

Mailand oder Madrid?!

Eigenschaften und Verlässlichkeit der Fußball-Transferberichterstattung in Deutschland

Markus Schäfer / Christian Schäfer-Hock

Fußball ist in Deutschland die mit Abstand beliebteste und medial meist berichtete Sportart. Neben Spielen und Ergebnissen rücken in der Fußballberichterstattung immer häufiger Aspekte abseits des sportlichen Spielgeschehens in den Fokus. Fußballtransfers scheinen für die Berichterstattung besonders interessant, weil sie ziemlich gut zur Handlungslogik der Massenmedien passen und einige Nachrichtenfaktoren aufweisen, die ihr Aufgreifen begünstigen. Zu Eigenschaften und Qualität der Transferberichterstattung in Deutschland ist bislang jedoch wenig bekannt. Der Beitrag untersucht mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse (n=2.132) die Transferberichterstattung der überregionalen Tageszeitungen Bild, Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung sowie der Fachmagazine Kicker und Sport Bild zu Spielertransfers der 1. Bundesliga während der Sommertransferperioden 2010 bis 2013. Durch eine Verknüpfung mit Extra-Media-Daten zu Spielertransfers der Bundesliga wird der Verlässlichkeit der Transferaussagen nachgegangen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Transferberichterstattung sich stark am Status der beteiligten Spieler sowie am sportlichen Erfolg der beteiligten Vereine orientiert. Knapp ein Drittel der Transferaussagen stellt sich als falsch heraus.

Schlüsselwörter: Fußball; Transfers; Medienqualität; Medienberichterstattung; Presse; Inhaltsanalyse

1. Einleitung

Der Fußball gehört zu den Global Players der Sportwelt. Keine andere Sportdisziplin weltweit erfährt medial mehr Aufmerksamkeit (Horky & Nieland 2013). Auch in Deutschland ist Fußball die mit Abstand beliebteste Sportart. Mehr als 35 Prozent der Deutschen geben an, sich in besonders hohem Maße für Fußball zu interessieren, nur 34 Prozent interessieren sich gar nicht dafür (Schaffrath 2012; IfD 2011, 2012). Die Bundesliga lockt an jedem Wochenende im Schnitt pro Spiel mehr als 42.000 Zuschauer in die deutschen Stadien, Tendenz steigend; 45 Prozent der Deutschen waren schon einmal bei einem Bundesligaspiel im Stadion (DFL 2015a; Grimmer 2014; IfD 2015). Und beim Finale der Weltmeisterschaft im Sommer 2014 schalteten hierzulande mehr Menschen den Fernseher ein als jemals zuvor bei einer Fernsehsendung in Deutschland (Schröder 2014) – eine Entwicklung, die sich 2016 auch bei der Europameisterschaft in Frankreich bestätigte (Franzke 2016).

Angesichts dieser Publikumsresonanz ist es wenig verwunderlich, dass deutsche Massenmedien als „zentrale Klammer zwischen Sport und Gesellschaft“ (Weiß & Norden 2013: 157) täglich über Ereignisse aus der Fußballwelt berichten. Neben Partien und Resultaten rücken immer häufiger Aspekte abseits des eigentlichen Spielgeschehens in den Fokus (Grimmer & Horky 2011; Horky & Nieland 2011; Meyen 2015; Grimmer, Horky & Winkler 2016). Nachrichten zu tatsächlichen und vermeintlichen Vereinswechseln, vor allem von Spielern, zunehmend aber auch von Trainern (Kneer 2015) oder Managern (Meuren 2015), stoßen dabei auf besonders großen Anklang, nicht zuletzt, weil sie die Handlungslogik der Massenmedien scheinbar perfekt bedienen (Meyen 2014a). Doch trotz ihrer zunehmenden Bedeutung innerhalb der Sportberichterstattung

ist zu Eigenschaften und Qualität der Fußballtransferberichterstattung in Deutschland bislang wenig bekannt.

Der vorliegende Beitrag geht erstmals den Fragen nach, wie deutsche Printmedien über Fußballtransfers berichten und wie verlässlich diese Transfernachrichten sind. Dazu untersucht er mit einer quantitativen Inhaltsanalyse die Berichterstattung der Fachmagazine *Kicker* und *Sport Bild* sowie der Tageszeitungen *Bild*, *Süddeutsche Zeitung* (SZ) und *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (F.A.Z.) zu Spielertransfers der 1. Bundesliga während der Sommertransferperioden 2010 bis 2013. Auf Grundlage von Extra-Media-Daten zu Spieler-, Vereins- und Transfereigenschaften wird die Verlässlichkeit der Transferaussagen beleuchtet.

2. Medien und Fußball

Fußball und Medien stehen in einem symbiotischen Verhältnis, das durch wechselseitigen Nutzen, aber auch durch wechselseitige Abhängigkeit gekennzeichnet ist (Brinkmann 2001; Burk & Digel 2002; Digel & Burk 2001; Loosen 2001; McChesney 1989; Schauerte 2004; Schierl 2004; Wenner 1998). Fußball hat sich in Deutschland „als Mediensport Nummer eins“ (Horky & Nieland 2014: 78)¹ durchgesetzt, auch und gerade wegen der ausführlichen Medienberichterstattung ist die Sportart inzwischen tief in der Gesellschaft verankert (Brinkmann 2001; Burk 2002). Die Medien ermöglichen dem Fußball dabei „die passive Anteilnahme eines Massenpublikums, die ein wesentliches Charakteristikum des modernen Sports ausmacht“ (Weiß & Norden 2013: 157). Nicht zuletzt dank der Einnahmen aus der Vermarktung der Medienrechte zählt die deutsche Bundesliga zu den drei wirtschaftlich stärksten Fußball-Ligen in Europa (Gebauer 2013; Vöpel 2013) und konnte unlängst sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene bei Medienerlösen und medialer Reichweite die besten Werte ihrer Geschichte vermelden (DFL 2015a; 2016b). Ebenfalls kaum zu leugnen ist, dass es über die Jahre im und um den Fußball auf verschiedenen Ebenen immer wieder Veränderungen und Anpassungen gegeben hat, um den Sport für die mediale Berichterstattung (noch) attraktiver zu machen (u. a. Burk 2002; Mickler 2014) – eine Entwicklung, die häufig unter dem Schlagwort „Medialisierung des Fußballs“ diskutiert wird (Meyen 2014a; Zeyringer 2014; Birkner & Nölleke 2015). So wurden und werden etwa Spielpläne an die Wünsche der übertragenden Fernsehanstalten angepasst (Zeit Online 2015) oder gar neue Technologien eingesetzt, die das Spiel selbst verändern – wie bei der Einführung der Torlinientechnologie, die aus der medialen Begleitung des Fußballs resultiert (DFL 2015b).

Gleichzeitig scheinen die deutschen Medien mindestens in ebenso großem Maße auf die Gunst des Fußballs angewiesen zu sein (Schauerte 2004; Schierl 2004; Weiß & Norden 2013), wobei sich das mediale Interesse mit der Handlungslogik der Massenmedien erklären lässt (Mazzoleni & Splendore 2015; Meyen 2014a; 2015). Oft wird davon ausgegangen, dass die mediale Nachrichtenauswahl letztlich einer kommerziellen Logik² folgt, die mit Blick auf den eigenen wirtschaftlichen Gewinn auf eine Maximierung der Publikumsgröße und damit der eigenen Reichweite abzielt. Demnach bevorzugen Medien Themen, die Aufmerksamkeit erregen und die sie so präsentieren können, dass sie eine größtmögliche Zahl an Rezipienten erreichen (Meyen 2015). Fußball scheint ein solches Thema zu sein. Die Spiele zeichnen sich durch ihren Ereignischarakter sowie eine wett-

1 Mehr als 50 % der Sportmeldungen der Nachrichtenagenturen behandeln Fußballthemen (Richter 2009).

2 Eine Ausweitung dieser kommerziellen Logik kann auch als Ursache der angesprochenen Medialisierung interpretiert werden (Landerer 2013; Meyen 2014b).

kampfimmanente Eigendramaturgie aus, zudem ist der Sport aufgrund des vergleichsweise einfachen Regelwerks international verständlich und vermarktbar und genießt bei den Rezipienten ein positives Image (Burk 2002). In Deutschland hat es der Fußball geschafft, die breite Bevölkerung inklusive der „höchsten Gruppen der deutschen Gesellschaft“ (Gebauer 2013: 13; Havemann 2013a) für sich zu gewinnen, und garantiert den Medien damit überdurchschnittlich hohe Reichweiten (Schiirl 2004). Ein Pay-TV-Sender ohne Fußballrechte scheint hierzulande nach wie vor kaum vorstellbar, und auch im Free-TV führen Fußballübertragungen die Liste der meistgesehenen Sendungen regelmäßig an (Burk 2002; Meedia 2015), wobei selbst sportlich unbedeutende Freundschaftsspiele mehr Zuschauer erreichen als reguläre Wettkämpfe anderer Sportarten (FAZ.net 2015). Nicht nur Grimmer (2014: 21) bescheinigt dem Fußball daher eine gesellschaftliche Sonderstellung: „Die nationale Begeisterung für das Spiel mit dem runden Leder, sein gesellschaftlicher Stellenwert und sein Potenzial als Thema für Anschlusskommunikation dokumentieren eindrucksvoll die Relevanz des Fußballs in Deutschland“.

Aufgrund dieser hervorgehobenen Position ist in Deutschland gelegentlich sogar von einer „Fußballisierung“ (Meier & Hagenah 2016; Mittag & Ismar 2004) von Gesellschaft, Politik und Medien die Rede. Fußball wird mehr und mehr zu einem „alltagskulturellen Phänomen“ (Böhl 2013: 50; Schäfer-Hock i. E.). Der hohe Stellenwert des Fußballs für die Medien zeigt sich dabei nicht nur in der Erweiterung des Medienangebots mit fußballspezifischem Fokus und dessen prominenterer Platzierung (Burk 2002; Meyen 2015; gegenteilige Befunde: Rühle 2013; 2015), sondern vor allem in der Ausweitung des Blickwinkels, mit dem sich Medien dem Thema Fußball nähern. So rücken immer häufiger Ereignisse in den Vordergrund, die abseits des Spielgeschehens zu verorten sind (Grimmer & Horky 2011; Horky & Nieland 2011; Meyen 2015; Grimmer, Horky & Winkler 2016). Hierzu zählen insbesondere Fußballtransfers, die besonders gut zur Handlungslogik der Massenmedien passen (Meyen 2014a). Der folgende Abschnitt widmet sich den Modalitäten des Fußballtransfersystems und seiner Behandlung in den Medien.

3. Fußballtransfers in Deutschland

3.1 *Fußballtransfers*

Unter einem Fußballtransfer wird ein Vereinswechsel eines (professionellen) Fußballers von einem abgebenden zu einem aufnehmenden Verein innerhalb bzw. nach Ablauf einer zwischen Spieler und abgebendem Verein vereinbarten Vertragslaufzeit verstanden, wobei im Falle eines bestehenden Vertragsverhältnisses zwischen Spieler und abgebendem Verein in der Regel eine Transferentschädigung („Ablösesumme“) zwischen aufnehmendem und abgebendem Verein vereinbart wird, die der abgebende vom aufnehmenden Verein als Kompensation für die Abgabe des Spielers erhält. Ist das Vertragsverhältnis zwischen Spieler und abgebendem Verein aufgrund einer Befristung des Vertrags zum anvisierten Zeitpunkt des Wechsels bereits erloschen, kann der Spieler ablösefrei wechseln und ist nicht auf die Zustimmung des abgebenden Vereins angewiesen. Ein Sonderfall hiervon ist die Verpflichtung eines vereinslosen Spielers durch einen aufnehmenden Verein.

Ein Spezialfall des Transfers stellt die sogenannte „Leihe“ (FIFA 2015b: 33) eines Spielers dar. In diesem Fall wechselt der Spieler während der mit dem abgebenden Verein vereinbarten Vertragslaufzeit für einen bestimmten, zwischen abgebendem und aufnehmendem Verein vereinbarten Zeitraum vom abgebenden zum aufnehmenden Verein,

kehrt nach Ablauf dieser Zeit jedoch wieder zu seinem ursprünglichen Club³ zurück. Die Transferrechte verbleiben hier in der Regel beim abgebenden Verein, der aufnehmende Verein hat also nicht die Möglichkeit, den Spieler ohne Zustimmung des abgebenden Vereins an einen dritten Verein zu transferieren.

Der Übergang der Transferrechte ebenso wie der genaue Zeitpunkt des Transfers, die Höhe der Transferentschädigung, die Vertragslaufzeit sowie alle sonstigen Vertragsdetails bei Transfers und Leihen (z.B. die Vereinbarung von Kauf- bzw. Rückkaufoptionen oder Ausstiegsklauseln) obliegen grundsätzlich den Vertragsparteien und werden in der Regel in den Verhandlungen zwischen abgebendem und aufnehmendem Verein und dem betroffenen Spieler unter Berücksichtigung der Vorgaben des Verbandes (z. B. DFB 2015: 31ff.) individuell vereinbart. Entscheidend für die Funktion des internationalen Transfersystems ist jedoch vor allem die Frage der Spielberechtigung des Spielers. Um in offiziellen Wettbewerben für einen Club spielberechtigt zu sein, muss ein Fußballer beim zuständigen nationalen Verband für seinen Verein registriert werden, wobei ein Spieler immer nur für einen Club gemeldet sein kann (FIFA 2015b). Damit die Spielberechtigung eines Spielers im Zuge eines Transfers vom abgebenden auf den aufnehmenden Verein übergeht, müssen die Vereine bestimmte Voraussetzungen erfüllen, die von den internationalen und nationalen Verbänden festgelegt werden.

3.2 Fußball-Transfersystem

Das Transfersystem im internationalen Fußball folgt festen Regeln und Fristen. Der Weltfußballverband FIFA (2015b) gibt zum Teil bindende Rahmenbedingungen vor, die von den nationalen Verbänden umgesetzt und spezifiziert werden. Transfers von Spielern, die vertraglich an einen Verein gebunden sind, sind mit Übergang der Spielgenehmigung in einer Spielzeit ausschließlich innerhalb von zwei Transferperioden möglich. Zeitpunkt und Dauer der beiden Transferfenster werden von den jeweiligen nationalen Ligen und Verbänden festgelegt. Allerdings lassen die Empfehlungen der FIFA hier kaum Spielraum: „The first registration period shall begin after the completion of the season and shall normally end before the new season starts. This period may not exceed twelve weeks. The second registration period shall normally occur in the middle of the season and may not exceed four weeks“ (FIFA 2015b: 10). Die großen nationalen Verbände in Europa haben eine Sommer- und eine Wintertransferperiode etabliert. In Deutschland beginnt die Sommertransferperiode („Wechselperiode I“) mit Beginn der neuen Spielzeit zum 1. Juli und endet wenige Wochen nach dem Start des Spielbetriebs, in der Regel am 31. August. In Ausnahmefällen ist eine Verlängerung der Periode um wenige Tage möglich, zum Beispiel wenn der Transferschluss andernfalls auf ein Wochenende fallen würde. Die Wintertransferperiode („Wechselperiode II“) in der Mitte der Spielzeit startet mit Beginn des Kalenderjahres zum 1. Januar und endet am 31. Januar (DFB 2015). Möchte ein vertraglich gebundener Spieler von einem Verein zu einem anderen wechseln, kann er das entweder während der Sommer- oder der Wintertransferperiode tun. Eine Ausnahme besteht bei Spielern, deren Verträge bereits ausgelaufen sind. Diese können von aufnehmenden Vereinen unabhängig vom Transferfenster auch außerhalb der Transferperioden unter Vertrag genommen werden (FIFA 2015b).

3 Die Begriffe „Verein“ und „Club“ werden hier und im Folgenden synonym für die Organisations- bzw. Rechtsformen der Fußballmannschaften verwendet, auch wenn im Profifußball heute aufgrund der vollzogenen Kommerzialisierung nicht mehr nur das Vereinsrecht Grundlage für das Handeln der Akteure ist, sondern von Rechtsformen aus der Wirtschaft (GmbH, KGaA etc.) ergänzt wird.

Einen der tiefgreifendsten Einschnitte im internationalen Fußball-Transfersystem löste das sogenannte „Bosmann-Urteil“ des Europäischen Gerichtshofs im Jahr 1995 aus (Dinkelmeier 1999; Europäische Kommission 2013). Das Gericht kippte die bis dahin bestehenden Transferregelungen, die Transferentschädigungen auch für vertragsfreie Spieler vorsahen, und hob die Beschränkungen bei der Verpflichtung von EU-Ausländern auf (Europäischer Gerichtshof 1995). Spieler konnten fortan nach dem Auslaufen ihres Vertrags ablösefrei zu einem anderen Verein wechseln (Ashelm 2015). Das Bosmann-Urteil hatte unter anderem stark steigende Spielergehälter zur Folge (Daumann 2011; Dinkelmeier 1999), aber auch die Transferausgaben der Vereine haben sich durch das Urteil keinesfalls reduziert. Zwar ist es nun für aufnehmende Vereine möglich, einen Spieler nach Ablauf der Vertragslaufzeit ablösefrei zu verpflichten. Jedoch sind die Transferentschädigungen für vertraglich gebundene Spieler in den letzten Jahren stark gestiegen (Rabe & Thielen 2015). Bereits Eschweiler und Vieth (2004) stellten fest, dass in den Jahren 2000 bis 2002 die bis dahin „zehn teuersten Transfers der Bundesliga mit einem Gesamtvolumen von etwa 110 Mio. Euro“ getätigt worden seien. Zehn Jahre später scheint eine solche Summe für zehn Spielertransfers in der Bundesliga auch innerhalb einer Wechselperiode kaum mehr der Rede wert zu sein. Nahezu jede Saison werden neue Rekordtransfers vermeldet (Rabe & Thielen 2015). Zuletzt wurde die 110 Mio. Euro-Marke sogar von nur zwei Transfers geknackt: In der Sommertransferperiode 2015 wechselte der belgische Nationalspieler Kevin De Bruyne für mindestens 75 Mio. Euro vom VfL Wolfsburg zu Manchester City (Hiete 2015) – und stellte damit den nur wenige Wochen alten Rekordtransfer des Brasilianers Roberto Firmino in den Schatten, der zu Beginn des Transferfensters für eine Ablösesumme von 41 Mio. Euro von der TSG 1899 Hoffenheim zum FC Liverpool gewechselt war (Gödecke 2015). Wichtige Gründe für die ansteigenden Ablösesummen und Gehälter sind neben dem Einstieg milliardenschwerer Investoren aus aller Welt steigende Erlöse aus der TV-Vermarktung (Rabe & Thielen 2015; Daumann 2011; Dinkelmeier 1999).

3.3 Fußballtransferberichterstattung

3.3.1 Bedeutung von Fußballtransfers für die Medienberichterstattung

Fußballtransfers scheinen für die mediale Berichterstattung in besonderem Maße interessant zu sein. Inzwischen gibt es hierzulande kaum eine Online-Nachrichtenseite, die keinen Live-Ticker für Transfermeldungen unterhält, zumindest während der offiziellen Transferfenster der internationalen Fußballligen (u. a. *Bild.de*, *FAZ.net*, *Focus.de*, *Spiegel Online*, *Stern.de*, *Sueddeutsche.de*), wenn nicht gar permanent (u. a. *Kicker.de*, *Sportbild.de*). In der Tages- und Wochenpresse gehören Nachrichten über Transfers von Spielern und Trainern bereits seit Längerem zu den Dauerbrennern der Sportressorts. Der Axel Springer-Konzern ist bereits seit 2008 Mehrheitseigner von *Transfermarkt.de*, einem Online-Portal, das sich ausschließlich mit Transfernachrichten und -gerüchten auseinandersetzt. Neben diversen Informationen und Statistiken zu Spielern und Vereinen bietet die Seite ihren Nutzern u. a. die Möglichkeit, Transfergerüchte hinsichtlich ihrer Wahrscheinlichkeit zu diskutieren und zu bewerten. Die Seite zählt laut IVW-Auswertungen regelmäßig zu den 25 reichweitenstärksten Internetseiten in Deutschland – und steht damit vor inhaltlich breiter aufgestellten Portalen wie *FAZ.net*, *RTL.de* oder *Stern.de* (Schröder 2015).

Das große Medieninteresse an Fußballtransfers hat verschiedene Ursachen. Es lässt sich zum einen im Sinne einer kommerziellen Medienlogik deuten (Abschnitt 2), die auf eine möglichst große Publikumsresonanz ausgerichtet ist, was im Falle der Transferber-

richterstattung mit hohen Reichweiten belohnt wird. Transfers weisen verschiedene Eigenschaften auf, die der medialen Berichterstattung entgegenkommen. Sie sind Ereignisse im Sinne zeitlich und räumlich begrenzter Geschehnisse mit einem erkennbaren Anfang (z. B. der Äußerung einer Wechselabsicht durch einen Spieler oder Spielerberater) und einem absehbaren Ende (Transfer/kein Transfer) (Kepplinger 2001), auf die meist gleich mehrere Nachrichtenfaktoren (z. B. Personalisierung, Prominenz/Elite, Ethnozentrismus/Nähe, Faktizität, Konflikt, Erfolg/Misserfolg) zutreffen, die „den Charakter der Sportberichterstattung“ (Loosen 1998: 142) allgemein wie auch den der Fußballberichterstattung im Speziellen prägen (Loosen 1998; 2001): Transfers sind häufig überraschend und zumindest im Bereich des Fußballs oft von großer sportlicher und wirtschaftlicher Tragweite. Sie lassen sich hervorragend personalisieren, handeln von bekannten Vereinen und prominenten Stars (jeweils mit internationalem, nationalem und regionalem Bezug), es lassen sich harte Fakten in Form von Gehältern, Vertragslaufzeiten und Ablösungen berichten und nicht selten treten im Zuge der Wechsel Konflikte zwischen den beteiligten Vereinen, Trainern, Spielern, Managern und Beratern zu Tage, was sie sowohl für Journalisten als auch für Rezipienten gleichermaßen attraktiv macht (u. a. Eilders & Wirth 1999; Loosen 1998; 2001; Loosen & Ravenstein 2000; Meyen 2014a).

Hinzu kommen strukturelle Faktoren auf Ebene des Mediensystems und der Mediengesellschaften, die die Berichterstattung über Fußballtransfers begünstigen. So ist in der Sportberichterstattung seit Jahren eine Entwicklung hin zu einem zunehmenden Infotainment im Sinne einer „Vermischung von Information und Unterhaltung“ (Früh & Wirth 1997: 369) zu beobachten (Gleich 2000), für die sich die Darstellung von Fußballtransfers besonders gut eignet, da diese informative und unterhaltende Elemente vereinen und sich rund um die Transferfakten „immer wieder aktualisierbare Geschichten“ (Meyen 2014a: 389) erzählen lassen. Zur besonderen Relevanz der Transfers für die mediale Berichterstattung dürfte zudem die zeitliche Verortung der Transferfenster beitragen, die zum Großteil in Phasen außerhalb des regulären Spielbetriebs angesiedelt sind und damit in einen Zeitraum ohne sportlichen Wettbewerb fallen. Nicht zuletzt angehend wachsender Ausgaben für Übertragungsrechte gewinnt die Vor-, Nach- und Begleitberichterstattung über Fußball außerhalb der sportlichen Ereignisse zunehmend an Bedeutung (Burk 2002; Schierl 2004). Fußballtransfers stellen hier eine gute Möglichkeit dar, um auch in Zeiten über Fußballereignisse zu berichten, in denen keine Spiele stattfinden (Kamp 2009; Meyen 2014a), auf diesem Weg Sendezeit und Zeilen zu füllen und gleichzeitig im Vorriff auf kommende sportliche Events (z. B. den Bundesligastart) den Kontakt mit der eigenen Nutzerschaft zu pflegen.

3.3.2 Qualität in der Transferberichterstattung

In Anbetracht des (wachsenden) Interesses von Medien und Rezipienten an Fußballtransfers stellt sich die Frage, wie es um die Qualität der Transferberichterstattung in Deutschland bestellt ist. Dabei gilt es zunächst zu klären, welche Qualitätskriterien an die Transferberichterstattung angelegt werden sollten.

Die Forschung hat mit hohem analytischen Aufwand, aus unterschiedlichsten theoretischen Perspektiven heraus und mit verschiedensten Methoden eine Vielzahl journalistischer Qualitätskriterien identifiziert und in aufwendigen Hierarchisierungssystemen dargestellt (statt der Klassiker exempl. zuletzt Ruß-Mohl 2005; Arnold 2008; Daschmann 2009; Jungnickel 2011; Porlezza, Ruß-Mohl & Zanichelli 2011; Lünenborg 2012; Urban & Schweiger 2014; Wellbrock & Klein 2014): u. a. Information, Analyse, Orientierung, Erklärung, Recherche, Komplexitätsreduktion, Integration, Kontrolle,

Vielfalt, Abwechslung, Unterhaltung, Originalität, Verständlichkeit, Darstellungsformen/Schreibhandwerk, Objektivität, Unparteilichkeit, Aktualität, Relevanz, Vollständigkeit, Richtigkeit und Verlässlichkeit, Transparenz, Unabhängigkeit. Letztlich dienen sie alle mehr oder minder stark dem öffentlichen Auftrag des Journalismus, der auch gesetzlich fixiert ist und mit (presse)rechtlichen Privilegien sichergestellt wird (Wolff 2006; Pöttker 2013). Mit Blick auf das Ziel einer qualitativ hochwertigen Transferberichterstattung ergibt sich zunächst einmal kein stichhaltiges Argument, bestimmte Qualitätskriterien im Bereich der Transferberichterstattung per se auszuklammern. Eine Untersuchung aller Kriterien war jedoch im Rahmen des Forschungsprojekts, das dem vorliegenden Beitrag zugrunde liegt, nicht möglich, so dass wir uns auf Qualitätsindikatoren konzentriert haben, denen in der Transferberichterstattung besondere Bedeutung zukommt: die Richtigkeit und Verlässlichkeit der Transferinformationen.

Die Kommunikation über Fußballtransfers ist anfällig für Gerüchte, denn Spielerwechsel werden aus Erfahrung heraus erwartet, finden in großer Zahl statt, bleiben aber letztlich bis zur finalen Vertragsunterschrift ungewiss. Die Kompensation dieser Ungewissheit, dieser Informationsunsicherheit, ist der Definitionsconsens zum Kern der Funktion von Gerüchten (Merten 2009; Stöber 2009). Gleichzeitig scheint für Journalisten die Gefahr, bei der Suche nach neuen Topmeldungen falschen Informationen aufzusitzen – bedingt durch Stress und Zeitknappheit bei der Recherche (Bertling & Bruns 2009), nicht zuletzt aber auch wegen der oftmals divergierenden Interessen von am Transfer beteiligten Spielern, Vereinen und Beratern – vergleichsweise groß zu sein. Dass Rezipienten (bestenfalls nur) über Transfers unterrichtet werden, die auch wirklich stattfinden, dass die dargestellten Informationen zu den Transfers also zum einen *richtig* und somit zum anderen für die Rezipienten *verlässlich* sind, ist angesichts dieser erschwerenden Konstellation ein entscheidendes Qualitätsmerkmal für die mediale Transferberichterstattung.

Verlässliche und richtige Informationen zu Fußballtransfers scheinen neben ihrer sportlichen Relevanz auch aus *sozialer* und *wirtschaftlicher* Perspektive von besonderer Bedeutung. Fans und Unterstützer, die sich zum Teil in besonderem Maße mit dem eigenen Verein und dessen Spielern identifizieren, lässt es nicht kalt, welche Akteure für „ihr“ Team spielen und welche Spieler den Verein gegebenenfalls verlassen (Dembowski 2013; Havemann 2013b; Weiß & Norden 2013). Die Transfers selbst sind längst ein Wirtschaftsfaktor und sorgen nicht zuletzt auf staatlicher Seite für massive Steuereinnahmen (Europäische Kommission 2013; Vöpel 2013). Im Jahr 2014 wurden weltweit 13.090 Transfers registriert, das Gesamtvolume der Transferumsätze aller Fußballclubs kletterte auf mehr als vier Milliarden US-Dollar (FIFA 2015a). Investoren, Aktionäre und Sponsoren⁴ von Fußballclubs interessieren sich in besonderem Maße für Spielertransfers, haben diese doch einen nicht unerheblichen Einfluss auf den sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg des von ihnen unterstützten Vereins (Daumann 2011; Vöpel 2013; Vöpel & Quitzau 2009). Börsennotierte Clubs sind angehalten, ihre Transferaktivitäten umgehend in Form von Ad-hoc-Meldungen zu veröffentlichen, da diese als kursrelevante Informationen gelten (Handelsblatt 2013). Welche Spieler den Vereinen zur Verfügung stehen, ist dabei nicht nur aus sportlichen Gesichtspunkten von Belang, sondern auch mit Blick auf mögliche Marketing-Strategien von Bedeutung. Die Verpflichtung eines Stars wie Cristiano Ronaldo, Neymar oder Lionel Messi befeuert nicht nur den Absatz von Tickets, Trikots und Merchandiseartikeln, sondern erweitert auch

4 Vier von fünf Unternehmen, die Sponsoring betreiben, investieren in den Sport (Gleich 2016).

die Sichtbarkeit und die Werbeoptionen für etwaige Sponsoren und damit die wirtschaftliche Attraktivität der Clubs (Zeyringer 2014).

Angesichts der vielschichtigen Interdependenzen zwischen Medien und Fußball und der sportlichen, wirtschaftlichen und sozialen Relevanz von richtigen und verlässlichen Informationen über Fußballtransfers ist die Transferberichterstattung für die kommunikationswissenschaftliche Forschung von besonderem Interesse. Eine (falsche) Transfernachricht kann Fanlager aufwiegeln oder befrieden, den sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg eines Vereins fördern oder gefährden, potenzielle Sponsoren anziehen oder abschrecken und Aktienkurse beeinflussen. Tatsächlich ist die mediale Berichterstattung über Fußballtransfers in Deutschland bislang jedoch kaum erforscht. Vorhandene Studien streifen das Themengebiet der Medienberichterstattung nur am Rande (z. B. Grimmer 2014; Meyen 2014a) oder beschränken sich auf qualitative Analysen der Berichterstattung weniger ausgewählter Transfers (z. B. Meyen 2015). Die vorliegende Untersuchung versteht sich als ein erster Schritt, um die bestehende Forschungslücke zu Art und Qualität der Berichterstattung über Fußballertransfers zu schließen.

4. Untersuchungsanlage

Aus den bisherigen Darlegungen ergeben sich zwei zentrale Forschungsfragen, denen der vorliegende Beitrag mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse am Beispiel der überregionalen Presseberichterstattung in Deutschland auf den Grund geht: 1) *Wie berichten deutsche Medien über Fußballtransfers?*; 2) *Wie verlässlich ist diese Berichterstattung?* Frage 1 resultiert dabei aus der besonderen Relevanz der Transferberichterstattung für Medien und Rezipienten (Abschnitt 3.3.1) sowie der bisher ausgebliebenen Erforschung der Fußballtransferberichterstattung. Von Interesse ist hier insbesondere, a) welche journalistischen Merkmale und Eigenschaften die Transferberichterstattung aufweist, b) welche (Arten von) Transfers die Medien aufgreifen und welche Transfermodalitäten, Spieler und Vereine dabei im Fokus stehen sowie c) inwieweit sich verschiedene Medientypen in ihrer Berichterstattung hinsichtlich der formalen und inhaltlichen Merkmale unterscheiden. Frage 2 ergibt sich aus den Überlegungen zur Qualität der Berichterstattung. Auch hier sind Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Medien von besonderer Bedeutung.

Untersucht werden redaktionelle Beiträge, die sich mit mindestens einem Spielertransfer befassen, an dem mindestens ein Verein der 1. Bundesliga als abgebender oder aufnehmender Verein beteiligt ist. Dies schließt alle Beiträge ein, die Transfers innerhalb der 1. Bundesliga, in die 1. Bundesliga hinein oder aus der 1. Bundesliga heraus aufgreifen. Unter einem Transfer wird in Anlehnung an die oben eingeführte Definition ein Vereinswechsel eines Fußballers von einem abgebenden zu einem aufnehmenden Verein verstanden. Beiträge, die die Verpflichtung eines vereinslosen Spielers durch einen aufnehmenden Verein zum Thema haben, werden ebenfalls analysiert. Umfasst sind zudem sowohl Spielerverpflichtungen als auch Leihen von Spielern.

In der Fußballtransferberichterstattung der Massenmedien werden sowohl bereits vertraglich fixierte als auch sich anbahnende Transfers aufgegriffen. Entsprechend werden auch in der vorliegenden Untersuchung sowohl solche Beiträge untersucht, die (Gerrüchten zu) offenen Transfers nachgehen, als auch solche, die sich mit abgeschlossenen Transfers befassen. Zu beachten ist dabei, dass der *dargestellte Transferstatus* in der Berichterstattung nicht zwingend mit dem *tatsächlichen Status des Transfers* korrespondieren muss, der vor der offiziellen Vollzugsmeldung retrospektiv ohnehin kaum überprüfbar ist. Auch als „weit fortgeschrittene“ oder „(so gut wie) abgeschlossene“ berichtete Transfers können nicht stattfinden, als gescheitert vermeldete Transfers doch reali-

siert werden. Entscheidend für die Auswahl eines Transferbeitrags in der vorliegenden Untersuchung war daher allein die Berichterstattung über einen Transfer entsprechend der oben eingeführten Kriterien, unabhängig vom angegebenen oder tatsächlichen Status des Transfers. Allerdings wurden nur Beiträge aufgegriffen, die sich auf *Transfers der jeweils zugehörigen Transferphase bzw. einer zeitlich folgenden Transferperiode* bezogen. Abgeschlossene Transfers aus früheren Transferperioden wurden nicht berücksichtigt. In die Analyse gehen somit sowohl Beiträge zu *sich anbahnenden Transfers* ein als auch zu *realisierten Transfers*, insofern diese in der zugehörigen Transferphase abgeschlossen wurden.

Da eine vollständige inhaltsanalytische Untersuchung der gesamten deutschen Presseberichterstattung nicht zu realisieren war, musste eine Auswahl getroffen werden, die geeignet ist, die überregionale Presselandschaft in Deutschland mit Blick auf das Thema möglichst gut abzubilden. Ein Großteil der überregionalen Sportberichterstattung findet in der wöchentlichen Sportpresse sowie den Sportressorts der deutschen Tageszeitungen statt. Die Auswahl konzentrierte sich auf diese Medien, wobei für die Tagespresse zusätzlich zwischen Boulevard- und Qualitätszeitungen differenziert wurde. Ergänzend zum Kriterium der Gattung wurden die Auflagen- und Reichweitenstärken der Zeitungen und Zeitschriften als Auswahlkriterien herangezogen. Für die Analyse ausgewählt wurden so die Fachmagazine *Kicker* („Traditions-Titel“, Kleinjohann 2009: 162) und *Sport Bild* (Deutschlands auflagenstärkste Zeitschrift für alle Sportarten), die Boulevardzeitung *Bild* sowie die Qualitätszeitungen *Süddeutsche Zeitung (SZ)* und *Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.)*, die nach den gängigen Kriterien (Wilke 1999; Beckert & Riehm 2012) als Leitmedien zu den zentralen Orientierungspunkten der deutschen Sportmedienlandschaft zählen (z. B. Fischer 2005; Schwier & Schauerte 2009; Kamp 2009; Birkner & Nölleke 2015).

Der Untersuchungszeitraum der Analyse umfasst die vier aufeinanderfolgenden Sommertransferperioden der 1. Bundesliga der Jahre 2010 bis 2013. Der Zeitraum von vier aufeinanderfolgenden Jahren wurde mit Blick auf den wiederkehrenden Zyklus im Fußball mit großen Turnieren in den Sommermonaten gewählt. Er beinhaltet zwei spielfreie Transferfenster (2011; 2013) sowie zwei Jahre, in denen Welt- (2010) bzw. Europameisterschaften (2012) ausgetragen wurden. Die Haupttransferfenster im Sommer wurden ausgewählt, da in dieser Zeit die wichtigsten Kaderplanungen der Fußballvereine für die neue Saison stattfinden. Die Untersuchungsphasen starten jeweils einen Monat vor dem offiziellen Beginn der neuen Spielzeit am 1. Juni des jeweiligen Jahres und schließen eine Woche nach dem Ende der jeweiligen Sommertransferperiode, in der Regel in der ersten Septemberwoche⁵.

Für die Vollerhebung standen alle Ausgaben der Medien in den vier Untersuchungsphasen in Form vollständiger Printausgaben zur Verfügung. Bei den Tageszeitungen wurden jeweils die Titelseite und das Sportressort, bei den Fachzeitschriften *Sport Bild* und *Kicker* die Titelseiten sowie alle thematischen Abschnitte mit fußballspezifischem Fokus systematisch auf relevante Beiträge gescreent. Als Indikatoren wurden Hinweise auf Transfers in Überschrift, Unterüberschrift, Lead, Zwischenüberschriften, Bildunterschriften und im ersten Absatz herangezogen.

Das Kategoriensystem umfasste neben formalen Aspekten wie Verfasser, Umfang, Platzierung, Bebilderung und Stilform der Beiträge als Hauptmerkmale eines jeden Transferereignisses inhaltliche Aspekte zu den Eigenschaften der am Transfer beteilig-

⁵ U1: 01.06.2010–04.09.2010; U2: 01.06.2011–03.09.2011; U3: 01.06.2012–01.09.2012; U4: 01.06.2013–07.09.2013. U4 trägt der verlängerten Sommertransferperiode der Bundesliga im Jahr 2013 Rechnung.

ten Spieler (Alter, Marktwert, Spielposition, Nationalspielerstatus) und Vereine (Verbandszugehörigkeit, Tabellenstand) sowie zur Darstellung der Transfermodalitäten (Art, Ablösesezumme). Hierdurch konnte mit Blick auf Frage 1 u. a. untersucht werden, welche Art von Transfers von den Medien aufgegriffen werden und inwieweit sich diese gegebenenfalls von tatsächlich realisierten Transfers unterscheiden. Die Qualität des Kategoriensystems wurde im Vorfeld der Untersuchung anhand von Artikeln aus dem Untersuchungsmaterial von mehreren Codierern im Team systematisch getestet und validiert. Die Beiträge wurden von insgesamt 52 Codierern am Originalmaterial identifiziert und anschließend codiert. Die Intercodiererreliabilität nach Holsti lag mit Werten zwischen 0,7 und 0,9 bei den inhaltlichen und formalen Kategorien auf einem annehmbaren Niveau.

Die Daten der Inhaltsanalyse wurden zusätzlich mit Extra-Media-Daten zu Transfer- sowie ergänzenden Vereins- und Spielereigenschaften verknüpft. Hierzu wurden zu allen in der Berichterstattung behandelten Transfers mit Hilfe eines für diesen Zweck entwickelten Kategoriensystems Informationen zu Vereinen, Spielern und Transferdetails vom Online-Portal *Transfermarkt.de* extrahiert. Um etwa zu untersuchen, inwieweit sich die Berichterstattung zu sportlich erfolgreichen und weniger erfolgreichen Vereinen unterscheidet, wurden Daten zu den Tabellenplatzierungen der Bundesliga-Vereine in den betreffenden Spielzeiten sowie die Platzierung der Vereine in der ewigen Tabelle der Bundesliga ausgewertet. Mit Blick auf die Frage der Richtigkeit und Verlässlichkeit der getroffenen Transferaussagen (Frage 2) wurden zudem Details zum tatsächlichen Vollzug der Transfers erhoben. Durch dieses Vorgehen konnte ermittelt werden, inwieweit ein Transfer wie im Beitrag beschrieben stattgefunden hat.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden im folgenden Abschnitt dargestellt. Die ersten beiden Unterkapitel gehen den formalen und inhaltlichen Aspekten zu For schungsfrage 1 (*Wie berichten deutsche Medien über Fußballtransfers?*) nach, bevor im dritten Unterkapitel Frage 2 (*Wie verlässlich ist diese Berichterstattung?*) im Fokus steht. Auf Unterschiede zwischen den Zeitungen und Zeitschriften wird eingegangen, soweit die Befunde solche Unterschiede erkennen lassen.

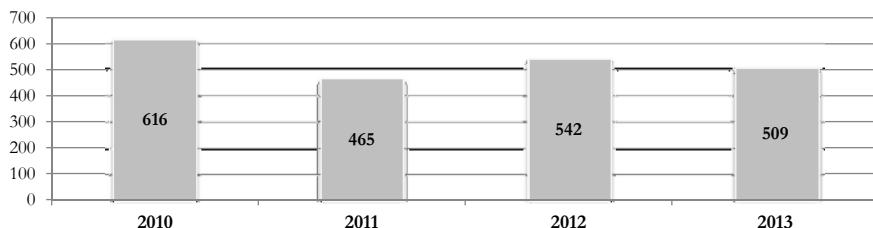
5. Ergebnisse

5.1 Allgemeine Eigenschaften der Transferberichterstattung

Insgesamt 2.132 Artikel zu Fußballtransfers der 1. Bundesliga in Deutschland wurden innerhalb der vier Transferphasen in den fünf untersuchten Zeitungen und Zeitschriften analysiert. Die Beiträge verteilen sich relativ gleichmäßig auf die vier Untersuchungsjahre (vgl. Abbildung 1). Die Spitzen in der Berichterstattung finden sich in den Transferperioden mit großen Sportereignissen (WM 2010 & EM 2012), eine Tendenz, die sich für alle untersuchten Medien bestätigt. Da die Transferaktivitäten der Vereine zwischen 2010 und 2014 insgesamt einen leichten, jedoch relativ konstanten Anstieg zeigen, liegt die Vermutung nahe, dass dieser Umstand weniger auf die Ereignislage als vielmehr auf veränderte Selektionsmechanismen der Medien in diesen Jahren zurückzuführen ist. Eine plausible Erklärung könnte sein, dass dem Fußball durch die Events eine noch größere Medienaufmerksamkeit zuteil wird, Spieler durch die Teilnahme an den Wettbewerben ihre eigene Bekanntheit steigern und somit auch Vereinswechsel medial stärker rezipiert werden.

Die überwiegende Zahl der Transferartikel ist im Innenteil der jeweiligen Ausgaben erschienen, lediglich vier Prozent sind auf der Titelseite platziert. Immerhin 61 Prozent der Beiträge sind bebildert. Die durchschnittliche Länge der Artikel ist mit 62 Zeilen

Abbildung 1: Anzahl der Transferartikel (2010-2013; n= 2.132)



relativ überschaubar. Letzteres liegt vor allem an den verwendeten Stilformen: Meldungen und Berichte stellen mit einem Anteil von 76 Prozent die große Mehrheit der Transferbeiträge. In 18 Prozent der Fälle widmen sich die Medien den Transfers in Reportagen und Features, wobei hierfür vor allem die Fachzeitschriften *Kicker* (24 %) und *Sport Bild* (35 %) verantwortlich zeichnen. Interviews (4 %) und Kommentare (2 %) kommen über alle Medien hinweg nur selten zum Einsatz. Einzige Ausnahme ist die *Sport Bild*, die in immerhin 15 Prozent ihrer Transfer-Beiträge auf Interviews als Stilform zurückgreift.

Die Fußballtransferberichterstattung scheint bei den untersuchten Medien unterschiedlich hohe Priorität zu genießen, wobei sich wesentliche Unterschiede vor allem im Vergleich zwischen den Qualitätszeitungen auf der einen und der Boulevard- bzw. Fachpresse auf der anderen Seite zeigen. Neben dem Ausmaß der Berichterstattung ist hier besonders auffällig, dass *Kicker*, *Sport Bild* und *Bild* im Zuge ihrer Transferberichterstattung fast ausschließlich auf die originäre Arbeit der eigenen Redaktion vertrauen (vgl. Tabelle 1). Bei den Qualitätszeitungen *F.A.Z.* und *SZ* ist dagegen der Anteil des Agenturmaterias an der Gesamtberichterstattung mit 46 bzw. 36 Prozent ungleich größer, was darauf schließen lässt, dass hier die Bereitschaft der Redaktionen, Personalressourcen, zum Beispiel in Form eigener Korrespondenten, für die Berichterstattung über Fußballtransfers abzustellen, geringer ausgeprägt ist.

Tabelle 1: Verfasser der Transferartikel

	Redaktion/Redakteur	Nachrichtenagentur
F.A.Z. (n=199)	54 %	46 %
SZ (n=268)	64 %	36 %
Bild (n=685)	99 %	1 %
Kicker (n=771)	99 %	1 %
Sport Bild (n=209)	99 %	1 %

Auf unterschiedliche redaktionelle Herangehensweisen weisen die Berichterstattungen der beiden Fachzeitschriften hin: Mit Blick auf den durchschnittlichen Textumfang der Beiträge berichtet der *Kicker* weniger ausführlich (74 Zeilen), jedoch in Relation zum Erscheinungszyklus⁶ häufiger und breiter über Fußballtransfers als das Konkurrenzblatt *Sport Bild*. Dieses setzt wiederum tendenziell auf eine intensivere Berichterstattung weniger Fußballtransfers (108 Zeilen, größerer Anteil von Reportagen und Interviews), die

6 *Kicker*: zweimal wöchentlich; *Sport Bild*: einmal wöchentlich

zudem vergleichsweise häufig als Titelgeschichten erscheinen (10 % *Sport Bild* vs. 6 % *Kicker*).

5.2 Eigenschaften der berichteten Transfers

Die in der massenmedialen Berichterstattung behandelten Transfers weisen charakteristische Eigenschaften auf. Differenzieren lassen sich dabei Eigenschaften der beteiligten *Spieler* und *Vereine* sowie der *Transfermodalitäten*.

Mit Blick auf Spieler und Vereine der 1. Liga ist die Transferberichterstattung der deutschen Presse grundsätzlich breit angelegt. Im Untersuchungszeitraum wurden Transfers von 542 Spielern aus 77 Nationen im Alter von 17 bis 44 Jahren berichtet, wobei das Durchschnittsalter der involvierten Spieler bei 25 Jahren lag, was auch dem realen Durchschnittsalter der Bundesligaspiele entspricht (Transfermarkt.de 2016). Die verschiedenen Alters- und Leistungsstufen in der Karriere eines Profifußballers werden somit in der Transferberichterstattung nahezu vollständig abgedeckt. Entsprechend variieren auch die Marktwerte der in die berichteten Transfers involvierten Spieler zwischen 100.000 Euro und 45,5 Mio. Euro. Berichtet werden zudem alle denkbaren Transferformen vom Vereinswechsel mit und ohne Ausstiegsklausel, der auch in der Transferberichterstattung die Regel darstellt, über Transfers nach Ablauf der Vertragslaufzeit bis hin zu Spieler-Leihen und der Verpflichtung vereinsloser Akteure.

Die Berichterstattung über Transfers mit Bezug zur 1. Bundesliga konzentriert sich auf 251 Vereine, davon 41 aus Deutschland und 210 aus 47 anderen Nationen. Mehr als die Hälfte der Beiträge zu Bundesliga-Transfers unter Beteiligung internationaler Clubs entfällt auf Vereine aus den drei großen europäischen Fußballnationen England (21 %), Spanien (19 %) und Italien (15 %). 74 Vereine werden in der Berichterstattung sowohl als (mögliche) abgebende als auch als (mögliche) aufnehmende Vereine thematisiert, was für einen erhöhten Stellenwert dieser Clubs in der medialen Transferberichterstattung spricht, der über das reine Interesse an Einzeltransfers bestimmter Spieler hinausgeht. Neben den deutschen Vereinen (30) scheinen hier wiederum vor allem Clubs aus England (12), Spanien (7) und Italien (6) für die Berichterstattung interessant.

Auffällig ist, dass einigen wenigen nationalen und internationalen Clubs eine ungleich größere Medienaufmerksamkeit zuteil wird als den meisten anderen Vereinen, und dieser relativ kleine Kreis mit seinen (vermeintlichen) Transfers für einen durchaus beachtlichen Anteil der Transferberichterstattung in Deutschland verantwortlich zeichnet. So sind in jeweils 13 Prozent aller Transferbeiträge die deutschen Vereine *Bayern München*, *VfL Wolfsburg* und *Schalke 04* als abgebende oder aufnehmende Vereine involviert. Es folgen *Borussia Dortmund*, *Bayer Leverkusen*, *Mainz 05* und der *Hamburger SV*, die in jeweils 8 Prozent der Transferbeiträge als abgebende bzw. aufnehmende Clubs besprochen werden. Bei den internationalen Vereinen stechen *Real Madrid* (5 %), *Juventus Turin* (3 %), der *FC Chelsea* (3 %) und *Arsenal London* (2 %) heraus, die von den Medien mit Transfers in die bzw. aus der Bundesliga in Verbindung gebracht werden. Bei genauerer Betrachtung der deutschen Vereine scheint insbesondere deren sportlicher Erfolg ein entscheidender Faktor für das Aufgreifen eines Transfers in der Berichterstattung zu sein. Sowohl der kurzfristige sportliche Erfolg der Vereine in der Vorsaison als auch deren Platzierung in der „ewigen Tabelle“ der Bundesliga als Indikator für langfristigen Erfolg erweisen sich als gute Prädiktoren für die mediale Berichterstattung über einen Transfer: 25 Prozent aller Artikel beschäftigen sich mit Transfers der drei erfolgreichsten Clubs der Vorsaison; 34 Prozent der Beiträge thematisieren Vereinswechsel, an denen mindestens einer der fünf auf lange Sicht erfolgreichsten Vereine der Bundesliga als abgebender oder aufnehmender Club beteiligt ist.

Die meisten Spielertransfers werden als singuläre Ereignisse berichtet (vgl. Tabelle 2). Lediglich 18 Prozent tauchen in der Berichterstattung durchschnittlich häufiger als einmal pro Medium auf. Sieben Prozent der Transfers werden im Durchschnitt häufiger als zweimal berichtet, zwei Prozent häufiger als viermal. Fünf Spieler vereinten mit ihren Vereinswechseln im Untersuchungszeitraum über alle Zeitungen und Zeitschriften hinweg mehr als dreißig Medienbeiträge auf sich: Diego (48), Robert Lewandowski (46), Javi Martinez (36), Mario Gomez (35) und Mesut Özil (35). Unabhängig von der Einzelfallbetrachtung ergeben sich anhand der erhobenen Daten Hinweise, welche Arten von Spielertransfers in der medialen Berichterstattung verstärkt aufgegriffen werden. Dabei wird deutlich, dass sich die Transferberichterstattung stark am Status der involvierten Spieler orientiert. Darüber hinaus scheint vor allem die Ablösesumme als wesentliche Transfermodalität von Bedeutung.

Tabelle 2: Beiträge pro Spielertransfer

	Anzahl der Beiträge pro Spielertransfer				
	≤ 5	> 5	> 10	> 20	> 30
Anteil an allen berichteten Spielertransfers in % (n=542)	82	18	7	2	1

Die Spannweite der Medienberichterstattung im Untersuchungszeitraum umfasst sowohl ablösefreie Vereinswechsel als auch Transfers mit Transferentschädigungen in Höhe von bis zu 60 Mio. Euro. Die berichtete durchschnittliche Transferentschädigung liegt bei 9 Mio. Euro, was auch dem durchschnittlichen Marktwert der in die berichteten Transfers involvierten Spieler entspricht.⁷ Die durchschnittliche Transferentschädigung der berichteten Transfers ist damit mehr als viemal so hoch wie die durchschnittliche Ablösesumme der Transfers der 1. Bundesliga, die in der Sommertransferperiode 2013 bei 1,7 Millionen Euro lag (Transfermarkt.de 2016)⁸. Es bleibt folglich festzuhalten, dass die untersuchten Medien bevorzugt über Transfers mit vergleichsweise hohen Ablösesummen berichten bzw. solche Vereinswechsel bevorzugt aufgegriffen werden, an denen Spieler mit vergleichsweise hohem Marktwert beteiligt sind. Tatsächlich thematisieren 50 Prozent aller Transferbeiträge Transfers von Spielern mit einem Marktwert von *mindestens* vier Millionen Euro. Da die Transferentschädigungen der Bundesliga über den Untersuchungszeitraum hinweg insgesamt deutlich gestiegen sind (FIFA 2014; FIFA TMS 2012), ist mit Blick auf Ablösesumme und Marktwert sogar tendenziell von einer noch größeren Diskrepanz zwischen tatsächlichen und berichteten Transfers auszugehen.

Auffällig ist, dass die Transferberichterstattung der deutschen Presse verstärkt auf Nationalspieler fokussiert. 90 Prozent der Beiträge zu Fußballtransfers befassen sich mit Wechseln von Akteuren, die zum Zeitpunkt der Berichterstattung schon einmal für eine U- oder A-Nationalmannschaft ihres Landes aufgelaufen sind. Dabei behandeln 76 Prozent der Beiträge Transfers von A-Nationalspielern. Zum Vergleich: In der Sommer-

⁷ Wenn auch nicht in jedem Einzelfall, so ist doch zumindest im Durchschnitt davon auszugehen, dass die Höhe der berichteten Transferentschädigungen den tatsächlichen Ablösesummen nahe kommt und diese von den Medien nicht etwa im Rahmen wilder Spekulationen systematisch überschätzt werden.

⁸ Die durchschnittliche Transferentschädigung der besonders teuren internationalen Transfers (aus dem Ausland in die Bundesliga bzw. aus der Bundesliga ins Ausland) betrug in der Spielzeit 2014/2015 4,4 Mio. Euro und damit ebenfalls lediglich die Hälfte der durchschnittlichen Transfersumme der berichteten Transfers (FIFA TMS 2015: 7).

transferperiode der Saison 2013/2014 waren lediglich 45 Prozent der Spieler, die innerhalb der 1. Bundesliga, in die 1. Bundesliga hinein oder aus der 1. Bundesliga heraus wechselten, zum Zeitpunkt des Wechsels A-Nationalspieler ihrer Länder (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Transfers von Nationalspielern in der Transferberichterstattung und der 1. Bundesliga

	Transferberichterstattung (n=2.132 Beiträge)	Bundesliga-Transfers Sommer 2013 (n=223 Spieler)*
A-Nationalspieler	76 %	45 %
kein A-Nationalspieler	24 %	55 %

* Analyse aller Spielertransfers der Bundesliga-Vereine in der Sommertransferperiode der Saison 2013/2014; Quelle: www.transfermarkt.de, eigene Berechnung

Die Transferberichterstattung konzentriert sich zudem tendenziell auf Spieler, die in offensiven Feldpositionen zum Einsatz kommen. Während sich nur vier Prozent der Beiträge mit Transfers von Torhütern und 23 Prozent mit Vereinswechseln von Abwehrspielern beschäftigen, stehen Transfers von Mittelfeldspielern (37 %) und Stürmern (36 %) deutlich stärker im medialen Fokus. Verglichen mit der realen Verteilung der Feldpositionen in den Kadern der Bundesligisten ergeben sich hier zum Teil beträchtliche Differenzen (vgl. Tabelle 4). Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein, dass Spieler auf offensiven Feldpositionen häufiger den Verein wechseln als ihre Kollegen in der Defensive. Eine Analyse aller realen Vereinswechsel in der Sommertransferperiode 2013 unterstützt diese Annahme. Allerdings bleiben Unterschiede zwischen Transferberichterstattung und realen Transfers bestehen, was dafür spricht, dass sich die Medien schlichtweg stärker für Vereinswechsel offensiver Spieler interessieren.

Tabelle 4: Feldpositionen in der Transferberichterstattung und der 1. Bundesliga

	Transferbericht- erstattung (n=2.132 Beiträge)	Kaderpositionen 1. Bundesliga (n=534 Spieler)*	Bundesliga-Transfers Sommer 2013 (n=223 Spieler)**
Tor	4 %	12 %	6 %
Abwehr	23 %	33 %	26 %
Mittelfeld	37 %	39 %	32 %
Sturm	36 %	17 %	36 %

* Verteilung der Kaderpositionen der 18 Bundesligisten (Stand: Januar 2016); Quelle: DFL 2016a, eigene Berechnung; die Addition der Anteile ergibt bedingt durch Rundung 101 %

** Analyse aller Spielertransfers der Bundesliga-Vereine in der Sommertransferperiode der Saison 2013/2014; Quelle: www.transfermarkt.de, eigene Berechnung

Alles in allem gibt es deutliche Indizien, dass bestimmte Transfereigenschaften das Aufgreifen eines Transfers in der medialen Berichterstattung begünstigen. Hierzu zählen insbesondere die Merkmale *Elitespieler*, *Eliteverein* und *Transfersumme*. Das Merkmal des *Elitespielers* zeichnet sich u. a. durch die Spielereigenschaften „offensive Feldposition“, „hoher Marktwert“ und den Status des „Nationalspielers“ aus; *Eliteverein* umfasst Vereinseigenschaften wie den kurz- und langfristigen sportlichen Erfolg, aber auch die

Zugehörigkeit zu bestimmten (internationalen) Eliteligen. Das Transfermerkmal *Transfersumme* wiederum trägt der Bedeutung der Transfermodalität „hohe Ablösesumme“ für die mediale Berichterstattung Rechnung. Möchte man diese Befunde vor dem Hintergrund der Nachrichtenwertforschung interpretieren, so zeigen sich zum einen eine deutliche Erfolgsorientierung der Berichterstattung, zum anderen insbesondere Hinweise auf die Bedeutung der Faktoren Elite und Personalisierung für die Transferberichterstattung (Loosen 1998; 2001; Abschnitt 3.3.1) Inwieweit sich diese transferbezogenen Merkmale auch in der Berichterstattung in anderen Ländern und Ligen zeigen bzw. sich auch in der Transferberichterstattung von Rundfunk und Online-Medien niederschlagen, werden künftige Untersuchungen zeigen müssen.

5.3 Verlässlichkeit der Transferberichterstattung

Durch die Verknüpfung der Inhaltsanalysedaten mit den erhobenen Extra-Media-Daten können Aussagen zur Verlässlichkeit der in der Berichterstattung gefundenen Transferaussagen getroffen werden (Forschungsfrage 2). Hierbei zeigt sich, dass die in den Beiträgen dargestellten Transferwahrscheinlichkeiten tendenziell in die richtige Richtung weisen (vgl. Tabelle 5). Werden die Transfers als sicher oder abgeschlossen dargestellt, finden diese auch in knapp 97 Prozent der Fälle tatsächlich innerhalb der Wechselperiode statt. Allerdings gilt zu berücksichtigen, dass hierunter auch solche Transfers fallen, deren Vollzug in der Transferphase von den Vereinen bereits vermeldet wurde.

Tabelle 5: Darstellung der Transferwahrscheinlichkeit und Realisierung des Transfers in der Transferphase

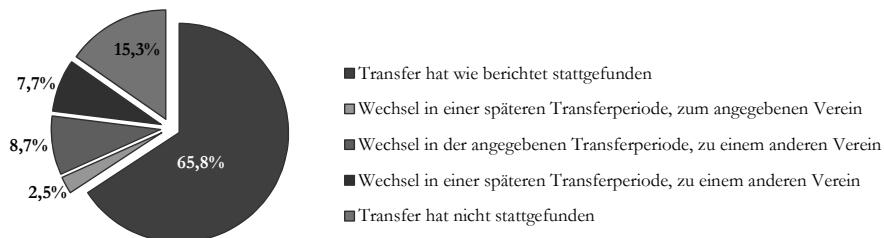
	Transfer	kein Transfer
Transfer sicher/abgeschlossen (n=848)	96,9 %	3,1 %
Transfer wahrscheinlich (n=271)	76,8 %	23,2 %
Transfer offen (n=604)	42,4 %	57,6 %
Transfer unwahrscheinlich (n=160)	24,4 %	75,6 %
Transfer geplant/nicht stattgefunden (n=140)	14,3 %	85,7 %
Transferwahrscheinlichkeit nicht dargestellt (n=109)	52,3 %	47,7 %

Wird ein Transfer in einem Artikel als offen berichtet, findet dieser in 42 Prozent der Fälle statt, in knapp 58 Prozent der Fälle nicht. Geht der Beitrag nicht auf die Wahrscheinlichkeit des Wechsels ein, stehen die Chancen auf einen Transfer nahezu 50/50: In 52 Prozent der Fälle wechselt der Spieler, in fast 48 Prozent der Fälle kommt es nicht zum Transfer. In immerhin 23 Prozent der Beiträge, in denen ein Transfer als wahrscheinlich dargestellt wurde, wird der Wechsel letztlich nicht realisiert. Ganz ähnlich sieht die Verteilung für Transfers aus, die als unwahrscheinlich präsentiert werden: In 24 Prozent der Fälle findet der Wechsel trotzdem statt. Und auch Transfers, die bereits als geplant vermeldet wurden, kommen entgegen der getroffenen Aussagen in immerhin 14 Prozent der Fälle zustande.

Insgesamt erweist sich zwar der größte Teil der Transferbeiträge als zutreffend. Jedoch stellte sich immerhin jeder dritte Transferartikel im Untersuchungszeitraum im Nachhinein als falsch heraus, wobei der besprochene Spielertransfer entweder gar nicht oder anders als berichtet stattfand (vgl. Abbildung 2). In 2,5 Prozent der Fälle fanden die Transfers zwar zum berichteten aufnehmenden Verein, jedoch erst in einer späteren Transferperiode statt. In knapp neun Prozent der Fälle erwies sich der angekündigte

Wechsel des Spielers in der jeweiligen Transferperiode als korrekt, jedoch wechselte der Spieler zu einem anderen Verein als vorhergesagt. In etwa acht Prozent der Fälle wechselte der Spieler, jedoch weder zum besagten Zeitpunkt noch zum besagten Club. Und in immerhin 15 Prozent der Fälle fand im Gegensatz zu den in der Berichterstattung getroffenen Aussagen kein Transfer des Spielers statt.

Abbildung 2: Verlässlichkeit der Transferberichte (n= 2.132)



Deutliche Unterschiede sind zwischen den einzelnen Medien feststellbar (vgl. Tabelle 6). Während die *F.A.Z.* vergleichsweise verlässlich über Fußballtransfers berichtet, scheinen insbesondere die Boulevard- und Fachzeitschriften anfälliger für Transfergerüchte und -spekulationen zu sein, die sich im Nachhinein als falsch entpuppen. Der im Vergleich zur Konkurrenz relativ hohe Anteil verlässlicher Transferbeiträge der *F.A.Z.* lässt sich wohl vor allem mit der vergleichsweise risikoarmen Berichterstattung der Zeitung erklären, die im Kontext von Fußballtransfers weniger Wert auf eine frühzeitige investigative Berichterstattung legt. Im Gegensatz zu anderen Blättern berichtet die *F.A.Z.* eher zurückhaltend, steigt in der Regel erst relativ spät in die Transferberichterstattung ein und berichtet damit auch häufiger über solche Wechsel, die bereits weit fortgeschritten bzw. (nahezu) abgeschlossen sind. Für diese relativ defensive Grundhaltung in der Transferberichterstattung spricht auch, dass sich ein durchaus beträchtlicher Teil der *F.A.Z.*-Beiträge auf Agenturmaterial stützt.

Eine weitere Erklärung für die vergleichsweise verlässliche Berichterstattung der Zeitung könnte im außerordentlich hohen Anteil an Beiträgen zu ihrem Heimatverein *Eintracht Frankfurt* liegen. Knapp 17 Prozent der Transferbeiträge der *F.A.Z.* beschäftigen sich mit dem Club aus Frankfurt am Main als abgebendem oder aufnehmendem Verein. Es scheint durchaus plausibel, dass die Journalisten am Redaktionssitz in Stadt und Verein besser vernetzt sind als mit anderen Vereinen und so stichhaltigere Informationen zu den dort getätigten Transfers ergattern können. Fakt ist jedenfalls, dass ein solch regionaler Bezug zwischen dem Sitz der Redaktion und der thematischen Ausrichtung der Transferberichterstattung bei keinem anderen der hier untersuchten Medien feststellbar ist.

Im Gegensatz zur *F.A.Z.* nehmen die übrigen Zeitungen und Zeitschriften Irrtümer und Falschmeldungen in ihrer Transferberichterstattung offenbar eher in Kauf. Besonders problematisch scheint die Lage bei der *Sport Bild*, bei der sich die getroffenen Transferaussagen in weniger als der Hälfte der Artikel bewahrheiten und die sogar in mehr als einem Viertel ihrer Transferbeiträge von möglichen Spielerwechseln berichtet, die im Nachhinein nicht stattfinden. Die relativ große Diskrepanz zu den übrigen Medien deutet darauf hin, dass die Zeitschrift tendenziell früh und risikoreich berichtet, womöglich, um gegebenenfalls eine Transfernachricht als erstes Blatt vermelden zu können. Letzteres könnte wiederum auch damit zusammenhängen, dass die Zeitschrift als

Tabelle 6: Verlässlichkeit der Transferberichte nach Medium

	Transfer hat wie berichtet stattgefunden	Transfer hat nicht wie berichtet stattgefunden			
		A	B	C	D
F.A.Z. (n=199)	84,9 %	2,5 %	4,0 %	1,0 %	7,5 %
SZ (n=268)	72,4 %	1,9 %	7,1 %	3,0 %	15,7 %
Bild (n=685)	65,5 %	2,2 %	7,6 %	6,9 %	17,8 %
Kicker (n=771)	63,6 %	1,9 %	11,5 %	10,9 %	12,1 %
Sport Bild (n=209)	47,8 %	6,7 %	8,1 %	11,5 %	25,8 %

A: Wechsel in einer späteren Transferperiode, zum angegebenen Verein; B: Wechsel in der angegebenen Transferperiode, zu einem anderen Verein; C: Wechsel in einer späteren Transferperiode, zu einem anderen Verein; D: kein Wechsel

einziges der hier untersuchten Medien nur einmal pro Woche erscheint und so, anders als die Konkurrenz, gegebenenfalls erst relativ spät auf neue Entwicklungen auf dem Transfermarkt reagieren kann.

Ob der insgesamt hohe Anteil falscher Transfermeldungen an der Gesamtberichterstattung der untersuchten Medien jedoch ausschließlich mangelnder journalistischer Sorgfalt und dem Wunsch nach exklusiven und verkaufsträchtigen Schlagzeilen geschuldet ist, darf durchaus bezweifelt werden. Denkbar wäre beispielsweise auch, dass Medien im Transferpoker durch die am Transfer beteiligten Akteure gezielt instrumentalisiert werden, etwa um auf die jeweiligen Verhandlungspartner Druck aufzubauen oder Nachrichten und Gerüchte zu platzieren, die dem Marktwert eines Spielers zugutekommen (Bölz 2013). Dass Clubverantwortliche, Spieler und nicht zuletzt auch Spielerberater durchaus ein Interesse daran haben, Gehälter und Transfererlöse zu steigern und ihre oftmals engen Kontakte mit den jeweiligen Korrespondenten der Presse auch in diesem Sinne nutzen könnten, scheint jedenfalls durchaus denkbar (Birkner & Nölleke 2015). Tatsächlich gibt es auch in der vorliegenden Untersuchung Befunde, die auf ein entsprechendes taktisches Kalkül der Akteure hindeuten könnten. So zeigen die Ergebnisse, dass in 61 Prozent der Fälle, in denen ein Transfer im Beitrag von einem Spieler, Berater, Trainer oder Manager explizit dementiert wurde, ein Transfer letztendlich entgegen der Aussage der Akteure in irgendeiner Form stattfand (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Verlässlichkeit der Transferberichte mit Dementi des Transfers durch einen Akteur (n=236)

	Transfer hat wie berichtet stattgefunden	Transfer hat nicht wie berichtet stattgefunden			
		A	B	C	D
	25,4 %	6,8 %	12,7 %	16,1 %	39,0 %

A: Wechsel in einer späteren Transferperiode, zum angegebenen Verein; B: Wechsel in der angegebenen Transferperiode, zu einem anderen Verein; C: Wechsel in einer späteren Transferperiode, zu einem anderen Verein; D: kein Wechsel

Die Instrumentalisierungsthese würde dabei auch die Beobachtung einiger Autoren stützen, wonach sich in den letzten Jahrzehnten die Beziehungen zwischen Fußball(akteuren) und Medien verändert haben – weg von einer Interdependenz zwischen Medien und Sport (Abschnitt 2) in Richtung einer einseitigen Abhängigkeit der Medien

vom Fußball (Brinkmann 2001). Medien würden immer mehr „als Instrument der immer stärker in den Vordergrund tretenden Unternehmensziele eingeordnet“ (Brinkmann 2001: 41). Diese Tendenz könnte sich auch in der Instrumentalisierung der Berichterstattung für die (ökonomischen) Interessen der beteiligten Vereine, Spieler und Berater bei Transferverhandlungen niederschlagen. Den Beziehungen und Verflechtungen zwischen Sportakteuren und Journalisten im Zuge der Transferberichterstattung sollte in Zukunft in jedem Fall noch stärkere Aufmerksamkeit gewidmet werden.

6. Fazit

Der Fußballtransferberichterstattung kommt in Deutschland besondere sportliche, wirtschaftliche und soziale Bedeutung zu. Insbesondere während der offiziellen Transferphasen nehmen Transfers in der deutschen Sportberichterstattung inzwischen großen Raum ein. Im vorliegenden Beitrag wurde die Transferberichterstattung der deutschen Presse am Beispiel von fünf Leitmedien während vier aufeinanderfolgenden Sommertransferperioden der 1. Bundesliga mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse systematisch untersucht. Festgestellt wurde dabei, dass die berichteten Transfers bestimmte Eigenschaften aufweisen, die sich von den allgemeinen Merkmalen von Spielerwechseln in der Bundesliga zum Teil deutlich unterscheiden. So berichten die Medien bevorzugt Transfers bestimmter Akteure und Vereine. Von Bedeutung scheinen etwa der sportliche Erfolg der beteiligten Clubs, der Marktwert und Status der beteiligten Spieler, aber auch die Höhe der gezahlten Transferentschädigung zu sein.

Bemerkenswert ist zudem, dass sich knapp ein Drittel der Transferbeiträge im Nachhinein als falsch herausstellte. Hinsichtlich des Qualitätsmerkmals der Verlässlichkeit bestehen hier also offenbar Probleme, wofür verschiedene Erklärungen möglich sind. Eine davon könnten Defizite bei einem anderen Qualitätskriterium des Journalismus sein, der Recherche. Der zunehmende Konkurrenz- und Zeitdruck im Sportjournalismus (IfD 2014) könnte tendenziell Schnellschüsse und Spekulationen begünstigen und dazu führen, dass journalistische Qualitätsstandards bei Recherche und Berichterstattung nicht immer eingehalten werden. Allerdings gilt es zu berücksichtigen, dass auch bei einem handwerklich sauber recherchierten Artikel für Journalisten das Risiko besteht, dass der beschriebene Transfer im Nachhinein nicht zustande kommt – zum Beispiel, weil die Parteien doch nicht zueinander finden oder noch kurzfristig ein attraktiverer Verein als Interessent hinzukommt. Rückschlüsse auf die Qualität journalistischer Arbeit sind daher nur mit Einschränkungen möglich. Inwieweit hier auch taktische Überlegungen der beteiligten Akteure eine Rolle spielen oder Journalisten im Zuge ihrer Berichterstattung gar gezielt für bestimmte Zwecke instrumentalisiert werden, könnte in kommenden Studien untersucht werden.

Alles in allem steht die kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Fußballtransferberichterstattung in Deutschland erst am Anfang. Neben der Presseberichterstattung sollten künftige Untersuchungen auch gezielt die Rundfunk- und Onlineberichterstattung in Deutschland in den Blick nehmen, die im Rahmen dieser Studie leider nicht betrachtet werden konnten. Insbesondere das relativ neue Phänomen der Transferticker, über die Nutzer während der Transferphasen inzwischen bei nahezu allen großen Nachrichtenportalen über mehrere Wochen in Echtzeit über das Geschehen auf den internationalen Transfermärkten informiert werden, scheint für eine solche Betrachtung lohnenswert (DPA 2015). In Anbetracht der Internationalität des Transfersystems bieten sich zudem neben medien- auch länderübergreifende Analysen an. Gleiches gilt für Untersuchungen zur Rolle von Sportlern, Managern, Beratern und Journalisten in der Transferberichterstattung und deren Beziehungen.

untereinander. Neben der Kommunikatorperspektive könnte zudem in Zukunft auch die Perspektive der Nutzer verstärkt beleuchtet werden. Insbesondere die Nutzungshäufigkeiten und -arten von Transferinhalten über die verschiedenen Kanäle sowie die zugehörigen Nutzungsmotive, aber auch die Bedeutung von User-generated Content (z. B. in Form von Beiträgen und Kommentaren auf Online-Portalen und Blogs) und die zunehmenden direkten Interaktionsmöglichkeiten zwischen Fans und beteiligten Akteuren über soziale Netzwerke (Sanderson & Kassing 2014) in und für die Transferberichterstattung scheinen hier von besonderem Interesse.

Literatur

- Arnold, K. (2008). Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept. *Publizistik*, 53 (4), 488–508.
- Ashelm, M. (15. Dezember 2015). Bosmann-Entscheidung. Die Fußball-Revolution. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. <http://www.faz.net/-gql-8bcwm> [29.07.2016].
- Beckert, B. & Riehm, U. (2012). *Gesetzliche Regelungen für den Zugang zur Informationsgesellschaft*. <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab149.pdf> [02.08.2016].
- Bertling, C. & Bruns, T. (2009). Theoretische Überlegungen und empirische Befunde zur Arbeitsbelastung und -bewältigung von Sportjournalisten. In H. Schramm & M. Marr (Hrsg.), *Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien* (S. 40–57), Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Birkner, T. & Nölleke, D. (2015). Soccer Players and their Media-Related Behavior: A Contribution on the Mediatization of Sports. *Communication & Sport*, published online before print, doi: 10.1177/2167479515588719.
- Böhl, M. (2013). *Fußballjournalismus. Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse*. Wiesbaden: Springer VS.
- Brinkmann, T. (2001). Sport und Medien – Die Auflösung einer ursprünglichen Interessengemeinschaft? Sportvermarktung und Berichterstattung im Widerstreit. In G. Roters, W. Klingler & M. Gerhards (Hrsg.), *Sport und Sportrezeption* (S. 41–57). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Burk, V. (2002). Dynamik und Ästhetik der beliebtesten TV-Programmsparte. Fußball als Fernsehereignis. In M. Herzog (Hrsg.), *Fußball als Kulturphänomen. Kunst – Kult – Kommerz* (S. 233–250). Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Burk, V. & Digel, H. (2002). Die Entwicklung des Fernsehsports in Deutschland. In J. Schwier (Hrsg.), *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 101–124). Hohengehren: Schneider Verlag.
- Daschmann, G. (2009). Qualität von Fernsehnachrichten: Dimensionen und Befunde. *Media Perspektiven* (5), 257–266.
- Daumann, F. (2011). *Grundlagen der Sportökonomie*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Dembowski, G. (2013). Organisierte Fanszenen: Zwischen empfundener Enteignung und Self-Empowerment. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 63 (27–28), 35–40.
- Deutsche Fußball Liga (DFL) (2015a). *Bundesliga Report 2015*. Frankfurt: DFL.
- Deutsche Fußball Liga (DFL) (2015b). *Torlinientechnologie wird eingeführt: Das ist „Hawk-Eye“*. <http://www.bundesliga.de/de/liga/news/torlinientechnik-wird-eingefuehrt-das-ist-hawk-eye.jsp> [29.07.2016].
- Deutsche Fußball Liga (DFL) (2016a). *Clubs & Spieler*. <http://www.bundesliga.de/de/liga/clubs/> [03.08.2016].
- Deutsche Fußball Liga (DFL) (2016b). *DFL überspringt erstmals Milliarden-Marke bei nationalen Medien-Rechten: Pro Saison durchschnittlich 1,16 Milliarden Euro ab 2017/18*. <http://www.bundesliga.de/de/dfl/dfl-ueberspringt-erstmals-milliarden-marke-bei-nationalen-medien-rechten-pro-saison-durchschnittlich-1-16-milliarden-euro-ab-2017-18-agmdsp.jsp> [03.08.2016].
- Deutsche Presse-Agentur (DPA) (2015). *dpa-Whitepaper Nr. 1: Liveblogging*. <https://www.dpa.com/de/formulare/whitepaper-liveblogging/> [03.08.2016].

- Deutscher Fußball Bund (DFB) (2015). *Spielordnung*. http://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/27993-06_Spielordnung.pdf [29.07.2016].
- Digel, H. & Burk, V. (2001). Sport und Medien. Entwicklungstendenzen und Probleme einer lukrativen Beziehung. In G. Roters, W. Klingler & M. Gerhards (Hrsg.), *Sport und Sportrezeption* (S. 15-31). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Dinkelmeier, B. (1999). *Das „Bosman“-Urteil des EuGH und seine Auswirkungen auf den Profifußball in Europa*. Würzburg: Juristische Fakultät der Bayerischen Julius-Maximilians-Universität Würzburg.
- Eilders, C. & Wirth, W. (1999). Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. *Publizistik*, 44 (1), 35-57.
- Eschweiler, M. & Vieth, M. (2004). Preisdeterminanten bei Spielertransfers in der Fußball-Bundesliga. Eine empirische Analyse. *Die Betriebswirtschaft*, 64 (6), 671-692.
- Europäische Kommission (2013). *The Economic and Legal Aspects of Transfers of Players*. <http://ec.europa.eu/sport/library/documents/cons-study-transfers-final-rpt.pdf> [29.07.2016].
- Europäischer Gerichtshof (1995). *Judgment of the Court of 15 December 1995. Union royale belge des sociétés de football association ASBL v Jean-Marc Bosman, Royal club liégeois SA v Jean-Marc Bosman and others and Union des associations européennes de football (UEFA) v Jean-Marc Bosman*. ECLI:EU:C:1995:463.
- FAZ.net (2015). *Bestenliste des TV-Sports. Fußball, Fußball – und Fußball*. <http://www.faz.net/-gtl-8bu3u> [03.08.2016].
- Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (2014). *Transfer Trends Revealed in FIFA TMS* <http://www.fifa.com/aboutfifa/organisation/news/newsid=2266864/> [29.07.2016].
- Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (2015a). *Regulations on the Status and Transfer of Players*. http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/regulations_on_the_status_and_transfer_of_players_en_33410.pdf [29.07.2016].
- Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (2015b). *International Transfers Break \$4bn Mark – FIFA TMS Annual Report*. <http://www.fifa.com/about-fifa/news/y=2015/m=1/news=international-transfers-break-4bn-mark-fifa-tms-annual-report-2512285.html> [29.07.2016].
- FIFA TMS (2012). *Halbjahresanalyse des internationalen Transfermarkts*. <http://de.fifa.com/mm/document/affederation/footballgovernance/01/66/60/74/mid-yearreport2012-g.pdf> [29.07.2016].
- FIFA TMS (2015). *Big 5. Market Insights: 2014/15 Leagues Comparison*. Zürich: FIFA TMS
- Fischer, C. (2005). Sportjournalismus. In S. Weischenberg, H. J. Kleinstuber & B. Pörksen (Hrsg.), *Handbuch Journalismus und Medien* (S. 433-436). Konstanz: UVK.
- Franzke, R. (4. Juli 2016). Quotenrenner EM. *Kicker*, S. 80-81
- Früh, W. & Wirth, W. (1997). Positives und negatives Infotainment. Zur Rezeption unterhaltsam aufbereiteter TV-Informationen. In G. Bentele & M. Haller (Hrsg.), *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen* (S. 367-381). Konstanz: UVK Medien.
- Gebauer, G. (2013). Vom „Proletensport“ zum „Kulturgut“. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 63 (27-28), 8-14.
- Gleich, U. (2000). Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. *Media Perspektiven* (11), 511-516.
- Gleich, U. (2016). Wirkung von Sonderwerbeformen in Fernsehen, Radio und Print. In G. Siegert, W. Wirth, P. Weber & J. A. Lischka (Hrsg.), *Handbuch Werbeforschung* (S. 353-371). Wiesbaden: Springer VS.
- Gödecke, C. (24. Juni 2015). Rekordtransfer Firmino: Der Image-Wechsel. *Spiegel*. <http://www.spiegel.de/sport/fussball/roberto-firmino-hoffenheim-kassiert-41-millionen-euro-von-liverpool-a-1040514.html> [29.07.2016].
- Grimmer, C. G. (2014). *Kooperation oder Kontrolle? Eine empirische Untersuchung zum Spannungsverhältnis von Presseprechern in der Fußball-Bundesliga und Journalisten*. Köln: Herbert von Halem.
- Grimmer, C. G. & Horky, T. (2011). Schafft sich der Sportjournalismus ab? *Fachjournalist*, 11 (3), 4-8.

- Grimmer, C. G., Horky, T. & Winkler, S. (2016). *Fußball satt! Eine Analyse zu Fußballübertragungen im Fernsehen*. <http://www.fachjournalist.de/fussball-satt-aber-was-laeuft-da-eigentlich-eine-analyse-zu-fussball-uebertragungen-im-fernsehen/?platform=hootsuite> [02.08.2016].
- Handelsblatt (23. April 2013). *Wegen Götze-Wechsel: BVB-Aktie im Abseits*. <http://www.handelsblatt.com/finanzen/aktien/aktien-im-fokus/wegen-goetze-wechsel-bvb-aktie-im-abseits/8111746.html> [29.07.2016].
- Havemann, N. (2013a). *Samstags um halb 4. Die Geschichte der Fußballbundesliga*. München: Siedler.
- Havemann, N. (2013b). Die Bundesliga als Objekt wirtschafts- und kulturgeschichtlicher Betrachtung. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 63 (27-28), 21-27.
- Hiete, T. (26. August 2015). Kevin De Bruyne wechselt zu Manchester City. *Kicker*. http://www.kicker.de/news/fussball/bundesliga/startseite/633663/artikel_kevin-de-bruyne-wechselt-zu-manchester-city.html [29.07.2016].
- Horky, T. & Nieland, J.-U. (2011). *Sportberichterstattung in deutschen Printmedien*. Journalistik Journal, 14 (2), 32-33.
- Horky, T. & Nieland, J.-U. (2014). Männerdomäne Sportjournalismus. *Message – Internationale Zeitschrift für Journalismus* (1), 78-82.
- Horky, T. & Nieland, J.-U. (Hrsg.) (2013). *International Sports Press Survey 2011. Quantity and Quality of Sports Reporting*. Norderstedt: Books on Demand.
- Institut für Demoskopie Allensbach (IfD) (2011). *FC Bayern München vor Schalke 04 und Borussia Dortmund*. http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/prd_1103.pdf [02.08.2016].
- Institut für Demoskopie Allensbach (IfD) (2012). *Das Interesse an den 18 Bundesliga-Vereinen*. http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/prd_1205.pdf [02.08.2016].
- Institut für Demoskopie Allensbach (IfD) (2014). *Pressefreiheit in Deutschland: Einflussnahmen von außen auf die journalistische Arbeit*. http://www.stiftervereinigung.de/downloads/Einflussnahmen%20auf%20journalistische%20Arbeit_Summary.pdf [02.08.2016].
- Institut für Demoskopie Allensbach (IfD). (2015). *Bundesligavereine in der Pflicht*. http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/KB_2015_01.pdf [02.08.2016].
- Jungnickel, K. (2011). Nachrichtenqualität aus Nutzersicht. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 59 (3), 360-378.
- Kamp, H.-C. (2009). Sport in der Tageszeitung. In T. Horky, T. Schauerte, J. Schwier & DFJV (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 125-153). Konstanz: UVK.
- Kepplinger, H. M. (2001). Der Ereignisbegriff in der Publizistikwissenschaft. *Publizistik*, 46 (2), 117-139.
- Kleinjohann, M. (2009). Sportzeitschriften. In T. Horky, T. Schauerte, J. Schwier & DFJV (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 155-169). Konstanz: UVK.
- Kneer, C. (1. August 2015). Believe me, Bayern. Pep Guardiola in München. *Süddeutsche Zeitung*. <http://www.sueddeutsche.de/sport/pep-guardiola-in-muenchen-believe-me-bayern-1.2590419> [29.07.2016].
- Landerer, N. (2013). Rethinking the logics: A conceptual framework for the mediatization of politics. *Communication Theory*, 23 (3), 239-258.
- Loosen, W. (1998). *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Loosen, W. (2001). „Das wird alles von den Medien hochsterilisiert“. Themenkarrieren und Konjunkturkurven der Sportberichterstattung. In G. Roters, W. Klingler & M. Gerhards (Hrsg.), *Sport und Sportrezeption* (S. 133-147). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Loosen, W. & Ravenstein, M. (2000). Sportberichterstattung im Fokus der Nachrichtenwertforschung. Fußball-WM '98 und Sport in der Printmedienberichterstattung. In A. Schorr (Hrsg.), *Ergebnisse der Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 191-204). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Lünenborg, M. (2012). Qualität in der Krise? *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 62 (29-31), 3-8.
- Mazzoleni, G. & Splendore, S. (2015). Media Logic. *Oxford Bibliographies* (online), doi: 10/bnbv.

- McChesney, R. W. (1989). *Media Made Sport: A History of Sports Coverage in the United States*. In L. A. Wenner (Hrsg.), *Media, Sports & Society* (S. 49-69). Newbury Park: Sage Publications.
- Meedia (2015). *TV-Quoten*. <http://meedia.de/tv-quoten/> [29.07.2016].
- Meier, H. E. & Hagenah, J. (2016). „Fußballisierung“ im deutschen Fernsehen? Eine Untersuchung zum Wandel von Angebot und Nachfrage bei den wichtigsten Free TV-Sendern. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64 (1), 12-35.
- Merten, K. (2009). Zur Theorie des Gerüchts. *Publizistik*, 54 (1), 15-42.
- Meuren, D. (14. Oktober 2015). Königsblaue Gerüchte um Heidel. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball/bundesliga/koenigsblaue-geruechte-um-mai-nz-05-manager-heidel-13856527.html> [29.07.2016].
- Meyen, M. (2014a). Medialisierung des deutschen Spitzfußballs. Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62 (3), 377-394.
- Meyen, M. (2014b). Theorie der Medialisierung. Eine Erwiderung auf Anne M. Theis-Berglmair. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62 (4), 645-655.
- Meyen, M. (2015). Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit. Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Handlungslogik der Massenmedien. *Publizistik*, 60 (1), 21-39.
- Mickler, W. (2014). Interview mit dem Sportpsychologen über sein Medientraining für Bundesligatrainer. <http://www.zeit.de/sport/2014-05/medienkompetenz-guardiola-klopp-pokalfinale> [02.08.2016].
- Mittag, J. & Ismar, G. (2004). „Fußballisierung“? Wechselwirkungen von Politik und Fußball in der Mediengesellschaft. In J.-U. Nieland & K. Kamps (Hrsg.), *Politikdarstellung und Unterhaltungskultur: zum Wandel der politischen Kommunikation* (S.164-192). Köln: Herbert von Halem.
- Porlezza, C., Ruß-Mohl, S. & Zanichelli, M. (2011). Fehler über Fehler...Berichterstattung und Corrections Management in Tageszeitungen im internationalen Vergleich. In J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hrsg.), *Medieninnovationen* (S. 83-100). Konstanz: UVK.
- Pöttker, H. (2013). Öffentlichkeit oder Moral? Über den inneren Widerspruch des journalistischen Berufsethos am Beispiel des deutschen Pressekodex. *Publizistik*, 58 (2), 121-139.
- Rabe, T., & Thielen, J. (2015). *Von 1963 bis heute: Rekordtransfers der Bundesliga*. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/menschen-wirtschaft/die-folgen-des-bosman-urteils-im-fussball-transfersgeschaef-13966870.html> [03.08.2016].
- Richter, A. (2009). Sportnachrichten von Agenturen. In T. Horky, T. Schauerte, J. Schwier & DFJV (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 119-124). Konstanz: UVK.
- Rühle, A. (2013). Sportprofile im deutschen Fernsehen 2002 bis 2012. *Media Perspektiven* (9), 423-440.
- Rühle, A. (2015). Fußballprofile im deutschen Fernsehen. *Media Perspektiven* (1), 8-16.
- Ruß-Mohl, S. (2005). Qualität. In S. Weischenberg, H. J. Kleinsteuber & B. Pörksen (Hrsg.), *Handbuch Journalismus und Medien* (S. 374-381). Konstanz: UVK.
- Sanderson, J. & Kassing, J. W. (2014). New Media and the Evolution of Fan-Athlete Interaction. In A. C. Billings & M. Hardin (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Sport and New Media* (S. 247-270). New York: Routledge.
- Schäfer-Hock, C. (im Erscheinen). Stefan Kießlings Phantomtor und die Zunahme gesellschaftlicher Überwachung. Vorschlag für eine Intensivierungsspirale auf Grundlage eines Mehrebenenmodells der Öffentlichkeit. In C. G. Grimmer (Hrsg.), *Der Einsatz sozialer Medien im Sport*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schaffrath, M. (2012). *Sport-PR als Beruf: empirische Studie zum Aufgaben- und Anforderungsprofil von Pressesprechern im Sport*. Berlin: LIT.
- Schauerte, T. (2004). Die Entwicklung des Verhältnisses zwischen Sport und Medien. In T. Schauerte & J. Schwier (Hrsg.), *Die Ökonomie des Sports in den Medien* (S. 84-104). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schierl, T. (2004). Ökonomische Aspekte der Sportberichterstattung. Mögliche Strategien der ökonomisch motivierten Medialisierung des Sports. In T. Schauerte & J. Schwier (Hrsg.), *Die Ökonomie des Sports in den Medien* (S. 105-126). Köln: Herbert von Halem Verlag.

- Schröder, J. (14. Juli 2014). 34,65 Mio.: Deutscher WM-Sieg holt Quote für die Ewigkeit. *Meedia*. <http://meedia.de/2014/07/14/3465-mio-deutscher-wm-sieg-holt-quote-fuer-die-ewigkeit/> [29.07.2016].
- Schröder, J. (9. Juni 2015). IVW: Mobile boomt weiter, Bunte.de setzt Siegeszug fort, Heftig verliert erneut. *Meedia*. <http://meedia.de/2015/06/09/ivw-mobile-boomt-weiter-bunte-de-setzt-siegeszug-fort-heftig-verliert-erneut/> [29.07.2016].
- Schwier, J. & Schauerte, T. (2009). Wechselseitige Abhängigkeit von Sportjournalisten und Sportlern. In H. Schramm & M. Marr (Hrsg.), *Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien* (S. 58-73), Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Stöber, R. (2009). Das halte ich für ein Gerücht. *Publizistik*, 54 (3), 431-435.
- Transfermarkt.de (2016). 1. Bundesliga. <http://www.transfermarkt.de/1-bundesliga/transfers/wettbewerb/L1> [03.08.2016].
- Urban, J. & Schweiger, W. (2014). News Quality from the Recipients' Perspective. *Journalism Studies*, 15 (6), 821-840.
- Vöpel, H. (2013). Wirtschaftsmacht Bundesliga. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 63 (27-28), 27-34.
- Vöpel, H. & Quitzau, J. (2009). *Wirtschaftsfaktor Fußball*. Hamburg: Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut.
- Weiß, O. & Norden, G. (2013). *Einführung in die Sportsoziologie*. Münster: Waxmann Verlag.
- Wellbrock, C.-M. & Klein, K. (2014). Journalistische Qualität – eine empirische Untersuchung des Konstrukt mithilfe der Concept Map Methode. *Publizistik*, 59 (4), 387-410.
- Wenner, L. A. (1998). Playing the Media Sport Game. In L. A. Wenner (Hrsg.), *Media Sport* (S. 3-13). London: Routledge.
- Wilke, J. (1999). Leitmedien und Zielgruppenorgane. In J. Wilke (Hrsg.), *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland* (S. 302-329). Bonn: BpB.
- Wolff, V. (2006). *ABC des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus*. Konstanz: UVK.
- Zeit Online (3. Juli 2015). DFL plant auch Montagsspiele <http://www.zeit.de/sport/2015-07/dfl-bundesliga-spielplan-anstosszeiten-montagsspiel> [29.07.2016].
- Zeyringer, K. (2014). *Fußball. Eine Kulturgeschichte*. Frankfurt: S. Fischer Verlag.