
BACHELORARBEIT

Herr

Yilmaz Demir

„Qualitätsmerkmal Zweitkommentator?“ Eine Analyse über die Fußball-Liveberichterstattung in Deutschland

2017

BACHELORARBEIT

„Qualitätsmerkmal Zweitkommentator?“ Eine Analyse über die Fußball-Liveberichterstattung in Deutschland

Autor:
Yilmaz Demir

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM14wJ3-B

Erstprüfer:
Herr Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
Herr Christian Roschke, M. Sc.

Einreichung:
Mittweida, 08.01.2018

BACHELOR THESIS

Color commentator as a quality feature? An analysis about ger- man football reporting

author:
Mr. Yilmaz Demir

course of studies:
Applied Media, Bachelor of Arts

seminar group:
AM14wJ3-B

first examiner:
Prof. Peter Gottschalk

second examiner:
Mr. Christian Roschke, M. Sc.

submission:
Mittweida, 08.01.2018

Bibliografische Angaben:

Demir, Yilmaz:

Thema der Bachelorarbeit

„Qualitätsmerkmal Zweitkommentator?“ Eine Analyse über die Fußball-Liveberichterstattung in Deutschland

Topic of thesis

Color commentator as a quality feature? An analysis about german football reporting

2017 - 51 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

In der vorliegenden Untersuchung wird der Forschungsfrage nachgegangen, ob der Einsatz von Zweitkommentatoren die Fußball-Liveberichterstattungen in Deutschland qualitativ verbessert und ob diese Methode der Kommentiertechnik bei den Rezipienten gewünscht ist. Im theoretischen Teil werden zunächst die journalistischen Grundlagen definiert und erörtert, bevor dann im empirischen Teil Hypothesenformulierungen, eine Rezipienten-Umfrage und ein Experteninterview erfolgen.

Zur Erhebung der Daten wurde als Methodik die Online-Befragung herangezogen und somit als Messinstrument ein entsprechender Fragebogen mit themenbezogenen Komponenten konzipiert. Die Online-Umfrage startete ihre Untersuchung für die Testpersonen am 01. November 2017 und wurde am 30. November 2017 geschlossen. Es ergab sich eine Gesamtteilnehmerzahl von insgesamt 693 Personen. Davon waren 634 Online-Fragebögen auswertbar, da diese komplett zu Ende geführt und vollständig bearbeitet wurden. Aufgrund fehlender Angaben oder dem frühzeitigen Abbruch der Beantwortung der Fragen konnten 8,5 Prozent der Datensätze nicht in die Analyse mit einbezogen werden. Bei der Auswertung der Ergebnisse wurden die Fragen in verschiedene Kategorien unterteilt, welche auf die theoretischen Grundlagen dieser Arbeit Bezug nehmen.

Anhand der Forschungsergebnisse können beide Forschungsfragen bestätigt werden. So wünschte sich eine deutliche Mehrheit der Befragten, dass bei Fußball-Berichterstattungen häufiger ein Zweitkommentator eingesetzt werden sollte. Weiterhin machten die Befragten einige Punkte aus, die verdeutlichen, dass eine Verbesserung der Qualität von Fußball-Berichterstattungen durch den Zweitkommentatoren stattfindet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	V
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	IX
1 Einleitung.....	1
1.1 Forschungsinteresse.....	3
1.2 Wissenschaftliche Relevanz.....	5
1.3 Forschungsfrage und Zielsetzung.....	8
2 Theoretische Grundlagen.....	9
2.1 Der Kommentar.....	9
2.2 Fernseh-Kommentar.....	10
2.2.1 Drei Arten des Kommentars nach von La Roche	12
2.3 Der Fußball-TV-Kommentar.....	13
3 Der Experte als Zweitkommentator.....	16
3.1 Der Forschungsbegriff Experte.....	17
3.2 Kompetenzvermittlung durch Experten.....	18
3.3 Meinungsvermittlung durch Experten.....	19
3.4 Sieben-Punkte-Leitfaden für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Hauptkommentator und Co-Kommentator nach Lou Riggs.....	20
3.5 Hypothesenformulierungen zum Einsatz von Experten als Zweitkommenta- tor.....	23
4 Empirische Untersuchung: Qualitätsmerkmal Zweitkommentator?	24
4.1 Durchführung der Studie.....	24
4.1.1 Die Methode der Online-Befragung	24
4.1.2 Die Vor- und Nachteile der Online-Befragung	26
4.1.3 Software	28
4.2 Untersuchungspersonen und Stichprobenkennwert.....	29
4.3 Überprüfung der Gütekriterien.....	32
4.4 Hypothesenprüfungen und Interpretation der Ergebnisse.....	33
4.4.1 Bewertung der Qualität von Fußball-Kommentatoren.....	34

4.4.2 Charakteristiken eines Fußball-Kommentatoren.....	37
4.4.3 Bewertung des Zweitkommentators.....	44
5 Experteninterview	48
6 Fazit	50
Literaturverzeichnis.....	X
Anlagen.....	XII
Eigenständigkeitserklärung.....	XV

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Alterssegmente der Teilnehmer.....	29
Abb. 2: "Wie häufig verfolgen Sie Fußballspiele live?".....	30
Abb. 3: Welche der folgenden Pay-TV-Abonnements besitzen Sie?.....	31
Abb. 4: Wie bewerten Sie die Qualität der Fußballkommentatoren in Deutschland?....	35
Abb. 5: Bei welchem Sender arbeiten Ihrer Meinung nach die besten TV-Fußballkommentatoren?.....	36
Abb. 6: "Kommentatoren sollten Fußballspiele emotional kommentieren".....	38
Abb. 7: "Ein Fußballkommentator sollte immer auch unterhalten".....	39
Abb. 8: "Das Spielgeschehen wird von Kommentatoren in der Regel akkurat wiedergegeben".....	40
Abb. 9: Was ist Ihnen bei der Kommentierung wichtiger?.....	41
Abb. 10: Wie wichtig sind Ihnen.....	42
Abb. 11: Bemerken Sie Unterschiede zw. dem einzelnen Kommentator/einem Kommentatorenduo?.....	44
Abb. 12: Sollte das Modell des Co-Kommentators häufiger genutzt werden?.....	46
Abb. 13: Was macht einen guten Co-Kommentator aus?.....	47

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anzahl der TV-Zuschauer bei den WM-Spielen der deutschen Nationalmannschaft (Männer).....	6
Tabelle 2: SWOT-Analyse für Online-Befragungen.....	27

1 Einleitung

Die Rollen der Sportberichterstattung, mit Schwerpunkt der Übertragung von Fußballspielen in Deutschland, waren bis vor einigen Jahren klar verteilt.

Seit der Saison 2000/2001 übertrug der Bezahlfernsehsender *Premiere* exklusiv alle Spiele der Bundesliga live. 2009 begann der heutige Branchenriese *Sky Sport Deutschland* eine Umfirmierung, benannte *Premiere* in *Sky Sport* um und griff dabei auf Technik und Kundenstamm von *Premiere* zurück. Seitdem war üblich:

Wer die Bundesliga live verfolgen möchte, macht das via *Sky*, wer die Zusammenfassungen sehen möchte, muss bis zum Abend auf die *Sportschau* der öffentlich-rechtlichen Sender warten.

Doch seit der Saison 2017/2018 hat sich dies geändert. Durch einen Beschluss des Bundeskartellamtes, dem sogenannten "No-Single-Buyer-Rule", darf die Deutsche Fußball Liga (DFL) ihre Rechte nicht mehr an einen einzelnen Bieter vergeben. Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes, erklärte hierzu:

„Wir haben Wert gelegt auf Regelungen, die sicher stellen, dass im Ergebnis mehr als ein einziger Bieter die Live-Rechte erwirbt. Solange nur ein Inhaber der Live-Rechte am Markt ist, birgt dies die Gefahr, dass der Innovationswettbewerb – insbesondere der von internetbasierten Angeboten – beschränkt wird. Wie die Erfahrungen aus anderen Ländern – zum Beispiel England – zeigen, führt ein solches Modell meist nicht dazu, dass der Verbraucher am Ende mehr als ein Abonnement benötigt, um alle Spiele sehen zu können. So können sich die Rechteinhaber gegenseitig auch Unterlizenzen einräumen. Daneben dürfte es aber auch Angebote geben, die nur einen Teil der Live-Spiele umfassen.“¹

Dies führte dazu, dass im Laufe eines Wettbietens *Sky* erstmals die exklusiven Übertragungsrechte verlor. Der Münchner Pay-TV-Sender muss sich die Rechte zukünftig mit *Eurosport* teilen. Der Tochtersender der US-Gruppe *Discovery* sicherte sich ein Paket mit 40 Live-Spielen aus der Bundesliga.²

¹ http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2016/11_04_2016_DFL%20Abschluss.html, Zugriff am 05.11.2017

² http://www.eurosport.de/fussball/bundesliga/2015-2016/bundesliga-rechte-eurosport-zeigt-erstmalig-live-spiele-der-bundesliga-exklusiv-in-deutschland_sto5640762/story.shtml, Zugriff am 05.11.2017

Als weiterer Gewinner der Angebotsphasen durfte sich der Streaming-Dienst *DAZN* bezeichnen. Erst seit August 2016 auf dem deutschen Markt, sicherte sich *DAZN* bereits die Übertragungsrechte in Deutschland für die englische Premier League und machte damals erstmalig dem bisherigen Halter dieser Rechte Konkurrenz - *Sky Sport Deutschland*.³

Mit der "No-Single-Buyer-Rule" erwarb *DAZN* dann erstmals auch Rechte der deutschen Bundesliga, 40 Minuten nach Abpfiff kann man sich die Zusammenfassungen der Partien bei *DAZN* ansehen.

Dies sollte nur der Anfang eines aggressiven Konkurrenzkampfes sein:

Zur kommenden Saison 2018/2019 zeigt der britische Streaming-Dienst exklusiv in Deutschland auch Live-Spiele der UEFA Champions League. *DAZN* stach dabei das *ZDF* aus und teilt sich künftig die Rechte für die Übertragungen mit *Sky Sport Deutschland*.⁴ Einige Monate später, im Oktober 2017, verkündete *DAZN*, dass die Übertragungsrechte an der UEFA Europa League für die kommenden drei Spielzeiten ebenfalls erworben wurden.

„Damit ist *DAZN* die einzige Plattform in Deutschland und Österreich, die ausführliche Live-Übertragungen der zwei wichtigsten europäischen Fußball-Vereinswettbewerbe zeigen wird“,⁵ verkündete *DAZN*-CEO James Rushton.

Doch wer steckt hinter *DAZN*?

DAZN ist Teil der *Perform Group* – ein globales Sport-Medien-Unternehmen mit Sitz in Großbritannien. Die *Perform Group* wiederum ist in Besitz von Mehrheitseigner *Access Industries* - einer amerikanischen Beteiligungsgesellschaft, die vom russischstämmigen Milliardär Leonard Blavatnik im Jahr 1986 gegründet wurde. Blavatnik, ebenfalls beteiligt an *Warner Music Group* und *Spotify*, kennt sich also mit Streaming-Diensten aus und ist extrem zahlungskräftig.⁶

Unter all diesen Gesichtspunkten, ist von einer ernsthaften und langfristigen Konkurrenz für *Sky Sport Deutschland* auszugehen.

3 <https://www.sponsors.de/dazn-bestaetigt-kauf-von-europa-league-rechten>, Zugriff am 05.11.2017

4 <http://www.quotenmeter.de/n/93734/champions-league-wandert-ab-2018-exklusiv-ins-pay-tv>, Zugriff am 05.11.2017

5 <https://www.presseportal.de/pm/120924/3751470>, Zugriff am 05.11.2017

6 <https://www.forbes.com/profile/len-blavatnik/#>, Zugriff am 05.11.2017

Dabei sichert sich *DAZN* nicht nur Übertragungsrechte, sondern bringt auch Innovationen in die deutsche Sportberichterstattung. Mit großbritannischem Ursprung, wurde aus Großbritannien auch jene Kommentiertechnik des Doppelkommentars mit nach Deutschland übernommen. Während *Sky Sport Deutschland* hier weiter auf das Modell des einzelnen Kommentators setzt, nutzt *DAZN* überwiegend auf das Modell des Doppelkommentars. Der zweite Kommentator, oft auch Experte genannt, ist hierbei oft ein ehemaliger Profisportler.

Der Autor dieser Bachelorarbeit erkennt hier nicht nur einen potenziellen Wechsel des Marktführers, sondern auch einen möglichen Umbruch der Form der Berichterstattung.

1.1. Forschungsinteresse

Die Kritik an ihrer Arbeit ist so alt, wie das Fußballspiel selbst. Dabei gibt es kaum eine Position in der Fußballberichterstattung, die so umstritten ist, wie die des Kommentators. Zu emotional, zu rational, zu laut, zu leise, zu neutral, zu befangen – der Kommentator in Deutschland kann es seinem Rezipienten nicht recht machen. Dem deutschen Zuschauer ist beispielsweise die korrekte Aussprache von Namen der Fußballer enorm wichtig. Laut dem Kommentator *NN* (der Interviewpartner wünscht anonym zu bleiben, die Funktion und der Name sind den Prüfern dieser Abschlussarbeit bekannt), der für die vorliegende Abschlussarbeit als Experte interviewt wurde, ist dies mitunter der größte Kritikpunkt, den die Kommentatoren von den Zuschauern erreichen.⁷ Hier wünscht sich der Kommentator eine einheitliche Regel, wie sie beispielsweise in England erfolgreich angewandt wird.

Laut seinem Kommentator-Kollegen Wolf Fuß ist der Kommentator oft „*der 23. Mann, der, der nicht eingeladen ist*“⁸. Ein Kommentator könne demnach alles falsch machen, selbst bei aller Kompetenzen müsste dem Zuschauer lediglich die Stimme des Kommentators nicht gefallen – und schon habe dieser verloren.

Doch nicht nur Zuschauer zeigten sich in der Vergangenheit kritisch gegenüber Kommentatoren. Als die deutsche Nationalmannschaft im September 2010 ein Spiel gegen die belgische Auswahl bestritt, wurde Nationalspieler Marcell Jansen frühzeitig ausgewechselt. Gerd Gottlob, Kommentator des Spiels mit rund zehn Millionen Zuschauern, begründete die Auswechslung mit einer von ihm attestierten schlechten Leistung des

⁷ Vgl: Experteninterview im Anhang

⁸ <http://www.rp-online.de/sport/fussball/champions-league/den-kommentator-hat-niemand-eingeladen-aid-1.1287262>, Zugriff am 15.11.2017

Spielers. In Wahrheit wurde Jansen jedoch aufgrund einer Verletzung ausgewechselt. Marcell Jansen nutzte diesen Vorfall, um seinen Ärger später online freien Lauf zu lassen:

„Es ist doch bedauerlich, dass der gute Herr im Zeitalter der modernen Technik und Kommunikation noch nicht einmal wusste, dass ich aufgrund einer Verletzung ausgewechselt wurde. Stattdessen bastelte er sich eine Erklärung zusammen – wohlgemerkt vor einigen Millionen Zuschauern – die absolut nicht zutreffend war und mich sehr negativ dargestellt hat“⁹

Weiter sei es ihm oft ein Rätsel, wie Kommentatoren ein Spiel sehen und wie sie den Zuschauern eine Meinung mitteilen, die nicht der Wahrheit entspreche. So erwecke es bei ihm *„manchmal den Eindruck, als wenn die Kommentatoren sich als Popstars fühlen und sie der Meinung sind, sie haben den Fußball erfunden.“* Abschließend wendete er sich direkt an die gesamte Kommentatoren-Belegschaft: *„Jetzt wisst ihr aber mal, wie das ist, wenn vor vielen Menschen ein Kommentar gemacht wird.“*

Eine interessante Beobachtung machte der Autor jedoch bei der derzeit gängigen Kommentiertechnik, die des Doppelkommentars, des Streaming-Dienstes *DAZN*. Der Zuschauer scheint bei diesem Modell weniger kritisch zu sein (siehe **Kapitel 4 Empirische Untersuchung**) und steht offenbar einem Kommentatorenduo mit mehr Wohlwollen gegenüber. Speziell hier setzt das Interesse des Autors ein.

Mit dieser Arbeit soll die Frage geklärt werden, ob der Zweitkommentator eine Art Qualitätsmerkmal darstellt. Und ob das Einsetzen dieses Modells mit der immer stärker werdenden Präsenz der Streaming-Plattform *DAZN* eine langfristige Umsetzung finden könnte.

Mithilfe einer Online-Rezipientenbefragung, die mit knapp 700 Teilnehmern eine großen Resonanz erzeugte und dabei das große Forschungsinteresse unterstrich, sollen dem Leser Aufschlüsse gegeben werden, wie das Einsetzen eines Zweitkommentators beim Zuschauer ankommt, welche Eigenschaften dieser Zweitkommentator mitbringen sollte und ob dieses Modell überhaupt vom Rezipienten zukünftig gewünscht ist.

9 [https://www.dwdl.de/nachrichten/27806/ardkommentator_im_visier_jansen_bt_kritik_/,](https://www.dwdl.de/nachrichten/27806/ardkommentator_im_visier_jansen_bt_kritik_/) Zugriff am 17.11.2017

1.2. Wissenschaftliche Relevanz

Die Übertragung von Fußballspielen hat seit Jahren eine große Relevanz in den Medien. So war das meistgesehene Fernsehprogramm aller Zeiten in Deutschland der deutsche Sieg im WM-Finale 2014 gegen Argentinien. Die Messwerte der GfK-Fernsehforschung konnten belegen, dass über 34,65 Millionen Zuschauer dieses Fußballspiel sahen. Es war nicht das erste Fußballspiel, das die 30-Millionen Marke knacken konnte:

Das Halbfinale der WM 2014 gegen Brasilien sahen bereits 32,6 Millionen Zuschauer, das Halbfinale der FIFA WM 2010 gegen Spanien sahen 31,1 Millionen Zuschauer. Bei diesen Zahlen sind die Millionen Fans, die in Kneipen oder bei Public Viewings die Spiele sahen, nicht einberechnet. Die tatsächlichen Zuschauerzahlen dürften also noch um ein vielfaches höher sein. Die nachfolgende Tabelle 1 kann dies veranschaulichen:

Rekord: 34,65 Mio. sehen deutschen WM-Sieg

Anzahl der TV-Zuschauer bei den WM-Spielen der deutschen Fußball-Nationalmannschaft (Männer)

WM	Spiel	Gegner	Wochentag	Uhrzeit	Zuschauer absolut (in Mio.)
2006	1. Gruppenspiel (Eröffnungsspiel)		Freitag	18:00	20,1
2006	2. Gruppenspiel		Mittwoch	21:00	23,9
2006	3. Gruppenspiel		Dienstag	16:00	21,3
2006	Achtelfinale		Samstag	17:00	22,3
2006	Viertelfinale		Freitag	17:00	24,7
2006	Halbfinale		Dienstag	21:00	29,7
2006	Spiel um Platz 3		Samstag	21:00	24,0
2010	1. Gruppenspiel		Sonntag	20:30	27,9
2010	2. Gruppenspiel		Freitag	13:30	22,0
2010	3. Gruppenspiel		Mittwoch	20:30	29,2
2010	Achtelfinale		Sonntag	16:00	25,6
2010	Viertelfinale		Samstag	16:00	26,0
2010	Halbfinale		Mittwoch	20:30	31,1
2010	Spiel um Platz 3		Samstag	20:30	23,6
2014	1. Gruppenspiel		Montag	18:00	26,4
2014	2. Gruppenspiel		Samstag	21:00	24,5
2014	3. Gruppenspiel		Donnerstag	18:00	27,3
2014	Achtelfinale		Montag	22:00	28,2
2014	Viertelfinale		Freitag	18:00	26,3
2014	Halbfinale		Dienstag	22:00	32,6
2014	Finale		Sonntag	21:00	34,7



@Statista_com

Quelle: Media Control

statista

Tabelle 1: Anzahl der TV-Zuschauer bei den WM-Spielen der deutschen Nationalmannschaft (Männer)

(Quelle: Statista / Media Control)

In der Geschichte der Medienwirkungsforschung sind empirische Arbeiten zu Einflüssen von Sportkommentierungen selten zu finden.¹⁰

Eine aner kennenswerte Analyse wurde Ende der siebziger Jahre und Anfang der achtziger Jahre in den USA von Jennings Bryant, Paul Comisky, Dolf Zillman und Dan Brown zum Einfluss der Sportsprache auf den Zuschauer am Beispiel von Tennis-, Eishockey- und Footballübertragungen durchgeführt.

Besonders das 1982 publizierte Laborexperiment der Autorengruppe, zeigt die Relevanz und den Einfluss von der Sportkommentierung.¹¹

Bei diesem Laborexperiment wurden den 30 männlichen und 30 weiblichen Versuchspersonen die Aufzeichnung eines Tennis-Matches von zwei Spielern gezeigt.

Dabei sahen die Probanden das Match mit drei verschiedenen Kommentaren. Die Unterschiede der Kommentare lagen darin, dass in der ersten Version das persönliche Verhältnis der Spieler zueinander als freundlich beschrieben wurde, in der zweiten Version als neutral und in der dritten Version als feindlich.

Es stellte sich heraus, dass die Darstellung der dritten Version, also der feindlichen Beziehung, die Probanden das Match als am spannendsten und interessantesten zu verfolgen empfanden.

Die Studienergebnisse von Bryant/Comisky/Zillman/Brown verdeutlichen die Annahme, dass der Kommentar in der Sportberichterstattung nicht nur eine ähnliche Wirkungsrelevanz wie den visuellen Eindruck erzeugen, sondern dass der Kommentar sogar größeren Einfluss besitzen kann als das Bild.¹²

Da die für diese Bachelorarbeit zwei relevanten Sportberichterstatter, *Sky Sport Deutschland* und *DAZN*, unterschiedliche Handhabungen bezüglich des Einsatzes von der eben belegbaren Relevanz der Kommentatoren haben, soll diese Thematik erforscht und wissenschaftlich dargelegt werden. Aufgrund der wenig existierenden wissenschaftliche Abhandlungen über diese Thematik, kann man nur auf wenig zur Verfügung stehende Quellen zurückgreifen. Dementsprechend wird die nachfolgende Arbeit über einen ausgedehnten empirischen Teil verfügen.

¹⁰ Vgl. Schaffrath, 2003, S.84

¹¹ ebenda

¹² ebd.

1.3. Forschungsfrage und Zielsetzung

Die Idee der vorliegenden Arbeit entstand als Resultat intensiver Beobachtungen der mittlerweile divers genutzten Modelle der deutschen Fußball-Kommentiertechnik. Besonders von Interesse ist hierbei, ob das im Ausland bereits etablierte Modell des Doppelkommentars sich in Deutschland auch durchsetzen könnte. Weiterhin soll der Forschungsfrage nachgegangen werden, ob sich der allgemeine Rezipient von Fußballspielen dieses Modell überhaupt wünscht und ob es im Empfinden der Rezipienten zu einer Verbesserung der Qualität der Berichterstattung führen könnte. Es besteht daher auch ein besonders großes Interesse, da dieses Modell in Deutschland derzeit großen Anklang findet und da es, wie bereits erwähnt, bislang nur wenige Studien und Arbeiten über speziell diese Thematik gibt.

Mittels einer eigenen empirischen Online-Erhebung wird anhand von gezielten Fragen an die Rezipienten die derzeitige Bewertung der Kommentatoren aus Deutschland beleuchtet. Wie wird die derzeitige Qualität der Fußballkommentatoren in Deutschland bewertet? Bei welchem Sender arbeiten die besten TV-Fußballkommentatoren? Sollte ein Kommentator emotional oder rational kommentieren? Wie wichtig ist den Rezipienten der Unterhaltungswert eines Kommentators? Welche Attribute eines Kommentators sind ihnen besonders wichtig, welche unwichtig? Wie bewerten sie den Unterschied zwischen dem aktuell gängigen Modell des Einzelkommentars im Gegensatz zum Doppelkommentar? Sollte das Modell des Co-Kommentators häufiger genutzt werden und was macht einen guten Co-Kommentator aus?

Weiter wird im empirischen Teil ein Experteninterview durchgeführt. Hier wird ein Fußballkommentator interviewt, der durch verschiedene Auftraggeber mit beiden Modellen arbeitet. Als Experte wurde hierbei bewusst ein Kommentator gewählt, der mit beiden Modellen arbeitet, da er entsprechend beide Modelle beurteilen kann.

Welches Modell bevorzugt er und wie bewertet er die Zukunft der deutschen Kommentiertechnik? Wie schätzt er seine Rezipienten ein? Die Antworten des Experten werden hierbei auch mit den Ergebnissen der empirischen Online-Erhebung verglichen.

Im theoretischen Teil dieser Arbeit sollen bisherige und aktuelle Studien zu diesen Themenfeldern aufgezeigt werden, um daraus Annahmen für die vorliegende Untersuchung formulieren zu können. Die forschungsleitende Frage, ob ein Zweitkommentator die Qualität der Fußball-Berichterstattung anhebt, dieser Abschlussarbeit soll schlussendlich mit einem Ausblick beantwortet werden.

2 Theoretische Grundlagen

Da es in der vorliegenden Arbeit um das Kommentieren geht, wird im Folgenden beleuchtet, was die journalistische Stilform des Kommentars auszeichnet. Zunächst wird der Kommentar im Allgemeinen charakterisiert, bevor dann der Fernseh-Kommentar und anschließend im Speziellen auf den Fußball-TV-Kommentar eingegangen wird.

Hiernach wird auf die Historie und auf die Aufgaben eines Zweitkommentators eingegangen. Dabei wird der Forschungsbegriff des Experten erklärt, die Vermittlungsaufgaben des Experten werden beleuchtet und ein vor allem in den Vereinigten Staaten von Amerika genutzter Sieben-Punkte-Leitfaden vom „Gründervater“ der erfolgreichen Sportberichterstattung Lou Riggs vorgestellt.

2.1 Der Kommentar

Von einem Kommentar ist dann zu sprechen, wenn die eigene Meinung einer Person widergespiegelt wird. Er ist eine meinungsbetonte Darstellungsform und ähnelt in seiner journalistischen Art Leitartikel, Rezensionen, Glossen, Kritiken und Kolumnen.

Daher ist der Kommentar von anderen journalistischen Formen wie Reportage, Nachricht oder Bericht zu unterscheiden. Mithilfe von Kommentaren soll der Rezipient zum Nachdenken angeregt werden und ihm dabei helfen, sich eine Meinung zu bilden.¹³

Laut von La Roche, dem Herausgeber der Journalismus-Lehrbuchreihe „Journalistische Praxis“, wird jener Journalist als Kommentator klassifiziert, der im Hör- und Rundfunk verbal seine Meinung kundtut, während im Printjournalismus der Name eines Journalisten abgedruckt wird, der einen schriftlichen Kommentar verfasst hat.¹⁴

Ein Kommentar baut immer auf eine Nachricht, einen Bericht oder eine Handlung auf. Dabei ergänzt der Kommentar Hintergründe und Zusammenhänge. Eine Nachricht kann ohne den Kommentar auftreten, ein Kommentar jedoch nicht ohne Nachricht.¹⁵

Es existiert kein festes Prinzip, wonach der Kommentar eine Nachricht ergänzen soll. Wichtige journalistische Komponenten der Nachricht, wie in etwa die Aktualität, die Ob-

¹³ Vgl. Mast (2004), S. 303

¹⁴ Vgl. von La Roche, 2008: S. 173ff.

¹⁵ Vgl. Nowag, 1998: S. 41ff.

ektivität oder, wie dieser Tage besonders wichtig, die Korrektheit einer Nachricht entscheiden, ob eine Nachricht noch der Ergänzung in Form eines Kommentars bedarf.

Während ein Autor mit jedem Kommentar die Meinung des Rezipienten aktiv und bewusst beeinflusst, gibt es jedoch auch hier verschiedene Formen an Kommentar-Möglichkeiten. Die verschiedenen Stile dieser Möglichkeiten stellt Nowag als Skala dar; dabei steht an einem Ende der erklärende und am anderen der wertende Kommentar.¹⁶

Trotz dieser verschiedenen Stile unterstreicht Nowag jedoch, dass stets vom Grundsatz der „Mischformen des Erklärens und Bewertens“¹⁷ auszugehen ist.

Das Ergreifen einer Partei sollten vereinzelt bestimmten Situationen oder Themen vor-enthalten sein, jedoch zu keiner Regelmäßigkeit werden. Der Rezipient sollte den Kommentator nicht mit einer Befangenheit in Verbindung bringen.

Eine andauernde Parteilichkeit ist daher für den Kommentar abzulehnen. Vielmehr sollte ein Kommentar punktuell sein:

„Denn parteilich sind in aller Regel die, deren Tun der Journalist mit seinem Kommentar kritisch begleiten sollte, in mehr als ausreichendem Maße selbst.“¹⁸

2.2 Fernseh-Kommentar

Im Fernsehen werden Kommentare ausschließlich nach vorhergehenden Beiträgen gesendet. Dabei sind diese Beiträge überwiegend nachrichtlich-informierend. Die Meinung des Sprechers gilt als sein charakteristisches Kennzeichen, seine geäußerte Meinung muss daher immer als solche markiert werden.¹⁹

„Meinungsbetonte Darstellungsformen bereiten Ereignisse und Themen für den (Rezipienten) auf, provozieren ihn zum Nachdenken, zur eigenen Meinungsbildung, geben ihm Argumente für Diskussionen zur Hand“²⁰.

Im Fernsehen müssen kommentierende Formen schneller umgesetzt zu werden, im Gegensatz zu Printmedien. Der Sprecher ist in den meisten Fällen auf einem Bild-

¹⁶ Vgl. Nowag, 1998: S. 46ff.

¹⁷ Nowag, 1998: S. 47

¹⁸ Nowag, 1998: S. 47

¹⁹ Vgl. Burkhardt, 2009: S. 251

²⁰ Mast, 2004: S. 303

schirm zu sehen und präsentiert sich zusätzlich zu seinen Äußerungen auch optisch.- Der Sprecher muss dabei so tun, als spräche er die Zuschauer direkt an, ist dabei durch die inhaltliche Subjektivität in seinen Formulierungen freier.²¹

„Typisch für kommentierende Darstellungsformen ist, im Vergleich zu berichtenden, eine freiere Verwendung von Konjunktionen, Adjektiven und Modalverben für die entsprechenden argumentativen oder bewertenden Handlungen“²²

Laut Burkhardt sollte der nachrichtliche Kommentar sich an einer Länge von einer Minute und dreißig Sekunden orientieren und wird in der Regel von Chefredakteuren, Bereichsleitern und mitunter auch von Redaktionsleitern oder langjährigen Korrespondenten gesprochen. Durch die zum Ausdruck gebrachte vordergründige subjektive Meinung hat der nachrichtliche Kommentar keinen Unfehlbarkeitsanspruch.²³

Der Anlass eines nachrichtlichen Kommentars muss brisant und extrem wichtig sein, eine regelmäßige Häufigkeit des gesprochenen Kommentars sollte also vermieden werden. Als Beispiel führt Mast Wahlberichterstattungen oder Grundsatzurteile des Verfassungsgericht an.²⁴ Allerdings gibt der Kommentar eine bestimmte Richtung der Meinungsbildung wieder und dient somit als Einordnungshilfe. Michael Zeiß, ehemaliger Chefredakteur des SWR Fernsehens, beschrieb die Notwendigkeit des Fernsehkommentars in den Tagesthemen: „Nicht nur der Kommentar selbst ist Ritual, sondern auch der Weg, wie die ARD in den Tagesthemen zu ihrer Meinung kommt“. ²⁵

Weiter verdeutlicht Zeiß in Mast die Wichtigkeit der einfachen Sprache im Kommentar. So soll der Kommentar einen deutlichen Aufbau besitzen und die Eindeutigkeit der Schlussfolgerungen sollte den kunstvollen Formulierungen, Redewendungen oder verwobene Gedankengänge übergeordnet werden. *„Die Regeln für den Fernsehkommentar sind besonders streng. Einstieg, Argumentation, Schlussfolgerung, jeder Satz sollte sitzen“.* ²⁶

²¹ Vgl. Burkhardt, 2009: S. 251

²² Leonhard, Ludwig et al. 1999: S. 221

²³ Vgl. Burkhardt, 2009: S. 251

²⁴ Vgl. Mast, 2004: S. 316

²⁵ Mast, 2004: S. 316

²⁶ Zeiß in Mast, 2004: S. 317

2.2.1 Drei Arten des Kommentars nach von La Roche

„Die größte Gefahr für jeden Kommentator besteht darin, dass er an seinem Publikum vorbeikommentiert. Wenn der Leser, Hörer, Zuschauer von seinen Kenntnissen und seinem Bewusstseinsstand her den Weg der Gedankenführung mit dem Kommentator nicht mitgehen kann, weil er irgendwo unterwegs auf der Strecke bleibt, ist die Chance des Kommentars vertan“²⁷

Nach diesem Grundsatz unterscheidet Walther von La Roche drei Arten von Kommentar-Möglichkeiten:

- Beim **Argumentationskommentar** versucht der Kommentator seine Rezipienten durch klare Argumentation von seiner Meinung zu überzeugen. Hier hat der Kommentar die Aufgabe *„[...] andere (zu) überzeugen, Unentschiedene zu sich heranzuziehen [...] und sich zumindest indirekt auch mit anderen Standpunkten auseinander zu setzen [...]“*²⁸ Der Kommentar wird durch ein Fazit, indem die Kernpunkte kurz aufgefasst werden und der subjektive Standpunkt klargemacht wird, beendet.
- Beim **Einerseits-andererseits-Kommentar** wägt der Kommentator zwischen Alternativen ab. Diese Kommentar-Möglichkeit kann angewandt werden, wenn deutlich gemacht werden soll, dass es keine klare Entscheidung gibt, *„[...] wenn der Kommentator damit die Schwierigkeit oder Vielschichtigkeit des anstehenden Problems und seine eigene Ratlosigkeit demgegenüber ausdrücken will“*²⁹ Hier ist es dem Rezipienten selbst möglich, sich eine Meinung zu bilden, da lediglich die Gedankenführung des Kommentators in den Vordergrund gestellt wird.³⁰
- Den **Geradeaus-Kommentar** nutzt der Kommentator, um auf ein Thema oder Ereignis einzugehen, ohne dabei auf Alternativen oder Contra-Argumente zu achten. Diese Kommentar-Möglichkeit beschreibt ein *„[...] aufs Argumentieren*

²⁷ von La Roche, 1999: S. 153

²⁸ von La Roche, 1999: S. 152

²⁹ von La Roche, 1999: S. 152

³⁰ Vgl. La Roche, 1999: S. 151f.

*verzichten und einfach ´geradeaus´ begeistert loben oder verärgert schimpfen*³¹

2.3 Der Fußball-TV-Kommentar

Mit der Definition des Fußball-TV-Kommentators wird sich in der fachspezifischen Literatur schwergetan. Grund hierfür ist, dass der Fußball-Kommentator weder dem klassischen Kommentar, noch dem Kommentar im Fernsehen gleicht. Vielmehr handelt es sich bei dem Fußball-Kommentator um eine Art Mischform verschiedener journalistischer Stile. Dabei wird dem Fußball-Kommentator oftmals eine Nähe zur Reportage zugesprochen.

So beschreibt Günther Neufeldt in Mast den Fußball-Kommentar als eine besondere Reportageform.³² Neufeldt betont jedoch auch, dass der Fernsehalltag zahlreiche Mischformen und fließende Übergänge kennt – was man letztendlich also *„[...] als Reportage (oder Kommentar) gelten lässt, mag jeder Sender, jede Redaktion für sich entscheiden*.³³

Auch Claudia Mast nennt den Sprecher Reporter, unterscheidet hierbei jedoch zwischen einem Kommentator für Hörfunk und für Fernsehen. Für Mast sei der Radioreporter vor Ort, um das Geschehen vor seinen Augen so akkurat wie möglich zu schildern, damit der Zuhörer das fehlende Bild gar nicht erst vermisste.³⁴ Dagegen sei die Aufgabe des Fernsehreporters, den Rezipienten zu vermitteln, was gerade nicht im Bild zu sehen sei und er zum Verständnis des Ablaufs brauche.³⁵

Nach der Definition von Mast ist eine Reportage ein *„tatsachenorientierter, aber persönlich gefärbter Erlebnisbericht“*³⁶. Er bestehe im Kern, ähnlich wie der Kommentar, aus einer Nachricht. Allerdings steht im Unterschied zum Kommentar bei der Reportage weniger die Meinung, sondern persönliche Erlebnisse und Handlungen im Vordergrund.

31 von La Roche, 1999: S. 152

32 Vgl. Neufeldt (2004): S. 272

33 Neufeldt, (2004): S. 269

34 Vgl. Mast (2004): S. 260

35 Vgl. ebd.

36 Vgl. Mast (2004): S. 256

Es bleibt festzuhalten, dass der Fußball-TV-Kommentator nicht etwa einen Kommentar abgibt, wie man ihn im Fernsehen zum Beispiel während der *Tagesthemen* sehen kann. Doch auch die reine Reportageform trifft auf Fußball-TV-Kommentator nicht zu, da diese lediglich beobachtet, aber nicht analysiert.³⁷ Da beim Fußballkommentar eine Analyse des Spielgeschehens definitiv vorhanden ist, kann also die reine Reportageform ausgeschlossen werden.

Eine literarische Abgrenzung zwischen Kommentator und Reporter ist in Hans-Reinhard-Scheus 1994 veröffentlichtem Aufsatz „*Zwischen Animation und Information, Die Live-Reportage im Fernsehen*“ zu finden.

Ein Hörfunkmann ist demnach ein Reporter, da er erst jenes „Bild“ des Geschehens für den Rezipienten schaffen muss. Dagegen ist der „*Mann am Mikrofon (ist beim Fernsehen), nach dem Verständnis und Jargon der Insider [...] Kommentator der Fernsehbilder.*“³⁸

Von einer Mischform ist letztlich deshalb zu sprechen, da der Sportjournalist auf der einen Seiten das Geschehen auf dem Spielfeld kommentiert, Fakten reflektiert, erklärt und bewertet, was einen Kommentator auszeichnet. Andererseits kann man auch von einer Reportage sprechen, da maßgeblich das Spiel nicht bewertet wird, sondern der Journalist das Spiel begleitet und das Geschehen schildert.³⁹

Da der Fußball-TV-Kommentar dem klassischen Kommentar ähnlicher ist als der Reportage, wird in dieser Arbeit ausschließlich vom „Kommentar“ gesprochen.

Eine anschauliche Aufgabenbeschreibung gelang Hattig in seinem Buch „*Fernseh-Sport. Im Spannungsfeld von Information und Unterhaltung*“:

„*Der Kommentator ist der stellvertretende Zuschauer [...]. Er gibt den Zuschauern vor dem Bildschirm eine Stimme.*“⁴⁰ Die Aufgabe des Kommentators liegt jedoch auch darin, den Rezipienten Wissen zu vermitteln und Einschätzungen bestimmter Situationen an die Hand zu geben. Weiter kann er den Experten vor den Bildschirmen mit treffenden Analysen in seiner Meinung bestätigen.⁴¹

37 Vgl. Neufeldt (2004), S. 269

38 Scheu (1994), S. 250

39 Vgl. Mast (2004), S. 256

40 Hattig (1994), S. 284

41 Vgl. Scheu (1994), S. 271

Regina Quentin hat bereits 1989 drei Formen des Fußball-TV-Kommentars ausgemacht. Diese drei Varianten sind bis heute zeitgemäß und unterteilen sich folgendermaßen:

Der Direktkommentar bei Live-Übertragungen, der Direktkommentar bei zeitversetzter Übertragung und den Nachbericht bei zeitversetzter Übertragung.⁴²

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich ausschließlich mit dem Direktkommentar bei Live-Übertragungen. Mit Hilfe eines Kontrollmonitors kommentiert der Sportjournalist das ihm zur Verfügung stehende Bildmaterial und das simultan ablaufende Fußballspiel von der Sprecherkabine aus.⁴³ Während der gesamten Übertragung ist der Kommentator mit der Regie verbunden und kann Informationen, Hinweise und Anweisungen erhalten, „*aber auch Wünsche hinsichtlich der Bildführung weitergeben.*“⁴⁴

Die sogenannte *Off-Tube*-Kommentierung ist eine Variante zum Live-Kommentar vor Ort. Bei dieser Form, die gegenwärtig vom Streamingdienst *DAZN* genutzt wird, kommentiert der Kommentator vom heimischen Studio aus und befindet sich nicht in den jeweiligen Stadien. Ihm stehen dabei die selben Fernsehbilder zur Verfügung, die auch der Rezipienten vor seinen Endgeräten empfangen kann. Zwar können sich dabei Defizite bei der Recherche vor Ort und das Fehlen von einem Ergebnismonitor sowie eigene Beobachtungen auf den Kommentar auswirken.⁴⁵ Doch diese Art des Kommentierens besitzt heutzutage eine enorme Relevanz und genießt eine weitverbreitete Anwendung. Grund hierfür ist, dass Sender auch Übertragungsrechte für ausländische Fußballligen erwerben, um sie in Deutschland auszustrahlen und zu kommentieren.

Kein Sender würde seine Kommentatoren beispielsweise wöchentlich nach England schicken, damit diese vor Ort kommentieren. Zum einen wäre das finanziell langfristig nicht umsetzbar, zum anderen könnten dadurch hohe Reisestrapazen für die Kommentatoren entstehen. Daher kommentiert der Sportjournalist die Spiele im Studio seines Senders.

42 Vgl. Quentin (1989), S. 25

43 Vgl. Quentin (1989), S. 26

44 Quentin (1989), S. 27

45 Vgl. Scheu (1994), S. 250

3 Der Experte als Zweitkommentator

Das Einsetzen von ehemaligen Profisportlern als Zweitkommentatoren, im Folgenden auch Co-Kommentatoren und Experten genannt, bei Sportberichterstattungen fand erstmals 1984 bei den Übertragungen der Olympischen Spiele in Los Angeles statt.⁴⁶

Mit Beginn der 1990er Jahre wurde diese Methode auch bei Live-Berichterstattungen von Fußballspielen angewandt. Das prominenteste Kommentatorenduo bestand zu dieser Zeit aus dem Sportreporter Gerd Rubenbauer und dem ehemaligen deutschen Nationalspieler Karl-Heinz Rummenigge, welcher 1989 seine aktive Karriere beendete. Als die deutsche Fußball-Nationalmannschaft 1990 den Weltmeistertitel erlangte, fasste Rubenbauer später die Zusammenarbeit mit Rummenigge zusammen: *„Der Kaiser hatte die Krone, die deutsche Mannschaft den Pokal und wir hatten Spaß“*.⁴⁷

Zwar harmonisierte das Duo offensichtlich gut miteinander, doch schon zu ihrer Zeit wurde ihnen ein platter Dialog unterstellt, sie hätten zu oft unprofessionell gewirkt. Sie bildeten gar den Mittelpunkt der Auseinandersetzung, die 1996 dem satirischen Buch *„Wieder keine Anspielstation“* von Jürgen Roth und Klaus Bittermann zum Untertitel *„Fußball-Experten. Die Kommentare des Grauens“* verhalf.⁴⁸

Diese erste Welle der negativen Kritik sollte jedoch nicht allzu lange anhalten. Zur Fußball-Weltmeisterschaft 1998 verpflichtete die ARD den ehemaligen Nationalspieler Günter Netzer als Experten und stellte ihn als Co-Kommentator an Gerd Dellings Seite. Fortan begeisterte das Duo nicht nur ihre Rezipienten mit sachlichen Analysen und treffenden Kommentaren. Im Jahr 2000 erhielten sie gar als erste Sportjournalisten in der Geschichte des renommierten Fernseh-Preises eine *Grimme* Auszeichnung.⁴⁹

Mit der zunehmenden Akzeptanz dieser Kommentiertechnik wurden im Mediensport ab 2000 von den TV-Sendern jeweils eigene, verpflichtete Experten eingesetzt. Moderatoren-Duos und Spielanalysen der Experten wurden in Resonanzanalysen des Publikums zur Weltmeisterschaft 2002 in Japan und Südkorea überwiegend sehr positiv bewertet.⁵⁰

46 Vgl. Foltin & Hallenberger (1994)

47 <http://www.zeit.de/sport/2016-07/fussball-kommentatoren-fussball-em-bela-rethy/komplettansicht>, Zugriff am 02.12.2017

48 <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-8905874.html>, Zugriff am 02.12.2017

49 <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/grimme-preise-2000-roger-willemsen-ehrte-netzer-und-delling-a-69469.html>, Zugriff am 02.12.2017

50 Vgl. Horky (2005), S. 108

3.1 Der Forschungsbegriff Experte

Bereits frühzeitig stellte das Auftreten von Co-Kommentatoren im wissenschaftlichen Diskurs die Frage nach Konsequenzen für die Sportjournalistik. So stellte Hackforth diese Methode im Magazin *SPORTjournalist* mit einem Quervergleich zum Polit-Resort in Frage:

„Solange unausgebildete Laien-Journalisten wie ehemalige oder noch aktive Sportstars dem Publikum sachlich kompetente Informationen mitteilen können, ist es mit dem Grad der sportjournalistischen Fachkompetenz noch nicht gut bestellt. Zu fragen bleibt, warum bei einer Debatte aus dem Bundestag der Politikredakteur eben nicht einen ehemaligen oder aktiven Politiker zur Kommentierung neben sich setzt.“⁵¹

Zur Fußball-Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich legte Schaffrath 1999 eine Untersuchung zu Aussagen von Experten in der Berichterstattung an. Demnach belegte die Relevanz der Experten, so Schaffrath, dass *„immerhin mehr als ein Zehntel der gesamten Sendedauer [...] Einschätzungen, Bewertungen und Kritik der Experten“⁵²* zuzurechnen waren. Die ARD mit dem damals überaus populären Duo Gerhard Delling/Günter Netzer übertraf dabei mit knapp 14 Prozent Sendedauer das ZDF mit Dieter Kürten/Karl-Heinz Feldkamp und Rudi Cerne/Klaus Allofs (rund 8 Prozent).⁵³ Bei der Bildschirmpräsenz der Experten erreichte Netzer mit 3,1 Prozent den Spitzenwert vor Feldkamp (2,3 Prozent).⁵⁴ Schaffrath sprach Netzer zusammenfassend eine *„deutlich intensivere Bildschirmpräsenz“* zu.

In einer im Jahr 2000 durchgeführten empirischen Vergleichsstudie zu Live-Gesprächen bei Fußballübertragungen im deutschen Fernsehen vernachlässigte Schaffrath jedoch die Wirkung von Experten in der Interviewsituation. So erklärte er, die *„sogenannten Expertengespräche oder Expertenanalysen konnten aus forschungsökonomischen Gründen nicht berücksichtigt werden.“⁵⁵*

51 Hackforth (1990), S. 21

52 Schaffrath (1999), S. 41

53 Schaffrath (1999), S. 41

54 Schaffrath (1999), S. 63

55 Schaffrath (2000), S. 45

Die steigende Bedeutung von Experten für die Berichterstattung von sportlichen Großereignissen zeigte eine empirische Untersuchung der öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsender von Schonhardt und Beeskow. Demnach kamen bei der Weltmeister 2002 in den öffentlich-rechtlichen Sendern auf rund 15 Prozent Anteil an Expertengesprächen, beim privaten Sender *SAT.1*, der erstmals WM-Rechte besaß, rund 20 Prozent und beim privat-verschlüsselten Sender *Premiere* gar auf 20% in der Vorrunde und bis über 30 Prozent im Finale.⁵⁶

3.2 Kompetenzvermittlung durch Experten

Eine fundamentale Funktion des Experten ist es, Kompetenzen zu vermitteln. Mittels Fachkenntnissen des Experten wird die Relevanz der Berichterstattung aufgewertet, seine Aussagen weisen einem Thema Bedeutung zu. Dabei belegen innere und äußere Strukturmerkmale des Experten die Vermittlung von Kompetenz.⁵⁷

Durch sein Spezialwissen wird der Experte zu einem Bindeglied zwischen Mediensystem und Sportsystem, die Nähe der Berichterstattung zum Geschehen wird dadurch greifbar und gefördert.⁵⁸

Mit Hilfe von Positionen des Experten im Sportsystem kann die strukturell geprägte Vermittlung von Kompetenz verstärkt werden. So war Franz Beckenbauer neben seiner Tätigkeit als Chef des Organisationskomitee der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland ebenfalls Experte beim *ZDF*. Seine Aussagen sollen auf Grund dieser Stellung besondere Glaubwürdigkeit suggerieren, in Gesprächen mit dem Moderator wird auf diese Kompetenz deutlich hingewiesen.⁵⁹

Jedoch kann die Vermittlung von Kompetenz durch Experten auch zu Problemen führen. Dietrich Leder liefert dazu zur Fußball-Europameisterschaft 2000 in Belgien und den Niederlanden ein Beispiel. Der bei dieser Großveranstaltung von der *ARD* als Experte eingesetzte Günter Netzer hatte zu diesem Zeitpunkt auch eine Position beim Medienunternehmen der *Kirch-Gruppe* inne.

⁵⁶ Vgl. Schonhardt und Beeskow (2003), S. 90-92

⁵⁷ Vgl. Horky (2005), S. 112

⁵⁸ Vgl. Horky (2001), S. 184 ff.

⁵⁹ Vgl. Horky (2005), S. 113

Leder kritisierte hier die Doppelfunktion Netzers und behauptete, dass Netzer „*mund-faul wirkte, mag mit seinem neuen Job zusammenhängen. Als Aushängeschild für die Sportgeschäfte von Leo Kirch muss er ja für den kurzfristigen (und eben nicht langsam aufgebauten) Erfolg der deutschen Fußballnational Elf sein*“⁶⁰

Durch die fehlende journalistische Kompetenz einiger Experten - in den meisten Fällen sind sie nicht ausgebildete Journalisten – wirkt ihre Tätigkeit im Mediensystem als hemmend und förderte folglich vor allem auch die Kritik innerhalb des Mediensystems und kann dabei auch die Glaubwürdigkeit bei den Rezipienten erschüttern.⁶¹

3.3 Meinungsvermittlung durch Experten

Eine weitere wesentliche Aufgabe des Experten ist die Meinungsvermittlung. Im System Mediensport transportiert der Experte seine Meinung, beantwortet mit seinem Spezialwissen fachspezifische Fragen, schätzt Situationen ein oder gibt Ausblicke in die Zukunft. Als Hauptaufgabe des Experten in diesem Bereich ist die Bewertung von Spieler, Mannschaften oder Trainer anzusehen.⁶²

In einem vom Autor durchgeführten Experteninterview bezeichnete NN als wichtigste Aufgaben des Experten als Co-Kommentatoren die eigeninitiativ geäußerte Meinung während der Live-Übertragungen. So solle der Experte vom Hauptkommentator nicht aus der Reserve gelockt werden müssen und die Fähigkeit besitzen, in kurzen, prägnanten Sätzen komplexe Spielverläufe beschreiben zu können. Eine ausgeprägte Analysefähigkeit des Experten sei demnach unabdingbar.⁶³ Mit Hilfe dieser Attribute werde ein Experte als Zweitkommentator die Spielberichterstattung deutlich auf. Nicht zuletzt dank einer vorhandenen Anerkennung der Rezipienten gegenüber.⁶⁴

60 Leder (2000), S. 4

61 Vgl. Horky (2005), S. 113

62 Vgl. Horky (2005), S. 113

63 Vgl. Experteninterview, S. 5

64 Ebd.

3.4 Sieben-Punkte-Leitfaden für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Hauptkommentator und Co-Kommentator nach Lou Riggs

Lou Riggs gilt in den Vereinigten Staaten von Amerika als „Gründervater“ der erfolgreichen Sportberichterstattung. Von 1984 bis zu seinem Ableben (2015) lehrte er an verschiedenen Universitäten, unter anderem an der *Columbia School of Broadcasting* (1984-2013). Riggs hatte ebenfalls eine führende beratende Stelle für Sportreporter des *Fox Sports Networks* inne. Die *Fox Sports Networks* sind ein Verbund aus regionalen Kabelsendern, mit amerikaweit insgesamt 24 eigenen Sendern, die auf Sportberichterstattung spezialisiert sind.⁶⁵

Unter ihm etablierte Sportreporter der amerikanischen Sportberichterstattung sind unter anderem Heather Cox (*TNT*), Chris Marlowe (*NBC, Fox*) oder Jim Murray (*Fox TV*).

Ebenfalls formte Lou Riggs einige ehemalige Sportler zu qualifizierten Co-Kommentatoren, wie in etwa die ehemaligen Basketballprofis Kareem Abdul-Jabbar (*Fox*) oder James Worthy (*Channel 9/LA*).⁶⁶

In der Publikation *Play-By-Play Sportscast Training* hat Lou Riggs in Zusammenarbeit mit Alan Epstein einige Ratschläge für angehende und bereits etablierte Sportreporter zusammengestellt. Dabei stellen sie folgenden Sieben-Punkte-Leitfaden für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Hauptkommentator und Co-Kommentator zusammen:

- 1. *A color commentator or analyst, is someone who adds insight, (hopefully), to your play-by-play. It should not be "an echo" of what you say:*

If you say, "Great shot by Jones," the color commentator's next words shouldn't be, "Lou, that was a great shot by Jones."

- 2. *The color commentator should pick up subtleties of the action, bring insight that can be fit into a very short time-frame, or that can be developed during a time-out.*

⁶⁵ <https://www.foxsports.com/>, Zugriff am 07.12.2017

⁶⁶ <http://www.playbyplaysportscasttraining.com/authors.html>, Zugriff am 07.12.2017

- 3. *THE PLAY-BY-PLAY and COLOR COMMENTATOR SHOULD NEVER BE TALKING AT THE SAME TIME. Cardinal rule No. 1. One person talks at a time. No exception. Anything else is confusing to listen to, makes verbal clutter and destroys the broadcast.*
- 4. *Work out a "signal" system with your partner. You can point, or nod, or gesture, or give him a verbal cue that he should step in and make comments. You can also give similar cues that you need the "mic/mike" back, so you can continue the play-by-play. On radio, the color commentator should not be talking if there is action for you to report.*
- 5. *The color commentator needs to play a "second banana" role. The main person is the play-by-play announcer in radio. You will see some exceptions in television coverage where a famous ex-coach is doing color and becomes the "star" of the show; but this does not apply to most play-by-play situations.*
- 6. *All the color commentators has to do is to raise his/her hand a little to let you know they have something to say. Or, they raise a pencil, or tap you on the shoulder. It should be a subtle signal just to alert you. Then, if there is time, go ahead and toss it to him/her (he/she must still get it back to allow your play-by-play).*
- 7. *A good play-by-play/color commentator tandem adds a great deal to a broadcast. A bad one wrecks it for everyone.*⁶⁷

Aus dem Englischen vom Autor dieser Arbeit übersetzt:

- 1. *Ein Zweitkommentator oder Experte, ist jemand, der (hoffentlich) weitere Einblicke in Ergänzung zum Hauptkommentator beisteuert. Er sollte kein "Echo" vom Hauptkommentator sein:*

Wenn der Hauptkommentator sagt, "Guter Schuss von Jones", sollten die nächsten Worte des Zweitkommentatoren nicht sein: "Lou, das war ein guter Schuss von Jones."
- 2. *Der Zweitkommentator sollte die Feinheiten des Geschehens wiedergeben, Einblicke gewähren, die in kurze Zeitperioden passen oder sollte diese während eines Time-Outs ausführen.*
- 3. *Der HAUPTKOMMENTATOR und der ZWEITKOMMENTATOR SOLLTEN NIEMALS GLEICHZEIT SPRECHEN. Das oberste Gebot: Nur eine Person spricht zur jeweiligen*

⁶⁷ Epstein & Riggs (1993), S. 22

Zeit. Keine Ausnahmen. Alles andere verwirrt den Zuhörer, sorgt für ein verbales Durcheinander und schadet der Übertragung.

- *4. Arbeiten Sie an einem "Signal"-System mit Ihrem Partner. Sie können auf etwas zeigen, ihm zunicken, auf einer Weise gestikulieren oder per vereinbartem Stichwort ihn zum Einschreiten und damit kommentieren bewegen. Es kann auch ein Stichwort vereinbart werden, damit Sie das Mikrofon zurückerhalten, damit Sie als Hauptkommentator wieder der Wortführende sind. Bei Radioübertragungen sollte der Zweitkommentator nicht sprechen, wenn der Hauptkommentator gerade das aktive Spielgeschehen wiedergibt.*
- *5. Der Zweitkommentator sollte die Rolle des "second banana" einnehmen. Die Hauptperson bei Radioübertragungen ist der Hauptkommentator. Sie werden einige Ausnahmen bemerken, wenn etwa bei Fernsehübertragungen der Zweitkommentator ein ehemaliger berühmter Trainer ist und somit der "Star" der Übertragung wird; dies geschieht jedoch in den seltensten Fällen.*
- *6. Alles was der Zweitkommentator im Falle einer gewünschten Wortmeldung tun sollte ist, seine/ihre Hand zu heben. Oder einen Kugelschreiber hochhalten oder Ihnen an die Schulter klopfen. Es sollte ein subtiles Signal sein, um Sie darauf Aufmerksam zu machen. Dann, wenn die Zeit es erlaubt, sollten Sie übergeben (Er/Sie sollte sich zurückhalten, um Ihnen die Hauptrolle als Kommentator zu gewähren).*
- *7. Ein gutes Kommentatorenduo ist Bestandteil einer guten Übertragung. Ein schlechtes Duo zerstört es für jeden.⁶⁸*

Auch wenn einige Punkte, wie in etwa das Heben der Hand im Falle einer gewünschten Wortmeldung oder das „Signal“-System, überholt erscheinen, ist dieser Leitfaden auch im heutigen Zeitalter noch immer eine anerkannte Methode, um die Zusammenarbeit zwischen Hauptkommentator und Co-Kommentator zu optimieren.

So decken sich beispielsweise einige Punkte mit der Erfahrung des Kommentators, den der Autor dieser Arbeit interviewt hatte:

„Wenn das zu kommentierende Spiel mit einem Experten, sprich Co-Kommentator, geplant ist, spreche ich mich im Vorfeld auch mit diesem ab. Dabei sind die Rollen klar: Einer ist Play-by-Play, das bin in dem Fall Ich, der hauptsächlich mit der Schilderung von Vorgängen beschäftigt ist. Sobald die erste Zeitlupe kommt, übernimmt der Experte und erklärt was da gerade gut oder weniger gut gemacht wurde. Das ist für mich die perfekte Handhabe.“⁶⁹

⁶⁸ Epstein & Riggs (1993), S. 22

⁶⁹ Experteninterview, S. 3

3.5 Hypothesenformulierungen zum Einsatz von Experten als Zweitkommentator

Zum Abschluss des theoretischen Teils der vorliegenden Untersuchung werden die bisherigen Fakten und Überlegungen in Annahmen formuliert. Im empirischen Teil dieser Arbeit sollen die Hypothesen darauf basierend überprüft werden. Der Stellenwert von Fußball-TV-Übertragungen in Deutschland wurde in den theoretischen Ausführungen erläutert, analog wurde verdeutlicht, welche Relevanz die Fußballberichterstatter dabei besitzen. Weiter wurde veranschaulicht, dass durch diverse Kommentiertechniken die Berichterstattung aufgewertet werden kann. Eine wesentliche Fragestellung ist, was die Qualitätskriterien für einen guten Fußball-TV-Kommentar und einen guten Zweitkommentator sind und wie die optimale Zusammenarbeit der beiden Berichterstatter anhand dieser Kommentiertechnik aussehen sollte.

Unter der Berücksichtigung eines möglichen Marktführerwechsels im Bereich der Fußball-TV-Übertragungen in Deutschland, die mit einem verstärkten Einsatz eines Zweitkommentatoren einher geht, ergeben sich dabei folgende Hypothesen:

H1: Die Mehrheit der Befragten ist mit der Qualität der Fußball-Kommentatoren unzufrieden

H2: Die Mehrheit der Befragten betrachten das Vermitteln von Fachwissen wichtiger als den Unterhaltungswert

H3: Der Einsatz von Experten als Zweitkommentatoren wird von den Rezipienten gewünscht

H4: Der Einsatz von Experten als Zweitkommentatoren verbessert die Qualität der Fußball-Berichterstattungen

4 Empirische Untersuchung: Qualitätsmerkmal Zweitkommentator?

Anhand der vorliegenden Untersuchung soll die derzeitige Akzeptanz, die Bewertung der Qualität und der Wunsch nach Änderungen der deutschen Fußballkommentatoren beim Publikum exemplarisch erforscht werden. Die Untersuchung wurde mit Hilfe eines Online-Fragebogens erstellt, welcher in diesem Kapitel näher beleuchtet werden soll. .

4.1 Durchführung der Studie

Das folgende Kapitel widmet sich der Gestaltung und Auswertung des Fragebogens. Dabei wird die Methode der Online-Befragung erläutert, sowie Vor- und Nachteile der Online-Befragung aufgezeigt. Nach dem Vorstellen der Software, welche zur Befragung genutzt wurde, wird weiter der Strichprobenkennwert erläutert. Anschließend werden die Gütekriterien einer Online-Befragung überprüft, um folgerichtig die Ergebnisse zu präsentieren und zu interpretieren. Die Online-Umfrage startete ihre Untersuchung am 01. November 2017 und wurde am 30. November 2017 geschlossen.

4.1.1 Die Methode der Online-Befragung

Die Online-Befragung ist keine neue Befragungsmethode, sondern eine Spezialform der schriftlichen Umfrage. Möhring und Schlütz deklarieren sie als eine neue Art der Datenübertragung.⁷⁰

Drei verschiedene Arten der Online-Befragung werden in der Literatur unterschieden. Als die einfachste Variante der Online-Befragung wird die Befragung per E-Mail ange-

70 Vgl. Möhring & Schlütz (2003), S. 146

sehen. Dabei wird ein Fragebogen per E-Mail an eine Zielgruppe geschickt, diese bearbeitet den Fragebogen und schickt ihn auf gleichem Wege wieder zurück.⁷¹

Bei der Form des *Online-Panels*, eine Sonderform der *Access-Panels*, erklären sich interessierte Personen freiwillig dazu bereit, regelmäßig an Befragungen teilzunehmen. Diese Personen kann der Forscher dann in regelmäßigen Abständen befragen.⁷²

Eine weitere Form ist die WWW-Befragung, die auf einer speziellen Website abgelegt wird. Der Link zu dieser Seite, und damit auch zur Befragung, kann dann beliebig verschickt oder in bestimmten Foren gepostet werden.⁷³

In der vorliegenden Arbeit wurde diese Methode der Online-Befragung angewandt. Dabei wurde der Link über soziale Netzwerke an etablierte deutsche Sportjournalisten geschickt. Diese haben wiederum den Link auf ihren Kanälen geteilt.

Da jene Sportjournalisten über eine sehr hohe Reichweite verfügen, konnte die Online-Befragung viele interessierte Teilnehmer erreichen, sodass die Online-Befragung eine Gesamtteilnehmerzahl von 693 erreichte. Von den 693 Teilnehmern konnten 634 Antworten ausgewertet werden, da diese die Online-Befragung bis zum Schluss beantworteten.

Genauer handelt es sich um eine standardisierte, strukturierte, schriftliche Online-Befragung. Der Großteil der Fragen weist vorgegeben Antwortmöglichkeiten aus, wobei bei einigen Fragen auch die Möglichkeit der offenen Beantwortung besteht. Jedoch gestaltet sich die Auswertung dieses Fragen-Typus meist schwieriger als bei geschlossenen Fragen. Daher mussten sich die Befragten für eine oder manchmal auch mehrere Antworten entscheiden. Doppelte Verneinung, Suggestivfragen und wertbesetzte Begriffe wurden vermieden, um eine möglichst objektive Sichtweise der teilnehmenden Personen wiederzugeben.

71 Vgl. Lang (2009), S. 42

72 Ebd.

73 Vgl. Bandilla & Bosnjak (2000), S. 168

4.1.2 Die Vor- und Nachteile der Online-Befragung

Bei einer Online-Befragung ist der Zeitaufwand für die Beantwortung meist geringer. Der Zeitaufwand für die quantitative Auswertung nimmt ebenfalls vergleichsweise weniger Zeit in Anspruch. Als Nachteil kann angesehen werden, dass die Befragten nur auf wenige Möglichkeiten der Antwort festgelegt sind. Es besteht daher die Gefahr, dass nur ein Ausschnitt der Realität abgebildet werden könnte.⁷⁴

Ein wohl größerer Nachteil liegt in der Rücklaufquote, da es bei einer Online-Befragung immer eine hohe Abbrecherquote/Verweigerungsrate gibt, die die Repräsentativität der Befragung gefährdet.⁷⁵ Um diese Gefahr möglichst zu minimieren, wurden die Gestaltung des Fragebogens unter Gesichtspunkten erstellt, die eine Abbrecherquote so niedrig wie möglich halten sollte.⁷⁶ So wurde beispielsweise zu Beginn, noch vor der Beantwortung der ersten Frage, versichert, dass der Fragebogen maximal 10 Minuten in Anspruch nehmen würde.

Trotz dieser Nachteile hat sich diese Methode der Online-Datenerhebung in der Forschung immer mehr etabliert und wird inzwischen häufig als Messinstrument zur Forschung eingesetzt. Neben der Reduzierung des Zeitfaktors bei der Durchführung der Umfrage, ist auch der Faktor der geringen Erhebungskosten ein Vorteil.⁷⁷ Weitere Nützlichkeiten sind Schnelligkeit, Sparsamkeit, Interaktivität und die Erreichbarkeit.⁷⁸

In einer von Moritz Lang durchgeführten Online-Befragung, gerichtet an deutsche Sportjournalisten, wird ferner mit Hilfe einer sogenannten *SWOT-Analyse* ein Überblick der Vor- und Nachteile einer wissenschaftlich-empirischen Untersuchung aufgezeigt. Das angloamerikanische Akronym *SWOT* steht dabei für die Begriffe **S**trengths (= Stärken), **W**eakness (= Schwächen), **O**pportunities (= Möglichkeiten) und **T**hreads (= Risiken).

⁷⁴ Vgl. Mayer & van Hilten (2007), S. 123

⁷⁵ Vgl. Brosius/Koschel/Haas (2008), S. 126

⁷⁶ Vgl. Mayer (2006), S. 89

⁷⁷ Vgl. Atteslander (2008), S. 156

⁷⁸ Vgl. Welker (2005), S. 8

Tabelle 2: SWOT-Analyse für Online-Befragungen⁷⁹

<i>Stärken</i>	<i>Schwächen</i>
Zeitvorteile: + große Stichprobe + geringer Zeitaufwand + Befragung rund um die Uhr + Ergebnispräsentation in kürzester Zeit Hohe Ökonomie: + kein Aufwand für Druck, Versand etc. + automatische Dateneingabe + Fragebogen einfach zu erstellen + Fehler bis zur letzten Minute leicht korrigierbar Akzeptanz: + als hoch empfundene Anonymität + kaum Beeinflussung durch statistische Störvariablen + Fragen können schnell und bequem beantwortet und zurückgesendet werden Technische Vorteile: + automatisierte Datenverarbeitung / schnellere Datenauswertung möglich + adaptive Filter + Einbindung multimedialer Elemente möglich + hohe Reichweite: Alokalität	Stichprobenprobleme: - Internetanbindung bei Befragten erforderlich Längerer Befragungsvorlauf: - Datenbankprogrammierung und Filterfunktionen benötigen Vorlaufzeit Weniger Kontrolle: - keine direkte Kontrollmöglichkeit der Befragungssituation Technische Probleme: - veraltete Browser - technische Varianz der Geräte bei Befragten - Datensicherheit

⁷⁹ Lang (2008), S. 43

4.1.3 Software

Der Autor der vorliegenden Untersuchung hat sich für die Online-Befragung die Software der Online-Plattform „*Umfrage Online*“⁸⁰ entschieden.

Um Universitäten und deren Mitglieder bei Marktforschungen zu unterstützen, bietet *Umfrage Online* ihre Dienstleistungen für ausgewählte Institutionen kostenlos an. Mittels eines Prüfungstools auf der Webpräsenz wird anhand einer automatischen Überprüfung der Hochschulangehörigkeit geprüft, ob die Hochschule ein teilnehmender Partner ist. Hierzu muss der Studierende eine gültige Studenten-E-Mail-Adresse besitzen.

Die Bedingungen für das kostenfreie Angebot an Studenten sind, dass die durchgeführten Befragungen nicht kommerzieller Natur sein dürfen, die lancierten Umfragen in Zusammenhang mit dem Studium stehen müssen und dass das Studentenkonto nur von dem jeweiligen Studenten verwendet wird.⁸¹

Sind all diese Voraussetzungen und Bedingungen erfüllt, gelangt man an ein Studenten-Konto für die Plattform. Mit dem Studenten-Konto wird ein Flatrate Angebot ermöglicht. Dies bedeutet, dass man keiner Limitierung der Anzahl von Fragen, Teilnehmer und Antworten ausgesetzt ist. Das Studenten-Konto entspricht dem Produkt „Business“, wofür regulär 499 Euro jährlich zu bezahlen wären.⁸²

Da die Umfrage-Software die Umfragen automatisch auswertet und die Ergebnisse grafisch darstellt und die Umfragen auch über Smartphones einfach zu beantworten sind, hat sich der Autor für diese Software entschieden.

80 <https://www.umfrageonline.com/>, Zugriff am 24.10.2017

81 <https://www.umfrageonline.com/students>, Zugriff am 24.10.2017

82 <https://www.umfrageonline.com/produkte>, Zugriff am 24.10.2017

4.2 Untersuchungspersonen und Stichprobenkennwert

Zur Auswertung sollten die teilnehmenden Personen den Online-Fragebogen selbstständig bearbeiten und ausfüllen, um somit eine Überprüfung der aufgestellten Hypothese zu ermöglichen. Es ergab sich eine Gesamtteilnehmerzahl von insgesamt 693 Personen. Davon waren 634 Online-Fragebögen auswertbar, da diese komplett zu Ende geführt und vollständig bearbeitet wurden. Aufgrund fehlender Angaben oder dem frühzeitigen Abbruch der Beantwortung der Fragen konnten 8,5% der Datensätze nicht in die Analyse mit einbezogen werden. Die Anzahl der Antworten betrug 19.138.

Das Alter der teilnehmenden Probanden kategorisiert sich folgendermaßen:

Den größten Anteil aller Teilnehmer bildet mit knapp 38,5% die Altersgruppe zwischen 20 und 30 Jahren. 31,4 % aller Befragten waren im Alter zwischen 31 und 40. Der Großteil aller befragten bewegten sich also in den Alterssegmenten zwischen 20 und 40 Jahren. Die weiteren Alterssegmenten: 16,7 % waren zwischen 41 und 50 Jahren, 6,3 % zwischen 51 und 60 Jahren, 6 % bis zu 20 Jahren und 1,1 % zwischen 60 und 70 Jahren.

Die hohe Bandbreite der Alterssegmente verdeutlicht das Interesse und die große Resonanz an der Online-Befragung zu dieser Thematik.

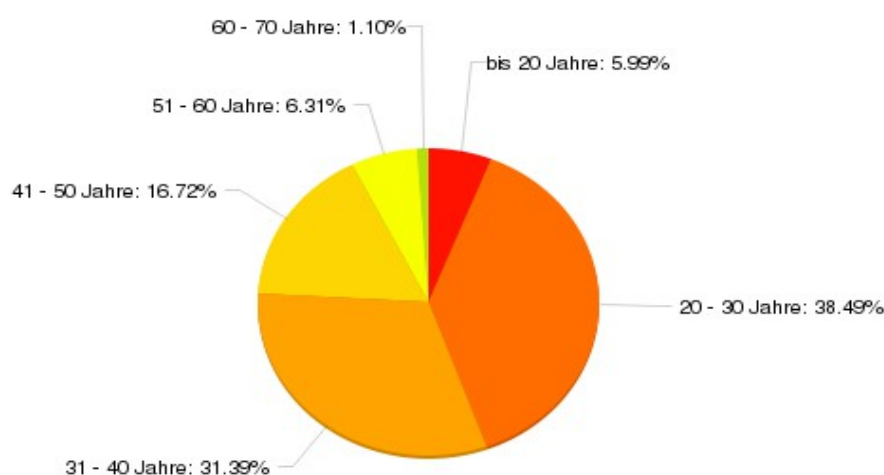


Abb. 1: Alterssegmente der Teilnehmer (Quelle: eigene Erhebung)

Wie bereits im Kapitel 4.1.1 beschrieben, wurde die Umfrage mit einem Zugangslink überwiegend über soziale Netzwerke verbreitet. Der Autor nutzte dabei sein persönliches Netzwerk, indem er den Link an ihm bekannte, etablierte deutsche Sportjournalisten schickte. Dabei half ihm vor allem die Reichweite des angesehenen *Kicker*-Sportmagazin-Redakteurs Frank Lußem. Lußem ist seit 1980 beim „*Kicker*“ angestellt und stellvertretender Leiter der Westredaktion der zweimal wöchentlich erscheinenden Sportzeitschrift.⁸³ Da Lußem über seinen Social-Media-Kanal *Twitter* den Link zur Umfrage teilte, konnte die Umfrage deutschlandweit viele Fußballfans erreichen. Jene Fußballfans, die laut der Umfrage angaben regelmäßig über TV- oder Streamingdienste Fußball zu gucken, sind auch die zentrale Zielgruppe der Online-Befragung.

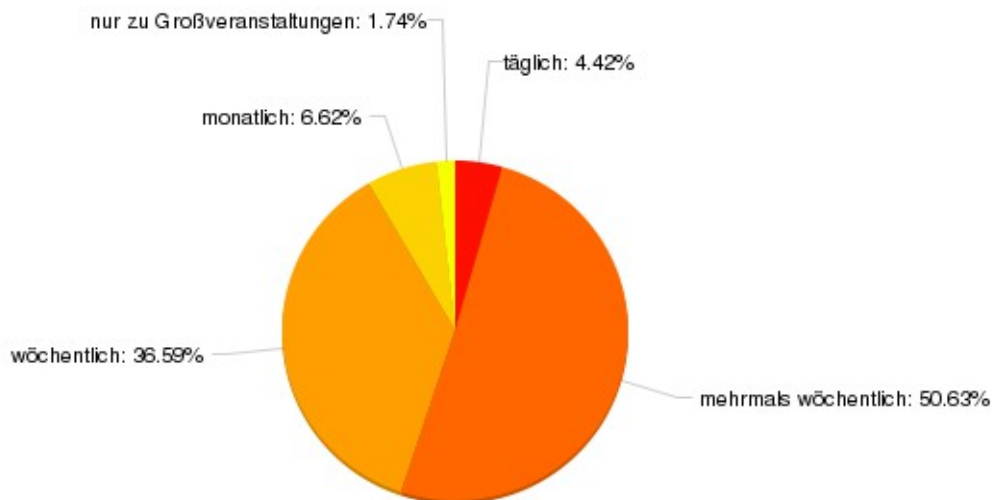


Abb. 2: „Wie häufig verfolgen Sie Fußballspiele live?“ (Quelle: eigene Erhebung)

So gaben 50,6 % Teilnehmer der auswertbaren Fragebögen an, mehrmals wöchentlich Fußballspiele live zu verfolgen, 36 % schauten mindestens ein Spiel pro Woche live, 6,6 % monatlich ein Spiel, 4,4 % täglich ein Spiel und 1,7 % gaben an Fußballspiele nur zu Großveranstaltungen zu sehen.

83 <http://www.kicker.de/fussball/artikel/361924>, Zugriff am 14.12.2017

Eine weitere wichtige Voraussetzung für eine repräsentative Auswertung der Online-Befragung war, ob die Probanden Abonnements der relevanten Rechteinhaber von Fußball-Berichterstattungen in Deutschland besitzen. Da die teilnehmenden Personen zu ihrer subjektiven Wahrnehmung bezüglich der Qualität der deutschen Kommentatoren und die Einschätzung von Attributen derer Kommentiertechnik befragt wurden, sollte vorausgesetzt werden, dass die Probanden die Kommentatoren auch regelmäßig bei ihrer Arbeit beobachten können. Da davon auszugehen war, dass eine Vielzahl der Befragten mehrere Abonnements besitzen könnte, war hier eine Mehrfachauswahl möglich.

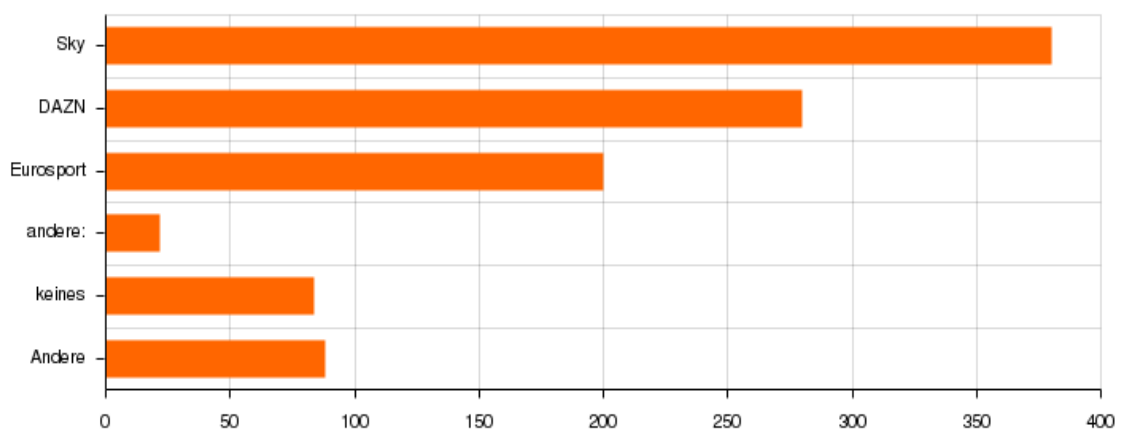


Abb. 3: Welche der folgenden Pay-TV-Abonnements besitzen Sie? (Quelle: Eigene Erhebung)

380 (60 %) Teilnehmer gaben an, ein Pay-TV-Abonnement des derzeitigen Branchenführers *Sky-Sport* Deutschland zu besitzen. 280 (44 %) der teilnehmenden Personen besitzen demnach ein Abonnement beim Sky Konkurrenten *DAZN* und 200 (32 %) Teilnehmer haben den Bundesligarechteinhaber *Eurosport* abonniert. 110 (16 %) der Teilnehmer wählten die Antwortmöglichkeit „Andere“ und begründeten diese im offenen Antwortfeld. Der meist genannte Anbieter unter der Kategorie „Andere“ war dabei *Telekomports*. *Telekomports* besitzt die Übertragungsrechte für die 3. Liga in Deutschland.⁸⁴ Da das Hauptaugenmerk dieser Untersuchung jedoch auf die höherklassigen Rechteinhaber wie *Sky*, *DAZN* und *Eurosport* liegt, wurde *Telekomports* außen vor gelassen.

84 (13 %) Personen gaben an, kein Pay-TV-Abonnement zu besitzen.

84 <https://www.telekomports.de/fussball/3-liga>, Zugriff am 14.12.2017

4.3 Überprüfung der Gütekriterien

Um die erhobenen Daten erfolgreich auswerten zu können, müssen folgende drei Gütekriterien berücksichtigt werden⁸⁵:

- **Objektivität**
- **Reliabilität**
- **Validität**

Sind die Messergebnisse unabhängig vom Untersuchungsleiter, so ist von einem objektiven Messvorgang auszugehen.⁸⁶ Die Durchführung, die Auswertung und die Interpretation der vorliegenden Studie waren objektiv. Der Versuchsleiter hatte bei der Durchführung keinerlei Einfluss auf die teilnehmenden Personen. Den Befragten wurde die Möglichkeit der Kontaktaufnahme zum Versuchsleiter geboten, um beispielsweise Fragen bezüglich des Fragebogens beantworten zu können. Von dieser Möglichkeit machte kein Proband Gebrauch.

Ebenso war die Auswertung objektiv, da die standardisierten Daten mittels der Umfrage-Software ausgewertet wurden. Selbiges gilt für die Interpretationsobjektivität, da durch den stark standardisierten Fragebogen der Freiheitsgrad, den der Versuchsleiter bei der Auswertung hatte, sehr eingeschränkt war.⁸⁷

Im Falle einer Wiederholung der Messung sollte man stets das gleiche Ergebnis erzielen. Wenn dies eintritt, ist von einer hohen Reliabilität (Zuverlässigkeit) der Messung auszugehen.⁸⁸ Da der stark standardisierte Fragebogen einer durchgängigen Hintereinanderstellung der Fragen entsprach, ist die vorliegende Studie von hoher Reliabilität geprägt. Das Hauptaugenmerk der Befragung behandelt ein unter Fußballfans ewig diskutiertes Thema, stets wurden über die Arbeitsweisen von Fußballkommentatoren debattiert. Es handelt sich hierbei also um ein Thema von generellem Interesse, daher ist davon auszugehen, dass sich das Antwortverhalten nicht über eine so kurze Periode ändert.

⁸⁵ Vgl. Berekoven/ Eckert/ Ellenrinder (2006), S. 198ff

⁸⁶ Vgl. Berekoven/ Eckert/ Ellenrinder (2006), S. 87

⁸⁷ Ebd.

⁸⁸ Vgl. Berekoven/ Eckert/ Ellenrinder (2006), S. 63

Wenn die Messinstrumente auch das messen, was sie messen sollen, spricht man von der Validität (Gültigkeit).⁸⁹ Damit keine Unklarheiten bei den Befragten entstehen konnten, wurde zu Beginn der Online-Befragung darauf hingewiesen, dass die folgenden Fragen sich auf die Live-Berichterstattung von Fußballspielen in Deutschland handeln. Außerdem wurde unterstrichen, dass das Hauptaugenmerk der Umfrage auf den Einsatz des sogenannten Co-Kommentators liegt.

Da eine Validitätsprüfung die Überprüfung einer „Wahrheit“ beinhaltet und die vorliegende Studie subjektive Sichtweisen misst, ist der Punkt der Validität in diesem Fall von beschränktem Wert.

4.4 Hypothesenprüfung und Interpretation der Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Online-Rezipientenbefragung präsentiert und diskutiert. Ferner werden die eingangs mit Hilfe der forschungsleitenden Fragen aufgestellten Hypothesen verifiziert beziehungsweise falsifiziert.

Dafür werden die Ergebnisse mittels verschiedener Grafiken abgebildet. Zunächst bewerteten die teilnehmenden Personen die Qualität der deutschen Kommentatoren im Allgemeinen, darauf folgten Fragen bezüglich der Charakteristiken, die ein Fußball-Kommentator mitbringen sollte.

Anschließend wird das Hauptaugenmerk der Befragung auf den Einsatz eines Zweitkommentators gelegt. Hier werden die teilnehmenden Personen befragt, ob sie sich einen häufigeren Einsatz der Co-Kommentatoren wünschen und weiter, welche Eigenschaften dieser mit sich bringen sollte.

89 Vgl. Brosius/Koschel/Haas (2008), S. 68

4.4.1 Bewertung der Qualität von Fußball-Kommentatoren

Bereits zu Beginn der Befragung werden die teilnehmenden Personen um eine Bewertung der derzeitigen Qualität der deutschen Fußball-Kommentatoren gebeten. Eine permanente „Grundkritik“ der Rezipienten an deutsche Fußball-Kommentatoren ist seit Jahren zu beobachten. So bestätigte der vom Autor der vorliegenden Untersuchung interviewte Fußball-Kommentator, dass seine Rezipienten sowohl ihm persönlich, als auch seinen Kollegen sehr kritisch gegenüber stünden: *„Mal würde ich zu viel reden, mal zu wenig, mal zu laut, mal zu leise, zu emotional, zu rational, mal bin ich Fan von der einen Mannschaft, mal von der anderen. Worauf ich dabei hinaus möchte: Man kann es dem deutschen Rezipienten in der Allgemeinheit nicht recht machen.“*⁹⁰ Weiter empfand der interviewte Kommentator, *„dass Zuschauer ihren Hauptfokus darauf legen, auf Fehler der Kommentatoren zu warten, um dann per Social-Media ordentlich Dampf abzulassen.“*⁹¹

Auch Jörg Dahlmann, der seine Sportjournalisten-Karriere 1983 beim ZDF begann und seitdem für viele Sender arbeitete, beklagt sich über die aktuelle Intensität der Kritik seitens der Zuschauer. So habe sich das Zuschauerverhalten grundsätzlich verändert. Man lebe *„immer mehr in einer Kritik-Gesellschaft, in der das Glas oft halbleer ist. Anti DFB, Anti-Show, anti hier, anti dort. Das Schlimme ist, Gewalt und Bedrohungen nehmen zu.“*⁹² Vor allem die Heftigkeit der Kritik bestürzt den derzeitigen Sky-Kommentatoren: *„Wenn mir jemand schreibt, er hoffe, dass ich vom Krebs zerfressen werde, ist bei mir ein sehr kritischer Punkt deutlich überschritten. Vor allem bei meiner gesundheitlichen Vorgeschichte (Dahlmann litt an Darmkrebs).“*⁹³

Daher sollten die Befragten direkt zu Beginn die Qualität der deutschen Fußball-Kommentatoren, die derzeit eingesetzt werden, beurteilen.

90 Vgl Anlage: Experteninterview S. 1

91 Anlage: Experteninterview S. 6

92 <https://www.derwesten.de/sport/fussball/heftigkeit-der-kritik-bestuerzt-sky-kommentator-joerg-dahlmann-id211656589.html>, Zugriff am 17.12.2017

93 ebd

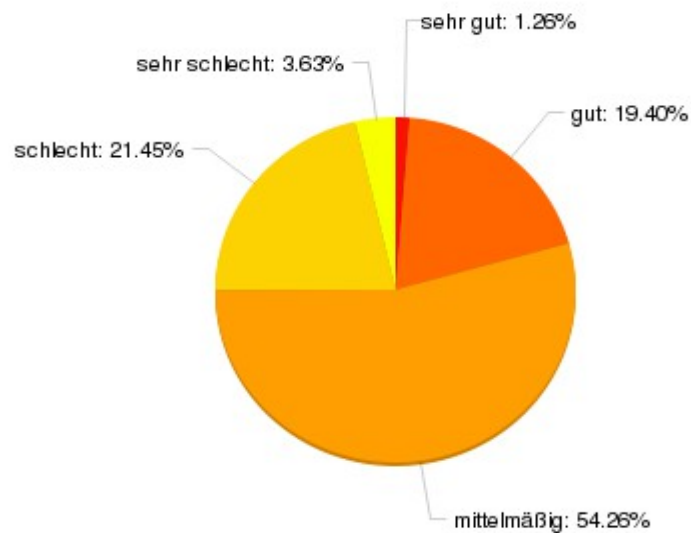


Abb. 4: Wie bewerten Sie die Qualität der Fußballkommentatoren in Deutschland? (Quelle: Eigene Erhebung)

Auffällig am Antwortverhalten ist zunächst, dass die beiden „extremen“ Antwortmöglichkeiten, also „*sehr schlecht*“ (3,3 %) und „*sehr gut*“ (1,26 %) wenig Zuspruch fanden. Eine eindeutige Tendenz, weder im positiven, noch im negativen Bereich, kann hierbei also nicht bestätigt werden. Dennoch überwiegt eine „*schlechte*“ (21,4%) Bewertung der Qualität gegenüber einer „*guten*“ (19,4 %).

Die Mehrheit der teilnehmenden Personen empfinden die Qualität der Fußball-Kommentatoren in Deutschland als „*mittelmäßig*“ (54,2 %). Hier ist also eine Diskrepanz im Gegensatz zu der subjektiv empfundenen generellen Abneigung gegenüber deutscher Fußball-Kommentatoren zu erkennen. Anhand dieses Messergebnisses wird deutlich, dass bereits eine Toleranz gegenüber den Fußball-Kommentatoren herrscht, die bei Verbesserung der Arbeitsweisen der Kommentatoren gar in eine grundsätzliche Akzeptanz münden könnte.

Daher wird die erste Hypothese, **H1: „Die Mehrheit der Befragten ist mit der Qualität der Fußball-Kommentatoren unzufrieden“**, hier widerlegt.

Als darauf anknüpfende Frage, sollten die Teilnehmer angeben, bei welchem Sender ihrer Meinung nach die besten Fußball-Kommentatoren arbeiten. Dazu wurden ihnen deutsche Sender aufgelistet, die hochklassige Fußballspiele live übertragen.

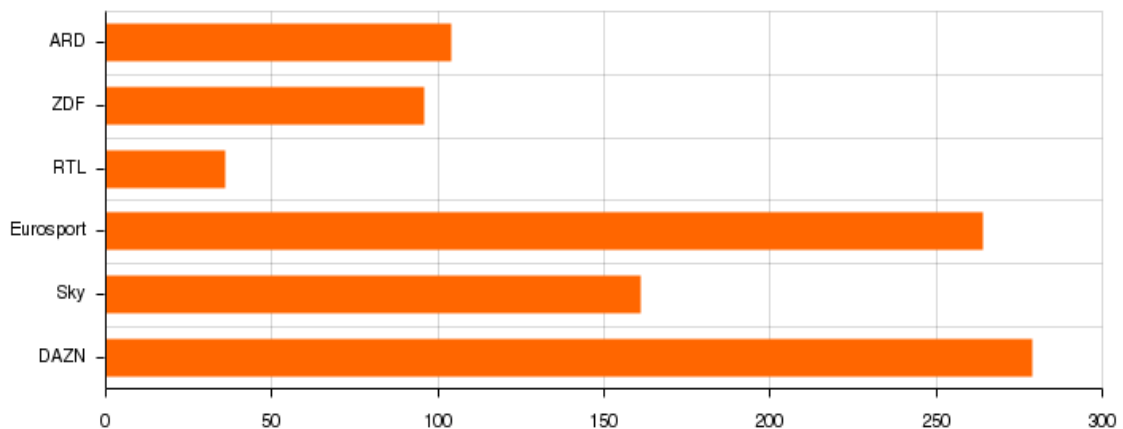


Abb. 5: Bei welchem Sender arbeiten Ihrer Meinung nach die besten TV-Fußballkommentatoren? (Quelle: Eigene Erhebung)

Interessant ist hier zu beobachten, dass Branchenneuling *DAZN* mit 279 Stimmen (44 %) am häufigsten genannt wurde. Wie bereits unter **1.1 Forschungsinteresse** erwähnt wurde, scheinen die Rezipienten dem Modell des Doppelkommentars, das *DAZN* häufig nutzt, gegenüber mit mehr Wohlwollen zu stehen.

Als überraschend kann man auch das Ergebnis des deutschen Sportsenders *Eurosport* empfinden. Mit 264 (41,6 %) Stimmen wurde der in München ansässige Sportsender am zweithäufigsten genannt. Dies ist deswegen überraschend, da sich *Eurosport*, seit der Bundesligasaison 2017/2018 erstmals Rechteinhaber für Bundesliga Live-Spiele, zu Beginn der Saison 2017/2018 einer großen Kritik gegenüber sah. *Eurosport* überträgt diese Spiele, ebenso wie *DAZN*, als Streaming-Angebot, hatte dabei jedoch mit anfänglichen technischen Schwierigkeiten zu kämpfen.

Als bei der Übertragung des zweiten Exklusivspiels erneut Probleme auftraten, wurde der Pay-TV Sender gar von der *Deutschen Fußball Liga*, verantwortlich für die Rechtevergaben, zum Krisengipfel zitiert. Dabei hieß es in einer am 09. September 2017 veröffentlichten *DFL*-Mitteilung:

„Die betroffenen Fans sind damit zu Recht unzufrieden, ebenso wie Eurosport selbst und die DFL. Auch wenn sich die Probleme nach den derzeit vorliegenden Informationen offenbar in einer vergleichsweise überschaubaren Größenordnung bewegen, wird die DFL Anfang der kommenden Woche gemeinsam mit Eurosport darüber sprechen,

*wie künftig die hohen Standards der Bundesliga durchgehend gewährleistet werden können.*⁹⁴

Nachdem *Eurosport* die anfänglichen Schwierigkeiten behoben und die negative Kritik überstanden hat, fand beim Tochtersender der US-Gruppe *Discovery* eine signifikante Verbesserung der Berichterstattung statt. So bezeichnete die Online-Ausgabe der *Welt* am 04. November 2017 das Zuschauen als „*Genuss pur*“⁹⁵ und fügte an, dass *Eurosport* „*die beste Fußballshow des Landes*“⁹⁶ liefere. Eine solch qualitative Aufwertung der Berichterstattung innerhalb kurzer Zeit scheint zwar durchaus ungewöhnlich, bestätigt jedoch die guten Umfrageergebnissen der vorliegenden Untersuchung.

Weiterhin auffällig ist, dass der eigentliche Branchenführer *Sky* bei dieser Frage mit 161 Stimmen (25,4 %) den dritten Platz belegt. Hier wird deutlich, dass sich *Sky* ihre Vormachtstellung nicht nur in Sachen der Rechtevergaben gefährdet sieht (Siehe **Einführung**), sondern bei einer wichtigen Komponente der Berichterstattung, dem Kommentatoreinsatz, diese Vormachtstellung gar bereits verloren zu haben scheint.

Auf den weiteren Plätzen folgen die öffentlich-rechtlichen Sender *ARD*, mit 104 Stimmen (16,4 %) und *ZDF* mit 96 Stimmen (15,1 %). Es folgt der Privatsender *RTL* mit 36 Stimmen (5,7 %).

4.4.2 Charakteristiken eines Fußball-Kommentatoren

Im Folgenden werden die Umfrageergebnisse bezüglich der Charakteristiken eines Fußball-Kommentatoren vorgestellt. Zu Beginn sollten die teilnehmenden Personen ihre Einschätzungen darüber abgeben, ob Fußball-Kommentatoren Fußballspiele emotional kommentieren sollten. Medienberichten zufolge ist eine zu starke Emotionalität der Fußball-Kommentatoren oftmals ein Kritikpunkt:

Als Dahlmann aufgrund seiner Art zu kommentieren heftig kritisiert wurde (siehe **4.4.1 Bewertung der Qualität von Fußball-Kommentatoren**), gab dieser bekannt, dass es

94 <https://www.dfl.de/de/home/dfl-zu-technischen-problemen-bei-eurosport-bundesliga-tv-player.html>, Zugriff am 18.12.2017

95 <https://www.welt.de/sport/article170320248/Matthias-Sammer-macht-einen-grossartigen-Job.html>, Zugriff am 18.12.2017

96 ebd

ein ausdrücklicher Wunsch seines Arbeitgebers *Sky* sei, dass neben der Fachlichkeit mehr Emotionen transportiert werden sollten.⁹⁷

Bei seinem früheren Arbeitgeber, dem Privatfernsehsender *Sport 1*, hingegen hätte er für genau diese emotionale Art sehr viel Zuspruch erhalten.

Um eine Einschätzung bezüglich dieses Kriteriums zu erhalten, wurden die Befragten daher nach dem gewünschten Maß an Emotionalität der Fußball-Kommentatoren befragt.

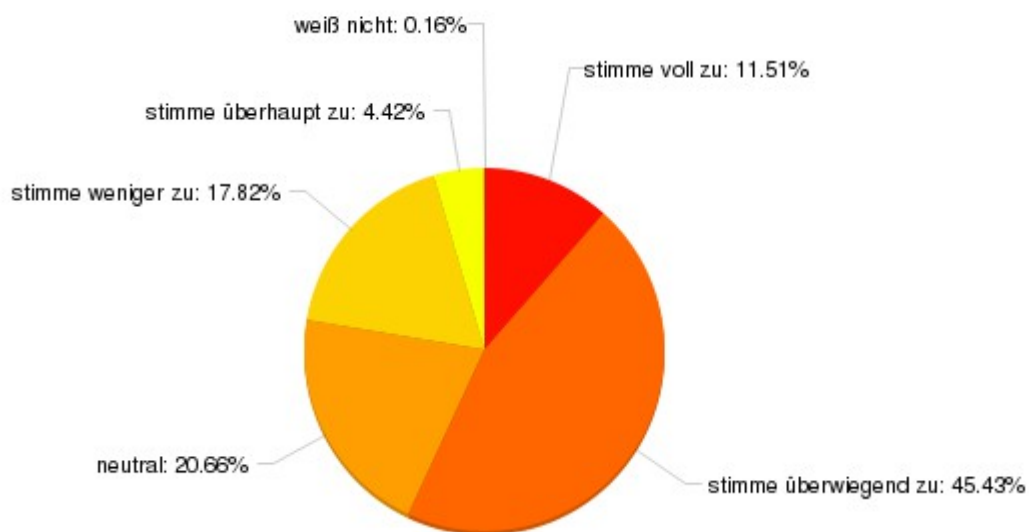


Abb. 6: "Kommentatoren sollten Fußballspiele emotional kommentieren" (Quelle: Eigene Erhebung)

Die Mehrheit der Befragten, 45.4 % (288 Teilnehmer) wünschen sich demnach, dass Fußball-Kommentatoren Fußballspiele emotional kommentieren sollten. Während weitere 11.5 % (73 Teilnehmer) dem voll zustimmen, stehen 20.6 % (131 Teilnehmer) diesem Aspekt neutral gegenüber. 17.8 % (113 Teilnehmer) lehnten eine emotionale Art des Kommentierens ab, indem sie „stimme weniger zu“ als Antwort wählten. Lediglich 4.4 % (28 Teilnehmer) stimmten dem gar nicht zu, während sich 0.1 % (1 Teilnehmer) diese Frage mit „weiß nicht“ enthielt.

⁹⁷ <https://www.derwesten.de/sport/fussball/heftigkeit-der-kritik-bestuerzt-sky-kommentator-joerg-dahlmann-i-d211656589.html>, Zugriff am 17.12.2017

Als der Autor der vorliegenden Untersuchung im Rahmen eines Experteninterviews den interviewten Fußball-Kommentator mit den Untersuchungsergebnissen dieser Frage konfrontierte, zeigte sich dieser verständnisvoll:

„Das kann ich verstehen, ich beobachte selbst eine gewisse Tendenz, dass es manchmal etwas zu eintönig ist. Natürlich ist der Kommentator in erster Linie dazu da, um zu kommentieren, um zu informieren und um sein Wissen zu teilen. Dennoch ist der Kommentator auch eine Art Unterhalter, dabei bin ich der Meinung, dass man damit nicht übertreiben sollte. Der Kommentator sollte nie unterhaltender sein als das Spiel selbst. Jedoch ist es auch die Aufgabe des Kommentators, eine Art dritte Ebene mit reinzubringen. Das setzt aber auch einen gewissen Grad an Kompetenz voraus.“⁹⁸

Um auf den Punkt des Unterhaltungswertes beim Kommentieren anzuknüpfen, sollten die teilnehmenden Personen diesbezüglich ihre Sicht äußern.

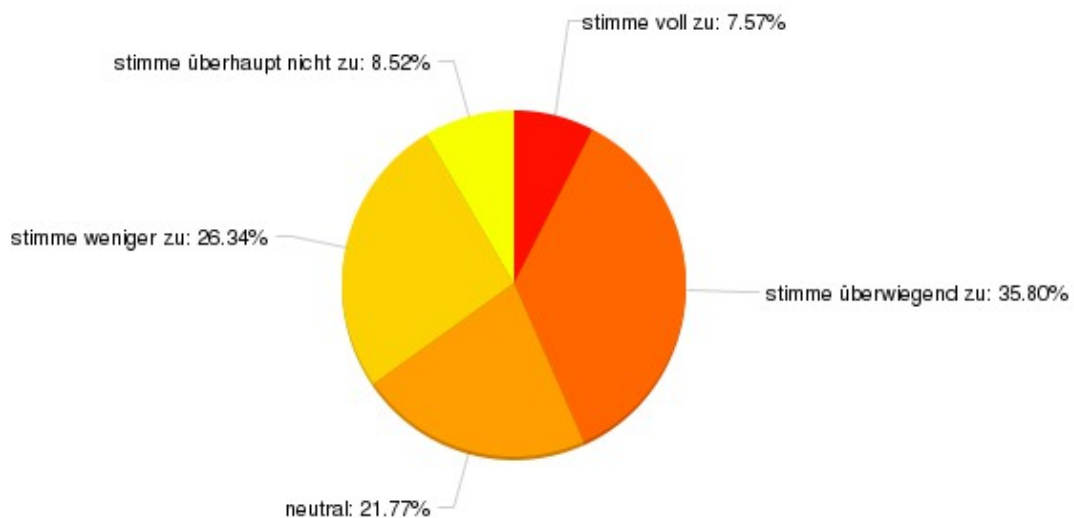


Abb. 7: "Ein Fußballkommentator sollte immer auch unterhalten" (Quelle: Eigene Erhebung)

So stieß auch das Charakteristikum des Unterhaltungswertes eines Fußball-Kommentators bei dem Großteil der Befragten auf eine überwiegende Zustimmung, indem 35.8 % (227 Teilnehmer) hierfür abstimmten. 7.6 % (48 Teilnehmer) stimmten hier voll zu, während 21.8 % (138 Teilnehmer) diesem Attribut neutral gegenüber standen. Bei die-

⁹⁸ Anlage: Experteninterview S. 4

ser Frage ist eine relative Ausgeglichenheit zu beobachten. So stimmten 26.3 % (167 Teilnehmer) weniger zu, dass ein Fußball-Kommentator auch unterhaltend sein sollte. 8.5 % (54 Teilnehmer) stimmten hier überhaupt nicht zu.

Als ein Gegensatz zum Unterhaltungswert wurde vom Autor der vorliegenden Untersuchung ein akkurates Wiedergeben des Spielgeschehens der Kommentatoren ausgewählt. Hier sollten die Befragten darüber entscheiden, ob die Fußball-Kommentatoren befähigt sind, den Rezipienten das Geschehen pedantisch zu erläutern.

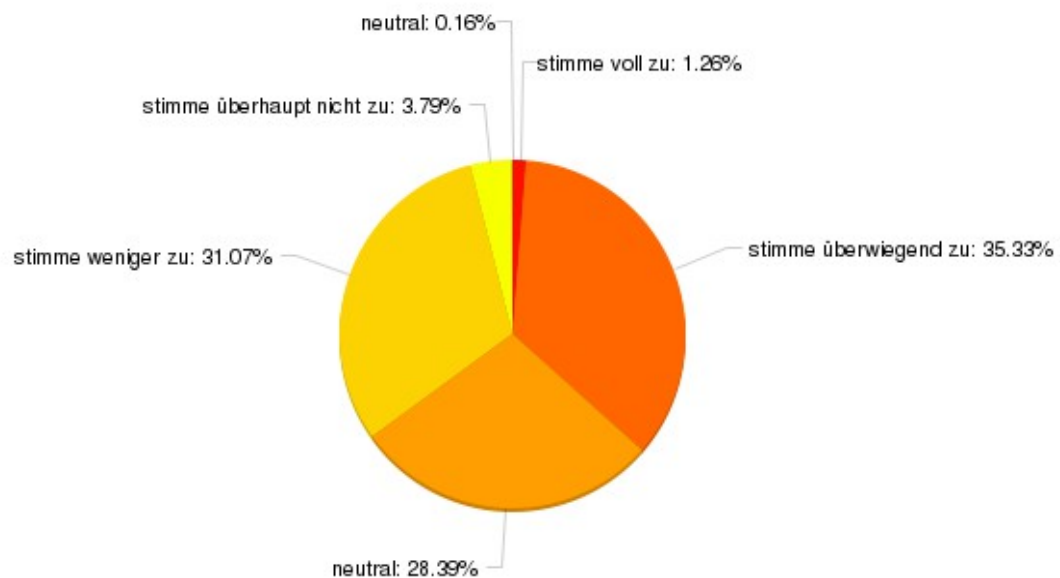


Abb. 8: "Das Spielgeschehen wird von Kommentatoren in der Regel akkurat wiedergegeben" (Quelle: Eigene Erhebung)

Auch hier zeigte die Mehrheit der befragten Personen eine überwiegende Zustimmung, indem 35.3 % (224 Teilnehmer) der Meinung waren, dass Fußball-Kommentatoren die Spielsituationen akkurat wiedergeben. Im Feld der zustimmenden Personen, stimmten 1.3 % (8 Teilnehmer) dem voll zu. Eine 28.4 prozentige (180 Teilnehmer) Neutralität liegt knapp hinter dem Ergebnis der weniger zustimmenden Personen (31.1 %, 197 Teilnehmer). Während 3.8 % (24 Teilnehmer) der teilnehmenden Personen der Meinung sind, dass Fußball-Kommentatoren das Spielgeschehen überhaupt nicht akkurat wiedergeben, enthielt sich eine Person (0.2 %).

Da laut den vorliegenden Umfrageergebnissen die Befragten sowohl den Unterhaltungswert, als auch die an die Rezipienten transportierten Fachkenntnisse der Fußball-Kommentatoren als wichtig betrachten, sollten die Teilnehmer anhand der nächsten Frage entscheiden, welche Charakteristik ihnen bei der Kommentierung wichtiger ist.

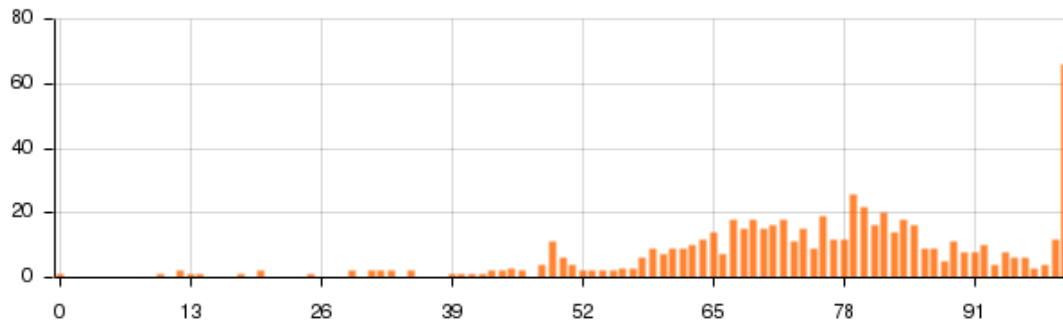


Abb. 9: Was ist Ihnen bei der Kommentierung wichtiger? (Quelle: Eigene Erhebung)

Bei der Frage, ob den Teilnehmenden die Unterhaltung oder das Fachwissen bei der Kommentierung am wichtigsten ist (Wert 0: Unterhaltung am wichtigsten; Wert 100: Fachwissen am wichtigsten) zeigt sich, dass die teilnehmenden Personen außerordentlich hohen Wert auf das Fachwissen legen (Arithmetisches Mittel: 75,5 Punkte). Nur 48 Teilnehmer (7.6 %) legen mehr Wert auf den unterhaltenden Aspekt der Kommentierung als auf das Fachwissen. Dahingegen geben 135 Teilnehmer (21.2 %) einen Wert von über 90 an, 66 Teilnehmer (10.4 %) sogar den Maximalwert von 100.

Der Stellenwert des Fachwissens eines Fußball-Kommentatoren wird also deutlich über den unterhaltenden Aspekt gestellt. Daher kann die zweite Hypothese, **H2: „Die Mehrheit der Befragten betrachten das Vermitteln von Fachwissen wichtiger als den Unterhaltungswert“** verifiziert werden.

Um die relevantesten Charakteristiken der Fußball-Kommentatoren zu ermitteln, sollten die Befragten nachfolgend vorgegebene Eigenschaften nach ihrer Wichtigkeit beurteilen. Ihnen standen dabei die Antwortmöglichkeiten 1 = „sehr wichtig“ bis 5 = „überhaupt nicht wichtig“ zur Auswahl. Um unentschlossene Teilnehmenden ebenfalls ein Antwortfeld bieten zu können, wurde weiterhin die Möglichkeit gegeben, 6 = „weiß nicht“ auszuwählen. Im Folgenden werden diese Umfrageergebnisse präsentiert.

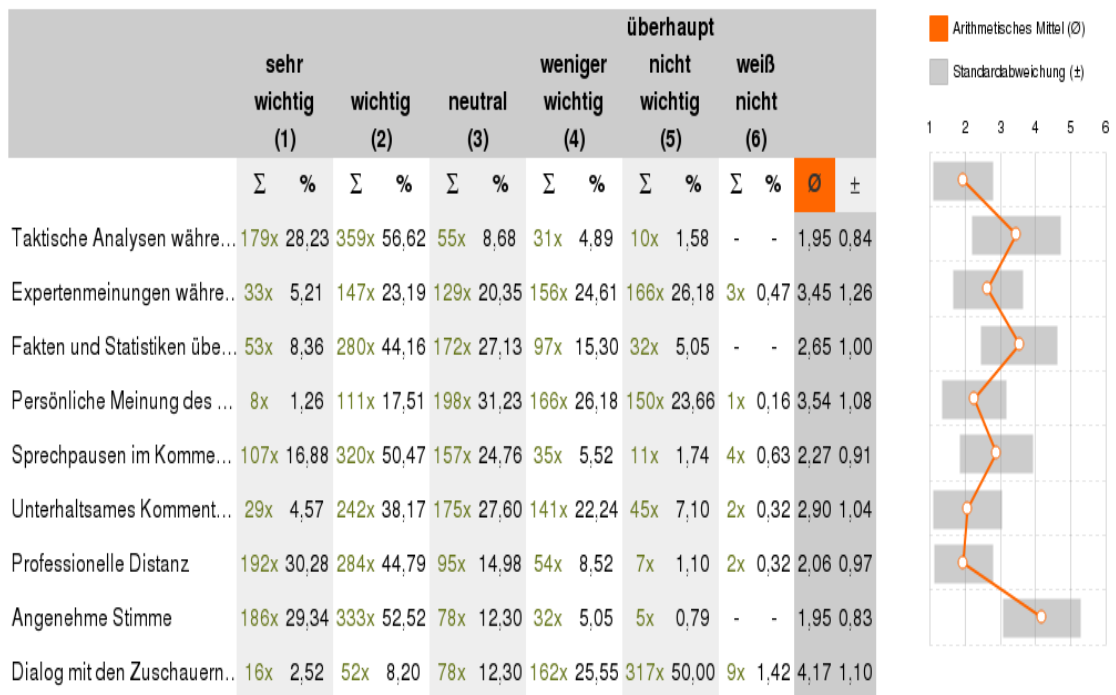


Abb. 10: Wie wichtig sind Ihnen... (Quelle: Eigene Erhebung)

Dass Fußball-Kommentatoren während eines Spiels taktische Analysefähigkeiten des Spielgeschehens vermitteln können, wurde von den Befragten als überwiegend wichtig empfunden. So wählten 84,9 % (538 Teilnehmer) „sehr wichtig“ und „wichtig“, während 8,7 % (55 Teilnehmer) dem „neutral“ gegenüber standen. Lediglich 41 Personen (6,5 Prozent) empfanden die taktische Analysen als „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“.

Eine große Ausgeglichenheit herrschte hingegen, ob während eines Spiels ein Experte seine Meinung zum Spielgeschehen kund tun sollte. 28,4 % (180 Teilnehmer) empfanden, dass eine Expertenmeinung „sehr wichtig“ oder „wichtig“ sei, 129 Teilnehmer standen diesem Aspekt „neutral“ gegenüber. 50,8 % (322 Teilnehmer) der Befragten betrachteten dies als „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“, während sich 3 Teilnehmer enthielten.

Das Mitteilen von Fakten und Statistiken seitens der Fußball-Kommentatoren an die Rezipienten während einer Spielübertragung, empfand ein Großteil (52,6 %, 333 Teil-

nehmer) der Befragten als „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Eine Neutralität (27,1 %, 172 Teilnehmer) im Bezug auf diesen Aspekt überwiegt gegenüber der Ablehnung. 20,4% (129 Teilnehmer) wählten hierbei „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“.

Die persönliche Meinung der Fußball-Kommentatoren während eines Fußballspiels empfanden die Mehrheit (49,8%, 316 Teilnehmer) der Befragten als „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“. Außerdem überwog der „neutrale“ Anteil (31,2 %, 198 Teilnehmer) gegenüber dem „sehr wichtig“ und „wichtig“ Anteil (18,8%, 119 Teilnehmer). Eine teilnehmende Person enthielt sich.

Weiter sollte die Relevanz von Sprechpausen während des Kommentars beurteilt werden. Der überwiegende Teil (67,4 %, 427 Teilnehmer) der Befragten bewerteten die Sprechpausen als „sehr wichtig“ oder „wichtig“. 24,8 % (157 Teilnehmer) empfanden die Sprechpausen als „neutral“, während ein geringer Anteil (7,2%, 46 Teilnehmer) dies als „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“ bewerteten. 4 Personen enthielten sich.

Dass ein Fußball-Kommentator auch unterhaltsam kommentieren sollte, fanden 42,8 % (271 Teilnehmer) „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Einen großen Wert (27,6%, 175 Teilnehmer) konnte die Antwortmöglichkeit „neutral“ erreichen, während 29,3% (186 Teilnehmer) angaben, dass dies ihnen „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“ sei. 2 Personen enthielten sich.

Eine überwiegende Mehrheit (75,1%, 476 Teilnehmer) der Befragten gab an, dass die professionelle Distanz eines Fußball-Kommentatoren „sehr wichtig“ oder „wichtig“ sei. 95 Personen (14,9%) standen dem „neutral“ gegenüber, während lediglich 8,6% (61 Teilnehmer) der Befragten die professionelle Distanz als „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“ betrachtete. 2 Personen enthielten sich.

Eine weitere überwiegende Mehrheit (81,8%, 519 Teilnehmer wählten „sehr wichtig“ oder „wichtig“) konnte beim Aspekt der angenehmen Stimme der Fußball-Kommentatoren festgestellt werden. Während 12,3% (78 Teilnehmer) dies als „neutral“ bewerteten, empfanden lediglich 37 Teilnehmer (6,3%) eine angenehme Stimme als „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“.

Dass Fußball-Kommentatoren während eines Spiels mit den Zuschauern via Social-Media in den Dialog treten sollten, hielten die meisten Befragten (75,5%, 479 Teilnehmer) für „weniger wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“. 78 Personen (12,3%) standen dem „neutral“ gegenüber, während 10,7% (68 Teilnehmer) dies als „sehr wichtig“ oder

„wichtig“ betrachteten. Der Anteil an Enthaltungen (9 Teilnehmer) war hier am höchsten.

4.4.3 Bewertung des Zweitkommentators

Nachfolgend sollten die Befragten Fragen bezüglich des Einsatzes von Zweitkommentatoren beantworten, um so die in Kapitel 3.5 Hypothesenformulierungen zu überprüfen. Zu Beginn sollten die teilnehmenden Personen angeben, ob sie einen Unterschied während der Fußball-Berichterstattungen bemerken, wenn ein einzelner Kommentator kommentiert, im Gegensatz zu einem Kommentatorenduo. Neben den typischen Antwortmöglichkeiten „Ja“ und „Nein“, hatten die Befragten die Möglichkeit unter „Andere“ in einem Freitextfeld anzugeben, welche Unterschiede ihnen auffallen würden. Für unentschlossene Teilnehmer wurde weiterhin die Option „weiß nicht“ angeboten.

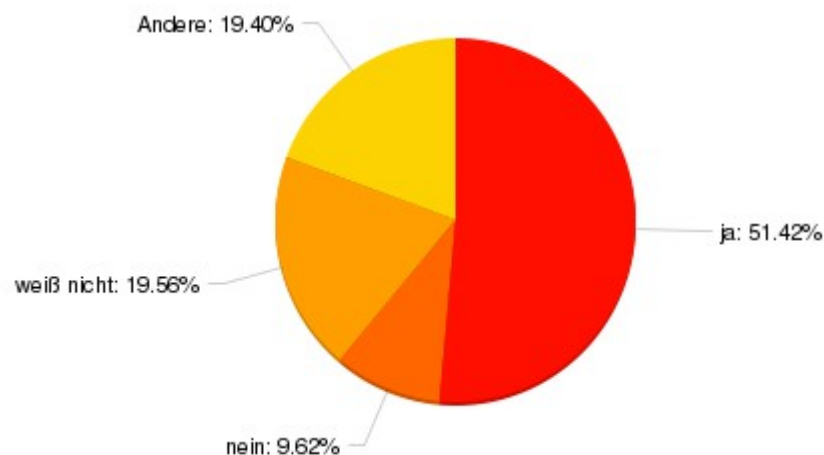


Abb. 11: Bemerkten Sie Unterschiede zw. dem einzelnen Kommentator/einem Kommentatorenduo? (Quelle: Eigene Erhebung)

Mit 51,4% (326 Teilnehmer) gab die Mehrheit der Befragten, an dass sie einen Unterschied erkennen würden. Lediglich 9,6% (61 Teilnehmer) gaben an, keinen Unterschied zwischen den verschiedenen Arten der Berichterstattung zu erkennen. Ein un-

gewöhnlich hoher Wert an Enthaltungen (19,5%, 124 Teilnehmer) ist hierbei zu erkennen.

Unter den Antworten aus dem Zusatzfeld „Andere“ waren die meist genannten Unterschiede, die die Rezipienten erkennen, unter Anderem, dass durch den Einsatz eines Zweitkommentators ein besserer Austausch unterschiedlicher Meinungen stattfinden würde.

Weiterhin wurde der Aspekt, dass ein Experte als Zweitkommentator die Fähigkeit hat das Spiel fachlich kompetent zu analysieren, während der Hauptkommentator sich auf das Wiedergeben des Spielgeschehens konzentrieren könne, mit einer großen Häufigkeit erwähnt.

Die Antworten der Befragten decken sich hierbei überwiegend mit der Antwort des vom Autor der vorliegenden Untersuchung im Rahmen eines Experteninterviews interviewten Kommentators. Diese machte folgende Unterschiede aus:

„Vier Augen sehen in erster Linie mehr als zwei. Es kann immer mal passieren, dass der Hauptkommentator vielleicht mal gewisse Dinge übersieht. Optimalerweise macht der Co-Kommentator auf diese dann aufmerksam. Weiterhin bin ich der Meinung, dass der Zuschauer den ehemaligen Profis einige Erklärungen deutlich eher abnimmt, als dem Kommentatoren. [...] Es ist daher sehr hilfreich, wenn der Experte sein taktisches Wissen miteinbringt oder etwa Entscheidungen des Schiedsrichters beurteilt. Er selbst war einst in dieser Situation, wenn er darüber redet, dann glaubt man ihm das auch.“⁹⁹

Demnach kann auch die Hypothese **H4: „Der Einsatz von Experten als Zweitkommentatoren verbessert die Qualität der Fußball-Berichterstattungen“** verifiziert werden.

99 Anlage: Experteninterview S. 5

Anschließend sollten die teilnehmenden Personen angeben, ob der Einsatz eines Zweitkommentators bei Fußball-Berichterstattungen häufiger Anwendung finden sollte. Da bei dieser Frage eine eindeutige Antwort erwünscht wurde, bekamen die Befragten lediglich die Antwortmöglichkeiten „Ja“ oder „Nein“.

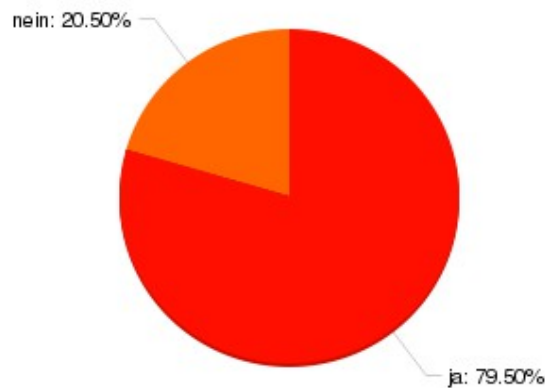


Abb. 12: Sollte das Modell des Co-Kommentators häufiger genutzt werden? (Quelle Eigene Erhebung)

Das Antwortverhalten der teilnehmenden Person zeigt auf, dass der Einsatz eines Zweitkommentators deutlich gewünscht wird. So sind 504 (79,5%) Teilnehmer der Meinung, dass das Modell des Co-Kommentators häufiger genutzt werden sollte, während 130 (20,5%) Teilnehmer dagegen sind.

Mit diesem eindeutigen Ergebnis wird auch die dritte Hypothese, **H3: „Der Einsatz von Experten als Zweitkommentatoren wird von den Rezipienten gewünscht“** verifiziert.

Weiter sollten die Befragten anhand von vorgegebenen Eigenschaften angeben, was einen guten Zweitkommentator ausmacht. Die Teilnehmer hatten hierbei die Möglichkeit, die vorgegeben Antworten mehrfach auszuwählen. Außerdem wurde unter der Antwortmöglichkeit „Andere“ ein Freitextfeld für selbstständig formulierte Antworten geboten.

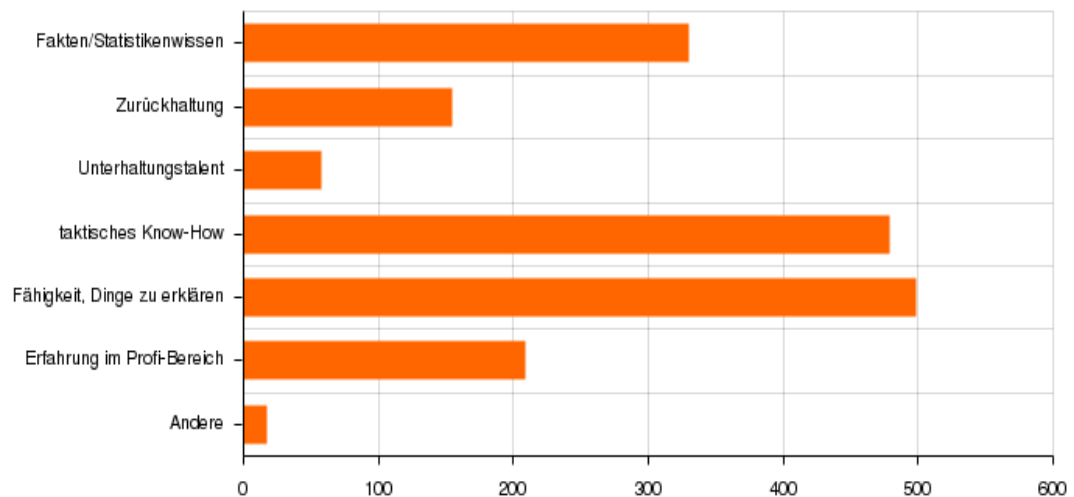


Abb. 13: Was macht einen guten Co-Kommentator aus? (Quelle: Eigene Erhebung)

Die teilnehmenden Personen betrachteten die Fähigkeit, Dinge zu erklären (498 Teilnehmer) und taktisches Know-How (479 Teilnehmer) als die wichtigsten Eigenschaften eines Zweitkommentators. 330 Teilnehmer waren der Meinung, dass ein guter Co-Kommentator ein gewisses Maß an Fakten- und Statistikenwissen mitbringen sollte, während 209 Teilnehmern eine Erfahrung im Profi-Bereich wichtig war. 155 Teilnehmern war eine Zurückhaltung wichtig, während lediglich 58 Teilnehmer der Meinung waren, dass ein Zweitkommentator auch ein Unterhaltungstalent mitbringen sollte.

Als meist genannte selbstständig formulierte Antwort fällt hier auf, dass die Befragten großen Wert darauf legen, dass sich der Hauptkommentator mit dem Zweitkommentator gut ergänzen sollte.

Auch bei dieser Frage bietet sich ein Quervergleich zur Antwort des vom Autor interviewten Kommentators an, um zu analysieren inwiefern die Meinung des Kommentators mit der der Rezipienten übereinstimmt:

„[...] Besonders wichtig finde ich, dass sie eigeninitiativ sind und man sie nicht zwinghaft aus der Reserve locken muss. Die Fähigkeit in kurzen, prägnanten Sätzen komplexe Spielverläufe beschreiben zu können ist selbstverständlich auch ein wahnsinnig wichtiger Aspekt. Die Analysefähigkeit ist ebenfalls sehr hilfreich, Experten können

*wunderbar erklären, was bisher passiert ist, was man als Laie vielleicht nicht sofort erkennt. Oder sie sagen Spielsituationen voraus, das ist immer schön zu beobachten.*¹⁰⁰

5 Experteninterview

Der Autor der vorliegenden Untersuchung hat sich für die Methode des strukturierten Leitfadeninterviews am Beispiel des Experteninterviews entschieden, da diese Methode eine Vorgehensweise anhand eines Interviewleitfadens erlaubt, die eine undetaillierte Strukturierung und eine Flexibilität bietet.¹⁰¹ Weiterhin dient sie der „Teilhabe an exklusivem Expertenwissen“.¹⁰²

Die Formulierungen der Fragen sind ebenso wie die genau vorgegebene Reihenfolge der Fragen nicht bindend. Das ermöglicht, dass ein natürlicher Gesprächsverlauf zustande kommen kann. Einerseits erlaubt dies dem Interviewpartner frei zu antworten und andererseits kann der Autor bei bestimmten Abschnitten nachhaken und damit seine Fragen gegebenenfalls der Gesprächssituation anpassen.¹⁰³

Auswahl des Interviewpartners

Die Auswahl des Interviewpartners fand durch die persönliche Entscheidung des Autors statt. Der Autor machte sich im Vorfeld der Auswahl Gedanken, welcher Sportreporter in welchem Umfang mit der Thematik der Abschlussarbeit zu tun hatte. Die Wahl fiel dabei auf den deutschen Kommentator NN, der verschiedene Auftraggeber hat und erstmals 2009 im Rundfunkbereich Fußballspiele kommentierte¹⁰⁴. Je nach Auftraggeber wendet er verschiedene Kommentiertechniken an. Somit konnte er Einblicke in beide Arbeitsmethoden geben und weiterhin Vor- und Nachteile der jeweiligen Techniken erörtern. Der Experte kennt sich also inhaltlich professionell mit dem Thema aus und kann damit ein Verständnis der Fragen im Gesamtzusammenhang gewährleisten. Andere Kriterien, wie beispielsweise Alter, Herkunft oder Geschlecht, spielten bei der Befragung keine Rolle.

¹⁰⁰ Anlage: Experteninterview S. 5

¹⁰¹ Vgl.: Mayer (2006), S. 36

¹⁰² Bogner (2005): S.37

¹⁰³ Vgl.: Gläser; Laudel (2006): S. 36ff

¹⁰⁴ NN

Aufbau

Der Interviewleitfaden wurde anhand der Regeln für die Durchführung von strukturierten Leitfadeninterviews am Beispiel für Experteninterviews aufgebaut. Ursprünglich enthielt der Interviewleitfaden 15 Fragen, die Anzahl der Fragen erhöhte sich jedoch im Verlaufe des Interviews, da ein reger Austausch zwischen Autor und Experte entstand. Dieser Austausch kam zustande, da der Autor bei diversen Fragen nachhakte und ergänzte. Trotz einer zeitlichen Begrenzung ließ sich der Experte auf ein offenes Gespräch ein.

Im Vorfeld wurde der Interviewleitfaden in 6 Themenkomplexen unterteilt und zielte dabei inhaltlich auf folgende Sachverhalte ab:

- A) Die deutsche Kommentiertechnik im internationalen Vergleich
- B) Die Frage nach der journalistischen Neutralität deutscher Sportjournalisten
- C) Die Einschätzung der Rezipienten aus der Sicht eines Sportjournalisten
- D) Über die Zusammenarbeit mit einem Co-Kommentator
- E) Über die Zukunft der deutschen Sportberichterstattung
- F) Bewertung der Zukunft des Sportjournalismus mit dem Schwerpunkt der Kommentierung

Durchführung

Die Durchführung des Experteninterviews fand in einem persönlichen Gespräch statt. Der Autor einigte sich nach E-Mailverkehr mit dem Experten, dass durch ein Face-To-Face Interview die Basis eines flüssigen Gesprächs am ehesten bestehen könne. Der Autor fuhr zur Durchführung des Interviews nach Leipzig, in die Heimatstadt des Experten. In einem ruhigen Café wurde das Interview aufgezeichnet. Dabei holte sich der Autor im Vorfeld das Einverständnis des Interviewpartners ein. Durch die digitale Aufzeichnung konnte der Interviewer sein Hauptaugenmerk auf die Gesprächsführung und Gesprächsentwicklung legen und der Interviewpartner hatte mehr Spielraum hinsichtlich der Ausführung seiner Antworten.¹⁰⁵ Der Autor transkribierte im Anschluss das Interview, nonverbale Äußerungen wurden dabei nicht berücksichtigt. Ein Zeitrahmen wurde im Vorfeld nicht festgelegt, sowohl Autor als auch Experte zeigten sich hierbei flexibel. Die tatsächliche Gesprächsdauer betrug in etwa 60 Minuten.

¹⁰⁵ Vgl.: Mayer (2006), S. 46

6 Fazit

Anhand der Online-Befragung und der erhobenen Daten konnten drei der vier aufgestellten Hypothesen verifiziert werden. Hypothese 1, *„Die Mehrheit der Befragten ist mit der Qualität der Fußball-Kommentatoren unzufrieden“*, wurde anhand der Ergebnisse in **Kapitel 4.4.1** widerlegt. Zwar konnte auch keine eindeutige Zufriedenheit der Rezipienten festgestellt werden, dennoch herrscht laut den Umfrageergebnissen keine grundsätzliche Unzufriedenheit bezüglich der Qualität deutscher Fußball-Kommentatoren.

Dagegen konnte Hypothese 2, *„Die Mehrheit der Befragten betrachten das Vermitteln von Fachwissen wichtiger als den Unterhaltungswert“*, anhand der Fragen in **Kapitel 4.4.2** verifiziert werden. Der Stellenwert des Fachwissens eines Fußball-Kommentatoren wird laut den Forschungsergebnissen deutlich über den unterhaltenden Aspekt gestellt.

Auch die dritte Hypothese, *„Der Einsatz von Experten als Zweitkommentatoren wird von den Rezipienten gewünscht“*, welche auch die Forschungsfrage formuliert, konnte mit einem klaren Ergebnis bestätigt werden. So wünschten sich knapp 80 Prozent aller Befragten, dass bei Fußball-Berichterstattungen häufiger ein Zweitkommentator eingesetzt werden sollte.

Darauf knüpfte auch Hypothese 4, *„Der Einsatz von Experten als Zweitkommentatoren verbessert die Qualität der Fußball-Berichterstattungen“*, an. Diese Hypothese, die ebenfalls eine forschungsleitende Frage dieser Abschlussarbeit darstellt, konnte ebenso verifiziert werden, indem die Befragten einige Punkte ausmachten, die zu einer Verbesserung der Qualität durch den Zweitkommentatoren führt.

Durch die Auswertung und Interpretation der Umfrageergebnisse sieht sich der Autor der vorliegenden Abschlussarbeit darin bestätigt, dass der Einsatz eines Zweitkommentators im Rahmen von Fußball-Berichterstattungen nicht nur von den Rezipienten gewünscht wird, sondern laut den Rezipienten auch die Qualität der Berichterstattung verbessert. Diese Methode des Kommentierens wird in anderen Teilen der Welt, wie beispielsweise in England oder Südamerika, seit Jahren erfolgreich angewandt.

Der derzeitige Branchenführer der Fußball-Berichterstattung in Deutschland, *Sky Sport Deutschland*, hält weiter an der in Deutschland gängigen Methode des Einzelkommentars fest.

Währenddessen wird durch die vorliegenden Umfrageergebnisse bestätigt, dass die Rezipienten die Qualität der Berichterstattung des *Sky* Konkurrenten *DAZN* zufriedener sind. Betrachtet man sich die Umfrageergebnisse ist eine naheliegende Interpretationsmöglichkeit hierfür, dass *DAZN* auf das Modell des Zweitkommentators setzt.

Durch persönliches Interesse an der Thematik zeigte der Autor dieser Abschlussarbeit einen besonderen Enthusiasmus während des Verfassens. Zwar stellte die fehlende Bandbreite an Fachliteratur bezüglich der spezifischen Thematik eine Herausforderung bezüglich des wissenschaftlichen Arbeitens dar. Mit Hilfe der Online-Umfrage und des Experteninterviews gelang es dem Autoren jedoch einen ausgedehnteren empirischen Teil zu verfassen.

Literaturverzeichnis

Atteslander, Peter (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung (12. Auflage)

Bandilla, Wolfgang; Bosnjak, Michael (2000): Online Surveys als Herausforderung für die Umfrageforschung: Chancen und Probleme. In: Mohler, Luttinger, (Hrsg.): Querschnitt – Festschrift für Max Kaase.

Berekoven, Ludwig; Eckert, Werner; Ellenrieder, Peter (2006): Marktforschung, Methodische Grundlagen und praktische Anwendung (11., überarbeitete Auflage)

Bogner, Alexander; Littig, Beate; Menz, Wolfgang (2005): Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung

Brosius, Hans-Bernd; Haas, Alexander; Koschel, Friederike (2008): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, Eine Einführung (4., überarbeitete und erweiterte Auflage)

Burkhardt, Steffen (2009): Praktischer Journalismus. Lehr- und Handbücher der Kommunikationswissenschaften

Epstein, Al; Riggs, Lou (1993): Play-by-Play: Sportscast Training 1st. Edition

Foltin, Hans-Friedrich; Hallenberger, Gerd (1994): Vom Sport im Fernsehen zum Fernsehsport. Zur Geschichte und aktuellen Situation der Sportsendungen. In Erlinger, Hans-Dieter & Foltin, Hans-Friedrich (Hrsg.) Unterhaltung, Werbung und Zielgruppenprogramme. (Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland, 4, S. 113-141)

Gläser, Jochen; Laudel, Grit (2006): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse

Hackforth, Josef (1990): Wenn Co-Kommentatoren korrigieren müssen... Die WM-Berichterstattung verdeutlichte den Bedarf an journalistischer Kompetenz. SPORTjournalist, (8), S.21-22

Hackforth, Josef; Christoph, Fischer (Hrsg.) (1994): ABC des Sportjournalismus

Hattig, Fritz (1994): Fernseh-Sport. Im Spannungsfeld von Information und Unterhaltung

Horky, Thomas (2001): Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattungen.

Horky, Thomas (2005): Erfahrungsberichte und Studien zur Fußball-Europameisterschaft

Lang, Moritz (2009): Fußball-TV-Kommentierung - Sicherung von Qualität und Standards: Eine Online-Befragung unter Sportjournalisten

Leder, Dietrich (2000): Ballzauber mit Blähungen. Die Berichterstattung von ARD und ZDF über die Fußball-Euro 2000

Leonhard, Joachim-Felix; Ludwig, Hans-Werner; Schwarze, Dietrich; Straßner, Erich (Hrsg.) (1999): Medienwissenschaft, Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen

Mast, Claudia (2004): ABC des Journalismus: Ein Handbuch

Mayer, Hanna; van Hilten, Erik (2007): Einführung in die Physiotherapieforschung

Mayer, Horst (2006): Interview und schriftliche Befragung

Möhring, Wiebke; Schlütz, Daniela (2003): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft

Neufeldt, Günther (2004): 4.3. Fernsehen, Pars pro toto - Die Reportage als Spiegel des großen Ganzen, In: Mast, Claudia (2004), ABC des Journalismus: Ein Handbuch

Nowag, Werner; Schalkowski, Edmund (1998): Kommentar und Glosse. Reihe Praktischer Journalismus, Band 33

Quentin, Regina (1989): Sprache im Bild: Fussballreportagen in Sportsendungen des deutschen Fernsehens

Schaffrath, Michael (1999): Fußball-WM 98. Analyse, Akzeptanz, Akquise. (Studien zur Sportsoziologie 7)

Schaffrath, Michael (2000): Das sportjournalistische Interview im deutschen Fernsehen. Empirische Vergleichsstudie zu Live-Gesprächen bei Fußballübertragungen auf ARD, ZDF, RTL, SAT.1, DSF und Premiere (Sportpublizistik, 2)

Schaffrath, Michael (2003): Mehr als ein 1:0, Bedeutung des Live-Kommentars bei Fußballübertragungen – eine explorative Studie. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 2003, S. 82-104

Scheu, Hans-Reinhard (1994): Zwischen Animation und Information, Die Live-Reportage im Fernsehen, In: Hackforth, Josef; Christoph, Fischer (Hrsg.): ABC des Sportjournalismus, S. 246-277

Schonhardt, Jörg; Beeskow, Jens (2003): Die Fußball-WM 2002 im deutschen Fernsehen - Eine empirische Untersuchung der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender. In Horky, Thomas (Hrsg.): Die

Fußballweltmeisterschaft als Kommunikationsthema (Sport & Kommunikation, 1, S. 85-106)

von La Roche, Walther (2008): Einführung in den praktischen Journalismus: 18., erweiterte und aktualisierte Auflage

von La Roche, Walther (1999): Einführung in den praktischen Journalismus

Welker, Martin (2005): Online-Research. In: Welker/Werner/Scholz, Markt- und Sozialforschung mit dem Internet.

Zeiß, Michael (2004): Jeder Satz soll sitzen, In: Mast, Claudia (Hrsg.): ABC des Journalismus, 10. Auflage, S. 315-317

Internetquellen:

http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2016/11_04_2016_DFL%20Abschluss.html, Zugriff am 05.11.2017

<https://www.derwesten.de/sport/fussball/heftigkeit-der-kritik-bestuerzt-sky-kommentator-joerg-dahlmann-id211656589.html>, Zugriff am 17.12.2017

<https://www.dfl.de/de/home/dfl-zu-technischen-problemen-bei-eurosport-bundesliga-tv-player.html>, Zugriff am 18.12.2017

[https://www.dwdl.de/nachrichten/27806/ardkommentator_im_visier_jansen_bt_kritik_/,](https://www.dwdl.de/nachrichten/27806/ardkommentator_im_visier_jansen_bt_kritik_/) Zugriff am 17.11.2017

http://www.eurosport.de/fussball/bundesliga/2015-2016/bundesliga-rechte-eurosport-zeigt-erstmals-live-spiele-der-bundesliga-exklusiv-in-deutschland_sto5640762/story.shtml, Zugriff am 05.11.2017

<https://www.forbes.com/profile/len-blavatnik/#>, Zugriff am 05.11.2017

<https://www.foxsports.com/>, Zugriff am 07.12.2017

<http://www.kicker.de/fussball/artikel/361924>, Zugriff am 14.12.2017

<http://www.playbyplaysportscasttraining.com/authors.html>, Zugriff am 07.12.2017

<https://www.presseportal.de/pm/120924/3751470>, Zugriff am 05.11.2017

<http://www.quotenmeter.de/n/93734/champions-league-wandert-ab-2018-exklusiv-ins-pay-tv>, Zugriff am 05.11.2017

<http://www.rp-online.de/sport/fussball/champions-league/den-kommentator-hat-niemand-eingeladen-aid-1.1287262>, Zugriff am 15.11.2017

<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/grimme-preise-2000-roger-willemsen-ehrte-netzer-und-delling-a-69469.html>, Zugriff am 02.12.2017

<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-8905874.html>, Zugriff am 02.12.2017

<https://www.sponsors.de/dazn-bestaetigt-kauf-von-europa-league-rechten>, Zugriff am 05.11.2017

<https://www.telekomsport.de/fussball/3-liga>, Zugriff am 14.12.2017

<https://www.umfrageonline.com/>, Zugriff am 24.10.2017

<https://www.welt.de/sport/article170320248/Matthias-Sammer-macht-einen-grossartigen-Job.html>, Zugriff am 18.12.2017

<http://www.zeit.de/sport/2016-07/fussball-kommentatoren-fussball-em-bela-rethy/komplettansicht>, Zugriff am 02.12.2017

Anlagen

Anlage 1: Online-Umfrage

Anlage 2: Experteninterview

Anlage 1: Online-Umfrage**Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland**

0 %

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an meiner Befragung.

Die folgenden Fragen beziehen sich ausschließlich auf die Liveberichterstattung von Fußballspielen, die in Deutschland empfangbar sind. Das Hauptaugenmerk dieser Umfrage liegt dabei auf dem Modell des sogenannten Zweitkommentators in Deutschland. Dieser Fragebogen ist Teil einer empirischen Analyse für meine Bachelorthesis. Der Fragebogen nimmt circa 5-10 Minuten in Anspruch.

Bei Fragen können Sie sich gerne an mich wenden: ydemir@hsmw.de

**Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland**

6 %

Wie bewerten Sie die Qualität der Fußballkommentatoren in Deutschland? *

- ☐ sehr gut
- ☐ gut
- ☐ mittelmäßig
- ☐ schlecht
- ☐ sehr schlecht
- ☐ weiß nicht

Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

13 %

Bei welchem Sender arbeiten Ihrer Meinung nach die besten TV-Fußballkommentatoren? *

Mehrfachauswahl möglich

- ☐ ARD
- ☐ ZDF
- ☐ RTL
- ☐ Eurosport
- ☐ Sky
- ☐ DAZN

Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

19 %

"Kommentatoren sollten Fußballspiele emotional kommentieren" *

- ☐ stimme voll zu
- ☐ stimme überwiegend zu
- ☐ neutral
- ☐ stimme weniger zu
- ☐ stimme überhaupt zu
- ☐ weiß nicht

Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

25 %

"Das Spielgeschehen wird von Kommentatoren in der Regel akkurat wiedergegeben" *

- ☐ stimme voll zu
- ☐ stimme überwiegend zu
- ☐ neutral
- ☐ stimme weniger zu
- ☐ stimme überhaupt nicht zu
- ☐ neutral

Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

31 %

"Ein Fußballkommentator sollte immer auch unterhalten" *

- ☐ stimme voll zu
- ☐ stimme überwiegend zu
- ☐ neutral
- ☐ stimme weniger zu
- ☐ stimme überhaupt nicht zu
- ☐ weiß nicht



Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

38 %

Was ist Ihnen bei der Kommentierung wichtiger? *

Regler je nach Zustimmung in gewünschte Richtung ziehen

Unterhaltung Fachwissen



Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

44 %

Wie wichtig sind Ihnen... *

[illegible]



Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

50 %

Bemerken Sie Unterschiede zwischen dem einzelnen Kommentator und einem Kommentatorenduo? *

Wenn Ja, welche?

☐ ja

☐ nein

☐ weiß nicht

☐



Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

56 %

Sollte das Modell des Co-Kommentators häufiger genutzt werden? *

☐ ja

☐ nein

Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

63 %

Was macht einen guten Co-Kommentator aus? *

Mehrfach- und Eigennennung möglich

- ☐ Fakten/Statistikenwissen
- ☐ Zurückhaltung
- ☐ Unterhaltungstalent
- ☐ taktisches Know-How
- ☐ Fähigkeit, Dinge zu erklären
- ☐ Erfahrung im Profi-Bereich
- ☐

Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

69 %

Welche der folgenden Pay-TV-Abonnements besitzen Sie? *

Mehrfachauswahl möglich

- ☐ Sky
- ☐ DAZN
- ☐ Eurosport
- ☐ andere:
- ☐ keines
- ☐



Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

88 %

Wie häufig verfolgen Sie Fußballspiele live? *

- ☐ täglich
- ☐ mehrmals wöchentlich
- ☐ wöchentlich
- ☐ monatlich
- ☐ nur zu Großveranstaltungen



Qualitätsmerkmal Zweitkommentator? Eine Umfrage zur Liveberichterstattung von Fußballspielen in Deutschland

94 %

Wie alt sind Sie? *

- ☐ bis 20 Jahre
- ☐ 20 - 30 Jahre
- ☐ 31 - 40 Jahre
- ☐ 41 - 50 Jahre
- ☐ 51 - 60 Jahre
- ☐ 60 - 70 Jahre
- ☐ älter als 70 Jahre

Anlage 2: Experteninterview

1

- Was macht die deutsche Kommentiertechnik im internationalen Vergleich (insbesondere zu Südeuropa, Südamerika und England) aus? Welche Vor- und Nachteile hat die deutsche „Technik“?

Die deutsche Kommentiertechnik ist nicht so heißblütig, wie es in etwa in Südeuropa oder Südamerika der Fall ist. Sie ist auch nicht, bedauerlicherweise und daran möchte ich auch selbst arbeiten, nicht so wie in England. Die Engländer erzählen über 90 Minuten eine Geschichte. Durch ihre Übertragung ist ein roter Faden zu erkennen, das gefällt mir persönlich sehr. Die deutsche Technik fällt hingegen mit ihrer Emotionslosigkeit auf. Das liegt aber auch an den Rezipienten; die Meinungen variieren da sehr: Mal würde ich zu viel reden, mal zu wenig, mal zu laut, mal zu leise, zu emotional, zu rational, mal bin ich Fan von der einen Mannschaft, mal von der anderen. Worauf ich dabei hinaus möchte: Man kann es dem deutschen Rezipienten in der Allgemeinheit nicht recht machen. Daher ist es schwierig zu sagen, was „typisch deutsch“ ist, wenn es um die Kommentierung geht.

Ein weiterer Aspekt ist die heutige Vielfalt an Anbietern. Dadurch gibt es auch viele neue Kommentatoren. Früher hatte man das Gefühl „hast du Einen gehört, hast du alle gehört“. Die Kommentatoren klangen überwiegend gleich. Das ändert sich aktuell. Wenn man die jüngere Generation einfach mal machen lässt, kommt selbstverständlich ein frischerer Wind in die deutsche Kommentatoren-Landschaft.

- Die „11Freunde“ veröffentlichte einst einen Artikel, indem erklärt wurde, dass englische Kommentatoren berichten was auf dem Spielfeld als nächstes passieren könnte, während deutsche Kommentatoren das aktuelle Spielgeschehen wiedergeben...

Das hängt natürlich auch damit zusammen, dass bei den englischen Kollegen praktisch immer ein Co-Kommentator dabei ist. Und in den meisten Fällen war dieser Co-Kommentator ehemals selbst Profifußballer. Da fällt das „Vorhersagen“ natürlich etwas leichter.

Einen weiteren Vorteil haben englischsprachige Kommentatoren in ihrer sprachlichen Vielfalt. Es gibt unzählige englische Begriffe oder Umschreibungen, die in der deutschen Sprache schlichtweg nicht existieren. Vor allem bei der Kommentierung von Basketballspielen fällt das extrem auf. Oftmals ist man von englischsprachigen Kommentatoren inspiriert und möchte das ein oder andere adaptieren, jedoch fehlen da einfach deutsche Wörter. Ich denke da beispielsweise an Fachbegriffe wie „Crunch-Time“ (die letzten Minuten ein eng geführten Partie) oder „Garbage-Time“ (Gegenstück zur Crunch-Time: Die letzten Spielminuten einer bereits vorzeitig entschiedenen Partie). In der englischen Sprache herrscht eine größere Bandbreite an Wörtern, eine größere sprachliche Vielfalt. Das erzeugt mehr Feingefühl beim Wiedergeben eines Spielgeschehens, das finde ich persönlich sehr toll.

- Wie frei sind Sie beim Kommentieren? Gibt es Dinge, die Sie gerne ansprechen würden, diese jedoch aufgrund von Vorgaben des Arbeitgebers sein lassen? Würden Sie sich manchmal mehr Freiheiten wünschen und falls ja in welchen Bereichen?

Bei meinen aktuellen Auftraggebern genieße ich derzeit in Sachen Kommentierung alle Freiheiten. Natürlich gibt es eine Linie, die nicht überschritten wird: niemand wird beleidigt, es wird sich über niemand lustig gemacht. Es gibt einige handwerkliche Sachen, wie beispielsweise im Falle eines plötzlichen Angriffs einer Mannschaft jegliche Geschichtenerzählung zu unterbrechen und das Spielgeschehen wieder zu geben. Es gibt unregelmäßiges Feedback, dabei werden Aspekte wie Stimmeneinsatz oder etwas die Dauer von Redepausen angesprochen. Gerade bei jüngeren Kollegen ist diese Art von Feedback besonders wichtig, da ausdrücklich auch positive Aspekte Erwähnung finden. Wenn man dann auf weitere kleinere Fehler aufmerksam gemacht wird, an denen man dann

selbstverständlich als Reaktion in Zukunft arbeitet, bleiben dann dennoch weiterhin auch die lobende Worte in Erinnerung.

- Jens Weinreich (deutscher Sportjournalist) stellte einst die Frage: "Sind Sportjournalisten Journalisten oder doch nur Fans, die es über die Abspernung geschafft haben?" Wie würden Sie darauf antworten?

Darin steckt schon etwas Wahres. Denn ich glaube, jeder meiner Kollegen hat sich als kleiner Junge angefangen für die Sportart zu begeistern. Dadurch entwickelt man letztendlich bereits als Jugendlicher auch ein Spektrum an Expertenwissen, was sich später bemerkbar macht. Bei mir persönlich ja genauso: Als Schüler war ich ein absolutes Fußballlexikon, man konnte mich zur zweiten schwedischen Liga befragen und ich hätte drauf antworten können. Mittlerweile ist das nicht mehr so extrem, zumindest nicht in diesem Ausmaß. Das liegt daran, dass ich heutzutage versuche mich in meiner Freizeit nicht so sehr mit Sport zu beschäftigen, weil das ja praktisch meine Arbeit ist. Im Grunde ist es doch so: Viele Sportjournalisten waren mal Fan von der Sportart oder sind es noch immer. Und das ist nicht schlimm, im Gegenteil. Irgendwann wird man eine Grenze ziehen, um auch eine journalistische Distanz herzustellen. Als Kommentator ist man allerdings auch eben kein Investigativjournalist.

- Sollte ein Kommentator Spiele seines Lieblingsvereins kommentieren? Ist die journalistische Neutralität dabei gesichert?

Ich habe die Erwartung, dass meine Kollegen und Ich das können. Dieses Level an Professionalität sollte man schon an den Tag legen können. Allerdings denke ich auch, dass es nicht schadet, wenn man darauf verzichtet. Und wenn man als Kommentator mal ein Spiel seines Lieblingsvereins kommentiert, ist es in den meisten Fällen eher so, dass man mit „seinem“ Team viel kritischer umgeht. Das führt dann oftmals dazu, dass als Reaktionen von den Rezipienten der Vorwurf der Befangenheit entsteht.

- Wie schätzen Sie denn allgemein die Rezipienten, sprich die deutschen Zuschauer, ein?

Auch hier finde ich den Quervergleich nach England spannend. Dem deutschen Zuschauer ist beispielsweise die korrekte Aussprache von Namen enorm wichtig, das ist einer der größten Kritikpunkte die uns Kommentatoren von den Zuschauern erreichen. Das liegt vor Allem daran, dass wir in Deutschland keine einheitliche Linie zu dieser Thematik haben. Die Briten sind da anders, da gilt: Wie der Name des Spielers in seiner Heimat ausgesprochen wird, das ist uns egal. Wir sprechen den Namen auf englisch aus und „gut ist“. Mittlerweile bin ich der Meinung, dass wir uns das ruhig abgucken könnten und die Namen einfach auf deutsch aussprechen. Wir deutschen Kommentatoren sind da aber leider nicht stringent genug. Die Realität sieht dann nämlich so aus, dass du von den Vereinen Aussprachelisten erhältst, darin findest man Namen in vermeintlicher Landessprache und Wochen später spricht ein betroffener Spieler selbst seinen Namen völlig anders aus. Ich finde das ist ein schönes Beispiel, wie kritisch der deutsche Sportfan gegenüber Kommentatoren ist. Die Gründe kann ich nicht erklären, vielleicht möchte er den Job gerne selbst haben, vielleicht projiziert er seine persönliche Unzufriedenheit in Form von überzogener Kritik an Kommentatoren. Mein Kollege Wolf Fuss sagte mal, dass man als Kommentatoren oft „ungebetener Gast“ im Wohnzimmer des Zuschauers ist. Jedoch können sich die meisten dieser Kritiker gar nicht vorstellen, dass das Kommentieren durchaus auch ein komplexer Vorgang ist, dass das auch ein Handwerk ist, was man tatsächlich irgendwann mal gelernt hat.

Ich persönlich suche nach Kritik gerne das Gespräch und am liebsten würde ich jene Zuschauer für eine Übertragung an meiner Seite einladen. Vielleicht merkt man dann, dass es eventuell doch nicht so leicht ist, fünf Minuten am Stück zu reden, während man mehrere Zettel mit Statistiken vor sich

liegen hat auf die man achten muss, während man das Spiel im Auge behalten muss und ihnen einer aus der Regie aufs Ohr redet. Kommentieren ist eben mehr, als sich einfach nur hinzusetzen und 90 Minuten etwas zu erzählen. Zusammenfassend finde ich, dass die deutsche Zuschauerschaft doch sehr speziell ist.

- Wie sind Ihre Arbeitsbedingungen? Wie bereiten Sie sich auf die Spiele vor, gibt es und falls ja, wo liegen Unterschiede in der Vorbereitung der verschiedenen Kommentatorenmodelle? Haben Sie beispielsweise weniger Recherchearbeit, da Sie sich hier auf Ihren Experten verlassen können?

Ich bereite mich medienunabhängig, egal ob nun Radio oder TV, gleich vor, das bedeutet auch gleich viel und meistens zu viel. Da handle ich nach der Devise „lieber zu viel als zu wenig“. Meine Einsätze sind überwiegend am Wochenende, da fange ich bereits unter der Woche an, mich für die Wochenendspiele vorzubereiten. Ich empfinde die Vorbereitung dabei als zeitintensiv, habe dabei meine ganz eigene Methode entwickelt und fühle mich auch nur dann wohl, wenn ich weiß, dass ich mich ausreichend für eine Sendung vorbereitet habe.

Wenn das zu kommentierende Spiel mit einem Experten, sprich Co-Kommentator, geplant ist, spreche ich mich im Vorfeld auch mit diesem ab. Dabei sind die Rollen klar: Einer ist Play-by-Play, das bin in dem Fall Ich, der hauptsächlich mit der Schilderung von Vorgängen beschäftigt ist. Sobald die erste Zeitlupe kommt, übernimmt der Experte und erklärt was da gerade gut oder weniger gut gemacht wurde. Das ist für mich die perfekte Handhabe. Wenn ich mit einem Experten erstmals arbeite, dann kläre ich das mit ihm auch vorher so ab und in eigentlich allen Fällen beruht diese Handhabe auf gegenseitiger Zustimmung. Auch binde ich gerne die Experten mit gezielten Fragen in das Spielgeschehen ein.

- Wie wichtig ist dabei, dass die Rollen nicht vertauscht werden? Manchmal hat man das Gefühl, der Hauptkommentator muss den Co-Kommentator bremsen...

Das kommt manchmal vor. Der Co-Kommentator darf beispielsweise ruhig eine gewisse Euphorie an den Tag legen. Aber das hängt auch immer vom Hauptkommentator ab, es gibt durchaus einige Kollegen, die dieses Kommentatorenmodell grundsätzlich ablehnen. Ein Grund für die Abneigung einiger Kollegen ist relativ simpel: es muss mit dem Co-Kommentator einfach passen. Man muss auf einer Wellenlänge sein, da muss sich der Kommentator auf seinen Co einlassen und genauso muss sein Co sich einbringen, ohne dass er ständig vom Hauptkommentator mit Fragen ins Geschehen reingebracht werden muss. Ein nicht zu unterschätzender Punkt ist allerdings auch, dass einige Kollegen, überspitzt formuliert, schlichtweg keine Lust haben ihre 90 Minuten Rampenlicht mit jemandem zu teilen.

Das finde ich persönlich sehr schade, denn ich bin der Meinung, dass durch dieses Modell die Übertragung extrem an Kompetenz und Attraktivität gewinnt. Denn wenn ich einen Experten neben mir sitzen habe, der jahrzehntelange Profierfahrung hat, nimmt der Zuschauer ihm viel mehr die taktische Analyse ab, als einem Hauptkommentator, der selbst nie professionell diese Sportart ausgeübt hat. So einfach ist das.

- Nun haben diese Experten zwar Profierfahrung, jedoch keine journalistische Erfahrungen. Wie bildet man einen Experten zum Co-Kommentator aus?

Die Experten erhalten, gerade zu Beginn ihrer Tätigkeit, sehr umfangreiches Feedback. Da wird drauf geachtet, dass man sie in eine von der Chefetage gewünschte Richtung „ausgebildet“ kriegt. Aber es gibt keine breitgefächerte Schulung der Experten, diese sind nämlich in den meisten Fällen bereits sehr wortgewandt, was beim Kommentieren besonders wichtig ist. Der Großteil der Experten müssen lediglich mit der für sie neuen Situation warm werden, bei einem

Hauptkommentator ist das ja nicht anders. Das erste Mal in ein Mikro zu sprechen und später seine eigene Stimme zu hören ist für die meisten zu Beginn ein merkwürdiges Gefühl. Nach einer gewissen Eingewöhnungsphase wird man dann sicherer und besser und es steckt eben auch viel „Learning-by-Doing“ dahinter.

- These: Der deutsche Rundfunk gilt als konservativ, seit geraumer Zeit kommen einige multinationaler Sender nach Deutschland und bringen verschiedene Innovationen mit. Sind solche Innovationen die Zukunft der deutschen Sportberichterstattung und bedeutet dies gleichzeitig, dass der klassische deutsche Rundfunk sich einer enormen Konkurrenz gegenüber stellen muss?

Dem stimme ich zu. Die Übertragungsrechte für Sportveranstaltungen werden immer teuer und natürlich haben viele Menschen ein Problem damit, dass von „ihren“ Gebühren finanzierte öffentlich-rechtliche Fernsehsender Summen für Rechte bezahlen, beispielsweise für die Fußball Champions-League, die die Vorstellungskraft dieser Menschen bei weitem übersteigt. Daher ist es für mich schwer vorstellbar, dass öffentlich-rechtliche Sender bei diesem Wettbieten mithalten können oder wollen. Das wird dazu führen, dass bald überwiegend private, zahlungswillige „Big-Player“ das Rennen um die Übertragungsrechte unter sich aus machen werden. Ob es dadurch irgendwann eine Sättigung gibt, kann ich nicht sagen, denn bislang wird dieses Überangebot an Sportübertragungen gut und wohlwollend angenommen.

Eines ist bei dieser Thematik allerdings sicher: Diese Big-Player bringen einen frischen Wind in die Sportmedienlandschaft und das ist derzeit alles andere als schädlich. Durch diese Fülle an Übertragungen haben beispielsweise auch Jung-Sportjournalisten mehr und mehr Möglichkeiten, an Aufträge zu gelangen, die früher schlichtweg nicht existierten.

Die arrivierten Sender werden sich nun Gedanken machen müssen, wie lange sie zum Einen auf Übertragungsrechte mitbieten können und zum Anderen, und das ist deutlich wichtiger, wie sie durch alternative Sportsendungen, ich denke da speziell an investigative Recherchearbeit wie man sie derzeit bei der WDR-Sendung „Sport-Inside“ findet, wieder Zuschauer gewinnen können. Es herrscht also derzeit eine Vielfalt in dieser Branche, wie man sie in diesem Ausmaß wohl bisher nie zuvor hatte. Der Gewinner dabei ist der Zuschauer.

- Denken Sie, es ist wichtig, dass Fußballkommentatoren diese Sportart auch selbst ausüb(t)en, um das Spielgeschehen akkurat wiedergeben zu können? ((32.8%): Erfahrung im Profi-Bereich bei Frage was macht guten Co-Kommentator aus)

Es ist alles andere als hinderlich, wenn man selbst gespielt hat, das steht außer Frage. Natürlich ist es aber nicht so, dass du dadurch dann ein guter Kommentator bist. Ich habe persönlich beispielsweise nie Basketball gespielt, kommentiere es aber wahnsinnig gerne. Da hilft es ungemein, einen Experten, einen ehemaligen Profi dieser Sportart, neben mir zu haben. Der Experte sieht Dinge, die ich selbst nicht sehe und kann Dinge erklären, die ich nicht erklären kann. Denn wenn du alleine kommentierst, ist es schwer zu sehen, was abseits des Balles passiert. Das ist für mich dann die perfekte Symbiose, wenn mein Experte mit seinem Fachwissen zum Beispiel ein verstecktes Foul nicht nur sofort erkennt, sondern auch verständlich erklären kann. Dadurch lerne ich als Kommentator hinzu und mache mich selbst dann auch ein Stück weit zu einem besseren Kommentator für die Zukunft.

Zusammenfassend denke ich, dass man nicht zwangsläufig die gerade kommentierte Sportart selbst ausgeübt haben muss, wenn man eine gewisse Leidenschaft für diese Sportart entwickelt hat. Denn das geht durchaus auch, ohne eigene Spielerfahrung.

– Was macht einen guten Kommentator aus?

Vor allem die sprachliche Komponente. Ein guter Kommentator hat eine „bunte Sprache“, variiert mit seinen Sätzen, hat Wortwitz, ist entspannt, verzichtet möglichst auf Floskeln und legt eine gesunde Portion an Emotionalität an den Tag, mit der er es allerdings keines Falls übertreiben sollte..

– Tatsächlich wünschen sich die Zuschauer laut meinen Umfrageergebnissen mehr Emotionalität..

Das kann ich verstehen, ich beobachte selbst eine gewisse Tendenz, dass es manchmal etwas zu eintönig ist. Natürlich ist der Kommentator in erster Linie dazu da, um zu kommentieren, um zu informieren und um dein Wissen zu teilen. Dennoch ist der Kommentator auch eine Art Unterhalter, dabei bin ich der Meinung, dass man damit nicht übertreiben sollte. Der Kommentator sollte nie unterhaltender sein als das Spiel selbst. Jedoch ist es auch die Aufgabe des Kommentators, eine Art dritte Ebene mit reinzubringen. Das setzt aber auch einen gewissen Grad an Kompetenz voraus.

– Worin liegen für Sie die Unterschiede zwischen dem einzelnen Kommentator und einem Kommentatorenduo?

Vier Augen sehen in erster Linie mehr als zwei. Es kann immer mal passieren, dass der Hauptkommentator vielleicht mal gewisse Dinge übersieht. Optimalerweise macht der Co-Kommentator auf diese dann aufmerksam. Weiterhin bin ich der Meinung, dass der Zuschauer dem ehemaligen Profis einige Erklärungen deutlich eher abnimmt, als dem Kommentatoren. Durch ihre Karriere haben die Experten eine vorhandene Anerkennung des Publikums. Es ist daher sehr hilfreich, wenn der Experte sein taktisches Wissen miteinbringt oder etwa Entscheidungen des Schiedsrichters beurteilt. Er selbst war einst in dieser Situation, wenn er darüber redet, dann glaubt man ihm das auch. Ich bin daher der Meinung, dass es deutlich schwieriger ist, ein Spiel alleine zu kommentieren. Ein Kommentatorenduo wertet für mich daher auf jeden Fall die Qualität einer Übertragung auf. Ich erkenne hier ein großes Potenzial, in Zukunft mit dieser Methode die Sportberichterstattungen deutlich zu verbessern.

– Was macht für Sie einen guten Co-Kommentator aus?

Im Grunde gibt es keinen großen Unterschiede zum Hauptkommentator, nur die Gewichtung variiert hier möglicherweise. Besonders wichtig finde ich, dass sie eigeninitiativ sind und man sie nicht zwanghaft aus der Reserve locken muss. Die Fähigkeit in kurzen, prägnanten Sätzen komplexe Spielverläufe beschreiben zu können ist selbstverständlich auch ein wahnsinnig wichtiger Aspekt. Die Analysefähigkeit ist ebenfalls sehr hilfreich, Experten können wunderbar erklären, was bisher passiert ist, was man als Laie vielleicht nicht sofort erkennt. Oder sie sagen Spielsituationen voraus, das ist immer schön zu beobachten.

– Wieso denken Sie, dass das Modell des Kommentatorenduos sich in Deutschland bisher eher weniger durchsetzen konnte?

Erst kürzlich habe ich mich mit einem Kollegen über diese Thematik unterhalten. „DAZN“ nutzt dieses Modell derzeit und die Resonanzen (circa 80% der Befragten sind laut meiner Umfrage für das permanente Einsetzen eines Co-Kommentators) sind durchweg positiv. Nun ist es aber auch so, dass die Experten, sprich Co-Kommentatoren, auf DAZN zwar über eine hervorragende Kompetenz

verfügen, jedoch nicht gerade die größten Namen der Branche haben. Es ist vielleicht daher auch eine Frage des Prestiges, dass der Branchenführer „Sky“ „kleinere“ Namen nicht als Co-Kommentatoren einsetzen möchte. Das muss man nicht unbedingt als Kritikpunkt aufnehmen, denn wer der „großen“ deutschen Fußballer der jüngeren Vergangenheit wäre dann tatsächlich in der Lage, eine guter Co-Kommentator zu werden? Welchen ehemaligen Profifußballer möchten denn Millionen von Deutsche Woche zu Woche tatsächlich hören? Als exklusiver Bundesligarechtehalter hat Sky natürlich den Anspruch, die größtmöglichen Namen der Branche an Land zu ziehen. Von diesen sind aber nicht zwangsläufig alle qualifiziert genug. Da müsste Sky dann experimentieren und ausprobieren. Und in dieser Position, sich Experimente leisten zu können, befindet sich Sky momentan nun mal nicht.

- Wie bewerten Sie die Zukunft des Sportjournalismus mit dem Schwerpunkt der Kommentierung?

Aus der Sicht des Sportjournalisten ist der Lage aktuell hervorragend und wird sich in Zukunft denke ich auch weiter verbessern. Das liegt an der großen Diversität und neuen Anbietern, der Markt ist enorm gewachsen. Ich kann mir auch vorstellen, dass das Modell des Kommentatorduos weiter Anklang findet, sogar vielleicht so großen, dass sich Marktführer diesbezüglich Gedanken machen werden. Durch die jüngere Kommentatoren-Generation kommt derzeit ein frischer Wind in die Branche, der eigentlich Vorteile für alle Parteien mit sich bringt.

Und trotz all der Kritik, den technischen Fortschritten und Innovationen, bin ich mir sehr sicher, dass es Kommentatoren weiter geben wird, dieser Beruf wird so leicht nicht aussterben. Generell würde ich mir etwas mehr Gelassenheit wünschen. Ich möchte nicht, dass Zuschauer ihren Hauptfokus darauf legen, auf Fehler der Kommentatoren zu warten, um dann per Social-Media ordentlich Dampf abzulassen. Das bringt niemandem was, man sollte sich lieber darauf konzentrieren, was wir alle gemeinsam haben: Die Liebe zum Spiel.

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.

Berlin, den 29. Dezember 2017

Yilmaz Demir