



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr/Frau  
**Benjamin Fritzenschaft**

**Die Print-Berichterstattung über  
die Randsportarten in Hamburg**

2016

---

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Die Print-Berichterstattung über die Randsportarten in Hamburg**

Autor:  
**Herr Benjamin Fritzenschaft**

Studiengang:  
**Sportjournalismus/ Sportmanagement**

Seminargruppe:  
**AM13wJ3-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

Zweitprüfer:  
**Peter Krebs**

Einreichung:  
Stade, 07.06.2016

---

# **BACHELOR THESIS**

---

## **The print-coverage of fringe sport in Hamburg**

author:

**Mr. Benjamin Fritzenschaft**

course of studies:

**Sportjournalismus/ Sportmanagement**

seminar group:

**AM13wJ3-B**

first examiner:

**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

second examiner:

**Peter Krebs**

submission:

Stade, 07.06.2016

**Bibliografische Angaben:**

Nachname, Vorname: Fritzenschaft, Benjamin

**Die Print-Berichterstattung über die Randsportarten im Vergleich zum Profifußball in Hamburg**

Topic of thesis

2016 - 63 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2016

**Abstract**

Die vorliegende Arbeit behandelt die Sportberichterstattung der größten hamburger Tageszeitungen. Mithilfe eines Zeitungsvergleich soll gezeigt werden, wie die Hamburger Morgenpost, das Hamburger Abendblatt und die Bild Zeitung die Randsportarten im Vergleich zum Profifußball repräsentieren. Wert wird hier sowohl auf die Qualität als auch die Quantität gelegt. Da es sich bei den Zeitungen um zwei Boulevardzeitungen (Bild und Morgenpost) und um eine Abonnentenzeitung (Abendblatt) handelt wird auch zwischen den Zeitungsarten ein Vergleich angestellt.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Definitionen.....	2
1.1.1 Tageszeitung.....	2
1.1.2 Randsportart.....	4
1.2 Historische Entwicklung des Sports in der Tagespresse.....	5
1.3 Entwicklung der Tagespresse seit 1945.....	7
1.4 Inhalt und Relevanz des Sportteils.....	10
1.5 Gegenwärtige Situation des Zeitungsmarktes.....	12
<b>2 Datenmaterial.....</b>	<b>15</b>
2.1 Bild.....	15
2.2 Hamburger Abendblatt.....	16
2.3 Hamburger Morgenpost.....	18
<b>3 Darlegung der Untersuchungsmethode.....</b>	<b>19</b>
3.1 Untersuchungsmethode.....	19
3.2 Untersuchungsgegenstand.....	21
3.3 Forschungsleitende Fragen.....	22
3.4 Hypothesen.....	22
3.5 Die untersuchten Merkmale.....	23
<b>4 Präsentation und Evaluierung der Ergebnisse.....</b>	<b>24</b>
4.1 Themenbereiche.....	24
4.2 Verwendung von Bildern und Statistiken.....	28
4.3 Unterhaltungswert.....	29
4.4 Textarten.....	30
4.5 Relevanz von Erfolg und Misserfolg bei den Randsportarten.....	32
4.6 Themen.....	37
<b>5 Prüfung der Hypothesen.....</b>	<b>39</b>

<b>6 Fazit.....</b>	<b>44</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>X</b>
<b>Anlagen.....</b>	<b>XII</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung.....</b>	<b>XVI</b>

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gesamtzahl der Artikel über Fußball und Randsportarten.....	26
Abbildung 2: Über welche Bereiche berichten die einzelnen Zeitungen wie oft.....	27
Abbildung 3: Fußball: Artikel mit oder ohne Bild.....	28
Abbildung 4: Randsportarten: Artikel mit oder ohne Bild.....	28
Abbildung 5: Unterhaltungswert der Artikel mit Fußballthema.....	29
Abbildung 6: Unterhaltungswert der Artikel mit Randsportartenthema.....	29
Abbildung 7: Artikelart der Artikel über den Bereich Fußball.....	30
Abbildung 8: Artikelart der Artikel über den Bereich Randsportarten.....	30
Abbildung 9: Arten der Artikel über Randsportarten.....	31
Abbildung 10: Bebilderung der Randsportarten bei Erfolg/Misserfolg.....	32
Abbildung 11: Bild-Zeitung: Bebilderung bei den Artikeln über Erfolg/Misserfolg bei den Randsportarten.....	33
Abbildung 12: Abendblatt: Bebilderung bei den Artikeln über Erfolg/Misserfolg bei den Randsportarten.....	33
Abbildung 13: Morgenpost: Bebilderung bei den Artikeln über Erfolg/Misserfolg bei den Randsportarten.....	34
Abbildung 14: Artikelart bei Erfolg/Misserfolg.....	35
Abbildung 15: Bild-Zeitung: Art der Artikel die über Erfolg/Misserfolg berichten bei den Randsportarten.....	35
Abbildung 16: Abendblatt: Art der Artikel die über Erfolg/Misserfolg berichten bei den Randsportarten.....	36
Abbildung 17: Morgenpost: Art der Artikel die über Erfolg/Misserfolg berichten bei den Randsportarten.....	36
Abbildung 18: Bild: Themen der gesamten Sportartikel.....	37

---

Abbildung 19: Abendblatt: Themen der gesamten Sportartikel.....	37
Abbildung 20: Morgenpost: Themen der gesamten Sportartikel.....	38
Abbildung 21: Boulevardzeitungen: Themen der gesamten Sportartikel.....	38



# 1 Einleitung

Der Sportteil ist seit langer Zeit ein wichtiger Bestandteil jeder Zeitung. Für viele, insbesondere männliche Leser ist der Sportteil das größte Kaufargument. Auch die Diskussionen mit Freunden, Arbeitskollegen oder Bekannten bestehen überwiegend aus Sportthemen. In der Vergangenheit wurde allerdings auch häufig Kritik an den Sportteilen geäußert. Vor allem die starke Konzentration auf die Bundesliga und „König Fußball“ im allgemeinen gefällt einem Teil der Leserschaft nicht. Man wünscht sich zunehmend mehr von den kleinen Sportarten, mehr Randsport!

Aber mangelt es den Zeitungen wirklich an Artikeln zu den Randsportarten? Behandeln alle Zeitungen die Randsportarten gleich? Wird der Fußball grundsätzlich mit mehr Aufmerksamkeit und Zuneigung aufgearbeitet? Diese Fragen sollen in der vorliegenden Arbeit beantwortet werden. Um dieses Vorhaben zu bewerkstelligen werden zuerst die Begriffe Tageszeitung und Randsportart klar definiert. Zudem findet eine Darstellung der historischen Entwicklung der Beziehung zwischen Sport und Tageszeitungen statt. Nach einer Vorstellung des Datenmaterials, der Untersuchungsmethode und des Untersuchungsgegenstands werden die Ergebnisse der Codierung präsentiert und evaluiert. Nach einer Überprüfung der Hypothesen folgt abschließend dann ein Fazit, welches die anfangs gestellten Fragen beantwortet und die weitere Zukunft der Tageszeitungen einschätzt.

Um die Zeitungen vergleichen zu können, wurde der Untersuchungszeitraum auf Februar 2015 eingegrenzt. In diesem Zeitraum fanden keine großen Sportveranstaltungen wie Olympische Spiele, Fußball-Welt- oder Europameisterschaften statt. Deswegen ist davon auszugehen, dass die Redaktionen alle Sportarten mit der normalen Aufmerksamkeit verfolgten. Dies ist wichtig für diese Arbeit, damit ein möglichst objektiver Vergleich erstellt werden kann.

Das Ziel dieser Arbeit wird es die Berichterstattung der drei genannten hamburger Zeitungen über die Randsportarten mit der Berichterstattung über Fußball zu vergleichen und etwaige Gemeinsamkeiten oder Unterschiede darzustellen. Verglichen wird sowohl die Quantität als auch die Qualität der Darstellung.

Einen weiteren Untersuchungspunkt liefert Professor Doktor Thomas Horky: „Die Sportberichterstattung der Bild-Zeitung ist demnach geprägt durch bürgerliche Leistungsideologien, sie dient nicht der Aufklärung, sondern der Unterhaltung. Sport wird

dort zu einem Konsumartikel, die Sportberichterstattung baut Sportler als Idole auf [...]. Demnach wird oft mit Emotionen gespielt, es wird auf Nationalitäten, auf Mitleid, auf Anklage gegen Versagen, auf Miterleben mit dem Erfolgreichen gesetzt und in der Berichterstattung wird an bestehende Dispositionen knüpft.“<sup>1</sup> Wie hier beschrieben sieht Horky vor allem in der Bild aber auch bei anderen Tageszeitungen den Sportteil immer mal als unterhaltendes Merkmal. Dieser Punkt wird in dieser Arbeit weiter untersucht. Wollen die zwei anderen Tageszeitungen ebenfalls vermehrt unterhalten? Leidet unter dem Unterhaltungsaspekt die Berichterstattung über die Randsportarten?

## 1.1 Definitionen

Um Unklarheiten zu vermeiden werden in diesem Kapitel wichtige Begriffe dieser Arbeit genau definiert. Zum einen wird gezeigt, was man genau unter einer Tageszeitung versteht. Des weiteren wird der Begriff Randsportart als Arbeitsbegriff für diese Arbeit definiert.

### 1.1.1 Tageszeitung

Schmidt und Zurstiege definierten den Begriff „Tageszeitung“ wie folgt:

„Als Tageszeitungen werden alle Periodika bezeichnet, die mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und einen aktuellen politischen Teil mit inhaltlich begrenzter (universeller) Nachrichtenvermittlung enthalten.“<sup>2</sup>

Grundsätzlich kann man diese Definition so stehen lassen. Die Mediaanalyse (MA) allerdings erkennt eine Zeitung nur unter einer anderen Periodizität als Tageszeitung an. Sie definiert die Tageszeitung als eine Zeitung, „die an sechs Tagen pro Woche erscheint.“<sup>3</sup>

Die drei Tageszeitungen, die für diese Arbeit herangezogen wurden, erscheinen täglich bis auf sonntags. Allerdings muss man diese drei Zeitungen genauer kategorisieren:

---

1 Horky, Thomas 2001: 134; Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Jesteburg  
2 Schmidt, Siegfried J./Guido Zurstiege (2000): Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbeck bei Hamburg  
3 Printmedien-Service: Was ist eine Zeitung? URL: <http://www.pms-tz.de/aktuell/faqs/was-ist-eine-zeitung/index.html>, Abruf am 20.02.2016

Grundsätzlich lassen sich Tageszeitung unterscheiden zwischen der Verbreitungsart und dem Verbreitungsgebiet. Bei der Verbreitungsart gibt es entweder die Abonnentenzeitungen oder die Straßenverkaufszeitungen. Die erstgenannten gelten oftmals auch als Qualitätszeitungen. „Typisch für Abonnementszeitungen ist ein großes Angebot journalistischer Stilmittel wie Berichte, Reportagen, Kommentare, Glossen, etc.. Sie zeichnen sich ebenfalls durch ihr breites Themenspektrum aus, welches von Sport über Politik, Wirtschaft bis Kultur reicht aus.“<sup>4</sup> Die Abonnentenzeitung dieser Arbeit ist das Hamburger Abendblatt. Sie weist die typischen Merkmalen von Volker Schulze auf.

Die andere Verbreitungsart ist der Straßenverkauf. Diese Zeitungen werden jeden Tag an Kiosken verkauft und müssen sich dementsprechend jeden Tag aufs neue gegen die Konkurrenz durchsetzen. Deswegen setzen sie auf Mittel wie große, krass formulierte, auffällige Überschriften, viele Fotos und Themen aus dem Bereich „Sex & Crime“ um eine möglichst große Kundschaft anzusprechen. Die Straßenverkaufszeitungen werden oftmals auch Boulevardzeitungen genannt. Zu diesen zählen die zu dieser Arbeit herangezogenen Zeitungen Bild und Morgenpost.

Der zweite Unterscheidungspunkt ist das Verbreitungsgebiet. Entweder ist die Zeitung nur regional und lokal erhältlich oder überregional. Als überregional gilt eine Zeitung, wenn sie mindestens 20% der gesamten Auflage deutschlandweit verkauft. Von den drei Tageszeitungen, die in dieser Arbeit untersucht werden, schafft das nur die Bild. Morgenpost und Abendblatt gelten als Regional bzw. Lokalzeitung.

Die lokalen und regionalen Abonnentenzeitungen sind auch die Zeitungen, die in Deutschland dominieren. Im ersten Quartal 2016 gab es insgesamt 329 verschiedener Zeitungen dieser Kategorie, die eine Auflage von 12,2 Millionen hatten. Insgesamt gibt es in Deutschland momentan 344 Tageszeitungen mit einer Gesamtauflage von 16,08 Millionen. Der Rest, also noch 15 Zeitungen, teilt sich zu sieben überregionalen Tageszeitungen (Auflage: 1,1 Millionen) und acht Straßenverkaufszeitungen (2,8 Millionen) auf.<sup>5</sup> Die Bild Zeitung wurde hier in die Straßenverkaufszeitungen eingerechnet, bei denen sie mit einer verkauften Auflage von knapp 2 Millionen den Hauptteil ausmacht.<sup>6</sup>

---

4 Schulze, Volker 2001: 65ff; Die Zeitung, Ein medienkundlicher Leitfaden. 1.völlig überarbeitete Neuauflage. Aachen.

5 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger 2016: 5; Die Deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten 2016. URL: [https://www.bdzv.de/fileadmin/bdzv\\_hauptseite/aktuell/publikationen/2016/ZDF\\_2016.pdf](https://www.bdzv.de/fileadmin/bdzv_hauptseite/aktuell/publikationen/2016/ZDF_2016.pdf) Abruf am 25.05.2016

6 Statista 2016: Druckauflage und verkaufte Auflage der BILD/B.Z. Deutschland vom 4. Quartal 2009 bis zum 1. Quartal 2016 (in Millionen) URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/221651/umfrage/entwicklung-der-auflage-der-bild-zeitung/> Abruf: 25.05.2016

## 1.1.2 Randsportart

Maßgebend für diese Arbeit ist die Definition des Begriffs Randsport. Was genau ist darunter zu verstehen, welche Sportarten gehören dazu?

Zuerst muss angemerkt werden, dass sich die Hauptsportarten und Randsportarten in jedem Land anders definieren. Die Amerikaner sind beispielsweise große Anhänger des Baseballs, einem Sport der in Deutschland kaum bis gar keine Beachtung erhält. Da diese Arbeit sich jedoch auf Deutschland, genauer Hamburg bezieht, definiert dieses Kapitel ausschließlich die deutschen Randsportarten.

Der Begriff „Randsport“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch viel verwendet, aber nicht hinreichend eingegrenzt. „Randsportarten werden meistens so betitelt, weil sie ein geringes öffentliches Interesse hervorrufen und in den Medien nur am Rande Erwähnung finden“<sup>7</sup>, schreibt zum Beispiel der General Anzeiger Bonn. Im Umkehrschluss könnten alle in den Medien auftauchenden Sportarten als Hauptsportart bezeichnet werden. Hier muss allerdings noch genauer eingegrenzt werden: Randsportarten „werden von vergleichsweise wenigen Menschen betrieben.“<sup>8</sup> Damit fallen auch in den Medien beliebte Sportarten wie Biathlon aus dieser Definition raus. Trotzdem reicht diese Eingrenzung noch nicht aus. In dieser Arbeit wird jede Sportart als Randsportart angesehen, die nicht Fußball heißt. Fußball ist die Sportart in Deutschland mit den größten Mitgliederzahlen und den besten Fernsehquoten. Seien es Klickzahlen im Internet oder Einschaltquoten im Fernsehen. Fußball, auch „König-Fußball“ genannt, ist in dieser Arbeit die Hauptsportart, alle anderen Sportarten fallen unter die Kategorie Randsport.

Einen Sonderfall bietet der Amateurfußball, der in dieser Arbeit zu den Randsportarten gezählt wird. Amateurfußball bekommt zwar immer mehr, aber noch lange nicht dieselbe Aufmerksamkeit in den Medien wie der Profifußball. Das ist auch bei den für diese Arbeit herangezogenen Tageszeitungen der Fall. Die Artikel über den Amateurfußball sind nur im Sportteil vertreten, weil sie einen Lokalbezug haben. Diese Artikel zu den Fußballartikeln zu zählen, würde das Gesamtbild verzerren.

---

7 General Anzeiger Bonn (2013): Die Definition von „Randsport“ URL: <http://www.general-anzeiger-bonn.de/sport/regio-sport/Die-Definition-von-Randsport-article1084454.html>, Abruf am 20.02.2016

8 Ebd.

## 1.2 Historische Entwicklung des Sports in der Tagespresse

„Der Sportteil ist heute fester redaktioneller Bestandteil einer Zeitung, auf den sie nicht verzichten kann, will sie nicht das Risiko erheblicher finanzieller Einbußen in Kauf nehmen.“<sup>9</sup> Bis der Sportteil diesen Status erreicht hatte musste allerdings einige Zeit vergehen.

Wie Minas Dimitriou beschreibt, erfolgten die ersten Sportberichterstattungen im 17. Jahrhundert. In der Berichterstattung ging es um sportliche Wettkämpfe zwischen den Bediensteten des Adels in Disziplinen wie Wettläufen, Boxen, Rudern und Cricket. Die Adligen setzten auf ihre Bediensteten, weswegen die Zeitungen begannen Ankündigungen und Ergebnisse dieser Wettkämpfe zu veröffentlichen. Im darauffolgenden Jahrhundert nahm die Sportberichterstattung deutlich zu. Hauptziel war die Verbreitung des Regelwerkes der traditionellen Sportarten wie Pferderennen (1793 veröffentlicht im *Racing Calendar*). Eine neue Aufgabe kam im 19. Jahrhundert dazu: Die Sportpresse war zu diesem Zeitpunkt die wichtigste Plattform der Wettanbieter. Wettkämpfe und Ergebnisse wurden in den Zeitungen angekündigt. 1817 wurde sogar in der englischen Tageszeitung *Morning Herald and daily advertiser* die erste Sportrubrik eingeführt. Dieses Ereignis löste eine Kettenreaktion aus. Andere Zeitungen berichteten mehr und mehr über Sport: 1818 druckte die Tageszeitung *The Globe* einen regelmäßig erscheinenden Sportteil, 1822 folgte die Tageszeitung *Bell's Life in London*. Zu diesem Zeitpunkt begannen auch andere Länder mit der Sportberichterstattung. Beispielsweise wurde 1819 die erste US-amerikanische Sportzeitschrift namens *The American Farmer* veröffentlicht.<sup>10</sup>

Deutschland folgte wenig später: „Die erste deutschsprachige Sportzeitung, die dem Leser kein spezialisiertes, sondern ein umfassendes Sportberichtsangebot offerierte, war die 1878 in Wien gegründete *Allgemeine Sportzeitung*.“<sup>11</sup> Eine tatsächlich aus Deutschland stammende Sportzeitschrift gab es erstmals Mitte des 19. Jahrhunderts. 1842 veröffentlichte der Arzt Michael Friedrich Richter in Erlangen die *Allgemeine Turn-Zeitung*. Der Arzt wollte damit die körperliche Bewegung der Deutschen Bürger vorantreiben. Diese Zeitung kann als Ursprung des Sportjournalismus in Deutschland

---

9 Binnenwies, Harald 1978: 39; Tagespresse: zu wenig Lokalsport. In: Hackforth, Josef/Siegfried Weischenberg (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg v.d.H.

10 Dimitriou, Minas (2007): Historische Entwicklung des internationalen Mediensports. In: Thomas, Schierl (Hrsg.): *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, Bd. 159. Schorndorf: Hofmann Verlag, 42-52

11 Ganz, Alexandra 1989: 14 ff; Die Darstellung der Sportlerin in der Tageszeitung. Eine inhaltsanalytische Fallstudie anhand der Süddeutschen Zeitung und der Bild-Zeitung. Magisterarbeit. München

betrachtet werden. Erst folgten noch weitere turnspezifische Zeitungen, ehe die allgemeine Sportberichterstattung begann.<sup>12</sup>

So erschien ein Sportteil erstmals am 23. Mai 1886 in der Tageszeitung *Münchener Neuesten Nachrichten*. 1904 gründete dann die *Berliner Zeitung* die erste deutsche Sportredaktion. Für Christoph Fischer war das der Tag an dem der tägliche Sportjournalismus in Deutschland angekommen war: „Die Integrierung des Sports in die Tagespresse war erfolgreich vollzogen.“<sup>13</sup> Seitdem ist der Sportteil aus den Tageszeitungen nicht mehr wegzudenken. Bis zum ersten Weltkrieg 1914 stieg der Sportanteil in Tageszeitungen auf bis zu vier Prozent. Mit dem Krieg kam es zu einer erheblichen Reduzierung, weil viele Sportfachmagazine verschwanden. Nach dem Ende des Krieges bekam die Sportberichterstattung aber eine neue Rolle, die sie wichtiger machte denn je: wurde zur Massenunterhaltung um die Menschen von ihrem Leid und den schlechten Lebensumständen abzulenken. Siegfried Weischenberger sieht in dieser Zeit durch diese „unterhaltenden Elementen des Sports die erfolgreiche Etablierung in der Tageszeitung begründet.“<sup>14</sup>

Den nationalsozialistischen Zwängen entkam im Dritten Reich dann auch die Sportpresse nicht. Es folgte die Gleichschaltung. Der Sport wurde ebenso zur Verbreitung nationalsozialistischer Ideologien genutzt wie alle anderen medial verfügbaren Bereiche. Sportjournalisten durften ihrer Arbeit zu dieser Zeit nur als Sportschriftleiter mit einem Sportlerschriftausweis ausführen. Wer diesen Ausweis bekam wurde vom Regime ausgewählt.<sup>15</sup>

Die Kriegszeit 1939-1945 und vor allem die Nachkriegszeit hatten auf die Sportberichterstattung einen ähnlichen Effekt wie der erste Weltkrieg. Nachdem der Sport während des Krieges eingestellt, gab es demzufolge aus sportlicher Sicht auch nicht über das berichtet werden konnte. Nach dem Krieg sehnten sich die Bevölkerung umso mehr nach Sport und vor allem nach deutschen Erfolgsgeschichten. „Auch eigneten sich Erfolge deutscher Athleten hervorragend als Mittel zur Zurückgewinnung nationaler Identität.“<sup>16</sup>

---

12 Dimitriou, Minas (2007): 42-52; Historische Entwicklung des internationalen Mediensports. In: Thomas, Schierl (Hrsg.): *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, Bd. 159. Schorndorf: Hofmann Verlag.

13 Fischer, Christoph 1993: 35 ff; Professionelle Sport-Kommunikatoren. Redaktionelle Textproduktion & Sportjournalismus Didaktik, Berlin

14 Weischenberg, Siegfried 1978: 15b; Sport und Druckmedien. In: Hackforth, Josef/Siegfried Weischenberger (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg v.d.H.

15 Fischer, Christoph 1993: 40 ff; Professionelle Sport-Kommunikatoren. Redaktionelle Textproduktion & Sportjournalismus Didaktik, Berlin

16 Ganz, Alexandra 1989: 14 ff; Die Darstellung der Sportlerin in der Tageszeitung. Eine inhaltsanalytische Fallstudie anhand der Süddeutschen Zeitung und der Bild-Zeitung. Magisterarbeit. München

Von diesem Zeitpunkt an wuchs der Stellenwert des Sports in den Tageszeitungen immer mehr. Die Olympischen Spiele und - auch zu dieser Zeit schon - der Fußball, dienten als wichtigste Zugpferde. Als dann im Jahre 1963 die Fußball Bundesliga eingeführt wurde, änderte das die Sportberichterstattung nachträglich fast schon zu dem was wir heute kennen und was sich wie folgt beschreiben lässt: „der generelle Umfang der Berichterstattung wurde erweitert, die Schrift vergrößert, der Bildanteil gesteigert und ein Kommentar eingeführt.“<sup>17</sup>

Zum Abschluss bringt Jürgen Emig den Stellenwert und die Entwicklung des Sportjournalismus nochmal auf den Punkt: „Seit langer Zeit gibt es in der Bundesrepublik keine täglich erscheinende Zeitung, die keinen Sportteil beinhaltet.“<sup>18</sup>

### 1.3 Entwicklung der Tagespresse seit 1945

Das heute vorhandene Pressesystem in Deutschland wurde maßgeblich von der Zeit nach dem zweiten Weltkrieg und dessen Folgen beeinflusst. Viele der damals beschlossenen Änderung in der Welt der Zeitungen bestehen heute noch. Deswegen soll dieses Kapitel den Weg ab 1945 bis heute nochmal kurz beschreiben.

Nach dem Kriegsende wurden von den Besatzungsmächten alle Pressezeugnisse verboten und alle Verlagshäuser geschlossen. Der Grund für diese Entscheidung war, dass die Verlagshäuser und ihre Zeitungen, wie zuvor erwähnt, von den Nationalsozialisten kontrolliert wurden. Solange die Verlagshäuser nicht „gesäubert“ waren gab es in den Besatzungszonen ausschließlich Militärzeitungen. Um die Zeitungen wieder demokratisch zu machen wurden Lizenzen eingeführt. Jede Zeitung brauchte eine Lizenz von den Besatzungsmächten um eine Druckerlaubnis zu bekommen und schließlich an den Markt gehen zu können. Als weitere Maßnahme zur Demokratisierung der Presse sollten die Zeitungen von Privatpersonen betrieben werden. Dieses Personal durfte keine Verbindung zum Presseapparat des Dritten Reichs haben. Waren diese Auflagen erfüllt, konnte gedruckt und verkauft werden. Ein anfangs sehr erfolgreiches Vorgehen: „Das riesige Informationsbedürfnis der Menschen in der damaligen Zeit führte zu einer raschen Verbreitung der Publikationen. Innerhalb von vier Jahren entstanden bis

---

17 Fischer, Christoph 1993: 90; Professionelle Sport-Kommunikatoren. Redaktionelle Textproduktion & Sportjournalismus Didaktik, Berlin

18 Emig, Jürgen 1978: 65; Sport in 12 Cicero. Gesetz der Boulevardpresse. In: Hackforth, Josef/Siegfried Weischenberger (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg v.d.H.

1949 auf bundesdeutschem Gebiet bereits 149 Lizenzzeitungen. Darunter noch heute produzierte Titel wie die „Frankfurter Rundschau“ oder auch „Die Welt“.<sup>19</sup>

Der Föderalismus war für die Alliierten zu dieser Zeit sehr wichtig, weshalb sie der Lokal- und Regionalpresse einen erhöhten Stellenwert zurechneten. Diesen erhöhten Stellenwert besitzt die Lokal- und Regionalpresse noch heute unverändert. Wie in Kapitel 1.2.1 im letzten Absatz erwähnt, macht die Lokal- und Regionalpresse immer noch den größten Teil der Zeitungslandschaft aus. Die Entscheidungen der Alliierten von damals beeinflussen den deutschen Zeitungsmarkt noch heute in vielen weiteren Punkten. Hermann Meyn sagt dazu: „Kennzeichen sind das private Eigentum, die hohe Zahl an Zeitungstiteln, eine starke lokale Bindung vieler Tageszeitungen, eine starke Marktposition von Regionalzeitungen, wenige überregionale Tageszeitungen, eine schwach entwickelte Parteipresse, sowie Konzentration und Anzeigenabhängigkeit.“<sup>20</sup>

Im Jahr 1949 veränderte sich die Pressesituation in Deutschland erneut. In diesem Jahr wurden die westlich orientierten Besatzungsmächte (Frankreich, Großbritannien und die Vereinigten Staaten von Amerika) abgezogen und durch das Bundeskabinett ersetzt. Die erste Handlung des Kabinetts in Bezug auf die Presse war die Lizenzpflicht für die Presse aufzuheben. Gemäß dem im Grundgesetz festgeschriebenen Recht auf Meinungsfreiheit und die damit verbundene Pressefreiheit, konnte jetzt jeder eine Zeitung herausgeben. Das hatte natürlich zur Folge, dass jeder in diesem Markt auch Geld verdienen wollte. Bis 1954 hatte sich so die Zahl der Zeitungstitel verfünffacht und die Gesamtauflage erreichte 13,4 Millionen Zeitungsexemplare. Der Konkurrenzkampf war riesig, was zur Folge hatte, dass die Kosten für Ausgaben stiegen und Einnahmen aus Erlösen jedoch sanken. Viele Redaktionen mussten sich aufgrund dessen wieder aus dem Wettbewerb verabschieden. Der Markt erfuhr eine gesundende Schrumpfung auf „183 publizistische Einheiten sowie 535 Verlagshäuser bis zum Jahr 1964.“<sup>21</sup> „Als publizistische Einheiten gelten Blätter, die mit einem identischen Zeitungsmantel veröffentlicht werden. Der Mantel besteht in der Regel aus dem gesamten aktuellen politischen Teil, mindestens jedoch aus den Seiten 1 und 2.“<sup>22</sup>

Diese „Gesamtschrumpfung“ hatte jedoch auch zur Folge, dass viele kleiner Lokal- und Regionalzeitungen nicht mehr wettbewerbsfähig waren und sich auflösten oder sich anderen Redaktionen anschließen mussten. Daraus entwickelten sich sogenannte Einzeitungskreise, Gebiete in denen es für die Bevölkerung nur eine Zeitung zu kaufen

---

19 Meyn, Hermann 2004: 65 ff; Massenmedien in Deutschland. Konstanz

20 Ebd. 75 ff

21 Schmidt, Siegfried 2000: 76; Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg

22 Noelle-Neumann, Elisabeth/Winfried 2003: 425; Das Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation. 2. überarbeitete Auflage. Frankfurt am Main



gab. Ein Missstand der die Politik dazu bewegte, erneut im Pressebereich aktiv zu werden: Um die Bedingungen für Verlagshäuser zu verbessern, wurde der Mehrwertsteuersatz auf sieben Prozent gesenkt. Dieser Steuersatz besteht auch heute noch. Ferner sollte die Fusion von Unternehmen vereinfacht werden. Beide Maßnahmen brachten nur mäßigen Erfolg, weil sie schlichtweg zu spät kamen. „Im Jahr 1954 existierten 1.500 redaktionelle Ausgaben. Diese reduzierten sich bis ins Jahr 1976 auf nur noch 1229 Exemplare. Die Zahl der herausgebenden Verlage sank auf 403 und die der Vollredaktionen auf 129.“<sup>23</sup>

Eine wesentliche Änderungen gab sich dann wieder erst mit der Wiedervereinigung Deutschlands 1990. Kurz zuvor wurde schon die Lizenzpflicht für Zeitungen in der DDR aufgehoben, was einen neuen Absatzmarkt für die westlichen Zeitungen schaffte. Zum ersten Mal seit langer Zeit kamen wieder neue Verlage und Titel auf den Markt. „Ebenfalls eine Steigerung der publizistischen Einheiten wurde zum erstenmal seit den Fünfziger Jahren verzeichnet. Ihre Anzahl stieg im Blütejahr 1991 auf 158, bei einer Gesamtauflage von 27,3 Millionen.“<sup>24</sup> Ein Hauptgrund dieses Anstiegs war der Aufkauf der SED Verlage durch die westlichen Zeitungsmacher. Auch die überregionalen Zeitungen profitierten von der Erweiterung ihres Absatzmarktes.

Die Freude bei allen beteiligten hielt allerdings nicht lange. Wieder kam es zu einem großen Konkurrenzkampf und dem „Sterben“ zahlreicher Zeitungen. „Übernahmen, Kooperationen und Konzentrationen waren abermals die Folge. Bis zum Ende des 20. Jahrhunderts reduzierten sich die publizistischen Einheiten erneut auf 135 mit sinkenden Auflagen.“<sup>25</sup>

Diese Zusammenfassung zeigt, dass die Jahre nach 1945 sowie die ersten Jahre der Bundesrepublik Deutschland und die Wiedervereinigung viele Änderungen mitgebracht die noch heute Bestand haben.

## 1.4 Inhalt und Relevanz des Sportteils

Welchen Stellungswert hat der Sportteil für die Tageszeitung und wie wird er inhaltlich aufgearbeitet? Peter Blitzer beschrieb die Relevanz des Sportteils für die Tageszeitung

---

23 Schulze, Volker 2001: 63; Die Zeitung. Medienkundlicher Leitfadens. 1. völlig überarbeitete Neuauflage. Aachen.

24 Pürer, Heinz/Johannes Rabe 1994: 483; Medien in Deutschland; Band 1. Presse. München

25 Schütz, Walter J. 1999: 126; Entwicklung der Tagespresse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.). Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Seite 109-134. Bonn.

so: „Der Sportteil ist für eine Abonnement-Zeitung längst ein klassisches Ressort, für die Boulevardzeitung sogar ein unverzichtbares Verkaufsargument.“<sup>26</sup>

Stützen lässt sich diese Aussage mit einigen Statistiken. Seit den Fünfzigerjahren nahm der Umfang des Sportteils deutlich zu, wie Felix Görners Umfrage unter Sportjournalisten von 1995 beweist. Mittlerweile hat sich der Umfang auf einem hohen Niveau eingependelt. Bereits 1978 untersuchte Harald Binnenwies den Anteil des Sportteils am Gesamtumfang der Zeitung und fand heraus, dass „die Sportberichterstattung durchschnittlich 9,25 Prozent der gesamten Berichterstattung ausmacht.“<sup>27</sup> 2003 aktualisierte Wiebke Loosen diese Zahlen und kam bei einer Untersuchung von zehn Tageszeitungen auf einem „Anteil der Sportberichterstattung am Gesamtumfang von knapp neun Prozent.“<sup>28</sup> Extrem ist es bei der Bild Zeitung, die bei der „in der Spitze sogar ein Anteil des Sports [...] von 23,8 Prozent gemessen wurde.“<sup>29</sup>

Im Vergleich zu anderen Ländern ist der Sportteil in deutschen Tageszeitungen sogar noch weit attraktiver, denn Deutschland besitzt keine täglich erscheinende Sportzeitung. Sowohl Italien (La Gazzetta dello Sport), als auch Frankreich (L'Equipe) und Spanien (AS, Marca) besitzen welche. Dafür hat in Deutschland fast jede Nischensportart eine eigene Fachzeitung mit geringer Auflage. Die Wichtigkeit des Sportteils lässt sich auch an den beschäftigten Sportjournalisten bei Tageszeitungen festmachen. Michael Schaffrath fand heraus, dass „fast 60 Prozent der rund 4.000 deutschen Sportjournalisten bei Tageszeitungen beschäftigt sind.“<sup>30</sup>

Die Art und Weise der Berichterstattung hat sich über die letzten Jahre durch das breiter aufgestellte Sportfernsehen geändert. Binnenwies stellte zu seiner Zeit die These auf, dass „im Sportteil der Tageszeitung 90 Prozent der gesamten medialen Sportberichterstattung statt fänden“<sup>31</sup> Das trifft heute nicht mehr zu. Genossen die Zeitungen früher weit mehr Exklusivität, so stehen sie heute zunehmend im Konkurrenzkampf mit Fernsehen und Internet. Selbst Pressekonferenzen bei Großereignissen wie Weltmeisterschaften werden mittlerweile im frei empfangbaren Fernsehen ausgestrahlt. Zeitungen müssen daher ihren „Aufhänger“ anderweitig suchen.

26 Blizer, Peter 1988: 139; Sportberichterstattung in den Printmedien. In: Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.). Neude Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung. Symposium des Hans-Bredow-Instituts ; Band 9. Baden-Baden.

27 Binnenwies, Harald 1978: 42 ff.; Tagespresse: zu wenig Lokalsport. In: Hackforth, Josef/Siegfried Weischenberg (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg v.d.H.

28 Loosen, Wiebke 1998: 93ff; Sportberichterstattung im Fokus der Nachrichtenwertforschung und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung. In: Roter, Gunnar/Walter Klingler/Maria Gerhards (Hrsg.). Sport und Sportrezeption. Schriftenreihe Forum Medienrezeption; Band 5. Bade-Baden.

29 Ebd. 98

30 Schaffrath Michael 1999: 12,18: Fußball-WM '98. Analyse, Akzeptanz, Akquise. Studien zur Sportsoziologie; Band 7. Münster

31 Binnenwies, Harald 1978: 39 Tagespresse: zu wenig Lokalsport. In: Hackforth, Josef/Siegfried Weischenberg (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg v.d.H.

Meistens finden sie diese in der Ergänzung der TV-Bilder. „Oft wird ein von anderen Menschen initiiertes Thema (z.B. Foul in Zeitlupe mit Schiedsrichterkritik im Fernsehen) weiter thematisiert.“<sup>32</sup> Loosen sieht darin jedoch einen großen Vorteil für die Printmedien: „Sport im Fernsehen ist vor allem dramaturgisch aufbereitetes Entertainment und kommt damit den Printmedien insgesamt wohl eher entgegen. Die Inszenierung und moderne Aufbereitung des Sports schafft die Nachfrage für Orientierungsangebote und Hintergrundberichterstattung – im Sinne klassischer journalistischer Kompetenzen. Je weniger das Fernsehen, das Impulse für eine differenzierte journalistische Auseinandersetzung meist erst erschafft, diese Themenstrukturierung aufgreift, desto größer ist die Chance für die Printmedien, diese Lücke zu füllen.“<sup>33</sup>

Vor allem die Bild scheint das für sich zu nutzen, wie Jasper Friedrich herausgefunden hat: „So findet sich naturgemäß ein großer Teil dessen, was heute sportliche Sendezeit füllt, morgen in der Berichterstattung der Tageszeitungen wieder. Dies wurde bei der Untersuchung der SZ wie der FAZ mit einem korrelierenden „Anteil von 14,5 Prozent deutlich. Bei der BILD-Zeitung sind es sogar 77 Prozent, die in direktem Bezug zu vorangegangenen TV-Berichten stehen.“<sup>34</sup>

Nachdem die Bild-Zeitung in der Quantität mehr Sport aufweist und auch im TV-Bezug sich deutlich von den anderen Zeitungen absetzt, ist laut Horky auch inhaltlich ein großer Unterschied zu erkennen: „Die Sportberichterstattung der Bild-Zeitung ist demnach geprägt durch bürgerliche Leistungsideologien, sie dient nicht der Aufklärung, sondern der Unterhaltung. Sport wird dort zu einem Konsumartikel, die Sportberichterstattung baut Sportler als Idole auf [...]. Demnach wird oft mit Emotionen gespielt, es wird auf Nationalitäten, auf Mitleid, auf Anklage gegen Versagen, auf Miterleben mit dem Erfolgreichen gesetzt und in der Berichterstattung wird an bestehende Dispositionen angeknüpft.“<sup>35</sup>

Die inhaltliche Veränderung des Sportteils lässt sich hieran sehr gut erkennen. Früher reichte es noch den Spielverlauf zu schildern, da weniger Menschen den Sport sehen konnten. Heutzutage sehen viel mehr Menschen das Fußballspiel und möchten darüber hinaus Informationen erhalten, die sie nicht bereits beim Fernsehen erhalten ha-

---

32 Horky, Thomas 2001: 192; Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Jesteburg

33 Loosen, Wiebke 1998: 98, Sportberichterstattung im Fokus der Nachrichtenwertforschung und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung. In: Roter, Gunnar/Walter Klingler/Maria Gerhards (Hrsg.). Sport und Sportrezeption. Schriftenreihe Forum Medienrezeption; Band 5. Bade-Baden.

34 Friedrich, Jasper A./Frederieke Schöne/Christiane Quendt 2003: 110ff; Die Reflexion der Printmedien über die Fernsehberichterstattung zur Fußball WM 2002. In: Horky, Thomas (Hrsg.). Die Fußballweltmeisterschaft als Kommunikationsthema. Hamburg.

35 Horky, Thomas 2001: 134; Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Jesteburg

ben. Die Bild extrem, aber auch andere Zeitungen finden diesen Mehrwert in Hintergrundstorys, die sich auf emotionale Extreme beziehen. Das machte den Sportteil in den Tageszeitungen in den letzten Jahren auch immer mehr – wie von Horky beschrieben – zu einem unterhaltenden Teil, anstatt zu einem Informierenden.

Abschließend lässt sich sagen, dass die Relevanz des Sportteils für deutsche Tageszeitungen, insbesondere auch im Vergleich mit anderen europäischen Ländern überaus wichtig ist. Für die Boulevardpresse ist diese Relevanz sogar noch deutlich höher. Inhaltlich hat sich der Sportteil durch die stetig wachsende Berichterstattung in Fernsehen, Radio und Internet zunehmend weg vom informierenden Medium zum unterhaltenden Medium entwickelt.

## 1.5 Gegenwärtige Situation des Zeitungsmarktes

Experten sehen die Situation des Zeitungsmarktes immer kritischer. Die Digitalisierung schreitet voran und macht auch vor dem Printbereich nicht halt. Onlineportale entziehen den Printmedien ihre Daseinsberechtigung, weil sie schneller und oftmals auch kostenlos sind. Die Zeitungen selber müssen immer mehr Arbeitsplätze freimachen und verlieren dadurch an Qualität. Das alles sind viel diskutierte Themen in den Verlagshäusern, aber steht es wirklich so schlecht um die Zeitung?

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) veröffentlichte am 28.02.2015 folgende Zahlen: 42,3 Millionen Menschen (61,1 Prozent) in Deutschland lesen täglich mindestens eine Print-Ausgabe einer Tageszeitung. Davon entfallen allein 34,4 Millionen Ausgaben auf die Abonnementzeitungen (zum Beispiel: Hamburger Abendblatt). Im Umkehrschluss bedeutet das, dass jeder zweite deutschsprachige Bürger über 14 Jahre eine gedruckte Zeitung liest.

Diese Zahlen beweisen, dass Zeitungen nicht so schlecht da stehen, wie angenommen. Die Zeitung ist weiterhin ein Medium großer Beliebtheit und sehr hoher Reichweite. Hinzu kommt eine stetig wachsende Zahl, die die mobilen Angebote nutzt: Laut der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) lesen 18,5 Millionen Deutsche jede Woche die e-Paper und 8,4 Millionen Menschen sehen sich den Online-Content an. Zahlen die beweisen, dass die Verlagshäuser mit der Digitalisierung richtig umgehen.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Druck&Medien: Hohe Reichweiten URL: <http://www.druck-medien.net/home/aktuell/detail/zeitungsmarkt-hohe-reichweiten/#.VydJQI9OJYc>, Abruf am 02.05.2016

Weitere Zahlen wie der Gesamtumsatz und die Entwicklung des Anzeigengeschäfts gehen zwar weiter zurück, sind aber immer noch im Milliardenbereich.<sup>37</sup> Man muss sich einfach das Gesamtbild ansehen: Die Zeitung gilt aufgrund ihrer technischer Voraussetzungen als Intellektuellstes Medium. Eine Umfrage hat ergeben, dass die Deutschen die Zeitung auch als glaubwürdigstes Medium sehen.<sup>38</sup> Zwei Fakten die unterstreichen, dass es der Zeitung eigentlich nicht so schlecht gehen kann. Momentan befindet sie sich nur in einem Umbruch. Die Medienlandschaft verändert sich zunehmend, die neuen Medien nehmen verstärkt die Rolle der Zeitung ein, die Tageszeitung muss hier ihren Platz neu finden. Einige Zeitungen wie zum Beispiel die Nürnberger „Abendzeitung“ oder die „Financial Times Deutschland“ sind dabei zu Grunde gegangen. Dennoch ist Print nicht tot.

Der „European Newspaper Congress“ vom Mai 2014 hat gezeigt, wie die Zeitung von morgen aussehen muss. Norbert Küpper sah hier drei wesentliche Punkte: Visuelles Storytelling (heißt mehr Bilder, Fotoreportagen, Grafiken und so weiter), Aufhebung klassischer Ressortstrukturen und wachsende Bedeutung regionaler und lokaler Inhalte.<sup>39</sup> Vor allem der letztgenannte Punkt, ist von großer Wichtigkeit, weil die Zeitung hier immer eine Leserschaft finden wird. Der regionale Bezug ist im Internet nicht so detailliert darstellbar wie in der Tageszeitung.

Zusammenfassend ist zu sagen: die aktuelle Situation im deutschen Zeitungsmarkt stellt sich nicht so schlecht dar, wie vielerorts immer behauptet wird. Zwar gehen die Zahlen der Werbegewinne und Verkäufe zurück, was aber nicht bedeutet, dass der Print keine Überlebenschance hat. Einige Zeitungen werden zwar vermutlich noch zu Grunde gehen oder sich mit anderen Verlagen zusammenschließen, aber Printmedien werden sich weiter entwickeln und ihre Nische in der neuen Medienlandschaft finden.

Die Zeitung hat ihre Daseinsberechtigung, denn sie kann mit zeitlichem Abstand auf die Ereignisse blicken und sie so besser einordnen. Zudem glaubt die Leserschaft weiter ihre Zeitung und ihre Glaubwürdigkeit. Wichtige Punkte die zeigen, dass der Print durchaus auch in der neuen Zeit überleben kann und wird. Zum Abschluss noch ein Zitat von Wolfgang Riepl, ehemaliger Chefredakteur der Nürnberger Zeitung: „Bislang

---

37 Pasquay, Anja: Zur wirtschaftlichen Lage der Zeitungen in Deutschland 2015 URL: [http://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/wirtschaftliche-lage/artikel/detail/zur\\_wirtschaftlichen\\_lage\\_der\\_zeitungen\\_in\\_deutschland\\_2015/](http://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/wirtschaftliche-lage/artikel/detail/zur_wirtschaftlichen_lage_der_zeitungen_in_deutschland_2015/) Abruf am 03.05.2016

38 Huffington Post: Krise oder Zukunft: Warum der deutsche Zeitungsmarkt vielleicht doch noch länger lebt URL: [http://www.huffingtonpost.de/herr-siegler/medienbranche-print-ist-t\\_b\\_7601728.html](http://www.huffingtonpost.de/herr-siegler/medienbranche-print-ist-t_b_7601728.html) Abruf am 03.05.2016

39 Ferschke, Stephanie: Aktuelle Trends im Zeitungsmarkt URL: <http://www.osk.de/blog/aktuelle-trends-im-zeitungsmarkt> Abruf am 03.05.2016

hat keine Mediengattung eine andere ersetzt. Die Zeitung hat das Buch nicht ersetzt. Das Radio nicht die Zeitung, das Fernsehen nicht das Radio.“<sup>40</sup>

---

40 Huffington Post: Krise oder Zukunft: Warum der deutsche Zeitungsmarkt vielleicht doch noch länger lebt URL: [http://www.huffingtonpost.de/herr-siegler/medienbranche-print-ist-t\\_b\\_7601728.html](http://www.huffingtonpost.de/herr-siegler/medienbranche-print-ist-t_b_7601728.html) Abruf am 03.05.2016

## 2 Datenmaterials

Im folgenden Kapitel werden die für diesen Vergleich herangezogenen Zeitungen vorgestellt. Die Geschichte des Hamburger Abendblattes (kurz „Abendblatt“), der Hamburger Morgenpost (kurz „Morgenpost“) und der Bild-Zeitung (kurz „Bild“) wird aufgearbeitet, Daten und Fakten aufgezeigt und der jeweilige Sportteil kurz verglichen.

### 2.1 Bild

Die Bild ist wie die Morgenpost, eine täglich erscheinende Boulevardzeitung. Die Bild ist deutschlandweit die erfolgreichste Zeitung. Als Boulevardpresse ist auch ihr Hauptaugenmerk auf Unterhaltung gerichtet. Dabei ist sie oft nicht nur konservativ sondern auch provokant. Eine der Gründe, warum die Zeitung oft kritisiert wird.<sup>41</sup>

Am 24. Juni 1952 erschien die erste Ausgabe der Bild. Axel Springer deklarierte sie von Anfang an als eine Zeitung für „die Masse, nicht den Intellektuellen“. Diese erste Ausgabe war noch kostenlos, danach betrug der Preis zehn Pfennig. Die Bild unterschied sich stark von allen bisher in Deutschland erschienen Tageszeitungen, da sie sich mehr an britischen Boulevardzeitungen orientierte: Sie bestand nur aus vier Seiten wobei die Vorder- und Rückseite nur aus Bildern und kurzen Bildunterschriften bestand. Für Axel Springer war es die „gedruckte Antwort auf das Fernsehen“. Als Rudolf Michael zweiter Chefredakteur der Bild wurde, nahm der Bilderanteil in der Bild ab und die Bedeutung der Textpassagen zu. Zudem wurde die Schlagzeile von ihm eingeführt. Bis 1953 stieg die Auflage der Bild auf über eine Million. Am 11. April 1953 erschien dann erstmals eine Ausgabe nur für Hamburg.<sup>42</sup>

In den nächsten Jahrzehnten begannen Skandale die Zeitung heimzusuchen. 1968 musste der Springer-Konzern fünf Zeitschriften absetzen, weil die Bundesregierung durch die Springersche Machtkonzentration im Pressebereich die Pressevielfalt und Pressefreiheit bedroht sah. Zudem gab es in den 1960er Jahren ein erhöhtes Aufkom-

---

41 Zeitung.de: Bild-Zeitung – Geschichte & Abo URL: <http://www.zeitung.de/medien/bild/> Abruf am 04.05.2016

42 Geschichtspuls.de: Jubiläum: 60 Jahre BILD URL: <http://geschichtspuls.de/bild-jubilaem-60-jahre-art1577> Abruf am: 04.05.2016

men an studentischen Protestbewegungen. Die Bild bezeichnete die Demonstranten daraufhin als „Radaumacher“ und „Krawall-Studenten“ und machte sich dadurch zum Feindbild dieser Bewegungen. Die Bild bekam konsequenterweise daraufhin auch eine nicht unwesentliche Mitschuld an der aufgeheizten Atmosphäre zugesprochen und wurde nach dem Tod des Studentenführer Rudi Dutschke von rebellierenden Studenten belagert und angegriffen.

Ein weiterer Skandal ereignete sich im Jahr 1977 als der Enthüllungsjournalist Günter Wallraff sich unter einem anderen Namen in der Bild-Redaktion einschleuste und dort für drei Monate arbeitete. Über diese Zeit schrieb er danach das Buch „Der Aufmacher“ in dem er die unsauberen Arbeitsmethoden der Bild offenlegte und kritisierte.<sup>43</sup>

All dem zum Trotz stieg die Auflagenzahl der Bild in den 80er Jahren zwischenzeitlich sogar auf über fünfmillionen. Von diesen Zahlen ist die Tageszeitung heutzutage zwar weit entfernt, aber sie kann sich immer noch als Europas größte Tageszeitung bezeichnen. Die Bild gilt auch heute noch als eine Zeitung für Jedermann mit vielen und großen Bildern sowie leicht verständlichen Texten. Wie für eine Boulevardzeitung üblich sind die wichtigsten Themen Sport, Politik, Sex und Crime.<sup>44</sup>

Die Sportteile der Morgenpost und der Bild ähneln sich sehr. Viel Fußball mit großen Bildern und Überschriften. Die Themen variieren hierbei vom tatsächlichen Sport zum privaten der Sportler. Die Randsportarten werden auch in der Bild nur kurz beleuchtet.

## 2.2 Abendblatt

Das Abendblatt erscheint täglich, ohne Sonntagsausgabe.

Der 14. Oktober 1948 markiert das Datum der ersten Printausgabe des Abendblattes. Im 19. Jahrhundert gab es zwar schon einmal eine Zeitung mit demselben Namen, die jedoch in keiner Verbindung zur heutigen Zeitung steht.<sup>45</sup> Zur Zeit der ersten Ausgaben besetzten die britischen Streitkräfte noch Hamburg. Diese waren es auch die Herausgeber Axel Springer zunächst verboten eine Tageszeitung zu veröffentlichen. Wunsch und Idee der Briten waren Parteizeitungen: „Hamburger Allgemeine Zeitung“ für die CDU, „Hamburger Echo“ für die SPD und „Hamburger Volkszeitung“ für die KPD. Hier war eine Zeitung mit der Idee überparteilich und unabhängig zu sein, fehl am Platz

---

<sup>43</sup> Ebd.

<sup>44</sup> Ebd.

<sup>45</sup> Zeitung.de: Hamburger Abendblatt – Geschichte, Verbreitungsgebiet und Abo  
URL:<http://www.zeitung.de/medien/hamburger-abendblatt/> Abruf am: 04.05.2016



nicht.<sup>46</sup> Trotzdem gelang es Axel Springer eine Lizenz für seine Zeitung zu bekommen. Als erste Zeitung zu diesem Zeitpunkt erhielt er vom Hamburger Senat eine deutsche Lizenz.<sup>47</sup>

Axel Springers Vision war klar und deutlich: „Eine Zeitung mit Herz, eine Zeitung, die den Menschen in den Mittelpunkt ihrer ganzen Betrachtung stellt. Wir suchen die vernünftigen Stimmen, ob sie von links, von rechts oder aus der Mitte kommen. Wir hasen die Langeweile, wir versuchen eine Zeitung zu machen, die kurz formuliert, die von der ersten bis zur letzten Zeile interessant ist und vielleicht auch besonders die Frau interessieren wird.“<sup>48</sup> Dieses Ziel brachte dem Abendblatt sehr schnell viele Leser und sorgte dafür, dass sich das Blatt in einem zunehmend dichter besiedelten Markt etablierte.

Die Zeitung lief so gut, dass schon die eigenen Mitarbeiter warnten, man werde als Sensationspresse oder als Boulevardblatt abgetan. Das entsprach allerdings nie Axel Springers Plan: „Wir wollen etwas Anständiges machen. Etwas, was Freude macht, was hilft, was das Leben schöner für hunderttausend Leser macht. Und das ist mit einer so lebendigen Zeitung zu machen! Man muss nur genug Verstand, Wirklichkeitsnähe und Herz haben! Interessanter als jeder Mordprozess ist jede Nachricht, jeder Artikel, der mit dem echten Leben Kontakt bringt. Man muss nur natürlich sein. Das Indirekte tötet uns alle.“<sup>49</sup> Dieser Gedanke machte die Zeitung zu etwas anderem, zu etwas erfolgreichem. Nach rund einem Jahr hat das Hamburger Abendblatt schon 120.000 Abonnenten.<sup>50</sup>

Bis heute gilt das Abendblatt als Hamburgs erfolgreichste Zeitung und in Deutschland zu den meistgelesenen lokalen Tageszeitungen. Im Jahr 2008 gewann die Redaktion des Abendblattes im Vergleich mit allen anderen deutschen Regionalzeitungen den Preis für die „beste redaktionelle Gesamtleistung.“<sup>51</sup> Ein Nachweis für ihre journalistische Qualität. Trotzdem entschied sich Axel Springer im Jahr 2014 das Hamburger Abendblatt an die Funke Mediengruppe zu verkaufen. Die „Frankfurter Allgemeine“ schreibt dazu: „Axel Springer wolle den Weg zum führenden digitalen Medienunterneh-

---

46 Fink, Hans-Juergen: Seltsames Treiben im Hinterhof – eine neue Zeitung entsteht URL: <https://web.archive.org/web/20021219090611/http://www.abendblatt.de/daten/2002/10/16/81452.html> Abruf am: 04.05.2016

47 Zeitung.de: Hamburger Abendblatt – Geschichte, Verbreitungsgebiet und Abo URL:<http://www.zeitung.de/medien/hamburger-abendblatt/> Abruf am: 04.05.2016

48 Fink, Hans-Juergen: Eine Zeitung, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt URL: <https://web.archive.org/web/20030202000936/http://www.abendblatt.de/daten/2002/10/17/81826.html> Abruf am: 04.05.2016

49 Ebd.

50 Fink, Hans-Juergen: Hamburgs Zeitungswunder URL: <https://web.archive.org/web/20030212074122/http://www.abendblatt.de/daten/2002/10/19/82796.html> Abruf am: 04.05.2016

51 Zeitung.de: Hamburger Abendblatt – Geschichte, Verbreitungsgebiet und Abo URL:<http://www.zeitung.de/medien/hamburger-abendblatt/> Abruf am: 04.05.2016

men konsequent weitergehen, mit klarer Ausrichtung auf die „Bild“- und die „Welt“-Gruppe. Diese Titel blieben ein „unverzichtbarer Kern des Unternehmens“. Zur Strategie gehöre der Ausbau von Online-Rubrikmärkten und digitalen Vermarktungsplattformen.“<sup>52</sup>

Bei Betrachtung des Sportteils des Hamburger Abendblattes fällt auf, dass er im Vergleich zu den anderen Zeitungen recht kurz ausfällt, was jedoch nur auf den ersten Blick so erscheint: das Abendblatt druckt deutlich weniger Bilder und hat längere Texte. Zudem gibt es jeden Tag für jeden Landkreis in dem das Abendblatt erscheint, einen Lokalsportteil.

## 2.3 Morgenpost

Die Morgenpost gehört zum Verlagshaus DuMont Schauberg aus Köln und erscheint täglich. Sie gilt als eine der wichtigsten Lokalzeitungen vor Ort und ist neben der Bild die wichtigste Boulevardzeitung in Hamburg.

Gegründet wurde die Morgenpost im Jahre 1949 vom Journalisten und SPD-Politiker Heinrich Braune. Damit gilt die Morgenpost als eine der ersten deutschen Boulevardzeitungen. Dieses Genre brachte dem SPD-Politiker auch einige Kritik aus dem eigenen Lager: Bisher vermeldete die SPD eher konservative Nachrichten, die Morgenpost wollte allerdings von Anfang an eher unterhalten als informieren und berichtete deswegen unter anderem auch über Privates aus der Welt der Prominenten.

Der Erfolg sollte Braune allerdings recht geben. Bereits ende der 1950er Jahre hatte die Morgenpost bereits ein Auflage von 450.000. Konkurrenz kam dann neben dem Hamburger Abendblatt alsbald auch durch die zweite Boulevardzeitung auf, die Bild. Was zum Auflagenrückgang und zu hohen Verlusten führte. Die Zeitung musste Ende der 1970er verkauft werden. Von diesem Zeitpunkt an war das Blatt unabhängig von der SPD.<sup>53</sup>

Der Sportteil unterscheidet sich von dem Sportteil des Abendblattes erheblich. Die Morgenpost spezialisiert sich vermeintlich mehr auf den Fußball und die Hamburger Profivereine. Die Randsportarten spielen hier eine eher untergeordnete Rolle.

---

52 Frankfurter Allgemeine: Berliner Morgenpost und Hamburger Abendblatt teils auf Kredit verkauft URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/medienbranche-berliner-morgenpost-und-hamburger-abendblatt-werden-teils-auf-kredit-verkauft-12304343.html> Abruf am 04.05.2016

53 Zeitung.de: Hamburger Morgenpost – Geschichte & Abo URL: <http://www.zeitung.de/medien/hamburger-morgenpost/> Abruf am 04.05.2016

## 3 Darlegung der Untersuchungsmethode

Im folgenden Kapitel wird die Untersuchungsmethode, die dieser Arbeit zugrunde liegt, vorgestellt und begründet. Ferner wird der Untersuchungsgegenstand erläutert, die forschungsleitenden Fragen aufgezeigt und die Hypothesen aufgestellt.

### 3.1 Untersuchungsmethode

Der Kern dieser Arbeit stellt ein Zeitungsvergleich der drei größten Hamburger Zeitungen dar: Abendblatt, Morgenpost und der Bild. Verglichen werden die einzelnen Sportteile insgesamt sowie speziell, wie sie den Bundesligafußball im Vergleich zu den Randsportarten darstellen. Um Zeitungen miteinander vergleichen zu können muss man deren Inhalte messbar und dementsprechend vergleichbar machen. Dies erreicht man mit Hilfe einer Inhaltsanalyse. Werner Früh definiert eine Inhaltsanalyse wie folgt:

„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systemischen, intersubjektiven, nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale und Mitteilungen; (häufig mit dem Ziel einer darauf gestützten Interferenz).“<sup>54</sup>

Die Inhaltsanalyse ist also eine Methode die mittels eigener Erfahrung (empirisch) angewendet werden kann. Das bedeutet, dass die Inhaltsanalyse unabhängig von der Person ist, die sie durchführt. Jeder kann diese Art der Analyse anwenden und dabei auf das selbe Ergebnis kommen. „Somit ist sie wiederholbar und damit „kritisierbar“ und „kommunizierbar“. Der Begriff der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit ist an den Begriff der Objektivität angelehnt.“<sup>55</sup> Das verbirgt sich auch hinter dem Wort „intersubjektiv“. Früh benutzt hier das Wort „systemisch“ um zu verdeutlichen, dass der Inhaltsanalyse ein nachvollziehbares System zu Grunde liegen muss, damit sich nachvollziehbare Resultate ergeben.

Interferenzen haben das Ziel, Aussagen aus dem gewonnenen Datenmaterial machen zu können. Das bedeutet, dass die Aspekte auf denen die Inhaltsanalyse aufgebaut sind, so gestellt werden, dass sie die forschungsleitende Fragen beantworten können. Das führt dazu, dass es nicht die eine richtige Inhaltsanalyse geben kann. Die Forschungsfragen unterscheiden sich von Arbeit und zu Arbeit und zielen auf andere Teil-

---

54 Früh, Werner 2004: 25; Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 5. Auflage. Konstanz

55 Ebd 2004:26,37

bereiche ab. Es gibt vermutlich keine Arbeit, die jeden zu untersuchenden Aspekt abdecken kann und will.

Die Inhaltsanalyse wird gerne auch aufgrund ihrer Neutralität angewendet. Der Durchführende erhält klare Ergebnisse, die sich von außen nicht beeinflussen lassen. „Andererseits als beispielsweise bei einer Befragung besteht keinerlei Möglichkeit zur Beeinflussung des Untersuchungsobjekts und somit der Untersuchungsergebnisse. Der Forscher kann völlig unabhängig von Versuchsperson, -Ort und -Zeit arbeiten.“<sup>56</sup>

Unterscheiden muss man die Inhaltsanalyse in zwei grundsätzliche Formen: die quantitative und die qualitative Inhaltsanalyse. Wie der Name schon verrät, verbirgt sich hinter der quantitativen Analyse eine reine Aufzählung und Bewertung der inhaltlichen Themen. Eine Bewertung erfolgt dann erst bei der qualitativen Analyse. „Die Differenzierung zwischen quantitativer und qualitativer Inhaltsanalyse hat sich als wenig hilfreich erwiesen, weil beide Verfahren eng miteinander verbunden sind.“<sup>57</sup> Schaffrath macht klar, dass die quantitative und die qualitative Analyse quasi Hand in Hand gehen – wie auch in dieser Arbeit.

Darüber hinaus unterscheiden Schnell, Hill und Esser weitere vier Arten der Analyse: Frequenzanalyse, Valenzanalyse, Intensitätsanalyse und Kontingenzanalyse. Die erstgenannte Analyse ermittelt lediglich die Häufigkeit des Auftretens eines bestimmten Aspekts. Die Valenzanalyse hingegen gibt eine erste Bewertung des Inhalts ab. Rein formal mit „positiv“, „negativ“ und „neutral“. Die Intensitätsanalyse bewertet die Stärke der Ausprägung dieses Aspekts. Die letztgenannte Analyse setzt bestimmte Wörter zueinander in Beziehung. Die Inhaltsanalyse dieser Arbeit bewegt sich auf dem Niveau der Frequenz- und Valenzanalyse.

Am Anfang dieses Kapitels wurde erwähnt, dass der Analyse ein System zugrunde liegen muss. Dieses System ist ein sogenanntes Codebuch, das der Analyse ihre Richtung vorgibt. „Das Kategoriensystem entscheidet darüber, welche Merkmale erhoben und wie diese analysiert werden sollen.“<sup>58</sup>

Auf dieser theoretischen Grundlage wurde die Inhaltsanalyse durchgeführt. Angelehnt an ein Codebuch einer bereits durchgeführten und anerkannten Inhaltsanalyse wurde das Codebuch für diese Analyse erstellt. Auf der Grundlage der maßgebenden Fragestellungen wurden Fragen aus der Vorbildanalyse ergänzt oder entfernt. Nach einem

---

56 Ebd 2004: 39

57 Schaffrath Michael 1999: 36: Fußball-WM '98. Analyse, Akzeptanz, Akquise. Studien zur Sportsoziologie; Band 7. Münster

58 Ebd 1999: 27

Testlauf wurde der Fragebogen erneut überarbeitet und korrigiert. Die finale Version wird in Kapitel 3.5 dargestellt.

## 3.2 Untersuchungsgegenstand

Die grundlegende Frage für die Untersuchung war, wie werden die Randsportarten im Vergleich zum Profifußball in den Hamburger Tageszeitungen dargestellt: Wie hoch ist die Anzahl der Texte, wie hoch ist die Qualität dieser Texte? Konzentrieren sich die Zeitungen hauptsächlich auf die Bundesliga und vernachlässigen sie die anderen Sportarten? Geben sich die Zeitungen bei der Aufarbeitung der Bundesligatexte mehr Mühe? Sind die Texte über die Randsportarten vergleichbar anschaulich, wie die über die Randsportarten? Das sind nur einige der Fragen, die diese Arbeit beantworten will.

Um diese Fragen und weitere beantworten zu können, wurden aus den drei größten Hamburger Tageszeitungen (Abendblatt, Morgenpost, Bild) die Sportteile verglichen. Der Beobachtungszeitraum erstreckte sich vom 01. Februar 2015 bis zum 28. Februar 2015. Diese vier Wochen wurden ausgewählt, weil zu dieser Zeit kein größeres Sportereignis stattfand und so ein repräsentatives Ergebnis möglich ist.

Zu den Tageszeitungen ist zu erwähnen, dass diese drei ausgewählt wurden, weil sie die größten und bedeutensten in Hamburg sind. Die Bild Zeitung gilt deutschlandweit als erfolgreichste Tageszeitung, das Hamburger Abendblatt hat die höchste Auflage in Hamburg und die Hamburger Morgenpost ist die dritte große Zeitung in Hamburg mit einem großem Sportteil. Die Sonntagsausgaben finden in dieser Untersuchung keine Beachtung, da sie bei Bild und Morgenpost von einer eigenen Redaktion bearbeitet werden. Zudem besitzt das Abendblatt gar keine Sonntagsausgabe.

Wichtig für diese Untersuchung ist auch, dass bei der Bild und dem Abendblatt nur der Hamburger Lokalteil berücksichtigt wird. Andere Regionalteile bleiben unberücksichtigt, da Morgenpost auch nur über einen lokalen hamburger Sportteil verfügen.

Untersuchungsgegenstand bilden alle redaktionellen Texte in den vorliegenden Printmedien zum Thema Sport. Damit sind alle Texte über die Fußball-Bundesliga und über alle Randsportarten mit inbegriffen. Werbeanzeigen, Leserbriefe, Gewinnspiele oder andere sportfremde Texte, die in Verbindung zur Bundesliga stehen, werden nicht berücksichtigt. Dazu gehören auch Grafiken, die Tabellen, Mannschaftsaufstellungen und Ergebnisse enthalten.

### 3.3 Forschungsleitende Fragen

In diesem Kapitel werden die Fragen vorgestellt, auf die diese Untersuchung aufbaut. Diese forschungsleitenden Fragen machen sollen dem Leser verdeutlichen, was konkret analysiert werden soll. Dieser Fragenkatalog dient auch als Eingrenzung. Durch diese Fragen ergaben sich dann auch die Aspekte die mithilfe des Codebuches untersucht werden sollen. In Kapitel 3.4 finden sich dann die zu den Fragen passenden Hypothesen, die den nachstehenden Fragenkatalog präzisieren.

Folgende Fragen leiteten die Forschung:

1. Ist die redaktionelle Berichterstattung über die 1. und 2. Bundesliga für die Verlage wichtiger als die Berichterstattung über die Randsportarten und den Lokalsport?
2. Geben sich die Redaktionen in der Gestaltung und dem Unterhaltungswert der Bundesliga-Artikel mehr Mühe als bei den restlichen Sportartikeln?
3. Wird über die Randsportarten eher oberflächlich berichtet und nicht so ins Detail gegangen, wie bei der Fußball-Bundesliga?
4. Unterscheiden sich Boulevard- und Abonnement-Zeitungen in ihrer Darstellung über die Fußball-Bundesliga und die Randsportarten?
5. Wird eher und anschaulicher über Randsportarten berichtet, wenn es sich um eine Erfolgsgeschichte handelt?
6. Fokussieren sich die Boulevardzeitungen tatsächlich mehr auf „das Private“ hinter dem Sport?

### 3.4 Hypothesen

Hypothese 1: Die Berichterstattung zur 1. und 2. Fußball Bundesliga überwiegt der Berichterstattung über die Randsportarten.

Hypothese 2: Die Berichterstattung über die Fußball-Bundesliga unterscheidet sich in Layout und „Unterhaltungsquotient“ deutlich von der Berichterstattung über die Randsportarten.

Hypothese 3: Die Berichterstattung über die Randsportarten variiert in ihrem Textart kaum.

Hypothese 4: Boulevard- und Abonnentenzeitungen unterscheiden sich nicht groß in der Darstellung der Randsportarten.

Hypothese 5: Bei den Randsportarten wird Erfolg ausführlicher behandelt als Misserfolg.

Hypothese 6: Die Boulevardzeitungen berichten mehr über Inhalte, die über das Sportliche hinausgehen.

### **3.5 Die untersuchten Merkmale**

Dieses Kapitel stellt die für diese Arbeit relevanten Kriterien vor und begründet, warum diese untersucht wurden und wie diese zu verstehen sind. Im Codebuch sind folgende Merkmale vertreten:

1. Name der Zeitung
2. Erscheinungstag
3. Datum
4. Kennung des Artikels
5. Seitenzahl
6. Bereich
7. Artikelart
8. Darstellungsform des Artikels
9. Hauptthema
10. Schreibstil des Artikels
11. Sportliche Leistung
12. Leistungsgrundlage
13. Text inklusive Statistik
14. Text inklusive Bild

Zu den Merkmalen 1. bis 5.: Diese fünf Merkmale dienen ausschließlich der Kategorisierung der Artikel.

Zu Merkmal 6, Bereich: Dieses Merkmal zeigt, ob es sich bei dem vorliegenden Artikel um einen Fußballtext handelt oder um einen Text über Randsportarten. Als Fußballtexte werde alle Texte bezeichnet, die einen Bezug zu der 1. oder 2. Bundesliga herstellen. Aber es geht nicht nur um die 1. und 2. Bundesliga, als Fußballtexte werden auch Texte bezeichnet, die über Fußball aus aller Welt Berichten. Artikel über die englische Premier League oder über Afrikanische Nationalmannschaften gehören ebenfalls dazu.

Nicht zu den Fußballtexten gehören Artikel über Amateurfußball. Der Amateurfußball wurde bewusst zu den Randsportarten dazu gezählt, weil die verschiedenen Redaktionen ihn genau wie die anderen Randsportarten behandeln.

Zu Merkmal 7, Artikelart: Dieses Merkmal zeigt, ob es sich bei dem vorliegenden Artikel um einen Text, eine Statistik oder ein Bild handelt.

Zu Merkmal 8, Darstellungsform: Dieses Merkmal zeigt, um was für eine Darstellungsform es sich bei dem vorliegenden Artikel handelt.

Zu Merkmal 9, Hauptthema: Dieses Merkmal zeigt, ob der vorliegende Artikel sich mit Sportlichem befasst oder mit etwas was über den Sport hinausgeht. Sportartikel behandeln wirklich nur das Sportliche. Spielberichte, Einschätzungen über Mannschaften, Kommentare über die Lage der Mannschaft und so weiter. Als Human Interest bezeichnet diese Arbeit alles was hinter dem Sport passiert: Verletzungen von Spielern, Transfergerüchte und Privates.

Zu Merkmal 10, Schreibstil: Dieses Merkmal zeigt, ob Artikel unterhalten, kritisch oder faktisch sein soll.

Zu Merkmal 11, sportlichen Leistung: Dieses Merkmal zeigt, ob der Artikel über Erfolg oder Misserfolg einer Person oder einer Mannschaft berichtet.

Zu Merkmal 12, Leistungsgrundlage: Dieses Merkmal zeigt, ob der Text eine oder mehrere Personen behandelt.

Zu den Merkmalen, 13. und 14.: Die letzten beiden Merkmale zeigen, ob der Artikel mit Statistiken und Bildern ergänzt wurde.

Diese Merkmale wurden so ausgewählt damit die forschungsleitenden Fragen und deren Hypothesen beantwortet werden können. Merkmale und Codebuch wurden mehrere Male überarbeitet. Anfangs gab es einige Merkmale, die es jetzt in der endgültige



Fassung des Codebuches nicht mehr gibt. Der Grund hierfür ist, dass es vor Beginn der Codierung zwar Sinn gemacht hätte diese Merkmale auch zu untersuchen, diese Merkmale im Nachhinein den forschungsleitenden Fragen und Hypothesen dieser Arbeit nicht weitergeholfen hätten.

## 4 Präsentation und Evaluation der Ergebnisse

Dieses Kapitel legt anhand von Diagramme die gewonnenen Erkenntnisse dar. Die Diagramme werden in diesem Kapitel nur beschrieben und verglichen.

### 4.1 Themenbereiche

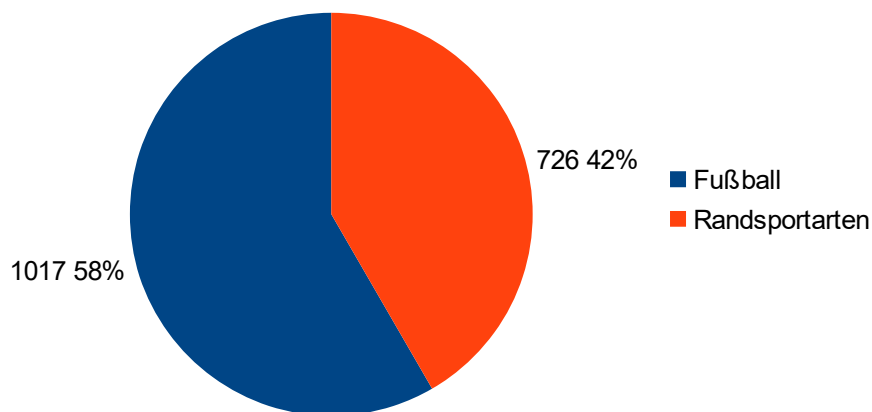


Abbildung 1: Gesamtzahl der Artikel über Fußball und Randsportarten

Wird mehr über Fußball berichtet oder mehr über die Randsportarten? Das in Abbildung 1 dargestellte Diagramm zeigt, dass insgesamt 1743 Artikel aus allen drei Tageszeitungen untersucht wurden. Es wurden alle Artikel aus den Sportteilen eingerechnet. Kurznachrichten wurden genauso berücksichtigt die normale Nachrichten oder Berichte. 726 aus dieses 1743 Artikeln berichten über Randsportarten. Der Rest, 1017, berichten über Fußball. Damit wird in der Gesamtheit der drei verschiedenen Sportteile mehr über Fußball berichtet als über die Randsportarten. In Prozentzahlen stellt sich der Unterschied wie folgt dar:

Fußballbeiträge: 58%

Randsportbeiträge: 42%

In diesem Zusammenhang ist es interessant zu wissen, in wieweit sich hier die anteilmäßige Verteilung in den Boulevardzeitungen (Morgenpost und Bild) von der in der Abonnementzeitung (Abendblatt) unterscheidet. Diese Frage beantwortet das folgende Diagramm aus Abbildung 2:

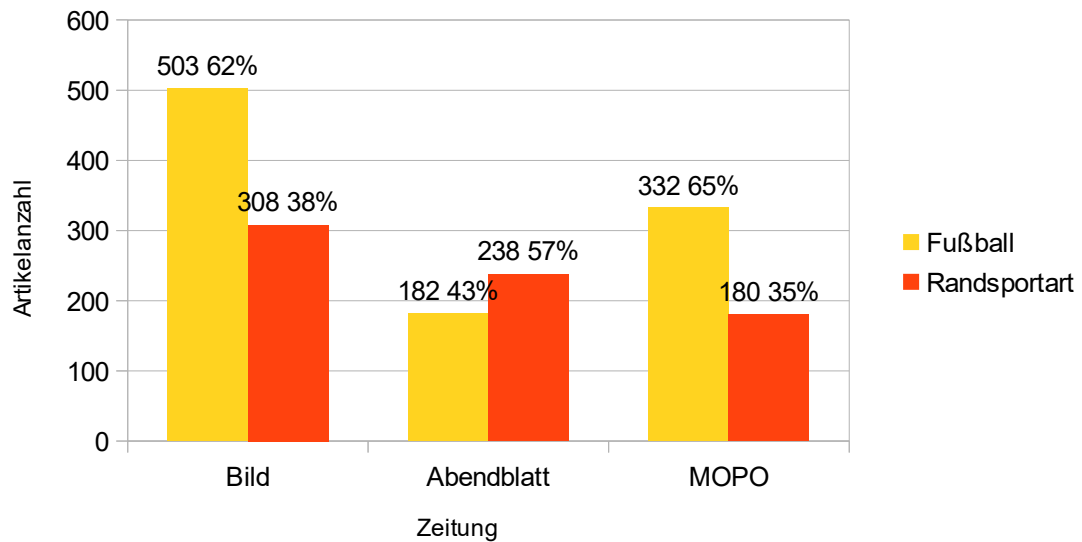


Abbildung 2: Über welche Bereiche berichten die einzelnen Zeitungen wie oft

Es wird klar, dass sich die Zeitungen tatsächlich deutlich unterscheiden. Die Boulevardzeitungen weisen sogar eine ähnliche Verteilung auf: 62% der insgesamt 811 Artikel der Bild behandeln ein Fußballthema, bei der Morgenpost sind das 65% von 512 Artikeln. Das Abendblatt dagegen ist die einzige der drei Zeitungen, die mehr über die Randsportarten berichtet: 57% aller Sportartikel des Abendblattes behandeln Randsportarten.

Was noch aus diesem Diagramm entnommen werden kann, ist die Tatsache, dass in diesem Zeitraum in der Bild-Zeitung mit Abstand die meisten Sportartikel abgedruckt wurden (811). Morgenpost (512) und Abendblatt (420) liegen weit dahinter.

## 4.2 Verwendung von Bildern

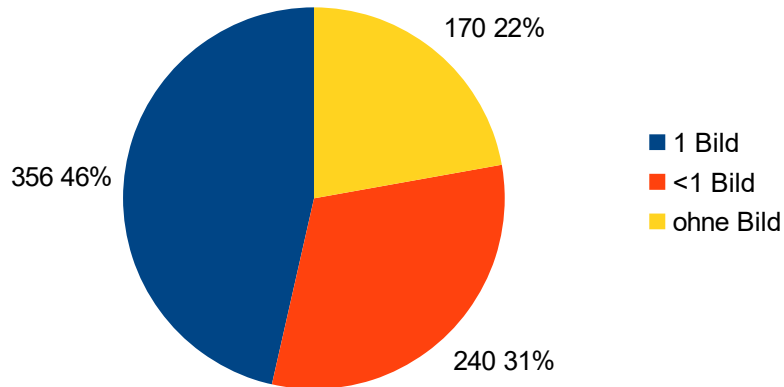


Abbildung 3: Fußball: Artikel mit oder ohne Bild

Das in Abbildung 3 dargestellte Diagramm zeigt, wie oft Artikel über Fußball entweder mit einem, mehreren (die Zahl ist hier nach oben hin offen gelassen) oder gar keinem Bild ausgestattet wurden. Diese Untersuchung wurde zeitungübergreifend gemacht. Kurznachrichten wurden hierbei nicht berücksichtigt. Das Ergebnis: Mehr als zwei Drittel aller Fußballartikel wurde um mindestens ein Bild ergänzt. Um genau zu sein, fast die Hälfte aller Artikel (46%) verfügt über ein Bild und 31% beinhaltet sogar mehr als ein Bild. Nicht einmal ein Viertel der Artikel 21% muss ohne ein Bild auskommen. In Absoluten Zahlen sind das gerade einmal 170 von 766 Artikeln.

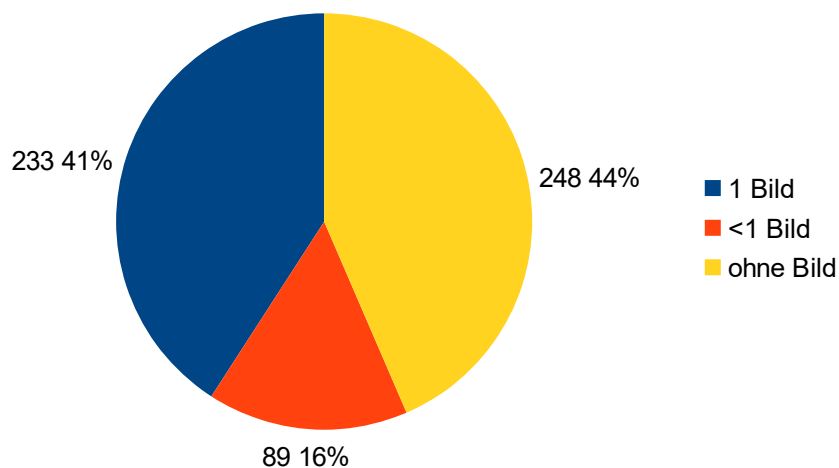


Abbildung 4: Randsportarten: Artikel mit oder ohne Bild

Abbildung 4 zeigt, dass das bei den Randsportarten deutlich anders aussieht. Hier haben zwar immer noch mehr Artikel mindestens ein Bild (57%), diese Zahl ist jedoch deutlich geringer. Von insgesamt 570 Artikeln haben 248 kein Bild (44%). Damit stellt die Sparte „Artikel, ohne Bild“ den größten Anteil dar. Auch der Anteil der Artikel mit mehr als einem Bild ist im Vergleich zum Anteil der Fußballartikel mit 16% verschwindend gering.

### 4.3 Unterhaltungswert

Bei dieser Erhebung blieben Kurznachrichten, alleinstehende Statistiken und Bilder unberücksichtigt.

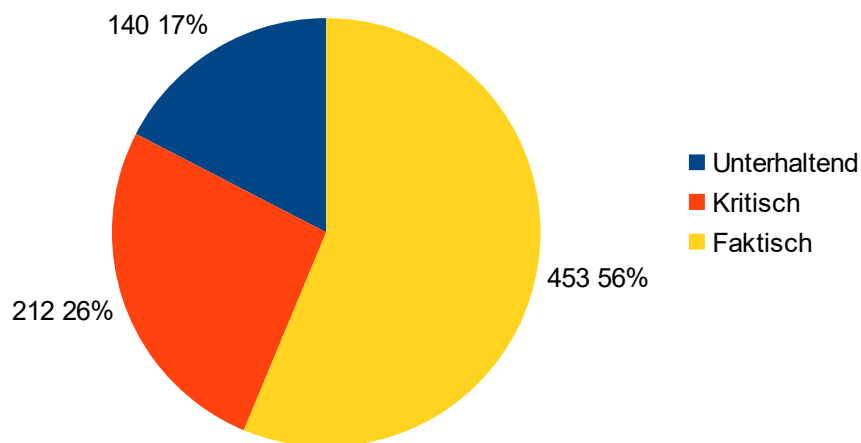


Abbildung 5: Unterhaltungswert der Artikel mit Fußballthema

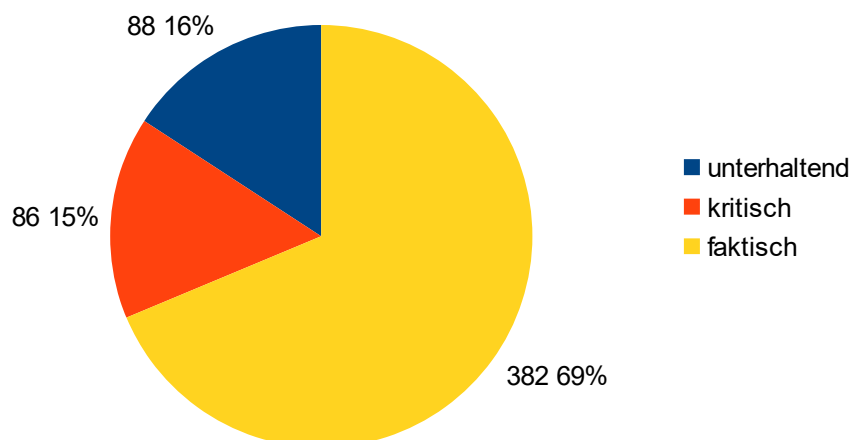


Abbildung 6: Unterhaltungswert der Artikel mit Randsportartthema

Abbildung 5 zeigt Folgendes: Der Hauptanteil der Artikel über Fußball sind faktisch geschrieben (56%). Danach kommen mit 26% die kritischen Artikel und an letzter Stelle stehen dann die Artikel mit Unterhaltungswert mit 17%.

Bei den Randsportarten (Abbildung 6) sieht die Verteilung ähnlich aus: Auch hier sind mit 69% die meisten Artikel faktisch geschrieben. Die Kategorien „unterhaltend“ und „kritisch“ liegen hier – anders als beim Bereich Fußball – eng zusammen mit 15% bzw. 16%.

## 4.4 Textarten

Alleinstehende Bilder und Statistiken blieben hier unberücksichtigt.

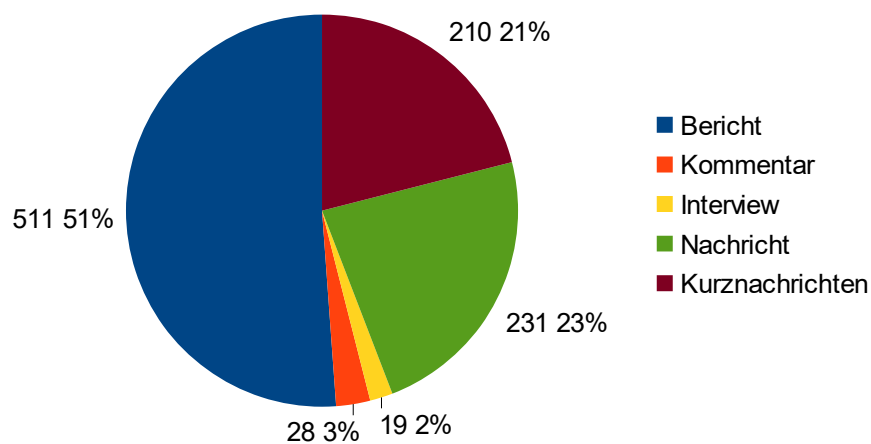


Abbildung 7: Artikelart der Artikel über den Bereich Fußball

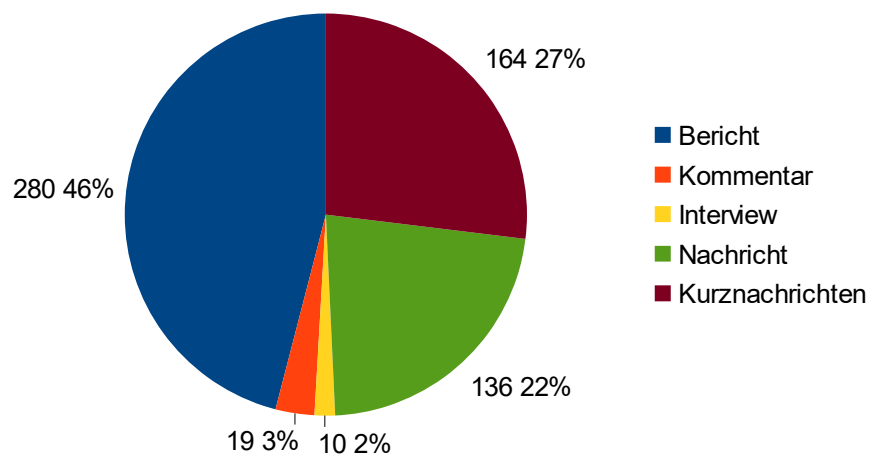


Abbildung 8: Artikelart der Artikel über den Bereich Randsportart

Das in Abbildung 7 dargestellte Diagramm zeigt an, wie oft welche Artikelart zur Berichterstattung über Fußball verwendet wurden. Die meisten dieser Artikel wurden der Berichtform geschrieben (51%). Danach kommen mit einem Anteil von 23% die Nachrichten, sowie mit einem Anteil von 21% die Kurznachrichten. Weit abgeschlagen sind Interviews (2%) und Kommentare (3%).

Die Verteilung nach Artikelart bei den Randsportarten (Abbildung 8) unterscheidet sich nur minimal. Die Berichte haben mit 46% einen etwas kleineren Anteil. Ansonsten folgen auch hier auf die Berichtsform (46%) die Artikel in kurznachrichtenform mit 27% und die Nachrichten mit 22%. Über Exakt denselben Prozentanteil wie bei der Fußballberichterstattung verfügen hier die Interviews und Kommentare.

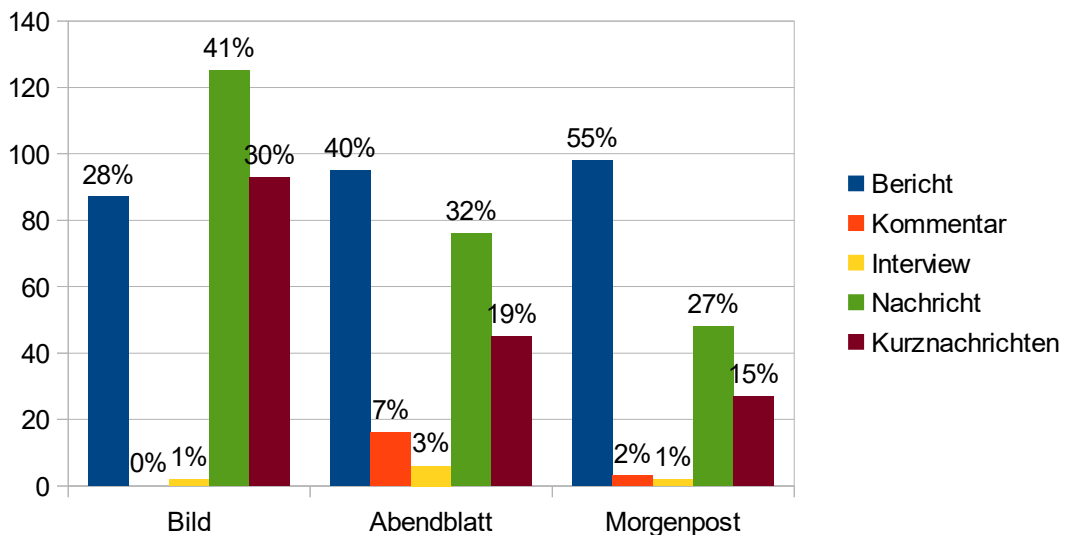


Abbildung 9: Arten der Artikel über Randsportarten

Eine der forschungsleitenden Fragen lautet: Unterscheiden sich Boulevard- und Abonnement-Zeitungen in ihrer Darstellung über die Fußball-Bundesliga und die Randsportarten? Das Diagramm dazu ist in Abbildung 9 dargestellt.

Berichtet die Bild über die Randsportarten verteilt sich dies wie folgt: 41% als Nachricht, 30% der Artikel sind Kurznachrichten und 28% sind Berichte. Interviews finden sich nur mit einem Anteil von 1%. Bemerkenswert ist, dass die Bild im Februar 2015 keinen einzigen Kommentar im Bereich Randsportart veröffentlicht hat.

Die Verteilung im Abendblatt sieht gänzlich anders aus. Es überwiegen mit 40% die Berichte, dann folgen mit 32% die Nachrichten. Bei den anderen drei Arten ist es ausgeglichener: Kurznachrichten nehmen im Abendblatt nur 19% ein, während ganze 7%

der Artikel als Kommentare abgefasst sind. Interviews zu den Randsportarten finden sich im Abendblatt nur mit einem Anteil von 3%.

Die Morgenpost ähnelt in ihrer Verteilung nicht etwa der anderen Boulevardzeitung, sondern dem Abendblatt. Auch hier steht an erster Stelle mit 55% die Berichtsform. Es folgen – wie beim Abendblatt – mit 27% die Nachricht. Auch die restlichen Plätze verteilen sich wie bei der Abonnentenzeitung: Kurznachrichten (15%), Kommentaren (2%) und Interviews (1%).

## 4.5 Relevanz von Erfolg und Misserfolg bei den Randsportarten

Hypothese 5 stellt die Frage, inwiefern Erfolg und Misserfolg die Darstellung der Artikel über die Randsportarten beeinflussen. Untersucht wurde dies anhand der Bebilderung und der Ausführlichkeit der Artikel.

*Bebilderung:*

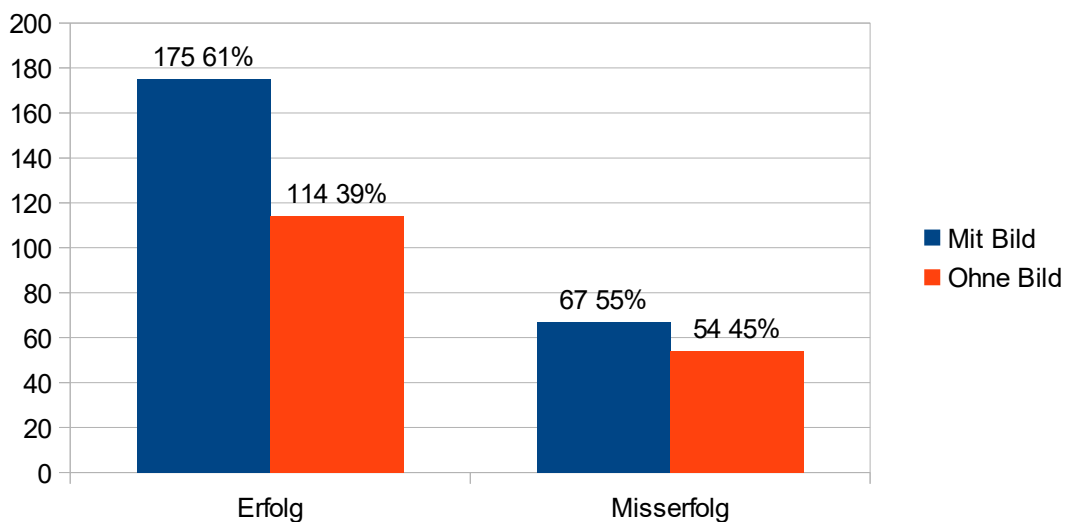


Abbildung 10: Bebilderung der Randsportarten bei Erfolg/Misserfolg

Die Abbildung 10 zeigt zunächst, dass die Mehrzahl der Artikel aller Zeitungen bebildert sind (242), unabhängig davon ob sie von Erfolg oder Misserfolg berichten.



Die Bild (Abbildung 11) brachte insgesamt 134 Artikel über Randsportarten, die eine Erfolgsstory beinhalteten. 86 (64%) davon wurden mit einem oder mehreren Bildern ausgestattet, während 48 (36%) ohne Bebilderung auskommen mussten. Diese Werte ähneln den Werten auf der Misserfolg-Seite. Hier sind 68% der Artikel bebildert, 32% nicht.

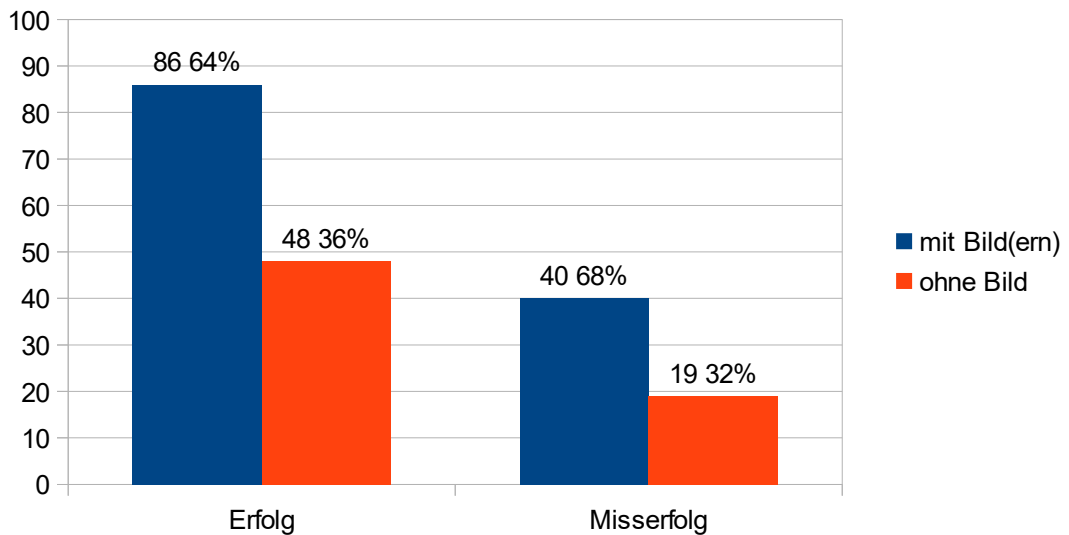


Abbildung 11: Bild-Zeitung: Bebilderung bei den Artikeln über Erfolg/Misserfolg bei den Randsportarten

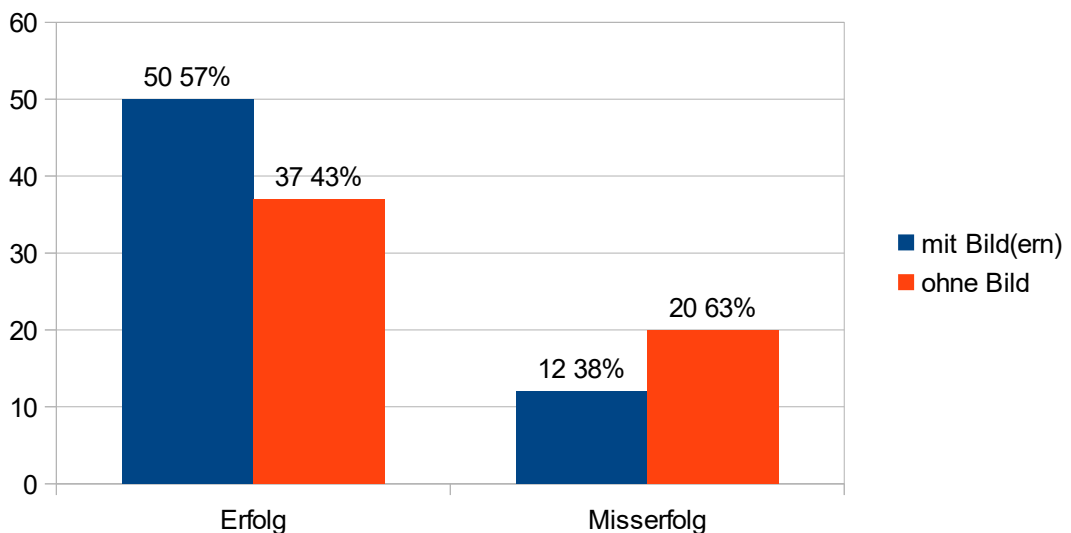


Abbildung 12: Abendblatt: Bebilderung bei den Artikeln über Erfolg/Misserfolg bei den Randsportarten

Was die Bebilderung bei Erfolgsgeschichten angeht, ähneln sich die Werte in Bild und Abendblatt. Auch beim Abendblatt (Abbildung 12) werden erfolgreiche Geschichten

häufiger bebildert (57% zu 43%). Auf der Misserfolgs-Seite gibt es zwischen den Zeitungen allerdings einen klaren Unterschied: Während die Bild 68% der Misserfolgs-Stories bebildert hat (siehe Abbildung elf), sind es beim Abendblatt 38%. Auf der anderen Seite sind 63% der Misserfolgsartikel ohne Bilder.

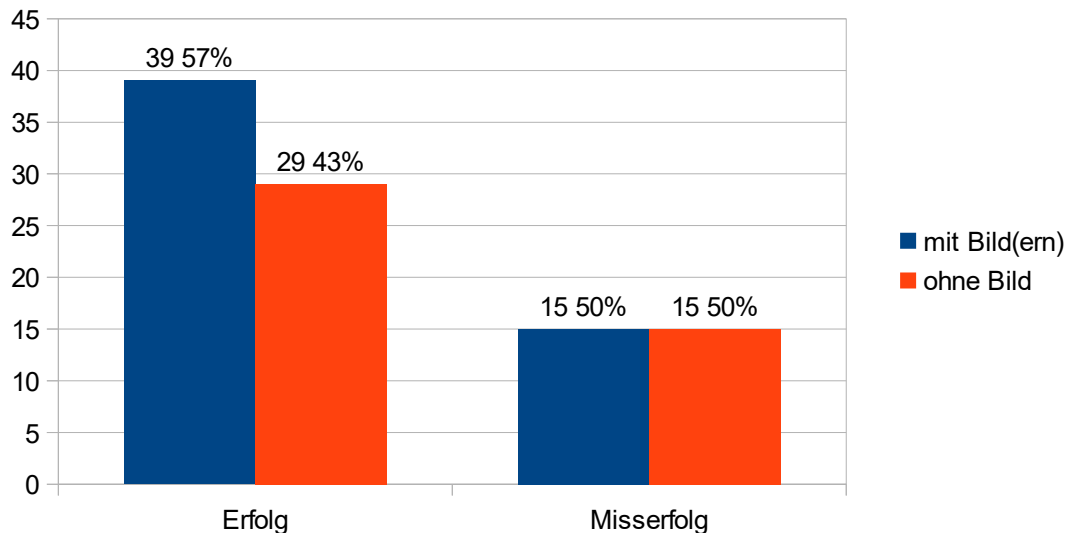


Abbildung 13: Morgenpost: Bebilderung bei den Artikeln über Erfolg/Misserfolg bei den Randsportarten

Wie bei den beiden anderen Tageszeitungen gibt es auch bei der Morgenpost mehr Erfolgsstories mit Bild als ohne Bild (Abbildung 13). Die Prozentzahlen liegen auch hier mit 57% zu 43% im selben Bereich wie beim Abendblatt (57% zu 43%) und etwas unter den Zahlen der Bild (64% zu 36%). Bei Misserfolgsstories verteilt die Morgenpost die Bilder gleichmäßig 50% zu 50%. Dies steht im deutlichen Kontrast zu Bild und Abendblatt.

#### *Ausführlichkeit (Nachricht oder Bericht):*

Das Diagramm aus Abbildung 14 zeigt, dass bei allen drei Tageszeitungen Erfolge eher mit ausführlichen Berichten als mit kürzeren Nachrichten beschrieben werden. Nachrichten beinhalten überwiegend Misserfolge.

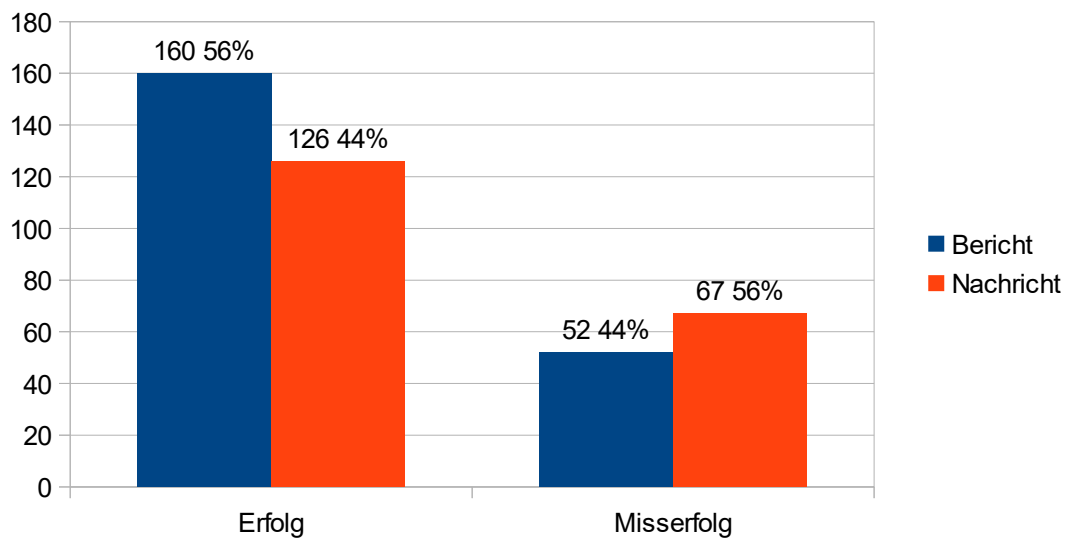


Abbildung 14: Artikelart bei Erfolg/Misserfolg

Die Bild (Abbildung 15) berichtet in 42% ihrer Artikel über Erfolge in Berichtsform, in 58% der Fälle in Nachrichtenform. Wenn über Misserfolg berichtet wird sind es in 41% Berichte und in 59% Nachrichten.

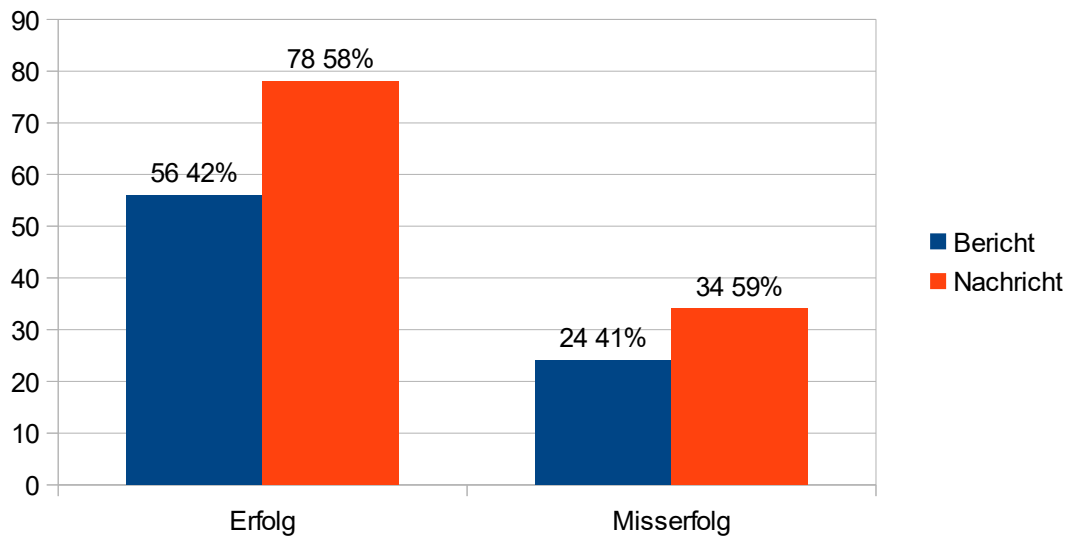


Abbildung 15: Bild-Zeitung: Art der Artikel die über Erfolg/Misserfolg berichten bei den Randsportarten

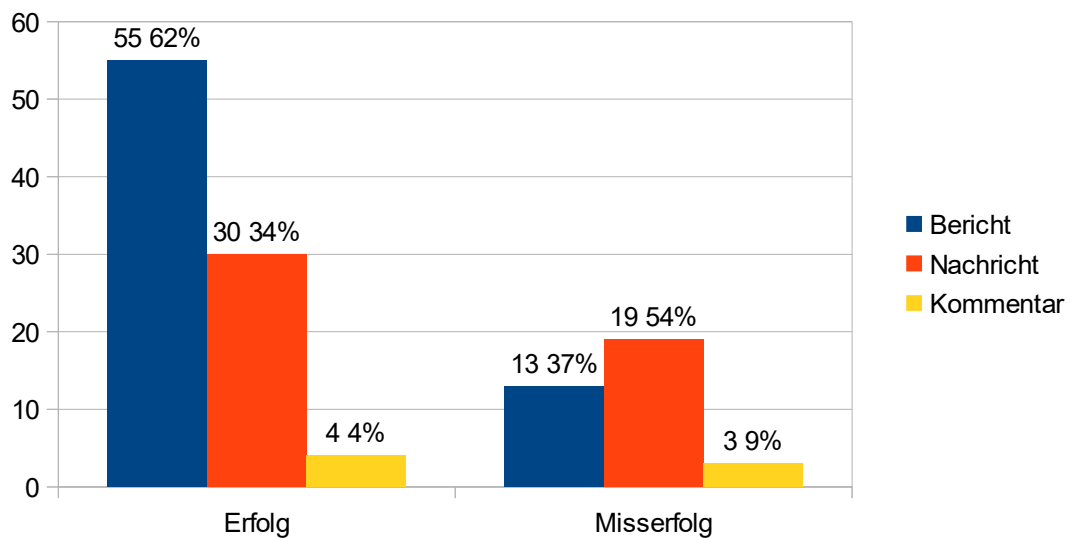


Abbildung 16: Abendblatt: Art der Artikel die über Erfolg/Misserfolg berichten bei den Randsportarten

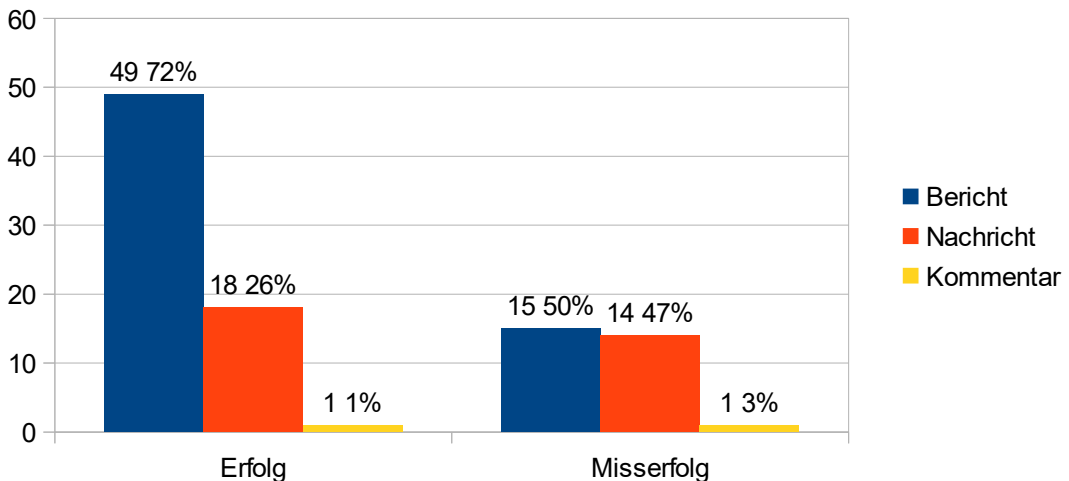


Abbildung 17: Morgenpost: Art der Artikel die über Erfolg/Misserfolg berichten bei den Randsportarten

In 62% der Fälle wurden Berichte vom Abendblatt (Abbildung 16) geschrieben um Erfolge zu beleuchten. Misserfolgs-Stories sind nur in 37% als Berichte abgefasst. Insgesamt überwiegt die Nachricht mit 54%. Bei den Erfolgsstories kommt die Nachricht auf 34%. Das Abendblatt hat im Gegensatz zur Bild auch einige Kommentare veröffentlicht. 4% der Erfolgsstories und 9% der Misserfolgsstories sind solche Kommentare.

Gleichgültig ob der Inhalt eine Misserfolgs- oder Erfolgstory ist, die Morgenpost (Abbildung 17) benutzt am häufigsten die Berichtsform für ihre Ausführungen. 72% der Erfolgsstories sind Berichte, nur 26% sind Nachrichten. Der Rest sind Kommentare. Diese Werte ähneln eher dem Abendblatt als der Bild. Bei Artikel über Misserfolg sieht es etwas ausgeglichener aus. In 50% der Fälle wird ein Bericht angefertigt, in 47% eine

Nachricht und die restlichen 3% sind Kommentare. Hier unterscheidet sich die Morgenpost wieder von den anderen Zeitungen, die bei Misserfolgsstorys eher zur Nachricht greifen.

## 4.6 Themen

In diesem Kapitel soll aufgezeigt werden, wie oft über den „reinen“ Sport hinausgehende sportverwandte Themen berichtet wird.

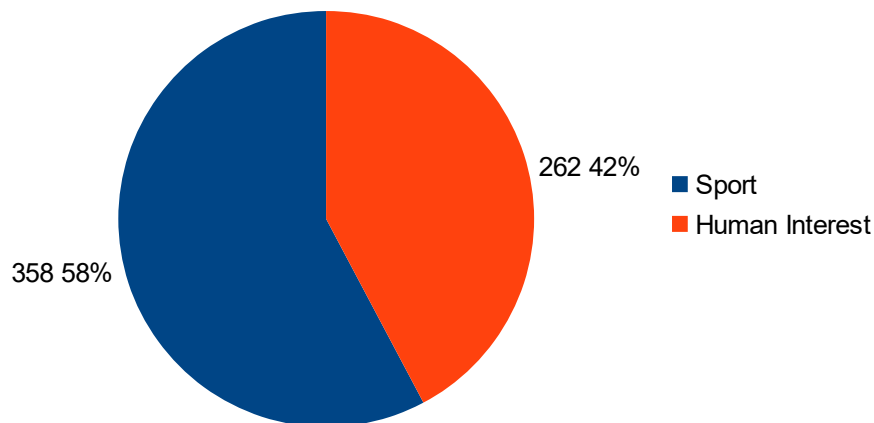


Abbildung 18: Bild Zeitung: Themen der gesamten Sportartikel

Rechnet man alle Sportartikel der Bild zusammen (ohne Kurznachrichten, Diagramme und alleinstehende Bilder) so berichtet die Bild mit 58% über Sport. 42% der Artikel behandeln dementsprechend darüber hinaus gehende Themen (Abbildung 18).

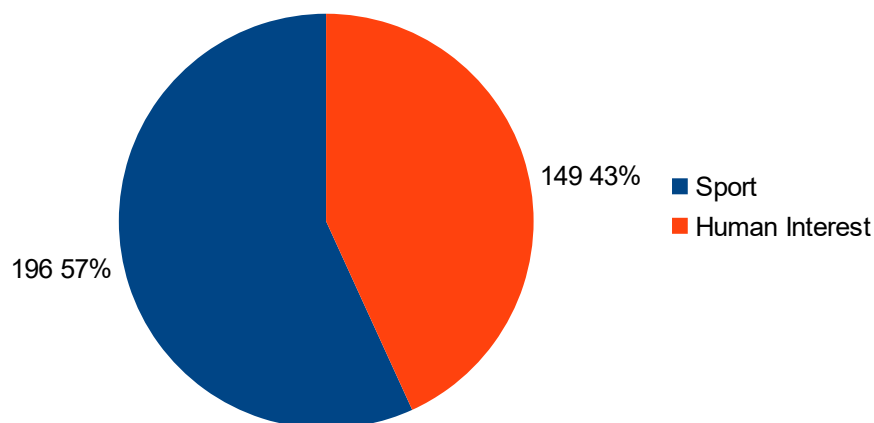


Abbildung 19: Hamburger Abendblatt: Themen der gesamten Sportartikel

Das Abendblatt unterscheidet sich hiervon nur unwesentlich. 57% der gesamten Sportartikel haben als Hauptthema Sport, 43% Human Interest (Abbildung 19).

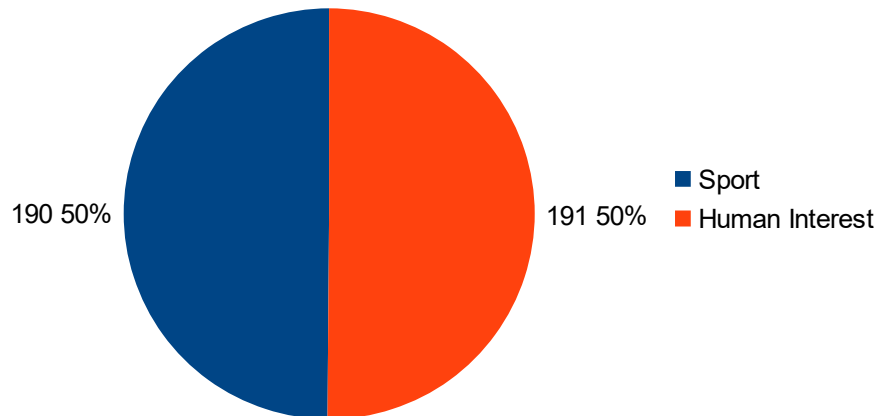


Abbildung 20: Hamburger Morgenpost: Themen der gesamten Sportartikel

Die Morgenpost weicht hier, wie in Abbildung 20 zu sehen, ein wenig ab: 50% der Artikel berichten über Sport und 50% behandeln „Art-verwandte“-Themen.

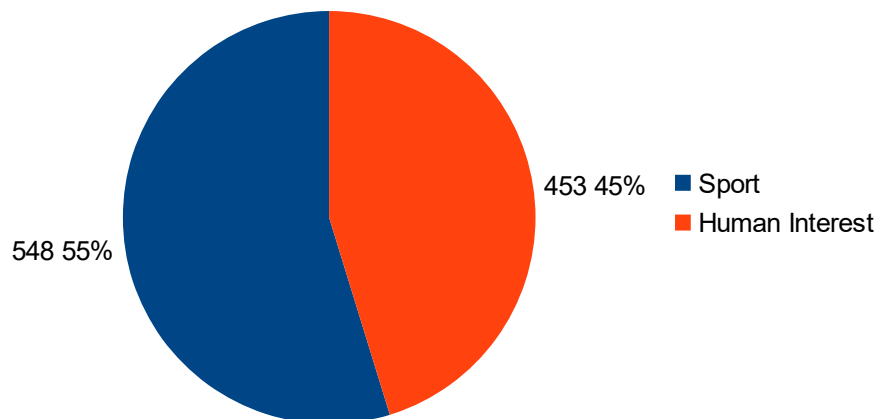


Abbildung 21: Boulevardzeitungen: Themen der gesamten Sportartikel

Das in Abbildung 21 dargestellte Diagramm zeigt die Verteilung aller Artikel der beiden Boulevardzeitungen. 55% der Artikel behandeln den „reinen“ Sport, 45% haben ein „sport-verwandtes“ Hauptthema. Vergleichen kann man dieses Diagramm nun noch mit dem Diagramm des Abendblattes (Abbildung 19). Dieser Abonnentenzeitung-gegen-Boulevardzeitung-Vergleich zeigt, dass sich das Abendblatt was die Themenauswahl angeht nur kaum bzw. nicht von seinen Konkurrenten unterscheidet.

## 5 Prüfung der Hypothesen

Dieses Kapitel analysiert und bewertet die im vorherigen Kapitel dargestellten Diagramme und Erkenntnisse. Zudem werden in diesem Zusammenhang die Hypothesen bewertet.

### **Hypothese 1: Die Berichterstattung zum Fußball überwiegt der Berichterstattung über die Randsportarten.**

Diese Hypothese ist zutreffend.

Diese Hypothese wurde aufgestellt um zu klären ob „König Fußball“ wirklich die Berichterstattung beherrscht oder nicht, was ein seit langem diskutiertes Thema in der Gesellschaft ist. In Abbildung 1 kann man deutlich erkennen, dass weit mehr über Fußball als über die Gesamtheit der Randsportarten berichtet wird.

Auf den ersten Blick überrascht es, dass der Unterschied mit 58% zu 42% zugunsten des Fußballs gar nicht so groß ist. Überlegt man sich dann aber, dass Fußball mit der Gesamtheit der Randsportarten verglichen wird, ist das Problem zu erkennen: Die Fußballberichterstattung nimmt deutlich über die Hälfte der gesamten Sportberichterstattung in Hamburgs relevanten Zeitungen ein. Die vielen verschiedenen Randsportarten müssen sich die restlichen 42% Fläche teilen! Zudem gibt und gab es mit dem HSV Handball, den Freezers im Eishockey, den Basketballern Hamburg Towers, den Buxtehuder Handballfrauen und den Volleyballerinnen dem VT Aurubis feste Größen in Hamburg die regelmäßig Erwähnung in den Zeitungen fanden. Für die kleinen Sportarten blieb damit nur noch ein Bruchteil an Berichterstattung über. Möglicherweise ergeben sich hier infolge der Auflösung vom HSV Handball und den Freezers noch größere Unterschiede.

Interessant zu bewerten ist in diesem Zusammenhang auch die Abbildung 2. Die Abbildung beschreibt die Verteilung von Artikeln über Fußball und über die Randsportarten pro Zeitung. Beide Boulevardzeitungen werden hier ihrem Ruf gerecht und berichten vermehrt über Fußball. Aus der Reihe fällt hier das Abendblatt, welches tatsächlich vermehrt über Randsportarten berichtet. Ein Phänomen welches sich mit der jeweiligen Zielgruppe der Zeitungen beantworten erklären lässt: Die Boulevardzeitungen wollen primär die breite Masse ansprechen. In Deutschland ist die beliebteste Sportart ohne Zweifel Fußball, weswegen es hier auch Sinn macht hauptsächlich auf die Fußballberichterstattung zu setzen. Das Abendblatt hingegen möchte nicht unbedingt die breitere

Masse ansprechen sondern eher anspruchsvollere Leser. Das lässt sich auch an der Art und Weise der Aufmachung erkennen: Längere Texte, weniger Bilder.

**Hypothese 2: Die Berichterstattung über den Fußball unterscheidet sich in Layout und „Unterhaltungsquotient“ deutlich von der Berichterstattung über die Randsportarten.**

Diese Hypothese ist nur teilweise zutreffend.

Der Gedanke hinter dieser Hypothese war, dass es den Redaktionen leichter fällt anschaulich über Fußball zu berichten, weil es schlichtweg einfacher ist an Informationen bzw. Bilder zu kommen. Bei jedem Fußballspiel sind unzählige Fotografen unterwegs und die Spiele werden zu allen möglichen Statistiken zusammengefasst. Ein Service, der bei den Randsportarten einfach so nicht möglich ist.

Abbildung 3 und 4 vergleichen die Bebilderung der Fußballartikel mit denen der Randsportartenartikel. Ein Unterschied wird sofort deutlich. Zwar ähnelt sich die Zahl der Artikel mit einem Bild (Fußball: 46%, Randsportarten: 41%), aber die Zahlen der Artikel ohne Bild und mit mehr als einem Bild driften jedoch deutlich auseinander. So haben nur knapp 22% der Artikel ohne Fußball kein Bild, während die Zahl bei den Randsportarten bei 44% liegt. Ähnlich ist es bei den Artikeln mit mehr als einem Bild: Fußball 31%, Randsportarten 16%.

Dieser deutliche Unterschied lässt sich wohl mit der vorher formulierten Annahme, dass es den Redaktionen einfach leichter fällt beim Fußball gute Bilder zu beschaffen, erklären.

Der zweite Teil der Hypothese trifft allerdings nicht mehr zu. Der Unterhaltungsquotient der Fußballartikel unterscheidet sich nicht deutlich von dem der Randsportarten. Abbildung 5 und 6 weisen nur kleine Unterschiede auf. Die Mehrzahl der Artikel bei beiden Bereichen ist faktisch geschrieben, ein kleiner Teil unterhaltend und ein weiterer kleiner Teil kritisch. Der einzige Unterschied hier ist, dass die Redaktionen beim Fußball häufiger kritisch sind. Zu erklären ist dies möglicherweise mit der Tatsache, dass die Hamburger Vereine sich im Untersuchungszeitraum nicht von ihrer allerbesten Seite präsentiert haben (sowohl die Bundesligamannschaft des HSV als auch die Zweitligamannschaft des FC St. Pauli steckten im Abstiegskampf), was die Redakteure dazu veranlasste häufiger mit einem kritischeren Ton zu berichten.



**Hypothese 3: Die Berichterstattung über die Randsportarten variiert in ihrem Textart kaum.**

Diese Hypothese ist zutreffend.

Die Vermutung hinter dieser Hypothese war, dass die Randsportarten von den Redaktionen etwas „stiefmütterlich“ behandelt werden. Damit ist gemeint, dass man für die Randsportarten ein bestimmtes Profil hat und dieses so immer wieder dem Leser bietet.

Abbildung 8 bestätigt diese Annahme. 95% aller Artikel über Randsportarten sind entweder Berichte, Nachrichten oder Kurznachrichten. Die restlichen Artikel sind Kommentare oder Interviews. Andere Arten kommen nicht vor. Diese Feststellung selbst überrascht nicht. Was überrascht ist die Tatsache die Abbildung 7 zeigt, dass sich die Artikelarten im Bereich Fußball fast gleichmäßig verteilen. Bericht, Nachricht und Kurznachricht dominieren, Kommentar und Interview folgen. Bei der deutlich höheren Anzahl an Artikeln über Fußball ist das eine bemerkenswerte Statistik.

**Hypothese 4: Boulevard- und Abonnentenzeitungen unterscheiden sich nicht groß in der Darstellung der Randsportarten.**

Diese Hypothese ist falsch.

Anders als in Hypothese 2 ist hier nicht das Layout und der Unterhaltungsquotient gemeint, sondern die Artikelart. Diese Hypothesen wurde getroffen, weil die allgemeine Annahme war, dass die Randsportarten über die Randsportarten von beiden Zeitungsarten nur Beiwerk ist, in das es sich nicht lohnt in sie vermehrt Zeit zu investieren.

Abbildung 9 beweist das Gegenteil und zeigt sogar auf, dass sich die beiden großen Boulevardzeitungen in Hamburg in ihrer Darstellung der Randsportarten doch erheblich unterscheiden. Die Bild berichtet hauptsächlich mit Nachrichten bzw. Kurznachrichten über die Geschehnisse der Randsportarten. Berichte nehmen bei ihr nicht einmal ein Drittel der Berichterstattung ein. Im Gegensatz dazu, sind Berichte sowohl für das Abendblatt und mehr noch für die Morgenpost, die Hauptartikelart bei den Randsportarten. Betrachtet man alle Zahlen zusammen so gleichen sich die Zahlen der Morgenpost und des Abendblattes deutlich aneinander an. Hier unterscheiden sich die beiden Boulevardblätter also in ihrer Berichterstattung über die Randsportarten, die Trennung

zwischen Boulevardblatt und Abonnementzeitungen ist in dieser Kategorie also nicht möglich.

Das zeigt, dass Bild von allen drei Zeitungen am wenigsten in die Randsportarten investiert. Vor allem die Feststellung, dass fast drei Viertel der gesamten Berichterstattung über die Randsportarten aus Nachrichten und Kurznachrichten besteht, unterschreibt dies deutlich. Warum Morgenpost sich hier klar von der Bild unterscheidet, lässt sich nicht erklären.

**Hypothese 5: Bei den Randsportarten wird Erfolg ausführlicher behandelt als Misserfolg.**

Diese Aussage trifft zu.

Diese Hypothese entstand aus der Annahme, dass die Zeitungen ausführlicher über die Randsportarten berichten, wenn Erfolg vermeldet werden konnte. Dies ist sicherlich der Tatsache geschuldet, dass es die Leserschaft mehr anspricht, wenn Positives ausführlich dargestellt wird.

Abbildung 14 bestätigt diese Annahme, allerdings mit einem kleinen Unterschied in den Prozentzahlen. Nichtsdestotrotz drucken die Zeitungen bei Erfolgsstorys eher Berichte als Nachrichten. Bei Misserfolg fallen die Artikel, dann in Nachrichtenform, kürzer aus. Dies bestätigt die Hypothese genau.

Abbildung 10 widerspricht dem Ganzen allerdings ein wenig. In dieser Abbildung geht es um die Bebilderung bei Erfolg und Misserfolg. Sind noch der Hypothese entsprechend die Mehrzahl der Erfolgsstorys bebildert, so ist auch der größere Anteil der Misserfolgstorys bebildert. Ein kleiner Makel dieser Hypothese, der sich aber beim genaueren mit dem Betrachten der Zahlen der einzelnen Zeitungen erklären lässt.

Im Vergleich zum Abendblatt (Abbildung 12) und zur Morgenpost (Abbildung 13) bebildert die Bild (Abbildung 11) zu einem großem Teil auch Misserfolgstorys. Dies ist der Absicht der Bild geschuldet, beim Leser insbesondere Emotionen, positive wie auch negative, hervorzurufen. Daher druckt Bild häufig Portraitbilder von Sportlern im Angesicht einer Niederlage.

Was die Nachricht-zu-Bericht-Diagramme (Abbildungen 15, 16 und 17) angeht ähneln sich die Zeitungen und bestätigen vorherigen Thesen. So schreibt die Bild unabhängig von Erfolg oder Misserfolg in Nachrichtenform von Ereignissen, während die anderen beiden vor allem bei Erfolgsgeschichten ausführlicher sind.

**Hypothese 6: Die Boulevardzeitungen berichten mehr über Inhalte, die über das Sportliche hinausgehen.**

Diese These ist falsch.

Es wurde angenommen, dass die Boulevardzeitungen, besonders die Bild, öfters über den Sport hinausgehend im Rahmen ihres Sensationsjournalismus berichten. Vergleicht man aber die vier Diagramme aus dem Kapitel Themen wird klar, dass dies eindeutig nicht der Fall ist.

Im Februar 2015 waren die Themen der Bild sogar ein Prozent öfter sportlicher Natur als die des Abendblattes (Abbildung 18 und 19). Wird zu dem Sportteil der Bild noch den der Morgenpost (Abbildung 20) hinzugenommen, ergibt dies einen Prozentsatz von 55% Sportartikel und 45% Human Interest-Artikel (Abbildung 21). Die Werte des Abendblattes unterscheiden sich davon mit 57% Sport und 43% Human Interest nur unwesentlich.

Eine Überraschende Feststellung, sieht sich die Bild immer wieder mit den Vorwürfen konfrontiert, sie wäre ein Sensationsblatt und würden eher über Themen aus privaten Bereichen, als aus dem Sportbereich berichten.

## 6 Fazit

*Mangelt es den Zeitungen wirklich an Artikeln zu den Randsportarten? Behandeln alle Zeitungen die Randsportarten gleich? Wird der Fußball grundsätzlich mit mehr Aufmerksamkeit und Zuneigung aufgearbeitet?*

Diese Fragen, am Anfang dieser Arbeit gestellt, wurden dann im weiteren Verlauf mithilfe einer Codierung auch beantwortet. Klar ist, dass die Berichterstattung über Fußball gegenüber der Berichterstattung über die Randsportarten überwiegt. Das ist allerdings auch die einzige Annahme (oder Befürchtung) die sich definitiv bewahrheitet hat. Bezüglich aller anderen Fragestellungen muss festgehalten werden, dass die Randsportarten entgegen der ursprünglichen Befürchtung doch nicht so schlecht „abschneiden“. Zum einen unterscheidet sich die Berichterstattung über die Randsportarten in Unterhaltungswert, Layout und Artikelart kaum von der über den Profifußball. Es kann nicht behauptet werden, dass einer der beiden Bereiche hier „stiefmütterlich“ behandelt wird.

Es folgten zusätzliche Fragestellung, wie zum Beispiel, ob die Ausführlichkeit der Berichterstattung über die Randsportarten von Erfolgs- und Misserfolgsereignissen abhängt. Dies konnte bestätigt werden während die angestellten Vergleiche zwischen Boulevard- und Abonnementzeitungen nicht zutreffend waren.

Auffallend war vor allem, dass die Bild sich in ihrer oftmals eher überschaulichen Darstellung der Randsportarten nicht nur deutlich vom Abendblatt unterscheidet, sondern auch von der Morgenpost. Das Abendblatt dagegen ist ein wahrer Befürworter der Randsportarten, während die Morgenpost zwischen Bild und Abendblatt steht. Da das Abendblatt zurzeit die am stärksten vertretene Zeitung in Hamburg ist, ist das ein Plus und ein gutes Zeichen für die Randsportarten. Die insgesamt weiter rückläufigen Zahlen im Printbereich allerdings nicht. Die Zukunft der einzelnen Zeitungen ist offen, viele Redaktionen deutschlandweit mussten bereits aufgeben oder sich mit anderen Redaktionen zusammenschließen. Ein Schicksal, welches vielleicht auch Hamburg treffen könnte.

Wobei ein Zeitungszusammenschluss nicht notwendigerweise Schlechtes für die Randsportarten bedeuten muss. Eine größere Redaktion mit den besten Redakteuren aus den bereits vorhandenen Redaktionen könnte die Bedeutung der Randsportarten in den Medien „pushen“. Interesse der Leser an diesen Sportarten besteht aufgrund des Lokalbezugs eigentlich immer.

Was diesen Lokalbezug angeht steht Hamburg allerdings schweren Zeiten bevor. Im Frühjahr 2016 hat der HSV Handball nach langem Hin und Her keine Lizenz mehr für die erste Bundesliga erhalten und musste den Zwangsabstieg antreten. Im Laufe dieser Arbeit haben sich zudem noch die Investoren von den Hamburg Freezers zurückgezogen. Auch die Freezers erhielten keine Lizenz mehr. Zum Überfluss halten sich auch die Gerüchte, dass das Volleyballteam der VT Aurubis ihren Hauptsponsor verlieren. Alles Entwicklungen, die dem „Randsportart“ abträglich sind. Da mit diesen einst attraktiven Randsportarten wichtige Stützpfeiler in der Berichterstattung entfallen. Die nächsten Monate und Jahre werden zeigen, wie damit umgegangen wird und ob „König Fußball“ dadurch noch mehr an Bedeutung gewinnt. Die Randsportarten müssen diese Herausforderung annehmen und sich in geeigneter Weise und möglichst pressewirksam immer wieder neu positionieren.

Abschließend und als Ergebnis festzuhalten ist allerdings, dass es um die Printberichterstattung über die Randsportarten in und um Hamburg besser bestellt ist als ursprünglich vermutet. Der subjektive Eindruck des Lesers kann durch die vorgelegte Untersuchung in großen Teilen widerlegt werden. Liegt es letztendlich auch mit an den Randsportarten selbst, sich medienwirksamer zu präsentieren.

---

## Literaturverzeichnis

BINNENWIES, Harald 1978: Tagespresse: zu wenig Lokalsport. In: Hackforth, Josef/Siegfried Weischenberg (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg v.d.H.

BLITZER, Peter 1988: Sportberichterstattung in den Printmedien. In: Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.). Neude Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung. Symposium des Hans-Bredow-Instituts ; Band 9. Baden-Baden.

DIMITRIOU, Minas (2007): Historische Entwicklung des internationalen Mediensports. In: Thomas, Schierl (Hrsg.): *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, Bd. 159. Schorndirf: Hofmann Verlag, 42-52

EMIG, Jürgen 1978: Sport in 12 Cicero. Gesetz der Boulevardpresse. In: Hackforth, Josef/Siegfried Weischenberger (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg v.d.H.

FISCHER, Christoph 1993: Professionelle Sport-Kommunikatoren. Redaktionelle Textproduktion & Sportjournalismus Didaktik, Berlin

FRIEDRICH, Jasper A./SCHÖNE, Frederieke/QUENDT, Christiane 2003: Die Reflexion der Printmedien über die Fernsehberichterstattung zur Fußball WM 2002. In: Horky, Thomas (Hrsg.). Die Fußballweltmeisterschaft als Kommunikationsthema. Hamburg.

FRÜH, Werner 2004: 25; Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 5. Auflage. Konstanz

GANZ, Alexandra 1989: Die Darstellung der Sportlerin in der Tageszeitung. Eine inhaltsanalytische Fallstudie anhand der Süddeutschen Zeitung und der Bild-Zeitung. Magisterarbeit. München

HORKY, Thomas 2001: Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Jesteburg

LOOSEN, Wiebke 1998: Sportberichterstattung im Fokus der Nachrichtenwertforschung und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung. In: Roter, Gunnar/Walter Klingler/Maria Gerhards (Hrsg.). Sport und Sportrezeption. Schriftenreihe Forum Medienrezeption; Band 5. Bade-Baden.

MEYN, Hermann 2004: Massenmedien in Deutschland. Konstanz

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/Winfried 2003: Das Fischer Lexikon. Publizistik  
Massenkommunikation. 2. überarbeitete Auflage. Frankfurt am Main

PÜRER, Heinz/Johannes RABE 1994: Medien in Deutschland; Band 1. Presse.  
München

SCHAFFRATH, Michael 1999: Fußball-WM '98. Analyse, Akzeptanz, Akquise. Studien  
zur Sportsoziologie; Band 7. Münster

SCHMIDT, Siegfried J./Guido ZURSTIEGE (2000): Kommunikationswissenschaft. Was  
sie kann, was sie will. Reinbeck bei Hamburg

SCHULZE, Volker 2001: Die Zeitung, Ein medienkundlicher Leitfaden. 1.völlig  
überarbeitete Neuauflage. Aachen.

SCHÜTZ, Walter J. 1999: Entwicklung der Tagespresse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.).  
Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Seite 109-134. Bonn.

WEISCHENBERG, Siegfried 1978: Sport und Druckmedien. In: Hackforth,  
Josef/Siegfried Weischenberger (Hrsg.). Sport und Massenmedien. Bad Homburg  
v.d.H.

#### ONLINE QUELLEN:

BUNDESVERBAND DEUTSCHER ZEITUNGSVERLEGER 2016: Die Deutschen  
Zeitungen in Zahlen und Daten 2016. URL:  
[https://www.bdzv.de/fileadmin/bdzv\\_hauptseite/aktuell/publikationen/2016/ZDF\\_2016.p  
df](https://www.bdzv.de/fileadmin/bdzv_hauptseite/aktuell/publikationen/2016/ZDF_2016.pdf), Abruf am 25.05.2016

DRUCK&MEDIEN: Hohe Reichweiten URL: [http://www.druck-  
medien.net/home/aktuell/detail/zeitungsmarkt-hohe-reichweiten/#.VydJQI9OJYc](http://www.druckmedien.net/home/aktuell/detail/zeitungsmarkt-hohe-reichweiten/#.VydJQI9OJYc), Abruf  
am 02.05.2016

FERSCHKE, Stephanie: Aktuelle Trends im Zeitungsmarkt URL:  
<http://www.osk.de/blog/aktuelle-trends-im-zeitungsmarkt> Abruf am 03.05.2016

FINK, Hans-Juergen: Seltsames Treiben im Hinterhof – eine neue Zeitung entsteht  
URL:<https://web.archive.org/web/20021219090611/http://www.abendblatt.de/daten/2002/10/16/81452.html> Abruf am: 04.05.2016,

Eine Zeitung, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt URL:  
<https://web.archive.org/web/20030202000936/http://www.abendblatt.de/daten/2002/10/17/81826.html> Abruf am: 04.05.2016

Hamburgs Zeitungswunder URL:  
<https://web.archive.org/web/20030212074122/http://www.abendblatt.de/daten/2002/10/19/82796.html> Abruf am: 04.05.2016

FRANKFURTER ALLGEMEINE: Berliner Morgenpost und Hamburger Abendblatt teils auf Kredit verkauft URL:  
<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/medienbranche-berliner-morgenpost-und-hamburger-abendblatt-werden-teils-auf-kredit-verkauft-12304343.html>  
Abruf am 04.05.2016

GENERALANZEIGER BONN (2013): Die Definition von „Randsport“ URL:  
<http://www.general-anzeiger-bonn.de/sport/regio-sport/Die-Definition-von-Randsport-article1084454.html>, Abruf am 20.02.2016

GESCHICHTSPULS.DE: Jubiläum: 60 Jahre BILD URL: <http://geschichtspuls.de/bild-jubilaem-60-jahre-art1577> Abruf am: 04.05.2016

HUFFINGTON POST: Krise oder Zukunft: Warum der deutsche Zeitungsmarkt vielleicht doch noch länger lebt URL: [http://www.huffingtonpost.de/herr-siegler/medienbranche-print-ist-t\\_b\\_7601728.html](http://www.huffingtonpost.de/herr-siegler/medienbranche-print-ist-t_b_7601728.html) Abruf am 03.05.2016

PASQUAY, Anja: Zur wirtschaftlichen Lage der Zeitungen in Deutschland 2015 URL:  
[http://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/wirtschaftliche-lage/artikel/detail/zur\\_wirtschaftlichen\\_lage\\_der\\_zeitungen\\_in\\_deutschland\\_2015/](http://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/wirtschaftliche-lage/artikel/detail/zur_wirtschaftlichen_lage_der_zeitungen_in_deutschland_2015/)  
Abruf am 03.05.2016

PRINTMEDIEN-SERVICE: Was ist eine Zeitung? URL: <http://www.pms-tz.de/aktuell/faqs/was-ist-eine-zeitung/index.html>, Abruf am 20.02.2016

STATISTA 2016: Druckauflage und verkaufte Auflage der BILD/B.Z. Deutschland vom 4. Quartal 2009 bis zum 1. Quartal 2016 (in Millionen) URL:  
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/221651/umfrage/entwicklung-der-auflage-der-bild-zeitung/> Abruf: 25.05.2016



ZEITUNG.DE: Hamburger Abendblatt – Geschichte, Verbreitungsgebiet und Abo  
URL:<http://www.zeitung.de/medien/hamburger-abendblatt/> Abruf am: 04.05.2016

Hamburger Morgenpost – Geschichte & Abo URL:  
<http://www.zeitung.de/medien/hamburger-morgenpost/> Abruf am 04.05.2016

Bild-Zeitung – Geschichte & Abo URL: <http://www.zeitung.de/medien/bild/> Abruf am  
04.05.2016

## Anlagen

Anlage 1: Codebuch

XV

**Anlage 1:** Codebuch

Variable	Inhalt
Formale Variablen	
V1	Name der Zeitung Bild Hamburger Abendblatt MOPO
V2	Erscheinungstag Mo - Montag Di - Dienstag Mi - Mittwoch Do - Donnerstag Fr - Freitag Sa - Samstag
V3	Datum Tag/Monat
V4	Kennung des Artikel
V5	Seite
V6	Bereich F - Fußball R - Randsportart
V7	Artikelart T - Text S - Statistik B - Bild Wenn S oder B Codierung abbrechen
V8	Darstellungsform des Artikels N - Nachricht B - Bericht K - Kommentar

	I - Interview KN - Kurznachricht
Inhaltliche Variablen	
V9	Hauptthema S - Sport H - Human Interest
V10	Schreibstil des Artikels F - Faktisch U - Unterhaltsam K - Kritisch
V11	Sportliche Leistung E - Erfolg M - Misserfolg
V12	Leistungsgrundlage P - Person M - Mannschaft
V13	Text inklusive Statistik(en) X - Anzahl der Statistiken "- " - keine Statistiken
V14	Text inklusive Bild(ern) X - Anzahl der Bilder "- " - keine Bilder

## Codieranweisung

## V 01 Name der Zeitung

Zutreffende Zeitung eintragen.

## V 02 Erscheinungstag

Zutreffendes Kürzel eintragen.

## V 03 Datum

Tag und Monat jeweils zweistellig eintragen.

## V 04 Kennung des Artikels

Jeder untersuchungsrelevante Artikel wird mit der Überschrift oder einem Teil der Überschrift gekennzeichnet.

## V 05 Seite

Seitenzahl eintragen.

## V 06 Bereich

Fußball: Artikel behandelt Fußball

Nebensportart: Artikel behandelt Randsportart

## V 07 Artikelart Statistik/Zitat

Als Statistik werden Tabellen, Diagramme oder andere gewertet, die alleine stehen. Das heißt ihnen ist kein Artikel gewidmet.

## V 08 Darstellungsform des Artikels

Nachricht: Hauptinhalt sind aktuelle Ergebnisse und Sachverhalte, welche die journalistischen Grundfragen „Was-wer-wann-wo“ behandeln.

Bericht: Orientiert sich ebenfalls an einem Geschehen, aber ausführlicher ausgearbeitet als die Nachricht.

Kommentar: Meinungsbildende, meinungsbetonte Darstellungsform. Interpretiert aktuelle Ereignisse.

## V 09 Hauptthema Sport:

Sportliche Geschehnisse aller Art.

Human Interest: Sportler werden als Privatpersonen abseits des sportlichen Kontextes dargestellt. Hauptinhalte bilden Privates, Intimes und Familiäres.

## V 10 Schreibstil des Artikels

Faktisch: Starke Orientierung an Daten und Fakten.

Unterhaltsam: Zeichnet sich durch narrative spannungsproduzierende Erzählmuster aus.

Kritisch: Missstände und Fehlentwicklungen werden thematisiert

## V 11 Faktor sportliche Leistung

Erfolg: Sieger oder als erfolgreich dargestellte Inhalte im Beitrag

Misserfolg: Verlierer oder als unerfolgreich dargestellte Inhalte im Beitrag

## V 12 Leistungsgrundlage

Spieler: Einzelne Spieler und ihre Leistung werden bewertet.

Mannschaft: Die Mannschaftsleistung steht bei der Bewertung im Vordergrund.

V13 Text inklusive Statistik(en)

Anzahl der zum Text gehörenden Statistiken angeben.

V14 Text inklusive Bild(ern)

Anzahl der zum Text gehörenden Bilder angeben.

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, den TT. Monat JJJJ

Vorname Nachname