mayer et al. (1995) anlehnt.

Jedoch lässt sich die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit auch indirekt messen, vor allem dann, wenn es um zentrale Konstrukte geht, die als prime präsentiert werden (Burns et al., 2006; basierend auf Fazio, 1995). Dies bedeutet, dass davon ausgegangen werden kann, dass eine Aussage über Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit mit der Einstellung eines Vertrauensgebers zu einem Vertrauensobjekt (wie einem Sportverband) in Bezug auf dessen Fähigkeit, Integrität und Wohlwollen gleichgesetzt werden kann. Einstellungen können indirekt erfasst werden, zum Beispiel durch die in den vorangegangenen Kapiteln ausführlich beschriebene Messinstrumente IAT und AP, was vor allem dann als sinnvoll erscheint, wenn es sich um abstrakte Vertrauenswahrnehmungen handelt, wie es bei einem Sportverband der Fall sein kann. Diese Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit beruht weniger auf Wissen um die Leistungen des Verbands, als vielmehr auf einer generellen Einstellung, die dem initialen Vertrauen (vgl. Rousseau et al., 1998, Lewicki, Tomlinson & Gillespie, 2006) gleichzusetzen ist. Möchte man also die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit eines Verbands messen, kann dies auch über indirekte Verfahren geschehen.

Dies ist in solchen Fällen ökonomisch, in denen Pre-/Post-Testungen belegen sollen, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands sich verändern lässt. Die Annahme, wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit lasse sich manipulieren und könne verändert werden, fußt auf unterschiedlichen Forschungsergebnissen, die belegen, dass Vertrauenswürdigkeit manipulierbar ist (vgl. Colquitt et al., 2010) und durch Informationsweitergabe, wie auch durch die Form der Informationsaufbereitung, veränderbar ist (Beldad et al., 2011; Karimov et al., 2011).

Die Anti-Doping Arbeit der Sportverbände wird dabei in den Studien anhand der digitalen Präsenzen der Sportverbände operationalisiert. Wie in Kapitel 5 herausgearbeitet wurde, stellen die mit der Mediatisierung einhergehenden Veränderungen in der Beschaffung und Auswahl von Informationen durch das Internet einen zentralen kulturellen Wandel dar. Sportverbände präsentieren sich und ihre Arbeit im Internet, weil sie diesen Wandel erkannt haben. Die Informationen, die sie auf ihren Homepages bereitstellen, können daher als repräsentativ für ihr Vorgehen betrachtet werden. Gleichzeitig stellen diese Homepages auch den Bereich der Anti-

Doping Arbeit dar, an dem sich ablesen lässt, wie intensiv und transparent Verbände sich mit dem Thema Doping beschäftigen. Deswegen lässt sich aus der Art und Weise, wie sie die Möglichkeiten und Anforderungen der Digitalisierung umsetzen, ableiten, wie Sportverbände das Thema in der Öffentlichkeit präsentieren.

Sowohl Karimov et al. (2011) als auch Beldad et al. (2011) zeigen, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von unterschiedlichen Faktoren abhängig sein kann. Sie schließen hierbei, was digitale Angebote betrifft, nicht nur inhaltliche Aspekte mit ein, sondern auch methodische und formale Kriterien. Dementsprechend kann angenommen werden, dass nicht nur das „Was“ bei der Anti-Doping Arbeit eine entscheidende Rolle für die Vertrauenswürdigkeit des Verbands spielt, sondern auch das „Wie“, das „Womit“ und das Medium.

Ein weiterer Faktor ist, dass nicht nur Personen, Organisationen oder in diesem Fall Verbände hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit beurteilt werden können, sondern auch Informationen selbst (Matthes & Kohring, 2003). Deswegen soll in dieser Arbeit auch der ambivalente Effekt von Informationen analysiert werden: Informationen, die ein Verband im Rahmen seiner Anti-Doping Arbeit preisgibt, können hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit variieren. Gleichzeitig können diese Informationen die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands selbst beeinflussen, was ebenfalls berücksichtigt werden sollte.

Eine besondere Form von Informationspreisgabe liegt dann vor, wenn Organisationen oder Personen auf Kritik oder auf negative Ereignisse, wie Krisen, reagieren müssen. Dieses Krisenmanagement stellt eine besondere Stellgröße für Sportverbände dar: Wenn sie von einem Dopingverdacht betroffen sein sollten, kann die Wahrnehmung ihrer Vertrauenswürdigkeit in Bezug auf die Anti-Doping Arbeit durch das Vorgehen in einer solchen Situation maßgeblich beeinflusst werden. Welche Strategien Verbände also dazu nutzen können, Vertrauenswürdigkeit zu erhalten, stellt einen weiteren Baustein dieser Arbeit dar.

Somit ergeben sich aus den Erkenntnissen aus dem Bereich der Vertrauensforschung drei zentrale Fragestellungen, mit denen sich diese Arbeit auseinandersetzt. Diese sollen im Folgenden jeweils für sich beschrieben werden. Hierbei sollen auch die damit verbundenen drei unterschiedlichen Ebenen, auf denen die Studien dieser Arbeit ansetzen und die jeweils wiederum Forschungsfragen mit sich bringen, erläutert werden.

Forschungsfrage 1

Die erste Ebene dieser Arbeit betrifft die elementare Auseinandersetzung mit der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden. Diese ist, bis auf Einzelstudien, aus sportpsychologischer Betrachtungsweise bisher kaum erforscht. Als logische Konsequenz leitet sich daraus ab, dass zunächst Grundkenntnisse darüber gewonnen werden müssen, wie diese Anti-Doping Arbeit eingeschätzt wird. Dementsprechend lautet die erste Forschungsfrage, mit der sich Studie 1 auseinandersetzen wird:

Forschungsfrage 1: Wie vertrauenswürdig wird die Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden wahrgenommen?

Um einen Eindruck davon zu gewinnen, welche Einflussfaktoren ausschlaggebend für die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit sein können, werden unterschiedliche Sportverbände miteinander verglichen. Um auf individueller Ebene Einflussfaktoren zu identifizieren, sollen zentrale Konstrukte, die in Zusammenhang mit der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit stehen könnten, hinzugezogen werden. Als solche werden die eigene DopingEinstellung, Expertise und das Involvement in den Verband erhoben. Die Beantwortung der Forschungsfrage auf Basis der Ergebnisse eines Vergleichs unterschiedlicher Sportverbände (in diesem Fall dem Bund Deutscher Radfahrer, dem Deutschen Handball Bund und dem Deutschen Schwimmverband) soll Hinweise darauf geben, welche Faktoren beim Vertrauenssubjekt wie auch beim Vertrauensobjekt (also dem Sportverband) Effekte auf die Bewertung haben können. Die Erkenntnisse aus dieser Studie sollen demnach in der nächsten Ebene mitaufgenommen werden, in der die digitale Facette der Anti-Doping Arbeit mit aufgegriffen wird.

Forschungsfrage 2

Ausgehend von den Ergebnissen aus Studie 1, die zeigen sollen, wie die Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden durch Athlet*innen bewertet wird und ob messbare Unterschiede zwischen unterschiedlichen Sportverbänden bestehen, greift die zweite Forschungsfrage das Konstrukt der Digitalisierung auf:

Forschungsfrage 2: Hat digital präsentierte Anti-Doping Arbeit einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden?

Auf der ersten Ebene der Forschungsarbeit wird angenommen, dass unterschiedliche Verbände auch unterschiedlich vertrauenswürdig hinsichtlich ihrer Anti-Doping Arbeit wahrgenommen werden. Sollte dies der Fall sein, bedeutet dies auch, dass Anti-Doping Arbeit selbst einen Einfluss auf die Wahrnehmung des Verbands haben könnte. Um dies zu analysieren, sollte die Anti-Doping Arbeit operationalisiert werden, weil der Gesamtumfang der Anti-Doping Arbeit eines jeden Verbands für ein experimentelles Design nicht zusammenzufassen ist. Die Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden kann sich auf unterschiedlichen Bereichen abspielen, wie bspw. in Ausbildungsbestandteilen, in schriftlichen Dokumenten, in speziellen Veranstaltungen und Aktionen oder in digitalen Angeboten. Ein weiterer Aspekt, der das Einschließen aller Faktoren der Anti-Doping Arbeit verhindert, ist die Tatsache, dass der Umfang der Angebote zwischen den Verbänden stark variiert, wie Vorstudien ergeben haben. Dementsprechend ist ein Vergleich der gesamten Anti-Doping

Arbeit unterschiedlicher Verbände dadurch verfälscht, dass die Quantität des Angebots stark unterschiedlich ist.

Digitale Angebote bieten sich deswegen als operationalisierte Variable an, weil sie einen zentralen Stellenwert in der Anti-Doping Arbeit einnehmen. Wie aus dem vorangegangenen Kapitel zur Digitalisierung im Sport hervorgeht, stellen Internetangebote die wichtigsten und zuverlässigsten Informationsquellen dar, um sich über die Arbeit von Sportverbänden zu präsentieren. Gleichzeitig nutzen Sportverbände heute die digitalen Medien primär, um eine transparente und effiziente Informationspolitik zu betreiben. Dementsprechend können die digitalen Angebote der Sportverbände als repräsentativ für die gesamte Anti-Doping Arbeit eines Sportverbands betrachtet werden. Hier liegt ein weiterer Vorteil der Fokussierung auf das digitale Angebot der Verbände: Diese fassen ihre unterschiedlichen Bausteine der Anti-Doping Arbeit auf ihren Internetseiten zusammen, sodass eine transparente Übersicht darüber vorhanden sein sollte, was der Verband im Bereich der Anti-Doping Arbeit leistet. Deswegen wird in dieser Arbeit auf dieser und der folgenden Ebene die Anti-Doping Arbeit der Sportverbände durch die digitalen Angebote der Verbände zu diesem Thema operationalisiert.

Die zweite Ebene dieser Arbeit beschäftigt sich mit der Fragestellung, ob digitale Angebote einen Einfluss auf die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit der hierfür verantwortlichen Sportverbände haben. Diese digitalen Angebote lassen sich in zwei Kategorien unterteilen: Der erste Bereich betrifft die offiziellen Homepages der Sportverbände, auf denen eine Rubrik Anti-Doping besteht. In dieser Rubrik führt der Verband alle Inhalte auf, die er transparent zum Thema Doping / Anti-Doping Athlet*innen wie auch Rezipient*innen der Sportart zur Verfügung stellt. Der zweite Bereich betrifft Anti-Doping Kampagnen, die losgelöst von den eigentlichen Homepages der Verbände sich ausschließlich mit dem Thema Anti-Doping beschäftigen. Somit wird Forschungsfrage 2 anhand von zwei unabhängigen Studien bearbeitet:

Forschungsfrage 2a: Welchen Einfluss hat die Anti-Doping Rubrik auf der Homepage eines Sportverbands auf dessen Vertrauenswürdigkeit?

Forschungsfrage 2b: Welchen Einfluss hat eine digitale Anti-Doping Kampagne auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden?

Forschungsfrage 2a knüpft direkt an die in Ebene 1 formulierte Fragestellung an: Wenn die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit verschiedener Sportverbände unterschiedlich wahrgenommen wird, kann dies an einem generellen Misstrauen dem Verband gegenüber liegen. Andererseits sollten auf den Ergebnissen aus Studie 1 aufbauend diese Wahrnehmungen überprüft werden; demnach sollte der Frage nachgegangen werden, ob die digitalen Angebote von Sportverbänden im Bereich Anti-Doping tatsächlich unterschiedlich sind und demnach einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands haben. Deswegen soll der Fokus dieser Studie darauf gelegt werden, die Vertrauenswürdigkeit von unter-

schiedlichen Sportverbänden zweimal zu testen: Vor und nach dem Kennenlernen der digital, also auf der Internetseite des Verbands präsentierten Anti-Doping Arbeit des Sportverbands.

Forschungsfrage 2b bezieht sich auf die Diversität des Angebots von Anti-Doping Kampagnen: Diese liegen in verschiedenen Formen vor. Die meisten Verbände beziehen sich auf übergreifende Anti-Doping Kampagnen durch die nationalen und internationalen Anti-Doping Agenturen. Diese sind allgemein, nicht sportartspezifisch gehalten, während einige Verbände mit eigenen Anti-Doping Kampagnen, die speziell auf die Auseinandersetzung mit der Thematik in der jeweiligen Sportart ausgelegt sind, arbeiten. Diese können durch den Verband selber oder durch externe Dritte initiiert sein, was die Frage anschließt, in welcher Form diese digitalen Anti-Doping Kampagnen einen Sportverband im Hinblick auf dessen Vertrauenswürdigkeit am besten nutzen können.

Beide Studien dieser Ebene beschäftigen sich mit dem Einfluss von digitalen Angeboten auf die Vertrauenswürdigkeit der jeweiligen Sportverbände. Dieser Einfluss soll durch Pre-Post-Experimente mit Intervention überprüft werden. Da diese Methode den Einfluss von Stimuli überprüft, die die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit ändern und diese Veränderung durch die Messung unmittelbar vor und unmittelbar nach der Präsentation der Stimuli operationalisiert werden soll, bietet sich in diesen zwei Studien an, indirekte Messverfahren zu nutzen. Diese sollen vermeiden, dass der Effekt der präsentierten Stimuli durch zu lange Kognitionsprozesse bei der Bewertung der Vertrauenswürdigkeit verzerrt wird.

Forschungsfrage 3

Die abschließende dritte Ebene der Arbeit soll sich, anlehnend an die vorausgegangene Ebene, mit den verschiedenen Facetten der digitalen Angebote selbst beschäftigen. Auf Ebene 2 wird angenommen, dass digitale Angebote einen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands haben. Dieser Einfluss kann positiv wie auch negativ sein, was von der Qualität des Angebots und den mit dem Angebot verbundenen Erwartungen zusammenhängt. Dementsprechend sollen auf dieser Ebene Analysen durchgeführt werden, die zeigen sollen, wie ein digitales Angebot positiv oder negativ wahrgenommen wird. Die Forschungsfrage hierzu lautet:

Forschungsfrage 3: Welche Faktoren haben einen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit von digitalen Anti-Doping Angeboten?

Digitale Angebote werden auf Basis unterschiedlichster Faktoren bewertet. Das Review von Beldad und Kollegen (2011) zeigt, dass im Bereich von Onlineverkaufsplattformen sowohl Hintergrundinformationen über die die Webseite betrei-

bende Organisation entscheidend für eine Vertrauensbewertung sein kann, als auch Faktoren, die durch das Internetangebot selbst gegeben sind. Beldad et al.(2011) und Karimov et al.(2011) stimmen miteinander überein, dass diese Faktoren sich auf unterschiedliche Facetten und Mechanismen beziehen. In dieser Arbeit sollen drei zentrale Bereiche analysiert werden, die Einfluss auf die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit eines digitalen Angebots haben: Formale Kriterien, Methoden der Aufarbeitung der Inhalte und die Inhalte selbst. Dementsprechend soll die Forschungsfrage 3 anhand von drei voneinander unabhängigen Studien bearbeitet werden. Die entsprechen Forschungsfragen lauten:

Forschungsfrage 3a: Wie wirken sich unterschiedliche methodische Aufarbeitungen von digital präsentierten Informationen auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit aus?

Forschungsfrage 3b: Welche formalen Kriterien haben Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von digitalen Angeboten?

Forschungsfrage 3c: Wie wirken sich unterschiedliche digital präsentierte Aussagen des Sportverbands auf dessen Vertrauenswürdigkeit aus?

Informationen zur eigenen Anti-Doping Arbeit und zu bestehenden Richtlinien und Regeln der NADA werden von Sportverbänden unterschiedlich dargestellt. Während einige Verbände auf FAQs zu bestimmten Fragen rund um Dopingprävention und Regelungen für den Athletenpool der WADA und NADA zurückgreifen, nutzen andere Verbände interaktive Angebote wie Newsletter oder Hotlines, die über ihre digitalen Angebote abrufbar sind. Wieder andere Verbände kooperieren direkt mit der NADA oder wissenschaftlichen Zulieferern und präsentieren ihre Anti-Doping Inhalte als Art Auslagerung der eigenen Arbeit, die durch die übergeordnete Organisation (NADA) oder eine dritte, objektive Organisation geregelt wird. Durch so ein Verfahren wird die direkte Verantwortlichkeit an Dritte abgetragen, gleichzeitig aber auch ein objektives und transparentes Verfahren dargestellt, da die Sportverbände somit einem möglichen Vorwurf entgegentreten, Anti-Doping Arbeit nicht im Sinne des Fairplays zu betreiben (Bette & Schimank, 2007). Dementsprechend können also rein informative, interaktive und verantwortungsübertragende Methoden der Anti-Doping Arbeit identifiziert werden. In einem experimentellen Design soll überprüft werden, ob diese Verfahren unterschiedlich hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit beurteilt werden. Hierzu wird neben dem Modell von Mayer und Kollegen (1995) auch auf das Modell von Vertrauenswürdigkeit von Informationen, basierend auf den Arbeiten zu Vertrauen in Journalismus von Kohring (2007) zurückgegriffen.

Unter formalen Kriterien einer Homepage werden alle Aspekte verstanden die sich auf die Aufarbeitung der Informationen beziehen. Hierunter können sowohl die Inhalte einer Quelle selbst betreffende Facetten wie die Vollständigkeit, die Akkurat-

heit, die Aktualität oder die Verständlichkeit gefasst werden, wie auch Kriterien, die die Gestaltung des Inhalts und der Homepage betreffen wie bspw. die Personalisierung durch Bilder und Animationen, die Erreichbarkeit des Themas in der Menüleiste oder die Struktur, in der die verschiedenen Inhalte vorgestellt werden. Da es sich hierbei um sehr viele unterschiedliche Aspekte handelt, soll zur Beantwortung dieser Forschungsfrage zweischrittig vorgegangen werden: Zunächst soll anhand einer explorativen Fallstudie ermittelt werden, wie wichtig Rezipient*innen diese Facetten sind. In dieser Studie sollen die Rezipient*innen dann die Umsetzung dieser Faktoren auf einer Sportverbands-Website beurteilen. Anschließend sollen Zusammenhänge zwischen der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des Verbands und der Umsetzung der formalen Kriterien analysiert werden. Hierbei soll Evidenz darüber gewonnen werden, welche formalen Kriterien, die sich auf Inhalt oder Umsetzung der Anti-Doping Arbeit beziehen, besonderen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des als Quelle der Web-Inhalte fungierenden Sportverbands haben. In einem zweiten Schritt soll experimentell geprüft werden, ob eine verschiedenartige Umsetzung dieser formalen Kriterien auch einen tatsächlichen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des Sportverbands hat.

Eine dritte Facette der digitalen Präsentation von Web-Inhalten betrifft die Informationen selbst. Hierzu soll die spezifische Situation der Krisenkommunikation gewählt werden, um Aufschluss darüber zu gewinnen, ob verschiedene Inhalte, die durch einen Sportverband als Reaktion auf eine Krisensituation digital veröffentlicht werden, zu unterschiedlichen Veränderungen der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit führen. In einem experimentellen Pre-/Post Design soll daher der Effekt unterschiedlicher digital genutzter Kommunikationsstrategien (Coombs, 2006) analysiert werden. Es kann angenommen werden, dass das Auftreten einer Krise wie einem Dopingfall in der Sportart zu einer Reduktion der Vertrauenswürdigkeit führt. In dieser Teilstudie soll demnach untersucht werden, durch welche Strategien der Informationsmitteilung via des digitalen Angebots Sportverbände diesen Verlust an Vertrauenswürdigkeit minimieren können.

Zusammenfassend analysieren die drei Studien der dritten Ebene unterschiedliche Facetten des digitalen Web-Angebots, die die Vertrauenswürdigkeit des Angebots selbst und damit verbunden auch die Vertrauenswürdigkeit des verantwortlichen Sportverbands beeinflussen. Die Verankerung der Studien auf den drei bestehenden Ebenen ist in Tabelle 4 dargestellt.

Tabelle 4: Übersicht über die Forschungsebenen der Arbeit.

Ebene	Forschungsinhalt	Studien
1	Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Arbeit	1 Onlinebefragung
2	Einfluss von digitalen Angeboten auf die Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Arbeit	2 Experiment Homepages 3 Experiment Kampagnen
3	Einflussfaktoren auf die Vertrauenswürdigkeit von digitalen Angeboten	4 Experiment Methoden 5 Doppelstudie Formale Kriterien 6 Experiment Kommunikations-Strategien

Die abschließende Post-Hoc Studie sammelt die Ergebnisse der Studien 1 bis 6 sowie weiterer Erhebungen, um die Ergebnisse zur Konstruktvalidität des für die Studien aus dem Original übersetzten und auf das Sport-Setting adaptierten Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit zu prüfen.

II. Teil: Empirische Studien

Studie 1

6. Vertrauen Sportlerinnen und Sportler der Anti-Doping-Arbeit ihres Sportverbands?

6.1. Theoretische Herleitung

Überträgt man das Vertrauensmodell von Mayer und Kollegen (1995) auf die Vertrauensbeziehung zwischen Athlet*innen (Vertrauenssubjekt) und Sportverband (Vertrauensobjekt), muss zunächst die Frage geklärt werden, ob es sich bei dem Vertrauen einer Sportlerin / eines Sportlers in ihren/ seinen Verband tatsächlich um ein mögliches Risiko der Athletin / des Athleten handelt.

Dopingmodelle zur Kosten-/Nutzenrechnung von Athlet*innen bei der Nutzung von leistungssteigernden Mitteln gehen im Regelfall davon aus, dass das Dopen selbst ein Risiko darstellt. Dieses Risiko (Strelan & Boeckmann, 2003) besteht z.B. in gesetzlichen, sozialen, gesundheitlichen oder selbst-bezogenen Folgen. Diese Auffassung, dass Doping ein Risiko gegenüber dem Nicht-Doping bedeutet, muss im Hinblick auf die Frage nach Vertrauen in den übergeordneten Sportverband infrage gestellt werden. Eine mögliche Interpretation der Entscheidungssituation, zu dopen oder ‚sauber‘ seinen Sport zu betreiben, könnte laut Petróczi und Aidman (2008) auch lauten, dass Athlet*innen Doping nutzen, weil es die bessere und einzige sinnvolle Handlung sei, um erfolgreich zu sein. Sollten die Bedingungen im Sport (oder in bestimmten Sportarten) tatsächlich durch einen Sachverhalt gekennzeichnet sein, in dem Doping nicht das größere Risiko darstellt, sondern andersrum der Verzicht auf Doping den Erfolg gefährdet, dann muss nicht das Dopen selbst als Risiko-Verhalten interpretiert werden, sondern das Nicht-Dopen stellt ein Risiko dar, mit dem sich die / der Sportler*in vulnerabel macht.

Unter der Vulnerabilität eines Sportlers wäre dementsprechend zu verstehen, dass er Gefahr läuft, durch Nicht-Dopen einen Nachteil gegenüber anderen Sportler*innen zu haben. Nach der TPB wäre die subjektive Norm der Sportart in diesem Fall so konstruiert, dass Doping der Normalfall im Teilnehmerfeld des Sports ist.

Wenn ein Athlet sich also dazu entschließt, auf leistungssteigernde Mittel zu verzichten, geht er gegenüber anderen Protagonisten des Sports ein Risiko ein. Die Einschätzung darüber, wie hoch das Risiko ist, könnte dann letzten Endes darüber Ausschlag geben, ob die / der Athlet*in an seiner Überzeugung festhält oder ob er nicht länger bereit ist, sich in dieser Sache vulnerabel zu machen und ebenfalls zu Doping greift. Ein direkter Bezugspunkt, an dem Sportler*innen ausmachen können, wie groß das Risiko ist, auf Dopingmittel zu verzichten, sind dabei die Sportverbände. Diese sind laut Diegel (2007) für die Verfolgung und Sanktionierung von Dopingsündern zuständig. Dementsprechend regulieren die Sportverbände die tatsächliche Möglichkeit zu dopen, weil es ihr Aufgabe ist, für alle Athlet*innen die Bedingungen eines sauberen Sports zu gewährleisten. Sollte der Verband seiner Aufgabe jedoch nicht nachkommen, hat ein nicht-dopender Athlet somit einen Nachteil gegenüber den Kontrahenten, die die mangelnde Sorgfalt des Verbands ausnutzen und durch leistungssteigernde Mittel bessere Erfolge erzielen könnten, die dann wiederum z.B. zu finanziellen Vorteilen führen. So führen auch Petróczi und Aidman (2008) an, dass Sportler*innen sich darum sorgen, von einer Vielzahl gedopter

Konkurrenten umgeben zu sein, was eine potentielle wahrgenommene Vulnerabilität der Athlet*innen nahelegt.

Dementsprechend wird eine Athletin / ein Athlet seinen Verband danach bewerten, ob er tatsächlich seinen Aufgaben nachkommt und daraus resultierend sein Risiko abwägen. Oder anders ausgedrückt: Es wird abgewogen, ob die Anti-Doping Arbeit des Verbands vertrauenswürdig ist oder nicht. Zu dieser Vertrauensbewertung tragen laut Mayer et al. (1995) die Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit bei, die der Athlet im Hinblick auf den Verband bewertet. Unter dem Antezedenten Fähigkeit des Sportverbands kann damit verstanden werden, ob der Verband mit seiner Anti-Doping Arbeit fachlich in der Lage ist, z.B. durch ausreichende und effiziente Kontrollen, Doping zu unterbinden. Der Antezedent Wohlwollen eines Verbands kann darin bemessen werden, ob der Verband sich bemüht, für seine Sportler da zu sein und ihnen im Wettkampfsport behilflich ist. Hierbei kann bspw. eine Abschätzung erfolgen, ob sich ein Verband auf die Seite der Sportler*innen stellt, die Dopingmittel konsumieren oder konsumiert haben und sie schützt, weil sie durch ihre Höchstleistung das Bild des Verbands und der Sportart stärken. Der Antezedent Integrität des Verbands kann z.B. mit dem Bestreben für faire Bedingungen für alle Sportler*innen verbunden werden. Auch kann sich der Athlet fragen, ob der Verband Doping offen und transparent bekämpft oder versucht zu verschleiern. In Abbildung 18 ist das Modell von Vertrauenswürdigkeit (Mayer et al., 1995) auf das Setting der Sportlerin / des Sportlers übertragen, der seinem Verband hinsichtlich seiner Anti-Doping Arbeit vertrauen soll.

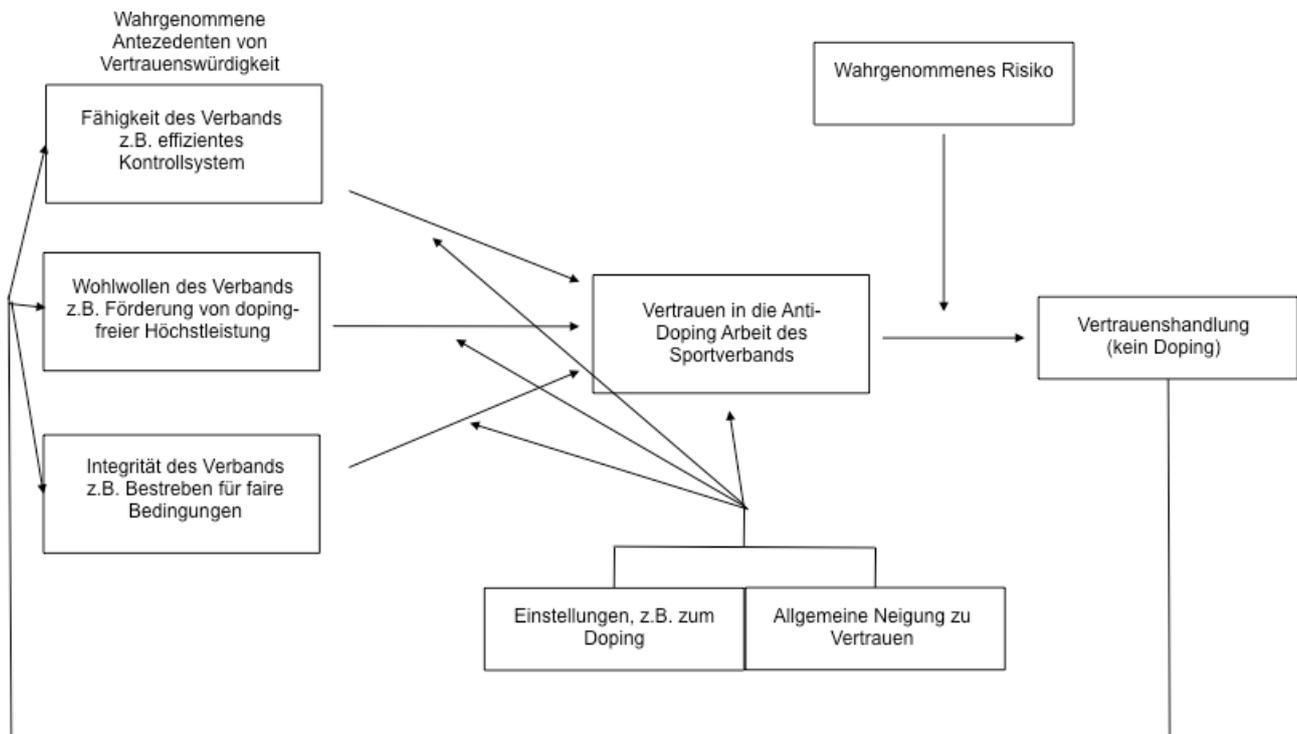


Abbildung 18: Das auf das Doping-Setting adaptierte angenommene Modell von Vertrauen aus Athletensicht (nach Mayer, Davis & Schoorman, 1995, S. 715).

Hierbei wird auch deutlich, dass neben der Einschätzung der Antezedenten der Vertrauenswürdigkeit persönliche Charakteristika der Athletin / des Athleten in die Bewertung und Entscheidung miteinfließen. Diese beeinflussen bspw. die eigene Neigung zu vertrauen oder auch die Wahrnehmung des Risikos und der Vertrauenswürdigkeit des Verbands. Wie in dem von Mayer et al. (1995) postulierten Modell, kann die Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit dabei auch auf Vorerfahrungen beruhen, wie bspw. eigene Dopingvorerfahrungen oder der Umgang mit Doping durch den Verband in der Vergangenheit. Es handelt sich folglich um ein Modell, das mithilfe einer Feedbackschleife die Vorerfahrungen mit Risiko- und Vertrauenshandlung in Bezug auf Doping durch die Athletin / den Athleten berücksichtigt.

6.2. Ableitung der Fragestellung

Die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit des eigenen Sportverbands stellt möglicherweise eine wichtige „Stellschraube“ in der Anti-Doping-Arbeit dar. Einerseits kann ein Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in die übergeordnete Institution, also dem Verband, und der eigenen Handlungseinstellung angenommen werden: Ist das Vertrauen in den Verband gering, so wird die Dopingfreiheit der Sportart infrage gestellt und damit auch die Bedingungen, unter denen eine Sportlerin oder ein Sportler agiert. Dementsprechend kann sich auch die eigene Einstellung zum Doping (vgl. Petróczi, 2007, Petróczi & Aidman, 2009) ändern. Da Dopingeinstellung und Dopingverhalten in nahem Zusammenhang stehen (Petróczi, 2007; Petróczi & Aidman, 2008), könnte der Verlust von Vertrauen in den Sportverband weitreichende Folgen haben. Andererseits haben die Verbände die schwierige Aufgabe, Doping erfolgreich zu bekämpfen. Dass hierbei das Durchführen effizienter Methoden der Dopingkontrolle allein nicht ausreichend ist, zeigen unterschiedliche Studien (vgl. Strelan & Boeckmann, 2006, Lippi, Banfi & Franchini, 2009), weswegen auch die NADA selbst neben der Kontrolle die wichtige Wirkung von Prävention unterstreicht (NADA, 2012). Nur wenn dabei die Verbände glaubwürdig und vertrauensvoll agieren, kann eine frühe Prävention erfolgreich sein.

Die Fragestellungen der vorliegenden Studien lauten deswegen, wie die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden durch ihre Athlet*innen bewertet wird und inwiefern das Vertrauen in den eigenen Sportverband und eigene Dopingeinstellungen zusammenhängen. Hierbei soll ein Blick auf unterschiedliche Verbände gelegt werden, um zu prüfen, ob die Dopingprävalenz der Sportart, die die subjektiv empfundenen Normen im Hinblick auf Doping in der jeweiligen Sportart substanziell aufklärt, einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands durch seine Athlet*innen hat. Die Hypothesen lauten wie folgt:

Hypothese 1: Radfahrer*innen schätzen ihren Sportverband hinsichtlich dessen Anti-Doping Arbeit signifikant niedriger ein als Schwimmer*innen und Handballer*innen.

Hypothese 2: Die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des eigenen Sportverbands korreliert negativ mit der eigenen Dopingeinstellung: Je höher die eigene Dopingeinstellung, desto niedriger ist die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands.

6.3. Methode

6.3.1. Stichprobe

An der Befragung nahmen 142 Sportler*innen (weiblich: 57; 40%) aus den Sportarten Radfahren ($n = 43$), Handball ($n = 40$) und Schwimmen ($n = 59$) im Alter zwischen 18 und 36 Jahren teil. Die Geschlechtsverteilung in den Sportarten war homogen ($\chi^2(1, N=142) = .276, p = .871$). Die Rekrutierung der Stichprobe erfolgte auf Grundlage der Analysen von Pitsch und Kollegen (2007), die für Handball die niedrigste angenommene Prävalenzrate für Doping, für den Radsport die höchste angenommene Prävalenzrate ermittelten. Mit Schwimmen wurde eine Sportart aus dem Mittelfeld der Ergebnisse gewählt. Die Probanden waren durchschnittlich 22.19 Jahre alt ($SD = 3.89$; $M_{\text{Radfahren}} = 24.26, SD = 3.53$; $M_{\text{Handball}} = 22.48, SD = 3.61$; $M_{\text{Schwimmen}} = 20.49, SD = 3.69$) (Tabelle 10).

Tabelle 5: Stichprobe (Mittelwerte und Standardabweichung, Verteilung nach Geschlecht und Leistungsniveau (höchstes Niveau = Bundesliga oder Kaderstatus).

Sportart	Anteil weiblich in %	Alter	SD	Einheiten	SD	Stunden	SD	Höchstes Niveau in %
Radfahren	37.2%	24.26	3.35	5.19	1.10	6.05	1.23	41.9%
Handball	40.0%	22.48	3.61	3.23	1.19	3.23	1.41	20.0%
Schwimmen	42.4%	20.49	3.69	4.92	1.63	4.56	1.66	22.3%
Insgesamt	40.1%	22.19	3.89	4.52	1.59	4.63	1.82	25.4%

Der Erhebungszeitraum lag zwischen dem 01.05.2013 und 15.06.2013.

6.3.2. Instrumente

Zur Messung des Vertrauens wurde die auf das Setting Sport adaptierte Skala zur Messung der Antezedenten von Vertrauen (Mayer & Davis, 1999; durch forward-backward translation durch die Autoren und eine englische Muttersprachlerin übersetzt) mit insgesamt 15 Items auf den Subskalen Fähigkeit (6 Items); Wohlwollen (4 Items) und Integrität (5 Items) auf einer 5-Punkt-Likert-Skala genutzt. Der Fragebogen zeigt in der vorliegenden Untersuchung (Vertrauen in Anti-Doping-Arbeit des eigenen Verbands) gute interne Konsistenzen (Cronbach's $\alpha = .94$, Subskalen: Fähigkeit = .87, Wohlwollen = .87, Integrität = .86).

Tabelle 6: Items der adaptierten Vertrauensskala (x wird automatisch durch den entsprechenden Verband ersetzt, die Items werden in gemischter Reihenfolge präsentiert)²

Subskala Fähigkeit
x ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Aufgaben. x ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun. x hat ein großes Wissen, über die Dinge, die gemacht werden müssen. Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf x's Fähigkeiten. x ist sehr gut qualifiziert.
Subskala Wohlwollen
x ist sehr besorgt um mein Wohlbefinden. Meine Bedürfnisse und Wünsche sind x sehr wichtig. x passt sehr darauf auf, was mir wichtig ist. x nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um mir zu helfen.
Subskala Integrität
x hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit. Ich brauche mich nie fragen, ob x sein/ihr Wort hält. x strengt sich im Umgang mit anderen sehr an, fair zu sein. Ich mag die Werte, für die x einsteht. Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten von x zu lenken.

Die Messung der DopingEinstellung wurde mit der deutschen Übersetzung der Performance-Enhancement-Attitude-Scale (PEAS; Petroczi, 2007; Petróczi & Aidman, 2009; deutsche Übersetzung durch die Autoren durch forward-backward translation mithilfe einer englischen Muttersprachlerin) durchgeführt. Diese umfasst 17 Items auf einer 6-Punkt-Likert-Skala (1 = stimme gar nicht zu bis 6 = stimme voll zu), deren Auswertung durch Bildung eines Summenscores erfolgt (Tabelle 12).

Je höher demnach der Wert der DopingEinstellung ist, desto stärker stimmt der Proband einem dopingnahen Verhalten zu. Die interne Konsistenz lag in dieser Stichprobe bei Cronbach's $\alpha = .83$.

² Da der Fragebogen in dieser Studie erstmals eingesetzt wird, wird er hier vollständig abgebildet. In den folgenden Studien wird darauf verzichtet. Zur Konstruktvalidität sei an dieser Stelle auf die posthoc-Studie dieser Arbeit verwiesen.

Tabelle 7: Ins Deutsche übersetzte Items der PEAS zur Messung von Dopingeinstellungen

Nr.	Item
1	Doping ist notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein.
2	Doping ist kein Betrug, weil es jeder macht.
3	Athleten verlieren wegen Verletzungen oft Zeit und Medikamente können helfen, die verloren gegangene Zeit wiedergutzumachen.
4	Nur die Qualität der Leistung sollte zählen und nicht der Weg, wie Athleten dorthin gekommen sind.
5	Athleten in meiner Sportart stehen unter Druck leistungssteigernde Mittel einzusetzen.
6	Athleten, die Entspannungsdrogen (Alkohol, Tabak, Gras etc.) konsumieren, nehmen diese, weil sie ihnen in Sportsituationen helfen.
7	Athleten sollten sich nicht schuldig fühlen, wenn sie die Regeln zu brechen und leistungssteigernde Mittel zu sich nehmen.
8	Die mit Doping verbundenen Risiken werden übertrieben.
9	Athleten haben keine Karriere-Alternativen außer Sport.
10	Entspannungsdrogen geben die Motivation auf höchstem Niveau sowohl zu trainieren als auch Wettkämpfe zu betreiben.
11	Doping ist ein unvermeidbarer Teil des Wettkampfsports.
12	Entspannungsdrogen helfen, Langeweile im Training zu überwinden.
13	Es gibt keinen Unterschied zwischen Medikamenten, Glasfaserstäben (im Stabhochsprung) oder schnellen Schwimmanzügen, die alle zur Leistungssteigerung eingesetzt werden.
14	Die Medien sollten weniger über Doping sprechen.
15	Die Medien blähen das Thema Doping unverhältnismäßig auf.
16	Gesundheitliche Beeinträchtigungen, die durch hartes Training und Verletzungen entstehen, sind genauso schlimm, wie die durch Doping verursachten.
17	Die Legalisierung von Doping wäre förderlich für den Sport.

Darüber hinaus wurden als Kontrollvariablen die Athletenidentität, die generelle Neigung zu vertrauen, die sportliche Expertise, das Geschlecht, sowie das Involvement in den Verband erhoben, um Aufschluss über mögliche Einflussfaktoren auf Vertrauen in die Sportorganisation zu erhalten. Die Athletenidentität wurde mit dem Inventar von Schmid und Seiler (2003) erhoben (10 Items auf einer 7-Punkt-Likertskala, Cronbachs's $\alpha = .87$), ein Beispielitem lautet ‚Ich betrachte mich als Sportler/in‘. Die eigene Vertrauensneigung wurde mit einem Item („Auf einer Skala von 1 (sehr skeptisch) bis 10 (sehr vertrauensselig): Wie würden Sie ihre allgemeine Neigung jemandem zu vertrauen einschätzen?“) erhoben.

6.3.3. Durchführung

Die Erhebung wurde mithilfe eines Onlinefragebogens mit dem System Unipark durchgeführt. Die Befragung war anonym, sodass auch die IP-Adressen nicht zurückverfolgt werden konnten. Nach den ethischen Standards wissenschaftlichen Arbeitens wurden die Probanden hierüber zu Beginn der Befragung genauso informiert wie über die Freiwilligkeit der Teilnahme. Die Probanden konnten die Befragung jederzeit abbrechen. Insgesamt wurde die Befragung 366mal im Erhebungszeitraum aufgerufen. 151 Probanden (41%) füllten den Fragebogen vollständig aus, von denen neun Probanden nachträglich aufgrund fehlender Passung (andere Sportart, Trainer*in statt Athlet*in) aus der Stichprobe ausgeschlossen wurden. Die Probanden beantworteten zunächst die Fragen zum Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit des eigenen Verbands. Da hierbei die Bewertung unterschiedlicher Sport-

verbände (between-design) analysiert wurde, wurden zudem Ankermessungen vorgenommen: Zum einem wurde das Vertrauen der Sportler in die Talentförderung des Sportverbands (interner Anker) als Vergleichspunkt hinzugezogen, zum anderen das Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit eines anderen nationalen, bekannten Sportverbands (Deutscher Fußball Bund, DFB). Der DFB wurde als Vergleich ausgewählt, da er die in Deutschland populärste Sportart repräsentiert. Danach wurden die Dopingeinstellung und die Kontrollvariablen (Athletenidentität und generelle Vertrauensneigung) sowie soziodemografische Daten erhoben.

6.3.4. Statistische Auswertung

Zur Messung der Unterschiede zwischen den drei Sportarten wurden Varianzanalysen sowie t-Tests berechnet. Zusammenhänge wurden mittels Pearson-Korrelationen ermittelt. Die Datenanalyse erfolgte mittels SPSS 21.0, nach Cohen (1988) wurde das Signifikanzniveau auf $\alpha \leq .05$ gesetzt, als Effektstärken wurden η^2 bei Varianzanalysen, Cohen's d für t-Tests und r für Korrelationen berechnet.³

6.4. Ergebnisse

Eine univariate Varianzanalyse zeigt, dass Radfahrer*innen ($M = 2.46$, $SD = 0.65$) ein signifikant geringeres Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit ihres Sportverbands haben als Handballer*innen ($M = 3.48$, $SD = 0.61$) und Schwimmer*innen ($M = 3.21$, $SD = .58$), $F(2, 139) = 32.410$, $p < .001$, $\eta^2 = .32$). Die Unterschiede zwischen den Sportarten entsprechen einem großen Effekt (Abbildung 19). Ein Post-Hoc-Test (Bonferoni-Adjustierung) zeigte signifikante Unterschiede sowohl zwischen Radfahrer*innen und Schwimmer*innen als auch zwischen Radfahrer*innen und Handballer*innen. Hypothese 1 wird damit beibehalten.

³ Der Forschungsstand (vgl. Sedlmeier & Renkewitz, 2008, S. 66) zeigt, dass sich die Annahme der Intervallskaliertheit von Likert-Skalen sowohl aus pragmatischen Gründen wie auch durch die Tatsache, dass in der Praxis bei der Annahme eines höheren Messniveaus sinnvolle Ergebnisse erreicht werden, durchgesetzt hat. In dieser Studie werden daher die Ergebnisse der mit Likert-Skalen erhobenen Daten als intervallskaliert betrachtet.

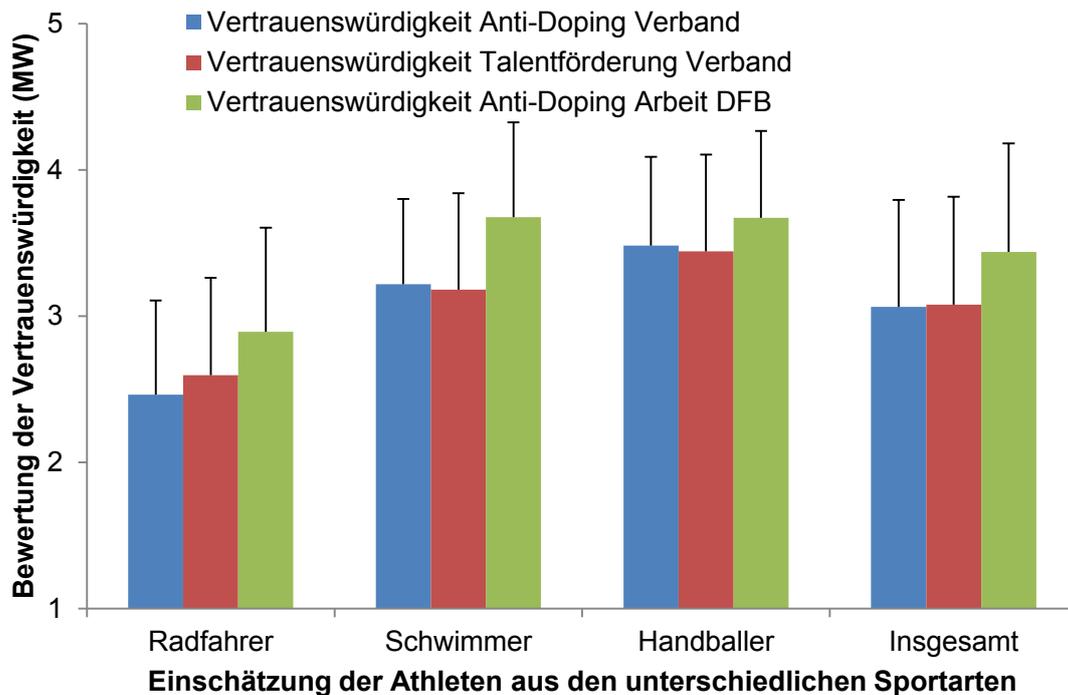


Abbildung 19: Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit in den drei Sportarten.

Die Ergebnisse finden sich ebenfalls signifikant in allen drei Subskalen bzw. Antezedenten von Vertrauen wieder ($21,720 \leq F(2, 139) \leq 29,721$, $p < .001$, $.24 \leq \eta^2 \leq .30$). Abhängige t-Tests zeigen, dass das Wohlwollen des Verbands in allen drei Sportarten signifikant niedriger eingeschätzt wird als die Fähigkeiten ($t(141) = 10,616$, $p < .001$, $d = 0.78$) und die Integrität ($t(141) = 11,120$, $p < .001$, $d = 0.75$) des Sportverbands.

Tabelle 8: Mittelwerte der Skala Vertrauen und der Subskalen der Antezedenten (N = 142).

Sportler	Vertrauen Gesamt	SD	Antezedent Fähigkeit	SD	Antezedent Wohlwollen	SD	Antezedent Integrität	SD
Radfahrer	2.46	0.65	2.60	0.74	2.03	0.67	2.66	0.78
Handballer	3.48	0.61	3.70	0.70	3.05	0.72	3.65	0.72
Schwimmer	3.22	0.58	3.47	0.65	2.77	0.79	3.39	0.68
Insgesamt	3.06	0.73	3.27	0.82	2.62	0.84	3.24	0.82

Tabelle 9: Mittelwerte und Standardabweichungen der Variablen Dopingeinstellung, Athletenidentität und Vertrauensneigung.

Sportler	Dopingeinstellung	SD	Athletenidentität	SD	Vertrauensneigung	SD
Radfahrer	37.56	8.84	5.20	0.82	6.58	2.21
Handballer	28.23	11.74	5.28	0.86	6.55	1.93
Schwimmer	34.63	10.60	5.60	0.87	6.12	2.09
Insgesamt	33.71	11.00	5.39	0.86	6.38	2.08

In Bezug auf die Unterschiede zwischen Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit und Vertrauen in die Talentförderung des eigenen Verbands liegt ein signifikanter Inter-

aktionseffekt ($F(2, 139) = 4,214, p = .017, \eta^2 = .06$) zwischen den Sportarten Handball und Schwimmen auf der einen und Radfahren auf der anderen Seite vor. Während Schwimmer*innen und Handballer*innen mehr Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit ihres Verbands haben als in die Talentförderung, sprechen Radfahrer*innen der Talentförderung ihres Verbands mehr Vertrauen zu.

Zwar schätzen Radfahrer*innen die Anti-Doping-Arbeit des DFB signifikant weniger vertrauenswürdig ein als Handballer*innen und Schwimmer*innen ($F(1, 139) = 30,033, p < .001, \eta^2 = .24$), doch finden sich keine signifikanten Interaktionen zwischen den Verbänden: Alle Sportler*innen schätzen die Vertrauenswürdigkeit des DFB im Hinblick auf Anti-Doping höher ein als die ihres eigenen Verbands ($F(2, 139) = 1.636, p = .198$).

Für die drei Sportarten liegen signifikante Unterschiede der Probanden hinsichtlich der eigenen Dopingeinstellung vor: Radfahrer*innen ($M = 37.56, SD = 8.84$) haben eine höhere Dopingeinstellung als Schwimmer*innen ($M = 34.63, SD = 10.60$), Schwimmer*innen wiederum eine höhere als Handballer*innen ($M = 28.23, SD = 11.74$). Der Unterschied von Handballer*innen zu den anderen Sportarten ist dabei signifikant ($F(2, 139) = 8,654, p < .001, \eta^2 = .11$).

Pearson Korrelationen zeigen einen signifikanten negativen Zusammenhang zwischen der eigenen Dopingeinstellung und dem Vertrauen in den eigenen Sportverband ($r = -.31, p < .001$). Hypothese 2 wird damit beibehalten.

Tabelle 10: Korrelationen zwischen Vertrauenswürdigkeitswahrnehmung und soziodemografischen Daten in der Gesamtstichprobe ($N = 142$).

	Vertrauen Anti-Doping-Arbeit Verband	Vertrauen Talentförderung	Vertrauen Anti-Doping-Arbeit DFB	Dopingeinstellung	Athletenidentität	Alter	Leistungsniveau Maximal	Leistungsniveau Aktuell
Vertrauen Anti-Doping-Arbeit Verband							.31**	.25**
Vertrauen Talentförderung	.90**							
Vertrauen Anti-Doping-Arbeit DFB	.45**	.40**						
Dopingeinstellung	-.31**	-.23**	-.09				-.29**	-.12
Athletenidentität	-.03	-.04	.20*	-.12				
Alter (1-seitig)	-.14*	-.10	-.10	.00	-.27**			
Geschlecht (1-seitig)	.12	.14	.03	-.07	-.06	.01		

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von .01 signifikant;

* Die Korrelation ist auf dem Niveau von .05 signifikant.

6.5. Diskussion

Radfahrer*innen vertrauen ihrem Sportverband, dem Bund Deutscher Radfahrer, signifikant weniger als Handballer*innen oder Schwimmer*innenem ihren Verbänden. Dies spiegelt sich in allen drei Antezedenten von Vertrauen, Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität, wider. Dabei schätzen Radfahrer*innen das Wohlwollen ihres Verbands am geringsten ein. Gleichzeitig weisen Radfahrer*innen die signifikant höchsten eigenen Doping Einstellungen auf.

Die Interaktionen mit den gesetzten Ankern zeigen, dass Radfahrer*innen geringeres Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit ihres Verbands haben als in die Talentförderung oder in die Anti-Doping-Arbeit des DFB. Bei den anderen Sportarten schätzten die Sportler*innen die Anti-Doping-Arbeit des DFB zwar auch vertrauenswürdiger als die des eigenen Verbands ein, jedoch sprechen sie der Anti-Doping-Arbeit des eigenen Sportverbands ein höheres Vertrauen zu. Die Ergebnisse bei den Radfahrer*innen zeigen, dass das Verhältnis zum eigenen Sportverband nicht intakt zu sein scheint und der Bund Deutscher Radfahrer indirekt für die Probleme des Radsports mit Doping durch die Sportler*innen verantwortlich gemacht werden könnte. Dies kann auch mit einer möglichen Desillusionierung der Radfahrer interpretiert werden, die sich in Form eines Globalisierungseffekts auch auf andere Faktoren der Verbandsarbeit (Talentförderung) sowie auf andere Sportarten (vgl. signifikant schwächere Bewertung des DFB durch die Radfahrer*innen) auswirkt.

Die Ergebnisse der Korrelationsanalysen zeigen einen signifikanten negativen Zusammenhang von eigener Doping Einstellung und Vertrauen in den Sportverband. Eine mögliche Interpretation lautet, dass ein geringes Vertrauen in die Wirkweisen der Anti-Doping-Arbeit des eigenen Sportverbands zu einer dopingnahen Einstellung führen kann. Eine stärkere Akzentuierung der eigenen Vertrauenswürdigkeit der Sportverbände wäre dementsprechend eine notwendige Konsequenz. Weiterhin finden sich signifikante Zusammenhänge zwischen dem Vertrauen und dem Leistungsniveau der Sportler*innen, die zeigen, dass das Vertrauen von Sportler*innen mit hoher Expertise höher ist als das von Sportler*innen unterer Leistungsniveaus.

In dieser Studie wurden insgesamt 142 Sportler*innen aus drei Sportarten befragt. Limitationen sind einerseits in der Größe der jeweiligen Teilstichproben sowie in der unterschiedlichen Zusammensetzung der Stichproben zu sehen. Allerdings zeigen die Kontrollvariablen (Alter, Athletenidentität), in denen sich die Stichproben unterscheiden, nur geringe oder keine Zusammenhänge ($r = -.14$ bzw. $-.03$) zum Vertrauen. Geschlechterunterschiede hinsichtlich des Ausmaßes des Vertrauens bestehen ebenfalls nicht. Darüber hinaus kann auch ausgeschlossen werden, dass bspw. Radfahrer*innen grundsätzlich skeptischer als andere Sportler*innen sind, da die Neigung zu vertrauen bei allen drei Stichproben ähnlich hoch ist.

Die Ergebnisse zeigen, dass Radfahrer*innen, die einem Sport angehören, der in den letzten Jahren und Jahrzehnten immer wieder durch Dopingskandale erschüttert wurde, ihrem Verband ein sehr geringes Vertrauen zusprechen. Basierend auf

den Ergebnissen von Breuer und Hallmann (2013) kann also davon ausgegangen werden, dass die Glaubwürdigkeit von dopingbelasteten Sportarten nicht nur in der Bevölkerung, sondern auch bei den Sportler*innen selbst gefährdet ist. Diese Gefährdung der Glaubwürdigkeit könnte bspw. auch zu einer Veränderung von Doping Einstellungen bei Sportler*innen führen, da die Sportler*innen sich durch ihren Verband vulnerabel fühlen und Fairness in ihrem Sport nicht länger gewährleistet sehen könnten.

6.6. Ausblick

Doping ist ein komplexes Problem des Sports. Dies zeigt sich einerseits darin, dass die WADA zwar für die Testungen auf internationaler Ebene verantwortlich ist, bei nationalen Tests aber durch die in den Ländern und Regionen verantwortlichen nationalen und regionalen Anti-Doping Agenturen vertreten wird, deren Entwicklungsstand je nach Land und Region variieren kann (WADA, 2012). Andererseits findet man national wie international Unterschiede hinsichtlich der Anzahl der Dopingkontrollen (NADA, 2012) und der Prävalenzraten für Doping (Pietsch & Emmrich, 2012) zwischen verschiedenen Sportarten. So gesehen sind alle Erkenntnisgewinne im Bereich der Anti-Doping-Arbeit begrenzt.

Ein entscheidender Faktor im Kampf gegen Doping ist jedoch die Einstellung von Sportler*innen gegenüber dem Doping selbst (vgl. Donovan, Egger & Kapernick, 2002; Alaranta, Alaranta, Holmila, Palmu, Pietila & Helenius, 2006; Petróczi & Aidman, 2008, 2009). Doping Einstellungen können durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst werden, z.B. durch den Verband, in dem die Sportler*innen organisiert sind und der dafür verantwortlich ist, dass ein fairer Wettkampf ausgetragen werden kann. Das Vertrauen in das System der Sportart hängt, wie diese Studie zeigt, mit der Doping Einstellung zusammen. Zudem ist das Vertrauen von Sportler*innen aus der dopingnahen Sportart Radfahren deutlich reduziert im Vergleich zu den Sportarten Handball und Schwimmen. Die Aufgabe der Verbände muss es daher sein, vertrauensvolle Anti-Doping-Arbeit zu leisten.

Hieran anschließende Forschungsfragen sind z.B. wie der Sport bzw. die Organisationen, die diesen Sport strukturieren, also die Verbände, ihre Vertrauenswürdigkeit erhalten und verbessern können bzw. welche Formen der Anti-Doping Arbeit (z.B. Online-Informationsquellen wie das Portal der NADA „Gemeinsam gegen Doping“, Onlinequellen der Verbände, Fortbildungen und Maßnahmen im Jugendbereich etc.) vertrauenswürdig erscheinen und damit auch effektiv sein können. Den Sportverbänden könnten damit Möglichkeiten dargeboten werden, ihre Anti-Doping-Arbeit zu organisieren, zu präsentieren und zu evaluieren, um für die Bevölkerung wie auch für ihre eigenen Sportler vertrauenswürdig und glaubhaft zu sein.

Die Sportverbände müssen den Athlet*innen aufzeigen, dass es kein Risiko darstellt, nicht zu dopen, weil man dadurch einen Wettbewerbsnachteil gegenüber anderen Kontrahenten haben könnte. Stattdessen muss glaubhaft gemacht werden, dass der Sport dopingfrei ist und der Verband alles dafür tut, dass die bestmögliche

fair erbrachte Leistung auch den höchst möglichen Erfolg bringt. Wenn das Vertrauen in die Anti-Doping Arbeit der Verbände gesteigert werden kann, wird damit zwar nicht das Dopingproblem an sich gelöst, doch stellt dies eine immense Bedeutung für Sportverbände in der Zusammenarbeit mit Medien und Sponsoren und vor allem eine wichtige Grundvoraussetzung für erfolgreiche Dopingprävention für nachfolgende Sportlergenerationen dar.

Studie 2

7. Der Einfluss digitaler Anti-Doping Arbeit auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden

7.1 Theoretische Herleitung

In Studie 1 zeigt sich, dass Sportverbände unterschiedlich hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit beurteilt werden. Die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des BDR wird dabei durch Radfahrer*innen sehr viel niedriger wahrgenommen als die Vertrauenswürdigkeit des DHB durch Handballer*innen oder die des dsv durch Schwimmer*innen. Was beeinflusst aber die Wahrnehmung der Anti-Doping Arbeit eines Sportverbands? Auf Seiten der Athlet*innen konnte in Studie 1 festgestellt werden, dass die eigene DopingEinstellung negativ mit der Wahrnehmung der eigenen Vertrauenswürdigkeit korreliert. Dementsprechend wird abgeleitet, dass auf Seiten der Athlet*innen die DopingEinstellung ein zentraler Anknüpfungspunkt für gelingende Dopingprävention sein kann. Auf Ebene der Verbände lässt sich hingegen festhalten, dass einem Verband mit einer relativ hohen Dopingprävalenz, wie dem BDR ein deutlich geringeres Vertrauen durch seine Athlet*innen entgegengebracht wird, als bspw. dem DHB, der eine Sportart mit sehr geringer Dopingprävalenz vertritt. Die Zahl der Dopingfälle in einer Sportart hat demnach auch eine Auswirkung auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit.

Beide identifizierten Faktoren setzen an den zentralen Aufgabenbereichen der Sportverbände in puncto Anti-Doping Arbeit an: Verhaltens-Prävention, die auf eine Veränderung der DopingEinstellungen abzielt und Verhältnis-Prävention, die sich auf die aktuellen Begebenheiten in der jeweiligen Sportart bezieht, da die Zahl an Dopingfällen durch Verfolgung und Sanktionierung durch diese Form von Prävention reduziert werden soll (WADA, 2009; Bette et al., 2012).

Beide Elemente zielen auf die praktische Umsetzung der Anforderungen an die Verbände durch die WADA (2009) ab. Jedoch führen unterschiedliche Autoren an, dass es neben dieser praktischen Umsetzung noch um einen weiteren, wichtigen Faktor bei der Dopingprävention geht: Die Einnahme einer transparenten Rolle im Anti-Doping Kampf (Bette et al., 2012). Verbände müssen demnach nicht nur handeln, sie müssen dieses Handeln auch präsentieren, damit sie als handelnde Institution im Anti-Doping Kampf wahrgenommen werden. Augustin (2007b) betont dabei, dass Verbände die Aufgabe haben, eine klare Botschaft zu vermitteln und den Begriff Anti-Doping positiv in der Öffentlichkeit zu besetzen. Demnach erscheint es logisch, dass gelingende Prävention sich nicht nur darauf beschränkt, in den Bereichen Verhalten und Verhältnisse Änderungen zu erzielen, sondern diese Veränderungen auch präsent zu machen und damit den Eindruck zu vermitteln, dass Doping bekämpft wird. So mutmaßen Bette und Schimank (2006), dass es nicht darum geht, Doping völlig zu verhindern, weil dies eine utopische Aufgabe sei, sondern darum, die Konstellationen im Spitzensport so aufzuzeigen, dass Verbänden geglaubt wird, dass sie sich gegen Doping stellen und ihre Aufgaben im Anti-Doping Kampf erledigen. Hieraus lässt sich ableiten, dass die Vertrauenswürdigkeit der Sportverbände im Hinblick auf ihre Anti-Doping Arbeit bereits dadurch beeinflusst werden kann, ob und wie sie diese den Abnehmern des Sports präsentieren.

Für die Präsentation der Anti-Doping Arbeit stehen den Verbänden unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung. Neben der direkten Miteinbeziehung des Themas in Aus- und Fortbildung, aber auch in die eigene Berichterstattung, bieten sich Möglichkeiten digitaler Präsentationsplattformen hierfür an. Die folgenden zwei Studien setzen sich daher mit der Frage auseinander, wie digitale Präsentation von Anti-Doping Arbeit die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden beeinflussen kann. In dieser Studie liegt dabei der Fokus auf den Homepages von Sportverbänden. Sportverbände verfügen mittlerweile über professionell ausgebaute und betreute Homepages, die die Rezipient*innen wie auch die Athlet*innen mit Informationen oder aktuellen Ergebnissen versorgen. Im Regelfall bezieht der Verband hierbei auch seine Anti-Doping Arbeit in diese Präsentation mit ein. Gemäß der Annahme, dass die transparente Präsentation der eigenen Rolle in der Anti-Doping Arbeit die Vertrauenswürdigkeit eines Sportvereins beeinflussen kann, soll in dieser Studie der Effekt unterschiedlicher Homepages auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der verantwortlichen Sportverbände untersucht werden. Hierbei soll analog zu den Ergebnissen aus Studie 1 auch analysiert werden, wie diese Wahrnehmung bei Sportverbänden mit unterschiedlicher Dopingprävalenz ist.

7.2. Methodische Herleitung

Um den Effekt der Homepages auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Sportverbände zu testen, ist es notwendig, diese Wahrnehmung in einem Pre-/Post-Design zu analysieren, um durch das Kennenlernen der Internethandhabung bedingte Unterschiede zu identifizieren. Hierfür muss mit einem kontrollierten Stimulus-Material gearbeitet werden, das die Inhalte der Anti-Doping Rubriken der Homepages zeigt, um Effekte der Internethandhabung durch die Probanden auszuschließen. Da es sich in diesem Fall als schwierig erweist, das Konstrukt der Vertrauenswürdigkeit zweimal innerhalb kurzer Zeit durch ein direktes Messverfahren zu erheben, weil dies zu einem möglichen suggestiven, verzerrten Antwortverhalten führen kann, wird mit dem Affective Priming ein indirektes Verfahren zur Messung der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit eingeführt. Das AP wird als Methode gewählt, da durch dieses Verfahren Pre-/Post-Unterschiede wie auch Unterschiede zwischen den präsentierten Reizen (i.e. die verschiedenen in dieser Studie miteinbezogenen Sportverbände) identifiziert werden können. Die Messung von Vertrauenswürdigkeit mithilfe des AP wurde bisher nur in einer dem Autor bekannten Studie (Burns et al., 2006) durchgeführt, die als Ausgangspunkt für dieses Studiendesign gewählt wird. Burns und Kollegen (2006) entwickeln auf der Grundlage der Arbeit von Fazio et al. (1995) ein experimentelles Design, bei dem die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit eines präsentierten Reizes (prime) durch die Geschwindigkeit des Reaktionsverhaltens bei einer Zuordnungsaufgabe nach der Präsentation dieses Reizes operationalisiert wird. Die Autoren gehen von einer Aktivierung der bestehenden Einstellungen zu dem Reizobjekt aus, die das Antwortverhalten (bzw. die Reaktionsschnelligkeit bei kongruenten und diskongruenten Folgereizen)

beeinflussen. Sie nutzen hierfür jobrelevante Wörter, die die Vertrauensobjekte darstellten, als Reiz (prime). Die Probanden mussten nach der Einblendung des primes ein Zieladjektiv durch Tastendruck dem Begriffsfeld ‚trust‘ (Vertrauen) oder ‚distrust‘ (Misstrauen) zuordnen. Die Autoren nutzen hierfür als Zieladjektive je zehn vertrauensnahe und zehn vertrauensferne Adjektive, die sie durch einen Pre-Test aus je 50 Adjektiven ausgesucht hatten. Die Ergebnisse der indirekten Messungen verglichen die Autoren abschließend mit den Ergebnissen von Fragebogenuntersuchungen mit derselben Stichprobe. Hierbei schlussfolgern die Autoren, dass die direkt durch Fragebögen erhobene Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit von Kollegen aus unterschiedlichen Arbeitsbereichen sich von den indirekten Ergebnissen unterscheidet. Dies könnte laut der Autoren auf eine Verzerrung der Aussagen über die Vertrauenswürdigkeit von Arbeitskollegen durch direkte Messverfahren hindeuten.

Das von Burns et al. (2006) genutzte Verfahren soll in dieser Studie hinsichtlich des Experimentalaufbaus und der Grundüberlegungen zur indirekten Messung von Vertrauenswürdigkeit übernommen werden. Allerdings ist an der Studie von Burns et al. (2006) kritisch anzumerken, dass die Auswahl der Zieladjektive der Untersuchung explorativ ohne theoretische Fundierung auf bestehenden Vertrauensmodellen erfolgte. Deswegen sollen im Rahmen dieser Studie zunächst Adjektive identifiziert werden, die für die Studie genutzt werden können und auf dem Vertrauensmodell von Mayer et al. (1995) basieren und die von den Autoren postulierten Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit repräsentieren.

7.3. Ziel der Studie

Die Studie verfolgt zwei Ziele: Zunächst soll die Messmethode des Affective Priming auf die Messung der Vertrauenswürdigkeit übertragen werden. Hierfür wird ein Pre-Test durchgeführt, um ein für die Messung von Vertrauenswürdigkeit sensibles indirektes Messinstrumentarium zu entwickeln und im Folgenden in dieser Studie (wie auch in Studie 3) anzuwenden.

Inhaltliches Ziel der Studie ist es, den Einfluss von digitalen Medien auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden zu testen. Hierfür wird das digitale Medium der Verbandshomepage gewählt, das durch standardisierte Videos den Probanden präsentiert wird. Die Analyse wird auf die Rubrik der Anti-Doping-Arbeit des Verbands konzentriert. Die zentrale Fragestellung ist, ob durch das Kennenlernen der digitalen Präsentation der Anti-Doping-Arbeit des Sportverbands das Vertrauen in den Sportverband beeinflusst wird. Hierfür wird mithilfe des Affective-Priming-Paradigma (Fazio & Olsen, 2003) ein Pre-/Post-Test Design verwendet. Die Hypothesen lauten:

Hypothese 1: Der DLV und der DTB werden im Pre-Test vertrauenswürdiger wahrgenommen als der BDR.

Hypothese 2: Der DTB wird im Post-Test durch die nicht zur Dopingprävalenz passende Qualität der Homepage weniger vertrauenswürdig wahrgenommen als im Pre-Test.

Hypothese 3: Der BDR wird im Post-Test weniger vertrauenswürdig eingeschätzt als im Pre-Test.

Hypothese 4: Der DLV wird im Post-Test vertrauenswürdiger wahrgenommen als im Pre-Test.

7.4. Vorstudie

Das Affective Priming-Experiment wurde durch eine Vorstudie erprobt, die mit dem Programm Inquisit 4.0 erstellt wurde. In dieser wurde ein erweitertes Experiment mit $N = 8$ Probanden durchgeführt. Hierbei mussten die Probanden in einem ersten Schritt 12 Adjektive, die PC-basiert präsentiert wurden, möglichst schnell per Tastendruck (randomisierte Zuordnung der Probanden zu den Kategorien rechts-vertrauensnah / links-vertrauensnah) dem Feld vertrauensnaher oder vertrauensferner Adjektive zuordnen. Tabelle 11 zeigt die vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektive. Die Probanden hatten 1.5sec. Zeit, das Wort per Tastendruck zuzuordnen. Abbildung 20 zeigt den Bildschirm aus Sicht des Probanden bei Einblendung des Primes ‚Deutscher Leichtathletik Verband‘ und bei der Kategorisierung des Wortes ‚kompetent‘. Vor jeder neuen Einblendung war eine Pause von 2.5 Sekunden.

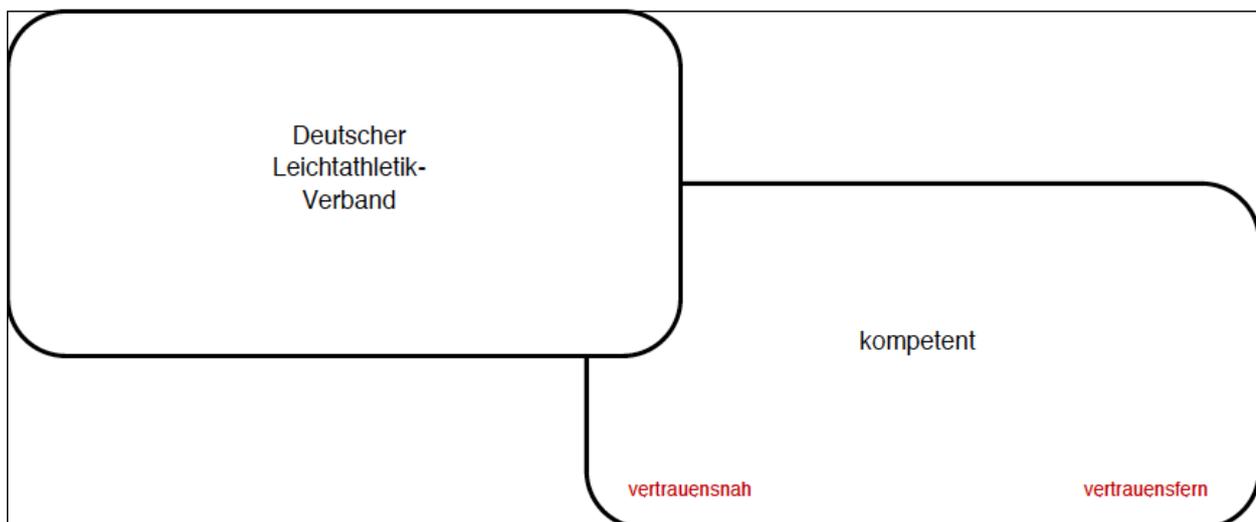


Abbildung 20: Beispiel für die Bildschirmdarstellung aus Sicht des Probanden

In einem zweiten Schritt mussten die Probanden erneut die Adjektive den Begriffsfeldern zuordnen, nachdem ihnen für die Dauer von 150msec. ein Substantiv, das einen positiv oder negativ assoziierten Beruf (Tabelle 17) repräsentiert, gezeigt wurde. Die Berufssubstantive waren dem GfK Vertrauensindex (GfK, 2011) ent-

nommen worden und repräsentieren die in der Gesellschaft als vertrauenswürdigste und als am wenigsten vertrauenswürdige wahrgenommenen Berufe. Alle möglichen Prime-Adjektiv-Paare wurden in randomisierter Reihenfolge einmal gezeigt. Der gesamte zeitliche Ablauf eines Trials ist in Abbildung 21 veranschaulicht. In einem dritten Schritt mussten die Probanden erneut die Adjektive zuordnen. Dieses Mal wurden als Prime die Namen von vier deutschen Sportverbänden (Tabelle 12) eingeblendet.

Auch hier wurden alle möglichen Prime-Adjektiv-Paarungen in randomisierter Reihenfolge einmal gezeigt. Die Instruktionen wurden den Probanden in allen drei Blöcken zuvor erklärt. Vor Block 2 erfolgten zur Gewöhnung an die Prime-Einblendung zwei Beispiele. Vor Block 3 wurde abgefragt, ob die Probanden den Verband und die ausgeübte Sportart kennen. In den Blöcken 2 und 3 wurde nach Hälfte der randomisiert eingeblendeten Kombinationen eine Pause von zwei Minuten durchgeführt.

Die Ergebnisse des Pretests führten dazu, dass drei Adjektivpaare für das Hauptexperiment gewählt wurden. Die Adjektivpaare stellen einen Zusammenhang zum Vertrauensmodell (Mayer et al., 1995) dar. Zusätzlich wurden vier Berufssubstantive (Krankenhaus, Feuerwehr als positive Berufe, Management und Politik als negative Berufssubstantive) für die Baseline-Bedingung des Hauptexperiments ausgewählt.

Tabelle 11: Überblick über die ausgewählten und genutzten Adjektive, unterteilt in 'vertrauensnah' und 'vertrauensfern' (in fett: Nach Pre-Studie genutzte Paare).

Vertrauens-Kategorie	Vertrauensnahes Adjektiv	Vertrauensfernes Adjektiv
Fähigkeit	kompetent	inkompetent
	wissend	naiv
Wohllollen	hilfreich	schädlich
	uneigennützig	eigennützig
	altruistisch	egoistisch
Integrität	verantwortungsbewusst	verantwortungslos
	moralisch	unmoralisch
	ehrlich	lügnerisch
	aufrichtig	heuchlerisch

Tabelle 12: Genutzte Substantive für Kontrollbedingungen sowie ausgewählte Sportverbände (fett: Für Analyse ausgewählte Verbände).

Substantiv	angenommene Wahrnehmung
Krankenhaus	positiv
Feuerwehr	positiv
Politik	negativ
Medien	negativ
Verband	angenommene Wahrnehmung
Bund Deutscher Radfahrer	negativ
Deutscher Leichtathletik Verband	neutral
Deutscher Turnerbund	positiv
Bundesverband Deutscher Gewichtheber	negativ

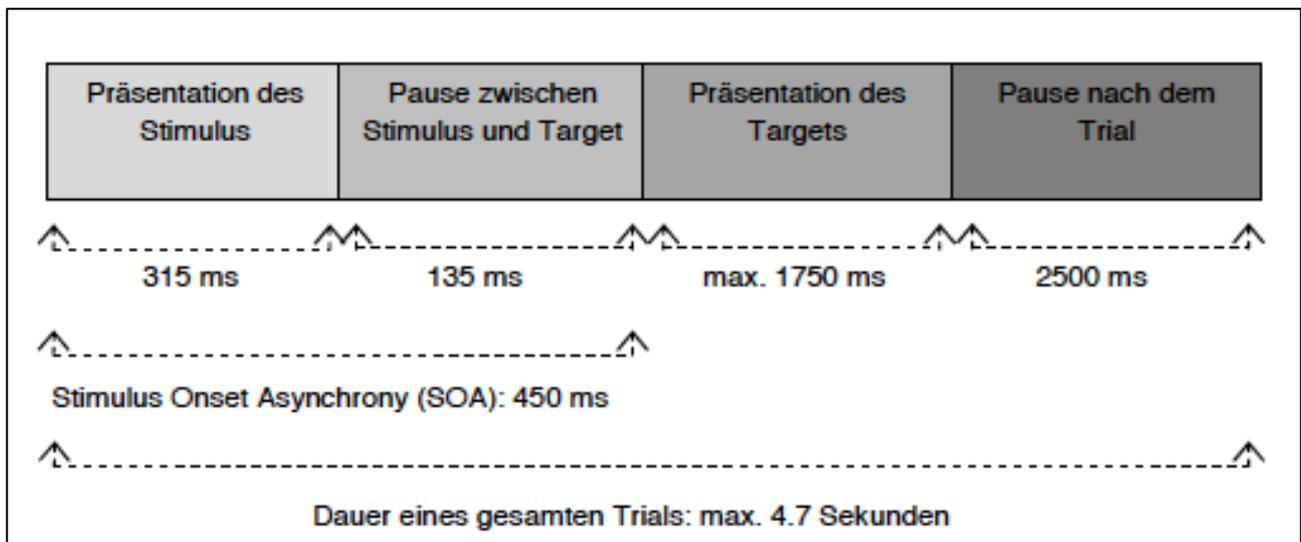


Abbildung 21: Ablauf eines Trials im AP-Experiment.

7.5. Methode der Hauptstudie

7.5.1. Stichprobe

An dem Experiment nahmen 50 Probanden teil (weiblich 26, 52%). Diese waren im Durchschnitt 23.34 Jahre alt ($SD = 4.83$). Die Stichprobe setzte sich ausschließlich aus Sport treibenden Studierenden zusammen. Sieben der 50 Probanden waren Mitglied in einem der vier präsentierten Verbände. Die Probanden hatten eine durchschnittlich niedrige DopingEinstellung von $MW = 33.42$ (auf einer Summenscoreskala, die zwischen 17 und 102 Punkte umfasst, $SD = 7.32$) sowie eine hohe Athletenidentität ($MW = 4.77$, $SD = 0.97$) und eine hohe Neigung zu vertrauen ($MW = 7.00$, $SD = 1.63$ auf einer 10-Punkt-Skala).

7.5.2. Stimulus-Material

Das Stimulus-Material der Hauptintervention waren vier Screenshot-Videos von je zwei Minuten Länge. Diese zeigten den Anti-Doping-Bereich der Homepage der vier Sportverbände (Bund deutscher Radfahrer (BDR), Bundesverband Deutscher Gewichtheber (BVDG), Deutscher Leichtathletikverband (DLV) und Deutscher Turnerbund (DTB)). Die Videos wurden durch zwei unabhängige studentische Hilfskräfte mithilfe des Programms Camtazia Studio 5.0 (Screenrecorder) beim Durchgehen der Seiten aufgenommen und stellten den gesamten Anti-Doping-Bereich des jeweiligen Verbands da, sowie den Weg über die Hauptnavigation zu diesen Inhalten. Die Bedingung BVDG wurde posthoc aus den Analysen ausgeschlossen, da sich zeigte, dass der Verband als solcher den Probanden nicht bekannt genug war, was zu starken Unregelmäßigkeiten (Vielzahl von Ausreißern und Missings im Pre- und Post-Test) führte. Im Folgenden wird daher von den drei Bedingungen BDR, DLV, DTB ausgegangen.

Die Qualität der Homepages wurde durch drei unabhängige Rater vorab bewertet. Hierfür wurden verschiedene Kriterien des Anti-Doping Auftritts des jeweiligen Ver-

bands zu Rate gezogen. Der Gesamtqualität wurde in drei Kategorien unterteilt (gut = DLV, durchschnittlich = DTB, schwach = BDR).

Die Erwartungen an den digitalen Anti-Doping-Auftritt des Verbands wurden anhand der Prävalenzraten zu Dopingfällen in den jeweiligen Sportarten in Deutschland festgelegt. Demnach wird mit dem BDR eine hohe Dopingwahrscheinlichkeit verbunden, mit dem DLV eine mittlere Dopingwahrscheinlichkeit und mit dem DTB eine geringe Dopingwahrscheinlichkeit. Somit sind die Erwartungen an den BDR eher gering, an den DLV eher als mittel und an den DTB als hoch anzusehen.

Tabelle 13: Felderschema der genutzten Webpages.

	Homepagequalität	Dopingprävalenz
Bund Deutscher Radfahrer	niedrig (-)	hoch (-)
Deutscher Leichtathletik Verband	hoch (+)	durchschnittlich (o)
Deutscher Turnerbund	durchschnittlich (o)	gering (+)

7.5.3. Instrumente

Für die Programmierung des Experiments wurde die Software Inquisit 4.0 verwendet. Für die Programmierung wurden die gleichen Zeitwerte wie beim Pre-Test programmiert. Die Durchführung erfolgte an 22" Zoll Bildschirmen der Marke Acer. Die Entfernung der Probanden zum Bildschirm wurde auf 50cm standardisiert. Die für die Reaktionen zu drückenden Tasten einer Tastatur der Marke acer wurden durch Markierungen gekennzeichnet. Instruktionen zur Durchführung erfolgten über den Bildschirm. Die Primes wie auch wie Adjektive wurden zentral in Schriftart Arial, Schriftgröße 36 präsentiert. Das Experiment wurde so konstruiert, dass jede Adjektiv-Prime Paarung zweimal präsentiert wurde. Somit ergaben sich insgesamt folgende Zuordnungsaufgaben in chronologischer Reihenfolge des Experiments:

- Adjektivzuordnung ohne Prime (6x)
- Adjektivzuordnung nach Berufsfeldsubstantiv (4x6x2 = 48)
- Probe-Items (4x)
- Adjektiv-Sportverband-Zuordnung im Pre-Test (6x4x2 = 48x)
- Adjektiv-Sportverband-Zuordnung im Post-Test (6x4x2 = 48x)

Das Experiment war so programmiert, dass alle Kombinationen in randomisierter Reihenfolge exakt 2x in jedem Trial eingeblendet wurden.

Die DopingEinstellung der Probanden wurde erhoben durch die deutsche Übersetzung der Performace Enhancement Attitude Scale (PEAS, Petróczi, 2007). Diese umfasst 17 Items auf einer 6-Punkt-Likert Skala und wies in dieser Studie eine interne Konsistenz von Cronbach's $\alpha = .70$ aus. Die Athltenidentität wurde durch eine 10 Items umfassende Skala von Schmid und Seiler (2003) erfasst. Die interne Konsistenz der Skala betrug Cronbach's $\alpha = .88$. Darüber hinaus wurde die allgemeine Neigung der Probanden zu vertrauen miterhoben (1 Item), ebenso die Mitgliedschaft in einem der vier präsentierten Sportverbände.

7.5.4. Durchführung

Das Experiment fand im Labor des Arbeitsbereichs Sportpsychologie an der WWU Münster statt. Durch eine spezifische Aufstellung der Experimental-Bildschirme konnten vier Probanden gleichzeitig an der Studie teilnehmen (Abbildung 22).

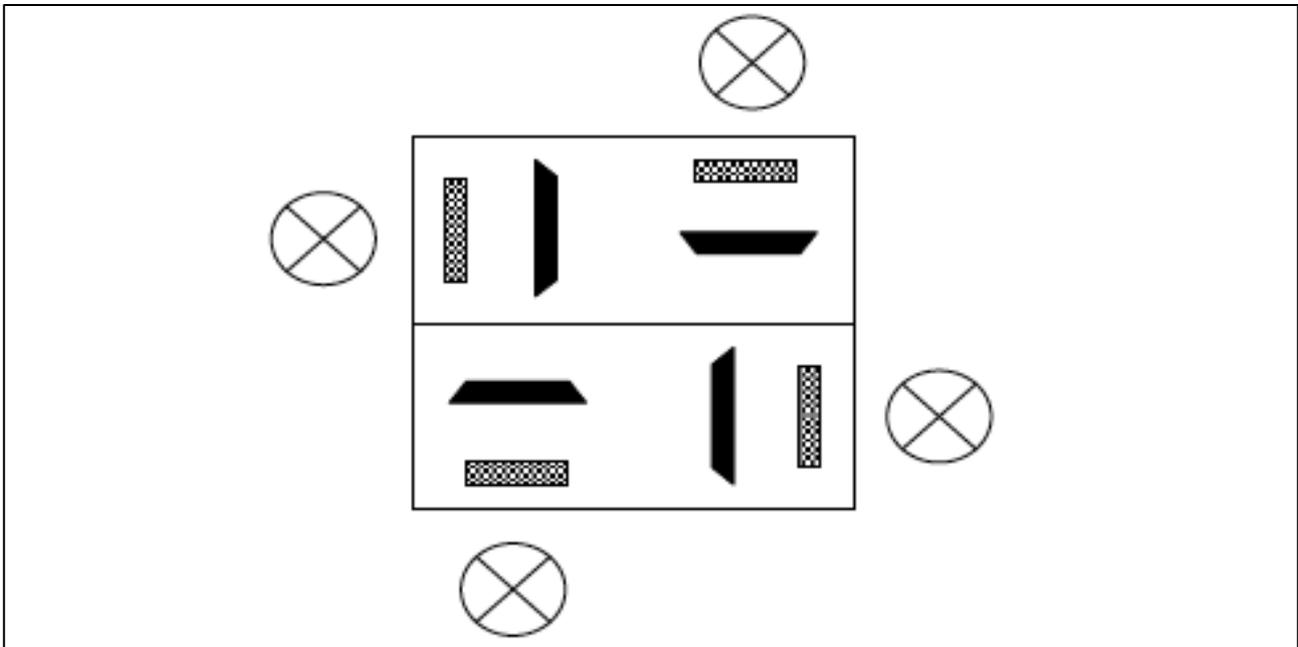


Abbildung 22: Experimentalaufbau.

Alle Probanden wurden zunächst auf die Freiwilligkeit der Teilnahme und die mögliche Dauer von ca. 45 Minuten hingewiesen. Den Probanden wurde eine Aufwandsentschädigung von 8,50 Euro ausgehändigt, nachdem sie eine Einverständniserklärung zur Teilnahme unterschrieben hatten. Zunächst füllten die Probanden einen Fragebogen zu soziodemografischen Daten und zu den Kontrollvariablen aus. Im zweiten Schritt erfolgte die Instruktion für das PC-basierte Experiment. Dieses unterteilte sich in sechs Schritte:

1. Zuordnung der Adjektive zu vertrauensnah und vertrauensfernen Adjektiven.
2. Zuordnung der Adjektive nach Prime Berufsfeldsubstantiv.
3. Einführung mit kurzer Information zu den vier Sportverbänden .
4. Pre-Test-Bedingung Name des Sportverbands als Prime und Zuordnung der Adjektive.
5. Kennenlernen der Anti-Doping Rubriken der vier Verbände durch die in randomisierter Reihenfolge präsentierten standardisierten Videos, die die Anti-Doping Rubriken zeigten.
6. Post-Test-Bedingung, die identisch mit Phase 4 war, wobei auch hier die Begriffspaare in randomisierter Reihenfolge gezeigt wurden.

Im Anschluss an das sechsstufige PC-basierte Experiment fand ein Debriefing der Probanden statt.

7.5.5. Verfahren der Datenauswertung

Die Datenanalyse erfolgte mit Programm IBM.SPSS Statistics 22.0. Über ein Boxplotverfahren wurden Ausreißer in den jeweiligen Kategorien getrennt nach Pre- und Post-Test von der Analyse ausgeschlossen. Pre- und Postergebnisse wurden separat berechnet, sowie in Differenz von einander. Außerdem wurden zur besseren Aussagekraft Werte in Relation zu den Mittelwerten der Probanden in der Pre- und Postbedingung gebildet. Auf eine log-Transformation der Daten wurde aus Gründen der Anschaulichkeit verzichtet.

7.6. Ergebnisse

7.6.1. Ergebnisse für die Pre-Bedingung

Die Rohwerte zeigen, dass sowohl beim DTB als auch beim DLV die Reaktionszeit bei den positiven Adjektiven schneller war als bei den negativen, beim BDR jedoch die Reaktionszeit bei den negativen Adjektiven schneller war. Setzt man die Ergebnisse in Relation zur Baseline (Mittelwert der Reaktionszeiten im Pre-Test), so zeigen sich zwei Effekte: Zum einen sind die Reaktionszeiten für beide Bedingungen geordnet: Die schnellste Reaktion bei den Pro-Adjektiven erfolgt für den DTB, die zweitschnellste für den DLV, die langsamste für den BDR. Dies zeigt sich in umgekehrter Reihenfolge für die negativen Adjektive, wo die schnellste Reaktionszeit für den BDR gemessen wird. Allerdings sind diese Unterschiede nicht signifikant, sondern zeigen lediglich teilweise eine Tendenz (einseitige T-Tests: $.45 < p < .09$) Zum anderen zeigt sich ein weiterer Effekt in den abgetragenen Vergleichen zwischen Pro- und Contra-Adjektiven bei den jeweiligen Verbänden: Sowohl beim DLV ($t(47) = -3.30, p < .01$) als auch beim DTB ($t(43) = -2.851, p < .01$) werden die positiven Adjektive signifikant schneller zugeordnet als die negativen. Ein Effekt, der sich für den BDR nicht finden lässt ($t(38) = -.48, p = .64$). Hypothese 1 kann damit teilweise bestätigt werden.

Tabelle 14: Ergebnisse des Pre-Tests (Original-Daten und Daten in Referenz zu Mittelwerten in Millisekunden [msec.])

		PRE	SD	PRE in Relation	Pro – Contra
BDR	PRO	608.59	109.53	8.52	5.26
	CONTRA	603.33	83.97	3.26	
DLV	PRO	588.05	90.56	-12.02	-27.72
	CONTRA	616.44	83.89	16.38	
DTB	PRO	580.67	103.68	-19.39	-22.65
	CONTRA	603.32	96.35	3.26	

Der Vergleich der drei Relationsergebnisse im Vergleich zueinander zeigt jedoch keine signifikanten Unterschiede (Pro-Adjektive: $F(2, 43) = .50, p = .61$, Contra-Adjektive: $F(2, 41) = 1.08, p = .35$).

7.6.2. Ergebnisse für den Pre-Post Vergleich

Wie Abbildung 23 deskriptiv zeigt, wurden beim Prime DLV und beim Prime DTB die vertrauensnahen Adjektive (pro) schneller zugeordnet als die vertrauensfernen (contra), was auf eine positive Wahrnehmung des Verbands hinweist. Dieses Ergebnis ist für den DLV ($t(47) = -2.50, p = .016$) signifikant, für den DTB tendenziell signifikant ($t(45) = -1.96, p = .057$). Für den BDR liegen keine signifikanten Unterschiede zwischen den vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektiven im Post-Test vor ($t(45) = -.03, p = .976$). Dies zeigt, dass der DLV und tendenziell auch der DTB positiv hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit nach Kennenlernen der Homepages bewertet wurden.

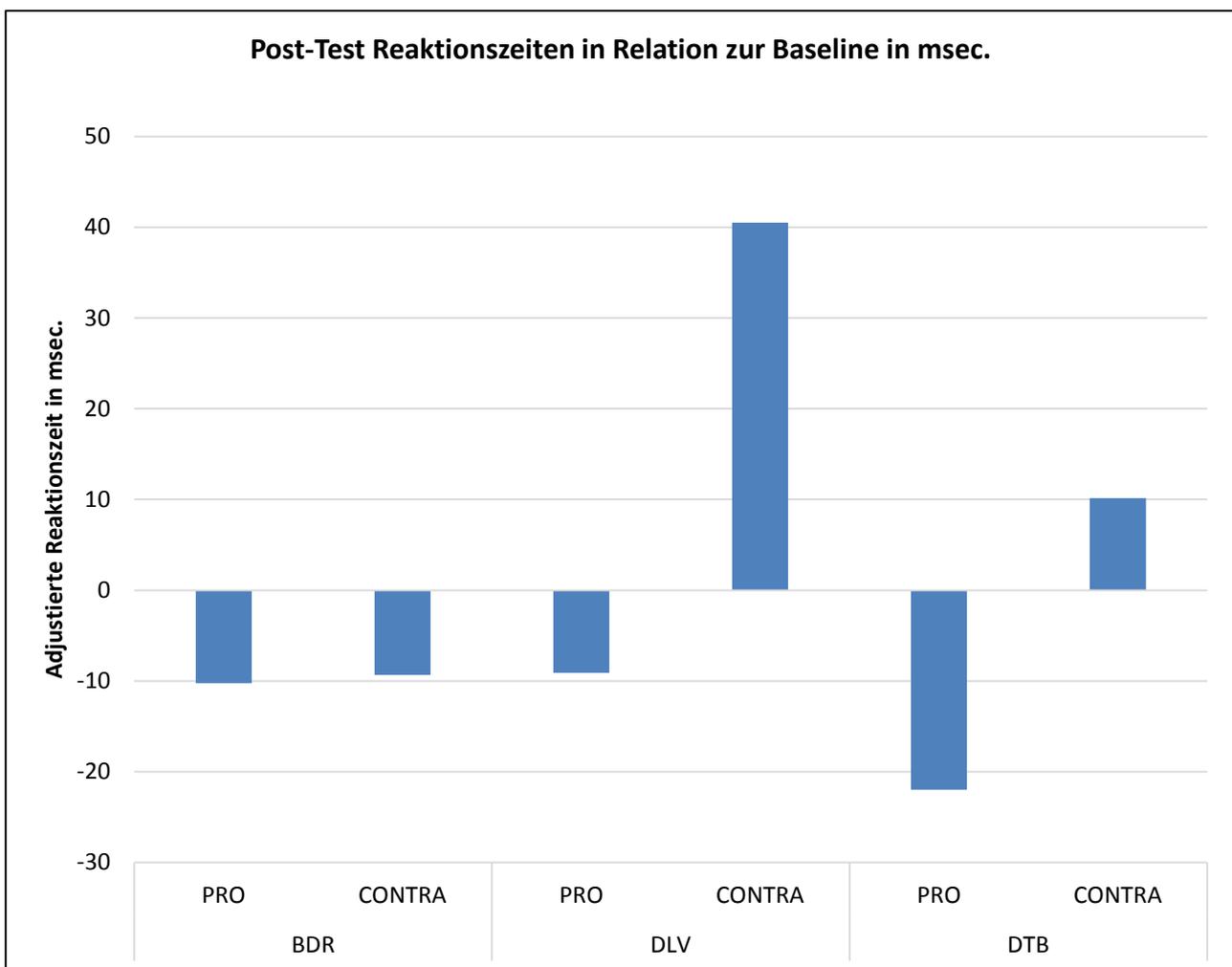


Abbildung 23: Post-Test Reaktionszeiten nach den Primes BDR, DLV und DTB auf vertrauensnahe (pro) und vertrauensferne Adjektiven (contra).

Ein Vergleich der Pre- und Postergebnisse (einseitige T-Tests) zeigt keine signifikanten Effekte für die Reaktion auf vertrauensnahe ($p = .79$) und vertrauensferne Adjektive ($p = .59$) für den DTB. Hypothese 2 muss somit verworfen werden. Für den BDR zeigt sich in Bezug auf Hypothese 3, dass hinsichtlich positiver Adjektive keine signifikanten Unterschiede vorliegen ($p = .74$), dass vertrauensferne Adjektive jedoch tendenziell schneller zugeordnet werden ($t(43) = 1.25, p = .135$). Eine ten-

denziell schnellere Zuordnung vertrauensferner Adjektive legt eine Verschlechterung der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit nahe.

Beim Vergleich der Reaktionszeiten nach dem Prime DLV (Hypothese 4) verhält es sich hingegen andersrum. Auch hier liegt für vertrauensnahe Adjektive keine Unterschied vor ($p = .89$), für vertrauensferne Adjektive liegt eine Tendenz vor, dass diese langsamer zugeordnet werden als im Pre-Test ($t(44) = 1.79, p = .126$). Insgesamt sind diese Effekte jedoch nicht signifikant.

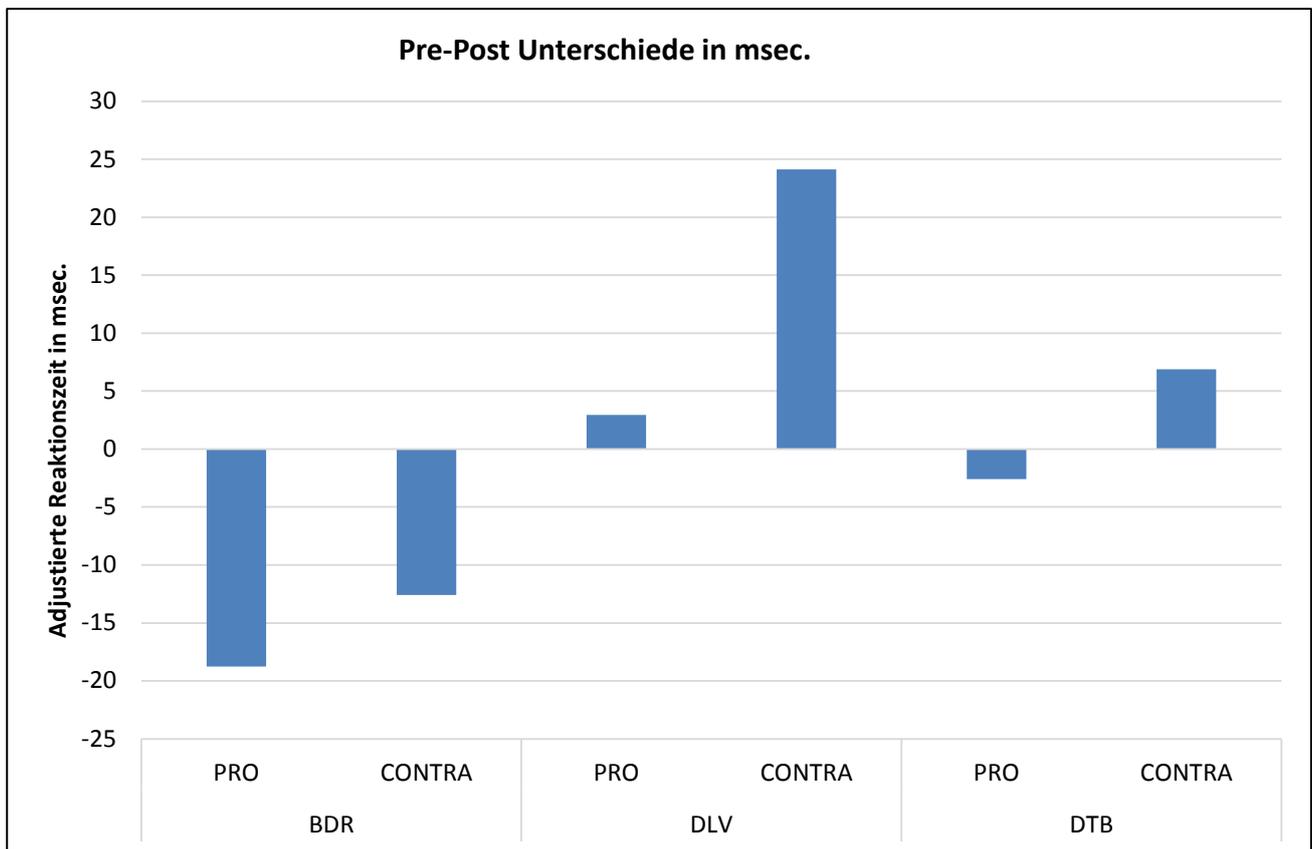


Abbildung 24: Vergleich der Pre- und Post-Reaktionszeiten auf vertrauensnahe (pro) und vertrauensferne Adjektiven (contra) nach den Reizen BDR, DLV und DTB.

Der Pre-Post Vergleich der Reaktionszeiten (in Relation zur Baseline) zeigt darüber hinaus keine signifikanten Unterschiede zwischen den Verbänden, die als Prime genutzt wurden. Dies gilt sowohl für die vertrauensnahen ($F(2, 43) = .50, p = .61$), als auch für vertrauensferne Adjektive ($F(2, 41) = 1.08, p = .35$).

Tabelle 15: Ergebnisse des Post-Tests (Original-Daten und Daten in Referenz zu Mittelwerten in Millisekunden [msec.])

		Post	SD	Post in Relation	Pre-Post	Pre-Post
BDR	PRO	546.16	84.09	-10.24	-62.43	-18.76
	CONTRA	547.07	91.23	-9.33	-56.26	-12.59
DLV	PRO	547.31	99.81	-9.09	-40.74	2.93
	CONTRA	596.90	98.87	40.50	-19.55	24.12
DTB	PRO	534.41	74.66	-21.99	-46.26	-2.59
	CONTRA	566.54	70.21	10.15	-36.78	6.89

7.7. Diskussion

Ziel dieser Studie war es, den Einfluss des Kennenlernens der digital präsentierten Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden auf deren Vertrauenswürdigkeit zu identifizieren. In einem ersten Schritt wurde dabei das Ergebnis aus Studie 1 bestätigt, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden unterschiedlich ausgeprägt ist: Während das indirekte Messverfahren zeigt, dass der DLV und der DTB eher vertrauenswürdig attribuiert werden, kann dieses Ergebnis für den BDR nicht gefunden werden. Dieses Ergebnis ist erwartungskonform, wenn man die Dopingprävalenzraten der Sportarten berücksichtigt, die den Radsport als dopingbelastete Sportart zeigen.

Die Ergebnisse des Posttests zeigen, dass auch nach dem Kennenlernen der Inhalte der digitalen Anti-Doping Auftritte der DLV positiv und der DTB tendenziell eher positiv wahrgenommen werden, der BDR allerdings nicht. Für den DLV war dieses Ergebnis aufgrund der zuvor als gut identifizierten Anti-Doping Inhalte der Homepage vorausgesagt worden. Dass der DTB nur noch tendenziell vertrauensnah angesehen wird, kann möglicherweise auf die eher schwache Internetpräsenz zurückgeführt werden, allerdings finden sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Pre- und Posttest in Bezug auf den Prime DTB, so dass dieses Ergebnis nicht ausreichend Aufschluss hierüber geben kann.

Der Vergleich zwischen Pre- und Posttest zeigt für den BDR, der eher vertrauensunwürdig im Hinblick auf seine Anti-Doping Arbeit identifiziert wurde und darüber hinaus über keine gute digitale Anti-Doping Präsenz verfügt, keine signifikanten Unterschiede. Dies kann durchaus als Indiz dafür angesehen werden, dass die Wahrnehmung der Teilnehmer*innen, dass der Verband nicht vertrauenswürdig sei, durch die Intervention bestätigt wurde. Hierauf verweist auch der tendenzielle Effekt für die vertrauensfernen Adjektive, dass diese in der Post-Bedingung noch schneller zugeordnet werden als im Pre-Test.

Die Ergebnisse zum DLV zeigen ein ähnliches Ergebnis, da auch hier die Wahrnehmung des Verbands als vertrauenswürdig durch die Intervention nur leicht verändert wird. Die Reaktionszeitverschiebung bei den vertrauensfernen Adjektiven deutet tendenziell ebenfalls darauf hin, dass die Wahrnehmung des Verbands be-

stätigt wird: Die Probanden benötigten im Relation gesehen etwas länger, um die vertrauensfernen Adjektive nach dem Prime DLV korrekt zuzuordnen.

Insgesamt müssen die Ergebnisse sehr vorsichtig interpretiert werden: Die erstmals zur Messung von Vertrauenswürdigkeit in einem Pre-Post-Test genutzte Methode des AP erweist sich noch nicht als valide. Die Aussagekraft wird durch vier Fakten limitiert: Zum einen musste bereits im Vorfeld der Analyse der BVDG ausgeschlossen werden, da die Probanden Probleme mit der Zuordnung des Verbands hatten. Dieser war vielen Probanden unbekannt, was zu immens hohen Standardabweichungen bei den Reaktionszeiten geführt hatte. Des Weiteren führen insgesamt hohe Standardabweichungen zu Limitationen hinsichtlich der Ergebnisauswertung. Zwar zeigen sich für die einzelnen Begriffspaare größtenteils niedrige bis mittlere Korrelationen im Pre-Post Vergleich, doch zeigt sich ebenfalls eine breite Spanne der Reaktionszeiten, die eine valide und reliable Ergebnisdeutung erschwert. Hinzu kommt als drittes Argument, dass ein Lerneffekt zwischen Pre- und Post-Test vorzuliegen scheint, da den Probanden die Zuordnung der Adjektive signifikant schneller im Post-Test gelingt. Dies wird zwar durch die Ausrichtung der Mittelwerte an den jeweiligen Relationswerten für die Ergebnisanalyse ausgeglichen, deutet aber auf Schwächen des Testverfahrens hin. Zuletzt muss auch das Stimulus-Material mitsamt der Zieladjektive kritisch beleuchtet werden. Die Zuordnung der positiven Adjektive erfolgte über alle Bedingungen (pre und post sowie zu allen Primes) signifikant schneller als die Zuordnung der negativen Adjektive. Auch liegt hier auf die unterschiedlichen Bedingungen bezogen, beinahe keine Varianz vor. Dies kann auf zwei Arten interpretiert werden: Entweder waren die Adjektive nicht sensibel genug um zwischen vertrauenswürdigen und nicht vertrauenswürdigen Verbänden zu diskriminieren oder die als Stimuli präsentierten Reize, die Sportverbände, werden insgesamt nicht ausreichend diskriminierend von einander unterschieden. Während in IAT-Experimenten mit gegenteiligen Reizen gearbeitet wird, stellen die Verbände keine Gegensätze dar. Vielmehr befinden sie sich auf einer Ebene, da sie alle dieselben Aufgaben und Funktionen haben und das insgesamt positiv attribuierte Feld des Sports repräsentieren.

Diese Studie stellt den ersten Versuch dar, Vertrauenswürdigkeit experimentell durch ein indirektes Verfahren in einem Pre-/Posttest zu erfassen. Während in den vorausgegangenen Studien zur Nutzung des AP entweder die Primes klare Gegenpole darstellen (vgl Fazio & Olsen, 2003) oder die Vertrauenswürdigkeit nur zu einem Messzeitpunkt erfasst wurde, wobei die durchschnittlichen Reaktionszeiten auf die jeweiligen Adjektive bei der Auswertung nicht berücksichtigt wurden (Burns et al., 2006) erweist sich die Kombination dieser für eine valide Messung von Unterschieden in der Vertrauenswürdigkeit notwendigen Bedingungen bei dieser ersten Untersuchung als schwierig. Ein Fokus weiterer Forschung muss sich daher auf die Auswahl der Primes und Adjektive konzentrieren, wenn man mit der Messmethode des AP auch nicht gegenteilige Reize trennscharf von einander analysieren möchte. In dieser Studie gelingt dies nur bedingt. Allerdings sind die dabei identifizierten Erkenntnisse dennoch von Bedeutung: Wenn auch nicht völlig valide, werden die

aus Studie 1 resultierten Annahmen zur unterschiedlichen Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden durch die Ergebnisse eines indirekten Messverfahrens unterstrichen. Gleichzeitig weisen die tendenziell signifikanten Ergebnisse des Pre-/Postvergleichs darauf hin, dass die digitale Präsentation von Anti-Doping Arbeit die Wahrnehmung dieser Vertrauenswürdigkeit beeinflussen kann. Entgegen der Hypothese weisen die Ergebnisse aber eher darauf hin, dass dies der Fall ist, wenn eine Wahrnehmung durch das Kennenlernen der digitalen Inhalte bestätigt wird (BDR als wenig vertrauenswürdig, DLV als vertrauenswürdig) und nicht, wenn zwischen Vorannahmen und Umsetzung der Anti-Doping Arbeit des DTB eine vermeintliche Diskrepanz vorliegt. Diese Ergebnisse können allerdings zum jetzigen Stand der Forschung keinesfalls verallgemeinert werden; In Bezug auf die Annahme von Bette und Schimank (2006), dass das transparente Präsentieren der eigenen Doping-Arbeit sich positiv auf deren Wahrnehmung auswirken würde, müssen weitere Studien zeigen, welche Möglichkeiten sich Verbänden hierdurch bieten. Der Einfluss der digitalen Angebote, die in der Außendarstellung der Verbände eine immer stärkere Rolle einnehmen, sollte dabei auf jeden Fall berücksichtigt werden.

Studie 3

8. Die Vertrauenswürdigkeit von digitalen Anti-Doping Kampagnen in Abhängigkeit ihres Initiators

8.1. Theoretische Herleitung

In Studie 2 wurde der Einfluss von digital präsentierter Anti-Doping Arbeit auf die Vertrauenswürdigkeit des dafür verantwortlichen Sportverbands analysiert. Hierbei konnte nur tendenziell nachgewiesen werden, dass der Onlineauftritt eines Sportverbands auch Einfluss auf dessen Vertrauenswürdigkeit hat. Als positives Beispiel wurde der DLV identifiziert, der zum einen als vertrauenswürdig wahrgenommen wurde und der zum anderen tendenziell durch seine Onlinepräsenz hinsichtlich seiner Vertrauenswürdigkeit profitieren kann. Deswegen soll dieser Verband auch als Beispiel für diese Studie dienen.

Neben den in Studie 2 analysierten Homepages der Verbände gibt es eine weitere Möglichkeit der digitalen Präsentation von Anti-Doping Arbeit. Diese besteht in digital präsentierten Anti-Doping Kampagnen. Im Gegensatz zu den Anti-Doping Inhalten auf Homepages, die nur einen von unterschiedlichen Gegenständen der Seiten darstellen, sind Anti-Doping Kampagnen vollständig auf die Prävention von Doping im Sport fokussiert. Hierfür liegen unterschiedliche Formate vor, die sich möglichst an alle Teilgruppen des Sports (Augustin, 2007b) richten und sowohl Informations- und Aufklärungsangebote bieten, wie auch Schulungsmaterialien oder nützliche Tools wie Anti-Doping Apps oder eine Vielfalt von Downloadangeboten. Dabei liegt der Fokus nicht nur auf der direkten Verhinderung von Doping durch Aufklärung, sondern auch auf Schulung und Stärkung von Kompetenzen und Copingstrategien für Sportler*innen (Bette et al., 2012).

Diese Anti-Doping Kampagnen können von unterschiedlichen Initiatoren organisiert sein. So wird die in dieser Studie als Stimulus-Material operationalisierte Kampagne ‚Gemeinsam gegen Doping‘ durch die Nationale Anti-Doping Agentur organisiert. Andere Kampagnen entstammen direkt den Sportverbänden, wie bspw. die Kampagne „true athletes“ des DLV oder werden von dritten Parteien, wie unabhängigen Vereinen organisiert wie die Kampagne ‚Gate‘, die auf dem Internetportal ‚cycling4fans‘ etabliert ist. Denkbar sind auch Beteiligungen an Dopingkampagnen durch andere Abnehmer des Sports wie die Politik oder die Wirtschaft, die ebenfalls von einem dopingfreien Sport profitieren können.

Wer wiederum Initiator einer Dopingkampagne ist, kann zu unterschiedlichen Bewertungen dieser Kampagnen führen: So besteht ein reziproker Einfluss von Informationen und deren Herausgebern. Es kann folglich angenommen werden, dass die Inhalte einer Anti-Doping Kampagne die Vertrauenswürdigkeit des Initiators beeinflussen, gleichzeitig aber auch die Informationen über die dahinter stehende Organisation die Wahrnehmung der Kampagne selbst beeinflussen können. Dementsprechend müsste es das Anliegen der jeweiligen Sportverbände sein, selbst über eine Anti-Doping Kampagne zu verfügen, da dieser direkte Zusammenhang zwischen Engagement und Verband als Quelle oder Mitinitiator zu einer Verbesserung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands führen könnte.

Allerdings wird die Anti-Doping Arbeit in Deutschland durch zentral organisierte Anti-Doping Kampagnen dominiert, bei denen die Verbände eine eher untergeordnete

Rolle spielen. Hingegen lässt sich von Kohrings (2007) Ausführungen zur Vertrauenswürdigkeit von journalistischen Produkten ableiten, dass Sportverbände eigene, individuelle Kampagnen ausrichten sollten, um in diesem Feld Aufmerksamkeit zu erlangen und demnach als vertrauenswürdig zu erscheinen, da sie selber als Initiator bzw. Quelle hierfür verantwortlich zeichnen. Dies entspricht auch den Annahmen von Bette et al. (2012), die postulieren, dass Anti-Doping Arbeit einer spezifischen Zielgruppenorientierung bedarf. Diese ist aber bei einer gemeinsamen Anti-Doping Kampagne, die Handballer*innen, Fußballer*innen, Radfahrer*innen, Leichtathlet*innen allesamt miteinschließt wahrscheinlich nur bedingt gegeben. Auch kann eine spezifische, auf eine Sportart ausgerichtete Anti-Doping Kampagne zielgerichteter Kompetenzen vermitteln und Teilgruppen miteinbeziehen, wie es Augustin (2007b) fordert.

8.2. Ziel der Studie und Versuchsplan

Ziel dieser Studie ist es, den Einfluss von Anti-Doping Kampagnen auf die Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands zu analysieren. Hierbei werden als Sportverband der Deutsche Leichtathletik Verband (DLV) und als Anti-Doping Kampagne die NADA-Initiative 'Gemeinsam gegen Doping' ausgewählt. Der Fokus dieser Studie liegt dabei auf der Fragestellung, ob es für die Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands von Relevanz ist, ob er selber aktiv als Initiator einer Anti-Doping Kampagne auftritt oder diese Rolle an eine andere Institution abgibt. Drei weitere Initiatoren von Anti-Doping Kampagnen werden identifiziert: Die NADA als offizielles, übergeordnetes Organ; ein Sponsor (NIKE) als Kooperationspartner des Verbands; und ein dem DLV zuarbeitender Verein, der als einzige Aufgabe hat, die Anti-Doping Arbeit des DLV zu unterstützen. Für alle drei Varianten von externen Initiatoren liegen Beispiele aus dem nationalen und internationalen Spitzensport vor. Für die Analyse des Effekts der unterschiedlichen Initiatoren wird ein Experiment entwickelt, bei dem das Stimulus-Material die Inhalte der NADA-Kampagne 'Gemeinsam gegen Doping' präsentiert. In vier unterschiedlichen Stimulus-Materialien ist dabei der Inhalt der Kampagne so manipuliert, dass er entweder durch den DLV, die NADA, den Sponsor NIKE oder den Verein zur Förderung der Leichtathletik 'Gemeinsam gegen Doping' initiiert wurde. Die Probanden werden randomisiert einer der Bedingungen zugeordnet. In einem Pre-/Post-Experiment soll durch wiederholte Messung der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des DLV der Einfluss der jeweiligen Kampagneninitiatoren getestet werden. Das methodische Vorgehen erfolgt analog zu Studie 2. Somit wird die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des DLV indirekt durch die Methode des Affectiv Priming gemessen. Die Zieladjektive aus der vorangegangenen Studie werden dabei übernommen, auch der Experimentalaufbau. Folgende Hypothesen werden auf Basis der Empirie abgeleitet:

Hypothese 1: Der DLV wird vertrauenswürdiger wahrgenommen als die anderen eingeführten Institutionen. Hingegen werden Sponsoren (NIKE) am wenigsten vertrauenswürdig wahrgenommen.

Hypothese 2: Die Vertrauenswürdigkeit des DLV wird durch eine selbstständig initiierte Anti-Doping Kampagne höher wahrgenommen als bei der Initiative durch einen externen Partner.

8.3. Methode

8.3.1. Stichprobe

Insgesamt nahmen $N = 80$ zufällig ausgewählte Probanden im Alter von 20 bis 29 Jahren ($MW = 23.4$ Jahre, $SD = 2.54$) an dem Experiment teil, die randomisiert den vier Experimentalgruppen DLV, NADA, NIKE und GGD (Verein ‚Gemeinsam gegen Doping‘) zugeordnet wurden. Unter den 80 Teilnehmer*innen waren 50 Sportstudierende der WWU Münster. Insgesamt waren 41 (51.5%) der Teilnehmer*innen weiblich. Tabelle 16 zeigt die Aufteilung der Stichprobe auf die vier Experimentalgruppen, die sich hinsichtlich Alter und Geschlecht nicht signifikant von einander unterschieden.

Tabelle 16: Teilnehmer*innen, verteilt auf die Experimentalgruppen.

Gruppe	Anzahl	Weiblich	Männlich	Alter	SD
DLV	20	11 (55%)	9 (45%)	22.25	2.45
Freunde	20	12 (60%)	8 (40%)	23.79	2.04
NADA	20	11 (55%)	9 (45%)	23.47	2.76
NIKE	20	7 (35%)	13 (65%)	24.05	2.65
Gesamt	80	41 (51.25%)	39 (48.75%)	23.38	2.54

Die Homogenität der vier Bedingungsgruppen hinsichtlich der Kontrollvariablen wurde mithilfe von χ^2 -Tests geprüft. Es fanden sich keine signifikanten Unterschiede für die Verteilung der Sportstudierenden vs. andere Studierende ($\chi^2 (3, N = 80) = 2.35; p = .50$), für das Geschlecht ($\chi^2 (3, N = 80) = 2.95; p = .40$) und für die Mitgliedschaft im DLV ($\chi^2 (3, n = 80) = 1.04; p = .80$). Es fanden sich außerdem keine signifikanten Unterschiede für das gegenwärtige ($\chi^2 (6, N = 80) = 7.18; p = .30$) und maximale Sportlevel der Probanden ($\chi^2 (6, N = 80) = 5.61; p = .47$). Auch ein Vergleich der Altersstruktur der vier Gruppen zeigte keine signifikanten Unterschiede ($F(3,76) = 2.04; p = .12; \eta^2 = .08$).

8.3.2. Stimulus-Material

Vier Videos wurden konzipiert, die den Inhalt der Anti-Doping Kampagne in den vier unterschiedlichen Bedingungen präsentierten. Hierfür wurden Screenshots der Seiten der NADA-Internet-Kampagne ‚Gemeinsam gegen Doping‘ erstellt, die mithilfe des Programms Adobe Photoshop CS3 hinsichtlich ihres Initiators, manipuliert wurden (Abbildung 25). Die Darstellung der jeweiligen Initiatoren erfolgte durch Logoi und Schriftzüge, außerdem wurden die Texte der Seiten dahingehend abgeändert. Darüberhinaus wurden Audio-Kommentare aufgezeichnet, die Erklärungen zu den jeweiligen Inhalten der Seitenbereiche gaben. Diese wurden mit der Hardware Tascam DR-40 eingespielt. Zusammen mit den Screenshots wurden diese durch die Software Camtazia Studio 8 zu standardisierten Videos mit Tonspur verarbeitet. Durch die unterschiedliche Länge der Namen der Kampagneninitiatoren hatten die Videos minimal unterschiedliche Länge ($MW = 6.27\text{min}$, $SD = 0.04$). Diese Videos wurden auf Inhaltsgleiche für alle vier Gruppen kontrolliert. In einem Pre-Test wurden die Inhalte hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit überprüft. Hierfür bewerteten $N = 10$ Probanden die Vertrauenswürdigkeit der standardisiert gegebenen Informationen auf der Skala von Matthes und Kohring (2007). Hierbei zeigte sich, dass die generelle Vertrauenswürdigkeit der durch die Kampagne vermittelten Informationen als hoch eingeschätzt wurde.



Abbildung 25: Manipulierte Versionen der Anti-Doping Kampagne, hier: Screenshot der Startseite mit Manipulation der Logoi der verantwortlichen Initiatoren.

8.3.3. Instrumente

Mit der Software Inquisit 4.0 wurde ein Affective Priming Experiment konstruiert, in das die Intervention durch die vier randomisiert abgespielten Videos eingebaut wurde. Ablauf und Zeitintervalle wurden analog zu Studie 2 verwendet (Abbildung 26).

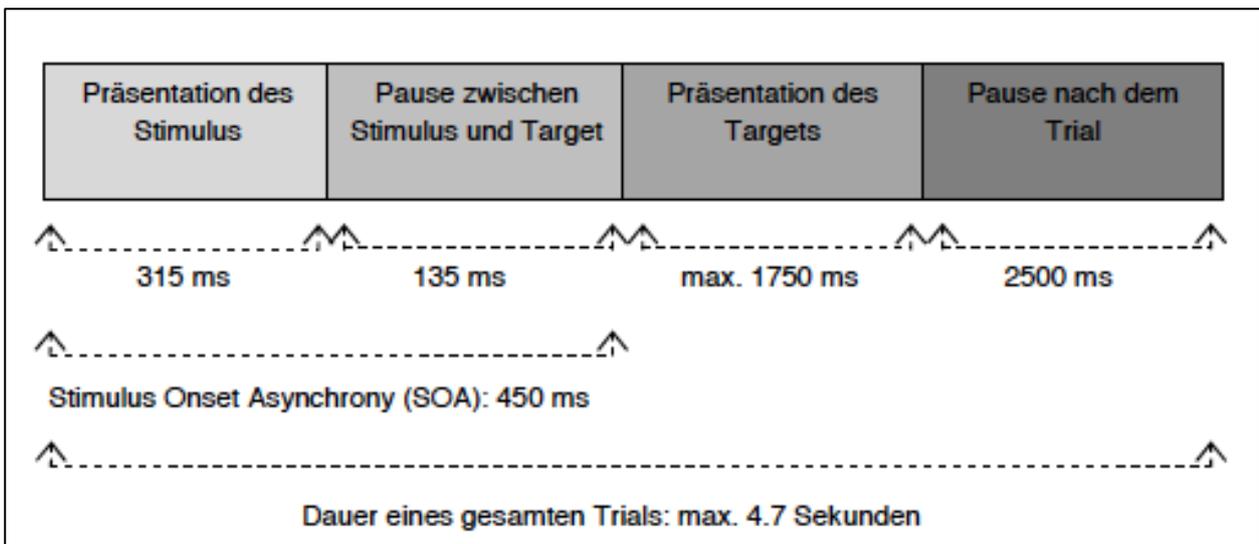


Abbildung 26: Ablauf eines Trials im AP-Experiment.

Als Primes wurden die Namen der vier Bedingungen (Deutscher Leichtathletik Verband, NIKE, Gemeinsam gegen Doping, Nationale Anti-Doping Agentur) verwendet. Im Pre-Test wurden darüber hinaus die vier Kontrollprimes Krankenhaus / Feuerwehr (positiv) und Politik / Management genutzt (vgl. Studie 3, GfK, 2011; vertrauenswürdige Berufe). Als Adjektive wurden parallel zu den in Studie 2 genutzten Adjektiven die im Pre-Test von Studie 3 als sensibel identifizierten Begriffe verwendet (Tabelle 17).

Tabelle 17: Genutzte Adjektive (angelehnt an Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit von Mayer et al. (1995)).

Vertrauens-Kategorie	Vertrauensnahes Adjektiv	Vertrauensfernes Adjektiv
Fähigkeit	kompetent	inkompetent
Wohlwollen	hilfreich	schädlich
Integrität	verantwortungsbewusst	verantwortungslos

Tabelle 18: Genutzte Substantive für Kontrollbedingungen sowie ausgewählte Primes.

Substantiv	angenommene Wahrnehmung
Krankenhaus	positiv
Feuerwehr	positiv
Politik	negativ
Medien	negativ
Prime	Art des Initiators
Deutscher Leichtathletik Verband	Verband
Nike	Sponsor
Nationale Anti-Doping Agentur	Verantwortliche Institution
Gemeinsam gegen Doping	Unterstützender Verein

Die Primes und die zuzuordnenden Adjektive wurden zentral auf dem Bildschirm im fovealen Blickfeld des Probanden in Schriftart Arial, Schriftgröße 40 präsentiert. Die Höhe der Buchstaben betrug somit 1.5cm bei 50cm Abstand der Probanden von dem 22' Zoll acer Bildschirm, auf dem das Experiment durchgeführt wurde. Die Re-

aktion der Probanden erfolgte über Tastendruck (links ‚s‘-Taste, rechts ‚l‘-Taste. Die Zuordnung der Begriffe vertrauensnah und vertrauensfern, die auch auf dem Bildschirm in den jeweiligen Ecken in 0.5cm Buchstabenhöhe präsentiert wurde, erfolgte randomisiert.

Der erste Block des Priming Experiments enthielt acht Übungs-Primes. Die Pre-Test Bedingung wurde so programmiert, dass alle Kontroll- und Target-Primes ($N = 8$) mit jedem möglichen Adjektiv ($N = 6$) exakt zweimal präsentiert wurde. Die insgesamt 96 Primes wurden in zwei Blöcken a 48 Primes in komplett randomisierter Reihenfolge präsentiert. In der Post-Test-Bedingung wurden die Kontrollvariablen nicht erneut präsentiert, sodass 48 Primes in einem Block ohne Pause präsentiert wurden. Die Probanden konnten selbst durch Betätigung der Leertaste das Experiment beginnen und nach jedem Block eigenständig fortführen.

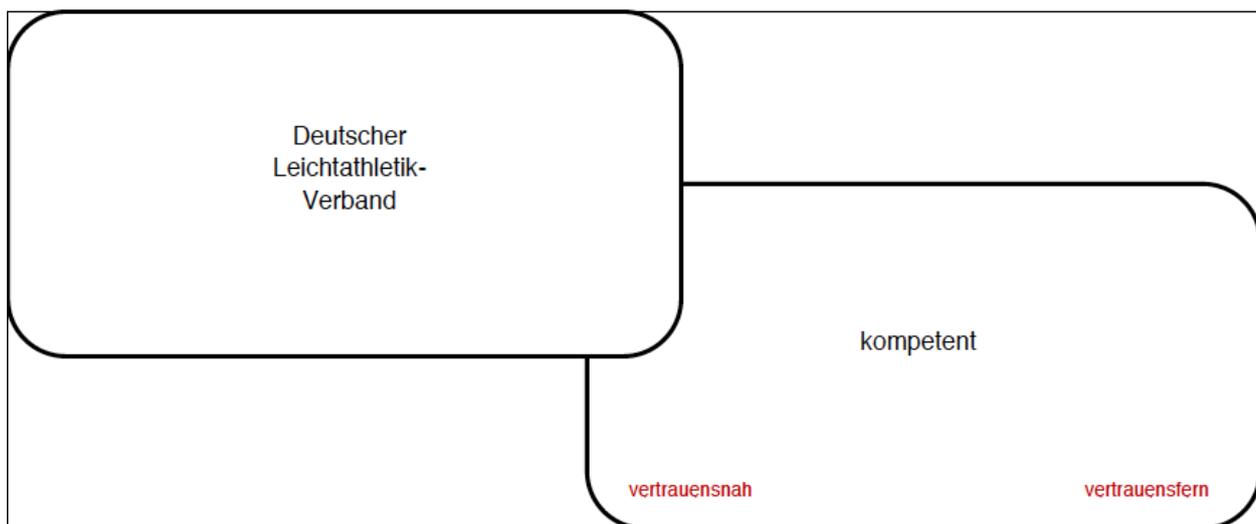


Abbildung 27: Schematische Darstellung von Prime- und Zuordnungsbildschirm aus Sicht des Probanden.

Als Kontrollvariablen wurden die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des DLV mithilfe des auch in Studie 1 verwendeten Fragebogens (Cronbach's $\alpha = .90$. Subskalen: Fähigkeit: Cronbach's $\alpha = .84$; Wohlwollen: Cronbach's $\alpha = .74$ und Integrität: Cronbach's $\alpha = .81$), die Doping Einstellungen durch die Kurzform der PEAS (Petróczi, 2007) mit acht Items (Cronbach's $\alpha = .53$) und die persönliche Neigung zu vertrauen mit der Subskala der deutschen Übersetzung des NEO-PR-PI (Ostendorf & Angleiter, 2004; Cronbach's $\alpha = .70$) erfasst.

8.3.4. Durchführung

Das Experiment fand im Labor des Arbeitsbereichs Sportpsychologie der WWU Münster statt. Bis zu vier Probanden konnten durch die spezifische Aufstellung der Experimental-Bildschirme an dem Experiment teilnehmen. Sitzposition, Abstand zur Tastatur und Abstand zum Bildschirm wurden dabei durch den Experimentalleiter kontrolliert. Nach den Richtlinien ethischen wissenschaftlichen Arbeitens wurden die Probanden schriftlich über Ablauf des Experiments und ihre Rechte zu Rücktritt und Löschung der Daten informiert. Nach der schriftlichen Einwilligung zur Teil-

nahme, wurden sie vom Experimentalleiter über den weiteren Ablauf aufgeklärt. Nach Ausfüllen eines paper-pencil Fragebogens zu demografischen und Kontrolldaten wurde das Experiment selbstständig durch die Teilnehmer*innen gestartet. Die Instruktionen für die Primingaufgabe und die Videopräsentation erhielten die Probanden über den Bildschirm. Nach Beendigung des Pre-Tests wurden die Probanden gebeten, Kopfhörer (Senheisser HD 201) aufzusetzen, um während der Videopräsentation den Audiokommentar hören zu können. Nach der Video-Intervention wurden die Probanden über den Bildschirm aufgefordert, den Post-Test durchzuführen. Nach dem Post-Test wurden die Probanden durch eine schriftliche Information auf dem Bildschirm über die Ziele und Hintergründe des Projekts und die Manipulation der Seiten der Kampagne ‚Gemeinsam gegen Doping‘ aufgeklärt. Das Experiment dauerte im Durchschnitt ca. 45 Minuten. Die Probanden erhielten eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 8.50€

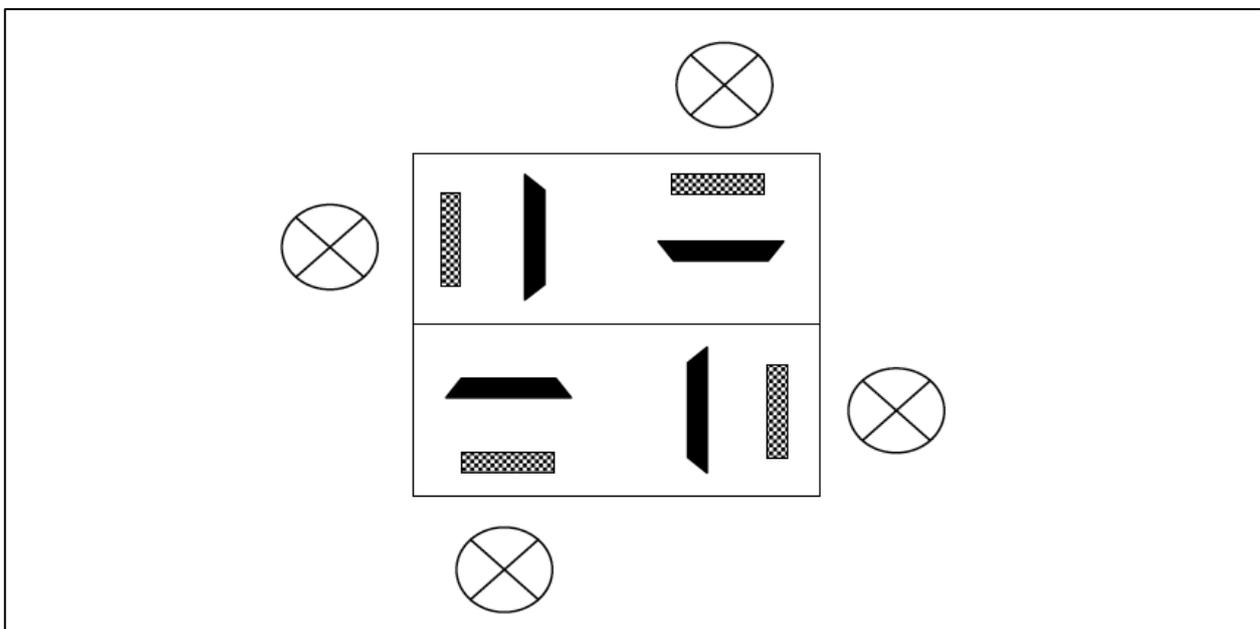


Abbildung 28: Schematische Anordnung der vier Versuchspersonen während eines Durchlaufs des Experiments.

8.3.5. Verfahren der Datenauswertung

Die Reaktionszeiten und Missings (falsche Zuordnung des Primes) wurden durch das Programm Inquisit 4.0 aufgezeichnet und in die Software IBM.SPSS Statistics 22.0 importiert. Nach Cohen (1988) wurde das Signifikanzniveau auf $p < .05$ gesetzt. Mittelwerte für vertrauensnahe und vertrauensferne Adjektiv-Zuordnungen wurden gebildet. Ausreißer wurden separat für Pre- und Post-Test durch Boxplotverfahren identifiziert und aus der weiteren Analyse ausgeschlossen. Um die Reaktionszeiten bei vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektiven vergleichbar zu machen, wurden diese in Relation zum Mittelwert alle Zuordnungen zu diesen Kategorien berechnet.

Gepaarte t-Tests wurden berechnet um Reaktionszeiten miteinander vergleichen zu können.

8.4. Ergebnisse

8.4.1. Pre-Test

Im Pre-Test betrug der Mittelwert für die vertrauensnahen Adjektive $MW = 548.41$ msec ($SD = 86.21$), für die vertrauensfernen Adjektive $MW = 586.23$ msec. ($SD = 87.41$). Mittelwerte für jeden Prime für vertrauensnahe und vertrauensferne Adjektive wurden in Relation zum Gesamtmittelwert berechnet (Tabelle 19).

Tabelle 19: Mittelwerte für den Pre-Test für vertrauensnahe und vertrauensferne Adjektive, verteilt auf die vier Experimentalgruppen.

Prime	Adjektive	N	MW	Adjustierter MW	SD
DLV	vertrauensnah	78	528.25	-20.06	77.95
	vertrauensfern	78	585.51	-0.71	102.05
NADA	vertrauensnah	79	557.80	9.38	100.96
	vertrauensfern	78	591.02	4.80	104.42
Nike	vertrauensnah	77	543.11	-5.31	87.07
	vertrauensfern	79	566.99	-19.23	88.59
GGD	vertrauensnah	78	556.81	8.39	108.19
	vertrauensfern	78	585.80	-0.43	87.72

Wie in Hypothese 1 angenommen, wurde der DLV vertrauenswürdig eingeschätzt. Die adjustierten Mittelwerte für den DLV unterschieden sich signifikant: Vertrauensnahe Adjektive wurden in Relation schneller dem DLV zugeordnet als vertrauensferne ($t(76) = -2.17$, $p = .033$). Für die anderen Reize (NADA, GGD, Nike) wurden keine signifikanten Unterschiede zwischen vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektiven gefunden.

Vergleicht man die Reaktionszeiten beim Prime DLV mit denen der anderen Primes, finden sich signifikante Unterschiede zwischen dem DLV und dem Prime NADA ($t(77) = -3.32$, $p = .001$) und dem Prime GGD ($t(76) = -3.03$, $p = .003$) für die vertrauensnahen Adjektive. Diese wurden nach dem Prime DLV schneller zugeordnet als nach den anderen Primes. In Bezug auf die vertrauensfernen Adjektive finden sich signifikante Unterschiede zwischen dem DLV und dem Prime Nike ($t(76) = -2.06$, $p = .043$). Nach dem Prime Nike wird ein vertrauensfernes Adjektiv schneller zugeordnet als nach dem Prime DLV. Fasst man die Differenz zwischen den adjustierten Reaktionszeiten zu vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektiven zusammen, finden sich signifikante Unterschiede zwischen dem DLV und dem Reiz Nike ($t(74) = -2.36$, $p = .021$). Die Hypothese, dass der DLV als vertrauenswürdiger als die anderen Institutionen eingeschätzt wird, während Nike eher weniger vertrauenswürdiger eingeschätzt wird, kann folglich durch diese Ergebnisse bestätigt werden.

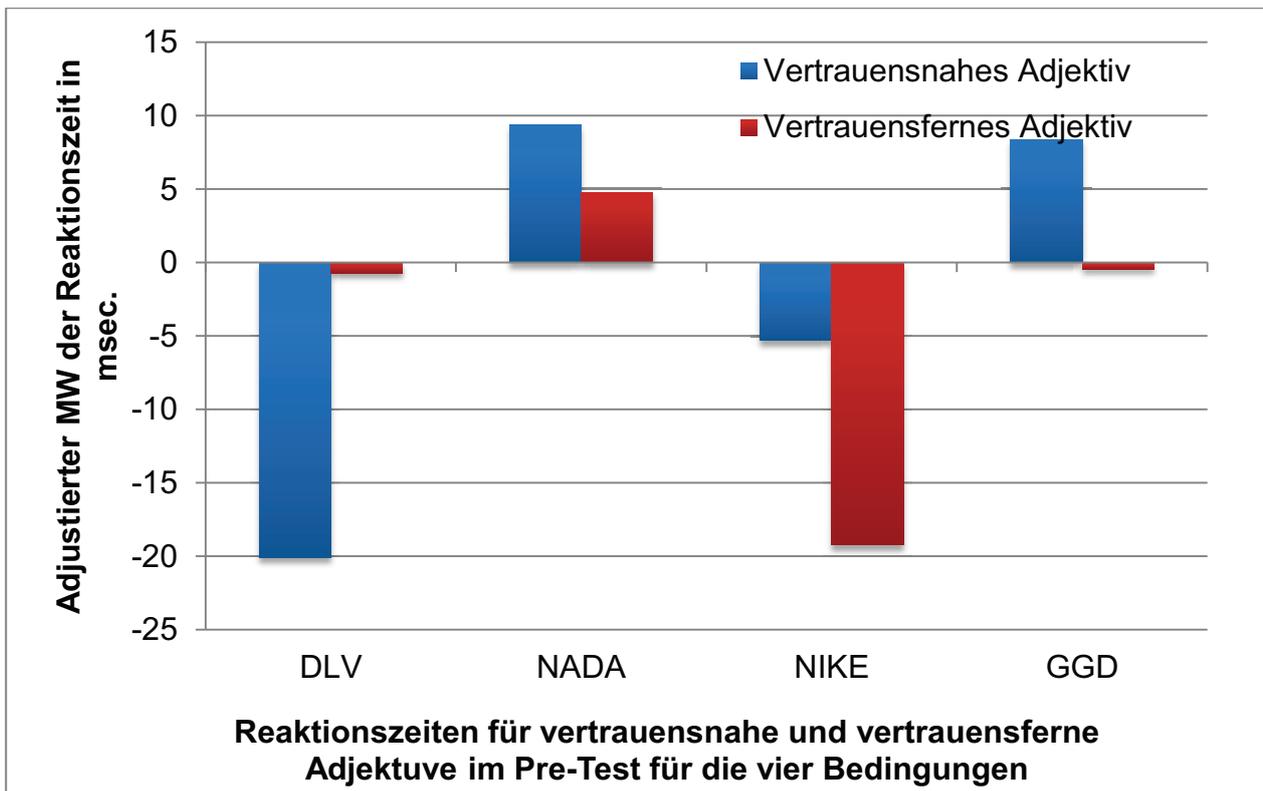


Abbildung 29: Reaktionszeiten im Pre-Test, abgetragen in Millisekunden in Relation zum Mittelwert der vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektive.

Zusätzlich wurde anhand der vier Kontrollbedingungen getestet, ob sich die indirekte Messmethode als sensibel zur Unterscheidung vertrauensferner und vertrauensnaher Reize eignet. Hierbei wurden erwartungskonforme signifikante Differenzen zwischen der Zuordnung von vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektiven nach den Primes Krankenhaus ($t(78) = -0.23, p = .015$) und Politik gefunden ($t(75) = 0.27, p = .002$).

8.4.2. Pre-Post-Vergleich

Um die zweite Hypothese zu überprüfen, dass die Vertrauenswürdigkeit des DLV durch eine selbst initiierte Anti-Doping Kampagne stärker profitieren würde als durch eine Kampagne, die durch einen externen Partner verantwortet wird, wurden für den Post-Test analog zum Pre-Test adjustierte Mittelwerte berechnet. Anschließend wurden die Unterschiede zwischen Pre- und Postmessung berechnet. Dabei fanden sich keine signifikanten Unterschiede für die Reaktionszeiten nach dem Reiz DLV.

Eine Varianzanalyse zwischen den vier Bedingungsgruppen zeigte insgesamt keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich der Reaktionszeiten nach dem Prime DLV bei vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektiven. Allerdings zeigten Vergleiche zwischen den Gruppen tendenziell signifikante Unterschiede zwischen der Gruppe DLV und der Gruppe NADA ($F(1,38) = 2.04, p = .16$) und mit der Gruppe NIKE ($F(1,38) = 3.47, p = .07, \eta^2 = .09$). Die Unterschiede zwischen der DLV und der GGD Gruppe waren nicht signifikant ($F(1,38) = 1.63, p = .21$). Aufgrund der

tendenziellen Ergebnisse wurde eine weitere Analyse durchgeführt, bei der alle Gruppen gemeinsam mit der Interventionsgruppe DLV verglichen wurden. Hierbei zeigte sich für die Verschiebung bei den vertrauensfernen Adjektiven ein signifikanter Effekt, der zeigt, dass die Wahrnehmung des DLV bei der Gruppe, die die DLV-Kampagne präsentiert bekommen hatte, weniger vertrauensfern war als bei den anderen Gruppen zusammen ($F(1, 76) = 3.89, p = .05, \eta^2 = .05$). Für die Zuordnung der vertrauensnahen Adjektive konnte kein signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen festgestellt werden.

Darüber hinaus zeigt der Post-Test, dass die Wahrnehmung des DLV weiterhin positiv war, da weiterhin tendenziell signifikante Unterschiede zwischen der Zuordnung von vertrauensnahen und vertrauensfernen Adjektiven nach dem Reiz DLV vorlagen ($t(78) = -1.98, p = .054$). Dabei zeigten sich signifikante Unterschiede bei vertrauensnahen Adjektiven ($t(76) = -2.4, p = .019$) und vertrauensfernen Adjektiven ($t(77) = -2.3, p = .024$) zwischen dem Prime DLV und dem Prime NIKE, sowie für die vertrauensnah/vertrauensfern-Relationen zwischen dem Prime DLV und dem Prime NADA ($t(77) = -2.64, p = .010$) und zwischen dem Prime DLV und dem Prime NIKE ($t(75) = -3.28, p = .002$).

Die Ergebnisse des Kontrollfragebogens zeigten, dass alle Probanden eine insgesamt niedrige DopingEinstellung (also eine Haltung gegen Dopingmittel) aufwiesen ($MW = 12.88$). Diese unterschied sich nicht signifikant in den vier Experimentalgruppen (DLV: $MW = 13.4, SD = 4.10$; NADA: $MW = 11.8, SD = 3.58$; Nike: $MW = 13.8, SD = 2.82$ und GGD: $MW = 12.6, SD = 3.22$). Die generelle Neigung zu vertrauen hatte einen Mittelwert von $MW = 3.67$ für das Gesamtsample. Für die vier Bedingungsgruppen lagen auch hier keine signifikanten Unterschiede vor (DLV: $MW = 3.6, SD = 0.45$; NADA: $MW = 3.7, SD = 0.44$; Nike: $MW = 3.76, SD = 0.47$ und GGD: $MW = 3.61, SD = 0.47$). Der Mittelwert der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des DLV, die über den Fragebogen erhoben wurde, lag bei $MW = 3.61 (SD = 0.46)$. Für alle Kontrollvariablen zeigte eine ANOVA keine signifikanten Unterschiede zwischen den vier Bedingungsgruppen (Tabelle 20).

Tabelle 20: Übersicht über die Kontrollvariablenenergebnisse in den vier Bedingungsgruppen.

	PEAS		NEO-P-I		Vertrauenswürdigkeit		Fähigkeit		Wohlwollen		Integrität	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
DLV	1.68	0.50	3.60	0.46	3.52	0.69	3.48	0.81	3.31	0.73	3.85	0.73
NADA	1.45	0.45	3.70	0.44	3.67	0.46	3.74	0.50	3.43	0.61	3.89	0.56
Nike	1.77	0.35	3.76	0.47	3.70	0.45	3.60	0.49	3.54	0.61	4.04	0.56
GGD	1.59	0.38	3.60	0.47	3.54	0.58	3.50	0.62	3.38	0.62	3.79	0.74
Gesamt	1.62	0.43	3.66	0.46	3.61	0.55	3.58	0.62	3.41	0.64	3.89	0.65

8.5. Diskussion

In dieser Studie wurde der Einfluss der Darstellung einer Anti-Doping Kampagne auf die Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands analysiert. Hierbei wurde der Fokus auf die Fragestellung gelegt, ob die Wahrnehmung der Kampagne und damit verbunden auch der Vertrauenswürdigkeit des Verbands vom Initiator der Kampagne, also von der Quelle, abhängig ist. Die Ergebnisse bestätigen zunächst, dass der DLV hinsichtlich seiner Vertrauenswürdigkeit positiv wahrgenommen wird. Diese Ergebnisse decken sich mit den Befunden aus den Studien 1 und 2.

Die Ergebnisse der Pre-Post Analyse zeigen, dass die Vertrauenswürdigkeit des DLV davon signifikant beeinflusst werden kann, dass der Verband selber als Initiator der Kampagne auftritt. Der Verband wird weiterhin als positiv wahrgenommen und es liegen signifikante Effekte dafür vor, dass eine eigene Ausrichtung der Kampagne eher zu einer Stärkung der Vertrauenswürdigkeit führt als wenn diese durch dritte Parteien ausgerichtet wird. Allerdings wird dieser Effekt nur signifikant, wenn man die Bedingung DLV mit allen anderen Bedingungen kombiniert vergleicht.

Gleichzeitig zeigt sich, dass signifikante Unterschiede hinsichtlich der Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden wie dem DLV gegenüber Konzernen wie NIKE vorliegen. Die grundsätzliche Annahme, dass Sportverbände in der Öffentlichkeit positiv wahrgenommen werden, kann damit bestätigt werden (Bette et al., 2012).

Wie bereits in Studie 2 identifiziert, weist das AP als indirekte Messmethode zur Erfassung von Unterschieden in der Vertrauenswürdigkeit Probleme auf, die hier als Limitationen genannt werden müssen: Wie in Studie 2 wurden hohe Standardabweichungen identifiziert, die die Ergebnispräsentation erschweren. Auch wiederholte sich der Effekt, dass Probanden im Post-Test insgesamt schneller auf die Adjektiv-Targets reagierten. Dies muss dazu führen, das Testverfahren kritisch zu hinterfragen. Ein Indiz, dass das Verfahren in seiner Form noch nicht ausgereift ist, zeigt sich ebenfalls erneut in der Tatsache, dass die positiven Adjektive nicht diskriminierend wirken. Zwar liegen in dieser Studie etwas größere Mittelwertunterschiede vor, doch können diese bedingt durch hohe Standardabweichungen kein Signifikanzniveau erreichen. Ein Effekt den bereits Wentura und Degner (2006) als limitierenden Faktor ausmachen.

In Bezug auf die Zuordnung der positiven Adjektive muss allerdings auch angeführt werden, dass der DLV wie auch die weiteren abhängigen Variablen insgesamt als sehr positiv wahrgenommen wurde, was sich auch in der expliziten Messung der Vertrauenswürdigkeit des DLV bestätigte.

Weiterhin gilt, dass die tendenziellen Ergebnisse nur durch das Aggregieren der drei Kontroll-Gruppen signifikant werden. Erst dann liegen positive Effekte für den DLV als Quelle der Anti-Doping Kampagne vor. Allerdings zeigt dieser Effekt, dass es einem insgesamt bereits positiv assoziierten Sportverband durch transparente Darstellung seiner Anti-Doping Arbeit als selbstständiger Initiator gelingen kann, seine Vertrauenswürdigkeit zu stärken.

Aus methodischer Perspektive zeigt diese Studie, wie bereits Studie 2, dass das AP noch nicht ausreichend valide ist, um im Setting von Pre- Postexperimenten klare Ergebnisse zu liefern. Führt die Entwicklung eines AP-Experiments zur Messung von Vertrauenswürdigkeit deswegen evtl. in eine Sackgasse? Auch wenn die Studien 2 und 3 zahlreiche Schwächen am experimentellen Design ausmachen, die nicht auf direktem und einfachen Weg zu verhindern sind, zeigen sie gleichzeitig auch, dass weiterhin Potential in dieser Messmethode liegt. Bereits vorherige Nutzer der Methode (z.B. de Houwer, 2006) weisen auf zahlreiche Forschungsdesiderate hinsichtlich der Validität der indirekten Messverfahren hin. Gleichzeitig beziehen sich beinahe sämtliche experimentelle Designs auf Primes, die eine klare positive oder negative Valenz aufweisen. Die hier durchgeführte Studie ist dabei wesentlich differenzierter, da sie versucht Interobjekt-Unterschiede durch das indirekte Messverfahren aufzuzeigen. Auch ist die indirekte Messung von Pre-/Post-Vergleichen bisher noch nicht weitläufig erprobt. Auch hier ist weitere Evidenz notwendig, um bspw. dem Lerneffekt bei den Zuordnungsaufgaben entgegenzuwirken. Fazio (1995) weist auf das zugrundeliegende Prinzip des AP hin, das auf assoziativem Lernen basiert. Je öfter ein Individuum demnach einen Reiz assoziiert, desto stärker ist die Gewöhnung an diesen Reiz. Dies kann eine mögliche Interpretation der nicht durch die Bedingungen bedingten verkürzten Reaktionszeiten sein. In Folgestudien könnte dieser Effekt durch Warte-/Kontroll-Gruppen genauer beleuchtet werden. So kann festgehalten werden, dass die Methode des AP weiterhin ein zwar noch nicht weit erforschtes, aber aussichtsreiches Feld in der Messung von Vertrauenswürdigkeit darstellt. Dies bedeutet zwar für die vorliegenden Ergebnisse, dass sie einer Bestätigung durch weitere, valide Studien bedürfen, für die Erprobung des Testverfahrens sind jedoch wichtige Erkenntnisse erzielt worden.

Wie der Einsatz des AP in der (sportpsychologischen) Vertrauensforschung, steckt auch die Forschung zu Anti-Doping Arbeit und Anti-Doping Kampagnen noch mehr oder weniger in ihren Kinderschuhen. Deswegen geben diese Ergebnisse wichtige Hinweise darauf, dass Anti-Doping Arbeit gelingen kann, wenn sie durch die Verbände selbst initiiert wird. Die Vermutung, dass das alleinige Beschäftigen mit dem Thema Doping zu einem Verdacht führt, ist weder wissenschaftlich belegt, noch zeigen sich Hinweise hierfür in dieser Studie. Im Gegenteil: Bette et al. (2012) führen an, dass Sportverbände ein realistisches Bild von Doping und Anti-Doping Arbeit vermitteln sollten. Dadurch, dass sie in Form von eigenen Anti-Doping Kampagnen sich diesem Thema mutig stellen, können sie an Vertrauenswürdigkeit gewinnen. Und da eine vertrauenswürdige und transparente Anti-Doping Arbeit ein Teil erfolgreicher Dopingprävention sein kann (Bette & Schimank, 2006) deuten diese Ergebnisse darauf hin, dass Sportverbände diesen Schritt auch gehen sollten und mutig genug sein sollten, sich das Thema Anti-Doping zur eigenen Aufgabe zu machen.

Studie 4

9. Der Einfluss der Präsentationsmethode auf die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Arbeit

9.1. Theoretische Herleitung

Diese Studie bezieht sich auf die Ausführungen zur Vertrauenswürdigkeit von Informationen und dem Zusammenhang zwischen diesen und der Vertrauenswürdigkeit einer Quelle, die diese Informationen bereitstellt. Wie auf Basis der Studien von Matthes und Kohring (2007) bereits herausgearbeitet wurde, können nicht nur Personen oder Organisationen hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit bewertet werden, sondern auch Informationen. Sportverbände nutzen, unterschiedliche Plattformen, um ihre Anti-Doping Arbeit zu präsentieren. Um den Anforderungen an gelingende Anti-Doping Arbeit (Augustin, 2007b) gerecht zu werden, sollten dafür die Tätigkeiten transparent und auf die eigenen Athlet*innen bezogen dargestellt werden. Darüber hinaus sollte es den Verbänden gelingen, dass die Anti-Doping Arbeit durch alle Beteiligten positiv assoziiert wird (Augustin, 2007b).

Eine Möglichkeit hierfür bietet die immer stärker zunehmende Nutzung der digitalen Präsenzen der Verbände. Hier haben die Sportverbände die Möglichkeit, ihre Arbeit facettenreich darzulegen. Die dort präsentierten Informationen lassen sich nicht nur, wie Kohring und Matthes (2007) herausarbeiten, für sich stehend bewerten, sondern können wiederum auch einen Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands selbst haben, da sie indirekt Aufschluss über die zu bewertenden Antezedenten Fähigkeit Wohlwollen und Integrität leisten können.

Für die Bewertung von Vertrauenswürdigkeit von online zur Verfügung stehenden Informationen gelten weitere Faktoren, die es zu beachten gilt. Wie Beldad und Kollegen (2011) in ihrem Review zusammenfassen, beziehen diese Kriterien sich u.a. auf die Art und Weise, wie die Inhalte präsentiert werden. Neben den formalen Kriterien (vgl. Studie 5) und den gewählten Inhalten sind dies Kriterien, die auf das methodische Vorgehen bei der Präsentation beziehen. Hierzu lassen sich zum Beispiel das Einbinden sozialer Hinweisreize (Karimov et al., 2011) oder die Verknüpfung mit externen Garantieleistern der verantwortlichen Organisation (Beldad et al., 2011) zählen.

Diese Inhaltsbereiche lassen sich auf das Setting der Anti-Doping Arbeit übertragen. Auch diese kann methodisch unterschiedlich aufgearbeitet sein. So bieten bspw. das Vorhandensein von Anti-Doping Hotlines oder Newslettern unterschiedliche Ausprägungen digitaler Präsenz. Wenn diese wahrgenommen wird, kann dies einen Einfluss auf die Wahrnehmung der bereitgestellten Informationen haben.

Die Adaption möglicher third-party Garantieträger ist ebenfalls möglich, wenn auch nicht direkt übertragbar. Während es bei Karimov et al. (2001) und Beldad et al. (2011) vornehmlich um Transaktionsplattformen im Internet geht, bei denen es entscheidend ist, dass ein Konsument bekommt, wofür er bezahlt hat, liegen solche Bedingungen bei Sportverbänden nicht vor. Einen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit kann jedoch haben, ob die Anti-Doping Arbeit alleine durch den Verband oder im Verbund mit Partnern durchgeführt wird. Bieten diese Partner auf Ebene der Verkaufsplattformen Garantien zur sicheren Datenübertragung, zum sicheren Geldtransfer oder zur Auslieferung der Ware, können diese externen Partner in

Bezug auf die Anti-Doping Arbeit Faktoren wie Objektivität oder Professionalität abdecken. Objektivität könnte zum Beispiel durch eine direkte Kooperation mit dem offiziellen Kontrollorgan, der NADA, repräsentiert werden, Professionalität durch das Hinzuziehen eines wissenschaftlichen Partners.

Diese zwei methodischen Bezugspunkte, die sich auf die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit einer Homepage auswirken, sollen daher im Folgenden auf das Setting der Anti-Doping Rubriken von Verbandshomepages übertragen werden.

9.2. Ziel der Studie

Ziel der Studie ist es, zu analysieren, ob unterschiedliche Online-Präsentationsmethoden einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit eines Sportverbands haben. Hierfür wird ein Online-Experiment entwickelt, bei dem fünf unterschiedliche Inhaltsbereiche von Anti-Doping Rubriken auf der Homepage des Deutschen Leichtathletik Verbands (DLV⁴) den Probanden in randomisierter Reihenfolge präsentiert werden (i.e. Informationen über ‚false friends‘, Informationen über die ‚whereabout-rule‘, Auflistung neuer Medikamente auf der Doping-Liste, Informationen über ADAMS und aktuelle Statistiken zu Dopingkontrollen). Diese fünf Informationsinhalte, die die üblichen Inhalte der Anti-Doping Rubriken repräsentieren, wurden wiederum randomisiert in einer von fünf Präsentationsmethoden (i.e. FAQ, Newsletter, Hotline, wissenschaftliche Berichterstattung und NADA Pressemitteilung) gezeigt, wobei jedem Probanden jeder Inhalt und jede Präsentationsmethode in zufälliger Zusammenordnung exakt einmal präsentiert wird.

Die Forschungsfragen lauten, a.) ob unterschiedliche Präsentationsmethoden zu unterschiedlichen Wahrnehmungen der Anti-Doping Inhalte führten und b.) ob die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands mit der Wahrnehmung der auf der Homepage des Verbands dargestellten Anti-Doping Inhalte zusammenhängt. Die Hypothesen lauteten:

Hypothese 1: Die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Inhalts der jeweiligen Anti-Doping Inhalte wird durch die Wahl der Präsentationsmethode beeinflusst.

Hypothese 2: Die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Inhalte hängt signifikant mit der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands selbst zusammen.

⁴ Die schriftliche Genehmigung zur Nutzung der Web-Inhalte des DLV liegt vor.

9.3. Methode

9.3.1. Stichprobe

Insgesamt nahmen 115 Probanden an dem Online-Experiment teil (weiblich $n = 63$, 54.78%). Das Durchschnittsalter betrug 26.42 Jahre ($SD = 10.71$). Tabelle 21 zeigt die Anzahl der Teilnehmer*innen für jede mögliche Zelle des Experiments (5x5). 35 Teilnehmer*innen waren aktive Leichtathlet*innen (30.4%); insgesamt betrieben 73 Teilnehmer*innen eine Individualsportart, 31 eine Mannschaftssportart und 11 Teilnehmer*innen keinen aktiven Sport. Das Expertise-Level derjenigen Teilnehmer*innen, die Sport betrieben, war für 26 Probanden hoch (z.B. nationales Level), für 33 durchschnittlich (z.B. überregionales Spiellevel) und für 39 niedrig (z.B. Hobbysport oder regionales Niveau)

Tabelle 21: Teilnehmer*innen ($N = 116$) aufgeteilt auf die randomisiert zugeordneten Bedingungen

	Neu auf der Liste	False Friends	Statistik	Prävention	Whereabout
NADA	25	22	26	24	18
DSHS	26	29	20	23	17
Newsletter	18	24	21	22	30
FAQ	24	15	28	25	23
Hotline	22	25	20	21	27

9.3.2. Stimulus Material

Fünf unterschiedliche Inhalte wurden durch den Experimentator erstellt. Inhalt 1 berichtete über neue Medikamente auf der Dopingliste, wobei zwei neue Medikamente und deren Inhaltsstoffe beschrieben wurden. Inhalt 2 beinhaltete Informationen über so genannte ‚false friends‘. Mit diesem Begriff werden scheinbar harmlose Produkte beschrieben, die jedoch Substanzen enthalten, die auf der Dopingliste stehen. In Inhalt 2 wurden drei dieser Produkte der Leserin / dem Leser vorgestellt (z.B. Aspirin Complex, das den Wirkstoff Ephidrin enthält). Inhalt 3 beschäftigte sich mit dem Anti-Doping Präventionsprogramm und dessen Inhaltsbereichen. Inhalt 4 war ein Überblick über die aktuellen Ergebnisse der WADA-Statistik zu Dopingkontrollen. Hierbei wurden internationale wie nationale Ergebnisse präsentiert, sowie speziell die Informationen für den Bereich Leichtathletik aufgearbeitet. Inhalt 5 war eine Erklärung der ‚whereabout-rule‘. Diese Regelung bezieht sich auf die Informationspflicht von Sportlern bezüglich ihres aktuellen Aufenthaltsorts. In diesem Inhalt wurde die Regel erklärt, das Vorgehen beim Melden erläutert und eine Übersicht dargestellt, für wen die ‚whereabout-rule‘ von Bedeutung ist.

Diese Inhalte wurden, wie oben beschrieben, randomisiert in fünf verschiedenen Methoden präsentiert. Methode 1 war eine FAQ (frequently asked questions; häufig gestellte Fragen) Rubrik, in der typische und häufige Fragen beantwortet und erklärt werden. Methode 2 war die Kopie eines Online Newsletters, der die Inhalte den Athlet*innen und Interessierten per Email mitteilte. Methode 3 war ein Transkript eines Gesprächs zwischen einer Athletin / einem Athleten und einer Anti-Doping Telefon-Hotline. Dabei wurde dem Probanden bzw. Leser erläutert, dass es

sich um eine 24-Stunden Hotline des Verbands zu Fragen rund um die Thematik Doping handele und dass dieses ein Beispiel für ein typisches Beratungsgespräch sei. Methode 4 war eine durch den DLV auf seiner Seite veröffentlichte Pressemitteilung der NADA. Hierbei wurde darauf aufmerksam gemacht, dass die NADA ein fester Partner des DLV sei. In Methode 5 wurden die Ergebnisse in Form einer wissenschaftlichen Kurzberichterstattung durch den wissenschaftlichen Partner des DLV (in diesem Fall die Deutsche Sporthochschule Köln, DSHS) präsentiert. Für jede Präsentationbedingung wurden die Inhalte auf ihre Gleichheit hin kontrolliert. Reihenfolge und Zuordnung wurden für jeden Probanden randomisiert.

9.3.3. Instrumente

Zur Analyse der Vertrauenswürdigkeit der präsentierten Inhalte wurde ein Fragebogen zur Erfassung von Vertrauenswürdigkeit von Quelleninhalten (Kohring & Matthes, 2007) verwendet. Dieser erfasst die Vertrauenswürdigkeit auf 10 Items auf einer Sieben-Punkt-Likert-Skala und unterteilt sich in die drei Subskalen Faktenselektivität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte. Es wurde ein Mittelwert für alle zehn Items gebildet. Die interne Konsistenz der Skala war für alle fünf Inhaltsbedingungen gut (Cronbach's α zwischen .87 und .90).

Die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands wurde mit der bereits in Studie 1 genannten Version des Fragebogens von Mayer und Davis (1999) erhoben. Der 15 Items auf drei Subskalen (Fähigkeit = 6, Wohlwollen = 4, Integrität = 5) umfassende Fragebogen zeigte gute interne Konsistenz (Cronbach's α für Fähigkeit = .83, für Wohlwollen = .77, für Integrität = .85, Gesamtskala Vertrauenswürdigkeit = .92).

Als Kontrollvariablen wurden Doping Einstellungen und die Athletenidentität der Probanden erhoben. Zur Messung der Doping Einstellungen wurde eine Übersetzung der Performance Enhancement Attitude Scale (PEAS) genutzt. Diese umfasst 17 Items auf einer 6-Punkt-Likert-Skala. In dieser Untersuchung wurde eine befriedigende interne Konsistenz (Cronbach's α = .68) ermittelt. Die Athletenidentität wurde mithilfe eine 10 Items umfassenden Skala von Schmid und Seiler (2003) erfasst. Der Fragebogen mit einer 5-Punkt-Likert-Skala hatte eine gute interne Konsistenz (Cronbach's α = .92).

9.3.4. Durchführung

Ein Online-Experiment wurde mit der Software Unipark programmiert. Teilnehmer*innen wurden online durch Verteiler des Hochschulsports der Universität Münster gewonnen. Zunächst wurden die Teilnehmer*innen über Aufgaben von Sportverbänden im Hinblick auf Anti-Doping Arbeit informiert. In einem zweiten Teil wurden die Probanden darüber aufgeklärt, dass sie im Folgenden fünf Inhalte der Homepage des DLV lesen und bewerten sollen, die sich auf die Anti-Doping Arbeit des Verbands beziehen. An die randomisiert präsentierten Inhalte schloss sich jeweils die Beantwortung der Fragen zur Vertrauenswürdigkeit des Inhalts der Homepages mit dem an Matthes und Kohring (2007) angelehnten Fragebogen an.

Dieser Part des Fragebogens dauerte zwischen 10 und 15 Minuten. Durch die programmierte Randomisierung wurde gewährleistet, dass jedem Proband jeder Inhalt einmal präsentiert wurde und dabei jede Methode einmal verwendet wurde.

Im Anschluss daran wurden die Probanden nach ihrer Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des DLV sowie nach Kontrollvariablen und soziodemografischen Daten (Alter, Sportart, sportliche Expertise, Involvement in den DLV als Mitglied oder als Teil eines Landes- oder Bundesverbandsvorstands, aktiver Athlet oder Ehrenamtlicher im Verband) befragt.

Nach dem Experiment wurden die Probanden darüber aufgeklärt, dass es sich nicht um die tatsächlichen Inhalte der Homepage des DLV handelte. Außerdem wurden die Probanden über Ziele und Hintergründe der Studie aufgeklärt. Das Experiment dauerte insgesamt durchschnittlich knapp 20 Minuten und unter den Probanden wurden 20 Amazon-Gutscheine in Höhe von 10€ verlost.

9.4 Ergebnisse

9.4.1. Deskriptive Ergebnisse

Alle fünf Inhalte werden von den Teilnehmer*innen positiv evaluiert (entspricht einem Mittelwert > 4 auf der Likertskala). Informationen über neue Medikamente auf der Liste wurden bewertet mit $MW = 4.39$ ($SD = 1.13$), Informationen über ‚false friends‘ mit $MW = 4.22$ ($SD = 1.18$), Information über Präventionsarbeit des Verbands mit $MW = 4.15$ ($SD = 1.04$), Informationen über die Dopingstatistik mit $MW = 4.49$ ($SD = 1.02$) und Informationen über die ‚whereabouts-rule‘ mit $MW = 4.34$ ($SD = 1.09$). Für die Gesamtbewertung liegen keine signifikanten Unterschiede vor.

Die Vertrauenswürdigkeit des DLV wurde durch die Probanden mit einem $MW = 3.33$ ($SD = 0.65$) bewertet. Für die drei Subskalen lagen ähnliche Ergebnisse vor (Fähigkeit $MW = 3.35$, $SD = 0.68$; Wohlwollen $MW = 3.25$, $SD = 0.75$, Integrität $MW = 3.37$, $SD = 0.74$)

Für die PEAS wird ein durchschnittlicher Summenscore von $MW = 32.58$ ($SD = 7.55$) ermittelt. Die DopingEinstellung aller Probanden war damit gering. Für die Athletenidentität wurde insgesamt ein Mittelwert von 4.24 ($SD = 1.26$) gemessen. Pearson-Korrelationen zeigen signifikante Zusammenhänge für die Athletenidentität und die Bewertung der ‚whereabout-rule‘-Informationen ($r = .37$, $p < .01$) und die Informationen über Neues auf der Liste ($r = .19$, $p < .05$). Weder die DopingEinstellung noch Geschlecht, Alter, Sportverhalten oder Involvement in den Verband korrelierten mit der Bewertung der einzelnen Inhalte.

9.4.2. Ergebnisse für die Präsentationsmethoden

Die Präsentationsmethoden zeigen keinen signifikanten Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit der Homepage-Inhalte. Für die Informationen zu neuen Produkten auf der Dopingliste werden zwar die Hotline und die Informationen durch die DSHS höher deskriptiv höher eingeschätzt, signifikantes Niveau erreichen diese

Unterschiede allerdings nicht ($F(4, 110) = 1.05, p = .38$). Für die Informationen über ‚false friends‘ zeigen sich keinerlei Unterschiede ($F(4, 110) = 0.27, p = .89$). Die aktuellen Statistiken werden deskriptiv positiver bewertet, wenn sie als Pressemitteilung der NADA präsentiert werden, die Ergebnisse sind jedoch nicht signifikant ($F(4, 110) = .16, p = .96$). Die Ergebnisse zu den Präventionsangeboten werden positiver bewertet, wenn sie durch eine Kooperation mit einem wissenschaftlichen Partner präsentiert werden, jedoch liegen insgesamt ebenfalls keine signifikanten Unterschiede vor ($F(4, 110) = 1.08, p = .37$). Ebenfalls keine signifikanten Unterschiede finden sich für die Informationen zur ‚whereabout-rule‘ ($F(4, 110) = 1.00, p = .41$). Ein Einfluss der Präsentationsmethode auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit der Information kann somit nicht festgestellt werden. Hypothese 1 muss somit verworfen werden.

Tabelle 22: Mittelwerte zu den jeweiligen Bedingungen, verteilt auf die fünf gezeigten Inhalte.

	Neu auf der Liste	SD	False Friends	SD	Statistik	SD	Prävention	SD	Whereabout	SD
NADA	4.18	1.20	4.00	1.36	4.61	0.97	4.23	1.06	4.18	0.86
DSHS	4.59	1.07	4.21	1.06	4.49	0.93	4.50	0.89	3.97	1.31
Newsletter	4.41	1.19	4.25	1.22	4.42	0.96	4.03	1.09	4.42	1.03
FAQ	4.13	1.06	4.28	1.13	4.48	1.21	4.03	1.17	4.35	1.20
Hotline	4.67	1.16	4.36	1.23	4.39	1.05	3.93	0.96	4.59	1.02
Gesamt	4.39	1.13	4.22	1.19	4.49	1.02	4.15	1.04	4.34	1.09

9.4.3. Zusammenhänge zur Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands

Während die Methode, wie ein Inhalt präsentiert wird, keinen signifikanten Einfluss auf die Bewertung des Inhalts hat, zeigt sich, dass die Bewertung der jeweiligen Information signifikant mit der Bewertung der Vertrauenswürdigkeit des DLV allgemein zusammenhängt. Der Zusammenhang zwischen den jeweiligen Inhalten und der Vertrauenswürdigkeit beträgt $r = .38$ für die Kategorie Neues auf der Liste, $r = .31$ für die ‚false friends‘, $r = .27$ für die Statistik, $r = .25$ für die Prävention und $r = .27$ für die ‚whereabout-rule‘. Bei den Subskalen der Vertrauenswürdigkeit zeigen sich ähnliche signifikante Zusammenhänge. Keinen signifikanten Zusammenhang zeigen die Informationen zur Dopingprävention und die Subskala Integrität, sowie die Informationen zur ‚whereabout-rule‘ und die Subskalen Wohlwollen und Integrität. Hypothese 2 kann somit insgesamt jedoch beibehalten werden.

Tabelle 23 zeigt, dass die Bewertung der einzelnen Inhalte stark miteinander korrelieren ($.29 < r < .60$), was darauf hindeutet, dass die Bewertung nicht auf Basis der Methode, sondern auf inter-individuellen Unterschieden zwischen den Probanden beruht.

Tabelle 23: Korrelationen zwischen den Bewertungen der Inhalte und der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des Verbands.

	Neues auf der Liste	False friends	Statistik	Prävention	Whereabout	Vertrauenswürdigkeit	Fähigkeit	Wohlwollen	Integrität
Neues auf der Liste		.34	.44	.37	.60	.38	.35	.27	.40
False friends'	.34		.32	.52	.35	.32	.26	.37	.24
Statistik	.44	.32		.36	.47	.27	.32	.13	.25
Prävention	.37	.52	.36		.29	.25	.27	.24	.18
Whereabout	.60	.35	.47	.29		.27	.31	.14	.26

9.5. Diskussion

In dieser Studie sollte überprüft werden, ob die Präsentationsmethode für einen auf einer Homepage zum Thema Anti-Doping präsentierten Inhalt einen Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit der Information hat. Die Studienergebnisse zeigen allesamt keinen Einfluss der Methode auf die Vertrauenswürdigkeit.

Dies erscheint auf den ersten Blick als ein überraschendes Ergebnis: Wie das Review von Beldad et al. (2011) zeigt, können verschiedene, den Aufbau und die Struktur der Homepage betreffende Faktoren Einfluss auf die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit haben. In dieser Studie wurden visuelle Stimuli manipuliert, indem die Inhalte durch unterschiedliche methodische Varianten präsentiert wurden. Entgegen der Vermutungen, die sich auf Basis der Ergebnisse von Karimov et al. (2011) ableiten lassen, dass solche Schlüsselreize die Bewertung beeinflussen, konnte dieser Effekt in dieser Studie nicht gefunden werden. Die hier verwendeten Methoden beziehen sich dabei einerseits auf das Konstrukt der Sozialen Hinweisreize (Hotline, Newsletter, Karimov et al., 2011), da ein persönlicher, direkter Bezug erstellt wurde, andererseits auf die externen Gütekriterien, die vermittelt wurden (wissenschaftlicher Partner bzw. direkte Korrespondenz mit der verantwortlichen Organisation). Für beide methodische Vorgehensweisen finden sich in dieser Studie keine Anhaltspunkte dafür, dass sie zu einer höheren Bewertung der Vertrauenswürdigkeit führen.

Andererseits bezieht sich die hier ermittelte Vertrauenswürdigkeit von Informationen nicht direkt auf diese Bestandteile, sondern auf die von Kohring und Matthes (2007) identifizierten Faktoren, die eine Information vertrauenswürdig machen sollen. Dieses sind die Selektivität, die Korrektheit und die Vollständigkeit der Information. Diese Faktoren wurden in den unterschiedlichen Bedingungen jedoch nicht manipuliert, sondern im Gegenteil kontrolliert, sodass in jeder Bedingung die Inhalte in gleichem Umfang präsentiert wurden. Somit lässt sich dieses Ergebnis auch als Indiz dafür interpretieren, dass die von Kohring und Matthes (2007) postulierten Faktoren der Vertrauenswürdigkeit von Informationen als solche nicht durch externe Faktoren, wie eben das methodische Vorgehen bei der Präsentation der Inhalte, beeinflusst werden. Sicherlich liegt hierfür durch diese Ergebnisse nicht genügend

Evidenz vor, um dies zu bestätigen, da keine Manipulation der Inhalte stattgefunden hat. Jedoch deuten die Ergebnisse darauf hin, dass es für die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Arbeit nicht von großer Bedeutung zu sein scheint, wie sie präsentiert werden, sondern welche Inhalte bestehen. Ähnliche Ergebnisse finden sich in einer parallel durchgeführten Studie (Pöppel, Dreiskämper & Hoof, 2014). Hier zeigte sich, dass die Plattform (z.B: Twitter, Facebook oder Printmedium), auf der ein Sportler eine Aussage kundtut, zwar unterschiedlich bewertet wird, dies jedoch keinen Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit seiner Aussage oder der Person hat.

In Kapitel 3.10 wird darauf hingewiesen, dass es sich bei Vertrauenswürdigkeit von Informationen und von den Quellen, die diese Information herausbringen, um Faktoren handelt, die sich reziprok bedingen können. Diese Annahme scheint sich durch die Ergebnisse dieser Studie zu bestätigen. Es liegen durchweg signifikante Zusammenhänge zwischen den Bewertungen der Inhalte und der Bewertung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands selbst vor. Hierfür sind zwei Wirkrichtungen interpretierbar: Zum einen können Voreinstellungen bezüglich des Verbands die Bewertung der von dem Verband auf seiner Homepage zur Verfügung gestellten Informationen beeinflussen: Wenn bereits Vorurteile gegenüber dem Verband im Hinblick auf seine Anti-Doping Arbeit bestehen, könnten auch dessen Bemühungen niedriger bewertet werden, als wenn ein Proband neutral an die Informationen des Verbands herantritt. Andersrum kann auch das Kennenlernen der Inhalte die Wahrnehmung des Verbands beeinflussen. Sowohl die Webinhalte als auch die Vertrauenswürdigkeit des DLV wurden in dieser Studie überwiegend positiv wahrgenommen. Es könnte demnach auch sein, dass die Wahrnehmung des Verbands durch die Inhalte verändert wird, da diese indirekt etwas über die Antezedenten des Verbands aussagen könnten. Interessant ist hierbei das Ergebnis, dass nicht alle Antezedenten mit allen Inhaltsbewertungen korrelieren. So finden sich zwar signifikante Korrelationen für das Wohlwollen des Verbands mit den Inhalten Neues auf der Liste, ‚False Friends‘ und ‚Prävention‘, nicht aber mit den Inhalten über die Statistik und die ‚whereabout-rule‘. Diese Bereiche beziehen sich direkt auf das Kontroll- und Verfolgungssystem der Sportverbände und der NADA, weswegen diese Informationen die Wahrnehmung des Antezedenten Wohlwollen evtl. nicht direkt beeinflussen.

Weitere Forschung sollte sich mit den Wirkrichtungen von Vertrauenswürdigkeit von Informationen und der dahinter stehenden Quelle tiefer beschäftigen. Experimentelle Pre-/Post-Designs könnten dabei darüber Aufschluss geben, ob das Kennenlernen von Informationen, die durch einen Sportverband bereitgestellt werden, einen Einfluss auf dessen Vertrauenswürdigkeit hat. Hinweise hierfür zeigen sich auch in den Studien 2 und 3.

Studie 5

10. Der Einfluss formaler Kriterien auf die Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Homepages

10.1. Theoretische Herleitung

Die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit im Onlinesetting ist komplex. Wie bereits in Kapitel 3.10. erörtert wurde, kann von reziproken Effekten zwischen Inhalten und Quellen ausgegangen werden. Gleichzeitig wird durch die Vielfalt des Onlineangebots eine reine Beschränkung auf Inhalte und Verfasser dieser Inhalte schwierig. So erarbeiten Karimov et al. (2011) zahlreiche weitere Komponenten, die für die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit von Onlineinhalten eine zentrale Rolle spielen. Eine dieser Komponenten stellen formale Kriterien dar, die sich auf die Homepage und Inhaltsgestaltung beziehen (Beldad et al., 2011). Während in der vorangegangenen Studie die Methoden der Präsentation der Anti-Doping Inhalte analysiert wurden, die in direktem Bezug zur Wahrnehmung der Inhalte stehen, sind formale Kriterien äußere Umgebungsumstände dieser Inhalte. Sie werden durch die Rezipient*innen wahrgenommen und können deren Meinung beeinflussen, haben aber grundsätzlich keinen direkten Bezug zu den präsentierten Inhalten. Dennoch kann angenommen werden, dass diese äußeren Faktoren einen Eindruck über die Qualität der Inhalte vermitteln. So kann vermutet werden, dass ein mangelhaftes Design der Homepage in Form eines Halo-Effekts auch die Bewertung der Inhalte oder der dahinterliegenden Quelle beeinflussen kann.

Unter formalen Kriterien von Homepages kann eine Vielzahl von Faktoren summiert werden, die die Wahrnehmung des Inhalts beeinflussen ohne selber inhaltlich von Relevanz zu sein. Hierunter gehören Faktoren wie die Erreichbarkeit der Seiten, die Struktur der Homepage, die Anschaulichkeit, visuelle Reize wie Bilder, Animationen oder Videos oder Social Media Features wie Avatare oder Chat-Möglichkeiten, die eine direkte Kommunikation mit der Quelle der Homepage ermöglichen (Beldad et al., 2011). Hinzukommen Faktoren, die nur indirekt einen Bezug auf den Inhalt haben, wie der Umfang, die Verständlichkeit, die Aktualität oder die Vollständigkeit der Seiten.

Bezieht man diese Elemente auf die Anti-Doping Arbeit, die digital präsentiert wird, müssen zwei Faktoren berücksichtigt werden: Zum einen kann angenommen werden, dass unterschiedliche Erwartungen an die digitale Anti-Doping Präsenz von Sportverbänden vorliegen: Wer sich direkt für das Thema interessiert oder hierzu Informationen sammeln möchte, erwartet sicher von einem Verband eine ganz andere Umsetzung als ein Rezipient, der die Seite eines Sportverbands nur aufsucht, um aktuelle Spielstände zu erfahren. Die Erwartungserfüllung wird also einen Effekt darauf haben, wie die Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Inhalten wahrgenommen wird. Zum anderen kann generell nicht davon ausgegangen werden, dass die Umsetzung formaler Kriterien, die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit maßgeblich beeinflusst. Viele weitere Faktoren, die die Homepage betreffen, werden diese Wahrnehmung ebenfalls beeinflussen (Karimov et al., 2011). Jedoch sollten Sportverbände versuchen, ein positives Bild der Anti-Doping Arbeit durch das eigene Vorgehen zu erschaffen (Augustin, 2007b). Äußere Faktoren können dabei die

Gefahr oder die Möglichkeit bieten, einen ersten Eindruck zu liefern, der sich auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit dieser Anti-Doping Arbeit auswirkt.

10.2. Ziele der Vorstudie

Die Ziele dieser Studie sind es, im ersten Schritt wichtige formale Kriterien zu identifizieren, die die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit von Inhalten von Anti-Doping Homepages beeinflussen können und deren Auswirkung auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands zu analysieren. In dieser ersten Studie wurden die Teilnehmer*innen gebeten, einen Online-Fragebogen zur Wichtigkeit von verschiedenen formalen Kriterien von Homepages (z.B. Erreichbarkeit, Aktualität etc.) zu bewerten. In einem zweiten Schritt wurde den Teilnehmer*innen die Anti-Doping Rubrik der Homepage des Deutschen Fußball Bunds (DFB) durch eine Screenshot-Präsentation gezeigt. Die Teilnehmer*innen sollten im Folgenden die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des DFB bewerten und angeben, wie gut ihre Erwartungen an die formalen Kriterien einer Homepage durch die Seiten des DFB abgedeckt wurden. Die Hypothesen lauteten:

Hypothese 1: Formale Kriterien werden hinsichtlich ihrer Bedeutung durch Rezipient*innen hoch eingeschätzt.

Hypothese 2: Die Präsentation der Anti-Doping Rubrik der Homepage des DFB beeinflusst die Vertrauenswürdigkeit des Verbands.

Hypothese 3: Es liegen signifikante Zusammenhänge zwischen der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit und der Bewertung der Umsetzung der formalen Kriterien vor.

Hypothese 4: Die Erfüllung der Erwartungen bezüglich der formalen Kriterien hat einen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit.

10.3. Methode Vorstudie

10.3.1. Stichprobe

Es nahmen 65 Probanden an der Onlinebefragung teil (weiblich $n = 28$, 43.1%). Die Teilnehmer*innen waren im Durchschnitt 23.69 Jahre alt ($SD = 1.96$) und hatten eine selbst berichtete mittlere bis hohe Erfahrung im Umgang mit dem Internet ($MW = 6.14$, $SD = 1.53$ auf einer 10-Punkt-Likert Skala). Von den Teilnehmer*innen kannten 26 Probanden die Homepage des DFB und hatten Erfahrungen auf ihr gesammelt. Die Stichprobe unterteilte sich in 32 aktive Fußballspieler*innen (49.2%) und 33 Nicht-Fußballer (50.8%). Die Teilnehmer*innen hatten insgesamt eine geringe Dopingeinstellung ($MW = 33.08$, $SD = 10.14$ auf einem Summenscore-Range von 17 bis 102) und schätzten den DFB vor der Befragung insgesamt als vertrau-

enswert ein ($MW = 3.45$, $SD = 0.61$ auf einer 5-Punkt-Likert Skala). Die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit fußte stärker auf den Fähigkeiten des DFB ($MW = 3.71$, $SD = 0.64$) als auch dem Wohlwollen ($MW = 3.20$, $SD = 0.74$) und der Integrität ($MW = 3.34$, $SD = 0.70$). Der Unterschied zwischen den Subfaktoren für Vertrauenswürdigkeit war dabei signifikant ($F(2, 63) = 21.122$, $p < .001$, $\eta^2 = .40$).

10.3.2. Instrument

Die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit wurde zu beiden Messzeitpunkten mit dem in Studie 1 vorgestellten Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit, basierend auf dem Modell von Mayer und Kollegen (1995) erfasst. Seine drei angenommenen latenten Subskalen wiesen gute interne Konsistenzen aus (Cronbach's α Fähigkeit = .84, Wohlwollen = .88, Integrität = .82). Die übergeordnete Skala Vertrauenswürdigkeit hatte ebenfalls eine gute interne Konsistenz von Cronbach's $\alpha = .92$.

Die Bewertung der Wichtigkeit und der Umsetzung der formalen Kriterien wurde mit einem zehn Items umfassenden, auf Basis der bestehenden Literatur erstellten Fragebogen mit einer 7-Punkt-Likert Skala erfasst. Hiermit wurden die Faktoren Erreichbarkeit, Vollständigkeit, Aktualität, Personalisierung, Struktur, Ausführlichkeit, grafische Umsetzung, Richtigkeit, Verständlichkeit, und Materialbereitstellung (Downloads etc.) erfasst. Die Skala hatte eine ausreichende interne Konsistenz von Cronbach's $\alpha = .62$.

Dopingeinstellungen der Probanden wurden mithilfe der 17 Items umfassenden PEAS von Petróczi (2007) erfasst. Die interne Konsistenz dieser Skala betrug Cronbach's $\alpha = .83$. Die gesamte Studie wurde mit der Software Unipark 2.0 programmiert.

10.3.3. Stimulus Material

Mithilfe des Programms Camtazia Studio 8 wurden Screenshots von der Homepage des DFB erstellt. Hierbei wurde ausschließlich auf die insgesamt sechs Seiten zum Thema Doping zurückgegriffen. Diese wurden mithilfe des Programms Unipark dem Leser so präsentiert, dass er nach Erkunden einer jeweiligen Seite durch das Klicken der Weiter-Taste auf die nächste Rubrik des Bereichs Anti-Doping geführt wurde. Die Präsentation des Stimulus-Materials dauerte durchschnittlich ca. fünf Minuten.

13.3.4. Durchführung

Die Teilnehmer*innen wurden eingeladen, an einem Onlinefragebogen teilzunehmen. Nach einer kurzen Einführung wurden die Teilnehmer*innen gebeten, die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des DFB zu bewerten. In einem zweiten Schritt sollten die Teilnehmer*innen die Wichtigkeit der zehn formalen Kriterien bewerten. Anschließend wurden sie in die Inhalte der Anti-Doping Rubrik der Homepage des DFB mithilfe des Stimulus-Materials eingewiesen.

Nach der Sichtung des Stimulus-Materials wurden die Probanden gebeten, die Umsetzung der formalen Kriterien durch die Homepage des DFB zu bewerten. In einem Post-Test wurden die Probanden dann abschließend zu ihrer Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des DFB befragt. Darüber hinaus wurden soziodemografische Daten und Kontrollvariablen erhoben. Zum Abschluss der Onlinebefragung wurden die Probanden über Hintergründe und Studie der Ziele aufgeklärt.

Die Datenanalyse erfolgte mit dem Programm IBM.SPSS Statistics 22.0. Unterschiede zwischen Pre- und Post-Messung der Vertrauenswürdigkeit wurden gemessen. Die Differenz zwischen der Erwartung an formale Kriterien und deren Umsetzung wurde als Bewertung der Erwartungserfüllung operationalisiert.

10.4. Ergebnisse Vorstudie

Die Wichtigkeit der formalen Kriterien wird insgesamt als hoch bewertet (Mittelwerte zwischen 4.80 für Personalisierung und 6.42 für Aktualität). Dies bestätigt Hypothese 1. Die formalen Kriterien der Homepage des DFB werden hingegen durchschnittlich bewertet (zwischen 3.35 für Erreichbarkeit und 4.91 für Verständlichkeit, vgl. Tabelle 25).

Hypothese 2 lautet, dass die Präsentation der Anti-Doping Rubrik der Homepage des DFB die Vertrauenswürdigkeit des Verbands beeinflusst. Diese Hypothese wird durch eine Varianzanalyse mit Messwiederholung tendenziell bestätigt ($F(1,64) = 3.51, p = .066, \eta^2 = .05$). Die Analyse der Antezedenten zeigt, dass die Wahrnehmung der Fähigkeit des DFB signifikant reduziert wird ($F(1, 64) = 8.40, p = .005, \eta^2 = .12$). Für die Antezedenten Wohlwollen ($F(1, 64) = 2.25, p = .14$) und Integrität ($F(1,64) = .01, p = .91$) werden keine signifikanten Veränderungen gefunden. Keine Unterschiede werden zwischen Männern und Frauen, sowie zwischen Fußballern und Nicht-Fußballern gefunden.

Tabelle 24: Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit und der Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des DFB vor und nach Präsentation der Homepage des DFB

	Vertrauenswürdigkeit	SD	Fähigkeit	SD	Wohlwollen	SD	Integrität	SD
Pre	3.45	0.61	3.71	0.64	3.20	0.74	3.34	0.70
Post	3.30	0.68	3.43	0.75	3.08	0.80	3.34	0.78

Hypothese 3 lautet, dass signifikante Zusammenhänge zwischen der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit und der Bewertung der Umsetzung der formalen Kriterien bestehen. Pearson-Korrelationen zeigen signifikante Zusammenhänge zwischen der Vertrauenswürdigkeit und dem Mittelwert aller Bewertungen für die formalen Kriterien ($r = .67, p < .001$) mit hoher Effektstärke. Alle drei Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit korrelieren ebenfalls signifikant mit der Bewertung der formalen Kriterien (Fähigkeit: $r = .62, p < .001$; Wohlwollen: $r = .58, p < .001$, Integrität: $r = .56$).

Tabelle 25: Wichtigkeit der formalen Kriterien und deren Umsetzung auf den Seiten des DFB auf einer 7-Punkt-Likert Skala

	Erwartung	SD	Erfüllung DFB	SD
Formale Kriterien Gesamt	5.72	0.49	4.16	1.01
Erreichbarkeit	5.51	1.17	3.34	1.56
Vollständigkeit	6.29	0.82	4.35	1.40
Aktualität	6.42	0.68	4.05	1.49
Personalisierung	4.80	1.18	4.00	1.28
Struktur	5.38	1.04	3.69	1.72
Umfang	5.20	1.08	4.63	1.53
Anschaulichkeit	5.83	1.07	3.85	1.59
Korrektheit	6.35	1.19	4.08	1.34
Verständlichkeit	6.12	0.98	4.91	1.16
Bereitstellung von Material	5.32	1.00	4.66	1.40

Hypothese 4 lautet, dass die Erfüllung der Erwartungen bezüglich der formalen Kriterien einen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit hat. Eine lineare Regression zeigt einen signifikanten negativen Zusammenhang zwischen der Erwartungs-Erfüllungs-Diskrepanz und der Vertrauenswürdigkeitseinschätzung ($\beta = -.58, p < .001, R^2 = .34$). Je höher die Diskrepanz zwischen den Erwartungen und der Erfüllung desto schwächer wird die Vertrauenswürdigkeit des DFB bewertet. Auch die Veränderungen der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit werden signifikant durch die Diskrepanzen zwischen Erwartungen und Erfüllung aufgeklärt ($\beta = -.56, p < .001, R^2 = .31$). Je höher die Diskrepanz ist, desto mehr Vertrauenswürdigkeit wird durch den DFB eingebüßt.

10.5. Diskussion Vorstudie

Die Ergebnisse zeigen, dass formale Kriterien von Homepages sowohl von großer Bedeutung für die Nutzer einer Homepage sind, als auch einen hohen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der verantwortlichen Quelle haben. Die Vertrauenswürdigkeit des DFB sinkt zwischen den zwei Messzeitpunkten tendenziell ab, die Bewertung der Fähigkeit des DFB ist zum Messzeitpunkt nach Sichtung der Homepage signifikant niedriger. Eine dritte, wichtige Erkenntnis ist, dass die Vertrauenswürdigkeit des DFB durch die Wahrnehmung der hohen Diskrepanz zwischen den Anforderungen an formale Kriterien von Homepages und der Erfüllung durch die Website des DFB in hohem Maße beeinflusst wird.

In dieser Studie wurde explorativ der Einfluss formaler Kriterien auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit geprüft. Hierbei zeigte sich, dass die Kriterien einen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit zu haben scheinen. Allerdings basieren diese Ergebnisse auf den Aussagen der Probanden hinsichtlich der Wichtigkeit und Umsetzung dieser formalen Kriterien. Unklar bleibt, ob unterschiedliche qualitative Umsetzungsformen der formalen Kriterien tatsächlich die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit beeinflussen. Hinzu kommt, dass in dieser Studie die Probanden auf die Aspekte der Vertrauenswürdigkeit und der formalen Kriterien direkt gelenkt wurden. Deshalb soll ein Experiment Aufschluss darüber geben, ob die gute oder

schlechte Realisierung spezifischer formaler Kriterien einen Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands hat, der als Quelle für diese Homepage verantwortlich ist.

10.6. Ziele der Hauptstudie

Die Studie sollte überprüfen, wie die zuvor identifizierten Kriterien die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit tatsächlich beeinflussen, wenn sie unterschiedlich ausgeprägt sind. Hierfür wurden zwei formale Kriterien ausgewählt, um deren tatsächlichen Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit von Anti-Doping Homepages zu analysieren. Die Seiten des Deutschen Schwimm-Verbands (dsv) wurden hinsichtlich ihrer Erreichbarkeit durch die Menüleisten und hinsichtlich ihrer Aktualität manipuliert. In einem 2x2 Experiment (gute / schlechte Erreichbarkeit und alte / aktuelle Information) wurden Probanden randomisiert einer der vier Versuchsbedingungen zugeordnet. Als Stimulus-Material wird ihnen ein Video der Inhalte der Homepage präsentiert, um zu analysieren, ob die manipulierten formalen Kriterien einen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des dsv oder auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der auf der Homepage gegebenen Informationen (Matthes & Kohring, 2007) haben. Hierbei wurden die Inhalte der Seiten selbst für alle Bedingungen identisch kontrolliert. Die Hypothesen lauteten:

Hypothese 5: Je geringer die Erwartungen an formale Kriterien durch eine Homepage erfüllt werden, desto niedriger ist die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit der präsentierten Anti-Doping Arbeit.

Hypothese 6: Die Manipulation von formalen Kriterien führt dazu, dass die Bewertung der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des Inhalts einer Homepage (in diesem Fall die Anti-Doping Arbeit des dsv) unterschiedlich beurteilt wird: Je schlechter die formalen Kriterien umgesetzt werden, desto geringer ist die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit.

Hypothese 7: Die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der durch den Verband gegebenen Informationen hat einen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands selbst.

10.7. Methode Hauptstudie

10.7.1. Stichprobe

An der Studie nahmen insgesamt 80 Personen im Alter von 20 bis 29 ($MW = 24.05$, $SD = 2.31$) Jahren teil (Frauen = 45, 56.25%). Zwischen den vier randomisiert zugewiesenen Bedingungsgruppen lagen keine signifikanten Unterschiede für die Geschlechterverteilung ($\chi^2 (N = 80) = 1.78$, $p = .62$), Mitgliedern im dsv ($\chi^2 (N = 80) =$

2.85 , $p = .42$) und der Anzahl der im dsv ehrenamtlich Engagierten ($\chi^2 (N = 80) = 2.05, p = .56$) vor. Auch hinsichtlich der Vertrauensneigung lagen keine Unterschiede vor ($F (3, 76) = 0.78, p = .51$). Allerdings unterschieden sich die vier Bedingungsgruppen signifikant hinsichtlich der Frage, ob die Teilnehmer*innen Personen aus dem Verbandssystem des dsv persönlich kennen ($\chi^2 (N = 80) = 16.21, p = .001$) und hinsichtlich ihrer Dopingeinstellungen ($F (3, 76) = 2.77, p = .047$). Die Bedingungsgruppe Gut / Nicht Aktuell wies dabei signifikant mehr Personen auf, die Kontakte zum Verbandssystem des dsv hatten und wies eine signifikant niedrigere Dopingeinstellung als die anderen drei Gruppen auf (Tabelle 26).

Tabelle 26: Alter, Dopingeinstellung und Vertrauensneigung der vier Bedingungsgruppen.

	Alter	SD	Dopingeinstellung	SD	Vertrauensneigung	SD
Gut / Aktuell	24.60	2.23	17.20	4.95	3.49	0.43
Gut / Nicht Aktuell	23.80	1.80	13.80	3.55	3.56	0.51
Schlecht / Aktuell	23.55	2.52	15.40	4.87	3.72	0.43
Schlecht / Nicht Aktuell	24.25	2.61	17.20	4.06	3.59	0.55
Gesamt	24.05	2.31	15.90	4.54	3.59	0.48

10.7.2. Instrumente

Zur Messung der Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit des dsv wurde der Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit im Sport (vgl. Studie 1) an das Setting Anti-Doping Arbeit angepasst. Der 15 Items auf einer 5-Punkt-Likert Skala umfassende Fragebogen wies insgesamt (Cronbach's $\alpha = .90$), wie auch für seine drei Subskalen Fähigkeit (Cronbach's $\alpha = .85$), Wohlwollen (Cronbach's $\alpha = .76$) und Integrität (Cronbach's $\alpha = .76$) gute interne Konsistenzen auf.

Die Vertrauenswürdigkeit der Seiteninhalte wurde mit der Skala zur Messung von Vertrauenswürdigkeit von Informationen von Matthes und Kohring (2007) erhoben (Cronbach's $\alpha = .89$).

Zur Messung der Vertrauensneigung wurde die entsprechende Skala aus der deutschen Fassung des NEO-PI-R (Ostendorf & Angleitner, 2004) erhoben (Cronbach's $\alpha = .75$). Diese beinhaltet acht Items auf einer 5-Punkt-Likert-Skala. Außerdem wurde die Dopingeinstellung der Teilnehmer*innen durch die Kurzform der PEAS-Skala in ihrer deutschen Fassung mit acht Items erhoben (Cronbach's $\alpha = .60$).

Der Manipulationscheck erfolgte durch jeweils eine abschließende Frage zur Aktualität und Erreichbarkeit der Seite auf einer 6-Punkt-Likert Skala.

10.7.3. Stimulus Material

In einem ersten Schritt wurden mithilfe der Software Camtazia Studio 8.0 Screenshots der Originalseiten der Anti-Doping Rubrik des dsv erstellt. Diese wurden im Folgenden mithilfe des Programms Adobe Photoshop bearbeitet. Dabei wurden Bilder für vier unterschiedliche Bedingungen erstellt (Tabelle 27). Die hieraus resultierenden Bilder wurden mit der zuvor genutzten Software Camtazia Studio 8.0 zu vier Videos mit einer Länge von 2:30min aneinander gereiht. Dabei wurde das Symbol einer PC-Maus eingebaut, das das Aufsuchen und Durchsuchen der Anti-

Doping Rubrik auf der Homepage des dsv nachzeichnet. Die somit entstandenen Videos zeigten alle Teile der Anti-Doping-Seiten des dsv und waren dementsprechend für Inhalt und Ablauf kontrolliert.

Tabelle 27: Aufteilung der Teilnehmer*innen auf die konstruierten vier Bedingungsgruppen.

	Aktualität gegeben	Veraltete Information
Gute Erreichbarkeit des Themas Doping	Gruppe 1 (n = 20)	Gruppe 2 (n = 20)
Schwierige Navigation des Themas Doping	Gruppe 3 (n = 20)	Gruppe 4 (n = 20)

Die Erkennung der Manipulation wurde durch zwei abschließende Fragen kontrolliert, in denen die Probanden auf einer 7-Punkt-Likert Skala die Aktualität und die Erreichbarkeit der Anti-Doping Bereiche der Homepage bewerten sollten. Einseitige t-Tests zeigten, dass die Manipulation der Aktualität funktioniert hat, da die Gruppen, die nicht aktuelle Informationen präsentiert bekamen, diese signifikant schlechter einschätzten (aktuell: $MW = 4.38$, $SD = 0.90$, nicht aktuell: $MW = 3.80$, $SD = 1.40$; $t(78) = 2.19$, $p = .016$). Die Manipulation der Erreichbarkeit der Homepage führte allerdings nur zu tendenziell schlechteren Bewertungen bei den Bedingungsgruppe, bei denen die Homepage durch schlechte Erreichbarkeit über die Navigation manipuliert worden war (gut: $MW = 4.88$, $SD = 1.81$, schlecht: $MW = 4.48$, $SD = 1.15$; $t(78) = 1.53$, $p = .065$).

10.7.4. Durchführung

Das Experiment fand im Labor des Arbeitsbereichs Sportpsychologie der WWU Münster statt. Während der ca. 25 Minuten dauernden Durchführung konnten vier Probanden gleichzeitig an der Erhebung an vier weit voneinander entfernten und abgetrennten PCs teilnehmen. Zu Beginn der Studie wurden die Teilnehmer über die Freiwilligkeit der Teilnahme und die Anonymisierung der Daten informiert und willigten hierfür auf einem Formblatt ein. Nach einer kurzen Instruktion durch den Experimentator wurden die Probanden durch eine kurze Coverstory in die Studie eingeführt. Anschließend füllten die Probanden am PC den Fragebogen aus, der mittels der Software Unipark 2.0 den Probanden präsentiert wurde. Nach den Angaben zu soziodemografischen und Kontrolldaten folgte die Präsentation des Stimulus-Materials. Hierbei wurden die Probanden durch die freie Wahl eines der vier PCs randomisiert den vier Bedingungen zugeordnet. Nach Beendigung des Videos konnten die Probanden durch Weiterklicken die Befragung fortsetzen. Hierbei wurde zunächst die Vertrauenswürdigkeit des Verbands abgefragt, anschließend die des Stimulus-Materials. Abschließend wurde der Manipulation-Check ausgeführt. Durch die letzte Seite der online-basierten Befragung wurden die Probanden über die Hintergründe und Ziele der Studie aufgeklärt und es wurde darauf hingewiesen, dass die tatsächlichen Inhalte der Homepage des dsv manipuliert wurden. Für die Teilnahme an der Studie erhielten die Probanden zum Abschluss eine Aufwandsentschädigung von fünf Euro.

10.7.5. Auswertung

Die Daten wurden durch die Software Unipark 2.0 in ein SPSS-Format konvertiert. Als Programm für die Auswertung wurde die Software IBM.SPSS Statistics 22.0 verwendet. Zur Überprüfung der Hypothesen wurden multivariate Varianzanalysen und Pearson-Korrelationen berechnet.

10.8. Ergebnisse Hauptstudie

Es lagen keine signifikanten Unterschiede zwischen den vier Bedingungsgruppen hinsichtlich der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des dsv vor ($F(3, 76) = 0.51, p = .67$). Auch für die Subgruppen mit guter und schlechter Erreichbarkeit ($t(78) = 0.15, p = .35$) und mit aktuellen und nicht aktuellen Informationen ($t(78) = 0.02, p = .44$) zeigen sich in einseitigen t-Tests keine signifikanten Unterschiede. Ein direkter Einfluss der formalen Kriterien auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands (Hypothese 5) kann folglich nicht bestätigt werden. Dies gilt auch für die drei Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit (Tabelle 28).

Zwischen den vier Gruppen liegen allerdings tendenzielle Unterschiede für den Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit der Inhalte der Seite vor ($F(3, 76) = 1.95, p = .129$). Eine Subanalyse der Bedingungen mit guter und schlechter Erreichbarkeit ($t(78) = 1.31, p = .096$) und für die Bedingungen mit aktuellen und nicht-aktuellen Informationen ($t(78) = 0.90, p = .176$) weisen auf einen tendenziellen Effekt hin.

Analysiert man daher den Effekt beider Kriterien kombiniert, indem man die Subgruppe mit guter Erreichbarkeit und aktuellen Informationen mit der Gruppe mit schlechter Erreichbarkeit und veralteten Informationen vergleicht, finden sich signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen ($t(78) = 1.71, p = .048$), womit ein schwacher Effekt der formalen Kriterien auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Inhalte der Homepage gezeigt werden kann. Hypothese 6 kann also teilweise beibehalten werden.

Eine lineare Regressionsanalyse zeigt, dass die Vertrauenswürdigkeit von Informationen, die durch formale Kriterien beeinflusst werden kann, einen hoch signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands (dsv) hat ($\beta = .73, p < .001$). Die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des dsv wird dabei durch die Faktoren Alter, Geschlecht, DopingEinstellung, Schwimmverbandszugehörigkeit, formale Kriterien (alle n.s.) sowie die Vertrauenswürdigkeit der Homepageinformationen mit $R^2 = .57$ aufgeklärt. Hypothese 7 wird demnach beibehalten.

Tabelle 28: Mittelwerte und Standardabweichungen für die Vertrauenswürdigkeit des Verbands (und Antezedenten) sowie die Vertrauenswürdigkeit der Informationen für die vier Bedingungsgruppen.

	Vertrauenswürdigkeit der Information	Vertrauenswürdigkeit des dsv	Fähigkeit dsv	Wohlwollen dsv	Integrität dsv
Gut /Aktuell	4.49	3.50	3.47	3.48	3.57
SD	0.69	0.47	0.41	0.68	0.53
Gut / Nicht Aktuell	4.68	3.67	3.58	3.60	3.82
SD	1.02	0.52	0.72	0.56	0.48
Schlecht / Aktuell	4.59	3.60	3.68	3.26	3.77
SD	1.04	0.51	0.53	0.53	0.67
Schlecht/Nicht Aktuell	4.01	3.47	3.47	3.20	3.70
SD	1.06	0.69	0.85	0.88	0.61
Gesamt	4.44	3.56	3.55	3.38	3.72
SD	0.98	0.55	0.65	0.69	0.57

Tabelle 29: Mittelwerte und Standardabweichungen für die Vertrauenswürdigkeit von Verband und Information nach Kriterien aufgeteilt.

	Vertrauenswürdigkeit der Information	Vertrauenswürdigkeit des dsv	Fähigkeit dsv	Wohlwollen dsv	Integrität dsv
Gute Erreichbarkeit	4.59	3.59	3.53	3.54	3.70
SD	0.86	0.50	0.59	0.62	0.52
Schlechte Erreichbarkeit	4.30	3.54	3.58	3.23	3.74
SD	1.08	0.60	0.71	0.72	0.63
Aktuell	4.54	3.55	3.58	3.37	3.67
SD	0.87	0.49	0.48	0.61	0.60
Nicht Aktuell	4.34	3.57	3.53	3.40	3.76
SD	1.08	0.61	0.78	0.76	0.54

10.9. Diskussion Hauptstudie

Die Ergebnisse der experimentellen Hauptstudie zeigen, dass formale Kriterien von Homepages von den Nutzern der Seiten hinsichtlich ihrer Qualität bewertet werden, diese Bewertung aber nur bedingt Einfluss auf die Einschätzung der Inhalte und der dahinter liegenden Quelle haben. Die Manipulation in den vier Bedingungen wurde erkannt, wobei limitierend angefügt werden muss, dass dies signifikant nur für die Manipulation der Aktualität der Seiten gezeigt werden konnte. Es zeigt sich ebenfalls, dass die Qualität einzelner formaler Kriterien keinen signifikanten Einfluss auf die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit der Information bzw. der Quelle zu haben scheint. Grundsätzlich kann dies positiv gesehen werden, da es bedeutet, dass die Inhalte und die dahinter liegenden Quellen nicht auf Basis externer Reize, wie der Einhaltung oder Nicht-Einhaltung formaler Kriterien basieren. Ähnliche Ergebnisse konnten auch schon im Hinblick auf den Einfluss von digitalen Präsentationsplattformen gezeigt werden, die zwar unterschiedlich hinsichtlich ihrer Reputation bewertet werden, aber nicht die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Person, die hierauf eine Information preisgibt, beeinflusst (Pöppel, Dreiskämper & Hoof,

2014). Die formalen Kriterien werden demnach zwar wahrgenommen, beeinflussen aber als solche nicht die Bewertung von Inhalt und dahinter stehender Quelle.

Allerdings zeigt der signifikante Effekt zwischen den Bedingungen 1 und 4, dass die Summe der formalen Kriterien einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der zu bewertenden Information hat. Auch wenn dieser Effekt nur schwach signifikant ist, kann angenommen werden, dass eine Anhäufung formaler Schwächen von Rezipient*innen erkannt wird und bei einer Bewertung des Inhalts berücksichtigt wird bzw. diese beeinflusst. Dass dabei nicht von einem großen Effekt ausgegangen werden kann, ist aus modelltheoretischer Sicht logisch; schließlich weisen Karimov et al. (2011) wie auch Beldad et al. (2011) formale Bestandteile als einen von vielen Faktoren auf, die die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit beeinflussen können. Weitere Faktoren, wie in erster Linie der Inhalt der Information selbst und die dahinter stehende Quelle (bzw. bei Karimov et al., 2011 die Marke) sowie soziale Schlüsselreize oder Social-Media Features wurden in dieser Studie nicht manipuliert. Aber auch diese beeinflussen laut Karimov und Kollegen die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit.

Zur modelltheoretischen Frage, ob die Vertrauenswürdigkeit von Informationen die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der dahinter liegenden Quelle beeinflusst und / oder ob es reziproke Effekte zwischen diesen Vertrauensobjekten gibt (Kapitel 3.10.), kann in dieser Studie gezeigt werden, dass die durch die formalen Kriterien beeinflusste Wahrnehmung der Information im direkten Zusammenhang mit der Vertrauenswürdigkeit des dsv steht. So gesehen kann aus den Ergebnissen insgesamt abgeleitet werden, dass die Vertrauenswürdigkeit des dsv indirekt auch durch die Qualität der formalen Kriterien der eigenen Homepage beeinflusst werden kann: Da diese sich auf die Vertrauenswürdigkeit der Seite, gemessen in den Faktoren Faktenselektivität, Richtigkeit und Vollständigkeit, auswirkt, und sich diese Informationsvertrauenswürdigkeit wiederum auf die Wahrnehmung des Verbands selbst auswirkt, sollten Sportverbände wie der dsv auch dies bei der Präsentation ihrer Anti-Doping Arbeit im Internet berücksichtigen.

10.10. Gesamtdiskussion

Die Analyse des Einflusses von formalen Kriterien von Homepages auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden gliedert sich in zwei Schritte. Im ersten Schritt kann anhand des Beispiels des DFB gezeigt werden, dass Rezipient*innen von Homepages den formalen Kriterien dieser Seite eine große Bedeutung zusprechen. Hiermit einher geht eine Erwartungshaltung an die Gestaltung von Homepages, die Informationen bereitstellen. Je stärker diese Erwartungshaltung durch die Umsetzung eines Sportverbands enttäuscht wird, desto höher ist der Verlust an Vertrauenswürdigkeit für den Sportverband. Dies bedeutet, dass Sportverbände den Anforderungen an ihre Onlinepräsenz in Bezug auf die Anti-Doping Arbeit gerecht werden müssen, um keinen Vertrauensverlust zu erleiden. Enttäuschte

Erwartungen führen zu einer Umbewertung der Vertrauenswürdigkeit, vor allem der wahrgenommenen Fähigkeiten des Verbands.

Was passiert, wenn diese Erwartungen gar nicht erst angesprochen werden, sondern die formalen Kriterien in unterschiedlicher Qualität vorliegen, sollte ein Experiment in der Hauptstudie zeigen. Hierbei wurde der Inhalt der Seiten auf Gleichheit kontrolliert, jedoch wurde in vier Bedingungsgruppen die Qualität der Erreichbarkeit und Aktualität der Seite manipuliert. Die Studienteilnehmer*innen beurteilten die Vertrauenswürdigkeit der digital präsentierten Anti-Doping Inhalte und des dafür verantwortlichen Verbands, dem dsv, nach dem Kennenlernen dieser manipulierten Homepages. Es zeigt sich, dass die Unterschiede hinsichtlich der formalen Kriterien erkannt wurden, jedoch keinen direkten Effekt auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des dsv selbst haben. Allerdings liegen Unterschiede dann vor, wenn formale Kriterien qualitativ hochwertig bzw. minderwertig umgesetzt werden. Die Addition schwacher Umsetzung dieser Kriterien führte dazu, dass auch die Vertrauenswürdigkeit der Inhalte schwächer bewertet wurde. Da die Bewertung dieser Inhalte wiederum stark mit der Vertrauenswürdigkeit der dahinterliegenden Quelle zusammenhängt, kann demnach festgehalten werden, dass Sportverbände darauf achtgeben müssen, ihre Vertrauenswürdigkeit nicht durch nebensächliche Faktoren wie formale Umsetzungen zu gefährden. Dies ist auch deswegen von Bedeutung, weil die bewerteten Inhalte durch die Manipulation nicht verändert wurden, folglich äußere Effekte die Wahrnehmung der Inhalte der Seite beeinflussen. Es muss jedoch bei dieser Interpretation der Ergebnisse stark limitierend betont werden, dass eine der zwei Manipulationen den Probanden nicht trennscharf bewusst geworden ist.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Sportverbände den Erwartungen ihrer Rezipient*innen gerecht werden sollten, um das in sie investierte Vertrauen nicht zu gefährden. Dabei scheint es legitim, einzelne Faktoren bei der Präsentation der Anti-Doping Inhalte nicht zu berücksichtigen. Wenn sich allerdings Fehler oder Schwächen auf der äußeren Ebene häufen, wird diese Qualitätsminderung durch die Rezipient*innen auch auf den Inhalt übertragen. Dies schließt an die von Augustin (2007b) formulierten Anforderungen an gelingende Anti-Doping Arbeit an: Als ersten Faktor nennt dieser, dass es den Verbänden gelingen muss, den Begriff des Anti-Doping positiv in der Öffentlichkeit zu besetzen. Fallen jedoch bereits äußere Faktoren der Präsentation der eigenen Forschungsarbeit negativ auf, besteht die Gefahr eines Halo-Effekts, der sich auf die Wahrnehmung von Inhalten und letzten Endes auch auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands und seiner Anti-Doping Arbeit übertragen kann.

Studie 6

11. Der Einfluss von digitalen Kommunikations-Strategien auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden

11.1. Theoretische Herleitung

In den vorausgegangenen Studien wurde der Einfluss unterschiedlicher Ebenen der digitalen Präsentation von Anti-Doping Arbeit analysiert sowie der Einfluss dieser digitalen Anti-Doping Arbeit auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands. Anti-Doping Arbeit besteht, wie bereits Augustin (2007a) konstatiert, nicht ausschließlich aus der Präventionsarbeit, die sich auf das Verhalten der Athlet*innen bezieht, sondern auch auf die bestehenden Verhältnisse: Sportverbände haben auch die Verpflichtung Doping zu verfolgen, und Aufdeckungsarbeit zu leisten, wenn Verdachtsfälle bestehen (WADA, 2009). Deswegen wird die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden auch daran gemessen, wie sie mit auftretenden Dopingfällen in ihrer Sportart umgehen. Bei der Aufklärung von Dopingverdachtsmomenten sind klare Rollen durch die NADA und das IOC formuliert. Demnach sind die Verbände für die Analyse der Dopingkontrollen sowie mögliche Sanktionen zuständig, während sich die Dopingagenturen um das Testsystem und die damit verbundenen Kontrollen kümmern (Diegel, 2007). Besonders im Bereich der Sanktionierung liegt ein Augenmerk auf den Verbänden. Die Frage, die sich hier für die Beobachterin / den Beobachter stellt, ist, wie sich der Verband gegenüber seiner / seinem dopingverdächtigen Athletin / Athleten verhält. Hierbei sei an den bestehenden Doppelpvorwurf an die Verbände (Bette et al., 2012) erinnert, dem sich Verbände ausgesetzt sehen: Sportverbände müssen zeigen, dass sie nicht nur die Fähigkeit haben, Doping zu bekämpfen und Dopingsünder zu überführen. Sie müssen auch glaubhaft machen, dass sie diesen Dopingkampf aktiv und wohlwollend den ‚sauberen‘ Athlet*innen gegenüber führen.

In einer Situation, in der ein Dopingfall auftritt, wird der Verband folglich daran gemessen, wie er auf diesen reagiert. Die zentrale Frage für diese Studie ist, ob diese Reaktion von Verbänden einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands hat. Schließlich handelt es sich bei der Reaktion (z.B. in Form einer Pressemitteilung) um eine von dem Sportverband abgegebene Information bzw. Stellungnahme, die wiederum direkten Einfluss auf die Wahrnehmung des Verbands als Quelle dieser Information haben kann (vgl. Kapitel 3.10)

In Kapitel 3.10 wurde bereits herausgestellt, dass es sich bei der Reaktion auf eine akute negative Situation (die durch einen Dopingfall oder Verdachtsfall gegeben sein dürfte) um einen Spezifikum des Vertrauens handelt. So beschreiben Tomlinson und Mayer (2009), dass solche Krisen automatisch zu einem Verlust von Vertrauen in eine Organisation führen. Tomlinson und Mayer postulieren dabei, dass Organisationen unter diesen Bedingungen verschiedene Möglichkeiten haben, ihre Vertrauenswürdigkeit zu bewahren. Angelehnt an die Attributionstheorie von Weiner (1986) nehmen die Autoren an, dass externale und instabile Attributionen dazu führen können, dass Organisationen die Verantwortung für die Krise abwenden und somit die Wahrnehmung ihrer Antezedenten von Vertrauenswürdigkeit, Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität wahren können.

Coombs und Holloway (1996) stellen unterschiedliche Strategiemuster dar, mit denen Organisationen und Einzelpersonen auf eine Krise reagieren können. Während der Bezug bei Tomlinson und Mayer (2009) direkt auf die Erhaltung der Vertrauenswürdigkeit und damit verbundene Attributionsschemata liegt, beziehen sich Coombs und Holloway darauf, welche Kommunikation gewählt werden kann, um Krisen entgegenzutreten. Die Autoren identifizieren hierbei drei übergeordnete Kategorien, die sich wiederum in Unterpunkte gliedern lassen (Tabelle 30).

Tabelle 30: Primary Crisis Response Strategies nach Coombs & Holladay (1996) (mod. nach Coombs, 2010, S. 111).

Strategie	Beschreibung
Deny	Ziel: Abwenden jeglicher Schuld soll dazu führen, dass keine Reputation verloren geht.
a.) Attack the Accuser	Die Organisation bezichtigt denjenigen, der ihr eine Krisensituation vorwirft, der Lüge.
b.) Denial	Die Organisation behauptet, dass keine Krisensituation vorliegt.
c.) Scapegoat	Die Organisation weist die Krise von sich und beschuldigt jemand anderen für die Krisensituation verantwortlich zu sein.
Diminish	Ziel: Eigene Schuld an der Krise minimieren und somit möglichst wenig Reputation zu verlieren.
a.) Excuse	Die Organisation macht deutlich, dass sie die Krisensituation nicht verhindern konnte.
b.) Justification	Die Organisation spielt die Krise und die damit verbundenen Folgen herunter.
Rebuild	Ziel: Durch Eingestehen der Schuld an der Krise die verlorene Reputation wiederzugewinnen
a.) Compensation	Die Organisation bietet ihren Mitgliedern und/oder Kunden eine materielle Entschädigung an.
b.) Apology	Die Organisation übernimmt die volle Verantwortung für die Krisensituation, bittet um Vergebung und gelobt Besserung für die Zukunft.

Für die Nutzung dieser Strategien durch Unternehmen und Organisationen liegt eine weitreichende Evidenz vor. Coombs verdeutlicht, dass die Art der Krise und die tatsächlich messbare Verantwortung für diese Krise den Einfluss der unterschiedlichen Strategien beeinflussen (Coombs, 2007; 2010). So kann das Eingestehen einer Schuld in bestimmten Krisenfällen von Vorteil sein, wenn die Verantwortung für die Situation offenbar ist (vgl. Coombs & Holloway, 1996). Coombs (2007) sieht hierin die aussichtsreichste Strategie für Unternehmen, einer Krise entgegenzutreten.

Allerdings ist es infrage zu stellen, ob dies auch für die Situation eines Dopingfalls und den Erhalt von Vertrauenswürdigkeit gilt. Zwar deuten einzelne Studien darauf hin, dass auch im Sport ein ähnliches Strategiemuster bei Krisen erkennbar ist (Bruce & Tini, 2008; Fortunato, 2008). Ein Dopingfall in einer Sportart hingegen ist damit nur bedingt vergleichbar. Zwar zwingt auch er den verantwortlichen Verband, Stellung zu beziehen. Allerdings ist der Verband in keinem Fall der unmittelbare Täter, sondern er muss sich in diesem Fall zwischen der Kritik und seinem Athlet*innen, der in Verdacht steht oder überführt wurde, positionieren. Gesteht er dabei Schuld an diesem Dopingfall ein, setzt er sich dem Doppelvorwurf von Unfähigkeit und mangelnder Integrität seitens der Abnehmer des Sports (vgl. Bette et al.,

2012) aus, da er eine Mitverantwortung übernimmt. Hingegen kann das Ablehnen jeglicher Übernahme von Schuld dazu führen, dass die Integrität des Verbands weniger belastet wird, weil er sich vom dopenden Athleten abkehrt.

Bezieht man sich auf die Hinweise von Tomlinson und Mayer (2009) zum Erhalt von Vertrauenswürdigkeit deuten diese ebenfalls darauf hin, dass eine Übernahme der Verantwortung nicht zielführend sein könnte, weil sie die Gründe internal attribuiert. Gleichzeitig könnte eine Strategie der Abschwächung oder Ausflucht einem stabilen Attributionsmuster entsprechen, wenn bspw. deutlich gemacht wird, dass die Krisensituation Dopingfall nicht verhindert werden könnte. Dieses würde die Fähigkeit des Verbands infrage stellen. Dementsprechend könnte eine Strategie, die die Leugnung der Verantwortung beinhaltet, für Sportverbände im Fall einer Dopingkrise aussichtsreicher sein, um weiterhin Vertrauenswürdigkeit auszustrahlen, als Strategien, die in der Wirtschaft verwendet werden, um Reputation zu wahren.

11.2. Ziel der Studie

Das Ziel dieser Studie ist es, den Einfluss unterschiedlicher Krisenkommunikationsstrategien auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden ausgelöst durch einen Dopingfall in der betreffenden Sportart zu analysieren. Hierfür wurde eine Pre-/Post-Untersuchung konzipiert, in der zu zwei Messzeitpunkten die Vertrauenswürdigkeit des Deutschen Fußball Bunds (DFB) bewertet werden soll. Vor der zweiten Erhebung wurde den Probanden ein Stimulus-Material präsentiert. Dieses beschreibt einen aktuellen Dopingfall im DFB und die darauf folgende offizielle Pressemitteilung des DFB, die dieser auf seiner Homepage veröffentlicht. Um den Einfluss unterschiedlicher Krisenkommunikationsstrategien auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit zu ermitteln, wurden drei verschiedene Untersuchungszellen gebildet, denen die Teilnehmer*innen randomisiert zugeteilt wurden. Diese erhielten unterschiedliche Stimulus-Materialien, die jeweils eine andere Strategie, die der DFB nutzt, beinhalten. Der DFB wird als Verband ausgewählt, da das Nutzen und die Prävalenz von Doping in dieser Sportart umstritten ist (Clasing, 2010), gleichzeitig jedoch in dieser Sportart die meisten Dopingkontrollen in Deutschland durchgeführt werden (vgl. 2012: 1644 Kontrollen, NADA, 2013). Die Fragestellungen der Studie lauten, a.) ob durch einen Dopingfall einer Sportlerin / eines Sportlers die Vertrauenswürdigkeit des DFB betroffen ist; b.) ob verschiedene Krisenkommunikationsstrategien diesen Vertrauensverlust abpuffern können und c.) ob hinsichtlich der Reaktion auf den Dopingfall und Krisenkommunikation des Verbands Unterschiede zwischen Fußballern und Nicht-Fußballern zu identifizieren sind. Die aus dem empirischen Hintergrund aufgestellten Hypothesen lauteten:

Hypothese 1: Dopingfälle führen zu einer Reduktion der Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands.

Hypothese 2: Sportverbände verlieren durch die Strategie des Leugnens von Verantwortung weniger Vertrauenswürdigkeit in der Wahrnehmung von Fußballer*innen und Nicht-Fußballer*innen als durch andere Strategien.

Hypothese; 3: Hinsichtlich dieser Annahmen gibt es keine Unterschiede zwischen Amateur-Fußballer*innen und Nicht-Fußballer*innen.

11.3. Methode

11.3.1. Stichprobe

Für die Untersuchung wurden sowohl Fußballer*innen ($n = 60$) als auch Nicht-Fußballer*innen ($n = 60$) rekrutiert. Die Nicht-Fußballer waren ebenfalls aktive Sportler in einer Mannschaftssportart ($n = 38$ Handballer*innen und $n = 22$ Volleyballer*innen). An der Untersuchung nahmen insgesamt $N = 120$ Personen teil. Die Fußballer*innen waren zwischen 18 und 35 Jahren alt ($MW = 25.10$, $SD = 4.51$). Alle Fußballer*innen waren in der Kreisliga (niedriges Niveau) aktiv, 23 (38.3%) Fußballer*innen hatten Spielerfahrung in höheren Ligen (bis Landesliga). Von den Teilnehmer*innen waren 26.7% ($n = 16$) weiblich.

Für die Teilstichprobe der Nicht-Fußballer*innen wurde derselbe Altersbereich festgelegt, ihr Durchschnittsalter betrug $MW = 34.78$ Jahre ($SD = 4.24$). Auch diese Probanden übten ihre Sportart auf niedrigem Niveau aus, 47 Probanden waren dabei in der Bezirksliga oder niedriger aktiv (78.3%), 13 Probanden (21.7%) hatten Spielerfahrung in höheren Ligen (max. Landesliga). Von den Nicht-Fußballer*innen waren 36.7% weiblich ($n = 22$).

11.3.2. Instrumente

Zur Messung der Vertrauenswürdigkeit wurde der in Studie 1 vorgestellte Fragebogen genutzt. Die auf dem Fragebogen von Mayer und Davis (1999) fußenden 15 Items messen auf einer 5-Punkt-Likert-Skala die Vertrauenswürdigkeit anhand der drei Subskalen Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität. Der Fragebogen weist in beiden Befragungen gute interne Konsistenzen auf (Cronbach's α Gesamtskala $t1 = .93$, $t2 = .86$; Antezedent Fähigkeit $t1 = .981$, $t2 = .89$; Antezedent Wohlwollen $t1 = .84$, $t2 = .78$; Antezedent Integrität $t1 = .84$, $t2 = .78$).

Als Kontrollvariablen wurden die Dopingeinstellungen mithilfe der deutschen Übersetzung der PEAS (Petróczy, 2007) in einer acht Items umfassenden Kurzform (Cronbach's $\alpha = .34$) sowie die Neigung zu vertrauen mit der Subskala des NEO-PI-R (Ostendorf & Angleitner, 2004) erhoben (Cronbach's $\alpha = .73$). Diese beinhaltet 8 Items auf einer 5-Punkt-Likert-Skala. Die Vertrauenswürdigkeit des Stimulus-Materials wurden mit der Skala zur Messung von Vertrauenswürdigkeit von Informationen von Matthes und Kohring (2007) erhoben (Cronbach's $\alpha = .85$).

Darüber hinaus wurden demografische Angaben zu Geschlecht, Alter, Sportart und Expertise erfasst. Abschließend wurden die Probanden gebeten, die Strategie des

Verbands bei seiner Aussage den vier oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen, um zu überprüfen, ob die Manipulation als solche erkannt wurde.

11.3.3. Stimulus-Material

Es wurde ein fiktiver Dopingfall im deutschen Amateurfußball als Coverstory konstruiert. Ein Bericht hierzu wurde in das Design der Homepage des DFB als Pressemitteilung eingepflegt (Fallvignette, Abbildung 33). Dieser Ausschnitt wurde den Teilnehmer*innen als Stimulus-Material präsentiert. Der letzte Abschnitt der fiktiven offiziellen Pressemitteilung wurde dabei in den drei Experimental-Bedingungen manipuliert. Je nach Bedingung wurde eine von drei Strategien gewählt, mit der der DFB auf den bestehenden Dopingfall im Fußball reagiert. Die gewählten Krisenkommunikationsstrategien bezogen sich dabei auf die SSCT (Coombs & Holloway, 1996) und waren den Kategorien Entschuldigung (Übernahme der Verantwortung / apology), Abschwächung (justification) und Leugnung (deny) zugeordnet. Die Inhalte der manipulierten Stimuli wurden durch drei Personen unabhängig voneinander den Krisenkommunikationsstrategien in einem Pre-Test zugeordnet.

„Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) weist darauf hin, dass er die komplette Verantwortung für das Versagen der Anti-Doping-Maßnahmen übernimmt. Der DFB möchte sich bei allen Aktiven und allen Fans dafür entschuldigen. In Zukunft wird der DFB noch gezielter seinen Anti-Doping-Bemühungen nachgehen um sicherzustellen, dass solch ein Fehler nicht noch einmal passiert.“

Abbildung 30: Stimulus-Material 1: Übernahme von Verantwortung (apology).

„Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) weist darauf hin, dass die Bedeutung dieses nicht entdeckten Dopingfalls nicht überbewertet werden sollte. Die vom Spieler genutzten Stimulanzien stehen zwar auf der Dopingverbotsliste, jedoch geht der DFB davon aus, dass durch deren Einnahme keine leistungssteigernden Effekte beim Spieler hervorgerufen wurden. Demnach hat sich der Spieler Stefan Meier keine entscheidenden Vorteile gegenüber anderen Spielern verschafft.“

Abbildung 31: Stimulus-Material 2: Abschwächung (justification).

„Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) weist die Anschuldigungen von Herrn Meier entschieden zurück. Der DFB leistet eine hervorragende Anti-Doping-Arbeit und hält es für ausgeschlossen, dass ein gedopter Spieler bei einer Dopingkontrolle des DFB nicht entlarvt wird. Es muss so gewesen sein, dass der Spieler zum Zeitpunkt der Kontrolle nicht gedopt war, ansonsten wäre er mit Sicherheit überführt worden.“

Abbildung 32: Stimulus-Material 3: Leugnung (deny)

DEUTSCHER FUSSBALL-BUND | DFB.DE | DFB-TV | FAN CLUB | FAN-SHOP | TICKETS

Mercedes-Benz

STARTSEITE | NEWS | DFB-INFO | MÄNNER | FRAUEN | TALENTE | SCHIEDSRICHTER | TRAINING | NACHHALTIGKEIT

NEWS-ÜBERSICHT [Seiteninhalt drucken](#)

In einer offiziellen Pressemitteilung äußerte sich heute Morgen der Deutsche Fußball-Bund (DFB) zu den Vorwürfen des ehemaligen Regionalligaspielers Stefan Meier.

Rückblick: Meier, bis zum 31. 12. 2013 beim Süd-Regionalligisten SC Pfauenhofen 05 unter Vertrag, hatte in der vergangenen Woche für Schlagzeilen gesorgt. Nachdem er aufgrund einer Verletzung seine Karriere zum Jahreswechsel beenden musste, gab er nun öffentlich zu, über Jahre hinweg im Profifußball gedopt zu haben. In Zusammenarbeit mit einem bisher unbekanntem Sportmediziner hat er nach eigenen Aussagen seit 2010 regelmäßig verschiedene Stimulanzien zur Steigerung seiner körperlichen Leistungsfähigkeit benutzt.

„2012 wurde ich im Anschluss an ein Meisterschaftsspiel in der Regionalliga zur Dopingprobe gebeten. In diesem Moment habe ich meine Karriere quasi schon als beendet betrachtet. Aber mir konnte komischerweise kein Doping vom DFB nachgewiesen werden. Ich möchte gar nicht wissen, wie viele andere Spieler auch gedopt sind und nicht vom DFB erwischt werden.“

Mit seinen Anschuldigungen gefährdet Meier den DFB in eine schwere Krise zu stürzen. Der über Jahrzehnte aufgebaute gute Ruf des Deutschen Fußball-Bundes zeigt sich nun mit einem Schlag gefährdet.

Zu den Anschuldigungen von Stefan Meier nahm der Deutsche Fußball-Bund heute Morgen Stellung und stritt jegliche Verantwortung ab:

„Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) weist die Anschuldigungen von Herrn Meier entschieden zurück. Der DFB leistet eine hervorragende Anti-Doping-Arbeit und hält es für ausgeschlossen, dass ein gedopter Spieler bei einer Dopingkontrolle des DFB nicht erfannt wird. Es muss so gewesen sein, dass der Spieler zum Zeitpunkt der Kontrolle nicht gedopt war, ansonsten wäre er mit Sicherheit überführt worden.“

SUCHEN

DIE MEISTGELESENEN ARTIKEL

- 1 Nationalmannschaft Vorverkauf fürs Chile-Länderspiel in Stuttgart läuft
- 2 DFB-Allgemein DFB-Gewinnspiel: VIP-Tickets fürs Chile-Spiel
- 3 Bundesliga Bayern mit Last-Minute-Sieg dank Thiagos Trauntor
- 4 Bundesliga Bayern-Torhüter Neuer: "Man merkt, dass die Moral stimmt"
- 5 FIFA WM Beckenbauer: "Sehe keine bessere Mannschaft"

WWW.DFB.DE

BILDERGALERIEN	PUBLIKATIONEN	TERMIKALENDER	INHALT VON A-Z
A-Nationalmannschaft	DFB-Journal	Rahmentermin kalender	Suche
Frauen-Nationalteam	DFB-Aktuell		Tickets & Hospitality
Frauen-WM 2011	Arena		Kontakt und FAQ
DFB-Pokal	Schiedsrichter-Zeitung		Newsletter
Die Ligen	Offizielle Mitteilungen		
DFB-Nachwuchs-Mannschaften			
Fußball - Persönlichkeiten			
DFB-Aktionen			
Fans, Stars und mehr			

Impressum | Nutzungsbedingungen | Datenschutz | Seite verschicken

© Alle Rechte vorbehalten 1996 - 2014

Abbildung 33: Fallvignette der fiktiven Pressemitteilung auf der Homepage des DFB.

11.3.4. Durchführung

Die Erhebung fand in zwei Blöcken statt. Nach der Rekrutierung der beteiligten Sportmannschaften wurden diese im ersten Schritt mithilfe eines Fragebogens zur wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des DFB befragt. Bei dieser Befragung wurden ebenfalls die Kontrollvariablen und demografischen Daten erhoben. Die Befragung fand bei allen Mannschaften vor einer Trainingseinheit statt. Alle Befragten wurden nach ethischen Standards wissenschaftlichen Arbeitens über die Studie aufgeklärt und willigten schriftlich ein, an der Befragung teilzunehmen. Jeder Teilnehmerin / jedem Teilnehmer wurde ein Code zugeordnet, um die Ergebnisse aus Pre- und Poststudie im Folgenden in einem anonymisierten Verfahren zuordnen zu können.

Nach sieben bis zehn Tagen wurde der zweite Block der Erhebung durchgeführt. Hierbei wurden den Teilnehmer*innen das Stimulus-Material und der anschließende Fragebogen ausgehändigt. Die Probanden wurden dabei anhand der zuvor erstellten und in Block 1 genutzten Codes randomisiert den drei Bedingungen zugeordnet. Im zweiten Block wurde neben der Vertrauenswürdigkeit des DFB die Vertrauenswürdigkeit der Informationen des Stimulus-Materials abgefragt, außerdem wurde der Manipulationscheck durchgeführt. In diesem konnten alle Probanden die durch den DFB in der Bedingung genutzte Kommunikation der korrekten Strategie zuordnen. Im Anschluss an die Befragung wurden die Probanden über die fiktive Coverstory durch den Experimentalleiter aufgeklärt. Auch wurden Ziele und Hintergrund der Studie erläutert. Jede Teilbefragung dauerte durchschnittlich ca. 20 Minuten.

11.4. Ergebnisse

Die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit sinkt zwischen den zwei Messzeitpunkten signifikant mit hoher Effektstärke für alle Befragten von MW 3.52 ($SD = 0.49$) zu $t1$ auf $MW = 2.89$ ($SD = 0.39$) ab ($F(1, 119) = 344.67, p < .001, \eta^2 = .74$). Dieser Abfall ist auch für alle drei Subfacetten der Vertrauenswürdigkeit signifikant (Fähigkeit: $F(1, 119) = 275.23, p < .001, \eta^2 = .70$; Wohlwollen: $F(1, 119) = 72.54, p < .001, \eta^2 = .38$; Integrität $F(1, 119) = 161.98, p < .001, \eta^2 = .58$). Hypothese 1 kann damit beibehalten werden.

Zwischen Fußballer*innen und Nicht-Fußballer*innen liegen dabei signifikante Unterschiede vor: Während die Wahrnehmung bei den Fußballer*innen zu $t1$ höher ist als bei den Nicht-Fußballer*innen, ist sie zu $t2$ auf einem ähnlichen Niveau (Tabelle 31). Somit ist der Verlust von Vertrauenswürdigkeit bei Fußballer*innen höher als bei Nicht-Fußballer*innen ($F(1, 118) = 25.46, p < .001, \eta^2 = .18$). Dies betrifft ebenfalls die beiden Antezedenten Fähigkeit ($F(1, 118) = 29.65, p < .001, \eta^2 = .20$) und Wohlwollen ($F(1, 118) = 11.75, p = .001, \eta^2 = .09$). Für die wahrgenommene Integrität liegen keine signifikanten Unterschiede zwischen Fußballer*innen und Nicht-Fußballer*innen vor ($F(1, 118) = 0.54, p = .46$).

Tabelle 31: Mittelwerte zur Vertrauenswürdigkeit des DFB zu $t1$ und $t2$ für Fußballer und Nicht-Fußballer sowie für die Gesamtstichprobe.

		Vertrauenswürdigkeit	SD	Fähigkeit	SD	Wohlwollen	SD	Integrität	SD
Fußballer	t1	3.68	0.28	3.92	0.39	3.55	0.45	3.48	0.37
	t2	2.90	0.28	2.74	0.48	3.03	0.44	2.97	0.39
Nicht-Fußballer	t1	3.36	0.60	3.46	0.69	3.13	0.64	3.44	0.60
	t2	2.89	0.48	2.82	0.69	2.90	0.54	2.98	0.50
Gesamt	t1	3.52	0.49	3.69	0.60	3.34	0.59	3.46	0.50
	t2	2.89	0.39	2.78	0.59	2.96	0.49	2.97	0.45

In Bezug auf die drei Bedingungsgruppen lassen sich signifikante Unterschiede mit mittlerer Effektstärke im Pre-/Post Vergleich zeigen ($F(2, 117) = 7.04, p = .001$,

$\eta^2 = .11$). Wie Abbildung 34 zeigt, ist dabei der Verlust von wahrgenommener Vertrauenswürdigkeit größer, wenn der Verband eine entschuldigende Strategie nutzt, die eine Schuld für den Dopingfall eingesteht. Hypothese 2 kann damit beibehalten werden.

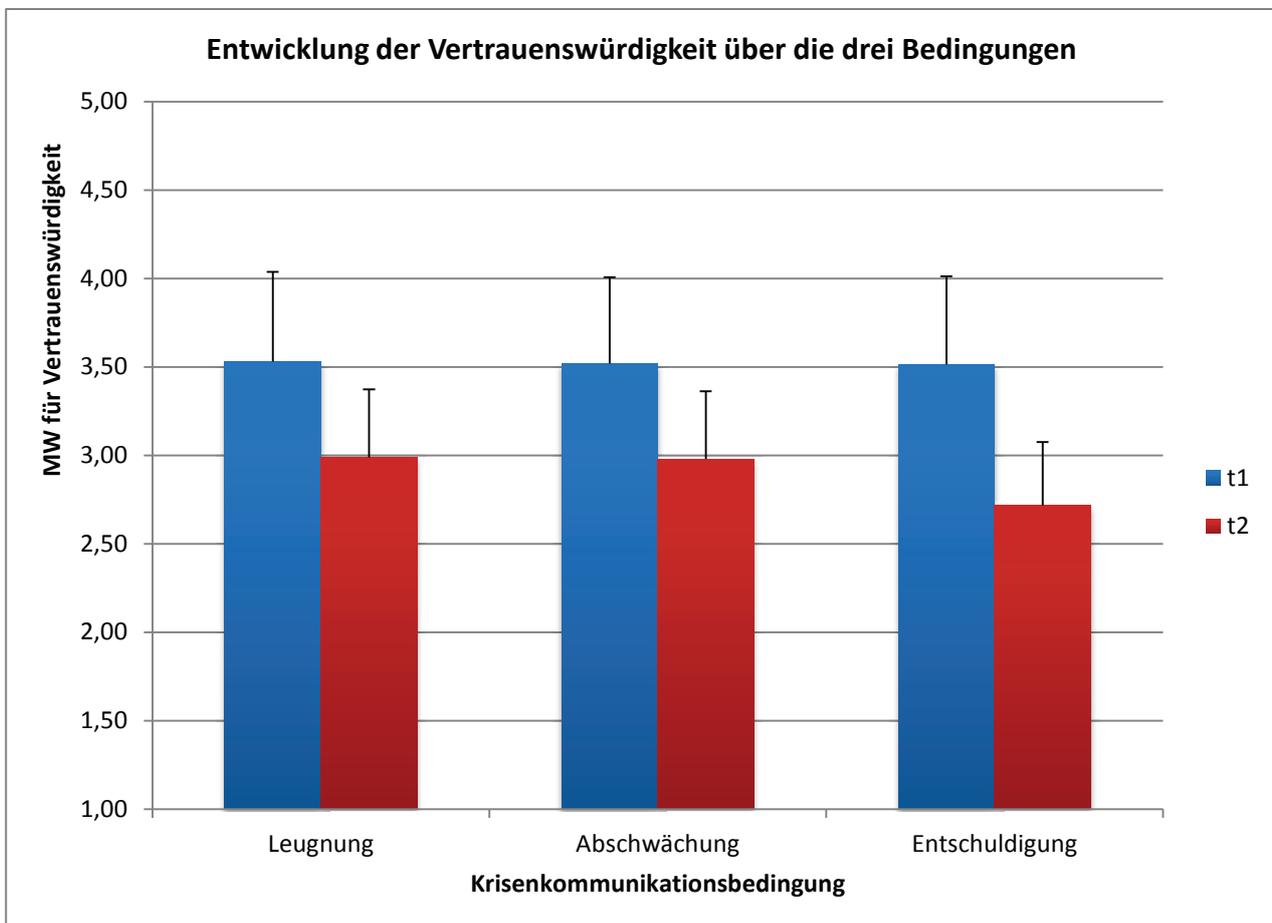


Abbildung 34: Entwicklung der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit für die drei Bedingungsgruppen im Pre-/Post-Vergleich (N = 120).

Hinsichtlich der Subfacetten der Vertrauenswürdigkeit zeigt sich, dass die Facette Fähigkeit durch die Bedingungsgruppe Entschuldigung signifikant niedriger eingeschätzt wird als durch die anderen zwei Gruppen ($F(2, 117) = 26.44, p < .001, \eta^2 = .31$). Dieser Unterschied wird auch in einem Posthoc-Test (Sheffé-Adjustierung) signifikant (gegenüber Abschwächung $p = .03$, gegenüber Leugnung $p = .01$). Keine Unterschiede finden sich hinsichtlich der Antezedenten Wohlwollen ($F(2, 117) = 1.05, p = .35$) und Integrität ($F(2, 117) = 0.18, p = .84$). Die Unterschiede hinsichtlich der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit sind somit auf den Antezedenten Fähigkeit zurückzuführen.

Die Entwicklung der Vertrauenswürdigkeit über die drei Bedingungen unterscheidet sich nicht signifikant zwischen Fußballer*innen und Nicht-Fußballer*innen ($F(2, 114) = 1.29, p = .20$). Dies betrifft auch die Effekte für die Subfacetten (Fähigkeit: $F(2, 114) = 1.50, p = .23$; Wohlwollen: $F(2, 114) = 0.36, p = .70$; Integrität $F(2, 114) = 2.00, p = .14$). Hypothese 3 kann demnach ebenfalls beibehalten werden.

Tabelle 32: Entwicklung der Vertrauenswürdigkeit und der Antezedenten von t1 zu t2 über die drei Manipulationsbedingungen.

		Vertrauenswürdigkeit	SD	Fähigkeit	SD	Wohlwollen	SD	Integrität	SD
Leugnung	t1	3.53	0.51	3.74	0.60	3.34	0.63	3.44	0.50
	t2	2.99	0.38	2.99	0.49	3.01	0.52	2.97	0.45
Abschwächung	t1	3.52	0.49	3.63	0.61	3.40	0.59	3.48	0.53
	t2	2.98	0.38	3.02	0.53	2.94	0.46	2.96	0.46
Entschuldigung	t1	3.51	0.50	3.71	0.61	3.28	0.56	3.47	0.47
	t2	2.72	0.36	2.34	0.49	2.95	0.51	2.99	0.44

Eine lineare Regression mit der Differenz zwischen der Vertrauenswürdigkeit zu t1 und zu t2 als abhängige Variable wurde gerechnet, um zu überprüfen, ob die Parameter Alter, Geschlecht, DopingEinstellung, Vertrauensneigung, und Bewertung der Informations-Vertrauenswürdigkeit über die gezeigte Kommunikationsstrategie hinaus Varianz aufklären. Die lineare Regression zeigte eine Varianzaufklärung von 11.7%. Als einziger signifikanter Faktor mit einem β -Gewicht von .30 konnte die Kommunikationsstrategie identifiziert werden. Hierbei war die Kommunikationsstrategie in Form einer Rangskala (keine Schuldübernahme = 1, bedingte Schuldübernahme = 2, volle Schuldübernahme = 3) codiert. Tendenziell signifikant wurde auch der Einfluss der generellen Neigung zu vertrauen ($p = .075$, $\beta = .16$).

11.5. Diskussion

Die Ergebnisse dieser Pre-/Post-Studie bestätigen zum größten Teil die Annahmen hinsichtlich der Wirkungen von Krisensituationen. Die Bekanntmachung eines Dopingfalls führt, wie die Ergebnisse zu Hypothese 1 zeigen, grundsätzlich zu einer Reduktion der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands. Es ist also nicht nur die Athletin / der Athlet durch sein Dopingvergehen beschuldigt, sondern auch dem zuständigen Sportverband wird eine Mitschuld zugesprochen. Entgegen der Annahmen aus der Krisen-Kommunikationsforschung von Benoit (1997) und Coombs (2007), ist es im Dopingfall aber anscheinend nicht hilfreich für die Verbände, diese Schuld auch zu akzeptieren und Verantwortung für den Dopingfall auf sich zu nehmen. Vielmehr scheint eine Entschuldigung des Vergehens die Vertrauenswürdigkeit des Verbands am stärksten zu reduzieren, was die Hypothese 2 teilweise bestätigt. Diese Ergebnisse sind analog zu der Annahme von Tomlinson und Mayer (2009) zu verstehen, die bekräftigen, dass eine interne Attribution der Ereignisse der Vertrauenswürdigkeit schade.

Hierbei ist festzuhalten, dass dieser Verlust von Vertrauenswürdigkeit durch die Strategie der Entschuldigung einer signifikanten Veränderung der Wahrnehmung des Antezedenten Fähigkeit zuzuordnen ist. Während es für die Einschätzung von Wohlwollen und Integrität keinen Einfluss hat, welche Kommunikationsstrategie der Verband wählt, wird diesem anscheinend durch die Entschuldigung eine geringere Fähigkeit zugesprochen. Dies erscheint logisch, da durch die Entschuldigung eine Mitschuld an dem Dopingvergehen eingestanden wird, was wiederum einem Schei-

tern in der Anti-Doping Arbeit, zumindest im Hinblick auf diesen Athlet*innen, nahe kommt. So gesehen ist es konsektiv, dass es zu einer Verminderung der Fähigkeitseinschätzung kommt.

In Hinblick auf die von Bette und Schimank (2006) formulierten Thesen zu erfolgreicher Anti-Doping Arbeit erscheint dieses Ergebnis kontraproduktiv: Schätzen Bette und Schimank Dopingarbeit so ein, dass sie realistisch und transparent sein sollte, um erfolgreich zu sein, deuten die Ergebnisse eher auf das Gegenteil hin. Eine vollständige Leugnung oder Beschönigung des Dopingbefunds wäre laut Bette und Schimank (2006) ein intransparenter Versuch, den Dopingfall und die Verwicklung des Verbands zu kaschieren. Hingegen wäre der offene Umgang mit dem Dopingfall und eine damit verbundene Entschuldigung eine transparente Reaktion des Verbands, die zeigen würde, dass man Doping nicht verhindern, dafür aber bekämpfen und aufdecken kann. Die Ergebnisse jedoch postulieren, dass Verbände eine Strategie, in der sie sich zu eigenen Fehlern in der Dopingbekämpfung bekennen, vermeiden sollten.

Diese identifizierten Befunde gelten sowohl im Hinblick auf eigene Athlet*innen als auch auf Nicht-Fußballer*innen. Zwar liegen Unterschiede im Ausmaß der Reduktion der Vertrauenswürdigkeit zwischen Fußballer*innen und Nichtfußballer*innen vor, jedoch sind diese eher auf unterschiedliche Eingangswerte hinsichtlich der Wahrnehmung des DFB zurückzuführen, im Post-Test sind die Ergebnisse der Gruppen nahezu identisch. Auch zeigt sich, dass für beide Gruppen gilt, dass die Übernahme einer Schuld für den Dopingfall zum größten Verlust von Vertrauenswürdigkeit führt. Die Ergebnisse der Regression unterstreichen, dass die Art der Kommunikation durch den DFB einen signifikanten Einfluss auf alle Gruppen von Probanden zu haben scheint, da weder Geschlecht noch Alter den Verlust von Vertrauenswürdigkeit beeinflussen. Ebenso haben persönliche Charakteristika wie Doping Einstellungen und Vertrauensneigung keinen Einfluss auf die Wahrnehmung der Reaktion des DFB. Dementsprechend kann angenommen werden, dass dem DFB in einem Dopingfall wie dem in der Fallvignette simulierten, Strategien, die die Verantwortung an dem Dopingfall minimieren oder vollständig ablehnen, empfohlen werden müssten. Dies könnte zur geringsten Form von Verlust an Vertrauenswürdigkeit bei aktiven Fußballern wie auch Externen, wie bspw. Zuschauern, führen.

Limitierend muss in dieser Studie festgehalten werden, dass es sich um einen fiktiven Einzelfall handelt, dessen Einfluss in dieser Studie überprüft wird. Wie sich tatsächlich Dopingfälle und die Reaktion darauf durch den DFB auf dessen Vertrauenswürdigkeit auswirken, ist bisher noch nicht grundlegend erforscht. Da im Fußball sehr wenige Verstöße gegen den WADA-Code vorliegen (Claaßen, 2013), ist die Übertragbarkeit der experimentell gefundenen Ergebnisse auf reale Ereignisse nur schwer überprüfbar.

Eine weitere Schwäche stellt die Messung der Doping Einstellung mit der acht Items umfassenden, gekürzten Fassung der PEAS (Petróczi) dar. Wie bereits Ntoumanis, Ng, Barkoukis und Backhouse (2014) in einem Review resümieren, ist die Erfassung tatsächlicher Doping Einstellungen schwierig. Die PEAS-Kurzform weist dar-

über hinaus in dieser Untersuchung eine sehr schwache interne Konsistenz auf. Grundsätzlich ist anzunehmen, dass die Einstellungen gegenüber Doping auch die Meinung über das Vorgehen des DFB beeinflussen sollten. Der Einfluss der eigenen Einstellungen zu Doping auf die Wahrnehmung der Anti-Doping Arbeit stellt ein wichtiges, zukünftiges Forschungsfeld dar, für das es valide Instrumente zur Erfassung der Einstellungen von Athlet*innen wie auch Zuschauern bedarf.

In dieser Studie wurde der Einfluss von möglichen Dopingfällen auf die Vertrauenswürdigkeit eines Sportverbands (DFB) untersucht. Dopingfälle, so zeigen die Ergebnisse, wirken sich negativ auf die Vertrauenswürdigkeit des dafür zuständigen Sportverbands aus. Den Verbänden sind unterschiedliche Strategien gegeben, mit Dopingfällen in ihrer Sportart umzugehen. Eine Möglichkeit besteht darin, sich über ihr digitales Portal, also ihre Verbandshomepage, zum Tatbestand und ihrer Rolle zu äußern. Der Einfluss digital präsentierter Statements ist dabei als sehr hoch anzusehen, da Verbände mittlerweile die Möglichkeit vorziehen, ihre Stellung und Haltung zu akuten Berichten, wie einem Dopingfall, auf schnellstmöglichem Weg der Öffentlichkeit kundzutun. Hierzu nutzen die Sportverbände neben Internetportalen wie Facebook oder Twitter ihr eigene Verbandshomepage, um sowohl eigene Athlet*innen als auch Abnehmer des Sports wie Publikum, Medien, Wirtschaft und Politik zu erreichen.

Entgegen der Betrachtungsweise aus soziologischer Perspektive, die den Verbänden einen transparenten Umgang mit Doping offenlegt, der beinhaltet, Doping offen gegenüber zu treten, deuten die Ergebnisse darauf hin, dass eine Übernahme von Teilschuld für Dopingdelikte durch eine digital präsentierte Reaktion zu den größten Verlusten von Vertrauensverlust führt. Weitere Forschung sollte der Frage nachgehen, ob dies in einem Widerspruch zu den gängigen Aussagen (Augustin, 2007a, Bette und Schimank, 2006, Bette et al., 2012) steht, dass Verbände eingestehen sollten, dass Doping in ihrer Sportart nicht zu verhindern ist und ihre Anti-Doping Arbeit somit realistisch gestalten sollten. Die Ergebnisse dieser Studie geben den Verbänden den Hinweis, sich möglichst weit von jeglicher Verantwortung für Dopingfälle, die in ihrer Sportart geschehen, zu distanzieren.

Post-Hoc Studie

12. Post-Hoc Studie zur Konstruktvalidität des Inventars zur Messung von Vertrauenswürdigkeit im Sport

12.1. Theoretische Herleitung

Vertrauen ist ein essentieller Teil des Sports: Athletinnen und Athleten müssen ihren Trainer*innen, Ärzten, Betreuer*innen, Psycholog*innen und Physiotherapeut*innen vertrauen und vice versa, während die sogenannten „Leistungsabnehmer“ (Bette et al., 2012) Sponsoren, Politik, Publikum oder die Medien den Sportlerinnen und Sportlern und dem Sport als Gesamtsystem vertrauen. Dieses Vertrauen bezieht sich beispielsweise auf die Effizienz von Trainingsplänen, nachhaltige Behandlungsmethoden, die Athlet-Berater-Beziehung in der sportpsychologischen Betreuung oder aber auch auf die Durchführung eines sauberen Sports ohne Manipulationen wie durch Doping. Darüber hinaus bestehen Vertrauenskonstellationen zwischen Verantwortlichen wie den Sportverbänden oder den Vereinen und den ausführenden Personen, also Sportler*innen und Trainer*innen. Meinberg (2010) spricht in diesem Zusammenhang vom System Sport und seinen Protagonisten, die einen sportethischen Bezugsrahmen bilden. Allerdings ist das Konstrukt Vertrauen im Sport noch weites gehend unerforscht. Darüber hinaus liegt kein allgemein gültiges Paradigma zu Vertrauensprozessen im Sport gegenwärtig vor. Der zum Modell passende Fragebogen von Mayer und Davis (1999) aus dem organisations- und wirtschaftspsychologischen Setting wurde deswegen ausgesucht, um hinsichtlich seiner Passung und Adaptierbarkeit für das Sportsetting geprüft zu werden.

Mayer et al. (1995) nennen als Antezedenten von Vertrauen ‚Fähigkeit‘, ‚Wohlwollen‘ und ‚Integrität‘. Unter diesen Antezedenten verstehen die Autoren Facetten einer Person, der vertraut werden soll, die von der vertrauensgebenden Person wahrgenommen und eingeschätzt werden. Die Addition dieser Facetten führt zur wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit einer Person, die laut Mayer et al. (1995) verbunden mit der eigenen, persönlichkeitsabhängigen Neigung anderen Menschen zu vertrauen und der Einschätzung des Risikos zu einer Vertrauenshandlung führt. Die Antezedenten von Vertrauen müssen dabei nicht notwendigerweise den gleichen Einfluss auf die Gesamtbewertung haben. So stellen Mayer et al. (1995) die Hypothese auf, dass der Faktor Integrität bei neuen Vertrauensbewertungen stärkeren Einfluss hat und der Faktor Wohlwollen über die Dauer einer Beziehung an Bedeutung zunimmt. Schoorman und Kollegen (2007) führen zudem an, dass Integrität und Wohlwollen zu Beziehungsbeginn kaum zu differenzieren sind und dies erst mit der Zeit geschieht. Diese dynamische Struktur von Vertrauen wird durch die Annahme unterstützt, dass Vertrauensbeziehungen sich über die Zeit entwickeln (Shapiro, Sheppard & Cheraskin, 1992). Danach basieren frühe Vertrauensbeziehungen ohne Vorerfahrungen mit dem Vertrauensobjekt auf Kosten-Nutzen-Abwägungsprozessen, während Vertrauen zwischen einander gut und länger bekannten Parteien auf dem Teilen gemeinsamer Werte und Einstellungen fußt (Lewicki & Bunker, 2011). Zusammenfassend kann also festgehalten werden, dass sich Vertrauensbeziehungen über die Zeitspanne verändern.

Die Subfacetten bemessen sich anhand der Einschätzung einer Person, dem Vertrauenssubjekt, die eine Vertrauenshandlung eingehen möchte, an ihrem Gegen-

über, dem Vertrauensobjekt. Diese Einschätzungen können interindividuell unterschiedlich und intraindividuell veränderbar sein. Die wahrgenommene Fähigkeit beschreibt die Einschätzung, wie gut das Gegenüber eine spezifische Aufgabe zu erledigen vermag. Hierbei werden bestehende Vorerfahrungen über das Wissen, die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Gegenübers herangezogen. Im Sportkontext wird diese Facette beispielsweise als empfundene Wirksamkeit eines Verbandes in seiner Anti-Doping Arbeit, bzw. als Bewertung des Könnens einer Athletin / eines Athleten ausgelegt. Das wahrgenommene Wohlwollen umschreibt die Einschätzung, ob das Gegenüber im Sinne seiner Interaktionspartner handelt. Hierzu zählt die Bewertung, ob sich das Gegenüber um die Bedürfnisse seiner Interaktionspartner sorgt, ob ihm die Interessen der Interaktionspartner wichtig sind und ob er die gleichen Wünsche und Interessen verfolgt. Im Sportkontext kann diese Facette als Kümmern eines Verbands um die Belange und Interessen seiner Athlet*innen oder die Sorge einer Athletin / eines Athleten um das Wohlergehen ihrer / seiner Fans verstanden werden. In die wahrgenommene Integrität fließen Einschätzungen über die subjektiv empfundenen Werte des Gegenübers ein. Hierzu werden Prinzipien, Ehrlichkeit, Loyalität und Fairplay gezählt, die so auch im Sportkontext zu finden sind.

12.2. Ziel der Studie

Aus theoretischer und konzeptioneller Sicht sind bisher keine Vertrauensstudien mit Sportbezug zu finden. Dies überrascht insofern, da zahlreiche Konstrukte wie self-efficacy, social support, Gruppenkohäsion oder Teambildung zumindest vertrauenkorreliert sein dürften. Auch ein Blick in die Phänomene des Sports, bei denen es um Täuschung, Kontrolle oder Missbrauch geht, legt es nahe, Vertrauen im Sport als unabhängige und abhängige Variable aus sportpsychologischer wissenschaftlich zu betrachten. Die Daten aus den vorangegangenen Studien sollen deswegen in diesem abschließenden Schritt zusammengetragen werden.

Ziel dieser Posthoc-Studie ist es, die im organisationspsychologischen Kontext validierte Skala zur Erfassung von Vertrauenswürdigkeit mit den Subdimensionen Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität (Mayer & Davis, 1999) ins Deutsche zu übersetzen und auf den Sport zu adaptieren. In einem zweiten Schritt soll die Konstruktvalidität der Skala konfirmatorisch für den Sport getestet werden. Hierzu werden verschiedene Datensätze herangezogen, in denen die Vertrauenswürdigkeit unterschiedlicher Parteien (Sportler*innen, Sportverbände, Trainer*innen) bei verschiedenen Bezugsgruppen (Zuschauer, Sportler, Teammitglieder) gemessen wurde. Der Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit im Sport soll dabei valide in Theorie und Praxis des Sports anwendbar sein, um Zusammenhänge zwischen Vertrauen und anderen Parametern (z.B. Mannschaftserfolg, Zusammenhalt, Reputation etc.) im Sport zu erforschen. Hierzu sollen die Daten, die in den Studien 1, 3, 4, 5 und 6 mithilfe des Fragebogens erhoben wurden, herangezogen werden. Darüber hinaus werden die Daten aus drei weiteren Studien, die im Rahmen des For-

schungsthemas erhoben wurden, ebenfalls genutzt. Hierbei handelt es sich um eine Arbeit zur Messung von Vertrauenswürdigkeit des Trainers (hier Studie 1), eine Studie zur Vertrauenswürdigkeit des Leichtathleten Usain Bolt (hier Studie 3) sowie eine Arbeit zur Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit von dopingverdächtigen Athlet*innen (hier Studie 8), die im Rahmen von Bachelorarbeiten erhoben wurden.

12.3. Methode

12.3.1. Schritt 1 – Fragebogen-Übersetzung und Adaption

Der in seiner englischen Version aus 21 Items auf vier Skalen (ability, benevolence, integrity, general trustworthiness) bestehende Fragebogen von Mayer und Davis (1999), bezieht sich in seiner Originalversion auf das Vertrauen eines Arbeitnehmers in das Management seiner Firma. Der Fragebogen wird eingeleitet durch eine Instruktion, sich das Management-Team seiner Firma vorzustellen. Die Probanden werden gebeten, die Aussagen auf einer 5-Punkt-Likert-Skala (von ‚strongly disagree‘ / stimme überhaupt nicht zu bis ‚strongly agree‘ / stimme voll zu) einzuschätzen und die Werte hinter den Aussagen zu notieren. Ein Beispielitem aus dem Fragebogen lautet ‚Top management is very concerned about my welfare.‘ (Kategorie Wohlwollen).

Im ersten Schritt wurde der Fragebogen durch eine Forward-backward translation mithilfe einer Muttersprachlerin⁵ ins Deutsche übersetzt. Hierbei wurden nur die drei Skalen, die sich auf die direkten Antezedenten der Vertrauenswürdigkeit beziehen (Fähigkeit, 6 Items; Wohlwollen, 5 Items; Integrität, 6 Items) berücksichtigt. Die Skala zum allgemeinen Vertrauen wurde aus zwei Gründen ausgeschlossen: einerseits waren die Items sehr spezifisch auf die Beziehung zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber ausgerichtet, was eine inhaltsnahe Adaption nicht ermöglichte. Andererseits war es Ziel, einen Fragebogen zu adaptieren, der sich in seiner Durchführung und Auswertung als ökonomisch und stringent erweist. Deswegen wurde eine vierte Skala auf einer übergeordneten Ebene ausgeschlossen und stattdessen auf die drei Subfacetten konzentriert, die in ihrer Addition den übergeordneten Faktor Vertrauenswürdigkeit darstellen sollen. In einem weiteren Schritt wurden zwei negativ formulierte Items auf Basis der Analysen von Mayer & Davis (1999) zur Fragebogenvalidität ausgeschlossen. Es handelte sich dabei um ein Item zum Antezedenten Wohlwollen und ein Item zum Antezedenten Integrität. Der übersetzte und auf das allgemeine Sportsetting angepasste Fragebogen umfasste somit 15 Items auf drei angenommenen Skalen (Fähigkeit 6 Items, Wohlwollen 4 Items, Integrität 5 Items). Die 5-Punkt-Likert-Skala wurde ins Deutsche übernommen. Tabelle 33 zeigt den Fragebogen in seiner 15 Items umfassenden Fassung.

⁵ An dieser Stelle möchte ich Katie Grosser herzlich für ihre Unterstützung bei der Übersetzung der englischen Inventare danken.

Tabelle 33: Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit im Sport (X gilt als Platzhalter für das zu vertrauende Objekt).

Nr	Item
F1	x ist sehr kompetent in der Ausführung seiner/ihrer Aufgaben/Jobs.
F2	x ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er/sie versucht zu tun.
F3	x hat ein großes Wissen, über die Dinge, die gemacht werden müssen.
F4	Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf x's Fähigkeiten.
F5	x verfügt über spezielle Fähigkeiten, die unsere Leistung steigern können.
F6	x ist sehr gut qualifiziert.
W1	x ist sehr besorgt um mein Wohlbefinden.
W2	Meine Bedürfnisse und Wünsche sind x sehr wichtig.
W3	x passt sehr darauf auf, was mir wichtig ist.
W4	x nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um mir zu helfen.
I1	x hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.
I2	Ich brauche mich nie fragen, ob x sein/ihr Wort hält.
I3	x strengt sich im Umgang mit anderen sehr an, fair zu sein.
I4	Ich mag die Werte, für die x einsteht.
I5	Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten von X zu lenken.

12.3.2. Schritt 2 – konfirmatorische Überprüfung der Faktorenstruktur

Daten aus acht Studien⁶ wurden in die Analyse einbezogen und sowohl separat als auch aggregiert berechnet.

Tabelle 34: Stichprobenübersicht verteilt auf die acht aggregierten Teilstudie. Die Studien 2, 4, 5, 6 und 7 wurden im Rahmen dieser Arbeit erhoben, die Studien 1, 3, 8 wurden für die Prüfung der Konstruktvalidität hinzugezogen.

Studie	Art der Probanden	Vertrauensobjekt	Art der Befragung	N	Weiblich %	Alter	SD
1	Turnerinnen / Volleyballerinnen	Trainer_in	Paper Pencil	71	100%	18.28	5.37
2	Athlet*innen	Eigener Sportverband	Online	142	59.8%	22.19	3.89
3	Leichtathlet*innen / Nicht-Leichtathlet*innen	Usain Bolt	Paper Pencil	53	28.1%	21.49	3.73
4	Rezipient*innen	Deutscher Leichtathletik-Verband	Online	126	56%	22.19	9.52
5	Rezipient*innen	Deutscher Leichtathletik-Verband	Paper Pencil	80	51%	23.38	2.54
6	Fußballer*innen / Nicht-Fußballer*innen	Deutscher Fußball-Bund	Online	65	43.1%	23.69	1.96
7	Fußballer*innen / Nicht-Fußballer*innen	Deutscher Fußball-Bund	Paper Pencil	120	31.7%	24.94	4.36
8	Rezipient*innen	Dopingverdächtiger Athlet	Online	88	53.4%	25.44	6.77
	Summe			744	53.2%	23.53	6.03

⁶ Die in dieser Studie vorgestellten Studien 1-8 entsprechen nicht der Reihenfolge der Studien dieser Arbeit, sondern beziehen sich auf die für die Validierung genutzten Erhebungen.

Bei vier der acht Studien wurde der Fragebogen online ausgefüllt, bei den anderen vier Stichproben erfolgte eine Paper-Pencil-Befragung (Tabelle 34). In einer Studie wurde die Vertrauenswürdigkeit des Trainers gemessen (durch Volleyballerinnen und Turnerinnen), in zwei Studien war das Vertrauensobjekt ein Athlet, in fünf Studien bezog sich die Vertrauenswürdigkeit auf einen Sportverband (zweimal Deutscher Leichtathletik Verband, zweimal Deutscher Fußball Bund, einmal Befragung von Athlet*innen in Bezug auf den Deutschen Handball-Bund, Deutschen Schwimm- Verband und Bundesverband Deutscher Radfahrer). In drei Studien wurden hierbei Athlet*innen befragt, bei den anderen fünf Studien wurden Sportrezipient*innen befragt. Die Reihenfolge der Items wurde in den Studien randomisiert. Die Datensätze wurden sowohl separat als auch aggregiert analysiert.^{7,8} Insgesamt wurden 744 Probanden (396 weiblich, 53.22%) mit dem Instrument befragt. Die Probanden waren im Durchschnitt 23.53 Jahre alt ($SD = 6.04$ Jahre). Die Aufteilung der Stichprobe auf die acht Teilstudien ist in Tabelle 2 aufgeführt. Die Datenanalyse erfolgte mit dem Programm IBM SPSS-Statistics 22.0. Konfirmatorische Faktorenanalysen mit kategorialen Datensätzen (vgl. Bühner, 2006, S. 250-252) wurden mit Mplus durchgeführt.

⁷ Es sei darauf verwiesen, dass der Fragebogen für die Nutzung in den jeweiligen Teilstudien auf das zu vertrauende Objekt angepasst wurde, d.h. dass zum Beispiel die Items zum Faktor Fähigkeit zwar in ihrer grundlegenden Struktur und Syntax in allen Stichproben identisch waren, jedoch an das Bezugsfeld (Leichtathletik, Fußball, Verbandsarbeit etc. durch Ergänzungen angepasst wurden). Die internen Konsistenzen und Korrelationen der Substichproben decken sich mit den Gesamtergebnissen, weswegen geschlossen werden kann, dass dieses Vorgehen der Validität des Fragebogens nicht schadet, sondern vielmehr sinnvoll und bezugsangemessen erscheint.

⁸ Die hier vorgestellten Daten wurden in Studien erhoben, die ebenfalls zur Veröffentlichung vorgesehen sind und sich auf andere Aspekte der Ergebnisse und nicht auf die Konstruktvalidität an sich beziehen.

12.4. Ergebnisse

12.4.1. Deskriptive Ergebnisse

Die Mittelwerte der 15 Einzelitems auf der 5-Punkt-Likert-Skala lagen für die Skala Fähigkeit bei 3.68 ($SD = 0.72$), für die Skala Wohlwollen bei 3.26 ($SD = 0.79$), für die Skala Integrität bei 3.38 ($SD = 0.70$) und für die daraus errechnete übergeordnete Skala Vertrauenswürdigkeit bei 3.44 ($SD = 0.63$). Die Mittelwerte der Skalen der einzelnen Stichproben sind in Tabelle 3 aufgeführt. Geschlechterunterschiede in der Gesamtstichprobe liegen nicht vor.

Tabelle 35: Stichproben und Mittelwerte auf den Subskalen und der Skala Vertrauenswürdigkeit nach Untersuchungen und Gesamtstichprobe.

Studie	Vertrauenswürdigkeit		Fähigkeit		Wohlwollen		Integrität	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
1	4.08	0.52	4.50	0.40	3.76	0.85	3.83	0.68
2	3.02	0.73	3.21	0.79	2.62	0.84	3.11	0.79
3	3.53	0.43	4.20	0.50	3.18	0.58	3.01	0.69
4	3.40	0.55	3.43	0.59	3.32	0.69	3.43	0.65
5	3.61	0.55	3.58	0.62	3.59	0.66	3.66	0.64
6	3.45	0.61	3.71	0.64	3.20	0.74	3.34	0.70
7	3.52	0.49	3.69	0.60	3.34	0.59	3.46	0.50
8	3.54	0.46	3.86	0.52	3.45	0.67	3.24	0.60
Gesamt	3.46	0.63	3.68	0.72	3.26	0.79	3.38	0.70

12.4.2. Ergebnisse zur Konstruktvalidität

Die konfirmatorische Faktorenanalyse zeigt für die Gesamtstichprobe unter Berücksichtigung der Stichprobengröße einen guten Model-Fit ($Cmin = 476.14$, $df = 87$, $p < .001$, $CFI = .97$, $TLI = .96$, $RMSEA = .078$) für eine 3-Faktorlösung der Komponenten Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität.⁹

Die internen Konsistenzen (Cronbach's α) lagen für die Skala Fähigkeit bei .87, für die Skala Wohlwollen bei .83, für die Skala Integrität bei .82 sowie für den übergeordneten Faktor Vertrauenswürdigkeit bei .91. Die korrigierten Item-Skala-Korrelationen liegen für die Skala Fähigkeit zwischen .58 und .73, für die Skala Wohlwollen zwischen .62 und .71, für die Skala Integrität zwischen .50 und .66.

Die Faktorladungen der jeweiligen Skalen liegen für die Skala Fähigkeit zwischen .66 und .86, für die Skala Wohlwollen zwischen .76 und .81 und für die Skala Integrität zwischen .65 und .81. Die Skalen korrelieren wie folgt miteinander: Fähigkeit und Wohlwollen $r = .66$, Fähigkeit und Integrität $r = .67$, Integrität und Wohlwollen $r = .84$. Die Skalen korrelieren mit einer angenommenen übergeordneten Skala Vertrauenswürdigkeit mit $r = .82$ (Fähigkeit), $r = .89$ (Wohlwollen) und $r = .87$ (Integrität).

⁹ Wie von Mayer et al. (1995) postuliert handelt es sich nicht um ein hierarchisches Modell von Vertrauen. Die drei Antezedenten bestehen für sich, können aber, wie auch in Originalarbeiten geschehen, zur besseren Einordnung der generellen Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit einer Person aggregiert werden. Die Ergebnisse hinsichtlich der Inter-Skalen Korrelationen und internen Konsistenzen bestätigen diese Vorgehensweise.

Die Inter-Item-Korrelationen liegen für die Skala Fähigkeit zwischen $r = .37$ und $.63$, für die Skala Wohlwollen zwischen $r = .47$ und $.65$ und für die Skala Integrität zwischen $r = .37$ und $.59$ und sind in Tabelle 36 abgebildet. Die Varianzaufklärungen der Skalen liegen bei $R^2 = .71$ (Fähigkeit), $R^2 = .65$ (Wohlwollen) und $R^2 = .63$ (Integrität).

Die Ergebnisse zu den konfirmatorischen Faktorenanalysen und internen Konsistenzen in den acht Teilstichproben (Tabelle 37) bestätigen die Struktur mit Ausnahme der Ergebnisse zu Studie 7 (Vertrauenswürdigkeit des DFB).

Tabelle 36: Inter-Item-Korrelationen für die 15 Faktoren des Fragebogens in der aggregierten Gesamtstichprobe.

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	WW1	WW2	WW3	WW4	I1	I2	I3	I4	I5
F1	1														
F2	.56	1													
F3	.51	.43	1												
F4	.63	.56	.49	1											
F5	.52	.49	.37	.59	1										
F6	.61	.53	.52	.61	.52	1									
WW1	.39	.32	.30	.36	.30	.38	1								
WW2	.40	.37	.90	.41	.27	.37	.60	1							
WW3	.44	.39	.38	.49	.27	.40	.51	.65	1						
WW4	.40	.35	.33	.41	.25	.36	.58	.52	.49	1					
I1	.39	.30	.27	.45	.28	.32	.57	.48	.47	.50	1				
I2	.41	.36	.31	.40	.23	.31	.37	.36	.42	.36	.47	1			
I3	.34	.20	.39	.39	.19	.33	.49	.36	.39	.43	.55	.38	1		
I4	.34	.19	.37	.39	.24	.34	.41	.39	.37	.39	.44	.37	.51	1	
I5	.40	.29	.38	.46	.32	.40	.52	.47	.43	.51	.51	.39	.55	.59	1

Tabelle 37: Ergebnisse der Faktorenanalyse und Werte zur internen Konsistenz der acht Teilstichproben.

Studie	C min	df	Cmin/df	p	Cronbach's α			
					Vertrauenswürdigkeit	Fähigkeit	Wohlwollen	Integrität
1	148.62	87	1.71	< .001	.90	.78	.87	.81
2	197.96	87	2.28	< .001	.94	.88	.87	.84
3	143.85	87	1.65	< .001	.80	.66	.63	.83
4	144.47	87	1.66	< .001	.90	.81	.79	.82
5	167.51	87	1.93	< .001	.90	.84	.74	.81
6	119.12	87	1.40	.013	.92	.84	.88	.82
7	345.21	87	3.97	< .001	.93	.91	.84	.84
8	101.85	87	1.17	.13	.81	.66	.75	.75

Die Schwellenparameter der 15 Items sind für die Gesamtstichprobe sämtlich geordnet, so dass davon ausgegangen werden kann, dass eine stärkere Merkmalsausprägung auch eine größere Wahrscheinlichkeit der Auswahl einer hohen Antwortkategorie auf der Ratingskala mit sich bringt. Dieser Aspekt der Konstruktvalidität kann hier als erfüllt angesehen werden.

12.4.3. Diskriminanzvalidität

Während Ergebnisse zur Konvergenzkriminalität nicht präsentiert werden können, weil keine weiteren validen Messverfahren zur Erfassung von Vertrauenswürdigkeit im Sport vorliegen, wurden in Bezug auf die Konstrukte Vertrauenswürdigkeit von Informationen, Glaubwürdigkeit von Quellen und Reputation in drei Studien Daten erhoben. In Studie 4 wurde die Vertrauenswürdigkeit unterschiedlicher Anti-Doping Inhalte der Homepage des DLV erfasst und mit der generellen Vertrauenswürdigkeit des DLV verglichen. Da angenommen werden kann, dass auch die vom DLV bereitgestellten Informationen einen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit des Verbands haben, wurde ein moderater Zusammenhang zwischen den Angaben erwartet. Diese Annahme wird bestätigt: Die Angaben zur Vertrauenswürdigkeit des Verbands und der Inhalte der Homepage korrelieren mit geringen Effektstärken zwischen $r = .25$ und $r = .60$.

In Studie 8 wurde die Vertrauenswürdigkeit einer dopingverdächtigen Person untersucht. Hierbei wurde überprüft, ob die Wahl des Mediums (Wochenzeitung, digitale Zeitung, Twitter und Facebook), auf der die Person ein Statement zu dem Dopingverdacht abgibt, einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit hat. Es wurde angenommen, dass die Glaubwürdigkeit des Mediums nicht mit der Vertrauenswürdigkeit des Athleten zusammenhängt. Dies konnte durch die Ergebnisse bestätigt werden: Die Faktoren Glaubwürdigkeit des Mediums und Vertrauenswürdigkeit der Person korrelieren nicht signifikant miteinander ($r = .09$, $p = .30$).

Ebenfalls wurde in einer weiteren Studie mit 148 Teilnehmern der Zusammenhang von Vertrauenswürdigkeit und Reputation einer Person untersucht. Da sich nach Doorley und Garcia (2011) die Reputation aus den Faktoren Leistung, Verhalten und Kommunikation zusammensetzt und auch die Bewertung der Antezedenten auf diesen Faktoren basieren kann, wird angenommen, dass reziproke Effekte zwischen Reputation und Vertrauenswürdigkeit bestehen und deswegen Korrelationen zwischen den Konstrukten vorliegen. Dies wird in der Studie bestätigt, da Reputation und Vertrauenswürdigkeit des Athleten mit hoher Effektstärke ($r = .66$, $p < .001$) miteinander korrelieren.

12.5. Diskussion

Die Vertrauenswürdigkeit von Trainer*innen, Athlet*innen, Teamkolleg*innen oder Sportorganisationen kann einen wichtigen Einfluss auf das generelle Sportgeschehen darstellen. Bisher liegen jedoch wenige Studien vor, die den Einfluss von Vertrauen im Sport messen. Der in dieser Arbeit auf das Sportsetting adaptierte und validierte Fragebogen zur Messung von Vertrauenswürdigkeit im Sport ermöglicht die systematische Analyse von Vertrauen und seiner Subfacetten, wahrgenommene Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität im Sport. Der 15 Items umfassende Fragebogen erweist sich als konstruktvalide, was eine konfirmatorische Faktorenanalyse, die Analyse der Schwellenparameter sowie alle weiteren Kennwerte der Skalen (Cronbach's α , Inter-Item-Korrelationen, Item-Total-Korrelationen, Varianzaufklä-

rung der Subfacetten und Faktorladungen) verdeutlichen. Der Fragebogen erweist sich somit als valide, trennscharf, konsistent und auch ökonomisch (sowohl online als auch im paper-to-pencil Format) durchführbar.

Als limitierend kann angesehen werden, dass mit dieser Validierung nicht die prädiktive Aussagekraft des Fragebogens getestet werden konnte. Auch die divergente Abgrenzung zu anderen, verwandten Konstrukten wie Image, Reputation oder Glaubwürdigkeit bedarf weiterer Forschung. Anschlussstudien sollten sich mit der Frage nach der Vorhersagekraft des Faktors Vertrauens auf andere Facetten des Sports wie den Erfolg, die Leistung, die Teamkohäsion u.a. sowie der klaren Abgrenzung des Konstrukts Vertrauen im Sport befassen.

Ein weiterer Faktor, den es in Folgestudien zu behandeln gilt, ist die hohe Korrelation zwischen den Subfacetten Wohlwollen und Integrität, die sich als nicht immer trennscharf zu unterscheiden zeigen. Die Skalen erweisen sich zwar als unabhängig, da keine Doppelladungen der Items identifiziert werden konnten, jedoch zeigt die hohe Inter-Skalen-Korrelation eine gewisse Verwandtheit der Items an. Dies geht einher mit den Annahmen von Mayer et al. (1995) und Schoorman et al. (2007), die postulieren, dass diese beiden Facetten sich erst über eine längere Beziehungsdauer trennscharf voneinander unterscheiden. Zieht man die Unterteilung von Vertrauensbeziehungen von Lewicki und Bunker (1995) hinzu, kann im Fall der hier vorliegenden Validierungsstudien (mit Ausnahme der Studie zur Vertrauenswürdigkeit von Trainerinnen) von frühen Vertrauensbeziehungen ausgegangen werden (calculus- oder knowledge-based trust), in denen angenommen werden kann, dass sich diese Subfacetten nicht als vollständig eigenständig herausstellen. Studien zur Vertrauensentwicklung in Teams könnten diese Annahme bestätigen. Die Autoren des Fragebogens führen in ihrem Modell zu Vertrauen an, dass sich Vertrauen grundsätzlich auf Beziehungsstrukturen zwischen dem Vertrauenden und der zu vertrauenden Person / Organisation bezieht (Mayer et al., 1995). Wie stark diese Beziehung zwischen bspw. Sportler*innen und Sportrezipient*innen ist und ob sich hier für einen Rezipient*innen ein Risiko darstellt, wenn sie eine Sportart anschauen oder Fan einer Sportlerin / eines Sportlers sind, ist ein wichtiger Diskussionspunkt: Bei einem Großteil der in den Validierungsstudien untersuchten Vertrauenskonstellationen kann von einem eher initialen Vertrauen zwischen den Beteiligten gesprochen werden (bspw. zwischen Sportverband und Sportrezipient), da keine engere Beziehung zwischen den Protagonisten besteht. Dass diese Vertrauensbeziehung durch den Fragebogen valide messbar ist, erscheint nicht unbedingt als Widerspruch zur Theorie von Mayer und Kollegen (1995), kann aber als evidente Erweiterung im Sport gesehen werden: Auch Rezipient*innen können auf Basis der ihnen vorliegenden Informationen die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden oder Athlet*innen beurteilen, ohne unbedingt eine persönliche Beziehung zum Vertrauensobjekt aufzuweisen. Wichtig jedoch ist es, festzuhalten, dass es sich hierbei in dieser Studie um die Messung der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit eines Gegenübers handelt, nicht um das vollständige Konstrukt Vertrauen. Die hierfür zu ergänzenden Faktoren des wahrgenommenen Risikos und

der persönlichen Neigung müssen in folgenden Studien ebenfalls analysiert werden, um die Adaption des in anderen psychologischen Kontexten erprobten Modells des Vertrauens von Mayer und Kollegen (1995) zu prüfen.

Eine große Stärke der vorliegenden Validierungsstudie liegt darin, ein theoretisches Modell aus der Mutterwissenschaft Psychologie, das sich in unterschiedlichen Unterfeldern des Forschungsbereich (Marketing, Pädagogik, Wirtschaft) etabliert hat, in einem ersten Schritt teilweise in den Sport übertragen zu haben, weil es zum Konstrukt Vertrauen bisher keine ausreichende Evidenz im Sport gibt. Deswegen tragen die Ergebnisse dieser Studie dazu bei, dass ein Erkenntnistransfer zwischen den verschiedenen Disziplinen, in denen dieses Modell verwendet wird, und der Sportwissenschaft ermöglicht wird. Ein weiterer Gewinn des Fragebogens zeigt sich darin, ein mögliches Erklärungsfundament zu haben, warum z.B. Rezipient*innen immer noch in einem dopingverdächtigen Athlet*innen vertrauen oder stark in der Kritik stehenden Sportarten und Sportverbänden ihr Vertrauen schenken, indem sie die Facetten der Vertrauenswürdigkeit des Sportprotagonisten (z.B. seine persönliche Fähigkeit, Höchstleistungen zu erzielen) hoch einschätzen. Mit einem validen, ökonomischen und vielseitig einsetzbaren Messinstrument ist somit ein wichtiger Schritt gemacht, mit dem sich mannigfaltige Forschungsfragen und -annahmen eröffnen lassen.

III. Teil: Diskussion

13. Stärken und Limitationen

In dieser Arbeit wurden sechs Studien durchgeführt, die auf drei Ebenen das Konstrukt der Vertrauenswürdigkeit im Hinblick auf die Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden erforschen. Zunächst sollen die Stärken und Limitationen der ermittelten Befunde identifiziert und kritisch behandelt werden. Ein Schwerpunkt soll dabei auf der Auseinandersetzung mit den methodischen Vorgehensweisen liegen. Abschließend sollen die zentralen Befunde daraufhin überprüft werden, inwiefern sie dem dieser Arbeit zugrundeliegenden Modell von Mayer et al. (1995) entsprechen. Der zentrale Stellenwert der digitalen Präsenz von Sportverbänden soll in diesem Zusammenhang kritisch beleuchtet werden. Aus den vorliegenden Ergebnissen lassen sich zahlreiche praktische wie forschungsspezifische Schlüsse ziehen, die abschließend in einem Ausblick kritisch diskutiert werden. Hierbei soll auch über das Thema der Anti-Doping Arbeit hinaus der Bedarf und Möglichkeiten von Vertrauensforschung in der Sportwissenschaft bzw. in der Sportpsychologie abgewogen werden.

Die größte Herausforderung dieser Arbeit war es, ein Paradigma aus einer verwandten Wissenschaft auf das Setting des Sports zu übertragen. Die in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Ergebnisse weisen darauf hin, dass dies – bezogen auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden und ihrer Anti-Doping Arbeit – möglich ist. Dabei stehen die bisherigen paradigmatischen Zugänge zu Doping im Sport nicht im Einklang mit dem hier eingeführten Modell: Während in bestehenden Kosten-Nutzen-Modellen das Doping selbst als eine Risikohandlung dargestellt wird, postuliert die Vertrauensstheorie nach Mayer et al. (1995), dass es ein Risiko darstellt, dem Vertrauensobjekt zu vertrauen. Dies bedeutet für die Situation einer Sportlerin / eines Sportlers, dass sie / er durch ein Nicht-Dopen ein Risiko eingeht, dass die Präventions- und Sanktionsmaßnahmen seines Sportverbands nicht erfolgreich sind und sie / er durch ihr / sein sauberes Verhalten einen Wettbewerbsnachteil erleidet. Diese zu bestehenden Dopingmodellen konträre Auffassung von Risiko nimmt gleichzeitig an, dass Doping eine Art Regelfall im Sport darstellt. Hierfür gibt es allerdings wenig Evidenz. Petróczi und Aidman (2008) weisen zwar darauf hin, dass es unter Umständen in bestimmten Sportarten die einzige sinnvolle Strategie darstellen kann, zu Dopingmitteln zu greifen um eine Siegchance zu haben, doch stellt dies eher die Ausnahme der Dopingmodelle dar. Dementsprechend schließt sich an die Implementierung des Modells von Vertrauenswürdigkeit in die Dopingforschung die Frage an, wo die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit tatsächlich einen signifikanten Einfluss auf das Verhalten von Sportlern und anderen Protagonisten des Sports haben kann. Diese Frage kann auf Basis der Ergebnisse dieser Arbeit nicht beantwortet werden. Vielmehr noch muss hierfür der aktuelle Stand der Dopingforschung überprüft werden, um überhaupt ein aussagekräftiges Modell zu Dopingverhalten zu identifizieren, das das Dopingverhalten flächendeckend aufklärt und in das gleichzeitig der Faktor des Vertrauens in das bestehende System, das durch die Verbände gegeben ist, integriert werden kann. In

einem aktuellen Review (Ntoumanis, Ng, Barkoukis & Backhouse, 2014) zeigt sich, dass die Vielzahl der bestehenden Dopingmodelle zwar zahlreiche einzelne Zusammenhänge zu Dopingverhalten diagnostiziert, dass diese aber bis dato nicht ausreichend modelltheoretisch verknüpft sind. Die gängigsten Annahmen zu Dopingverhalten jedoch basieren auf der TPB (Ajzen, 1985), weswegen eine Forschung zu Integration des Faktors Vertrauen hier anknüpfen könnte. So kann für die Modelle von Lucidi und Kollegen (2004) und Lazuras und Kollegen (2010) postuliert werden, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands Einfluss auf die Wahrnehmung der subjektiven Normen der Sportart haben könnte, da ein vertrauenswürdiger Sportverband aus Perspektive einer Athletin / eines Athleten die Bedingungen der Sportart anders gestaltet als ein Verband, dessen Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität im Kampf gegen Doping infrage gestellt wird. Da der wahrgenommenen subjektiven Norm in beiden Modellen ein signifikanter Einfluss auf die Doping Einstellungen von Sportlern zugesprochen wird, liegt hier ein möglicher Anknüpfungspunkt der Vertrauensforschung, der in dieser Arbeit unbehandelt blieb.

Anhand dieses Beispiels lässt sich eine Limitation der Arbeit aufweisen, die sich auf das Vertrauenssubjekt bezieht. War im oben genannten Beispiel die Athletin / der Athlet selbst derjenige, der eine Risiko-/Vertrauensentscheidung trifft, wurde in den Studien 2 bis 6 dieser Arbeit der Fokus auf die Abnehmer des Sports in Form von Rezipient*innen gelegt. Dies erscheint vor dem Hintergrund der allgemeinen Fragestellungen zum Einfluss digitaler Angebote und deren Umsetzung als sinnvoll, wirft aber weitere Fragen auf: So wird in diesen Studien nur herausgearbeitet, dass digitale Angebote einen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands haben können und dass dieser Einfluss wiederum abhängig von unterschiedlichen Umsetzungen des digitalen Angebots zu sein scheint. Allerdings wird hierbei nicht auf verschiedene Abnehmer des Sports eingegangen: Die Wahrnehmung eines Verbands als vertrauenswürdig wird für Abnehmer, die in den Sport investieren wie Medien, Wirtschaft oder Politik evtl. anders bewertet werden und auch andere Konsequenzen aufweisen als für Fans oder einfache Sportzuschauer*innen. Hieran schließt direkt ein weiterer limitierender Aspekt der bestehenden Ergebnisse an: Zwar wird die Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands aus Sicht der einzelnen Abnehmer im Rahmen der Studien diskutiert, die möglichen Konsequenzen werden jedoch nicht erforscht. Oder anders ausgedrückt: Diese Arbeit beschäftigt sich ausschließlich mit der Vertrauenswürdigkeit von Verbänden, nicht aber mit tatsächlichen Vertrauenshandlungen, also die behaviorale Komponente des Vertrauens. Ob also aus einer Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit einer Sportart eine Konsequenz in Form einer Vertrauenshandlung resultiert und wie eine solche Vertrauenshandlung aus Sicht von Wirtschaft (Sponsoring), Medien (Berichterstattung) oder Politik (Förderung) aussehen kann und wie diese experimentell messbar gemacht werden kann, wird in dieser Arbeit nicht behandelt und stellt einen zentralen Forschungsbedarf dar, wenn der Einfluss von Vertrauen in Anti-Doping Arbeit weiter ausdifferenziert werden soll.

Insgesamt sollte jedoch hervorgehoben werden, dass mit der Adaption des Vertrauensmodells aus der Wirtschaft eine Tür für darauf aufbauende Forschung geöffnet werden konnte. Die Ergebnisse der einzelnen Studien zeigen, dass ein Einfluss von Vertrauen im Setting der Dopingproblematik vorhanden ist. Durch die notwendige Erschließung des Vertrauensbegriffs für den Sport ist dies nun möglich. Darüber hinaus können die Befunde auch auf die Forschung zu Vertrauen im Allgemeinen zurück geführt werden.

Viele der in diesem Kapitel angesprochenen Limitationen verdeutlichen, dass es sich bei dieser Arbeit um eine explorative Einführung des Konstrukts Vertrauen in den Sport und speziell in den Themenbereich Doping handelt. Dies hat zur Folge, dass viele Ergebnisse zum einen nicht generalisierbar für die Anti-Doping Arbeit an sich sind, zum anderen weiteren Forschungsbedarf konsequent aufdecken. Die Arbeit selbst erarbeitet somit nur ein erstes Konstrukt innerhalb des für sie gesteckten Rahmens der digitalen Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden.

Nichtsdestotrotz zeigen die Befunde sowohl wissenschaftliche als auch praktische Erkenntnisse auf. Sportverbände können das Wissen um die Notwendigkeit von Vertrauenswürdigkeit nutzen, um ihre (digitalen) Angebote diesem anzupassen. Die wichtigste Erkenntnis dabei ist es, dass es nicht, wie in einzelnen Quellen vermutet (Bette et al., 1995) für die Verbände schädlich ist, sich überhaupt mit dem Thema Doping auseinanderzusetzen, da sie so Assoziationen zwischen sich, der Sportart und Doping in der Öffentlichkeit generieren. Vielmehr zeigen die Ergebnisse, dass eine digitale Präsentation, die transparent ist, den Erwartungen der Rezipientin / des Rezipienten entspricht und inhaltlich wie formal keine Fehler aufweist, zu einer Verbesserung der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands führen kann. Diese Ergebnisse weisen den Sportverbänden folglich Möglichkeiten auf, im Kampf gegen Doping so Stellung zu beziehen, dass ihr Sport und damit auch ihre Athlet*innen und sie selbst davon profitieren können.

13.2. Ergebnisdiskussion

Auf der ersten Ebene der Untersuchungen zeigte sich, dass die Vertrauenswürdigkeit einzelner Sportverbände hinsichtlich ihrer Anti-Doping Arbeit durch die jeweiligen Athlet*innen des Verbands unterschiedlich bewertet wird. So schätzen Radfahrer*innen ihren Verband sowohl hinsichtlich seiner Anti-Doping Arbeit als auch hinsichtlich seiner Talentförderung als weniger vertrauenswürdig ein als Handballer und Schwimmer ihre jeweiligen Verbände. Der Radsport weist die höchste Dopingprävalenz der drei Sportarten auf, was ein beeinflussender Faktor sein könnte. Weiterhin korreliert die Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit des eigenen Sportverbands signifikant negativ mit der eigenen DopingEinstellung. Je höher die eigene Neigung zum Doping ist, desto weniger vertrauenswürdig wurde der eigene Sportverband eingeschätzt. Hier können zwei Wirkrichtungen angenommen werden: Entweder sinkt die Vertrauenswürdigkeit des Verbands dadurch, dass den Athlet*innen bewusst ist, wie positiv sie selbst und ihre Kontrahenten dem Doping ge-

genüber stehen und sie deswegen dem Verband die Fähigkeit absprechen, Doping in ihrer Sportart tatsächlich zu bekämpfen. Oder es kann interpretiert werden, dass die Dopingeinstellung der Athlet*innen durch die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands beeinflusst wird. Sollten Athlet*innen ihren Verband außerstande sehen, Doping zu bekämpfen oder gar annehmen, dass dieser Doping weder bekämpfen wolle noch auf Seite der ‚sauberen‘ Athlet*innen stehe, könnte dies zu einer Neubewertung des eigenen Dopingverhaltens und damit auch zu einer Veränderung der Dopingeinstellungen von Athlet*innen führen.

Führt man die zweite Interpretation der Ergebnisse weiter, so wird dadurch die Notwendigkeit der Vertrauenswürdigkeit der Sportverbände unterstrichen. Ein transparenter Umgang mit dem Thema Doping und die klare Beziehung einer Stellung im Anti-Doping Kampf stellt demnach nicht nur, wie Bette et al. (2012) sie nennen, eine dritte Säule der Anti-Doping Arbeit neben Verhaltens- und Verhältnisprävention dar, sie würde somit auch direkten Einfluss auf das Verhalten der Athlet*innen haben können. Demzufolge stünde Sportverbänden durch vertrauenswürdige Anti-Doping Arbeit die Möglichkeit offen, Dopingverhalten von Athlet*innen zu beeinflussen und würde damit einen aktiven Teil der Dopingprävention darstellen.

Um die Erkenntnisse dieser Studie weiter zu verfolgen wurde auf der zweiten Ebene dieser Arbeit der tatsächliche Einfluss der Anti-Doping Arbeit auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Sportverbände untersucht. Hierbei wurde in zwei Studien überprüft, ob das Kennenlernen einer digital präsentierten Anti-Doping Arbeit die Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands bei seinen Rezipient*innen beeinflusst wurde. Hierbei fand ein im Folgenden zu berücksichtigender Wechsel des Vertrauenssubjekts statt: Während in Studie 1 der Fokus auf die Athlet*innen der jeweilige Sportart gelegt wurde, wurden die Studie 2 bis 6 mit allgemeinen, sportinteressierten Rezipient*innen durchgeführt. Dabei wurden zwar auch Athlet*innen der jeweiligen Sportart (auf regionalem Niveau) in die Studien miteinbezogen, jedoch wurde nun mehr das Vertrauenskonstrukt von intra-organisatorischen Setting auf eine Außenperspektive verlegt. Dies hatte drei zentrale Gründe: zum einen sollte hierdurch vermieden werden, dass die Erkenntnisse durch spezifische Vorerfahrungen mit der Anti-Doping Arbeit des Verbands durch Athlet*innen verfälscht würden. Des Weiteren wurde bei den Folgestudien angenommen, dass der Verband nicht nur eine klare Stellung gegenüber seinen Athlet*innen im Anti-Doping Kampf beziehen muss, sondern auch den anderen Abnehmern des Sports, Wirtschaft, Zuschauer*innen, Politik und Medien, gegenüber. Da in den Folgestudien allgemeine Möglichkeiten der Präsentation der Anti-Doping Arbeit bzw. Bestandteile dieser Präsentationen untersucht werden sollten, wurde der Fokus nicht auf die Athlet*innen, sondern auf allgemeine Beobachter gelegt. Dies stellte vor allem für die Studien auf der dritten Ebene einen Vorteil dar, da in diesen exemplarisch Inhalte von Anti-Doping Seiten von Sportverbänden gezeigt oder manipuliert gezeigt wurden, wobei die Bewertung der direkt involvierten Athlet*innen durch das Wissen um die Inhalte oder das Erkennen der Manipulation beeinflusst würde. Da somit ein

Fokus auf Leistungssportler*innen aus den untersuchten Verbänden weder notwendig noch erwünscht war, wurde auch aus ökonomischen Gründen auf die Befragung von Leistungssportlern im Folgenden verzichtet.

In Studie 2 wurde der Einfluss des Kennenlernens der Anti-Doping Rubriken auf den Homepages des DLV, des DTB und des BDR auf die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit des Verbands analysiert. Der Einfluss einer besonders guten (DLV) bzw. eher schlechten (BDR, DTB) digitalen Präsentation der eigenen Anti-Doping Arbeit konnte dabei nur bedingt bestätigt werden. Zwar liegen tendenzielle Effekte dafür vor, dass der DLV durch das Kennenlernen der digitalen Angebote noch vertrauenswürdiger wahrgenommen wird, während der BDR durch seine eher schwache digitale Präsenz weitere Vertrauenswürdigkeit einbüßt, doch sind diese Ergebnisse nicht eindeutig. Dies ist auch aufgrund der erstmals eingeführten und noch sehr vorsichtig zu interpretierenden Methode der Erhebung, das Affective Priming, zu schlussfolgern.

Ähnliches gilt für die Resultate der Studie 3, in der ebenfalls mit dem Affective Priming Paradigma gearbeitet wurde. Hierbei wurde der Einfluss von Anti-Doping Kampagnen auf die Vertrauenswürdigkeit des DLV untersucht. Es zeigt sich, dass der DLV davon profitieren kann, wenn er Anti-Doping Kampagnen selbst initiiert und durchführt, während durch Dritte organisierte Anti-Doping Kampagnen für den DLV die Vertrauenswürdigkeit nicht beeinflussen. Gleichzeitig wurde durch die Ergebnisse bestätigt, dass der DLV hinsichtlich seiner Anti-Doping Arbeit insgesamt positiv wahrgenommen wird. Zusammenfassend kann für die zweite Untersuchungsebene weiterhin angenommen werden, dass Verbände durch die transparente Darstellung ihrer Anti-Doping Arbeit im Internet profitieren können, vor allem dann, wenn sie, wie der DLV, grundsätzlich als vertrauenswürdig gelten. Hierfür müssen sie aber selber als aktiver Protagonist im Kampf gegen Doping Stellung beziehen.

Wie Sportverbände dies in ihren digitalen Angeboten umsetzen können und welche Faktoren dabei berücksichtigt werden sollten, wurde auf der dritten Ebene dieser Arbeit beleuchtet. Dabei wurde der Einfluss von digitalen Präsentationsmethoden, formalen Kriterien der digitalen Angebote sowie die Wirkung von digital geäußerten Reaktionen auf Dopingfälle in der eigenen Sportart untersucht. Die Ergebnisse dieser Studien können Sportverbänden wichtige Orientierungspunkte liefern, wie sie ihre digitale Präsentation der Anti-Doping Arbeit transparent und vertrauenswürdig gestalten können.

In Studie 4 wurde der Einfluss unterschiedlicher Präsentationsmethoden auf die Vertrauenswürdigkeit der gegebenen Information untersucht. Hierbei wurden keine signifikanten Einflüsse der Methode auf die Bewertung des Inhalts festgestellt. Ob also ein Verband seine digitalen Angebote durch eine FAQ-Sektion, einen Newsletter oder durch die Berichterstattung eines Dritten (wie bspw. die NADA) darstellt, führt nicht dazu, dass die Anti-Doping Inhalte der Seite unterschiedlich voneinander bewertet werden. Allerdings zeigt sich, dass die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit der Inhalte signifikant mit der Vertrauenswürdigkeit des Verbands selbst kor-

reliert. So lässt sich festhalten, dass zwar nicht das Wie aber das Präsentieren der Anti-Doping Arbeit *an sich* einen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung des Verbands selbst hat.

Dieses Ergebnis bestätigt sich in Studie 5, in der der Einfluss formaler Kriterien auf die Vertrauenswürdigkeit der auf der Homepage dargestellten Informationen und des Sportverbands selbst untersucht wurde. Hierbei zeigt sich im ersten Teil der Studie, dass diese formalen Kriterien, die die äußere Gestaltung und Struktur der Homepage charakterisieren, einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Verbands haben. Dies ist vor allem dann von Bedeutung, wenn Diskrepanzen zwischen der Erwartung an die formale Gestaltung und der tatsächlichen Umsetzung bestehen. Der zweite Teil der Studie legt allerdings anhand von Daten aus einem experimentellen Design nahe, dass diese formalen Kriterien keinen direkten Effekt auf die Wahrnehmung des Verbands haben, sondern dass sie die Wahrnehmung des Inhalts beeinflussen. Die Inhalte, die eine Quelle wie der Sportverband dsv in diesem Fall verbreiten, wirken sich wiederum auf die Vertrauenswürdigkeit der Quelle selbst aus, sodass in dieser Studie ein indirekter Effekt der Umsetzung formaler Kriterien bei der digitalen Darstellung der eigenen Anti-Doping Arbeit auf die Vertrauenswürdigkeit des Verbands (dsv) gezeigt wurde.

Den dritten untersuchten Faktor dieser dritten Ebene stellen die Statements dar, die Verbände in Reaktion auf einen Dopingfall digital verbreiten, um zu dieser Stellung zu beziehen. Dabei stehen so genannte Krisenkommunikationsstrategien im Mittelpunkt, da davon ausgegangen werden kann, dass es sich bei einem Dopingfall in der eigenen Sportart um eine schwere Krise für den Verband (vgl. hierzu auch Bette & Schimank, 1995) handelt. In der auf einer Fallvignette basierenden Pre-/Poststudie zeigt sich, dass Verbände die meiste Vertrauenswürdigkeit in einer solchen Situation dann einbüßen, wenn sie eine Verantwortung für den Dopingfall übernehmen. Dies kann vor allem darauf zurückgeführt werden, dass die Probanden dem Verband (in diesem Fall dem DFB) geringere Fähigkeiten zuweisen als in anderen Bedingungen, wo der Verband durch sein Statement den Fall selbst abschwächt oder sämtliche Verantwortung ablehnt. Dies stellt einen Gegensatz zu bisherigen Forschungsergebnissen zur Krisenkommunikation dar (Coombs, 2007), da sich im Regelfall die Übernahme von Verantwortung positiv auf den Erhalt von Vertrauen und Reputation von Firmen und Marken auswirkt. Allerdings ist in den von Coombs (2007) beschriebenen Fällen eine Mitschuld der Marken und Firmen offensichtlich, während die tatsächliche Verwicklung eines Sportverbands in einen Dopingfall dies nicht ist. Vielmehr muss dem Verband daran gelegen sein, die Verantwortung für einen Dopingfall vollständig der Athletin / dem Athleten selbst zuzuschreiben, da nur so seine Integrität und sein Wohlwollen gegenüber dem sauberen Sport gewahrt werden kann. Gleichzeitig unterstreicht dieses Ergebnis auch die Annahme von Tomlinson und Mayer (2009) zur Wirkung von Statements zur Erhaltung der Vertrauenswürdigkeit im Rahmen des Modells von Mayer et al. (1995): Dem Verband gelingt es durch das Ablehnen jeglicher Verantwortung den Dopingfall als external und instabil beim Dopingsünder begründet zu attribuieren.

Die auf drei Ebenen erzielten Ergebnisse zeigen, dass das Konstrukt der Vertrauenswürdigkeit auf den Sport und speziell auf das Setting der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden übertragbar ist. Des Weiteren zeigt sich, dass Vertrauenswürdigkeit ein einflussreicher Faktor sein kann, durch den Sportverbände ihre Anti-Doping Arbeit stärken können. Dies spricht sowohl Athlet*innen der Sportart selbst an, als auch die Abnehmer des Sports wie Politik, Wirtschaft, Medien und Publikum. Die Ergebnisse der Studien 2 und 3 zeigen darüber hinaus, dass das digitale Angebot, das Sportverbände nutzen, um sich zu präsentieren, eine wichtige Plattform für die Anti-Doping Arbeit darstellen. Die auf den Seiten oder in den Kampagnen dargestellten Inhalte können dabei als repräsentativ gelten, weil Sportverbände dieses Angebot flächendeckend nutzen, um Informationen über sich und ihre Arbeit zu verbreiten. Die Ergebnisse der Studien 4, 5 und 6 können Sportverbände dabei unterstützen, diese Präsentation möglichst effektiv und damit vertrauenswürdig umzusetzen.

13.3. Methodendiskussion

In den verschiedenen Studien wurde ein breites Spektrum methodischer Erhebungsmöglichkeiten eingesetzt. Während in Studie 1 mit einer Onlinebefragung gearbeitet wurde, nutzen die Studien 2 bis 6 experimentelle Designs, um den Einfluss von digitaler Anti-Doping Arbeit bzw. von verschiedenen Facetten der Anti-Doping Arbeit zu analysieren. Hierbei wurde auf Ebene 1 und Ebene 3 auf direkte Messverfahren mithilfe des Fragebogens, der anhand der Erhebungen aller Studien im Nachhinein validiert wurde, zurückgegriffen, auf Ebene 2 der Arbeit wurde jedoch das Affective Priming angewendet, um durch ein indirektes Messverfahren Erkenntnisse zur Veränderbarkeit der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit zu identifizieren. Zunächst sollte hier ausdifferenziert werden, warum mit unterschiedlichen Messdesigns gearbeitet wurde.

Während in Studie 1 die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des eigenen Sportverbands zwischen Athlet*innen aus unterschiedlichen Disziplinen untersucht wurde, handelte es sich bei den Studien auf Ebene 2 (Studie 2 und 3) um Pre-/Post-Experimente, bei denen der Einfluss des Kennenlernens eines spezifischen digitalen Anti-Doping Inhalts überprüft wurde. In Studie 1 waren somit für jede Probandengruppe unterschiedliche abhängige Variablen vorhanden, die durch die Ankerbefragungen zum DFB und zur Talentförderung erst vergleichbar gemacht wurden. Durch die unterschiedlichen abhängigen Variablen war eine Messung mit indirektem Messverfahren nicht durchführbar. Hingegen konnten mithilfe des Fragebogens valide Aussagen zur Vertrauenswürdigkeit der Sportverbände aus Athletensicht in einem between-subject design getroffen werden. Aufgrund der Sensibilität des Themas Doping im Leistungssport erwies es sich darüber hinaus als sinnvoll, diese Erhebung durch einen Onlinefragebogen durchzuführen, da so der unmittelbare Kontakt mit den Athlet*innen nicht notwendig war und diese vollkommen anonym antworten konnten.

Mayer et al. (1995) und auch Schoorman et al. (2007) weisen darauf hin, dass bei der Messung von Vertrauenswürdigkeit dem Befragten nicht offensichtlich dargestellt werden sollte, dass es sich um eine Messung von Vertrauen handelt. Dies ist umso mehr von Bedeutung, da in den Studien 2 und 3 eine Veränderung der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit durch die Präsentation eines spezifischen Stimulus-Materials getestet wurde. Eine direkte Erhebung der Vertrauenswürdigkeit in Pre- und Posttest durch denselben Fragebogen würde dabei die Gefahr mit sich bringen, dass die Probanden das Ziel der Befragung bzw. der Intervention durch das Stimulus-Material erkennen und dies das Antwortverhalten beeinflusst und zu einem suggestiven Antwortverhalten führt. Deswegen wurde ein indirektes Messverfahren angewendet, um durch wiederholtes Messen der Wahrnehmung der Probanden innerhalb eines kurzen Zeitraums Effekte des Stimulus-Materials auf die initiale Vertrauenswahrnehmung messbar machen zu können.

Auf der dritten Ebene dieser Arbeit wurde wiederum auf direkte Befragungen durch Fragebögen zurückgegriffen. Hierfür liegen drei Gründe vor. Der erste Grund liegt darin, dass zwei unterschiedliche abhängige Variablen in den Studien 4 und 5 getestet wurden. Sowohl die Vertrauenswürdigkeit der Information als auch die Vertrauenswürdigkeit des Sportverbands wurden in den Studien hinsichtlich der Fragestellung untersucht, ob Präsentations-Methoden oder formale Kriterien diese beeinflussen. Da zur Messung der Vertrauenswürdigkeit der Information kein indirektes Messverfahren vorliegt und dies dadurch, dass diese nicht durch einen Begriff benannt werden könnte, der als Prime dienlich wäre, kaum möglich ist, muss hierfür auf ein direktes Messverfahren zurückgegriffen werden. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden beide abhängigen Variablen daher direkt via Fragebögen erhoben. Ein zweiter Aspekt bezieht sich auf die angenommene Größe des Effekts der manipulierten Stimulus-Materialien auf die Wahrnehmung durch die Probanden. Wie in den Studien dargestellt wird, sind sowohl Präsentationsmethoden als auch formale Kriterien nur kleine Bestandteile der Wahrnehmung, die sich wiederum in mehrere Kategorien unterteilen lassen. Große Effekte auf die Vertrauenswürdigkeit können deswegen nicht angenommen werden, da sie zudem nur indirekten Bezug zu den Inhalten aufweisen. Diese an sich werden nicht verändert und auch die Informationen zum Vertrauensobjekt Sportverband bleiben unverändert in den Untersuchungsbedingungen. Solche kleinen Effekte über ein bisher nicht ausreichend validiertes Messverfahren zu analysieren, wurde deswegen als nicht zielführend ausgeschlossen. Der dritte Aspekt bezieht sich auf die Ökonomie des Designs. Sowohl Studie 4 als auch Studie 5a konnten mithilfe von Onlinefragebögen durchgeführt werden, ein indirektes Messverfahren kann nur in einem Laborexperiment zum Einsatz kommen. In Studie 5b wurde ein Laborexperiment durchgeführt, das jedoch an die in Studie 5a erzielten Ergebnisse anschloss.

Allerdings muss festgehalten werden, dass sich dies nicht mit den methodischen Voraussetzungen für Studie 6 deckt. In dieser wurde sowohl ein Pre-/Post-Design angewendet als auch eine manipulierte Variable in einem between-subject design analysiert. Auch wenn diese Studie neben ihrer Position in dieser Arbeit zusätzlich

Erkenntnisse zum Forschungsprojekt über Krisen-Kommunikations-Strategien im Sport liefert und daher analog zu dem Vorgehen in diesen Studien methodisch durchgeführt wurde, muss festgehalten werden, dass eine Durchführung auf Basis indirekter Messverfahren möglich gewesen wäre. Eine dementsprechende Untersuchung könnte dazu beitragen, nicht nur die Messmethode weiter zu validieren, sondern auch die Ergebnisse direkter und indirekter Messverfahren vergleichbar zu machen.

Neben der logischen Begründung der Auswahl der unterschiedlichen Messinstrumente sollten in diesem Kapitel auch die gewählten Methoden kritisch hinterfragt werden. Während das direkte Messverfahren bereits ausführlich diskutiert, soll an dieser Stelle nochmals die Methode des affektiven Primings im Setting der Messung der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit beleuchtet werden. Diese Arbeit bezieht in der Frage, ob es sich um die Messung impliziter, als tieferliegenden Einstellungen im Gegensatz zu offenkundigen, bewussten Einstellungen (Greenwald et al., 1998) oder um eine alternative Messmethode zur Erfassung von Einstellungen genereller Art (Fazio & Olsen, 2003; Granowski & Bodenhausen, 2007) handelt, Stellung für die letztere Position. Es wird nicht davon ausgegangen, dass die Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit auf unbewussten Assoziationen zu dem Vertrauensobjekt beruht. Deswegen ist auch eine Veränderung dieser Einstellung bzw. der Wahrnehmung des Vertrauensobjekts eine Grundannahme der Studien auf der dritten und vierten Ebene dieser Arbeit. Ob dieses Verfahren jedoch tatsächlich valide und reliabel das misst, was es im Rahmen dieser Arbeit messen soll, kann nicht mit völliger Sicherheit beantwortet werden. Die hohe Anzahl an Fehlern bei der Zuordnung nach dem den Probanden unbekanntem Reiz ‚Bundesverband Deutscher Gewichtheber‘ und die sehr hohen Standardabweichungen in beiden Experimenten sowie die signifikanten Unterschiede zwischen den gemittelten Reaktionszeiten im Pre- und Posttest, die auf einen Lerneffekt hinweisen, zeigen auf, dass bezüglich des Einsatzes des AP zu Messung von Vertrauenswürdigkeit großer Bedarf an Validitäts-Studien besteht. Wentura und Degner (2006) betonen, dass diese Reliabilitäts- und Validitätsprobleme für viele AP und IAT Studien vorliegen, auch de Houwer (2006) weist darauf hin, dass die Verfahren nicht ausgereift genug sind. Im Sport liegen bisher zwei Studien zur Messung von Doping Einstellungen durch indirekte Messverfahren vor (Brand et al., 2011; Petróczi & Naughton, 2011). Beide Studien zeigen, dass das indirekte Messverfahren keine aussagekräftigen Ergebnisse liefern kann. Um diese Form von Messverfahren tatsächlich in der Sportpsychologie zu etablieren, bedarf es demnach weitreichender Forschung zu Wirkweise von indirekten Messmethoden und zur Frage, was sie tatsächlich messen. Die Ergebnisse dieser Arbeit lassen zwar Vermutungen zu und passen bedingt auch zu den Annahmen zur Wirkung von Anti-Doping Arbeit auf Rezipient*innen, müssen jedoch sehr vorsichtig interpretiert werden.

14. Ausblick

Die Zusammenfassung der Ergebnisse hat gezeigt, dass die Adaption des Modells von Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit auf den Sport und speziell auf das Setting Doping nützlich und sinnvoll ist. Gleichzeitig leiten sich sowohl aus den Ergebnissen als auch aus den Limitationen dieser Forschungsarbeit zahlreiche Anknüpfungspunkte und Forschungsdesiderate ab. Diese lassen sich auf vier mögliche Bereiche zukünftiger Forschung unterteilen:

- Substanzielle Bestätigung und Erweiterung der Ergebnisse zur Bedeutung von Vertrauenswürdigkeit für die Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden
- Weitere Zugänge zur Thematik Doping aus einer Perspektive der Vertrauensforschung
- Offene Forschungslücken zu Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit im Bereich der Sportpsychologie
- Methodologische Fragen zur Messung von Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit im Sport.

Zukünftige Forschung sollte sich mit den von Mayer und Kollegen (1995) formulierten Annahmen zum bestehenden Modell beschäftigen. Wie bereits in der Ergebnisdiskussion offensichtlich wurde, wurde in dieser Arbeit zwar der Einfluss von und auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden untersucht, die weiteren zum Modell gehörenden Faktoren Risiko, Vertrauensneigung und Vertrauenshandlung sowie die postulierte Feedbackschleife, die nach einer Vertrauenshandlung zu einer Neubewertung der Antezedenten führt, wurden nur theoretisch behandelt.

Zentral ist dabei die Frage, ob eine Person, also eine Athletin / ein Athlet oder ein Abnehmer des Sports tatsächlich dem Sportverband durch sein Handeln auch Vertrauen schenkt oder nicht. Wie dieses Vertrauen messbar gemacht werden kann, bleibt bisher – auch in anderen Forschungsrichtungen – unbeantwortet. Ein Fokus könnte dabei auch auf der Messung einer operationalisierten Vertrauenshandlung liegen. Der Sport hat unterschiedliche Abnehmer, die wiederum spezifische Vertrauenshandlungen zeigen können: Hieraus ließen sich Vertrauenssituationen konstruieren, die aus Perspektive der Abnehmer des Sports erarbeitet werden können. So würde eine Vertrauensentscheidung eines Unternehmens (Wirtschaft) beinhalten, dass dieses unter bestimmten, formulierten Umständen Entscheidungen darüber treffen muss, ob es einen Verband sponsert oder nicht. Ähnlich wäre eine Vertrauensentscheidung der Medien, ob Übertragungsrechte für eine Sportart erworben werden. Im politischen Setting liegen ebenfalls Vertrauensentscheidungen vor, wenn bspw. über die Spitzensportförderung in Deutschland entschieden wird. Und Sportzuschauer*innen entscheiden, ob sie einer Sportart vertrauen oder nicht durch ihr Konsumverhalten, welches sowohl real in Form von Stadionbesuchen als auch medial durch das Einschalten der Übertragung oder das Nachlesen der Ergebnisse im Internet ausgeprägt ist.

Dieser Zusammenhang von Einstellung gegenüber dem Sportverband und Wahrnehmung von dessen Vertrauenswürdigkeit und den behavioralen Konsequenzen hieraus kann einen wichtigen nächsten Schritt in der Forschung zu Vertrauen in Anti-Doping Arbeit darstellen.

Diese Arbeit fokussiert vornehmlich auf die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden und wie diese veränderbar bzw. manipulierbar ist. Weiterhin wird die Anti-Doping Arbeit in erster Linie durch die Onlinepräsenz der Verbände operationalisiert. Die gewonnenen Befunde sind dementsprechend nicht verallgemeinerbar und müssen weiter ausdifferenziert werden. Deswegen erscheint eine Ausbreitung der Forschung – sowohl auf weitere Felder des digitalen Sportangebots, als auch auf weitere Formen der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden – sinnvoll. Darüber hinaus können weitere Vertrauensbeziehungen, bspw. zwischen Athlet*innen oder in die NADA und dessen Kontrollsystem oder in weitere Protagonisten des Sports wie Trainer*innen oder Ärzte angenommen werden. Auch ein reziproker Zusammenhang von Vertrauen in den Verband und Vertrauen des Verbands in seine Athlet*innen stellt ein Forschungsfeld dar. Hierfür sind auch weitere methodische Herangehensweisen denkbar. So weisen Petróczi und Naughton (2011) auf die Spieltheorie zur Erklärung von Dopingverhalten hin. Emmrich, Freger und Pitsch (2013) erläutern, dass Dopingverhalten auch auf Basis des Gefängnisparadigmas erläutert werden könnte. Das Dopingverhalten selbst wird durch verschiedene Modelle unterschiedlicher Forschungsgruppen aufgeklärt. Hierbei stellt sich die Frage, auf welche Variablen dieser, meistens auf der TPB basierenden Modellen wirkt sich Vertrauen zwischen Athlet*innen und den verschiedenen Bezugsgruppen aus bzw. in welcher Form moderiert das Vertrauen in die Protagonisten des Sports die Beziehung zwischen den Variablen und dem tatsächlichen Dopingverhalten? Die Integration der verschiedenen Forschungsmodelle zu Dopingverhalten und dem Modell zu Vertrauen als Einflussfaktor auf Verhalten könnte demnach ein neues Forschungsfeld darstellen. In dieser Forschung besteht die Möglichkeit, nicht nur Dopingverhalten schneller und effizienter zu identifizieren, sondern unter Umständen auch, es durch Veränderung der vertrauensrelevanten Stellschrauben zu verhindern.

Das Vertrauen zwischen Trainer*innen und Athlete*innen in Einzel- und Mannschaftssportarten, zwischen Ärzten und Athlet*innen bei Verletzungen und in der Rehabilitationsphase, zwischen Sportpsychologischen Betreuern und Athlet*innen etc. kann einen hohen Stellenwert in der athletischen Wahrnehmung einnehmen, kann aber auch u.U. Einfluss auf Verhaltensweisen, Leistungsprozesse und andere Faktoren haben.

Das Vertrauen zwischen Mannschaftsmitgliedern und dessen Korrelation zu Erfolg ist bisher eher beiläufig in der Kohäsionsforschung analysiert worden (Carron & Hausenblas & Eys, 2005). Genauso kann das System Sport oder das System von Sportmannschaften unter dem Aspekt der Vertrauensbeziehungen beleuchtet werden (Beispiele: Vereine / Verbände / Sportarten). Die Theorie der Gruppenkohäsion geht von einem stärkeren Einfluss der Leistung auf die Kohäsion als von der Kohä-

sion auf die Leistung aus. Betrifft dies auch das Vertrauen? Welchen Stellenwert nimmt Vertrauen in der Teambildung (Tuckmann, 1965) und im Konstrukt Kohäsion (Carron & Hausenblas & Eys, 2005) ein?

Vertrauen in Trainer*innen, Vorbilder und Vereine kann als wichtige Komponente in der Entwicklung der eigenen Sporthistorie und Sportexpertise hinterfragt werden. Bindungen zwischen Talenten und Trainer*innen sowie anderen Angehörigen in der sportlichen Entwicklungsphase haben oftmals einen entscheidenden Einfluss darauf, ob ein Kind oder Jugendlicher die Sportart beibehält oder es zu einem Dropout kommt. Das Vertrauen in eine(n) Trainer*in kann bspw. die Entwicklung eines Sportlers maßgeblich beeinflussen aber auch die Sportpartizipation oder die Bewertung eines Sportangebots: Führt z.B. ein Verlust der Vertrauenswürdigkeit einer Bezugsperson, wie einer Trainerin oder eines Trainers, auch zur Veränderung des Sportinteresses oder der Sportpartizipation? Hier können wichtige Wirkgrößen für das Sportverhalten im Kindes- und Jugendalter identifiziert werden, die in den Bereichen Sportverein, Talentförderung oder Ganztagsport von immenser Bedeutung sein könnten.

Aber nicht nur in Bezug auf Sportpartizipation kann ein Entwicklungsaspekt von Vertrauen angenommen werden. So können auch Forschungsfragen zum Einfluss von Vertrauen im unmittelbaren Sportverhalten formuliert werden: Über die Lebensspanne differenziert sich die Selbstwahrnehmung weiter aus. Dies geht auch mit der realistischen Einschätzung anderer einher. Gleichzeitig neigen Kinder noch zu Egoismus und Größenwahn aber auch zu blindem Vertrauen in Bezugspersonen. Wie differenzieren sich diese Aspekte im Kindesalter aus? Wann entscheide ich mich, selber auf das Tor zu schießen, wann, den Ball abzugeben an den vertrauenswürdigen Mitspieler? Ab wann vertraue ich den Aussagen meines Trainers, ab wann aber vielleicht auch nicht mehr? Im Kontext der Sozialpsychologie des Sports hat die Vertrauensforschung mit wenigen Ausnahmen (Zhang & Chelladurai, 2013) noch kaum Einfluss gefunden. Dabei ergeben sich gerade unter entwicklungspsychologischer Perspektive zahlreiche Fragestellungen und Forschungsfelder, in denen das Paradigma des Vertrauens Einzug erhalten könnte.

Aus der bisherigen Forschung geht ein valides, für das Sportsetting adaptiertes Inventar zur Messung von Vertrauenswürdigkeit von Personen und Organisationen hervor. Allerdings weist der Fragebogen für die Vertrauensforschung Limitationen auf: So wird hiermit lediglich die Messung von Vertrauenswürdigkeit von Personen und Organisationen ermöglicht, eine Messung dyadischen also interpersonellen Vertrauens stößt hier an Grenzen. Auch der Einsatz im Kindes- und Jugendalter ist nicht validiert.

Weiterhin kann die Messung von durch Interventionen hervorgerufenen intraindividuellen Änderungen in der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit eines Protagonisten nur schwerlich über Fragebogen erfolgen, wenn die Zeitspanne zwischen zwei Messzeitpunkten kurz ist. Deswegen ist die Einbringung valider indirekter Messverfahren notwendig. IAT oder AP Messungen sollten daher valide Aufschluss über Veränderungen in der Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit anderer Per-

sonen ermöglichen. Wie bereits in der Methodendiskussion deutlich wurde, ergeben sich auch auf dieser Ebene zahlreiche Forschungsdesiderate, um das Konstrukt Vertrauen im Sport zukünftig vielseitig und valide erforschen zu können.

15. Anti-Doping Arbeit und Digitalisierung: Postulate

Was also ist die Botschaft für Sportverbände hinsichtlich ihrer digitalen Präsenz und der Darstellung ihrer Anti-Doping Arbeit? Aus den Ergebnissen ergeben sich Postulate an die zukünftigen Strategien von Sportverbänden, damit diese Vertrauen bei Publikum, Medien, Fans, Politik, Wirtschaft und eigenen Athlet*innen gewinnen können.

Postulat 1: Informationen zur Verfügung stellen.

Die Studienergebnisse zeigen, dass es sinnvoll ist, sich mit dem Thema Doping auf den eigenen Internetseiten zu beschäftigen. Dies entspricht sowohl der Erwartungshaltung der Rezipient*innen als auch einem transparenten Umgang mit der Thematik. Bette und Schimank (2007) weisen auf den möglichen Effekt hin, dass Sportverbände sich dadurch vom Doping zu distanzieren versuchen, dass sie dieses Thema bewusst umgehen und nur vereinzelt (z.B. bei der Überführung von Dopern) der Öffentlichkeit Informationen zukommen lassen. Die Ergebnisse dieser Arbeit weisen darauf hin, dass dies nicht zielführend sein könnte. Vielmehr entspricht ein gut strukturierter, transparenter und vielschichtiger Internetauftritt den Erwartungen von Abnehmern des Sports, wenn sie sich über das Thema Doping informieren möchten.

Postulat 2: Selber informieren.

Wie in Studie 3 herausgestellt wird, sollten Sportverbände die Anti-Doping Arbeit selbst in die Hand nehmen und nicht anderen Organisationen überlassen. Dies hat mehrere Gründe: Zum einen besteht so die Möglichkeit, vertrauenswürdige Arbeit selbst zu präsentieren, zum anderen sind die Verbände die direkten Ansprechpartner für Sportler*innen wie auch für Abnehmer des Sports. Deswegen werden auf den Seiten der Verbände die jeweiligen Informationen auch gesucht. Darüber hinaus zeigen die Arbeiten zu gelingender Anti-Doping Arbeit (Augustin, 2007a) auf, dass es darauf ankommt, die Anti-Doping Arbeit nah am jeweiligen Sportler*innen und dessen Lebenswirklichkeit zu orientieren. Eine übergreifende Anti-Doping Arbeit, die bspw. Profi-Sportler*inne wie Fußballer*innen mit Amateur-Sportarten, in denen weitaus geringere Verdienste möglich sind, vereinen will, wird sich als nicht zielführend herausstellen. Ein weiterer Aspekt, der vor allem der Mediatisierung geschuldet ist, muss ebenfalls bedacht werden. Informiert der Verband nicht über seine Arbeit oder äußert sich nicht zu bestehenden Dopingfällen, werden dies andere tun. Dies können die Athlet*innen selbst, Fans oder die Medien sein. Die Sportver-

bände haben es jedoch durch die vielfältigen Möglichkeiten des Internets selbst in der Hand, ihre Stellung der Öffentlichkeit gegenüber kundzutun.

Postulat 3: Auf den Inhalt kommt es an, nicht auf die Verpackung.

Die Studien 4 und 5 zeigen, dass der Rezipient zwar methodische Herangehensweisen und formale Stärken und Schwächen erkennt, diese aber einen eher geringen Einfluss auf die Wahrnehmung des Inhalts haben. Vielmehr wird der Inhalt selbst hinsichtlich seiner Vertrauenswürdigkeit bewertet. Was eine Quelle an Informationen preisgibt, hat wiederum auch einen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit der Quelle selbst, also in diesem Fall auf die Sportverbände. Natürlich sollten Sportverbände ihre Homepages aktuell, gut strukturiert und fehlerfrei gestalten. Darüber hinaus sollte auch der Inhalt durch passende Methoden (FAQs, Downloads etc.) aufgearbeitet sein. Letzten Endes werden aber die gegebenen Informationen von den Rezipient*innen bewertet. Diese sollten klar, transparent und korrekt sein.

*Postulat 4: Die Erwartungen der Rezipient*innen müssen erfüllt werden.*

Wie Bette und Kollegen (2012) bereits formulieren, ist das Ziel, Doping völlig aus dem Spitzensport zu verdrängen, unrealistisch. Doping ist Bestandteil des Sports und sollte demnach auch als ein solcher interpretiert werden. Dies hat Konsequenzen für die Anti-Doping Arbeit der Sportverbände. Eine Diskrepanz zwischen Erwartungen an eine Anti-Doping Präsenz und deren Umsetzung durch den Verband kann zu Vertrauensverlusten führen. Dies kann sich auf die Qualität des Angebots beziehen (vgl. Studie 5a), jedoch auch auf die dort getätigten Aussagen und präsentierten Inhalte. Sportverbände sollten klar machen, dass sie Doping ständig bekämpfen und hierfür ihre gesamten Fähigkeiten einsetzen. Auch sollten sie ihr Wohlwollen und ihre Integrität den Sportler*innen gegenüber unter Beweis stellen. Das Thema zu verschweigen, es kleinzureden oder gar für beendet zu erklären, würde in starker Diskrepanz zu den Erwartungen, aber auch zu den tatsächlichen Gegebenheiten im Spitzensport stehen.

Postulat 5: Den eigenen Standpunkt klarmachen.

Die Dopingskandale der letzten Jahre (Armstrong, Pechstein, Contador etc.) haben gezeigt, dass der Leistungssport ein komplexes Konstrukt ist, in dem verschiedenste Standpunkte vertreten werden. Vor allem durch Social Media Portale wie Twitter oder Facebook, aber auch in Foren und Blogs sind diese Standpunkte heute überall zugänglich und werden dementsprechend in der breiten Öffentlichkeit diskutiert. Eine eindeutige Krisen-Kommunikations-Strategie scheint daher für alle Beteiligten notwendig zu sein, auch für die Sportverbände. Schließlich sind sie es, die eine(n) gedopten oder verdächtigen Sportler*in über Jahre gefördert haben. Sie sind es

aber auch, die für die Dopingbekämpfung und Aufklärung von Dopingfällen zuständig sind. Dementsprechend müssen grundsätzliche Haltungen zu Doping wie auch Stellungnahmen zu aktuellen Problemfeldern die Öffentlichkeit erreichen. Die digitalen Medien sind hierfür die beste, weil unmittelbare Möglichkeit, um mit den Rezipient*innen in Kontakt zu treten.

Postulat 6: Am Ball bleiben.

Die Mediatisierung ist ein fortlaufender Prozess. Dies bedeutet, dass immer neue digitale Angebote entstehen, die zur Informationsaufnahme und Meinungsbildung genutzt werden. Viele Sportler*innen nutzen heute nicht nur die eigene Homepage, Twitter und Facebook sondern weitere neue Portale, Medien für mobile Produkte (Applications) und andere direkte Kommunikationswege. Für Sportverbände bedeutet dies Möglichkeit, Aufgabe und Notwendigkeit zugleich: Sie müssen am Ball bleiben und sich mit ihren Partnern, Rezipient*innen und Sportler*innen vernetzen. Aber nicht nur für die Nutzung gilt dieses Postulat, auch für die Anti-Doping Arbeit: Die Sportverbände sind in der Pflicht, dieses Feld nie aus den Augen zu lassen, da ihnen ansonsten die Gefahr droht, das notwendige Vertrauen in der Bevölkerung, in der Politik oder bei ihren Sponsoren zu verlieren.

16. Fazit

Im September 2014 berichten unterschiedliche Medien, dass die Dopingproben der Tour de France 2014 keinen auffälligen Befund geliefert haben. Dabei seien 719 Dopingproben genommen worden und alle Fahrer am Ruhetag hinsichtlich ihrer Daten aus dem biologischen Pass der WADA unangekündigt kontrolliert worden (Spiegel, 2014). Der Radsport kämpft um sein Image und konzentriert sich dabei vornehmlich auf die Kontrolle und Verfolgung von Doping. Beide Faktoren stellen die verantwortlichen Verbände publikumswirksam im Rahmen großer Veranstaltungen heraus. Dabei betont der internationale Radsportverband UCI, dass die Tatsache, keinen Dopingfall bei der Tour de France 2014 überführt zu haben, ein großer Erfolg sei. So fasst der Präsident der UCI auf der Verbandshomepage zusammen, dass die Zusammenarbeit mit der französischen Anti-Doping Agentur für die große Verbesserung des Anti-Doping Programms der UCI stünde. Er resümiert, dass die Transparenz des Vorgehens dazu geführt habe, dass die Athlet*innen offensichtlich die Regularien des Radsports nun einhielten (Velonews, 2014; UCI, 2014).

Während man in vielen anderen Sportarten die Ergebnisse der Dopingkontrollen vielleicht positiv bewerten würde, muss beim Radsport hinterfragt werden, ob es tatsächlich gar keine Dopingfälle gab oder ob diese schlichtweg nicht identifiziert worden sind. Denn, dem Radsport mangelt es in der Öffentlichkeit nichtsdestotrotz an Vertrauen durch Medien, Sponsoren und Fans. Nun kann argumentiert werden, dass kein einziger Dopingfall bei der Tour de France in Anbetracht der Vorgeschichte des Radsports kein realistisches Ergebnis sei und damit nicht dazu führt, dass der Verband an Glaubwürdigkeit gewinne (vgl. auch Bette et al., 2012). Jedoch muss man dem Verband zugestehen, dass er seine Bemühungen für einen dopingfreien Sport intensiviert hat und durch die strikte Kontrolle und Verfolgung auf eine Rückbildung seiner Vertrauenswürdigkeit hofft.

Ob dies allerdings einzig durch Kontrolle gelingt, muss kritisch hinterfragt werden. Die Ergebnisse dieser Arbeit weisen darauf hin, dass dem Bund Deutscher Radfahrer im Speziellen das Vertrauen seitens seiner Athlet*innen und der Rezipient*innen des Sports weiterhin entzogen wird. Gleichzeitig wird aber auch offensichtlich, dass der Bund Deutscher Radfahrer, wie auch andere Verbände, gut daran tun würden, ihre gesamte Anti-Doping Arbeit, verhaltens- wie verhältnisorientiert, transparent zu präsentieren. Hierbei zeigt sich nicht nur, dass digitale Angebote eine geeignete Plattform sein können, sondern den Verbänden wird im Rahmen dieser Arbeit auch gezeigt, wie sie diese Plattform möglichst effektiv nutzen können, um sich und ihre Anti-Doping Arbeit als vertrauenswürdig darzustellen. Gegenwärtig denken die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten ARD und ZDF anscheinend darüber nach, die Tour de France ab 2015 wieder mit in das Programm zu nehmen (Krei, 2014), was einer großen Vertrauenshandlung dem Radsport gegenüber durch einen wichtigen Abnehmer des Sports gleichkäme. Dem Radsport wäre so ein behavioraler Ausdruck des Vertrauens in die organisierenden Sportverbände zu gönnen. Allerdings wird sich aus wissenschaftlicher Perspektive der

Radsport die Frage gefallen lassen müssen, ob das auf Abschreckung und Verfolgung basierende System des Anti-Doping Kampfs tatsächlich von den Athlet*innen als ausreichend oder gar vertrauenswürdig wahrgenommen werden kann.

Während der Radsport also auf eine Vertrauenshandlung seitens der Medien hofft, muss der Sport in Deutschland insgesamt gegenwärtig den Entzug des Vertrauens hinsichtlich der Anti-Doping Arbeit durch die Politik hinnehmen. Denn als nichts anderes als einen Misstrauensbeweis wird das kurz vor Abschluss dieser Arbeit als Novelle vorgestellte deutsche Anti-Doping Gesetz durch viele nationale Sportverbände wahrgenommen: War bislang stets der Sport als autonomisches, sich selbst regulierendes System akzeptiert worden (Krüger et al., 2014), wird dem DOSB nun nicht mehr zugetraut, dass er es schafft, Doping aus eigenen Mitteln zu bekämpfen. Man kann nur spekulieren, ob der Staat einzig die Fähigkeiten der Sportverbände im Kampf gegen Doping infrage stellt oder ob auch Zweifel an Wohlwollen und Integrität der Verbände besteht. Allerdings: Der DOSB sowie die nationalen Sportverbände sollten intensiv hinterfragen, wie es zu diesem Vertrauensverlust gekommen ist und wie sie nun Vertrauen wieder aufbauen können. Dass dieses Vertrauen für gelingende Anti-Doping Arbeit notwendig ist, zeigen nicht nur die Ergebnisse dieser Arbeit, sondern auch historische (Krüger et al., 2014), soziologische (Bette & Schimank, 2007) oder philosophische Auseinandersetzungen (Meinberg, 2010) mit dem Thema Doping. Für die Sportverbände in Deutschland wird dieser politische Vertrauensentzug weitreichende Veränderungen haben müssen.

Und Lance Armstrong? Laut der Wochenzeitung „Zeit“ hat dieser sich dazu bekannt, dass er seine Lüge zum Doping wohl aufrecht erhalten hätte, wenn die Ermittlungen ihn nicht überführt hätten (Zeit, 2014). Gleichzeitig droht die andauernde gerichtliche Verhandlung mit Armstrong noch zahlreiche weitere Dopingfälle der letzten 20 Jahre ans Licht zu bringen. So viel der Radsport folglich in seine Anti-Doping Arbeit und seine Vertrauenswürdigkeit investiert, wird am Ende eventuell doch Dave Brailsford Recht behalten, wenn er sagt, dass Lance Armstrong es jedem schwer mache, dem Radsport zu vertrauen. Doch immerhin: Die Möglichkeiten, sich durch Anti-Doping Arbeit als vertrauenswürdig zu erweisen, sind, wie diese Arbeit zeigt, auf vielfältige Weise für den BDR wie auch für andere Sportverbände gegeben.

17. Zusammenfassung

Die Vertrauenswürdigkeit des deutschen Spitzensports wird durch Dopingfälle im internationalen Spitzensport gefährdet (Breuer & Hallmann, 2013). Dabei erweist sich das Thema Doping als komplex, da einerseits Athlet*innen wie auch Rezipient*innen das Vertrauen in den Sport und die Sportverbände verlieren können, andererseits aber auch Vertrauensverluste unter den Athlet*innen entstehen können. Hinzu kommt, dass es sowohl für Sportverbände als auch für Sportlerinnen und Sportler von herausragender Bedeutung ist, sich auf vertrauenswürdige Weise von Doping und Verdachtsmomenten distanzieren zu können. Dies betrifft einerseits eine transparente und erfolgreiche Dopingprävention, andererseits aber auch das Ausräumen von Verdachtsmomenten. Vertrauen wird von Mayer et al. (1995, S. 712) wie folgt definiert (Übersetzung durch den Autor): Vertrauen ist „die Bereitschaft einer Person sich verletzbar zu machen durch die Handlungen einer anderen Person. Dies basiert auf den Erwartungen, dass die andere Person eine bestimmten Leistung erbringen wird für den Vertrauenden, während eine Kontrolle oder ein Monitoring / eine Beobachtung nicht möglich ist.“ Vertrauen basiert nach Mayer et al. (1995) auf den wahrgenommenen Antezedenten Fähigkeit, Wohlwollen und Integrität und kann einen wichtigen Einfluss auf Einstellungen (z.B. Doping Einstellungen; Petróczi & Aidman, 2009) oder auf das Verhalten haben.

In dieser Arbeit wird die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping Arbeit von Sportverbänden thematisiert. Hierzu werden in sechs empirischen Studien, die sich aus der Adaption des Konstrukts von Vertrauen auf das skizzierte Problemfeld Doping ergeben, Erkenntnisse darüber gewonnen, ob Sportverbände von ihren Athlet*innen als vertrauenswürdig wahrgenommen werden (Ebene 1), ob eine transparente Anti-Doping Arbeit die Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden stärken kann (Ebene 2) und wie Sportverbände ihre Anti-Doping Arbeit aufbauen, organisieren und präsentieren können, um als vertrauenswürdig von verschiedenen Abnehmern des Sports (Wirtschaft, Politik, Zuschauer, Medien) und den Athletinnen und Athleten wahrgenommen zu werden (Ebene 3). Hierbei wird ein Fokus auf die digitalen Medien (Homepages von Sportverbänden und digital präsentierte Anti-Doping Kampagnen) gelegt, da diese durch die Veränderungen der Mediatisierung einen zentralen Stellenwert in der Berichterstattung und in der Außendarstellung des Sports eingenommen haben. Darüber hinaus wird ein Fragebogen zu Vertrauen im Rahmen der Arbeit aus der Wirtschaftspsychologie auf das Themenfeld des Sports adaptiert und validiert. Die Ergebnisse werden in einer abschließenden Diskussion hinsichtlich ihres Stellenwerts, der methodischen Vorgehensweise und der praktischen Relevanz kritisch diskutiert. Abschließend bietet diese Arbeit empirische und praktische Hinweise zum Stellenwert der Vertrauenswürdigkeit von Sportverbänden für eine gelingende Anti-Doping Arbeit. Die Aktualität des Themas Vertrauenswürdigkeit in der Dopingprävention wird durch aktuelle Ereignisse, wie die Dopingüberführungen von Lance Armstrong und anderen Spitzensportler*innen sowie der geplanten Einführung eines staatlichen Anti-Doping Gesetzes unterstrichen.

18. Literatur

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Alaranta, A., Alaranta, H., Holmila, J., Palmu, P., Pietila, K., & Helenius, I. (2006). Self-Reported Attitudes of Elite Athletes Towards Doping: Differences Between Type of Sport. *International Journal of Sports Medicine*, 27(10), 842-846. doi: 10.1055/s-2005-872969
- Atwater, L. E. (1988). The Relative Importance of Situational and Individual Variable in Predicting Leader Behavior. *Group & Organization Studies*, 13(3), 290-310. doi: 10.1177/105960118801300304
- Augustin, R. (2007a). Die Rolle der Nationalen Anti-Doping-Agentur (NADA) in der nationalen und internationalen Dopingbekämpfung - Grundlagen und Perspektiven. In R. Nickel & T. Rous (Eds.), *Das Anti-Doping-Handbuch, Band 1* (pp. 80-92). Aachen: Meyer & Meyer.
- Augustin, R. (2007b). Gesamtkonzeption der Dopingprävention. In R. Nickel & T. Rous (Eds.), *Das Anti-Doping-Handbuch, Band 1* (pp. 206-244). Aachen: Meyer & Meyer.
- Backhouse, S., & McKenna, J. (2012). Reviewing Coaches' Knowledge, Attitudes and Beliefs Regarding Doping in Sport. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 7(1), 167-176.
- Backhouse, S., McKenna, J., Robinson, S., & Atkin, A. (2007). Attitudes, Behaviours, Knowledge and Education - Drugs in Sport: Past, Present and Future. *Leeds metropolitan University Carnegie Research Institute: World Anti-Doping Agency*.
- Ballinger, G. A., Schoorman, F. D., & Lehman, D. W. (2009). Will you trust your new boss? The role of affective reactions to leadership succession. *The Leadership Quarterly*, 20(2), 219-232. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.leaqua.2009.01.012>
- Bargh, J. A., & Chartrand, T. L. (2000). Studying the Mind in the Middle: A Practical Guide to Priming and Automacity Research. In H. Reis & C. Judd (Eds.), *Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology* (pp. 253-285). New York: Cambridge University Press.
- Bart, Y., Shankar, V., Sultan, F., & Urban, G. L. (2005). Are the Drivers and Role of Online Trust the Same for All Web Sites and Consumers? A Large-Scale Exploratory Empirical Study. *Journal of Marketing*, 69(4), 133-152.
- Bazermann, M. H. (1994). *Judgment in managerial decision making*. New York: Wiley.
- Beldad, A., de Jong, M., & Steehouder, M. (2010). How shall I trust the faceless and the intangible? A literature review on the antecedents of online trust. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 857-869. doi: 10.1016/j.chb.2010.03.013
- Ben-Ner, A., & Halldorsson, F. (2010). Trusting and trustworthiness: What are they, how to

measure them, and what affects them. *Journal of Economic Psychology*, 31(1), 64-79.

- Benoit, W. L. (1995). *Accounts, excuses, apologies: A theory of image restoration strategies*. New York: State University of New York Press.
- Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public relations review*, 23(2), 177-186. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0363-8111\(97\)90023-0](http://dx.doi.org/10.1016/S0363-8111(97)90023-0)
- Bentele, G. (1988). Der Faktor Glaubwürdigkeit : Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. *Publizistik*, 33(2-3), 406-426.
- Berry, D. A. (2008). The science of doping. *Nature*, 454, 692-693. doi: 10.1038/454692a
- Bette, K.-H., Kühnle, F., & Thiel, A. (2012). *Dopingprävention: Eine soziologische Expertise*. Bielefeld: Transcript.
- Bette, K.-H., & Schimank, U. (2006). *Die Dopingfalle: Soziologische Betrachtungen*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Bloodworth, A. J., Petroczi, A., Bailey, R., Pearce, G., & McNamee, M. J. (2012). Doping and supplementation: the attitudes of talented young athletes. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 22(2), 293-301. doi: 10.1111/j.1600-0838.2010.01239.x
- Bojsen-Moller, J., & Christiansen, A. V. (2010). Use of performance- and image-enhancing substances among recreational athletes: a quantitative analysis of inquiries submitted to the Danish anti-doping authorities. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 20(6), 861-867. doi: 10.1111/j.1600-0838.2009.01023.x
- Brand, R., Melzer, M., & Hagemann, N. (2011). Towards an implicit association test (IAT) for measuring doping attitudes in sports. Data-based recommendations developed from two recently published tests. *Psychology of Sport and Exercise*, 12(3), 250-256. doi: 10.1016/j.psychsport.2011.01.002
- Breuer, C., & Hallmann, K. (2013). *Dysfunktionen des Spitzensports: Doping, Match-Fixing und Gesundheitsgefährdungen aus Sicht von Bevölkerung und Athleten*. Bonn: BISp.
- Brower, H. H., Schoorman, F. D., & Tan, H. H. (2000). A model of relational leadership: The integration of trust and leader-member exchange. *The Leadership Quarterly*, 11(2), 227-250. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S1048-9843\(00\)00040-0](http://dx.doi.org/10.1016/S1048-9843(00)00040-0)
- Bruce, T., & Tini, T. (2008). Unique crisis response strategies in sports public relations: Rugby league and the case for diversion. *Public relations review*, 34(2), 108-115. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2008.03.015>
- Bühner, M. (2006): *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion*. München: Pearson Studium.
- Burns, C., Mearns, K., & McGeorge, P. (2006). Explicit and implicit trust within safety culture. *Risk Analysis*, 26(5), 1139-1150.

- Busemann, K. & Gscheidle, C. (2012). Web 2.0: Habitualisierung der Social Communities. *Media-Perspektiven*, 7-8, 380-390.
- Busemann, K. (2013). Wer nutzt was im Social Web. *Media Perspektiven*, 7-8, 391-399.
- Butler, J. K. (1991). Toward Understanding and Measuring Conditions of Trust: Evolution of a Conditions of Trust Inventory. *Journal of Management*, 17(3), 643-663. doi: 10.1177/014920639101700307
- Butts, F. B. (2008). NCAA Athletes and Facebook. *The Sport Journal*, 11(1), 23-30.
- Byrd, S. (2012). Hi fans! Tell us your story!: Incorporating a stewardship-based social media strategy to maintain brand reputation during a crisis. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(3), 241-254. doi: 10.1108/13563281211253502
- Callan, M. J., Kay, A. C., Olson, J. M., Brar, N., & Whitefield, N. (2010). The effects of priming legal concepts on perceived trust and competitiveness, self-interested attitudes, and competitive behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(2), 325-335. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2009.12.005>
- Carlson, J., & O'Cass, A. (2012). Optimizing the online channel in professional sport to create trusting and loyal consumers: The role of the professional sports team brand and service quality. *Journal of Sport Management*, 26(6), 463-478.
- Carron, A. V., Hausenblas, H. A. & Eys, M. A. (2005). *Group dynamics in sport*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Chau, P. Y. K., Hu, P. J.-H., Lee, B. L. P., & Au, A. K. K. (2007). Examining customers' trust in online vendors and their dropout decisions: An empirical study. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(2), 171-182. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2006.11.008>
- Clasing, D. (2010). *Doping und seine Wirkstoffe. Verbotene Arzneimittel im Sport*. Balin-gen: Spitta.
- Colquitt, J. A., LePine, J. A., Piccolo, R. F., Zapata, C. P., & Rich, B. L. (2012). Explaining the justice–performance relationship: Trust as exchange deepener or trust as uncertainty reducer? *Journal of Applied Psychology*, 97(1), 1-15. doi: 10.1037/a0025208
- Colquitt, J. A., Scott, B. A., & LePine, J. A. (2007). Trust, trustworthiness, and trust propensity: a meta-analytic test of their unique relationships with risk taking and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 92(4), 909-927. doi: 10.1037/0021-9010.92.4.909
- Cook, J., & Wall, T. (1980). New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-fulfillment. *Journal of Occupational Psychology*, 53(1), 39-52.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (1996). Communication and attributions in a crisis: An experimental study of crisis communication. *Journal of Public Relations Research*,

8(4), 279-295.

- Coombs, W. T. (2006). Crisis Management: A communicative approach. In H. C. Botan & V. Hazleton (Eds.), *Public Relations Theory II* (pp. 171-197). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Coombs, W. T. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (2nd ed.). Los Angeles: Sage.
- Coombs, W. T. (2010). Conceptualizing Crisis Communication. In R. L. Heath & H. D. O' Hair (Eds.), *Handbook of Risk and Crisis Communication* (pp. 99-119). New York: Routledge.
- Cummings, L. L. (1983). Performance-evaluation systems in context of individual trust and commitment. In F. J. Landy, S. Zedrick, & J. Cleveland (Eds.), *Performance measurement and theory* (pp. 89-93). Hillsdale, N.J: Erlbaum.
- Cummings, L. L., & Bromiley, P. (1996). The Organizational Trust Inventory (OTI): Development and Validation. . In R. M. Kramer & T. R. Tyler (Eds.), *Trust in organizations: Frontiers of theory and research* (pp. 261-287). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Currall, S. C., & Judge, T. A. (1995). Measuring Trust between Organizational Boundary Role Persons. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64(2), 151-170. doi: <http://dx.doi.org/10.1006/obhd.1995.1097>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. doi: 10.2307/249008
- Davis, J. H., Mayer, R. C., & Schoorman, F. D. (1995). *The trusted general manager and firm performance: A strategic advantage*. Paper presented at the Annual International Strategic Management Society Conference, Mexico City.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Tan, H. H. (2000). The trusted general manager and business unit performance: empirical evidence of a competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 21(5), 563-576. doi: 10.1002/(sici)1097-0266(200005)21:5
- Delhey, J., Newton, K., & Welzel, C. (2011). How General Is Trust in "Most People"? Solving the Radius of Trust Problem. *American Sociological Review*, 76(5), 786-807. doi: 10.1177/0003122411420817
- Degner, J. (2006). *Die indirekte Erfassung von Einstellungen gegenüber übergewichtigen Menschen mit dem affektiven Priming*. Universität Kassel, Kassel.
- De Houwer, J. (2006). What are implicit measures and why are we using them. In R. W. Wiers & A. W. Stacy (Eds.), *The handbook of implicit cognition and addiction* (pp. 11-28). Thousand Oaks, CA: Sage Publishers.
- Deshmukh, N. I., Barker, J., Petroczi, A., & Naughton, D. P. (2012). Detection of testosterone and epitestosterone in human hair using liquid chromatography-tandem

mass spectrometry. *Journal of Pharmaceutical and Biomedical Analysis*, 67-68, 154-158. doi: 10.1016/j.jpba.2012.04.011

- Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 2(4), 265-279.
- Deutsch, M. (1960). The effect of motivational orientation upon trust and suspicion. *Human Relations*, 13(2), 123-140. doi: 10.1177/001872676001300202
- Diacin, M. J., Parks, J. B., & Allison, P. C. (2003). Voices of Male Athletes on Drug Use, Drug Testing, and the Existing Order in Intercollegiate Athletics. *Journal of Sport Behavior*, 26(1), 1-16.
- Dietz, G., & Den Hartog, D. N. (2006). Measuring trust inside organisations. *Personnel Review*, 35(5), 557-588.
- Dietz, P., Ulrich, R., Dalaker, R., Striegel, H., Franke, A. G., Lieb, K., & Simon, P. (2013). Associations between Physical and Cognitive Doping – A Cross-Sectional Study in 2.997 Triathletes. *PLoS ONE*, 8(11). doi: 10.1371/journal.pone.0078702
- Digel, H. (2007). Dopingbekämpfung im internationalen Vergleich. In R. Nickel & T. Rous (Eds.), *Das Anti-Doping-Handbuch, Band 1* (pp. 93-117). Aachen: Meyer & Meyer.
- Dirks, K. T. (1999). The effects of interpersonal trust on work group performance. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 445-455. doi: 10.1037/0021-9010.84.3.445
- Dirks, K. T. (2000). Trust in Leadership and Team Performance: Evidence From NCAA Basketball. *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 1004-1012. doi: 10.1037/0021-9010.85.6.1004
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2001). The Role of Trust in Organizational Settings. *Organization science*, 12(4), 450-467.
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2002). Trust in leadership: Meta-analytic findings and implications for research and practice. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 611-628.
- Dodge, T., & Jaccard, J. J. (2007). Negative Beliefs as a Moderator of the Intention-Behavior Relationship: Decisions to Use Performance-Enhancing Substances. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(1), 43-59. doi: 10.1111/j.0021-9029.2007.00145.x
- Donovan, R., Egger, G., Kapernick, V., & Mendoza, J. (2002). A Conceptual Framework for Achieving Performance Enhancing Drug Compliance in Sport. *Sports Medicine*, 32 (4), 269-284.
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (2011). *Reputation Management - The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York: Routledge.
- Dunn, J. R., & Schweitzer, M. E. (2005). Feeling and Believing: The Influence of Emotion on Trust. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(5), 736-748. doi: 10.1037/0022-3514.88.5.736

- Earley, P. C. (1986). Trust, Perceived Importance of Praise and Criticism, and Work Performance: An Examination of Feedback in the United States and England. *Journal of Management*, 12(4), 457-473. doi: 10.1177/014920638601200402
- Ehrnborg, C., & Rosen, T. (2009). The psychology behind doping in sport. *Growth Hormone & IGF Research*, 19(4), 285-287. doi: 10.1016/j.ghir.2009.04.003
- Emrich, E., Frenger, M. & Pitsch, W. (2013). Doping im Sport. In A. Güllich & M. Krüger (Eds.), *Sport* (pp. 697-717). Berlin: Springer.
- Fazio, R. H. (1995). Attitudes as object-evaluation associations: Determinants, consequences, and correlates of attitude accessibility. In R. E. Petty & J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 247-282). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Fazio, R. H., & Olson, M. A. (2003). Implicit Measures in Social Cognition Research: Their Meaning and Use. *Annual Review of Psychology*, 54, 297-327.
- Feiden, K., & Blasius, H. (2008). *Doping im Sport: Wer - Womit - Warum*. Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft mbH.
- Fichter, C., & Jonas, K. (2008). Image effects of newspapers: How brand images change consumers' product ratings, doi:10.1027/0044-3409.216.4.226, *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*, pp. 226-234.
- Fiedler, K., Messner, C., & Bluemke, M. (2006). Unresolved problems with the “I”, the “A”, and the “T”: A logical and psychometric critique of the Implicit Association Test (IAT). *European Review of Social Psychology*, 17(1), 74-147. doi: 10.1080/10463280600681248
- Fishbein, M. (1980). A theory of reasoned action: some applications and implications. In H. Howe & P. M. (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation, 1979* (pp. 65–116). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Flavián, C., Guinalú, M., & Gurrea, R. (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *Information & Management*, 43(1), 1-14.
- Fortunato, J.A. (2008), “Restoring a reputation: The Duke University lacrosse scandal”, *Public Relations Review*, 34, 116-123.
- Freeman, J. B., Stolier, R. M., Ingbretsen, Z. A., & Hehman, E. A. (2014). Amygdala Responsivity to High-Level Social Information from Unseen Faces. *Journal of Neuroscience*, 34(32), 10573-10581. doi: 10.1523/jneurosci.5063-13.2014
- Gabarro, J. J. (1978). The development of trust, influence, and expectations. In A. G. Athos & J. J. Gabarro (Eds.), *Interpersonal behavior: Communication and understanding in relationships* (pp. 290-303). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Gambetta, D. G. (1988). Can we trust trust? In D. G. Gambetta (Ed.), *Trust* (pp. 213-237). New York: Basil Blackwell.

- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2007). What Do We Know about Implicit Attitude Measures and What Do We Have to Learn. In B. Wittenbrink & N. Schwarz (Eds.), *Implicit measures of attitudes: Procedures and controversies* (pp. 265-286). New York: Guilford Press.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725-737. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9)
- Gerrig, R. J., & Zimbardo, P. G. (2008). *Psychologie* (Vol. 18). München: Pearson Studium.
- GfK (2011). *GfK Global Trust Report 2011*. Nürnberg: GfK.
- Giffin, K. (1967). The contribution of studies of source credibility to a theory of interpersonal trust in the communication department. *Psychological Bulletin*, 68(2), 104-120. doi: 10.1037/h0024833
- Gillespie, N. (2003). *Measuring trust in working relationships: The behavioral trust inventory*. Paper presented at the Annual meeting of the Academy of Management, Seattle, WA.
- Glantz, M. (2010). The Floyd Landis doping scandal: Implications for image repair discourse. *Public relations review*, 36(2), 157-163. doi: 10.1016/j.pubrev.2009.09.002
- Good, D. (1988). Individuals, interpersonal relations, and trust. In D. G. Gambetta (Ed.), *Trust* (pp. 131-185). New York: Basil Blackwell.
- Grabner-Kraeuter, S. (2002). The role of consumers' trust in online shopping. *Journal of Business Ethics*, 39, 43-50.
- Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102(1), 4-27. doi: 10.1037/0033-295x.102.1.4
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1464-1480. doi: 10.1037/0022-3514.74.6.1464
- Gucciardi, D. F., Jalleh, G., & Donovan, R. J. (2010). Does social desirability influence the relationship between doping attitudes and doping susceptibility in athletes? *Psychology of Sport and Exercise*, 11(6), 479-486. doi: 10.1016/j.psychsport.2010.06.002
- Hart, K. M., Capps, H. R., Cangemi, J. P., & Caillouet, L. M. (1986). Exploring organizational trust and its multiple dimensions: A case study of General Motors. *Organization Development Journal*, 4(2), 31-39.
- Hess, T. (2013). *Digitalisierung*. In K. Kubel, J. Becker, N. Gronau, L. Suhl (Eds.) *Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik. Online-Lexikon*. München: Oldenbourg. Zugriff am 13.11.2014.
- Hilbert, M., & López, P. (2011). The World's Technological Capacity to Store, Communi-

- cate, and Compute Information. *Science*, 332, 60-65. doi: 10.1126/science.1200970
- Hosmer, L. T. (1995). Trust: The Connecting Link between Organizational Theory and Philosophical Ethics. *The Academy of Management Review*, 20(2), 379-403. doi: 10.2307/258851
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635-650. doi: 10.1086/266350
- Hutchins, B. (2011). The Acceleration of media sport culture: Twitter, telepresence and on-line messaging. *Information, Communication & Society*, 14 (2), 237-257.
- Hutchins, B. & Mikosza, J. (2010). The Web 2.0 Olympics: Athlete blogging, social networking and policy contradictions at the 2008 Beijing Games. *Convergence*, 16 (3), 279-297.
- IOC (2003). Sport World Conference on Doping. *Sportvision*(94), 9-10.
- Johnson-George, C., Swap, W. C. (1982). Measurement of Specific Interpersonal Trust: Construction and Validation of a Scale to Assess Trust in a Specific Other. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(6), 1306-1317. doi: 10.1037/0022-3514.43.6.1306
- Jones, A. P., James, L. R., & Bruni, J. R. (1975). Perceived leadership behavior and employee confidence in the leader as moderated by job involvement. *Journal of Applied Psychology*, 60(1), 146-149. doi: 10.1037/h0076359
- Jones, G. R., & George, J. M. (1998). The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork. *The Academy of Management Review*, 23(3), 531-546. doi: 10.2307/259293
- Jones, K. (2001). Trust in sport. *Journal of the Philosophy of Sport*, 28(1), 96-102.
- Judge, L. W., Bellar, D., Craig, B., & Gilreath, E. (2010). The Attitudes of Track and Field Throwers toward Performance Enhancing Drug Use and Drug Testing. *Journal of Research in Health, Physical Education, Recreation, Sport & Dance*, 5(2), 54-61.
- Karimov, F. P., Brengman, M., & Hove, L. V. (2011). The effect of Website Design Dimensions on initial Trust: A synthesis of the empirical Literature. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(4), 272-301.
- Kassing, J. W., & Sanderson, J. (2010). Fan-athlete interaction and Twitter tweeting through the Giro: A case study. *International Journal of Sport Communication*, 3(1), 113-128.
- Kee, H. W., & Knox, R. E. (1970). Conceptual and methodological considerations in the study of trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 14(3), 357-366. doi: 10.1177/002200277001400307
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). *A Study of the Effect of Consumer Trust on*

Consumer Expectations and Satisfaction: The Korean Experience. Paper presented at the Proceedings of the 5th international conference on Electronic commerce, New York.

- Kim, D. J., Song, Y. I., Braynov, S. B., & Rao, H. R. (2005). A multidimensional trust formation model in B-to-C e-commerce: a conceptual framework and content analyses of academia/practitioner perspectives. *Decision Support Systems*, 40(2), 143-165. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.dss.20>
- Kim, J., & Moon, J. Y. (1998). Designing towards emotional usability in customer interfaces - trustworthiness of cyber-banking system interfaces. *Interacting with Computers*, 10(1), 1-29. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0953-5438\(97\)00037-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0953-5438(97)00037-4)
- Klaussner, S. (2012). Trust and Leadership: Toward an Interactive Perspective. *Journal of Change Management*, 12(4), 417-439.
- Kleinert, J., & Wippich, S. (2012). Vertrauen als Merkmal von Beziehungsqualität: Modellentwicklung und explorative Interviews im Kontext sportpsychologischer Betreuung. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching*, 19(4), 425-441. doi: 10.1007/s11613-012-0300-2
- Köhnken, G. (1990). *Glaubwürdigkeit: Untersuchungen zu einem psychologischen Konstrukt*. München: Psychologie Verlags Union.
- Kohring, M. (2004). Journalismus als soziales System. In M. Löffelholz (Ed.), *Theorien des Journalismus* (2 ed., pp. 185-200). Wiesbaden: Publishing House for Social Science.
- Kohring, M. (2007). Vertrauen statt Wissen - Qualität im Wissenschaftsjournalismus. In G. Kienzlen, J. Lublinski & V. Stollorz (Eds.), *Fakt, Fiktion, Fälschung. Trends im Wissenschaftsjournalismus* (pp. 25-38). Konstanz: Universitätsverlag.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in News Media. *Communication Research*, 34(2), 231-252. doi: 10.1177/0093650206298071
- Kondric, M., Sekulic, D., Petroczi, A., Ostojic, L., Rodek, J., & Ostojic, Z. (2011). Is there a danger for myopia in anti-doping education? Comparative analysis of substance use and misuse in Olympic racket sports calls for a broader approach. *Substance, Abuse, Treatment, Prevention, and Policy*, 6:27, 1-13. doi: 10.1186/1747-597X-6-27
- Konovsky, M. A., & Pugh, S. D. (1994). Citizenship Behavior and Social Exchange. *The Academy of Management Journal*, 37(3), 656-669. doi: 10.2307/256704
- Kramer, R. M. (1994). The sinister attribution error: Paranoid cognition and collective distrust in organizations. *Motivation and Emotion* 18, 199-230.
- Krotz, F. (2007): *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Krotz, F. (2012): Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality: Wie Mediatisierung funktioniert. In: F. Krotz & A.Hepp (Eds.): *Mediatisierte Welten. For-*

schungsfelder und Beschreibungsansätze (pp. 27-55). Wiesbaden: VS Verlag.

- Krüger, M. (2012). Das unlösbare Dopingproblem im Sport und die langen Schatten einer gedopten Gesellschaft. *Olympisches Feuer*, 61 (2), 8-12.
- Krüger, M., Becker, C., Nielsen, S. & Reinold, M (2014). *Doping und Anti-Doping in der Bundesrepublik Deutschland 1950 bis 2007. Genese – Strukturen – Politik*. Hildesheim: arete.
- Krüger, M. & Becker, C. (2014). Doping and anti-doping in the process of German reunification. *Sport in history*, 34, 1-25. DOI:10.108 0/17 460263.2014.8 97 250
- Larzelere, R. E., & Huston, T. L. (1980). The Dyadic Trust Scale: Toward Understanding Interpersonal Trust in Close Relationships. *Journal of Marriage and Family*, 42(3), 595-604. doi: 10.2307/351903
- Laure, P., Lecerf, T., Friser, A., & Binsinger, C. (2004). Drugs, Recreational Drug Use and Attitudes Towards Doping of High School Athletes. *International Journal of Sports Medicine*, 25(2), 133-138.
- Lazuras, L., Barkoukis, V., Rodafinos, A., & Tzorbatzoudis, H. (2010). Predictors of Doping Intentions in Elite-Level Athletes: A Social Cognition Approach. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 32(5), 694-710.
- Légal, J.-B., Chappé, J., Coiffard, V., & Villard-Forest, A. (2012). Don't you know that you want to trust me? Subliminal goal priming and persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 358-360. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2011.06.006>
- Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1995). Trust in relationships: A model of development and decline. In B. B. Bunker & J. Z. Rubin (Eds.), *Conflict, cooperation and justice: Essays inspired by the work of Morton Deutsch*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996). Developing and maintaining trust in work relationships. In R. M. Kramer & T. R. Tyler (Eds.), *Trust in Organizations - Frontiers of theory and research* (pp. 114-139). Thousand Oaks, California: Sage.
- Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C., & Gillespie, N. (2006). Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Empirical Evidence, and Future Directions. *Journal of Management*, 32(6), 991-1022. doi: 10.1177/0149206306294405
- Lewis, J. D., & Weigert, A. (1985). Trust as a Social Reality. *Social Forces*, 63(4), 967-985. doi: 10.2307/2578601
- Liao, C., Palvia, P., & Lin, H.-N. (2006). The Roles of Habit and Web Site Quality in E-Commerce. *International Journal of Information Management*, 26, 469–483.
- Liebermann, J. K. (1981). *The litigious society*. New York: Basic Books.
- Lippi, G., Banfi, G., & Franchini, M. (2009). The International Anti-Doping System: Why it might not work. *Clinica Chimica Acta*, 408(1–2), 141-142. doi: 10.1016/j.cca.2009.07.019
- Löffelholz, M. & Schlüter, C. (2003): Die Zukunft im Blick. Wie Evolution und Perspektiven

- medialer Kommunikation analysiert werden. In: M. Löffelholz & Th, Quandt (Eds.), *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter - eine Einführung* (pp. 89-111). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag,
- Lucidi, F., Grano, C., Leone, L., Lombardo, C., & Pesce, C. (2004). Determinants of the intention to use doping substances: An empirical contribution in a sample of Italian adolescents. *International Journal of Sport Psychology*, 35(2), 133-148.
- Lucidi, F., Zelli, A., Mallia, L., Grano, C., Russo, P. M., & Violani, C. (2008). The social-cognitive mechanisms regulating adolescents' use of doping substances. *Journal of Sports Sciences*, 26(5), 447-456.
- Luhmann, N. (1968). *Vertrauen. Ein Mechanismus zur Komplexitätsreduktion*. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power*. Chichester, UK: John Wiley.
- Lundby, K. (2009): *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2003). Operationalisierung von Vertrauen im Journalismus. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 51, 5-23.
- Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1999). The Effect of the Performance Appraisal System on Trust for Management: A Field Quasi-Experiment. *Journal of Applied Psychology*, 84(1), 123-136.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709-734. doi: 10.5465/AMR.1995.9508080335
- Mazanov, J. (2013a). Overcoming the dark side of performance enhancement. *Performance Enhancement & Health*, 2, 85-86.
- Mazanov, J. (2013b). Vale WADA, ave "World Sports Drug Agency". *Performance Enhancement & Health* 2, 80-83
- Mazanov, J., Petróczi, A., Bingham, J., & Holloway, A. (2008). Towards an empirical model of performance enhancing supplement use: A pilot study among high performance UK athletes. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 11(2), 185-190. doi: 10.1016/j.jsams.2007.01.003
- McAllister, D. J. (1995). Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59. doi: 10.2307/256727
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in adulthood, a five-factor theory perspective* (Vol. 2). New York: Guilford Press.
- McEvily, B., Perrone, V., & Zaheer, A. (2003). Introduction to the Special Issue on Trust in an Organizational Context. *Organization science*, 14(1), 1-4. doi: 10.1287/orsc.14.1.1.12812
- McEvily, B., & Tortoriello, M. (2011). Measuring trust in organisational research: Review

and recommendations. *Journal of Trust Research*, 1(1), 23-63. doi: 10.1080/21515581.2011.552424

- McKelvey, S., & Masteralexis, J. T. (2011). This Tweet Sponsored by... : The Application of the New FTC Guides to the Social Media World of Professional Athletes. *Virginia Sports & Entertainment Law Journal*, 11(1), 222-246.
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). Trust and distrust definitions: One bite at a time. In M. P. Singh & Y.-H. Tan (Eds.), *Trust in Cyber-Societies: Integrating the Human and Artificial Perspectives* (pp. 27-54). Berlin/ Heidelberg: Springer
- McKnight, D. H., Cummings, L. L., & Chervany, N. L. (1998). Initial trust formation in new organizational relationships. *Academy of Management Review*, 23(3), 473-490. doi: 10.5465/AMR.1998.926622
- Meier, H.E. & Reinold, M. (2014). Performance enhancement and politicisation of high-performance sport : the West German 'air clyster' affair of 1976. *The International journal of the history of sport*, 30, 1351-1373
- Meinberg, E. (1991). *Die Moral im Sport. Bausteine einer neuen Sportethik*. Aachen: Meyer & Meier.
- Meinberg, E. (2010). Vertrauen im Sport. In M. Schweer (Ed.), *Vertrauensforschung 2010: A State of the Art* (pp. 191-206). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Merritt, S. M., Heimbaugh, H., Lachapell, J., & Lee, D. (2013). I trust it, but i don't know why: Effects of implicit attitudes toward automation on trust in an automated system. *Human Factors*, 55(3), 520-534.
- Meyen, M. (2009). Medialisierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57 (1), 23-38.
- Milgrom, P., & Roberts, J. (1992). *Economics, organization and management*. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice Hall.
- Mishra, A. K. (1996). Organizational Responses to Crisis: The Centrality of Trust. . In R. M. Kramer & T. Tyler (Eds.), *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research* (pp. 261-288). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Møller, V. (2011). One step too far - about wada's whereabouts rule. *International Journal of Sport Policy*, 3(2), 177-190.
- Nationale Anti Doping Agentur Deutschland. (2014). *Jahresbericht 2013*. Rheinbach: WM Druck + Verlag.
- Ntoumanis, N., Ng, J., Barkoukis, V., & Backhouse, S. (2014). Personal and Psychosocial Predictors of Doping Use in Physical Activity Settings: A Meta-Analysis. *Sports Medicine*, 44(11), 1603-1624.
- Nurse, J. R. C., Rahman, S. S., Creese, S., Goldsmith, M., & Lamberts, K. (2011). *Information Quality and Trustworthiness: A Topical State-of-the-Art Review*. Paper presented at the The International Conference on Computer Applications and Network Security, Male, The Maledives.

- Oldham, G. R. (1975). The Impact of Supervisory Characteristics on Goal Acceptance. *Academy of Management Journal*, 18(3), 461-475. doi: 10.2307/255677
- Ostendorf, F. & Angleitner, A. (2004). *NEO-PI-R - NEO Persönlichkeitsinventar nach Costa und McCrae - Revidierte Fassung (PSYNDEX Tests Review)*. Göttingen: Hogrefe.
- Overbye, M., Knudsen, M.L. & Pfister, G. (2013). To dope or not to dope: Elite athletes' perceptions in doping deterrents and incentives. *Performance Enhancement & Health* 2(3), 119–134. DOI: 10.1016/j.peh.2013.07.001
- Overbye, M. & Wagner, U. (2013). Experiences, attitudes and trust: an inquiry into elite athletes' perception of the whereabouts reporting system. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 6(3), 407-428. DOI: 10.1080/19406940.2013.791712
- Pappa, E., & Kennedy, E. (2012). 'It was my thought ... he made it a reality': Normalization and responsibility in athletes' accounts of performance-enhancing drug use. *International Review for the Sociology of Sport*. 78(3), 277-294. doi: 10.1177/1012690212442116
- Paternoster, R. (1987). The deterrent effect of the perceived certainty and severity of punishment: A review of the evidence and issues. *Justice Quarterly*, 4(2), 173-217. doi: 10.1080/07418828700089271
- Pawlenka, C. (2012). Ethik, Natur und Doping im Sport. *Sportwissenschaft*, 42(1), 6-16. doi: 10.1007/s12662-011-0223-7
- Pegoraro, A. (2010). Look Who's Talking--Athletes on Twitter: A Case Study. *International Journal of Sport Communication*, 3(4), 501-514.
- Peretti-Watel, P., Guagliardo, V., Verger, P., Mignon, P., Pruvost, J., & Obadia, Y. (2004). Attitudes Toward Doping and Recreational Drug Use Among French Elite Student-Athletes. *Sociology of Sport Journal*, 21(1), 1-17.
- Petermann, F. (2013). *Psychologie des Vertrauens*. Göttingen: Hogrefe.
- Petróczi, A. (2007). Attitudes and doping: A structural equation analysis of the relationship between athletes' attitudes, sport orientation and doping behaviour. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 2, 2-34 doi: 10.1186/1747-597x-2-34
- Petróczi, A., & Aidman, E. (2008). Psychological drivers in doping: The life-cycle model of performance enhancement. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 3, 3-7. doi: 10.1186/1747-597x-3-7
- Petróczi, A., & Aidman, E. (2009). Measuring explicit attitude toward doping: Review of the psychometric properties of the Performance Enhancement Attitude Scale. *Psychology of Sport and Exercise*, 10(3), 390-396. doi: 10.1016/j.psychsport.2008.11.001
- Petróczi, A., Aidman, E. V., & Nepusz, T. (2008). Capturing doping attitudes by self-report declarations and implicit assessment: A methodology study. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 3.

- Petroczi, A., Mazanov, J., & Naughton, D. P. (2011). Inside athletes' minds: preliminary results from a pilot study on mental representation of doping and potential implications for anti-doping. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 6:10, 1-8. doi: 10.1186/1747-597X-6-10
- Petroczi, A., & Naughton, D. P. (2011). Impact of multidisciplinary research on advancing anti-doping efforts. *International Journal of Sport Policy*, 3(2), 235-259.
- Petroczi, A., & Nepusz, T. (2011). Methodological considerations regarding response bias effect in substance use research: is correlation between the measured variables sufficient? *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 6:1, 1-11. doi: 10.1186/1747-597X-6-1
- Petróczi, A., Uvacsek, M., Nepusz, T., Deshmukh, N., Shah, I., Aidman, E., & Naughton, D. P. (2011). Incongruence in Doping Related Attitudes, Beliefs and Opinions in the Context of Discordant Behavioural Data: In Which Measure Do We Trust? *PLoS ONE*, 6(4).
- Pitsch, W. (2009). "The science of doping" revisited: Fallacies of the current anti-doping regime. *European Journal of Sport Science*, 9(2), 87-95. doi: 10.1080/17461390802702309
- Pitsch, W., & Emrich, E. (2012). The frequency of doping in elite sport: Results of a replication study. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(5), 559-580.
- Pitsch, W., Emrich, E., & Klein, M. (2007). Doping in elite sports in Germany: results of a www survey. *European Journal of Sport & Society*, 4(2), 89-102.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. *The Leadership Quarterly*, 1(2), 107-142. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/1048->
- Pöppel, K., Dreiskämper, D. & Hoof, M. (2014). „Ich bin sauber“!?! - Die Wirkung von Anti-Doping Statements in Abhängigkeit vom Medienkanal über den sie verbreitet werden. In Frank, R., Nixdorf, I., Ehrlenspiel, F. Geipel, A., Mornell, A. & Beckmann, J. (Hrsg.): *Performing Under Pressure*. Hamburg: Czwalina. S. 194.
- Posten, A.-C., Ockenfels, A., & Mussweiler, T. (2014). How activating cognitive content shapes trust: A subliminal priming study. *Journal of Economic Psychology*, 41(0), 12-19. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.joep.2013.04.002>
- Rich, G. A. (1997). The Sales Manager as a Role Model: Effects on Trust, Job Satisfaction, and Performance of Salespeople. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(4), 319-328. doi: 10.1177/0092070397254004
- Riegelsberger, J., & Sasse, M. A. (2002). *Face it - Photos don't make a Web Site Trustworthy*. Paper presented at the Conference on Human Factors in Computing Systems, Minneapolis.
- Ring, P. S., & van de Ven, A. H. (1992). Structuring cooperative relationships between or-

ganizations. *Strategic Management Journal*, 13(7), 483-498. doi: 10.1002/smj.4250130702

- Robinson, S. L. (1996). Trust and Breach of the Psychological Contract. *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 574-599. doi: 10.2307/2393868
- Rotter, J. B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of personality*, 35(4), 651-665. doi: 10.1111/j.1467-6494.1967.tb01454.x
- Rotter, J. B. (1971). Generalized expectancies for interpersonal trust. *American Psychologist*, 26(5), 443-452. doi: 10.1037/h0031464
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404. doi: 10.5465/amr.1998.926617
- Savulescu, J., Foddy, B., & Clayton, M. (2004). Why we should allow performance enhancing drugs in sport. *British Journal of Sports Medicine*, 38(6), 666-670.
- Schauerte, Th. (2004): Die Entwicklung des Verhältnisses zwischen Sport und Medien. In Th. Schauerte & J. Schwier (Eds.), *Die Ökonomie des Sports in den Medien* (pp. 84-105). Köln: Halem.
- Schlenker, B. R., Helm, B., & Tedeschi, J. T. (1973). The effects of personality and situational variables on behavioral trust. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25(3), 419-427. doi: 10.1037/h0034088
- Schoorman, F. D., & Ballinger, G. A. (2006). *Leadership, trust and client service in veterinary hospitals*. Working Paper. Purdue University. West Lafayette, IN.
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1996). Organizational Trust: Philosophical Perspectives and Conceptual Definitions. *The Academy of Management Review*, 21(2), 337-340. doi: 10.2307/258662
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2007). An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of Management Review*, 32(2), 344-354. doi: 10.5465/amr.2007.24348410
- Schurr, P. H., & Ozanne, J. L. (1985). Influences on Exchange Processes: Buyers' Preconceptions of a Seller's Trustworthiness and Bargaining Toughness. *Journal of Consumer Research*, 11(4), 939-953. doi: 10.2307/2489219
- Scott, C. L., III. (1980). Interpersonal trust: A comparison of attitudinal and situational factors. *Human Relations*, 33, 805-812. doi: 10.1177/001872678003301103
- Shapiro, D. L., Sheppard, B. H., & Cheraskin, L. (1992). Business on a handshake. *Negotiation Journal*, 8(4), 365-377. doi: 10.1111/j.1571-9979.1992.tb00679.x
- Sheffer, M., & Schultz, B. (2010). Paradigm Shift or Passing Fad? Twitter and Sports Journalism. *International Journal of Sport Communication*, 3(4), 472-484.
- Simon, J. R. (1969): Reaction toward the source of stimulation. *Journal of Experimental Psychology*, 81, 174-176.

- Sitkin, S. B., & George, E. (2005). Managerial trust-building through the use of legitimating formal and informal control mechanisms. *International Sociology*, 20(3), 307-388. doi: 10.1177/0268580905055479
- Sitkin, S. B., & Roth, N. L. (1993). Explaining the Limited Effectiveness of Legalistic "Remedies" for Trust/ Distrust. *Organization science*, 4(3), 367-392. doi: 10.2307/2634950
- Solberg, H. A., Hanstad, D. V., & Thøring, T. A. (2010). Doping in elite sport - do the fans care? Public opinion on the consequences of doping scandals. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 11(3), 185-199.
- Solomon, L. (1960). The influence of some types of power relationships and game strategies upon the development of interpersonal trust. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 61(2), 223-230. doi: 10.1037/h0047571
- Stack, L. C. (1978). Trust. In H. London & J. E. Exner (Eds.), *Dimensions of personality* (pp. 373-412). New York: Wiley.
- Stamm, H., Lamprecht, M., Kamber, M., Marti, B., & Mahler, N. (2008). The public perception of doping in sport in Switzerland, 1995-2004. *Journal of Sports Sciences*, 26(3), 235-242. doi: 10.1080/02640410701552914
- Stanley, D. A., Sokol-Hessner, P., Banaji, M. R., & Phelps, E. A. (2011). Reply to Krueger: Good point, wrong paper. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(32), E411. doi: 10.1073/pnas.1107937108
- Strelan, P., & Boeckmann, R. J. (2003). Research notes: A new model for understanding performance-enhancing drug use by elite athletes. *Journal of Applied Sport Psychology*, 15(2), 176-183. doi: 10.1080/10413200390213795
- Striegel, H., Ulrich, R., & Simon, P. (2010). Randomized response estimates for doping and illicit drug use in elite athletes. *Drug and Alcohol Dependence*, 106(2-3), 230-232. doi: 10.1016/j.drugalcdep.2009.07.026
- Strulik, H. (2012). Riding High: Success in Sports and the Rise of Doping Cultures. *The Scandinavian Journal of Economics*, 114(2), 539-574. doi: 10.1111/j.1467-9442.2012.01698.x
- Tomlinson, E. C., & Mayer, R. C. (2009). The role of causal attribution dimensions in trust repair. *Academy of Management Review*, 34(1), 85-104. doi: 10.5465/amr.2009.35713291
- Tuckman, B.W. (1965): Developmental sequence in small groups, *Psychological Bulletin*, 63, S. 384-399.
- Uvacsek, M., Nepusz, T., Naughton, D. P., Mazanov, J., Ranky, M. Z., & Petroczi, A. (2011). Self-admitted behavior and perceived use of performance-enhancing vs psychoactive drugs among competitive athletes. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 21(2), 224-234. doi: 10.1111/j.1600-0838.2009.01041.x

- Van Eenoo, P., & Delbeke, F. T. (2003). The Prevalence of Doping in Flanders in Comparison to the Prevalence of Doping in International Sports. *International Journal of Sports Medicine*, 24(8), 565 - 570.
- Wallace, L., Wilson, J., & Miloch, K. (2011). Sporting Facebook: A Content Analysis of NCAA Organizational Sport Pages and Big 12 Conference Athletic Department Pages. *International Journal of Sport Communication*, 4(4), 422-444.
- Warner, S. L. (1965). Randomized Response: A Survey Technique for Eliminating Evasive Answer Bias. *Journal of the American Statistical Association*, 60(309), 63-69. doi: 10.2307/2283137
- Weber, J., Malhotra, D., & Murnighan, J. (2005). Normal acts of irrational trust: Motivated attributions and the trust development process. *Research in organizational behavior*, 26, 75-101.
- Wentura, D. & Degner, J. (2006). Indirekte Messung von Einstellungen mit kognitionspsychologischen Verfahren: Chancen und Probleme. In: E. H. Witte (Eds.). *Evolutionäre Sozialpsychologie und automatische Prozesse. Beiträge des 21. Hamburger-Symposiums zur Methodologie der Sozialpsychologie* (pp. 50-66). Lengerich: Pabst.
- Weiner, B. (1986). *An attributional theory of motivation and emotion*: Springer: New York.
- Whitaker, L., Long, J., Petróczi, A., & Backhouse, S. H. (2012). Athletes' perceptions of performance enhancing substance user and non-user prototypes. *Performance Enhancement & Health*, 1(1), 28-34. doi: 10.1016/j.peh.2012.03.002
- Williams, M. (2001). In Whom We Trust: Group Membership as an Affective Context for Trust Development. *The Academy of Management Review*, 26(3), 377-396. doi: 10.2307/259183
- Wilson, T. D., Lindsey, S., & Schooler, T. Y. (2000). A Model of Dual Attitudes. *Psychological Review*, 107(1), 101-126.
- Wittenbrink, B. (2007). Measuring attitudes through priming. In B. Wittenbrink & N. Schwarz (Eds.), *Implicit measures of attitudes* (pp. 17-58). New York: Guilford Press.
- Wrightsman, L. S. (1991). Interpersonal trust and attitudes toward human nature. In P. R. Shaver & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 373-412). San Diego, CA, US: Academic Press.
- Zaheer, A., McEvily, B., & Perrone, V. (1998). Does Trust Matter? Exploring the Effects of Interorganizational and Interpersonal Trust on Performance. *Organization science*, 9(2), 141-159.
- Zand, D. E. (1972). Trust and managerial problem solving. *Administrative Science Quarterly*, 17, 229-239.
- Zhang, Z., & Chelladurai, P. (2013). Antecedents and consequences of athlete's trust in the coach. *Journal of Sport and Health Science*, 2(2), 115-121. doi:

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jshs.2012.03.002>

19. Weitere Quellen

- Boren, C. (2012, October 25). Lance Armstrong fallout: Greg LeMond calls for UCI leaders to resign. *Washington Post*. Retrieved from <http://www.washingtonpost.com>
- Hungermann, J. (2012, October 22). Schärfere Gesetze gegen Doper? Ohne geht es nicht. *Die Welt*. Retrieved from <http://www.welt.de>
- Hungermann, J. (2012, October 22). „Lance Armstrong verdient es, vergessen zu werden“. *Die Welt*. Retrieved from <http://www.welt.de>
- Krei, A. (2014). ARD & ZDF liebäugeln wieder mit der Tour de France. Retrieved October 1, 2014, from <http://www.dwdl.de/>
- Meisner, M. (2014). *Falsche Bilder bei der ARD zum Ukraine-Konflikt* Propagandatricks - oder Pannen in Serie. *Tagesspiegel*. Retrieved, 02. September 14 from tagesspiegel.de
- Ohne Verfasser:*
- BBC Sport (2012). *Lance Armstrong saga makes it hard to trust cycling – Brailsford*. BBC. Retrieved October 11, 2012 from <http://www.bbc.com>
- Bundeshaushalt 2009 zum EP 06 Bundesministerium des Innern / Kapitel 0602 *Antrag der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen* Retrieved November, 12th, 2014 from www.rad-net.de
- Der Spiegel (2012a). *Armstrong-Urteil: IOC schließt Sanktionen gegen UCI vorerst aus*. Retrieved from October 13, 2012 <http://www.spiegel.de>
- Der Spiegel (2012b). *Fall Armstrong: Usada Chef wirft UCI Versagen vor*. Retrieved October 1, 2014 from <http://www.spiegel.de>
- Der Spiegel (2014) *Tour de France 2014: Alle Dopingproben unauffällig. (2014)*. Retrieved October 1, 2014, from <http://www.spiegel.de/>
- Die Zeit (2014). *Armstrong hätte Doping-Lüge ohne Ermittlungen wohl aufrecht erhalten*. Retrieved October 1, 2014, from <http://www.zeit.de/>
- DOSB (2014). Struktur des DOSB. Retrieved December 12, 2014, from www.dosb.de
- UCI (2014). *Tour de France 2014 anti-doping test results*. Retrieved October 1, 2014, from <http://www.uci.ch/>
- UCI (2012). *Decision of the UCI regarding the case United States Anti-Doping Agency (USADA) versus Lance Armstrong*. Retrieved October 1, 2014 from <http://www.uci.ch/>.
- Velonews (2014). *UCI announces no positive doping tests in 2014 Tour de France*. Retrieved October 1, 2014, from <http://velonews.competitor.com>

World Anti Doping Agency. (2003). *2002 Anti-Doping Testing Figures - Laboratory Report*. Retrieved July 28, 2014, from <http://www.wada-ama.org/en/Resources/Testing-Figures/>

World Anti Doping Agency. (2014). *2013 Anti-Doping Testing Figures - Laboratory Report*. Retrieved July 28, 2014, from <http://www.wada-ama.org/en/Resources/Testing-Figures/>

World Anti-Doping Agency. (2009). *World Anti-Doping Code*. Retrieved July 28, 2014, from <http://www.wada-ama.org/World-Anti-Doping-Program/Sports-and-Anti-Doping-Organizations/The-Code/>.

<http://www.uni-muenster.de/GK-Vertrauen-Kommunikation/> aufgerufen am 11.10.2013

IV. Anhang

S. 242-244 Anschreiben an Sportverbände (DTB, DLV, zu den Studien 1 und 4)

S. 245-279 In den Studien verwendete Fragebögen in Reihenfolge der Studien¹⁰

S. 280 Vorlage für Einverständniserklärungen im Rahmen der Arbeit

S. 281 Vorlage für Quittungen im Rahmen der Arbeit

¹⁰ Bei Onlinebefragungen oder durch das Online-System Unipark durchgeführten Erhebungen sind die Fragebögen seitensweise, also in der Form, wie sie auch den Teilnehmenden abgebildet wurden, präsentiert. Dabei wird hier die Rohansicht zur besseren Lesbarkeit dargestellt.

Dennis Dreiskämper
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Institut für Sportwissenschaft
AB Sportpsychologie
Horstmarer Landweg 62b
48149 Münster

Tel. +49 251 83-34893

Fax +49 251 83-32158

Münster, 20.04.2015

dreiskaemper@uni-
muenster.de

Sehr geehrter Herr Bretchken, sehr geehrter Herr Willam,

der kürzlich vorgestellte Bericht des BISP zur Dysfunktionalität des deutschen Leistungssports (Breuer und Hallmann, 2013) hat Schwächen des Sports offengelegt und die Glaubwürdigkeit des deutschen Spitzensports sowohl durch Antworten von Sportlerinnen und Sportlern als auch von Rezipienten des Sports infrage gestellt.

Im Rahmen eines von der Deutschen Forschungsgesellschaft (DFG) geförderten interdisziplinären Großprojekts erforschen wir im Arbeitsbereich Sportpsychologie der WWU Münster gegenwärtig das Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit von nationalen und internationalen Sportverbänden. Ziel dieses Forschungsprojekts ist es, das Vertrauen von Sportler/innen wie auch Sportrezipienten in die unterschiedlichen Sportarten und den Einfluss von digitalen Medien auf das Vertrauen in den Sport zu untersuchen.

Mithilfe eines Online-Fragebogens sollen Sportlerinnen und Sportler unterschiedlicher Leistungsniveaus die Anti-Doping-Arbeit ihres eigenen Sportverbands einschätzen.

Für die Sportverbände, von denen wir hoffen, dass sie uns dabei unterstützen, werden dabei wichtige Informationen generiert, wie ihre Sportlerinnen und Sportler die Anti-Doping-Arbeit des Verbands generell und im Vergleich zu anderen Verbänden einschätzen.

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns bei diesem Projekt unterstützen und den folgenden Link an Ihre Athletinnen und Athleten, vor allem diejenigen aus Bundes- und Landeskadern, weiterleiten:

[eingefügter Link ww2.unipark.de]

Die Befragung ist anonym und die Daten der teilnehmenden Sportlerinnen und Sportler werden vertraulich behandelt. Selbstverständlich können Sie sich den Fragebogen vorab selber ansehen, wir schicken Ihnen diesen hiermit im Anhang zu. Für Rückfragen, z.B. zum Hintergrund der Studie oder zum Umgang mit den Ergebnissen, stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung.

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie uns bei unserer Arbeit unterstützen und die Athletinnen und Athleten auch von Ihrer Seite auffordern, an der Studie teilzunehmen. Ein kurzes Anschreiben an die Athletinnen und Athleten fügen wir hiermit bei.

An den Generalsekretär des
Deutscher Leichtathletik Verbands – DLV
Herrn Frank Hensel

Haus der Leichtathletik
Alsfelder Straße 27
64289 Darmstadt

Dennis Dreiskämper
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Institut für Sportwissenschaft
AB Sportpsychologie
Horstmarer Landweg 62b
48149 Münster

Tel. +49 251 83-34893
Fax +49 251 83-32158

Münster, 20.04.2015

dreiskaemper@uni-
muenster.de

Sehr geehrter Herr Hensel,

im Rahmen des durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) finanzierten Forschungsprojekts ‚Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt‘ beschäftigt sich ein Forschungsbereich, der durch den Arbeitsbereich Sportpsychologie der WWU Münster geleitet wird, mit dem Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit von Sportverbänden.

In diesem Forschungsfeld untersuchen wir das generelle, wahrgenommene Vertrauen von Sportlerinnen und Sportler in ihren eigenen Sportverband sowie das Vertrauen von Sportrezipienten in Sportverbände.

Ein besonderer Teilbereich der Forschung beschäftigt sich mit der Frage, welche digitalen Präsentationsformen von Anti-Doping-Arbeit vertrauenswürdig erscheinen. Die Homepages der Sportverbände in Deutschland sind eine mögliche Präsentationsform, um von Seiten des Verbands die eigenen Initiativen gegen Doping transparent zu präsentieren. Wir möchten erforschen, welche Informationsformen für sportinteressierte Rezipienten vertrauenswürdig erscheinen. So möchten wir testen, ob dieselben Informationen (z.B. zur ‚whereabout rule der WADA) als unterschiedlich vertrauenswürdig wahrgenommen werden, wenn sie beispielsweise in Form eines FAQ, eines Newsletters oder als Information die durch einen wissenschaftlichen (wie zum Beispiel ein sportwissenschaftliches Institut) oder übergeordneten Partner (wie der NADA) mitgeteilt wird, präsentiert werden. Die Ergebnisse könnten darüber Aufschluss geben, wie Sportverbände ihre Anti-Doping-Arbeit kommunizieren sollten, um als glaubwürdig im Kampf gegen Doping wahrgenommen zu werden.

Wir haben zu diesem Zweck die Homepages aller olympischen Sportverbände analysiert. Hierbei hat sich herausgestellt, dass die Homepage des DLV zum einen sehr viele, sehr gute Informationen zum Thema Anti-Doping bietet, zum anderen für ein experimentelles Design aufgrund ihrer Aufmachung besonders gut geeignet sein könnte.

Deswegen möchten wir Sie hiermit um Erlaubnis bitten, in einem Experiment, an dem ca. 300 Studierende teilnehmen werden, das Rahmengerüst der Homepage des Deutschen Leichtathletik Verbands nutzen zu dürfen, um den Probanden Texte zur Anti-Doping-Arbeit zu zeigen, die diese im Anschluss hinsichtlich ihrer Vertrauenswürdigkeit bewerten sollen.

Selbstverständlich sind alle Texte korrekt abgefasst und verdeutlichen transparent ein Thema im Kontext Doping. Darüber hinaus werden alle Probanden im Anschluss an das Experiment nach ethischen und wissenschaftlichen Standards darüber aufgeklärt, dass es sich bei den gezeigten Inhalten nicht tatsächlich um Inhalte der Seite des DLV handelt. Somit soll verhindert werden, dass wir die Meinung der Probanden über den DLV beeinflussen. Durch die Positiv-Beispiele für Internetkommunikation, die wir als durch den DLV gegebene Informationen präsentieren, wird darüber hinaus der DLV eher gut als schlecht präsentiert. Auch wird indirekt Werbung für die tatsächliche Website des DLV gemacht. Im Anhang sende ich Ihnen mögliche Beispieltexte zum Thema ‚Whereabout rule‘ und die genutzte Skala zur Messung der Vertrauenswürdigkeit von Informationen.

Sollten Sie uns erlauben, den Hintergrund der Seite des DLV – wie im Beispiel angezeigt – nutzen zu dürfen, würden wir Ihnen gerne die Ergebnisse unserer Studie für Ihre Zwecke zur Verfügung stellen. Auch für weitere Fragen oder Anmerkungen zu unserem Projekt stehen wir jederzeit zur Verfügung.

Über eine Rückmeldung Ihrerseits und eine mögliche Zusammenarbeit würde ich mich – auch da ich selber Leichtathlet und Trainer bin - sehr freuen,
mit sportlichen Grüßen

Dennis Dreiskämper

Seite 1

[Einführungstext]

Vielen Dank, dass Sie sich für die Teilnahme an unserer Onlinebefragung entschieden haben. Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig und kann jederzeit abgebrochen werden. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und sind vollkommen anonym. Ihre IP-Adresse kann nicht zurückverfolgt werden.

Der folgende Fragebogen dauert **ca. 25 Minuten**.

Die Befragung betrifft das **Vertrauen in Bezug auf die Anti-Doping-Strategie, das Sie in den Sportverband haben**, in dem Sie Ihre Sportart ausüben. Hiermit ist gemeint, wie der Verband mit Doping, mit Dopingsündern, mit der Bekämpfung von Doping umgeht etc. Sie werden aber auch zu anderen Arbeitsbereichen ihres Sportverbands und zum Vertrauen in einen anderen Verband befragt.

Bitte nehmen Sie sich ausreichend Zeit die Fragen zu beantworten. Es gibt *kein Zeitlimit*. Am Ende des Fragebogens besteht die Möglichkeit, kritische Äußerungen und Fragen zum Fragebogen zu äußern.

Wenn Sie am Gewinnspiel teilnehmen möchten, bei dem unter den ca. 500 Teilnehmern 50 Amazon-Gutscheine im Wert von je 10€ sowie 10 IPOD-Shuffle im Wert von ca. 50€ verlost werden, tragen Sie bitte am Ende des Fragebogens Ihre Emailadresse ein. Diese kann durch ein getrenntes Verfahren nicht auf die von Ihnen angegebenen Daten zurückgeführt werden.

Viel Spaß bei der Befragung

Verantwortlich für diese Befragung:

Dennis Dreiskämper

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Institut für Sportwissenschaft

Arbeitsbereich Sportpsychologie

Leonardo Campus 17

48149 Münster

dreiskaemper@uni-muenster.de

Wie heißt der Sportverband, in dem Sie ihre Sportart ausüben (die Sportart, die Sie als ihre ‚Hauptsportart‘ bezeichnen würden)?
[Angabe durch Anklicken der Möglichkeiten]

Seite 3 [bitte die Fragen hinsichtlich der Skalen (6 / 4 / 5 / Items) durchrotieren]
[5-Punkt-Likertskala von ‚Stimme überhaupt nicht zu‘ bis ‚stimme vollkommen zu‘]
Eine zentrale Aufgabe von Sportverbänden ist die Bekämpfung von Doping in seiner Sportart. Hierzu gehört, dass die Strukturen des Verbands Doping verhindern, der Verband transparent das Thema Doping verfolgt und Doping kontrolliert, aufdeckt und bestraft, aber auch das Dopingprävention geleistet wird.

Bitte beurteilen Sie im Folgenden die Anti-Doping-Arbeit ihres Verbands.
Auch wenn Sie nicht alle Strategien und Maßnahmen in der Anti-Doping-Arbeit ihres Verbands genau kennen sollten, versuchen Sie bitte auf alle Fragen ihre persönliche Einschätzung anzugeben.

[Mein Verband] ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Aufgaben.

[Mein Verband] ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun.

[Mein Verband] hat ein großes Wissen, über die Dinge, die in seiner Sportart gemacht werden müssen.

Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten meines Verbands [Mein Verband].

[Mein Verband] verfügt über spezielle Fähigkeiten.

[Mein Verband] ist sehr gut qualifiziert.

[Mein Verband] ist sehr besorgt um mein Wohlbefinden.

Meine Bedürfnisse und Wünsche sind meinem Verband [Mein Verband] sehr wichtig.

[Mein Verband] passt sehr darauf auf, was mir als Sportler/in wichtig ist.

[Mein Verband] nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um mir als SportlerIn zu helfen.

[Mein Verband] hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.

Ich brauche mich nie fragen, ob [Mein Verband] sein Wort hält.

[Mein Verband] strengt sich sehr an, fair zu sein.

Ich mag die Werte, für die [Mein Verband] einsteht.

Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten meines Verbands [Mein Verband] zu lenken.

[5-Punkt-Likertskala von ‚Stimme überhaupt nicht zu‘ bis ‚stimme vollkommen zu‘]

[Mein Verband] hat neben der Doping-Bekämpfung noch andere Aufgaben, die er zuverlässig und vertrauenswürdig erledigen soll. Für die Athletinnen und Athleten im Verband bedeutet dies, dass diese sich darauf verlassen können, dass bspw. diese Arbeit transparent und korrekt erledigt wird. Bitte beurteilen Sie im Folgenden die Finanzpolitik ihres Verbands. Auch wenn Sie nicht über die Details der Finanzen des Dachverbands Bescheid wissen, bitten wir Sie ihre persönliche Meinung über diesen Aufgabenbereich hier zu benennen.

[Mein Verband] ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Aufgaben.

[Mein Verband] ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun.

[Mein Verband] hat ein großes Wissen, über die Dinge, die in seiner Sportart gemacht werden müssen.

Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten meines Verbands

[Mein Verband].

[Mein Verband] verfügt über spezielle Fähigkeiten.

[Mein Verband] ist sehr gut qualifiziert.

[Mein Verband] ist sehr besorgt um mein Wohlbefinden.

Meine Bedürfnisse und Wünsche sind meinem Verband [Mein Verband] sehr wichtig.

[Mein Verband] passt sehr darauf auf, was mir als Sportler/in wichtig ist.

[Mein Verband] nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um mir als SportlerIn zu helfen.

[Mein Verband] hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.

Ich brauche mich nie fragen, ob [Mein Verband] sein Wort hält.

[Mein Verband] strengt sich sehr an, fair zu sein.

Ich mag die Werte, für die [Mein Verband] einsteht.

Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten meines Verbands [Mein Verband] zu lenken.

[Seite 5]

[5-Punkt-Likertskala von ‚Stimme überhaupt nicht zu‘ bis ‚stimme vollkommen zu‘]
[mein Verband] ist einer von 34 olympischen Spitzenverbänden in Deutschland. Diese Sportorganisationen sind durch den Dachverband, dem DOSB, mit denselben Aufgaben für ihren Sport beauftragt. Deswegen bitten wir Sie im Folgenden ihre Antworten auf die Anti-Doping-Arbeit des deutschen Fußballbunds (DFB) zu beziehen. Geben Sie also im Folgenden ihre Einschätzung zu der Anti-Doping-Arbeit des DFB an.

Der DFB ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Aufgaben.

Der DFB ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun.

Der DFB hat ein großes Wissen, über die Dinge, die in seiner Sportart gemacht werden müssen.

Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten des DFB.

Der DFB verfügt über spezielle Fähigkeiten.

Der DFB ist sehr gut qualifiziert.

Der DFB ist sehr besorgt um das Wohlbefinden seiner Sportler/innen.

Die Bedürfnisse und Wünsche seiner Sportler/innen sind dem DFB sehr wichtig.

Der DFB passt sehr darauf auf, was dem/der Sportler/in wichtig ist.

Der DFB nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um seinen Sportler/innen zu helfen.

Der DFB hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.

Man braucht sich nie fragen, ob der DFB sein Wort hält.

Der DFB strengt sich sehr an, fair zu sein.

Ich mag die Werte, für die der DFB einsteht.

Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten des DFB zu lenken.

[Seite 6]

[mein Verband] genauso wie der DFB stehen im ständigen Konkurrenzkampf zueinander, was Themen wie Image, Mitgliedergewinnung etc. betrifft.

Im Folgenden bitten wir Sie ein Ranking hinsichtlich der Vertrauenswürdigkeit von insgesamt 16 Verbänden zu erstellen. Bitte bewerten Sie, an welcher Stelle Sie die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping-Arbeit des jeweils angegebenen Verbands ranken würden. Geben Sie hierfür eine Zahl von 1 bis 16 (1 = am vertrauenswürdigsten; 16 = am wenigsten vertrauenswürdig) hinter dem jeweiligen Verband an.

[angegebene Verbände]

Bund Deutscher Radfahrer

Bundesverband Deutscher Gewichtheber

Deutsche Eisschnelllauf-Gemeinschaft

Deutsche Triathlon-Union

Deutscher Basketball Bund

Deutscher Boxsport-Verband

Deutscher Fußball-Bund

Deutscher Handball-Bund

Deutscher Kanu-Verband

Deutscher Leichtathletik-Verband

Deutscher Ruderverband

Deutscher Schwimm-Verband

Deutscher Skiverband

Deutscher Tennis Bund

Deutscher Turner-Bund

Deutscher Volleyball-Verband

[Seite 7]

[6-Punkt-Likert-Skala]

Sie haben es schon fast geschafft. Im vorletzten Teil dieser Befragung bitten wir Sie, ihre Einschätzung zu 17 Statements abzugeben. Bitte lesen Sie die Fragen erneut gut durch und beantworten Sie sie wahrheitsgemäß. Bitte bedenken Sie, dass diese Befragung anonym ist und die Antworten nicht zurückverfolgt werden können.

Doping ist notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein.

Doping ist kein Betrug, weil es jeder macht.

Athleten verlieren wegen Verletzungen oft Zeit und Medikamente können helfen, die verloren gegangene Zeit wiedergutzumachen.

Nur die Qualität der Leistung sollte zählen und nicht der Weg, wie Athleten dorthin gekommen sind.

Athleten in meiner Sportart stehen unter Druck leistungssteigernde Mittel einzusetzen.

Athleten, die Entspannungsdrogen (Alkohol, Tabak, Gras etc.) konsumieren, nehmen diese, weil sie ihnen in Sportsituationen helfen.

Athleten sollten sich nicht schuldig fühlen, wenn sie die Regeln zu brechen und leistungssteigernde Mittel zu sich nehmen.

Die mit Doping verbundenen Risiken werden übertrieben.

Athleten haben keine Karriere-Alternativen außer Sport.

Entspannungsdrogen geben die Motivation auf höchstem Niveau sowohl zu trainieren als auch Wettkämpfe zu betreiben.

Doping ist ein unvermeidbarer Teil des Wettkampfsports.

Entspannungsdrogen helfen, Langeweile im Training zu überwinden.

Es gibt keinen Unterschied zwischen Medikamenten, Glasfaserstäben (im Stabhochsprung) oder schnellen Schwimmanzügen, die alle zur Leistungssteigerung eingesetzt werden.

Die Medien sollten weniger über Doping sprechen.

Die Medien blähen das Thema Doping unverhältnismäßig auf.

Gesundheitliche Beeinträchtigungen, die durch hartes Training und Verletzungen entstehen, sind genauso schlimm, wie die durch Doping verursachten.

Die Legalisierung von Doping wäre förderlich für den Sport.

[Seite 8]

Zum Abschluss bitten wir Sie noch folgende anthropometrische Daten auszufüllen. Auch bei diesen Daten erinnern wir Sie nochmals daran, dass diese Befragung anonym ist und die Antworten nicht zurückverfolgt werden.

[Alter]

[Geschlecht]

[Sportart 1]

[Seit wieviel Jahren]

[Höchstes Niveau]

[Gegenwärtiges Niveau]

[Sportart 2]

[Seit wieviel Jahren]

[Höchstes Niveau]

[Gegenwärtiges Niveau]

[Generelles Maß an Vertrauen mit der Frage: Auf einer Skala von 1 (sehr skeptisch) bis 10 (sehr vertrauensselig): Wie würden Sie ihre allgemeine Neigung jemandem zu vertrauen einschätzen?]

[Frage: Kennen Sie jemanden aus dem Vorstand ihres Verbands persönlich? Ja / Nein]

[Seite 9]

Vielen Dank für die Teilnahme an dieser Befragung.
Wenn Sie Kritik oder Fragen zu dieser Befragung haben, hinterlassen Sie bitte hier ihre Emailadresse und ihre Anmerkungen. Wir freuen uns jederzeit über Feedback.

[Emailadresse]

[freies Feld für Anmerkungen]

Wenn Sie an der Verlosung teilnehmen möchten geben Sie bitte hier ihre Emailadresse ein

[Emailadresse]

Fragebogen
Sportpsychologisches Experiment

Liebe/r Teilnehmer/in,

Vielen Dank für die Hilfe bei diesem Experiment!

Ich möchte Sie bitte den folgenden Fragebögen ehrlich auszufüllen. Bitte lesen Sie sich die enthaltenden Aussagen durch und kreuzen Sie zu jeder Antwort immer die Antwortmöglichkeit an, die auf Sie persönlich am besten zutrifft.

Die ermittelten Daten werden selbstverständlich anonymisiert ausgewertet. Damit die verschiedenen Daten derselben Person zugeordnet werden können, aber gleichzeitig eine Identifizierung der Person nicht möglich ist, wird jedem Studienteilnehmer ein Code zugewiesen.

Wir bitten Sie nun, Ihre Einschätzung zu 17 Statements abzugeben.

Bitte lesen Sie die Fragen gut durch und beantworten Sie sie wahrheitsgemäß. Bitte bedenken Sie, dass diese Befragung anonym ist und die Antworten nicht zurückverfolgt werden können.

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme absolut zu
Doping ist notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doping ist kein Betrug, weil es jeder macht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Athleten verlieren wegen Verletzungen oft Zeit und Medikamente können helfen, die verloren gegangene Zeit wiedergutzumachen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nur die Qualität der Leistung sollte zählen und nicht der Weg, wie Athleten dorthin gekommen sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Athleten in meiner Sportart stehen unter Druck leistungssteigernde Mittel einzusetzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme absolut zu
Athleten, die Entspannungsdrogen (Alkohol, Tabak, Gras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

etc.) konsumieren, nehmen diese, weil sie ihnen in Sport-situationen helfen.						
Athleten sollten sich nicht schuldig fühlen, wenn sie die Regeln zu brechen und leistungssteigernde Mittel zu sich nehmen.	<input type="radio"/>					
Die mit Doping verbundenen Risiken werden übertrieben.	<input type="radio"/>					
Athleten haben keine Karriere-Alternativen außer Sport.	<input type="radio"/>					
Entspannungsdrogen geben die Motivation auf höchstem Niveau sowohl zu trainieren als auch Wettkämpfe zu betreiben.	<input type="radio"/>					
Doping ist ein unvermeidbarer Teil des Wettkampfsports.	<input type="radio"/>					
Entspannungsdrogen helfen, Langeweile im Training zu überwinden.	<input type="radio"/>					
Es gibt keinen Unterschied zwischen Medikamenten, Glasfaserstäben (im Stabhochsprung) oder schnellen Schwimmanzügen, die alle zur Leistungssteigerung eingesetzt werden.	<input type="radio"/>					
Die Medien sollten weniger über Doping sprechen.	<input type="radio"/>					
Die Medien blähen das Thema Doping unverhältnismäßig auf.	<input type="radio"/>					
Gesundheitliche Beeinträchtigungen, die durch hartes Training und Verletzungen entstehen, sind genauso schlimm, wie die durch Doping verursachten.	<input type="radio"/>					
Die Legalisierung von Doping wäre förderlich für den Sport.	<input type="radio"/>					

Bitte machen Sie einige Angaben zu Ihrer Athletenidentität.

Schätzen Sie sich bei folgenden Aussagen bitte auf einer Skala von 1 (=trifft gar nicht zu) bis 7 (=trifft voll zu) ein.

	Trifft gar nicht zu						Trifft voll zu
Ich betrachte mich als Sportler/-in.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viele meiner Ziele haben mit Sport zu tun.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die meisten meiner Freunde/-innen sind Sportler/-innen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport ist der wichtigste Teil meines Lebens.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich verbringe mehr Zeit damit, über Sport nachzudenken als über andere Dinge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich muss Sport treiben, um ein gutes Lebensgefühl zu haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere Leute sehen in mir hauptsächlich den Sportler bzw. die Sportlerin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es macht mir zu schaffen, wenn es bei mir im Sport nicht läuft.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In meinem Leben ist Sport das Einzige, das wirklich zählt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wäre ziemlich niedergeschlagen, wenn ich verletzt wäre und keine Wettkämpfe, Spiele, Turniere etc. bestreiten könnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zum Abschluss bitten wir Sie noch, folgende anthropometrische Daten auszufüllen. Auch bei diesen Daten erinnern wir Sie nochmals daran, dass diese Befragung anonym ist und die Antworten nicht zurückverfolgt werden.

Wie alt sind Sie?	_____ Jahre																				
Sind Sie männlich oder weiblich?	<input type="radio"/> männlich <input type="radio"/> weiblich																				
Was ist Ihre Hauptsportart?	_____																				
Wie lange führen Sie diese bereits aus?	_____ Jahre																				
Was ist das höchste Niveau, auf dem Sie je in dieser Sportart aktiv waren?	_____																				
Auf welchem Niveau sind Sie gegenwärtig aktiv?	_____																				
Was ist Ihre zweite Sportart?	_____																				
Seit wie vielen Jahren führen Sie diese aus?	_____ Jahre																				
Was ist das höchste Niveau, auf dem Sie je in dieser Sportart aktiv waren?	_____																				
Auf welchem Niveau sind Sie gegenwärtig aktiv?	_____																				
Auf einer Skala von 1 (sehr skeptisch) bis 10 (sehr vertrauensselig): Wie würden Sie ihre allgemeine Neigung jemandem zu vertrauen einschätzen?	<table border="1"> <thead> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="radio"/>									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10												
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>												
Sind Sie Mitglied eines der präsentierten Sportverbände?	<input type="radio"/> DLV <input type="radio"/> DTB <input type="radio"/> DSB <input type="radio"/> BDR <input type="radio"/> DFB <input type="radio"/> DKV <input type="radio"/> DVDG <input type="radio"/> DJV																				

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Bei Rückmeldungen oder Fragen zu der Studie oder den Ergebnissen können Sie sich gerne an uns wenden:

Dennis Dreiskämper
Arbeitsbereich Sportpsychologie
Westfälische Wilhelms Universität Münster
Leonardo Campus 17 (Raum 1.14)

Postanschrift:
Institut für Sportwissenschaft
Horstmarer Landweg 62b
D-48149 Münster
Tel.: +49 251 83 34893
Dreiskaemper@uni-muenster.de

Fragebogen zur Kampagne „Gemeinsam gegen Doping“

Bitte beurteilen Sie im Folgenden die im Video vorgestellte Kampagne.

	<i>stimme über-</i> <i>haupt</i>					<i>stimme</i> <i>..</i>	
Es werden verschiedene Aspekte des Themas Doping angesprochen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es werden mir genau die Informationen zum Thema Doping geboten, die ich brauche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es stehen unwichtige Dinge im Vordergrund.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Thema Doping wird von mehreren Seiten beleuchtet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kann mich auf die Informationen zum Thema Doping verlassen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Kampagne kann ich mir ein vollständiges Bild über das Thema Doping machen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erhalte alle Hintergrundinformationen zum Thema Doping, die ich benötige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Seite gibt die Dinge so wieder, wie sie sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es wird die ganze Wahrheit berichtet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich halte die gegebenen Informationen zum Thema Doping für vertrauenswürdig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weitere Informationen über spezielle Themen zum Doping halte ich für notwendig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erhalte korrekte Informationen zum Thema Doping, die ich an andere weitergeben kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sportpsychologisches Experiment

Liebe/r Teilnehmer/in,

Vielen Dank für die Hilfe bei diesem Experiment!

Ich möchte Sie bitten, den folgenden Fragebogen ehrlich auszufüllen. Bitte lesen Sie sich die enthaltenden Aussagen durch und kreuzen Sie zu jeder Antwort immer die Antwortmöglichkeit an, die auf Sie persönlich am besten zutrifft.

Die ermittelten Daten werden selbstverständlich anonymisiert ausgewertet. Damit die verschiedenen Daten derselben Person zugeordnet werden können, aber gleichzeitig eine Identifizierung der Person nicht möglich ist, wird jedem Studienteilnehmer ein Code zugewiesen.

Im Folgenden möchten wir von Ihnen gerne wissen, wie Sie **die Anti-Doping Arbeit des Deutschen Leichtathletik-Verbands (DLV)** einschätzen. Bitte lesen Sie sich die Statements gut durch und beantworten Sie sie so gut Sie können. Es geht dabei nicht darum, was sie konkret über die Arbeit wissen, sondern um ihr Empfinden.

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme teilweise zu	Stimme eher zu	Stimme absolut zu
Der DLV ist im Bereich seiner Anti-Doping Arbeit sehr gut qualifiziert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV ist sehr besorgt um das Wohlbefinden seiner Sportler/innen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV strengt sich sehr an. Fair zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV hat ein großes Wissen, über die Dinge, die im Bereich der Anti-Doping Arbeit gemacht werden müssen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Bedürfnisse und Wünsche seiner Sportler/innen sind dem DLV sehr wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man braucht sich nie fragen, ob der DLV sein Wort hält.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er in seiner Anti-Doping Arbeit versucht zu tun.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV passt sehr darauf auf, was s Sportler/in wichtig ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Der DLV ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Anti-Doping Arbeit.	<input type="radio"/>				
Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten des DLVs zu lenken.	<input type="radio"/>				
Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten des DLVs in seiner Anti-Doping Arbeit.	<input type="radio"/>				
Der DLV hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.	<input type="radio"/>				
Der DLV nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um seinen Sportler/innen zu helfen.	<input type="radio"/>				
Der DLV verfügt im Bereich der Anti-Doping-Arbeit über spezielle Fähigkeiten.	<input type="radio"/>				
Ich mag die Werte, für die der DLV einsteht.	<input type="radio"/>				

Wir bitten Sie nun, Ihre Einschätzung zu folgenden 8 Statements abzugeben.

Bitte lesen Sie die Fragen gut durch und beantworten Sie sie wahrheitsgemäß. Bitte bedenken Sie, dass diese Befragung anonym ist und die Antworten nicht zurückverfolgt werden können.

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme teilweise zu	Stimme eher zu	Stimme absolut zu
Doping ist nicht notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doping ist kein Betrug, weil es jeder macht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nur die Qualität der Leistung sollte zählen und nicht der Weg, wie Athleten dorthin gekommen sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Athleten sollten sich schuldig fühlen, wenn sie die Regeln zu brechen und leistungssteigernde Mittel zu sich nehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die mit Doping verbundenen Risiken werden übertrieben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doping ist ein unvermeidbarer Teil des Wettkampfsports.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es gibt keinen Unterschied zwischen Medikamenten, Glasfaserstäben (im Stabhochsprung) oder schnellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Schwimmanzügen, die alle zur Leistungssteigerung eingesetzt werden.

Die Legalisierung von Doping wäre nicht förderlich für den Sport.

Im nächsten Schritt bitten wir Sie, ihre Einschätzung zu den folgenden acht Statements zu geben. Bitte lesen Sie die Fragen gut durch und beantworten Sie sie ehrlich.

	starke Ablehnung	Ablehnung	neutral	Zustimmung	starke Zustimmung
Ich glaube, dass die meisten Menschen im Grunde gute Absichten haben.	<input type="radio"/>				
Im Hinblick auf die Absichten anderer bin ich eher zynisch und skeptisch.	<input type="radio"/>				
Ich glaube, dass man von den meisten Leuten ausgenutzt wird, wenn es zulässt.	<input type="radio"/>				
Ich glaube, dass die meisten Menschen, mit denen ich zu tun habe, ehrlich und vertrauenswürdig sind.	<input type="radio"/>				
Ich werde misstrauisch, wenn mir jemand einen Gefallen tut.	<input type="radio"/>				
Meine erste Reaktion ist es, Menschen zu vertrauen.	<input type="radio"/>				
Ich neige dazu, von anderen das Beste anzunehmen.	<input type="radio"/>				
Ich habe ziemlich viel Vertrauen in die menschliche Natur.	<input type="radio"/>				

Zum Abschluss bitten wir Sie noch, folgende Daten auszufüllen. Auch bei diesen Daten erinnern wir Sie nochmals daran, dass diese Befragung anonym ist und die Antworten nicht zurückverfolgt werden.

Sind Sie Student/-in

- Ja
- Nein

Sind Sie Sportstudent/-in

- Ja
- Nein

Wie alt sind Sie?

_____ Jahre

Sind Sie männlich oder weiblich?

- männlich
- weiblich

Sind sie Leichtathlet/in

- Ja
- Nein

Was ist Ihre Hauptsportart?

Wie lange führen Sie diese bereits aus?

_____ Jahre

Was ist das höchste Niveau, auf dem Sie je in dieser Sportart aktiv waren?

Auf welchem Niveau sind Sie gegenwärtig aktiv?

Sind Sie Mitglied im DLV?

- Ja
- Nein

Kennen Sie Anti-Doping-Kampagnen im Internet?

- Ja: Welche? _____
- Nein

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,

vielen Dank, dass Sie sich für die Teilnahme an unserer Onlinebefragung entschieden haben. Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig und kann jederzeit abgebrochen werden. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und sind vollkommen anonym. Ihre IP-Adresse kann nicht zurückverfolgt werden.

Der folgende Fragebogen dauert **ca. 20 Minuten**.

Die Befragung betrifft das **Vertrauen in Bezug auf die Anti-Doping-Arbeit des deutschen Leichtathletik-Verbands**

Bitte nehmen Sie sich ausreichend Zeit die Fragen zu beantworten. Es gibt *kein Zeitlimit*. Am Ende des Fragebogens besteht die Möglichkeit, kritische Äußerungen und Fragen zum Fragebogen zu äußern.

Viel Spaß bei der Befragung

Verantwortlich für diese Befragung:

Dennis Dreiskämper

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Institut für Sportwissenschaft

Arbeitsbereich Sportpsychologie

Leonardo Campus 17

48149 Münster

dreiskaemper@uni-muenster.de

Sind Sie aktiver Leichtathlet / aktive Leichtathletin?

Ja

Nein

Der Deutsche Leichtathletikverband hat auf seiner Internetpräsenz www.deutscher-leichtathletikverband.de auch eine **Rubrik ‚Anti-Doping‘** geschaltet. Als Mitgliedsverband des Deutschen Olympischen Sportbunds (DOSB) hat der DLV **zentrale Aufgaben in der Dopingbekämpfung**, die auch auf der Homepage dargestellt werden.

Die zentralen Aufgaben der Verbände in der Anti-Doping-Bekämpfung lauten

- (1) Präventionsarbeit im Feld Doping leisten, um ihren Sportlern den Zugang zu einem sauberen und fairen Sport zu ermöglichen,
- (2) Strukturen herstellen, die den unerkannten Einsatz sowie den Einsatz von Doping überhaupt verhindern,
- (3) Aufdeckungsarbeit leisten, wenn Verdachtsfälle des Dopings bestehen und Täter bestrafen.

Im Folgenden zeigen wir Ihnen fünf unterschiedliche Inhalte der Homepage des DLV, die sich mit dem Thema Anti-Doping beschäftigen.

Bitte lesen Sie sich die Beispiele jeweils gut durch. Wenn Sie die Inhalte gelesen haben, kommen Sie durch das Klicken der Taste ‚Weiter‘ zu einer kurzen Befragung, in der Sie die gerade präsentierten Inhalte kurz beurteilen sollen.

Bitte beurteilen Sie im Folgenden die zuvor gezeigten Informationen zum gerade präsentierten Teilbereich des Themas Dopings.

[Items der Kohring Skala (Faktenselektivität (4) Richtigkeit-Korrektheit (3) Richtigkeit-Vollständigkeit (3) → bitte durch randomisieren, 7-stufige Likertskala von ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis ‚stimme voll zu‘]

Es werden verschiedene Aspekte des Themas angesprochen.

Das Thema wird von mehreren Seiten beleuchtet.

Es stehen unwichtige Dinge im Vordergrund.

Die Seite gibt die Dinge so wieder, wie sie sind.

Ich kann mich auf die Informationen verlassen.

Ich erhalte korrekte Informationen, die ich an andere weitergeben kann.

Es wird die ganze Wahrheit berichtet.

Es werden mir genau die Informationen geboten, die ich brauche.

Ich erhalte alle Hintergrundinformationen, die ich benötige.

Durch die Berichterstattung kann ich mir ein vollständiges Bild über das Thema machen.

Weitere Informationen über das spezielle Thema halte ich für notwendig

[ebenfalls 7-er Liker-Skala wie oben]

Ich halte die gegebenen Informationen für vertrauenswürdig.

[ebenfalls 7-er Liker-Skala wie oben]

Im Folgenden möchten wir von Ihnen gerne wissen, wie Sie den deutschen Leichtathletik-Verband hinsichtlich seiner Doping-Strategie im Allgemeinen einschätzen. Bitte lesen Sie sich die Statements gut durch und beantworten Sie sie so gut Sie können.

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme teilweise zu	Stimme eher zu	Stimme absolut zu
Der DLV ist sehr gut qualifiziert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV ist sehr besorgt um das Wohlbefinden seiner Sportler/innen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV strengt sich sehr an, fair zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV hat ein großes Wissen, über die Dinge, die in seiner Sportart gemacht werden müssen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Bedürfnisse und Wünsche seiner Sportler/innen sind dem DLV sehr wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man braucht sich nie fragen, ob der DLV sein Wort hält.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV passt sehr darauf auf, was dem/der Sportler/in wichtig ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mag die Werte, für die der DLV einsteht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten des DLV zu lenken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um seinen Sportler/innen zu helfen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten des DLV.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV verfügt über spezielle Fähigkeiten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der DLV ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Aufgaben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seite 1

[Einführungstext]

Vielen Dank, dass Sie sich für die Teilnahme an dieser Onlinebefragung entschieden haben. Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig und kann jederzeit abgebrochen werden. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und sind vollkommen anonym. Ihre IP-Adresse kann nicht zurück verfolgt werden.

Der folgende Fragebogen dauert ca. 25 Minuten.

Fußball und Doping - wie passt das zusammen? Populäre Dopingfälle mit medialer Brisanz sind den meisten von Ihnen wahrscheinlich hauptsächlich aus den Bereichen des Radsports oder der Leichtathletik bekannt. Ähnlich wie in diesen Bereichen des Sports, geht es allerdings auch im Fußball um das Aufstellen von Bestleistungen, das Erzielen von Rekorden und das endlose Streben nach Gewinnen. Somit erscheint es nicht verwunderlich, dass das Thema Doping auch in dieser Sportart Fuß gefasst hat und die Verbände transparent mit diesem Gegenstand umgehen müssen.

In dieser Studie geht es um die Vertrauenswürdigkeit des Deutschen Fußball Bundes (DFB). Dabei steht die Anti-Doping-Arbeit der verbandeigenen Homepage im Mittelpunkt der Betrachtung.

Die Fragen sind so konzipiert, dass sie jeder - ganz egal, ob Fußballer oder Nicht-Fußballer - beantworten kann. Bitte nehmen Sie sich die Zeit, um die Fragen in Ruhe durchzulesen und zu beantworten. Es gibt kein Zeitlimit. Am Ende der Befragung besteht die Möglichkeit, kritische Äußerungen und Fragen zu dieser Onlinebefragung zu äußern.

Ich wünsche gutes Gelingen und viel Spaß!☺

Verantwortlich für diese Befragung:

Sören Steiner

Wilhelmstraße 34

48149 Münster

E-Mail: soerensteiner@yahoo.de

Bitte beurteilen Sie im Folgenden Ihr Vertrauen in den Deutschen Fußball Bund und dessen Anti-Doping-Arbeit. Auch wenn Sie nicht alle Strategien und Maßnahmen in der Anti-Doping-Arbeit des DFB genau kennen sollten, versuchen Sie bitte auf alle Fragen Ihre persönliche Einschätzung anzugeben. Es ist immer nur EIN Kreuz zulässig.

[bitte die Fragen hinsichtlich der Skalen durchrotieren]

[5-Punkt-Likertskala von „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme vollkommen zu“]

Der DFB ist sehr gut qualifiziert.

Der DFB ist sehr besorgt um das Wohlbefinden seiner Sportler/innen.

Der DFB strengt sich an, fair zu sein.

Der DFB hat ein großes Wissen, über die Dinge, die in seiner Sportart gemacht werden müssen.

Die Bedürfnisse und Wünsche seiner Sportler/innen sind dem DFB sehr wichtig.

Man braucht sich nie fragen, ob der DFB sein Wort hält.

Der DFB ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun.

Der DFB passt sehr darauf auf, was dem/der Sportler/in wichtig ist.

Ich mag die Werte, für die der DFB einsteht.

Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten des DFB zu lenken.

Der DFB nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um seinen Sportler/innen zu helfen.

Der DFB hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.

Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten des DFB.

Der DFB verfügt über spezielle Fähigkeiten.

Der DFB ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Aufgaben.

Bitte bewerten Sie nun, für wie wichtig Sie die folgenden Kriterien im Hinblick auf die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping-Rubrik einer Homepage halten.

[bitte die Kriterien hinsichtlich der Skalen durchrotieren]

[7ner Skala: 1(überhaupt nicht wichtig) 2(nicht wichtig) 3(eher nicht wichtig) 4(neutral) 5(eher wichtig) 6(wichtig) 7(vollkommen wichtig)]

Erreichbarkeit des Themas über die Navigation (z.B. Hauptmenüleiste, Stichwörter, etc)

Vollständigkeit der Informationen

Aktualität der Informationen

Personalisierung der Informationen (z.B. durch Bilder oder Videos)

Struktur der Informationen (z.B. Anordnung von Unterpunkten, Gliederung der Rubrik, etc.)

Umfang der Informationen (z.B. Detailreichtum)

Anschaulichkeit (Übersichtlichkeit z.B. durch Verhältnis: Fließtext - Bilder/Graphiken)

Korrektheit der Informationen (Glaubhaftmachung durch z.B. Siegel oder Zertifikate)

Verständlichkeit der Informationen (z.B. Maß an Fachbegriffen)

Bereitstellung weiterer Materialien (z.B. Links, Downloads)

Als nächstes wird Ihnen ein kurzes Video von der DFB-Homepage gezeigt. Beginnend auf der allgemeinen Startseite führt es Sie zur Anti-Doping-Rubrik hin und anschließend hindurch. Keine Angst, es ist nicht lang! Alles, was Sie tun müssen, ist: gut aufpassen, konzentriert mitlesen und den weiteren Instruktionen folgen. So bekommen Sie einen guten Überblick und können die Homepage anschließend anhand des bereits vorgestellten Kriterienkataloges bewerten.

[Abspielen des Videos]

Bitte bewerten Sie nun anhand des vorgegebenen Kriterienkataloges, ob und in wie weit die DFB-Homepage (bzw. der DFB als deren Betreiber) die einzelnen Kriterien in der eigenen Anti-Doping-Rubrik berücksichtigt und verinnerlicht. Konkret gefragt: Wie sehr sehen Sie die Berücksichtigung der Kriterien in diesem Kontext als erfüllt an?

[bitte die Kriterien hinsichtlich der Skalen durchrotieren]

[7ner Skala: 1(überhaupt nicht erfüllt) 2(nicht erfüllt) 3(eher nicht erfüllt) 4(neutral) 5(eher erfüllt) 6(erfüllt) 7(vollkommen erfüllt)]

Erreichbarkeit des Themas über die Navigation (z.B. Hauptmenüleiste, Stichwörter, etc)

Vollständigkeit der Informationen

Aktualität der Informationen

Personalisierung der Informationen (z.B. durch Bilder oder Videos)

Struktur der Informationen (z.B. Anordnung von Unterpunkten, Gliederung der Rubrik, etc.)

Umfang der Informationen (z.B. Detailreichtum)

Anschaulichkeit (Übersichtlichkeit durch z.B. Verhältnis: Fließtext - Bilder/Graphiken)

Korrektheit der Informationen (Glaubhaftmachung durch z.B. Siegel oder Zertifikate)

Verständlichkeit der Informationen (z.B. Maß an Fachbegriffen)

Bereitstellung weiterer Materialien (z.B. Links, Downloads)

Bitte beurteilen Sie abschließend erneut die Vertrauenswürdigkeit der Anti-Doping-Arbeit des Deutschen Fußball Bundes (DFB).

[bitte die Fragen hinsichtlich der Skalen durchrotieren]

[5-Punkt-Likertskala von „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme vollkommen zu“]

Der DFB ist sehr gut qualifiziert.

Der DFB ist sehr besorgt um das Wohlbefinden seiner Sportler/innen.

Der DFB strengt sich an, fair zu sein.

Der DFB hat ein großes Wissen, über die Dinge, die in seiner Sportart gemacht werden müssen.

Die Bedürfnisse und Wünsche seiner Sportler/innen sind dem DFB sehr wichtig.

Man braucht sich nie fragen, ob der DFB sein Wort hält.

Der DFB ist dafür bekannt, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun.

Der DFB passt sehr darauf auf, was dem/der Sportler/in wichtig ist.

Ich mag die Werte, für die der DFB einsteht.

Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten des DFB zu lenken.

Der DFB nimmt zusätzlich Mühen auf sich, um seinen Sportler/innen zu helfen.

Der DFB hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.

Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten des DFB.

Der DFB verfügt über spezielle Fähigkeiten.

Der DFB ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Aufgaben.

Zum Abschluss bitte ich Sie, noch folgende **anthropometrische Daten** auszufüllen. Auch bei diesen Daten erinnere ich Sie nochmals daran, dass diese Befragung anonym ist und die Antworten nicht zurückverfolgt werden.

Alter: [XX] Jahre

Geschlecht: männlich[X] oder weiblich [X]

Wie häufig gehen Sie pro Tag ins Internet? [X] Mal / Auf wie viele Minuten kommen Sie dabei durchschnittlich am Tag? [XX] Minuten

War Ihnen die Homepage des DFB bereits vor dieser Befragung bekannt? Ja [X] oder Nein [X] / Falls Ja: Wie häufig haben Sie diese bereits besucht? [XX] Mal

[Spielen Sie Fußball? Ja [X] oder Nein [X] / Falls Nein: Bertreiben Sie eine andere Sportart? Ja [X] oder Nein [X] / Falls Ja: Welche? [Sportart X]

Wie oft treiben Sie Sport pro Woche? [XX] Mal

Abschließend würde ich Sie bitten, kurz noch folgende Fragen hinsichtlich Ihrer Einstellung zum Thema Doping zu beantworten.

[bitte die Fragen hinsichtlich der Skalen durchrotieren]

[6-Punkt-Likertskala von „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme absolut zu“]

Doping ist notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein.

Doping ist kein Betrug, weil es jeder macht.

Athleten verlieren wegen Verletzungen oft Zeit und Medikamente können helfen, die verloren gegangene Zeit wieder gut zu machen.

Nur die Qualität der Leistung sollte zählen und nicht der Weg, wie die Athleten dorthin gekommen sind.

Athleten in meiner Sportart stehen unter Druck, leistungssteigernde Mittel einzusetzen.

Athleten, die Entspannungsdrogen (Alkohol, Tabak, Gras, etc.) konsumieren, nehmen diese, weil sie ihnen in Sportsituationen helfen.

Athleten sollten sich nicht schuldig fühlen, wenn sie die Regeln brechen und leistungssteigernde Mittel zu sich nehmen.

Die mit Doping verbundenen Risiken werden übertrieben.

Athleten haben keine Karrierealternativen außer Sport.

Entspannungsdrogen geben die Motivation auf höchstem Niveau sowohl zu trainieren als auch Wettkämpfe zu betreiben.

Doping ist unvermeidbarer Teil des Wettkampfsports.

Entspannungsdrogen helfen, Langeweile im Training zu überwinden.

Es gibt keinen Unterschied zwischen Medikamenten, Glasfaserstäben (im Stabhochsprung) oder schnellen Schwimmanzügen, die alle zur Leistungssteigerung eingesetzt werden.

Die Medien sollten weniger über Doping sprechen.

Die Medien blähen das Thema Doping unverhältnismäßig auf.

Gesundheitliche Beeinträchtigungen, die durch hartes Training und Verletzungen entstehen, sind genauso schlimm, wie die durch Doping verursachten.

Die Legalisierung von Doping wäre förderlich für den Sport.

Seite 9

Vielen Dank für die Teilnahme an dieser Befragung.

Wenn Sie Kritik oder Fragen zu dieser Befragung haben, hinterlassen Sie bitte hier ihre Emailadresse und ihre Anmerkungen. Ich freue mich jederzeit über Feedback!😊

[Emailadresse]

[freies Feld für Anmerkungen]

Das Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit des Deutschen Fußball-Bundes (DFB)

Im Rahmen einer Abschlussarbeit am Institut für Sportwissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster wird das Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) untersucht.

Daher geht es in der folgenden Befragung darum, wie sehr Sie der Arbeit des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) hinsichtlich der Aufdeckung und Bestrafung von Doping (Einnahme von verbotenen Substanzen zur Leistungssteigerung) im deutschen Fußball vertrauen.

Bitte lesen Sie die folgenden Fragen **sorgfältig** durch und beantworten Sie nach Möglichkeit alle Punkte. Ihre Angaben werden anonym und vertraulich behandelt.

Die Befragung kann jederzeit abgebrochen werden. Es gibt keine zeitliche Beschränkung zur Beantwortung der Fragen.

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme teilweise zu	Stimme eher zu	Stimme absolut zu
Der DFB ist sehr kompetent in der Ausführung seiner Tätigkeiten.					
Der DFB ist sehr besorgt um das Ansehen des deutschen Fußballs.					
Der DFB hat einen starken Sinn für Gerechtigkeit.					
Der DFB ist bekannt dafür, in den Dingen erfolgreich zu sein, die er versucht zu tun.					
Die Bedürfnisse und Wünsche der Fußballfans sind dem DFB sehr wichtig.					
Ich brauche mich nie fragen, ob der DFB sein Wort hält.					
Der DFB hat ein großes Wissen über die Dinge, die gemacht werden müssen.					
Der DFB passt sehr darauf auf, was den Fußballfans wichtig ist.					
Der DFB strengt sich im Umgang mit anderen sehr an, fair zu sein.					
Ich bin sehr zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeiten des DFB.					
Der DFB nimmt zusätzliche Mühen auf sich, um der Sportart Fußball zu helfen.					
Ich mag die Werte, für die der DFB einsteht.					

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme teilweise zu	Stimme eher zu	Stimme absolut zu
Der DFB verfügt über spezielle Fähigkeiten, die die sich positiv auf seine Leistungen auswirken.					
Vernünftige Prinzipien scheinen das Verhalten des DFB zu lenken.					
Der DFB ist ein sehr gut qualifizierter Sportverband.					

Die folgenden Fragen dienen dazu, Ihre Einstellung zum Thema Doping zu erheben.

Bitte lesen Sie die Fragen sorgfältig durch und beantworten Sie nach Möglichkeit alle Punkte. Ihre Angaben werden anonym und vertraulich behandelt.

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme absolut zu
Doping ist nicht notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein.						
Doping ist kein Betrug, weil es jeder macht.						
Nur die Qualität der Leistung sollte zählen und nicht der Weg, wie Sportler dorthin gekommen sind.						
Sportler sollten sich schuldig fühlen, wenn sie die Regeln brechen und leistungssteigernde Mittel zu sich nehmen.						
Die mit Doping verbundenen Risiken werden übertrieben.						
Doping ist ein unvermeidbarer Teil des Wettkampfsports.						
Es gibt keinen Unterschied zwischen Medikamenten, Glasfaserstäben (im Stabhochsprung) oder schnellen Schwimmanzügen, die alle zur Leistungssteigerung eingesetzt werden.						
Die Legalisierung von Doping wäre nicht förderlich für den Sport.						

Um die von Ihnen gemachten Angaben angemessen auswerten zu können, geben Sie bitte zum Abschluss des Fragebogens noch einige Daten zu ihrer Person an.
Ihre Angaben werden anonym und vertraulich behandelt.

1. Geschlecht: weiblich männlich

2. Alter: _____

3. Welche Sportart(en) betreiben Sie? _____

4. Auf welcher Leistungsebene betreiben Sie die Sportart(en) derzeit? (Liga) _____

5. Was war die höchste Leistungsebene (Liga) auf der Sie die Sportart(en) betrieben haben? _____

6. Ich bin aktive(r) Fußballer(in): Ja Nein

7. Wie würden Sie ihre generelle Bereitschaft jemandem zu vertrauen auf einer Skala von 1 (Ich bin sehr misstrauisch) bis 10 (Ich bin sehr vertrauensselig) einschätzen?

Ich bin sehr misstrauisch	Ich bin sehr vertrauensselig
<input type="checkbox"/>	

8. Wie würden andere Ihre generelle Bereitschaft jemandem zu vertrauen einschätzen?

Ich bin sehr misstrauisch	Ich bin sehr vertrauensselig
<input type="checkbox"/>	

Vielen Dank für die Beantwortung der Fragen.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit an folgende Adresse wenden: m_ahre07@uni-muenster.de

Code

Ich (Name des Teilnehmers /der Teilnehmerin in Blockschrift)

bin schriftlich über die Studie und den Versuchsablauf aufgeklärt worden. Ich habe alle Informationen vollständig gelesen und verstanden. Sofern ich Fragen zu dieser vorgesehenen Studie hatte, wurden sie zu meiner Zufriedenheit beantwortet.

Mit der beschriebenen Handhabung der erhobenen Daten bin ich einverstanden. Die Aufzeichnung und Auswertung der Daten erfolgt pseudonymisiert, d. h. unter Verwendung einer Nummer und ohne Angabe meines Namens. Es existiert eine schriftliche Kodierliste auf Papier, die meinen Namen mit der Nummer verbindet. Die Kodierliste ist nur dem Versuchsleiter zugänglich und wird nach Abschluss der Datenerhebung gelöscht. Mir ist bekannt, dass ich mein Einverständnis zur Aufbewahrung bzw. Speicherung dieser Daten widerrufen kann, ohne dass mir daraus Nachteile entstehen. Ich bin darüber informiert worden, dass ich jederzeit eine Löschung all meiner Daten verlangen kann, solange die Kodierliste existiert. Ich bin einverstanden, dass anonymisierte Daten zu Forschungszwecken weiter verwendet werden können und gespeichert werden.

Ich bin bereit, an der genannten Studie teilzunehmen. Ich weiß, dass die Teilnahme an der Studie freiwillig ist und ich die Teilnahme jederzeit ohne Angaben von Gründen beenden kann.

Ort, Datum & Unterschrift des Teilnehmers

Ort, Datum & Unterschrift des Versuchsleiters:

Bei Fragen oder anderen Anliegen kann ich mich an folgende Personen wenden:

Projektleitung: *Dennis Dreiskämper (dreiskaemper@uni-muenster.de)*

QUITTUNG

Hiermit bestätige ich, dass ich an einem sportpsychologischem Experiment am Institut für Sportwissenschaft, Arbeitsbereich Sportpsychologie, teilgenommen und als Aufwandsentschädigung 8,50 Euro in bar erhalten habe.

Name, Vorname (in Druckbuchstaben)

Adresse

E-Mail:

Betrag erhalten: 8,- Euro

Ort, Datum

Unterschrift

Projektleiter:

Dennis Dreiskämper

Leonardo Campus 17

+49 251 83 34893

dreiskaemper@uni-muenster.de

V. Erklärungen

S. 283 – 284	Erklärungen zu den Manuskripten
S. 284	Erklärung zur Eigenständigkeit
S. 284	Persönliche Erklärungen nach §5 Promotionsordnung
S. 285	Curriculum Vitae mit Schriftenverzeichnis

Erklärungen zu den Studien (analog zur Eigenanteilserklärung)

Studie 1

Die Studie wurde unterstützt durch eine Masterarbeit von Frau Ellen Rüger. Idee, Projektplanung, Programmierung der Onlineplattform, Auswertung und Verschriftlichung erfolgten ausschließlich durch mich. Frau Rüger war für die Datenerhebung zuständig und analysierte die Daten separat für ihre Masterarbeit.

Studie 2

Die Idee zur Studie, methodische Planung, Vorbereitung und Durchführung sowie die Auswertung und Analyse der Ergebnisse und deren Verschriftlichung im Rahmen dieser Arbeit erfolgten durch mich. Bei der Vorbereitung und Durchführung des Experiments unterstützte Rita Wissmann als studentische Hilfskraft.

Studie 3

Die Studie wurde unterstützt durch die Masterarbeit von Frau Rita Wissmann. Die Idee, der methodische Ansatz und das theoretische Konstrukt der Arbeit stammen von mir. Frau Wissmann und ich führten die Projektplanung und -durchführung gemeinsam aus. Die Ergebnisauswertung und die Verschriftlichung erfolgten eigenständig durch mich, Frau Wissmann nutzte die Daten für ihre Masterarbeit separat.

Studie 4.

Die Idee zur Studie, methodische Planung, Vorbereitung und Durchführung sowie die Auswertung und Analyse der Ergebnisse und deren Verschriftlichung im Rahmen dieser Arbeit erfolgten durch mich. Bei der Vorbereitung und Durchführung des Experiments unterstützte Rita Wissmann als studentische Hilfskraft.

Studie 5

Die Arbeit wurde durch die Bachelorarbeiten von Herrn Sören Steiner und Frau Christina Dreßler unterstützt.

Die Idee für beide Teilstudien, das theoretische Konstrukt, die methodische Planung sowie die Planung des Experiments geschah durch mich. Herr Steiner (Studie 5.1.) und Frau Dreßler (Studie 5.2.) führten die Erhebungen unter meiner Leitung durch und nutzten die Daten für ihre Abschlussarbeiten. Die Auswertung der Ergebnisse und Verschriftlichung erfolgte durch mich ohne weitere Hilfe durch die Bachelor-Kandidaten.

Studie 6

Die Arbeit wurde durch die Masterarbeit von Herrn Matthias Ahrendt unterstützt. Idee, Projektplanung, Programmierung der Onlineplattform, Auswertung und Verschriftlichung erfolgten ausschließlich durch mich. Herr Ahrendt war für die Datenerhebung zuständig und analysierte die Daten separat für seine Masterarbeit.

Post Hoc Studie

Die Zusammenstellung der Daten, die Re-Analyse der Ergebnisse, sowie die Verschriftlichung erfolgten durch mich. In den Gesamtdatensatz flossen Daten ein, die in Bachelor- und Masterarbeiten erhoben wurden sowie Daten aus Studien, für die Katharina Pöppel verantwortlich war. Diese Daten wurden separat im Hinblick auf die Fragestellungen der jeweiligen Arbeiten ausgewertet.

Für die gemeinsame Nutzung der Ergebnisse liegen für alle Studien Einverständniserklärungen der Abschlusskandidat*innen vor.

Hiermit versichere ich die Richtigkeit der Angaben zu den Eigenanteilen an den Studien dieser Arbeit

Münster, den 16.12.2014

Dennis Dreiskämper

Erklärung zur Eigenständigkeit der Arbeit

Hiermit versichere Ich,

dass ich die vorgelegte Dissertation selbst und ohne unerlaubte Hilfe angefertigt habe,

dass ich alle in Anspruch genommenen Quellen und Hilfsmittel in der Dissertation angegeben habe

dass ich die Dissertation nicht bereits anderweitig als Prüfungsarbeit vorgelegen habe.

Münster, den 16.12.2014

Dennis Dreiskämper

Persönliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich nicht wegen eines Verbrechens, zu dem ich meine wissenschaftliche Qualifikation missbraucht habe, verurteilt (§ 6 (3) Promotionsordnung) wurde.

Münster, den 16.12.2014

Dennis Dreiskämper

Curriculum Vitae - Dennis Dreiskämper

Hörsterstraße 17
48143 Münster

0251 / 62 52 777
Dreiskaemper@uni-muenster.de

Daten

Vollständiger Name: Dennis Benjamin Dreiskämper

Geboren am 08.03.1985

In Nordhorn / Niedersachsen

Staatsbürgerschaft: Deutsch

Eltern: Bernhard Dreiskämper (geb. 28.04.1940) und Maria Dreiskämper, geb. Freke (geb. am 19.09.1942)

Schulischer Werdegang

1991 – 1995	Waldschule Nordhorn
1995 – 1997	Orientierungsstufe „Freiherr vom Stein“ Nordhorn
1997 – 2004	Gymnasium Nordhorn
2004	Abitur (2,0)

Studium

10/05 – 09/09	Bachelor-Student an der WWU Münster Fächer Latein, Sport und Geschichte Studiengang Bachelor 2-Fach mit Erweiterungsfach Abschluss mit der Note „Gut“ (2,2) und Bachelorarbeit mit dem Thema „Zum Einfluss von globalen und lokalen Bewegungsinformationen zur Vorhersage der Schlagrichtung beim Tennisaufschlag“ („Sehr Gut“ (1,0))
10/09 bis 03/11	Master of Education Studium der Fächer Latein und Sport (Nebenfach Geschichte) an der WWU Münster, Abschluss mit der Note „Gut“ (1,8), Masterarbeit zum Thema „Zum Einfluss der Trikotfarben Rot und Blau auf die Leistung im Kampfsport“ („Sehr Gut“ (1,0))
Seit 04/2011	Promotionsstudium an der WWU Münster mit dem Hauptfach Sportwissenschaft (Betreuer: Prof. Dr. Maïke Tietjens, Prof. Dr. Bernd Strauß, Prof. Dr. Bernd Blöbaum).
Seit 06/2012	extern finanzierter Doktorand im DFG-Graduiertenkolleg „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt“

Beruflicher Werdegang

03/2011	wiss. Hilfskraft (1/2 Stelle) im Arbeitsbereich Sportpsychologie, Institut für Sportwissenschaft, WWU Münster
04/2011 – 09/2013	wiss. Mitarbeiter (1/2 Stelle) im Arbeitsbereich Sportpsychologie, Institut für Sportwissenschaft, WWU Münster im Drittmittelprojekt ‚Sicherheit im Sportstudium‘ in Kooperation mit der Unfallkasse NRW
Seit 04/2011	wiss. Mitarbeiter (1/4 bzw. 1/2 Stelle) im Arbeitsbereich Sportpsychologie in den Drittmittelprojekten ‚hcsc - healthy children in sound communities‘ und ‚Gesunde Kinder in Gesunden Kommunen (gkgk) in Kooperation mit dem WGI, Essen (Prof. Dr. Roland Naul).
Seit 10/2013	wiss. Mitarbeiter (1/2 Stelle) im Arbeitsbereich Sportpsychologie im Drittmittelprojekt „Aufbau des Hochschulsports an der Hochschule Hamm-Lippstadt“ und in diesem Rahmen Hochschulsportbeauftragter an der Hochschule Hamm-Lippstadt

(Neben-)Beruflicher Werdegang

2001 – 2004	diverse ehrenamtliche Aktivitäten in der Schülervertretung des Gymnasiums Nordhorn (Schülerrat, Schülersprecher, Konzeptgruppe, Schulprogramm, Mitarbeit an Hilfsprojekten)
2003 – 2005	Tennistrainertätigkeit beim TC Rot Gelb Bad Bentheim
2004 – 2005	Zivildienst im heilpädagogischen Kindergarten Regenbogen der Lebenshilfe gGmbH Nordhorn
2004 – 2005	Handballjugendtrainer bei der HSG Nordhorn e.V.
05-07/2005	freiwilliges Praktikum bei der Lebenshilfe Nordhorn gGmbH
2005 – 2010	Unterschiedliche studiumsbezogene Praktika in verschiedenen Schulen
2006 – 2011	Tätigkeit im Betreuungsbereich der Lebenshilfe Nordhorn gGmbH (F.E.D.)
2007 - 2013	Leichtathletik-Trainer im Hochschulsport der WWU Münster
Seit 2007	Kinder- und Jugendtrainer bei der TG Münster (Leichtathletik)
Seit 2008	Spartenleiter Leichtathletik in der TG Münster
01/2009 – 02/2011	studentische Hilfskraft im Arbeitsbereich Sportpsychologie der WWU Münster (Mitarbeit in Projekten von Prof. Dr. Bernd Strauß, Prof. Dr. Norbert Hagemann, Prof. Dr. Maike Tietjens
02/2010 – 10/2011	Vorstandsmitglied der LG RATIO Münster, Sportwart Nachwuchs

Sprachen

Deutsch:	fließend in Wort und Schrift
Englisch:	fließend in Wort und Schrift
Niederländisch	erweiterte Grundkenntnisse
Französisch	Basiskenntnisse
Referenzen	Großes Latinum Graecum

Sonstiges

Sportarten aktiv	Tennis, Leichtathletik, Handball
PC-Kenntnisse	Microsoft Office IBM.SPSS Adobe Premiere Pro IBM.AMOS mPlus Inquisit 4.0

Preise

2010	Ehrenamtspreis des StadtSportbunds Münster für ehrenamtliches Engagement im Sport
2014	Best Poster Award auf der asp-Jahrestagung 2014, 2. Platz für den Beitrag Pöppel, K., Dreiskaemper, D., & Hoof, M. (2014) „Ich bin sauber“?! - Die Wirkung von Anti-Doping Statements in Abhängigkeit vom Medienkanal über den sie verbreitet werden.

Lehre

In den letzten Semestern habe ich mich in der Lehre in folgenden Bereichen engagiert: Sportpsychologie, Entwicklung und Lernen, Soziale Prozesse, Einführung in die Sportwissenschaft, Forschungsmethoden in der Sportpsychologie, Stress und Burnout in Schule, Sport und Verein, Notengebung und Beurteilungsfehler, Doping und Vertrauen. In diesem Zusammenhang habe ich insgesamt neun Masterarbeiten betreut sowie 22 Bachelorarbeiten betreut und begutachtet.

Mitgliedschaften

Deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft (dvs)
Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie in Deutschland (asp)
International Association for Physical Education (AIESEP)
Canadian Society for Psychomotor Learning and Sport Psychology (SCAPPS)

Gutachtertätigkeiten

Psychology of Sport and Exercise
Journal of Sport Science
Perceptual and Motor Skills

Schriftenverzeichnis

Aufsätze (Zeitschriften)

- Dreiskaemper, D., & Naul, R. (in press.). Gesunde Kinder in gesunden Kommunen. *Betrifft sport*. 6, 2014, 10-16.
- Dreiskaemper, D., Strauss, B., Hagemann, N., & Buesch, D. (2013). Influence of Red Jersey Color on Physical Parameters in Combat Sports. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 35(1), 44-49.
- Naul, R., & Dreiskaemper, D. (2013). Gesunde Kinder in gesunden Kommunen (gkgk). Kommunal vernetzte Gesundheitsförderung zwischen Schule und Sportverein. *Schule NRW*, 65 (7), 324-326.
- Naul, R., Schmelt, D., Dreiskaemper, D., Hoffmann, D., & L'Hoir, M. (2012). "Healthy children in sound communities" (HCSC/ gkgk) – a Dutch-German community-based network project to counteract obesity and physical inactivity.. *Family Practice*, 29(2), 110 -114.
- L'Hoir, M., Vlasblom, M., Boere-Boonekamp, P., Dommelen, P. van, Schmelt, D., Dreiskaemper, D., & Naul, R. (2012). Slaap en overgewicht in Europees onderzoek. *tijdschrift voor jeugdgezondheidszorg*, 44(6), 102-105.

Buchbeiträge (Sammel- Herausgeberbände)

- Naul, R., Dreiskaemper, D., & Hoffmann, D. (2014). *Physical and Health Education in Germany: From School Sports to Local Networks for Healthy Children in Sound Communities*. In Chin, M-K., & Edginton, C. (Eds.), *Physical Education and Health - Global Perspectives and Best Practice*, p. 191-204.: Sagmore.
- Naul, R., Schmelt, D., Hoffmann, D., & Dreiskaemper, D. (2012). "Gesunde Kinder in gesunden Kommunen" (gkgk) Ein deutsch-niederländisches Interventionsprojekt zur Förderung eines aktiven Lebensstils. In Ichiba, T. (Hrsg.) *Das 7. Deutsch-Japanische Symposium: Japan und Deutschland in der Globalisierung des Sports und der Sportwissenschaft*, p. 135-158.

Aufsätze (Konferenz)

- Utesch, T., Strauss, B., Tietjens, M., Dreiskaemper, D., & Naul, R. (2014) Using Rasch Measurement to Model a Physical Ability Scale for German Six- to Nine-Year-Old Students. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 36, 75.
- Dreiskaemper, D., & Naul, R. (2014) 'Healthy children in sound communities' - Motor development in intervention program in primary schools. In *AIESEP World Congress*, Auckland, Neuseeland.
- Dreiskaemper, D., Strauss, B., & Tietjens, M., (2014) Trust of athletes into their sport federation. In *AIESEP World Congress*, Auckland, Neuseeland
- Dreiskaemper, D., & Pöppel, K. (2014) Positionsreferat: Vertrauen als Variable im Kampf gegen Doping. In Frank R. et al (Hrsg.) *Performing Under Pressure.*, S. 21. Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., Tietjens, M., & Strauss B. (2014) Trustworthiness of Anti-Doping Work of Sport Federations. In *EASM Conference 2014*, Coventry, UK.
- Dreiskaemper, D., Tietjens, M., Freund, P.A., Honemann, S., & Naul R. (2013) Validierung eines Fragebogens zum physischen Selbstkonzept im Kindesalter PSK-K. In Stoll, O., Lau, A., Moczall, S. (Hrsg.) *Angewandte Sportpsychologie.*, S. 120. Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., Naul, R., & L'Hoir, M. (2013) Healthy Children in Healthy Communities – Concept, Strategy and Results. In *TAFISA World Congress*, Enschede, Netherlands.
- Dreiskaemper, D., Tietjens, M., & Strauss, B.,. (2013) Vertrauen in die Anti-Doping-Arbeit von Sportverbänden. In Mess F, Gruber M, Woll A (Hrsg.) *Sportwissenschaft grenzenlos.*, S. 45. Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., & Naul R. (2013) Was hängt mit motorischen Leistungen und BMI im Projekt "Gesunde Kinder in gesunden Kommunen (gkgk)" zusammen?. In Mess F, Gruber M, Woll A (Hrsg.) *Sportwissenschaft grenzenlos?!*, S. 240. Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., & Tietjens, M. (2013) 'Halb so wild' - Wie schätzen Sportstudierende Verletzungen ein und wie gehen sie mit Verletzungen um?. In Mess F, Gruber M, Woll A (Hrsg.) *Sportwissenschaft grenzenlos?!*, S. 205. Hamburg: Czwalina.

- Riedl D, Dreiskaemper, D., & Strauss, B. (2013) Der Einfluss von Spielverläufen auf Entscheidungssituationen im Sport. In Stoll, O., Lau, A., Moczall, S. (Hrsg.) *Angewandte Sportpsychologie.*, S. 107. Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., Naul, R., Schmelt, D. & Hoffmann, D. (2012) Social Effects of Intervention Project HCSC. In *ICSEMIS 2012*, Glasgow, Great Britain.
- Dreiskaemper, D., Naul, R., Schmelt, D., & Hoffmann, D. (2012) Gesunde Kinder in Gesunden Kommunen: Entwicklung der motorischen Fähigkeiten und Zusammenhänge mit sozialen Komponenten des Interventionsprojekts. In Halberschmidt B, Strauss, B., Tietjens M (Hrsg.) *Development through sport and renewing its cultural value.* Münster.
- Dreiskaemper, D., Naul, R., Schmelt, D., & Tietjens, M., (2012) Das physische Selbstkonzept von Grundschulkindern im Projekt 'gkgk'. In Wegner, M., Brückner, J.-P. & Kratzenstein, S. (Hrsg.) *Sportpsychologische Kompetenz und Verantwortung, 44. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie (asp)* vom 17. bis 19.05.2012, in Kiel/Oslo, S. 21. Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., Schmelt, D., & Hoffmann, D. (2012) Healthy children in sound communities (hcsc) - strategy and outcome community networking in Germany. In *Global Forum of Physical Education and Pedagogy* (9.-11.05.2012), Velen, Germany.
- Riedl D, Dreiskaemper, D., & Strauss, B. (2012) Spielverläufe im Fußball: Auslöser für 'choking under pressure'?. In Wegner, M., Brückner, J.-P. & Kratzenstein, S. (Hrsg.) *Sportpsychologische Kompetenz und Verantwortung, 44. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie (asp)* vom 17. bis 19.05.2012, in Kiel/Oslo, S. 21. Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., Hagemann N, & Strauss, B. (2011) Der Einfluss roter Trikots auf physiologische Parameter bei einer Kampfsportaufgabe. In Ohlert, J. & Kleinert, J. (Hrsg.) *Sport Vereint. 43. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie*, Köln. S.33, Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D., Schmelt, D., Hoffmann, D., & Naul, R. (2011) „Gesunde Kinder in gesunden Kommunen“ (gkgk) – ein kommunales Interventionsprojekt zwischen Schule, Sportverein und Kommune zur Förderung eines aktiven Lebensstils.. In Hottenrott, K., Stoll, O. & Wollny, R. (Hrsg.) *Kreativität – Innovation – Leistung. 20. Sportwissenschaftlicher Hochschultag der dvs*, Halle/Saale, S.113, Hamburg: Czwalina.
- Dreiskaemper, D. & Naul, R. (2011). (2011) HCSC – the EU-based preparatory work project (2009-2011): physical and motor development of young European children com-

pared to normal weight and obese parents.. In *7. Jahrestagung der europäischen HEPA vom 10. bis 12.10.2011*, Amsterdam (Niederlande).

Kurzbeiträge (Poster)

Naul, R., Heemsoth, S., & Dreiskaemper, D. (2014) Healthy children in sound communities – The Influence of a Multi-Component Intervention on Overweight and Obese Children. In: *HEPA 2014*, Zürich, Schweiz.

Dreiskaemper, D., & Naul, R. (2014) Motorische Entwicklung, Selbstkonzept und Gruppenklima im Interventionsprojekt ‚Gesunde Kinder in gesunden Kommunen‘. In Frank, R., Nixdorf, I., Ehrlenspiel u. a. (Hrsg.) *Performing Under Pressure.*, S. 161. Hamburg: Czwalina.

Pöppel, K., Dreiskaemper, D., & Hoof, M. (2014) „Ich bin sauber“!?! - Die Wirkung von Anti-Doping Statements in Abhängigkeit vom Medienkanal über den sie verbreitet werden. In Frank, R., Nixdorf, I., Ehrlenspiel u. a. (Hrsg.) *Performing Under Pressure*, S. 194. Hamburg: Feldhaus Edition Czwalina.

Dreiskaemper, D., l'Hoir, M., & Naul, R. (2014) ‚Healthy Children in Sound Communities‘ – a longitudinal intervention and control study about BMI and physical fitness development of primary school children in the Dutch municipality of Cuijk. In *HEPA 2014*, Zürich, Schweiz.

Naul, R., Dreiskaemper, D., & Tietjens, M., (2013) ‚Healthy Children in Sound Communities‘ (HCSC) – Community Investment in Physical Education and Youth Sport Programmes. In *UNESCO MINEPS V Conference*, Berlin.

Dreiskaemper, D., Poeppe, K., & Strauss B. (2013) Trust in Sports - Validation of a Trust Scale for Sport Context. In *The ISSP 13th World Congress of Sport Psychology*, Beijing, China.

Dreiskaemper, D., & Tietjens, M., (2013) "Das war halt Pech": Die Attribution von Verletzungsursachen bei Sportstudierenden in NRW. In Stoll, O., Lau, A., & Moczall, S. (Hrsg.) *Angewandte Sportpsychologie.*, S. 152. Hamburg: Czwalina.

Dreiskaemper, D., Naul, R., & Tietjens, M., (2013) ‚Healthy Children in Sound Communities‘ – Motor Development Intervention Program in Primary Schools. In *The ISSP 13th World Congress of Sport Psychology*, Beijing, China.

Dreiskaemper, D., Pöppel, K. & Strauss, B. (2013) Vertrauen im Sport: Validierung einer Skala zur Messung von Vertrauen. In Stoll, O., Lau, A. & Moczall, S. (Hrsg.) *Angewandte Sportpsychologie.*, S. 151. Hamburg: Czwalina.

Dreiskaemper, D., Strauss, B., & Hagemann, N. (2012) Red-Colored Outfits enhance Heart Rate and Strength in a Combat Sport. In *SCAPPS-Conference 2012*, Halifax, Canada.

Dreiskaemper, D., Hagemann, N., Canal-Bruland, R., Loffing, F., & Williams, M.A. (2011) Globale und lokale Informationsaufnahme beim Tennisaufschlag.. In In Ohlert, J. & Kleinert, J. (Hrsg.) *Sport Vereint*. 43. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie, Köln. S.32, Hamburg: Czwalina.

Dreiskaemper, D., Hagemann, N., & Strauss, B. (2011) The influence of red t-shirt color on physical parameters in a combat sport.. In *13. FEPSAC-Tagung vom 12. bis 17.07.2011*, Funchal / Madeira / Portugal.

Hagemann, N., Dreiskaemper, D., Canal-Bruland, R., Loffing, F., & Williams, M.A. (2010) Global vs. local perception when making anticipating judgments: An investigation using the moving window paradigm. In *NASPSPA Conference 2010, Tuscon AZ, US*.

Varia

Dreiskaemper, D., Rienhoff, R. & Wehrmann, M.C. (2012). Human Performance, Well-Being and Health. Bericht zur 13. FEPSAC-Konferenz auf Madeira/Portugal 2011.. *Zeitschrift für Sportpsychologie*, 19(1), 48.

Rienhoff R., Dreiskaemper D., & Preis, F. (2011). Don't perrish – publish. Asp Forschungswerkstatt 2011.. *Zeitschrift für Sportpsychologie*, 18(4), 163.

Eingereichte Manuskripte

Dreiskaemper, D., Tietjens, M., Hohnemann, S., Naul., R., & Freund, P.A. (subm.). PSK-Kinder - Ein Fragebogen zur Erfassung des physischen Selbstkonzepts von Kindern im Grundschulalter. *Zeitschrift für Sportpsychologie*.