

# Kompetenzprobleme wegen Komplexität

Wissensdefizite von Sportjournalisten beim Thema Doping

Michael Schaffrath / Fabian Kautz / Thorsten Schulz

*Doping gehört zu den größten negativen Begleiterscheinungen des Spitzensports. Auch die Art, wie Sportjournalisten über das Thema Doping berichten oder eben nicht berichten, gerät immer wieder in den Fokus der Kritik, und zwar nicht nur von betroffenen Athleten, Trainern oder externen Beobachtern, sondern auch von den Berufsangehörigen selber. Die Studie beschäftigt sich mit Einstellungen und Wissen von Sportjournalisten in Deutschland zum Thema Doping und Dopingberichterstattung. Hierzu wurde eine Online-Befragung bei den Mitgliedern des Verbandes Deutscher Sportjournalisten (VDS) sowie des Sportnetzwerkes durchgeführt. Von 3.170 angeschriebenen Sportjournalisten nahmen 850 an der Befragung teil. Die Ergebnisse belegen u. a. die subjektive Einschätzung vieler Befragter, sich bzgl. des Themas Doping nicht für „kompetent“ oder „adäquat ausgebildet“ zu halten. Dementsprechend können objektivierbare Wissensdefizite bei einer Vielzahl von Sportjournalisten festgestellt werden. Korrelationsanalysen zeigen zudem, dass solche Defizite signifikant mit der „Berichterstattungsintensität“, mit dem „formalen Bildungsgrad“ oder auch mit dem „Besuch von Fortbildungsveranstaltungen zum Thema Doping“ zusammenhängen.*

**Schlagwörter:** Sport, Sportjournalismus, Doping, Dopingberichterstattung, Online-Befragung, VDS, NADA

## 1. Einleitung

In der Mai-Ausgabe 2015 des Verbandsorgans „Sportjournalist“ übt Werner Franke, Professor für Zell- und Molekularbiologie am Deutschen Krebsforschungszentrum in Heidelberg, massive Kritik an der medialen Berichterstattung über Doping. Für den international anerkannten Doping-Experten Franke betreiben Sportjournalisten sogar „Betrug am Volk“ und haben bisher „im Anti-Doping-Kampf wenig beigetragen“ (zit. nach Werner 2015: 18). „Wenn ich den Beruf Journalist habe, habe ich doch die verdammt Verpflichtung, Dinge in meinem Themengebiet wahrheitsgemäß und lückenlos darzustellen und aufzudecken“, fordert Franke (ebd.). Stattdessen „jubilten“ sich die Sportjournalisten „einen ab“ (ebd.). Innerhalb der Gattung Sportjournalist ist das Individuum, das kritisch hinterfragt und die reine Wahrheit sucht, vom Aussterben bedroht“ (ebd.).

Eine solche Verurteilung der kompletten Profession erscheint bereits durch ihre Pauschalisierung unangemessen, weil diese Kollektiv-Kritik auch jene desavouiert, die sich seit Jahren intensiv um Aufklärung bemühen. Dazu gehört sicher die 2007 eingerichtete und mit verschiedenen Medienpreisen ausgezeichnete ARD-Doping-Redaktion um Hajo Seppelt, die mit der Dokumentation „Geheimsache Doping – wie Russland seine Sieger macht“ im Dezember 2014 und unter dem Titel „Russlands Täuschungsmanöver“ im März 2016 eklatante Missstände in der russischen Leichtathletik aufgedeckt hatte. Im April 2016 berichtete diese Redaktion gemeinsam mit der englischen Zeitung *Sunday Times* über 150 britische Topsportler, die sich mutmaßlich vom Londoner Gynäkologen Mark Bonar haben dopen lassen. Auch die *Süddeutsche Zeitung* oder *Der Spiegel* haben in den vergangenen Jahren immer wieder wertvolle Beiträge über Do-

pingfälle geleistet. Trotz dieser bemerkenswerten Einzelbeispiele konstatieren Ihle/Nie-land im Jahr 2013: „Der Sportjournalismus hat sich in der Vergangenheit vergleichsweise wenig mit der Dopingproblematik beschäftigt“ (2013: 156). Auch Schauerte/Schwier meinten noch im vergangenen Jahr: Das eigentlich omnipräsente Thema Doping wird von den Medien „eher konsequent ausgeblendet“ (2015: 234). Empirische Daten zur Frage, wie viele Sportjournalisten, wie oft über Doping berichtet, liegen bislang nicht vor. Deshalb wird in dem vorliegenden Aufsatz u. a. versucht, die Einschätzungen der „wenigen Beschäftigung“ oder der „konsequenten Ausblendung“ zu quantifizieren.

## 2. Erklärungsversuche für mediale Ignoranz

Die Gründe für mediale Selektivität oder gar journalistische Ignoranz sind vielzählig und vielfältig. Deshalb können hier nur einige ausgewählte Aspekte – sozusagen als wichtige Rahmenfaktoren – kurz angesprochen werden.

*Kostendruck:* Die Entscheidung darüber, in welcher Form, in welchem Umfang und wie tiefgründig über den Spitzensport berichtet werden kann, wird im Sportjournalismus immer stärker von ökonomischen Rahmenbedingungen beeinflusst. Der inter- wie intramediale Wettbewerb hat den Kostendruck in den Redaktionen verschärft. Ein Mittel, steigenden Kosten zu begegnen, liegt in der Rationalisierung der Produktion, was oft zum Personalabbau führt. Die Zusammenlegung von Redaktionen und Stellenstreichungen haben auch den Sportjournalismus erfasst. Immer häufiger muss die Umsetzung journalistischer Ansprüche vor dem Hintergrund von Kosten-Nutzen-Berechnungen „durchkalkuliert“ werden (vgl. Schaffrath 2006: 83-87; Form/Paniczek 2015: 257). Da die Aufdeckung von Dopingskandalen personal- und damit kostenintensiv ist, mag hier ein Erklärungsansatz liegen, warum viele Sportredaktionen das Thema kaum berücksichtigen. Im TV-Bereich ergibt sich unter dem Stichwort „Kosten“ noch ein zusätzliches Problem. Die im medialen Konkurrenzkampf gestiegene Nachfrage nach massenattraktiven Programminhalten hat die Kosten für die Übertragungsrechte von populären Spitzensportereignissen derart erhöht, dass bei der Vermarktung teuer eingekaufter Rechte Kritisches kontraproduktiv sein kann. Dies illustriert ein Zitat des ehemaligen ZDF-Sportredakteurs Michael Palme: „Wir sind abhängig von der Ware, für die wir viel bezahlen und die wir nicht auseinanderhebeln können“ (zitiert nach Klawitter/Rosenbach/Wulzinger 2002: 70). TV-Sportjournalisten begreifen sich immer stärker auch als „kostenbewusste Informationsunternehmer“ und „Vermarkter, die ein Produkt gewinnbringend absetzen müssen“ (vgl. Schaffrath 2010: 262).

*Zeitdruck:* „Zeit“ ist ein wichtiger Wettbewerbsfaktor, der über Erfolg und Misserfolg von Medien entscheidet. Weil inhaltliche Exklusivität aufgrund der Vielzahl der Anbieter kaum noch hergestellt werden kann, wird zeitliche Exklusivität wichtiger. Bei einer zunehmend aktualitätsorientierten oder gar live-fixierten Ereignisberichterstattung bleibt immer weniger Zeit für Hintergründiges sowie für kritische Einordnungen und Bewertungen. Dopingberichterstattung erfordert aber nicht Schnelligkeit, sondern Genauigkeit, kein oberflächliches Anteaern, sondern eine gründliche Auseinandersetzung. Recherchen zu Doping, „in dem ein Kartell des Schweigens regiert“ (Schauerte/Schwier 2015: 238), sind „ein langwieriger Prozess. Redaktionen räumen einem Journalisten dafür immer weniger Zeit ein“ (Form/Paniczek 2015: 258). Dass Sportjournalisten immer weniger Zeit für Recherchen bleibt, ist empirisch belegt (vgl. Kolb 2009: 53; Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 79-81, 270).

*Publikumsorientierung:* Der Konkurrenzkampf der Medien ist im Wesentlichen ein Kampf um das Publikum. Daher ist die Berücksichtigung des Publikumsinteresses von großer Bedeutung. Neben dem originären Informationsaspekt prononcieren die Medien

also aufgrund ihrer Publikumsorientierung die Unterhaltungsfunktion des Spitzensports. Ihle/Nieland sprechen von der „Doppelnatur“, die der „Sport als Medieninhalt“ besitze (2013: 158). Da der Spitzensport prinzipiell als Unterhaltungsfeld wahrgenommen wird, das sich am besten unbelastet von negativen Konnotationen genießen lässt, stellen Dopingkandale eine Bedrohung medialer Vermarktungsinteressen dar (vgl. Bette/Schimank 2006a: 30). „Denn Betrug im Sport stört die Dramaturgie des schönen Scheins und schreckt viele Zuschauer ab. Wenn die Medien demnach zu kritisch und zu häufig über Doping berichten, stehen sie in Gefahr, einen Teil ihres Publikums zu verlieren“ (ebd.). Die publizistische Dopingaufklärung steckt gewissermaßen in einer Art „Unterhaltungsfalle“ (Ihle/Nieland 2013: 165). Dieser „Unterhaltungsfalle“ können Sportjournalisten auch deshalb nur schwer entkommen, weil viele die Unterhaltungsfunktion nach ihrem eigenen Rollenselbstverständnis akzeptiert haben.

*Rollenselbstverständnis:* Die steigende, am Massengeschmack des Publikums ausgerichtete Entertainisierung der Sportberichterstattung hat das Rollenselbstverständnis von Sportjournalisten verändert. Die nationale empirische Sportkommunikatorforschung der letzten 40 Jahre (vgl. chronologisch vor allem: Weischenberg 1976, 1994; Görner 1995; Ehl/Fey 2004; Weischenberg/Malik/Scholl 2006; Thielemann 2008; Kolb 2009; Schaffrath 2010; Hauer 2012; Helm 2013) hat eine Reihe von Belegen für drei „übergeordnete Trends“<sup>1</sup> ergeben. Erstens unterscheidet sich das Rollenbild von Sportjournalisten zum Teil erheblich vom Berufsverständnis anderer Journalisten. So ist z. B. das Ziel, „Unterhaltung und Entspannung zu bieten“, bei Sportjournalisten sehr viel stärker ausgeprägt als bei den Kollegen anderer Ressorts<sup>2</sup>. Zweitens hat sich die Akzeptanz der Unterhalterrolle bei Sportjournalisten seit den 70er Jahren deutlich erhöht. Spätestens seit den 90er Jahren wird die Unterhaltungsfunktion – hinter der stets auf Platz 1 liegenden Informationsfunktion – zum zweitwichtigsten Berufsmotiv erklärt. Drittens ist der Anspruch, Missstände zu kritisieren, bei Sportjournalisten ziemlich zurückgegangen. Da dieser letztgenannte Trend für das Thema Dopingaufklärung als besonders relevant eingestuft wird, sollen einige ausgewählte Daten die Erosion der Kritikerrolle dokumentieren. Die drei Umfragen mit den größten Fallzahlen<sup>3</sup> zeigen bezüglich der Kritikerrolle einen klaren Abwärtstrend: 1993 gaben noch 83 Prozent der Sportjournalisten an, dass es in ihrem Beruf darum gehe, „Kritik an Missständen zu üben“ (vgl. Görner 1995: 246), im Jahr 2004 waren es dann 72,4 Prozent (vgl. Ehl/Fey 2004: 100) und 2010 nur noch 68,8 Prozent (Helm 2013: 182).<sup>4</sup>

1 Die aufgrund unterschiedlicher methodischer Herangehensweisen (z. B. mündliche versus schriftliche Befragungen, Telefoninterviews, Online-Befragungen), divergierender Fallzahlen (zwischen 32 und 1.708) oder auch wegen verschiedener Stichprobenzusammensetzungen (alle Mediengattungen, nur Presse oder nur TV) auftretenden Unterschiede sollen hier vernachlässigt werden.

2 Je nach Sportjournalistenstudie liegt der Wert für die Zustimmung der Unterhalterfunktion zwischen 69 und 79 % (vgl. Weischenberg 1994: 445, Görner 1995: 246, Ehl/Fey 2004: 100, Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 278 und Schaffrath 2010: 260). Demgegenüber liegen die Werte bei Journalisten anderer Ressorts deutlich darunter: Politikjournalisten 24 %, Wirtschaftsjournalisten 11 %, Kulturjournalisten 44 % und Lokaljournalisten 27 % (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 284).

3 Görner 1995: 1.708 Befragte, Ehl/Fey 2004: 701 Befragte und Helm 2013: 966 Befragte.

4 Weischenberg 1994 und Weischenberg/Malik/Scholl 2006 kommen bei zwei Studien mit deutlich kleineren Fallzahlen auf noch geringere Werte, und zwar von 49,5 % (Weischenberg 1994: 445) bzw. 53,0 % (Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 278).

Da Skandale gesellschaftliche Missstände evident machen, gehört die Berichterstattung über und auch die Kritik an Skandalen zu den konstitutiven Funktionen der Medien, was die Mehrzahl der Journalisten auch so sieht (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 106). „Die Tatsache, dass das Berufsverständnis der Sportjournalisten von dieser (normativen) Ausrichtung abweicht, erschwert es, einen Ausweg aus der Dopingfalle zu finden“ (Ihle/Nieland 2013: 167).

*Abhängigkeit und Nähe:* Das „Besondere“ und zugleich „Kritikwürdige“ an der „engeren Schicksalsgemeinschaft“ (vgl. Bette/Schimank 2006b: 113) von Medien und Sport ist, dass eine Vielzahl „kohärenter“, „interdependenter“ und bisweilen „symbiotischer“ Beziehungen entstanden sind, die vor dem Hintergrund beidseitiger kommerzieller Interessen immer undurchsichtiger werden (vgl. Schaffrath 2016: 699). Der SZ-Journalist Hans Leyendecker spricht in diesem Zusammenhang von „klebriger Nähe“, die in dieser Form „in keinem anderen Journalismusbereich“ anzutreffen sei (2006: 231). „Man kennt sich. Man duzt sich. Man schätzt sich“ (Leyendecker 2009: 307). Persönliche Nähe erschwert Kritik und Kontrolle. Dementsprechend liest sich das „Geständnis“ von Hartmut Scherzer, einem der profiliertesten Print-Journalisten in Deutschland, in der Wochenzeitung *Die Zeit* im Jahr 2007: Unter dem Titel „Ich wusste Bescheid“ gab Scherzer zu, seit mehr als 30 Jahren belastbare Kenntnisse über Dopingpraktiken im Radsport gehabt, aber schließlich doch verschwiegen zu haben (zit. nach Uhrig 2007: 6-7). Dass Scherzer vermutlich nicht der einzige Sportjournalist war und ist, der so manchen Duz-Kumpel aus dem Spitzensport nicht kritisch hinterfragen wollte und will, deuten empirische Ergebnisse an. So ist der Anteil der Sportjournalisten, die ihr Verhältnis zu Sportlern als „kritisch/kontrollierend“ beschreiben, in den letzten 20 Jahren gesunken: von 19,3 Prozent im Jahr 1993 über 16,5 Prozent 2004 auf nur noch 13,3 Prozent im Jahr 2010 (vgl. Helm 2013: 276).

Neben persönlichen Nähen haben auch korporative Verbundenheiten, wie etwa das Radsport-Sponsoring der ARD beim Team Deutsche Telekom, zu Ignoranz und „tollsten Entgleisungen“ (Leyendecker 2009: 310) geführt. „Legendar etwa das Bekenntnis des ehemaligen ARD-Sportkoordinators Hagen Boßdorf: ‚Sagt die Telekom, es gibt keinen Dopingfall, dann gibt es auch keinen Dopingfall für die ARD‘“ (ebd.).

Kostendruck, Zeitdruck, Publikumsorientierung, Rollenselbstverständnis und Nähe sind plausible, aber sicher nicht ausschließliche Erklärungsfaktoren für eine gewisse mediale Abstinenz beim Thema Doping. Die Frage, ob sich Sportjournalisten auch deshalb nicht mit dem Thema Doping auseinandersetzen wollen bzw. können, weil sie sich subjektiv nicht kompetent genug fühlen oder tatsächlich zu wenig darüber wissen, ist empirisch bislang nicht untersucht worden. Genau hier liegen die wichtigen Ansatzpunkte für die vorliegende Studie. Vereinzelte Hinweise darauf kommen aus dem Sportjournalismus selbst. So moniert beispielsweise der ehemalige Sportchef der *Süddeutschen Zeitung*, Michael Gernandt, den fehlenden „Zugang zum Handwerklichen des schwierigen Anti-Doping-Komplexes: ein Manko, das die Distanz zur Berichterstattung über den pharmakologischen Betrug nicht schrumpfen lässt“ (Gernandt 2013: 6). Und Hajo Sepelt von der ARD attestiert „Empörungsrituale“ und ganz explizit sogar „Wissensdefizite“ (zit. nach Blaschke 2013: 24).

Gibt es solche Wissensdefizite tatsächlich? Wie weit sind diese verbreitet? Wie kompetent schätzen sich Sportjournalisten selbst beim Thema Doping ein? Diesen und anderen Fragen wurde im Rahmen der Studie „Wissen und Einstellungen von Sportjournalisten in Deutschland zum Thema Doping“ nachgegangen. Das Projekt wurde vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft gefördert, von der Nationalen Anti-Doping Agentur (NADA) unterstützt und in Kooperation mit dem Verband Deutscher Sportjour-

nalisten (VDS) durchgeführt. Einige zentrale Ergebnisse aus dem Gesamtprojekt zum Aspekt „Wissen“ bilden die Grundlage für diesen Beitrag.

### 3. Forschungsstand und Forschungsfragen

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema Doping hat sowohl in der Sportwissenschaft, wie jüngere Forschungsaktivitäten und aktuelle Publikationen belegen (siehe diverse Aufsätze in den Sammelbänden von Dresen/Form/Brand 2015 oder Meinelberg/Körner 2013), als auch in der Sport-Kommunikationswissenschaft zugenommen. Neben unveröffentlichten und damit zum Teil schwer zugänglichen Diplom- oder Bachelorarbeiten, auf die hier aus Platzgründen nicht näher eingegangen werden kann, sind quantitative Inhaltsanalysen und deskriptive Medienbeobachtungen national wie international veröffentlicht worden (vgl. chronologisch Philipp 2002; Denham 2007; Ihle/Scharf 2007; Felgenhauer 2008; Schirm/Hartmann-Tews 2011; Denham 2013; Pardo 2013; Spalletta/Ugolini 2014; Starke/Flemming 2015). Auch wenn diese Studien aufgrund unterschiedlicher Designs<sup>5</sup> nur eingeschränkt zu vergleichen sind, lassen sich folgende Kernergebnisse zusammenfassen:

1. Die Dopingberichterstattung ist durch eine hohe Sportarten-Selektivität geprägt. Radsport und Leichtathletik stehen oft an der Spitze. Dies hat Philipp (2002: 74) bereits mit seiner Untersuchung im Jahr 1999 nachgewiesen und zeigt sich auch in der aktuellsten Langzeitstudie von Starke/Flemming (2015: 9): „The most affected sports (...) were cycling (44 %), athletic (26 %), winter sports (9 %), and soccer (5 %).“
2. Zu den wichtigsten Stilmitteln der Dopingberichterstattung gehört Personalisierung. So konstatiert Denham auf der Basis seiner Studie zum Baseball in den USA: „(...) much of the coverage tends to focus on select individuals“ (Denham 2007: 13). Zu einem gleichlautenden Befund kommen Starke/Flemming (2015: 9-10): „Almost all cases referred to individual athletes (...) Within the sports system, athletes (n=102; 28 %) and physicians or physiotherapists (n=93; 25 %) were mostly made responsible for doping, followed by sports associations (n=60; 16 %) and trainers/coaches (n=40; 11 %)“. Schirm/Hartmann-Tews finden zwar auch Indikatoren für Personalisierung bei ihrer Analyse zur Tour de France-Berichterstattung, wie etwa, dass in 78,9 Prozent aller dopingbezogenen 109 Artikel Einzelakteure benannt werden. Trotzdem ziehen sie den überraschenden Schluss, „dass die Personalisierungsthese nur ansatzweise (...) belegt werden kann“ (2011: 41-43).
3. Korrespondierend zur personalisierten Einzelfallorientierung (vgl. Ihle/Scharf 2007: 224) läuft Dopingberichterstattung vor allem skandalorientiert ab (vgl. Bette/Schmank 2006a: 15; Ihle/Nieland 2013: 164). So zeigt beispielsweise die Studie von Den-

5 Es gibt Einzelfallstudien (z. B. Denham 2007; Ihle/Scharf 2007; Schirm/Hartmann-Tews 2011; Pardo 2013) und Längsschnittstudien (z. B. Philipp 2002; Starke/Flemming 2015). Die Anzahl untersuchter Artikel variiert stark und liegt im Spektrum von 90 (Ihle/Scharf 2007) bis zu 754 (Starke/Flemming 2015). Mal werden Großsportereignisse, wie z. B. die Tour de France (Ihle/Scharf 2007; Schirm/Hartmann-Tews 2011), oder einzelne Dopingskandale (Felgenhauer 2008; Spalletta/Ugolini 2014) untersucht. Wiederholt geht es um Radsport (Ihle/Scharf 2007; Schirm/Hartmann-Tews 2011; Pardo 2013; Spalletta/Ugolini 2014), vereinzelt um andere Sportarten, wie Baseball (Denham 2007), Skilanglauf (Felgenhauer 2008), Leichtathletik (Pardo 2013) oder Reitsport (Denham 2013). Fast alle Inhaltsanalysen untersuchen überregionale Qualitätszeitungen. Nur bei Ihle/Scharf (2007) lassen sich darüber hinaus noch wenige Ergebnisse zur TV-Berichterstattung finden.

ham (2007: 13): „Much of the coverage (...) positioning them (*athletes, M.S.*) as morally inferior to others and willing to cheat the system to excel in sport“. Schirm/Hartmann-Tews formulieren: „Der Skandalisierungseffekt im Zusammenhang mit der Dopingberichterstattung ist hingegen deutlich. Sobald die Fälle bekannt werden, wird ausführlich über den Überführungshergang der Betroffenen berichtet“, wobei „einzelne Sportler erstmal als alleinige Täter“ dargestellt werden (2011: 43).

4. Ein Problem der Dopingberichterstattung besteht darin, dass sich die Massenmedien nicht „als Mitverursacher des Dopingproblems“ sehen, „obwohl sie in der Verwertungskette spitzensportlichen Handelns von zentraler Bedeutung sind“ (Bette 2008: 10). In der aktuellsten Inhaltsanalyse zu drei deutschen Qualitätszeitungen finden Starke/Flemming entsprechende Hinweise auf „blinde Flecken“ im Sportjournalismus: „Only 14 (3 %) of 482 causal responsibilities were directed to journalists or the media in general (...). Consequently, with regard to treatment responsibility, 17 (5 %) of the 366 attributions were addressed toward the media“ (Starke/Flemming 2015: 12). Diese geringen Prozentwerte führen die Autoren zu dem Fazit: „We conclude that the media do not discuss and reflect on their own role within PED (*Performance Enhancing Drugs, M.S.*) use in sports. Causal and treatment responsibilities are rarely attributed towards the media, which, consequently, do not see themselves as part of doping problem. This study finds some indications for a blind spot of journalism“ (Starke/Flemming 2015: 13).

Neben diesen inhaltsanalytischen Studien liegen noch drei Befragungen von Sportjournalisten zum Thema Doping vor, die hier relevant sind: die Diplomarbeit von Mikus 2009, außerdem ein im *Sociology of Sport Journal* publizierter Aufsatz von Sefiha 2010 sowie die Publikation von Kautz 2011. Alle drei Studien wurden mit der Methode des anonymisierten Tiefeninterviews bzw. Leitfadengesprächs durchgeführt. Die Fallzahlen sind – gemäß der gewählten Methode – natürlich gering: Mikus (2009: 46-47) befragte sieben Sportjournalisten<sup>6</sup>, die regelmäßig über die Tour de France berichten. Sefiha (2010: 206) interviewte 13 Radsport-Printjournalisten<sup>7</sup>. Kautz (2011: 70-76) befragte 16 Sportjournalisten, die von ihm zuvor als „wichtige Dopingjournalisten“ in Deutschland eingestuft wurden und aus verschiedenen Medienbereichen stammten<sup>8</sup>. Neben der ähnlichen Methodik und den vergleichbaren Fallzahlen gibt es Übereinstimmungen bei den Untersuchungsschwerpunkten. Es geht vor allem um Einschätzungen der Befragten zu folgenden Themen: „Arbeitsmethoden und Arbeitsbedingungen“, „Kritik- und Kontrollfunktion“, „Chancen für investigativen Sportjournalismus“ versus „redaktionelle Realitäten“, „ökonomische Zwänge“, außerdem zum „Verhältnis der Sportjournalisten zu Spitzensportakteuren und daraus resultierende Einflüsse auf die Dopingberichterstattung“, sowie zur Frage „Generalverdacht oder Unschuldsumutung?“.

Die hier wichtigen Aspekte „Wissen“ und „Kompetenz“ von Sportjournalisten bzgl. Doping wurden von Mikus (2009) gar nicht thematisiert. Bei Sefiha (2010) und Kautz (2011) lassen sich zumindest vereinzelte Einschätzungen hierzu finden. So moniert z. B. ein Redakteur in der Kautz-Studie: „Also das Eine ist, dass viel zu viele Leute über Doping berichten, die überhaupt keine Ahnung haben (...). Also, es ist zu viel Inkompetenz unterwegs in dem Bereich, weil man halt sehr schnell eine gute Nachricht haben

6 Diese kamen aus den Bereichen öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Tageszeitungen.

7 Elf amerikanische und, wie der Autor schreibt „for an additional perspective“, noch zwei belgische Radsport-Printjournalisten.

8 Öffentlich-rechtliches Radio und Fernsehen sowie Qualitäts-, Regional- und Boulevardzeitungen.



kann und eine gute Geschichte. Aber (...) es gibt zu wenige Leute, die wirklich genau wissen, was Sache ist“ (N.N. zitiert nach Kautz 2011: 132). Unisono meint ein anderer, „(...) dass es keine Thematik gibt, in der sich so viele Leute und Menschen und Kollegen äußern, die so wenig Ahnung haben von der Materie. Das ist gefährlich“ (N.N. zitiert nach ebd.). Kautz kommt zu dem Fazit, dass „ein Großteil“ der von ihm befragten 16 Sportjournalisten die Ansicht äußerten, „Kenntnisdefizite“ und „Wissenslücken“ seien beim Thema Doping durchaus im Sportjournalismus aufzufinden (2011: 168-169). Einschätzungen darüber, wie weit verbreitet diese Kompetenzdefizite sind, findet man in der Studie nicht.

Als ein Hauptgrund für Wissenslücken wird die „Komplexität der Doping-Thematik“ genannt. Konkrete Probleme entstünden bei „(...) pharmazeutischen Fachfragen ...[und] sportjuristischen Fachfragen, wenn es vor den CAS, den Sportgerichtshof und so weiter geht. (...) Es gibt Kollegen, die wissen (...) nichts über diesen Bereich“ (N.N. zitiert nach Kautz 2011: 169-170). Ähnliche Einschätzungen ermittelt Sefiha bei seinen Interviews mit amerikanischen Radsportjournalisten: „Nearly every writer expressed a lack of medical und legal knowledge regarding doping tests“ (2010: 210). Solche Wissensdefizite seien mitverantwortlich für die limitierte Dopingberichterstattung: „Perceptions of insufficient legal and medical knowledge (...) blunted the willingness to engage in protracted investigations (...)“ (Sefiha 2010: 214).

Die Diskussion des Forschungsstands zeigt, dass zunächst weder national noch international eine Studie vorliegt, die eine große Anzahl an Sportjournalisten zum Thema Doping befragt. Eine Studie die versucht, die subjektiv wahrgenommene Kompetenz von Sportjournalisten und tatsächlich vorhandene Wissensdefizite bei Sportjournalisten zu quantifizieren, gibt es ebenfalls nicht. Für den hier vorgelegten Beitrag sind daher folgende forschungsleitende Fragen von Interesse:

1. Wie viele Sportjournalisten berichten überhaupt über Doping?
2. Wie beurteilen Sportjournalisten die Dopingberichterstattung in deutschen Massenmedien?
3. Wie schätzen Sportjournalisten ihre eigenen Kenntnisse zum Thema Doping ein?
4. Welches Wissen besitzen Sportjournalisten zum Thema Doping?
5. Gibt es bei Berichterstattungsfrequenz und Wissen mediendeterminierte Unterschiede?

#### 4. Begriffsannäherungen: Qualität, Wissen, Kompetenz

Da es in diesem Beitrag um die Einschätzung von Sportjournalisten zur „Qualität“ der Dopingberichterstattung, um die Beurteilung der eigenen „Kompetenz“ sowie um die Ermittlung von „Wissen“ in Sachen Doping geht, soll im Folgenden versucht werden, diese sehr vieldeutig ausgelegten drei Begriffe kurz zu erläutern.

##### 4.1. Qualität

Seit Anfang der 90er Jahre setzt sich die Kommunikationswissenschaft verstärkt mit dem Thema „Qualität von Medien“ auseinander.<sup>9</sup> Es ist „mehr und mehr gelungen, den Qualitätsbegriff theoretisch als multiperspektivisches Konzept zu fassen und primär für den

<sup>9</sup> International gehören die Publikation von McQuail (1992) und national die Aufsätze von Schatz/Schulz (1992), Ruß-Mohl (1992) und Rager (1994) zu den ersten wichtigen Beiträgen zum Qualitätsdiskurs.

Informationsjournalismus wesentliche Qualitätsstandards zu identifizieren“ (Wyss 2006: 263).<sup>10</sup> Vier theoretische Herangehensweisen sind nach Arnold (2013: 78-82) systematisch zu unterscheiden: eine „werte- und kodexorientierte“ Perspektive, eine „funktional-professionelle“ Perspektive, eine „markt- und publikumsorientierte“ Perspektive sowie „integrative und multiperspektivische Ansätze“. Zur theoretischen Einordnung der Qualität der Dopingberichterstattung sollen die beiden erstgenannten Perspektiven fokussiert werden.

Die „werte- und kodexorientierte“ Perspektive wurde maßgeblich durch McQuail (1992) geprägt, der davon ausgeht, dass auf der Basis öffentlicher Kommunikation normative Bestimmungen hervorgebracht werden, die auf fundamentalen Grundwerten wie „Freiheit“, „Gleichheit“ und „Ordnung“ basieren (vgl. McQuail 1992: 20-28). Schatz und Schulz definieren „Qualität“ als eine Eigenschaft, die bestimmten, aus einem Wertesystem abgeleiteten Normen entspricht (vgl. Schatz/Schulz 1992: 690). Für Arnold (2013) sind drei normative Qualitätsdimensionen wichtig, und zwar „Unabhängigkeit“, „Objektivität“ und „Vielfalt“. Zur Bestimmung der Qualität wäre also konkret zu fragen, wie „unabhängig“ (also unbeeinflusst von Dritten), wie „objektiv“ (verstanden als unparteiisch, unvoreingenommen, distanziert, neutral) und wie „vielfältig“ (hinsichtlich von Sportarten, Personen, Positionen, Quellen) die Berichterstattung über Doping ausfällt.

Im Grundgesetz, den Landespressegesetzen, dem Rundfunkstaatsvertrag sowie den Urteilen des Bundesverfassungsgerichts wird der normative Rahmen für Medien vorgegeben. Darüber hinaus finden sich im Ehrenkodex des Deutschen Presserates sowie in den Leitlinien des Sportjournalismus des Verbandes Deutscher Sportjournalisten (VDS) Vorgaben, die zur Qualitätssicherung im (Sport-)Journalismus und ebenso für die Dopingberichterstattung gelten sollten. Die „Achtung der Wahrheit“ und die „wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit“ werden als „oberste Gebote“ der Presse bezeichnet. „Sorgfalt“ bei der Recherche und der Präsentation von Informationen sowie der „Schutz der Persönlichkeit“ werden angemahnt bis hin zu der Formulierung: „Sportjournalisten/innen setzen sich für einen humanen, von Korruption und Doping freien Sport ein“ (Verband Deutscher Sportjournalisten 2012). Der VDS-Ehrenrat kann bei Verstößen gegen die Satzung z. B. Verwarnungen, Verweise oder den zeitweiligen bzw. dauerhaften Ausschluss aussprechen (Art. 11). Inwieweit solche Sanktionen die Sportjournalisten tatsächlich bei ihrer Dopingberichterstattung beeinflussen, ist bislang nicht geklärt.

Beim „funktional-professionellen“ Ansatz wird der Begriff „Qualität“ aus dem Journalismus selbst heraus begründet (vgl. Arnold 2013: 79). Das Qualitätskriterium Professionalität ist schwer zu operationalisieren, weil die Professionalitätsstandards aus unterschiedlichen Blickwinkeln definiert werden, z. B. durch Journalisten, durch Rezipienten oder von externen Beobachtern, wie etwa Rundfunkräten oder Medienforschern (vgl. Schatz/Schulz 1992: 702). Für die Dopingberichterstattung sollten folgende Qualitätskriterien eine Rolle spielen:

*Faktenreue:* „Faktische Richtigkeit gilt (...) unbestritten als verbindliches Qualitätskriterium“ (Wyss 2002: 262). Es geht darum, „möglichst fehlerfrei und frei von logischen Widersprüchen zu berichten und unterschiedliche Meinungen möglichst unver-

10 Bei der wissenschaftlichen Reflexion des Sportjournalismus ist die Qualitätsdebatte bislang sowohl theoretisch als auch empirisch relativ übersichtlich. Schmalenbach (2014) hat auf Basis von 26 Leitfadeninterviews ein erstes Konzept für die Beurteilung des Print-Sportjournalismus vorgelegt, das trotz einiger Defizite eine ordentliche Grundlage für die weitere Diskussion und für die Betrachtung der Qualität anderer Sportmedien darstellt.



fälscht wiederzugeben“ (Rager 1994: 200). Spekulationen und Hypothesen sind mit dem Qualitätsanspruch der Faktentreue unvereinbar. Dies bedeutet: Im Rahmen der Dopingberichterstattung sind sämtliche Informationen intensiv auf ihre Richtigkeit zu prüfen, Gerüchte und Spekulationen rauszuhalten und als solche auf jeden Fall kenntlich zu machen. Dass dies in der Dopingberichterstattung nicht immer passiert, konnten vereinzelte Inhaltsanalysen zeigen (z. B. Mattis 2011; Huber 2013)<sup>11</sup>. Zur Faktentreue werden auch die korrekte Wiedergabe von Zitaten (vgl. Schmalenbach 2014: 154-160) sowie der Anspruch auf „Vollständigkeit“ (vgl. Arnold 2013: 79) gezählt. Bewusstes Ignorieren und wissentliches Weglassen von Informationen konterkarieren „Faktentreue“.

*Neutralität:* Kernpunkt dieses Qualitätskriteriums ist die klare Trennung von Nachricht und Meinung (vgl. Schatz/Schulz 1992: 704). Auch wenn dieses Postulat in der sportjournalistischen Alltagspraxis schwer durchzuhalten ist (vgl. Schlegel 2007: 249-253, 286-288), bedeutet dies keinesfalls, dass man einen solchen Anspruch fallenlassen könnte. Als Mindeststandard ist das Kenntlichmachen der journalistischen Meinung einzufordern, damit Leser, Hörer, Zuschauer und User die Möglichkeit bekommen, bei Dopingfällen zwischen „objektivierbaren“ Fakten und „subjektiven“ journalistischen Bewertungen unterscheiden zu können.

*Transparenz:* Dieses Qualitätskriterium fokussiert Aspekte der Recherche und den Umgang mit Quellen. Der Informationsgehalt steigt, wenn komplexe Abläufe durch gesichertes Quellenmaterial belegt werden (vgl. Schmalenbach 2014: 168-176). Die Sportjournalisten stehen dabei vor einem großen Dilemma der Dopingberichterstattung: Auf der einen Seite würde das Bekanntmachen der Quellen erst eine Einschätzung der Verlässlichkeit der Informanten ermöglichen; auf der anderen Seite werden sensible und heikle Informationen an Journalisten oftmals nur unter der Voraussetzung gegeben, dass die Medienvertreter den Informantenschutz garantieren, was durch das Zeugnisverweigerungsrecht (§ 53 Strafprozessordnung) möglich ist. Ohne eine solche Vertraulichkeitszusage wäre so mancher Dopingkandal vermutlich nie aufgedeckt worden. Das bedeutet, dass ein Sportjournalist, der seine Quelle nicht transparent machen kann, die Verlässlichkeit der Information und die Glaubwürdigkeit seines Informanten prüfen muss.

*Glaubwürdigkeit:* Die beschriebenen Kriterien „Faktentreue“, „Neutralität“ und „Transparenz“ sind drei wesentliche Faktoren, die die Glaubwürdigkeit von Medienberichterstattung konstituieren (vgl. Schmalenbach 2014: 176-182). Glaubwürdigkeit wird durch umfassende Recherche erreicht, durch Fakten gesichert und durch die Unabhängigkeit von externen Einflüssen erst möglich (vgl. Arnold 2009: 172). Glaubwürdigkeit ist aber ein fragiles Qualitätskriterium. „Jede Aufdeckung eines Betrugs schadet der Glaubwürdigkeit der ganzen Veranstaltung“ (Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 203). Dementsprechend gefährdet jeder aufgedeckte Dopingkandal die Glaubwürdigkeit des Spitzensports. Andererseits bedroht jede falsche Dopingverdächtigung in den Medien auch die Glaubwürdigkeit des Sportjournalismus.

Sämtliche Qualitätskriterien sollten grundsätzlich medienübergreifend gelten und für alle Sportjournalisten verbindlich sein. Da aber z. B. Arbeitsbedingungen, redaktionelle Vorgaben, finanzielle Möglichkeiten, personelle Ausstattung, Ausbildung der Mitarbeiter, journalistisches Rollenselbstverständnis oder Zielgruppen-Orientierungen un-

11 Mattis ermittelte in 42,4 % der von ihm untersuchten 528 Dopingartikel zur Tour de France in der SZ und FAZ „Kriterien des Hypothesenjournalismus“ (2011: 139-140). Huber fand in ihrer Langzeitstudie zur Dopingberichterstattung zu den Olympischen Sommerspielen zwischen 1972 und 2012 in 69,3 % der 401 untersuchten SZ-Artikel „Spekulationen, hypothetische Formulierungen, Konjunktivformulierungen oder rhetorische Fragen“ (2013: 106).

terschiedlich ausfallen, muss die Beurteilung von Qualität mediendifferenziert erfolgen. Dafür ein Beispiel: Von einer öffentlich-rechtlichen und gebührenfinanzierten Rundfunkanstalt, die laut Rundfunkstaatsvertrag den Grundversorgungsauftrag zu erfüllen hat und primär dem Informationsjournalismus verpflichtet sein sollte, müsste man in Sachen Doping andere Berichterstattungsintensitäten erwarten und andere Qualitätsmaßstäbe ansetzen, als man dies bei einem privaten TV-Sender tun kann, dem nur eine Zusatzversorgung obliegt und der als Medienunternehmen vor allem Quote machen muss. Im Sportjournalismus ist längst zwischen Medien zu unterscheiden, die unter Sportberichterstattung primär unterhaltungsorientierte Live-Übertragungen verstehen, und solchen, die einen umfassenderen sportjournalistischen Anspruch verfolgen, zu dem neben der Information auch Kritik und Kontrolle zählen.

#### 4.2. Kompetenz

Die Umsetzung bzw. Einhaltung von Qualitätskriterien sind eng verknüpft mit der Kompetenzfrage. Im soziologischen Sinn meint der Begriff Kompetenz „das Vermögen einer Person, bestimmten Anforderungen zu begegnen und ihnen zu entsprechen. Daneben beschreibt er die Zuständigkeit für ein bestimmtes Gebiet einschließlich der Handlungs- und Entscheidungsvollmacht“ (Wienand 2003: 75). Berufliche Kompetenz im Allgemeinen wird als Summe der Elemente „Wissen“, „Fertigkeiten“, „Fähigkeiten“, „Erfahrung“ und „soziale Kompetenz“ verstanden. Journalistische Kompetenz wird sehr unterschiedlich definiert und setzt sich nach Weischenberg (1990: 21-26) aus folgenden Kompetenzen zusammen (vgl. Brosda 2008: 205-210):

*Fachkompetenz:* Darunter sind zunächst „instrumentelle Fähigkeiten“, also die Beherrschung des journalistischen Handwerks zu verstehen, wie Recherchieren, Auswählen von Nachrichten, Redigieren von Texten und Beiträgen. Dazu gehört ebenfalls „journalistisches Fachwissen“, also medienwissenschaftliche Kenntnisse in den Bereichen Medienökonomie, Medienpolitik, Medientechnik und Medienrecht. Bezogen auf den Bereich der Dopingberichterstattung würde dies bedeuten: Wie kompetent sind Sportjournalisten bei der Recherche und Aufdeckung von Dopingvergehen? Wie vertraut sind Sportjournalisten mit der Aufbereitung von Dopingthemen? Oder: Kennen sie ihre medien- und sportrechtlichen Handlungsspielräume?

*Sachkompetenz:* Hierzu zählen ein „spezifisches Ressortwissen“, also z. B. aus den Bereichen Recht, Wirtschaft, Kultur oder Sport, sowie ein umfangreiches „Orientierungswissen“ über Grundfragen der Gesellschaft, die Einordnung des Spezialwissens in Kontexte oder wissenschaftliche Methoden. Die Berichterstattung über das komplexe und komplizierte Thema Doping könnte für Sportjournalisten deshalb eine besondere Herausforderung darstellen, weil medizinische, pharmakologische, juristische und sportwissenschaftliche Kenntnisse nötig sind, um „sachkompetent“ berichten zu können. In der Studie von Kautz vermuten einzelne Sportjournalisten, dass solche Sachkompetenz vielen Kollegen fehle (vgl. 2011: 169-170).

*Vermittlungskompetenz:* Gemeint sind „Artikulationsfähigkeit“, „Kenntnis der journalistischen Darstellungsformen“ sowie „Beherrschung der medienspezifischen Präsentationsmöglichkeiten“. In welcher Form und über welche Kanäle können Sportjournalisten Dopingvergehen publizieren? Wie kommuniziert man adäquat Indizien gegenüber einem mutmaßlichen Dopingdelinquenten im Spannungsfeld zwischen den Persönlichkeitsrechten des betroffenen Sportlers und dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit?

*Organisationskompetenz:* Darunter wird die „Kenntnis der Abläufe und Anforderungen des Medienmanagements“, seiner „Organisation“ sowie der „ökonomischen und

publizistischen Ziele im Medienwettbewerb“ verstanden. Wie können personal- und zeitintensive Recherchen und Präsentationen zu Dopingvergehen organisiert werden, so dass sie ökonomisch vertretbar bleiben und zugleich publizistisch wertvoll werden?

#### 4.3. Wissen

Der Begriff „Wissen“ bezeichnet zunächst die Summe dessen, was ein Mensch erleben konnte und erfahren hat. Neben grundsätzlichen Differenzierungen zwischen „Allgemeinwissen“ vs. „wissenschaftlichem Wissen“, „Laienwissen“ vs. „Professionswissen“ sowie „Praktikerwissen“ vs. „Expertenwissen“, auf die hier nicht näher eingegangen werden kann, erscheinen bestimmte Wissenstypologien zur Verdeutlichung von „Doping-Wissen“ hilfreich (vgl. Wienand 2003: 71-74):

*Fakten- und Strukturwissen:* Während das Faktenwissen die Identifikation einzelner Informationsteile wie Objekte, Ereignisse oder Handlungen akzentuiert, geht es beim Strukturwissen um die Verknüpfung einzelner Objekte, Ereignisse oder Handlungen sowie die Betonung der zwischen den Informationseinheiten bestehenden Beziehungen.

*Vordergrund- und Hintergrundwissen:* Das Vordergrundwissen fokussiert Objekte, Ereignisse und Handlungen als solche. Das Hintergrundwissen ist bedeutsam für Verständnis, Bewertung und Einordnung von Objekten, Ereignissen und Handlungen.

*Klassifikatorisches, relationales und relevanzorientiertes Wissen:* Beim klassifikatorischen Wissen geht es um die Beantwortung der grundsätzlichen Frage: „Was ist es?“. Das relationale Wissen fragt danach, wie Objekt, Ereignis oder Handlung mit anderen Objekten, Ereignissen oder Handlungen in Zusammenhang stehen. Relevanzorientiertes Wissen beantwortet die Frage, in welchem Zusammenhang das Objekt, das Ereignis oder die Handlung zu mir steht.

Außerdem wird beim Begriff „Wissen“ noch unterschieden in „Fachwissen“, „Sachwissen“ und „Reflexionswissen“. Fachwissen umschreibt originäres berufliches Wissen, sozusagen Grund- und spezielle Kenntnisse. Sachwissen meint das Wissen um die jeweilige Organisation, deren Entwicklung, Strukturen, gesellschaftliche Einbindung oder Akzeptanz. Zum Reflexionswissen gehören das Vermögen des Einzelnen zur sozialen Orientierung in Strukturen des Berufsalltags, das Verstehen der eigenen Berufsrolle sowie das Erkennen von Chancen und Risiken in der Ausübung des Berufes.

Für die Berichterstattung über Doping sind verschiedene Wissensbestände wichtig. Die Aneignung von Faktenwissen und Strukturwissen zu bereits genannten medizinischen und pharmakologischen Aspekten beim Doping dürften relevant sein. Diese stellen aber nicht nur für Sportjournalisten eine Herausforderung dar. „HGH, THG, HES IGF 1, Retikulozyten, T/E-Quotient, EPO, strict liability – wer begreift das schon (...)“, fragt Ex-SZ-Sportchef Michael Gernandt (2013: 6) vermutlich stellvertretend für viele seiner Berufskollegen. Dass ein hohes Maß an Wissensbeständen beim Thema Doping wünschenswert wäre, aber nicht immer einlösbar ist, scheint trivial. Aber: „Unwissenheit und Ungewissheit müssen mitgeteilt werden“ (Neuberger/Kapern 2013: 149).

Da die Medien „als mehr oder weniger einzige Informationsquelle für weite Teile der Bevölkerung mit der Art ihrer Berichterstattung durchaus in der Lage [sind], das Dopingphänomen und den gesellschaftlichen Umgang damit zu beeinflussen“ (Philipp 2002: 142), kann defizitäres Wissen auf journalistischer Seite zum Problem werden. Daher lautet die Kernfrage für diesen Beitrag: Was wissen Sportjournalisten über Doping?

## 5. Methode

Die Datenerhebung erfolgte mittels einer Online-Befragung. Der Fragebogen des Gesamtprojekts umfasste – je nach Filterführung – 38 zu beantwortende Fragen, davon vier offene und 34 geschlossene Fragen.<sup>12</sup> Da eine exakte Quantifizierung aller in Deutschland tätigen Sportjournalisten und das Auffinden ihrer E-Mail-Adressen kaum möglich oder extrem zeitaufwändig ist, wurden die Mitglieder des VDS sowie die Mitglieder des 2006 gegründeten Sportnetzwerks<sup>13</sup> befragt. Dem VDS lagen von 3.746 Mitgliedern insgesamt 3.155 aktuelle E-Mail-Anschriften vor. Dazu kamen noch 15 Befragte des Sportnetzwerkes. Insgesamt wurden also 3.170 Sportjournalisten angeschrieben und um Antworten gebeten. Aus datenschutzrechtlichen Gründen erfolgte der Versand des Einladungsschreibens zur Befragung über den VDS. In diesem führte ein Link zur Befragung. Um Mehrfachteilnahmen zu verhindern, wurde in Anlehnung an Kaczmarek (2009: 107) ein serverseitiges Verfahren gewählt. Jeder zur Teilnahme eingeladene Journalist erhielt ein an ihn persönlich adressiertes Anschreiben mit einem personalisierten Code, den er auf der ersten Seite der Befragung eingeben oder per „copy & paste“ einfügen musste, um zum Fragebogen zu gelangen. Der Pretest mit sechs Journalisten ergab eine durchschnittliche Beantwortungszeit von ca. 23 Minuten.<sup>14</sup> Die Feldzeit startete mit Versand des Einladungsschreibens am 27. November 2012 und endete am 27. Februar 2013.<sup>15</sup> Aufgrund des unerwartet hohen Rücklaufs wurde über den VDS nur ein Reminder zwischen dem 17. Dezember 2012 und dem 4. Januar 2013 verschickt.<sup>16</sup> Insgesamt haben 875 Sportjournalisten den Online-Link gestartet. Nach der Datenbereinigung mussten 25 Fragebögen entfernt werden.<sup>17</sup> Der bereinigte Rücklauf umfasste somit 850 Fragebögen, wovon 709 bis zum Ende ausgefüllt wurden. Damit ist diese Studie die bisher größte Sportjournalistenbefragung zum Thema Doping und Dopingberichterstattung in

- 
- 12 Sechs Fragen behandeln den Themenkomplex „Aus- und Fortbildung“, fünf Fragen „Wissen und Kenntnisse“, 13 Fragen „Meinungen und Einstellungen“, vier Fragen die „NADA“ sowie zehn Fragen die Demografie, die Intensität der Dopingbeschäftigung und die Recherchewege. Der Fragebogen wurde mit der Software „EFS Survey“ des Unternehmens „Quest Back“ programmiert und auf den Servern des Unternehmens abgelegt.
  - 13 Das Sportnetzwerk wurde von 24 Sportjournalisten gegründet, die aus dem VDS ausgetreten sind. Ob das Sportnetzwerk noch aktiv ist, ist fraglich. Die Homepage „sportnetzwerk.eu“ findet man im Netz nicht mehr.
  - 14 Um die von Plauschinat/Bollenbach/Pitzschel (2009: 7) für Journalisten-Umfragen empfohlenen 20 Minuten Bearbeitungszeit nicht zu überschreiten, mussten nach dem Pretest vier Fragen eliminiert werden und bei zwei Fragen wurden Antwortvorgaben reduziert.
  - 15 Dopingskandale, die das Antwortverhalten beeinflusst hätten, gab es während des Befragungszeitraums nicht.
  - 16 Gemäß der Empfehlungen von Kuckartz/Ebert/Rädiker/Stefer (2009: 55) wurden die zur Kontaktaufnahme angegebenen E-Mail-Adressen regelmäßig kontrolliert, um etwaige Probleme und Kommentare zu registrieren. Anfragen wurden so schnell wie möglich beantwortet. Nach der Feldphase wurden die Daten aus dem Programm EFS-Survey als Excel-Datei exportiert. Danach wurden sie mit dem Statistik-Programm SPSS Version 21 ausgewertet.
  - 17 Davon waren elf Lurker, das heißt, sie hatten den Fragebogen lediglich durchgesehen, ohne eine Frage zu beantworten. Sechs Teilnehmer hatten den Fragebogen gestartet und an verschiedenen Stellen beendet, ohne zuvor eine Frage beantwortet zu haben, acht Teilnehmer hatten die Umfrage unmittelbar nach der Startseite beendet.

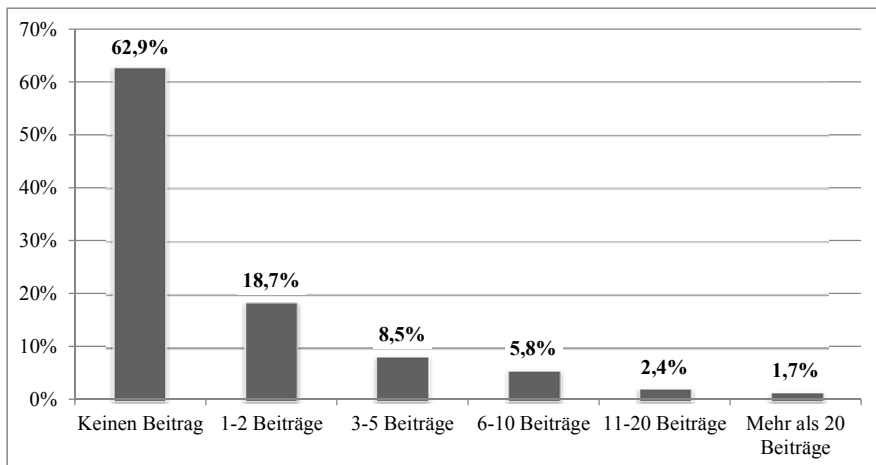
Deutschland.<sup>18</sup> Mit Blick auf die schwer zu befragende Zielgruppe sowie das komplexe Thema der Befragung ist die Rücklaufquote von 26,8 Prozent als gut zu bewerten. Bezogen auf die Merkmale „Geschlecht“ und „Alter“ ist die Studie repräsentativ für die im VDS organisierten Sportjournalisten in Deutschland.

## 6. Ergebnisse

### 6.1. Wenige Doping-Berichterstatter

Die grundsätzliche Frage, wie viele der befragten Sportjournalisten überhaupt Beiträge zum Thema Doping veröffentlichen, zeigt, dass knapp zwei Drittel der Befragten in den vorausgegangenen 12 Monaten keinen einzigen Beitrag publizierten, was umgekehrt bedeutet, dass nur rund ein Drittel aller Befragten zu „Dopingberichterstattern“ gezählt werden kann. 4,1 Prozent gehören in die von uns definierte Gruppe der „Viel-Publizierer“ mit elf und mehr Beiträgen pro Jahr und 33,0 Prozent zu den „Wenig-Publizierern“, die einen oder bis zu zehn Beiträge veröffentlicht hatten. Die große Mehrheit der Sportjournalisten beschäftigt sich kaum oder gar nicht mit Doping, zumindest gibt es keinen zählbaren publizistischen Output (Abb. 1).

Abb. 1: Dopingberichterstattungs-Frequenz



Frage: Wie viele Beiträge haben Sie persönlich in den vergangenen 12 Monaten zum Thema Doping publiziert? n=706.

Weitere mediendifferenzierte Auswertungen zeigen, dass Journalisten, die bei überregionalen Zeitungen arbeiten, zu den intensivsten Doping-Publizierern gehören. Immerhin 68,5 Prozent der Befragten von überregionalen Zeitungen hatten über Doping berichtet. Mit Abstand folgen Befragte vom öffentlich-rechtlichen Radio (50,0 %), Privat-

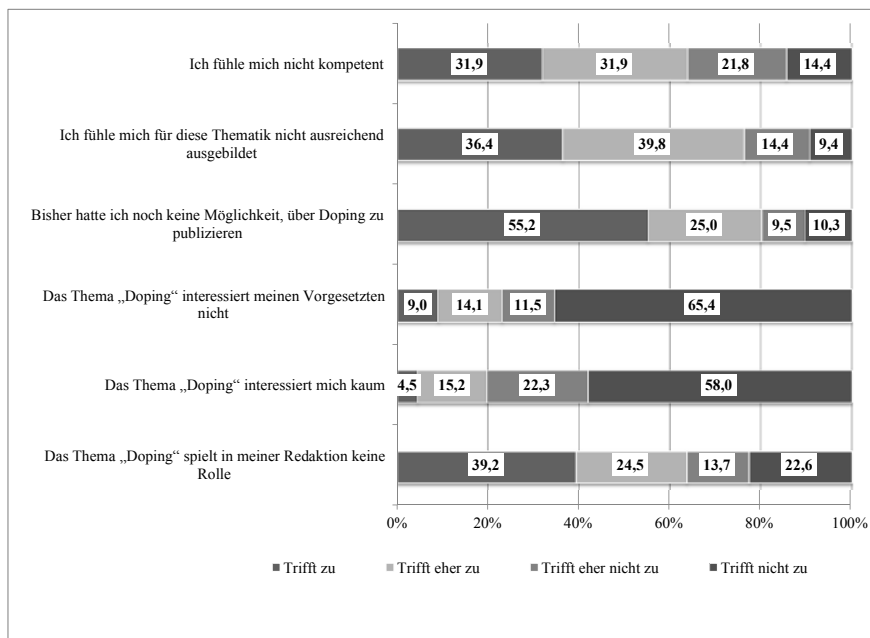
18 Im Vergleich zu den bisher veröffentlichten nationalen Sportkommunikatorstudien seit den 70er Jahren ist die vorliegende Studie die drittgrößte Befragung von Sportjournalisten in Deutschland nach Görner (1995) mit 1.708 Befragten und Helm (2013) mit 966 Befragten. In diesen beiden allgemeinen Berufsfeldstudien wurden „Wissen und Einstellungen von Sportjournalisten zum Thema Doping“ nicht untersucht.

funk (44,4 %), Lokalzeitung (41,0 %), Internet (40,6 %), Boulevardblatt (40,0 %), öffentlich-rechtlichen Fernsehen (31,4 %), Zeitschrift (28,5 %), Privat-TV (27,0 %) sowie Agentur (25,3 %).

## 6.2. Gründe für die Zurückhaltung bei der Dopingberichterstattung

Die Gründe für den Publikationsverzicht sind heterogen. Hauptursachen sind nach Selbsteinschätzung<sup>19</sup> der Befragten die Faktoren „fehlende Kompetenz“ und „mangelnde Ausbildung“, denn immerhin 63,8 Prozent der Befragten hält sich selbst für eher „nicht kompetent“ und sogar 76,2 Prozent fühlt sich „für diese Thematik nicht ausreichend ausgebildet“. Dabei wird ein Interesse am Thema Doping bei den Sportjournalisten und ihren Vorgesetzten durchaus konstatiert; nur die Möglichkeiten, über Doping zu publizieren, scheinen für viele limitiert zu sein. Bemerkenswert 63,7 Prozent aller Befragten geben an, dass das Thema Doping in der eigenen Redaktion überhaupt oder eher keine Rolle spiele.

Abb. 2: Gründe gegen Dopingberichterstattung, Angaben in Prozent



Frage: Welche Gründe waren ausschlaggebend dafür, dass Sie noch nicht zum Themengebiet „Doping“ publiziert haben?

19 Die Frage nach Hinderungsgründen wurde über eine Filterführung nur jenen Befragten gestellt, die angaben, nicht publiziert zu haben.

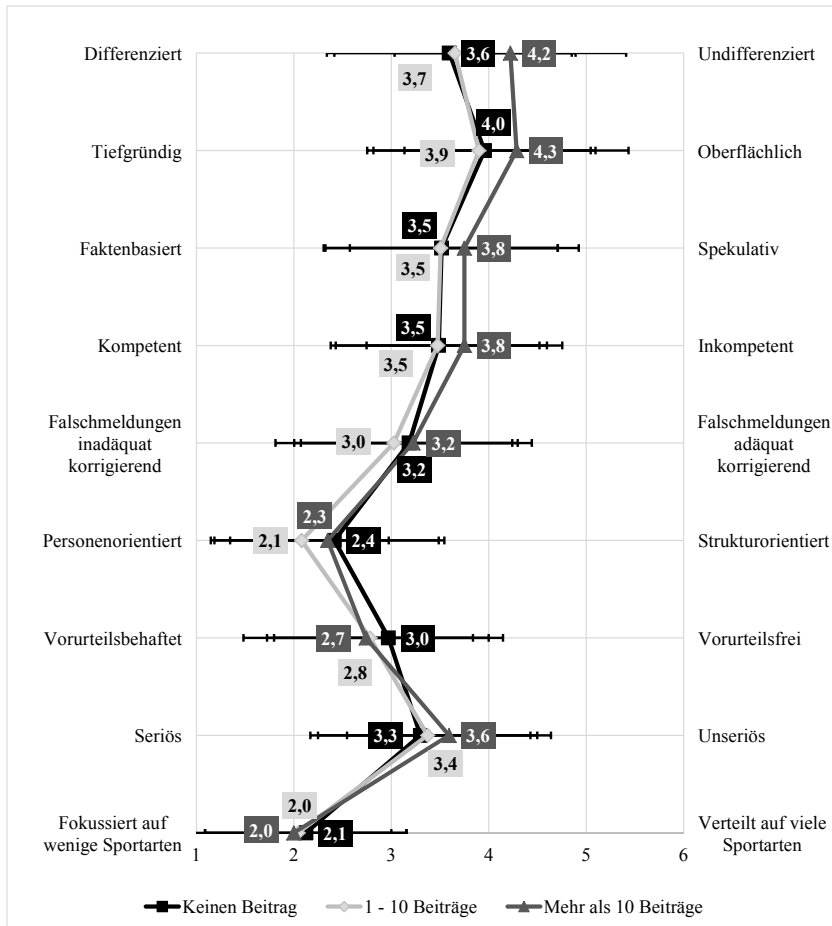


### 6.3. Bewertung der Dopingberichterstattung

Mittels eines semantischen Differenzials sollten die Befragten die Dopingberichterstattung bewerten. Neun Gegensatzpaare waren auf einem sechsstufigen Polaritätenprofil einzuschätzen.

Die Dopingberichterstattung wird als eher „oberflächlich“ als „tiefgründig“, mehr „personenorientiert“ als „strukturorientiert“ und tendenziell als „vorurteilsbehaftet“ eingeschätzt. Außerdem konzentrierte sich die Dopingberichterstattung auf wenige Sportarten. Insgesamt haben aber die meisten Mittelwerte eine eher zentrale Position in dem Tableau.

Abb. 3: Polaritätenprofil Dopingberichterstattung aus Sicht von Sportjournalisten



Frage: Wie beurteilen Sie ganz allgemein die Art der Dopingberichterstattung in den Massenmedien in Deutschland? n=705-721; n (keinen Beitrag) = 424-436, n (1-10 Beiträge) = 227-230, n (mehr als 10 Beiträge) = 26-28.

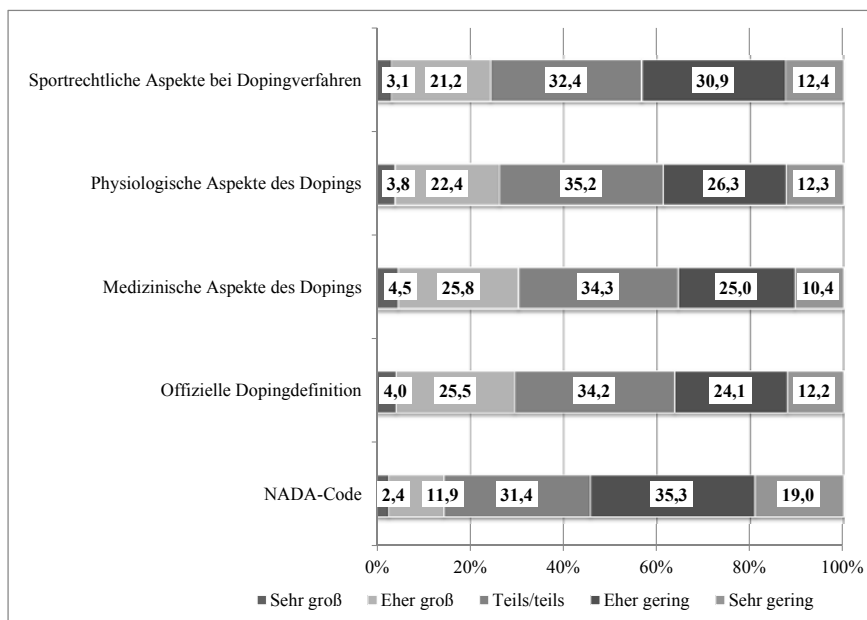
Die waagerechten Linien markieren die jeweiligen Standardabweichungen.

Die „Nicht-Publizierer“ und die „Wenig-Publizierer“ liegen bei ihren Bewertungen nahezu gleichauf. Demgegenüber sehen die „Viel-Publizierer“ die Dopingberichterstattung doch kritischer, und zwar deutlich „undifferenzierter“ (4,2), „oberflächlicher“ (4,3), „spekulativer“ (3,8) sowie „inkompetenter“ (3,8). Der Mittelwertvergleich nach Medienzugehörigkeit der Befragten zeigt bei allen Gegensatzpaaren nur geringfügige Unterschiede.

#### 6.4. Einschätzungen zu den eigenen Doping-Kenntnissen

Auf einer Fünfer-Skala (1 = „sehr große“ Kenntnisse bis 5 = „sehr geringe“ Kenntnisse) sollte das eigene Wissen zu fünf dopingrelevanten Aspekten bewertet werden. Insgesamt stufen die Befragten ihr Wissen zum Thema Doping als eher gering ein.

Abb. 4: Selbsteinschätzungen von Kenntnissen zu Dopingaspekten



Frage: Bitte schätzen Sie nun einmal Ihre eigenen Kenntnisse bezüglich folgender Aspekte ein. Vergeben Sie Werte von 1-5, wobei 1=sehr groß und 5=sehr gering bedeutet, n=740-742.

Am schlechtesten schätzen Sportjournalisten ihr Wissen zum NADA-Code ein. „Der Nationale Anti-Doping Code (NADC) setzt das international gültige Anti-Doping-Regelwerk, den Welt-Anti-Doping Code (Code), um und ist das wichtigste sportartenübergreifende Regelwerk im Anti-Doping-Bereich“ (NADA 2015: 137). Nur knapp 14 Prozent nennen ihr Wissen hierzu „sehr groß“ oder „eher groß“. Dies ist beim Thema Doping deshalb problematisch, weil der NADA-Code die Basis für die Entscheidungsfindung darstellt, ob ein Dopingvergehen vorliegt oder nicht. Somit müsste dieses Regelwerk auch die Grundlage für die mediale Bewertung von Dopingfällen sein. Bezogen

auf „medizinische“, „physiologische“ und „sportrechtliche“ Aspekte sowie auf das Wissen um die offizielle Dopingdefinition attestieren sich nicht einmal 30 Prozent gute oder sehr gute Kenntnisse.

Je häufiger die Befragten über Doping publizieren, desto höher wird die eigene Kompetenz in sämtlichen fünf Dimensionen eingeschätzt, wie die Korrelationsanalyse zeigt (vgl. Tab. 1).

*Tabelle 1: Korrelationsanalyse der Selbsteinschätzung nach der Berichterstattungsfrequenz*

	<b>r</b>	<b>n</b>
NADA-Code	-0,216**	690
Offizielle Dopingdefinition	-0,234**	692
Medizinische Aspekte des Dopings	-0,217**	691
Physiologische Aspekte des Dopings	-0,218**	692
Sportrechtliche Aspekte bei Dopingverfahren	-0,251**	691

\*\* Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

### 6.5. Wissen

Die Abfrage von Wissen im Rahmen von Online-Befragungen ist grundsätzlich schwierig. Auf der einen Seite soll der vorhandene Wissensstand valide erfasst werden, auf der anderen Seite muss darauf geachtet werden, bei den Befragten nicht das Gefühl einer Prüfungssituation entstehen zu lassen, was zu vorzeitigen Abbrüchen der Befragung führen kann. Darüber hinaus ist bei schriftlichen Befragungen nicht auszuschließen, dass der Befragte die korrekte Antwort recherchiert und nicht sein Wissen, sondern das Ergebnis seiner Recherche in dem Fragebogen präsentiert<sup>20</sup>. Um dieses Problem zu reduzieren, mussten Fragen entwickelt werden, die einen gewissen Rechercheaufwand mit sich bringen und für deren richtige Beantwortung ein Fakten- bzw. Sachwissen nötig war. Unter diesen methodischen Imponderabilien entschieden sich die Autoren für drei Wissensfragen mit insgesamt 13 Wissens-Items: eine Frage nach dem Prozentwert positiver Dopingtests, eine Frage zu Maßnahmen bei Dopingtatbeständen und eine Frage zu den Aufgaben der NADA<sup>21</sup>. Die drei Fragen wurden an unterschiedlichen Stellen des Fragebogens platziert.

20 Die für eine solche Informationsrecherche investierte Zeit würde sich in der Beantwortungsdauer, die über das Online-Befragungs-Programm Unipark eingesehen werden kann, niederschlagen. Ein solcher Rückschluss ist aber problematisch, denn eine hohe Beantwortungsdauer könnte auch daran liegen, dass der Befragte zwischenzeitlich andere Dinge erledigt hat, wie etwa das Führen eines Telefonats oder eines Gespräches etc.

21 Die Fragen und die einzelnen Items wurden mit dem für dieses Projekt zuständigen wissenschaftlichen Beirat des Bundesinstituts für Sportwissenschaft abgestimmt.

*Tabelle 2: Erste Wissensfrage nach dem Anteil positiver Dopingtests 2011; richtige Antwort markiert*

<b>Was schätzen Sie: Wie viel Prozent der in Deutschland 2011 durchgeführten Dopingtests ergaben positive Dopingproben?</b>	
Unter 1 Prozent	42,1 %
2-5 Prozent	34,5 %
6-10 Prozent	13,9 %
11-20 Prozent	7,4 %
21-30 Prozent	1,7 %
Mehr als 30 Prozent	0,4 %

n=701

Die Frage nach den durchgeführten Dopingtests beantworteten 57,9 Prozent von 701 Befragten falsch, 42,1 Prozent richtig. Weitere Differenzierungen zeigen, dass die Publikationsintensität auf die richtige Beantwortung dieser Frage einen Einfluss hat. Die Journalisten, die intensiver über Doping berichten, können die Frage eher korrekt beantworten als andere. Überraschend ist, dass aber selbst in dieser Gruppe der „Viel-Publizierer“ mit 55,2 Prozent gerade einmal nur gut die Hälfte weiß, wie viel Prozent der in Deutschland durchgeführten Dopingtests durchschnittlich positive Dopingproben ergeben.

Bei der zweiten Wissensfrage wurden sechs Aussagen zu Doping-Tatbeständen platziert (vgl. Tab. 3).

*Tabelle 3: Zweite Wissensfrage nach verschiedenen Doping-Tatbeständen; richtige Antworten markiert*

	trifft zu	trifft nicht zu	weiß nicht
Für eine Dopingsperre muss ein Sportler durch ein positives Testergebnis bei einem Dopingtest überführt werden.	78,1 %	19,5 %	2,4 %
Bei einem positiven Test ist es die Aufgabe des Sportlers, nachzuweisen, wie die Substanz in seinen Körper gelangt ist.	66,5 %	24,3 %	9,2 %
Positiv getestete Sportler erhalten immer eine Dopingsperre.	35,2 %	59,1 %	5,7 %
Auf gleiche Substanzen positiv getestete Sportler erhalten die gleiche Dopingsperre.	31,3 %	56,0 %	12,7 %
Sportler erhalten nach einer Dopingsperre die Starterlaubnis erst, wenn sie einen Teil der zuvor gewonnenen Siegprämie zurückerstattet haben.	22,1 %	65,2 %	12,7 %
Bei einer positiven A-Probe liegt bereits ein zu ahndender Dopingverstoß vor.	18,7 %	72,7 %	8,6 %

n=701-708

Bei fünf der sechs Aussagen konnten immerhin jeweils mehr als die Hälfte der Befragten die richtige Antwort identifizieren. Bei der ersten Aussage sind dies dagegen nicht einmal 20 Prozent. Insgesamt waren sechs richtige Antworten möglich. Nur 8,3 Prozent der Befragten, die alle Frage beantworteten, konnten dieses Maximal-Ergebnis erzielen. 22,6 Prozent verzeichneten fünf richtige Antworten, 21,3 Prozent vier, 17,8 Prozent drei,

16,7 Prozent zwei richtige und 13,3 Prozent eine richtige Antwort. Es gab keinen Befragten, der bei dieser Frage alles falsch beantwortete. Auch hier zeigen weitergehende Differenzierungen, dass – wie bei den Begriffserklärungen angedeutet – Wissen eine Form von Erfahrung ist. Je mehr die Sportjournalisten publiziert haben, desto mehr korrekte Antworten konnten sie geben. Immerhin knapp 36 Prozent der „Viel-Publizierer“ wusste bei dieser Frage alle sechs Lösungen. Umgekehrt bedeutet dies jedoch, dass fast zwei Drittel selbst der „Viel-Publizierer“ zu den Doping-Sanktionen Wissens-Defizite aufweisen.

Die dritte Wissensfrage im Fragebogen behandelte die Aufgaben der NADA (vgl. Tab. 4).

*Tabelle 4: Dritte Wissensfrage nach den Aufgaben der NADA; richtige Antworten markiert*

Aufgaben der NADA	zählt dazu	zählt nicht dazu	weiß nicht
Förderung der Dopingprävention	77,3 %	9,2 %	13,5 %
Aufsicht der Dopingkontrollen bei allen nationalen Sportereignissen	84,8 %	8,6 %	6,6 %
Rechtsberatung für Athleten	35,0 %	40,3 %	24,7 %
Durchführung von Trainingskontrollen	93,0 %	2,4 %	4,6 %
Beantwortung von Medikamentenanfragen	68,1 %	13,0 %	18,9 %
Erteilung von Ausnahmegenehmigungen zur Einnahme von Medikamenten	58,1 %	18,0 %	23,9 %

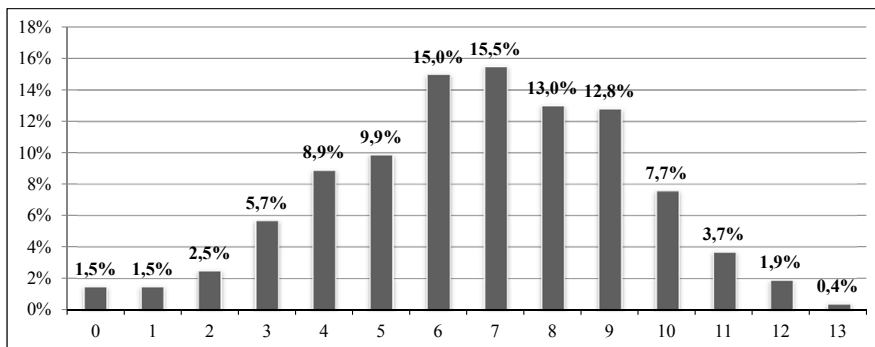
n=749-757

Die Prozentwerte korrekter Antworten fallen sehr uneinheitlich aus. Während die „Durchführung von Trainingskontrollen“ immerhin 93,0 Prozent der Befragten als NADA-Aufgabe korrekt identifizierten, wussten nur 8,6 Prozent, dass der NADA nicht die Aufsicht der Dopingkontrollen bei allen nationalen Sportereignissen obliegt.

Insgesamt hätten erneut sechs korrekte Antworten gegeben werden können. Dies schafften von 760 Befragten nur 2,2 Prozent. Fünf richtige Antworten markierten 20,8 Prozent, vier richtige 26,7 Prozent, drei richtige 23,6 Prozent, zwei richtige 18,8 Prozent, eine richtige 5,0 Prozent und keine richtige Antwort gaben 2,9 Prozent, damit 22 Personen. Differenziert nach Publikationsintensitäten wird der Einfluss der Frequenz auf das Wissen erneut deutlich. Aber auch hier erkannten nur 11,1 Prozent der „Viel-Publizierer“ alle sechs richtigen Antworten.

Betrachtet man abschließend die drei Wissensfragen in toto, wären insgesamt 13 korrekte Antworten möglich gewesen. Dies schafften nicht einmal 0,4 Prozent aller Befragten. Die Autorengruppe hat versucht, die Wissensbestände zu klassifizieren und zwar dergestalt, dass 13 bis 10 richtige Antworten als „hohes“ Wissen gelten soll, 9 bis 6 als „mittleres“ Wissen, 5 bis 1 als „geringes“ Wissen und keine richtige Antwort als „kein“ Wissen. Auf dieser Basis ist nur rund 14 Prozent der Sportjournalisten ein hohes Wissen zum Thema Doping zu attestieren. 56,3 Prozent der Befragten verfügen über ein „mittleres“ Wissen, 28,5 Prozent über ein „geringes“ Wissen und 1,5 Prozent besitzt „kein“ Wissen (vgl. Tab. 5).

Abb. 5: Wissen: Richtige Antworten gesamt



n= 787

Dass das Wissen vom Grad der Berichterstattungsintensität abhängt, zeigt der Mittelwertvergleich. Die Gruppe der „Viel-Publizierer“ weiß mit durchschnittlich 8,34 richtigen Antworten mehr als die „Wenig-Publizierer“ mit 7,58 und die „Nicht-Publizierer“ mit 6,66 Antworten (vgl. Tab. 5).

Tabelle 5: Mittelwertvergleich: Berichterstattungsintensität und richtige Antworten

Berichterstattungsintensität	Mittelwert	Standardabweichung	n
„Viel-Publizierer“ elf und mehr Beiträge	8,34	2,303	29
„Wenig-Publizierer“ ein bis zehn Beiträge	7,58	2,478	233
„Nicht-Publizierer“ keinen Beitrag	6,66	2,324	444

Der Zusammenhang zwischen richtig beantworteten Wissensfragen und der Berichterstattungsintensität ist signifikant, wie die Korrelationsanalyse belegt ( $r=0,206$ ;  $\alpha=0,01$ ). Das heißt: Sportjournalisten, die viel über Doping berichten, wissen tatsächlich mehr darüber als andere.

Dass das Wissen der Sportjournalisten aber nicht nur von der Berichterstattungsintensität, sondern noch von anderen Faktoren abhängt, zeigen weitere Korrelationsanalysen. In erster Linie beeinflusst der Bildungsgrad das Wissensniveau. Es ist nicht sonderlich überraschend, dass Wissen und Bildung in einem gewissen Zusammenhang stehen. Auch wenn sich hier nur eine eher geringe positive Korrelation ergibt, gilt: Sportjournalisten mit höherem formalen Bildungsabschluss können eine größere Anzahl der Wissens-Items korrekt beantworten als Kollegen mit geringerer formaler Bildung. Plausibel und ermunternd zugleich ist, dass der Besuch von Fortbildungen das Wissen positiv beeinflusst. Sportjournalisten, die bereits Fortbildungen zum Thema Doping besucht hatten, waren tatsächlich eher in der Lage, eine größere Anzahl der Wissensfragen richtig zu beantworten, als diejenigen, die noch nie an einer Fortbildung teilgenommen hatten. Daneben besitzt auch die Position in der Redaktion Einfluss auf das Wissen. Sportjournalisten, die in der Hierarchie höher stehen, können mehr Wissens-Items korrekt iden-



tifizieren. Schließlich ergab sich auch noch für das Alter ein signifikanter Wert. Die eher geringe negative Korrelation zeigt an, dass jüngere Sportjournalisten eher in der Lage waren, die Wissensfragen korrekt zu beantworten als ihre älteren Kollegen (vgl. Tab. 6)

*Tabelle 6: Korrelationsanalyse: Anzahl korrekt beantworteter Wissens-Items und verschiedene soziodemografische Werte*

	r	n
Formaler Bildungsgrad	0,132**	674
Fortbildungen besucht	-0,264**	747
Position in der Redaktionshierarchie	-0,163**	550
Altersgruppe	-0,129**	669

\*\* Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abschließend soll noch die Frage beantwortet werden, ob das Wissen zum Doping von der Medienzugehörigkeit beeinflusst wird. Der Mittelwertvergleich deutet zumindest graduelle, aber insgesamt doch eher geringe Unterschiede an (vgl. Tab. 7).

*Tabelle 7: Mittelwertvergleich Wissen differenziert nach Medien*

Medium	Mittelwert	Standardabweichung
Hörfunk öffentlich-rechtlich	7,58	2,378
Zeitung überregional	7,37	3,055
Zeitschrift	7,33	2,211
Fernsehen öffentlich-rechtlich	7,24	2,300
Internet	7,09	2,383
Agentur	6,86	2,431
Zeitung lokal/regional	6,79	2,456
Fernsehen privat	6,59	2,362
Zeitung Boulevard	6,47	1,598
Hörfunk privat	6,11	1,537

Die Journalisten vom öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsbereich, der überregionalen Qualitätszeitungen sowie der Zeitschriften schneiden hier etwas besser ab als ihre Kollegen anderer Medien.

## 7. Fazit

Aufgrund der gesellschaftlichen Relevanz des Sports müsste das Thema Doping nicht nur nach Einschätzung mancher externer Kritiker, wie etwa Werner Franke, sondern auch nach Ansicht einzelner Sportjournalisten, wie etwa Hajo Seppelt, publizistisch anders begleitet werden, als das bisher meistens der Fall war. In den theoretischen Überlegungen wurden verschiedene Erklärungsversuche formuliert, warum beim Thema Doping die Kritik- und Kontrollfunktion vom Sportjournalismus kaum adäquat oder nur von wenigen Redaktionen bzw. vereinzelt Journalisten wahrgenommen wird. Die im Theorie-teil aufgezeigte Hinwendung zu einem live-fokussierten, ereignisfixierten und unterhaltungsorientierten Sportjournalismus als übergeordnetem Trend könnte ebenso

ursächlich sein wie ökonomische Restriktionen als Folge steigender Kommerzialisierung im inter- und intramedialen Wettbewerb. Es wurde dargelegt, dass Dopingrecherchen zeitaufwändig, kostenintensiv und nicht ohne Risiko für den wirtschaftlichen Erfolg des eigenen Medienunternehmens sein können. Veränderungen im sportjournalistischen Rollenselbstverständnis kommen hinzu. Diese theoretisch beschriebenen und partiell empirisch belegten Aspekte könnten Erklärungen für die mediale Ignoranz in Sachen Doping sein. Auf jeden Fall gab in dieser Studie fast zwei Drittel der Befragten an, dass das Thema Doping in der eigenen Redaktion keine Rolle spiele. Ebenso viele Befragte publizieren selbst nichts dazu.

Wie im Theorieteil vermutet, können die Zugehörigkeit zu einer Mediengattung und die hierdurch bedingten unterschiedlichen Voraussetzungen sowie Selbstansprüche die Berichterstattung beeinflussen. So berichten mehr Sportjournalisten überregionaler Zeitungen (68,5 %) über Doping als Journalisten von Lokalzeitungen (41,0 %) oder Boulevardblättern (40,0 %). Dass Journalisten aus dem Agenturbereich (25,3 %) am seltensten über Doping berichten, lässt sich mit der klaren Ausrichtung auf Aktuelles erklären. Plausibel erscheint auch, dass Journalisten vom Privat-TV (27,0 %), die sich vor allem um unterhaltungsorientierte und ereignisfixierte Sportübertragungen kümmern, am zweit seltensten Doping-Beiträge publizieren. Überraschen muss jedoch die Position des öffentlich-rechtlichen Fernsehens (31,4 %): Hier hätte man, wie im Theorieteil dargelegt, wegen der Gebührenfinanzierung und des Grundversorgungsauftrags eine höhere Frequenz erwarten dürfen.

Diese Studie wollte auch weitere Erklärungen für die journalistische Ignoranz finden. Daher wurde versucht, die von Kautz (2011) und Sefiha (2010) im Rahmen ihrer Leitfadengespräche vereinzelt unterstellten „Wissensdefizite“ und „Kompetenzprobleme“ zu quantifizieren und zu konkretisieren.

Wie das Polaritätenprofil zur Frage nach der allgemeinen Beurteilung der medialen Thematisierung von Doping gezeigt hat, sind es in erster Linie die „Viel-Publizierer“ die die Dopingberichterstattung als tendenziell „inkompetent“ einstufen. Zudem konnte die Studie zeigen, dass subjektiv empfundene Kompetenzdefizite und objektivierbare Wissenslücken tatsächlich vorliegen. Mehr als drei Viertel der Befragten, die nie über Doping berichten, fühlen sich „nicht ausreichend ausgebildet“ und rund zwei Drittel halten sich für „nicht kompetent“. Selbsteinschätzungen zu verschiedenen Dopingaspekten verdeutlichen, wo die subjektiven Unsicherheiten am größten sind. Mehr als die Hälfte der Befragten konstatiert, keine oder nur geringe Kenntnisse zum NADA-Code zu besitzen. Zwischen 35 und 43 Prozent räumten ein, nur wenig Ahnung von „medizinischen“, „physiologischen“ und „sportrechtlichen“ Aspekten des Dopings zu haben. Die bei Kautz (2011) und Sefiha (2010) vereinzelt angedeuteten „Kompetenzprobleme“ werden nach Selbsteinschätzung der Befragten eingeräumt und sind sogar weit verbreitet.

Die grundsätzliche Schwierigkeit, ob man das Wissen von Sportjournalisten zum Thema Doping durch drei Fragen mit 13 Items valide ermitteln kann, bleibt diskutabel. Der Weg wird von den Autoren nach wie vor für sinnvoll erachtet. Gerade einmal 14 Prozent aller Befragten kann man ein „hohes“ Wissen attestieren, demgegenüber verfügen 28,5 Prozent nur über ein „geringes“ und 1,5 Prozent über „gar kein“ Wissen. Wie bei den theoretischen Überlegungen beschrieben, hängt Wissen u. a. mit Erfahrung zusammen. Dementsprechend bestätigte sich, dass die „Viel-Publizierer“ zu Dopingthemen mehr wissen als die Kollegen, die wenig oder gar nichts publizieren.

Wissen wird zumindest graduell von der Medienzugehörigkeit beeinflusst. So konnten Journalisten vom öffentlich-rechtlichen Hörfunk und von überregionalen Zeitungen etwas mehr Wissens-Items richtig identifizieren als ihre Kollegen vom privaten TV- und

Radiobereich sowie von Boulevardblättern. Die Studie markiert zudem, dass der formale Bildungsgrad sowie die Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen das Wissen signifikant erhöhen. Daher können einige Ergebnisse als Plädoyer verstanden werden, Fortbildungsveranstaltungen für Journalisten zum Thema Doping und Dopingberichterstattung anzubieten bzw. die wenigen vorhandenen Angebote konsequent auszubauen. Hier sehen die Autoren nicht nur die NADA oder den VDS, sondern auch kommunikatons- und sportwissenschaftliche Institute an Universitäten und Fachhochschulen in der Pflicht bzw. in der Verantwortung.

Doping ist nicht nur ein schmutziges Geschäft, das gesellschaftlich geächtet, rechtlich sanktioniert und journalistisch kritisch hinterfragt werden muss. Weil Doping auch ein komplexes und kompliziertes Sujet darstellt, bedarf es kompetenter Sportjournalisten, die sich mit ausreichender Fach-, Sach- und Vermittlungskompetenz dieser Thematik widmen. Ob dieser Typus Sportjournalist, wie Werner Franke meint, tatsächlich „vom Aussterben bedroht“ ist, kann mit dieser Studie nicht beantwortet werden. Eine gewisse „Existenzgefährdung“ scheint aber zu bestehen.

## Literatur

- Arnold, K. (2009): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK.
- Arnold, K. (2013): Qualität im Journalismus. In: Meier, K.; Neuberger, C. (Hrsg.): Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. Baden-Baden: Nomos, 77-88.
- Bette, K.-H.; Schimank, U. (2006a): Die Dopingfalle. Soziologische Betrachtungen. Bielefeld: transcript.
- Bette, K.-H.; Schimank, U. (2006b): Doping im Hochleistungssport. Anpassung durch Abweichung, 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bette, K.-H. (2008): Doping im Leistungssport – zwischen individueller Schuld und kollektiver Verantwortung. In: Deutsche Zeitschrift für Sportmedizin, 59 (1), 5-11.
- Blaschke, R. (2013): Mehr Fragen als Antworten. In: Sportjournalist, 62 (10), 24.
- Brosda, C. (2008): Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang. Wiesbaden: VS Verlag.
- Denham, B. E. (2007): Calling Out the Heavy Hitters: What the Use of Performance-Enhancing Drugs in Professional Baseball Reveals About the Politics and Mass Communication of Sport. In: International Journal of Sport Communication, 1, 3-16.
- Denham, B. E. (2013): Building an Agenda for Regulatory Change: The New York Times Investigates Drug Abuse in U.S. Horse Racing. In: International Journal of Sport Communication, 6, 239-257.
- Dresen, A.; Form, L.; Brand, R. (Hrsg.) (2015): Dopingforschung. Perspektiven und Themen. Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Ehl, L.; Fey, A. (2004): Das Berufsprofil „Sportjournalist 2004“. Eine repräsentative Befragung der Sportjournalisten in Deutschland. Köln: unveröffentlichte Diplomarbeit.
- Felgenhauer, M. (2008): Dopingberichterstattung in deutschen Printmedien. Eine Analyse am Beispiel der Fälle „Evi Sachenbacher“ und „Team Österreich“ bei den Olympischen Spielen 2006. Saarbrücken: VDM Verlag Müller.
- Form, L.; Paniczek, R. (2015): Sportjournalismus und Doping. Anmerkungen aus der Praxis. In: Dresen, A.; Form, L.; Brand, R. (Hrsg.): Dopingforschung. Perspektiven und Themen. Schorndorf: Hofmann, 251-265.
- Gernandt, M. (2013): Doping: Die Problemdisziplin im Sportteil. In: Sportjournalist, 62 (9), 5-7.
- Görner, F. (1995): Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland. Berlin: Vistas.
- Hauer, S. (2012): Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar. Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland. Berlin, Münster: LIT.
- Helm, K. (2013): Die Aufsteiger der Redaktion traditionell (1995) und aktuell (2010). Eine empirische Studie zum nationalen Sportjournalismus. Köln-Pulheim: MedienSportVerlag.

- Horky, T. (2001): Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analysen von Medienberichterstattung. Jesteburg: XOX Verlag.
- Huber, K. (2013): Das Spiel mit dem Doping. Eine Inhaltsanalyse über die Veränderung der Berichterstattung zum Thema Doping am Beispiel Olympischer Sommerspiele. München: Unveröffentlichte Diplomarbeit.
- Ihle, H.; Nieland, J.-U. (2013): Dopingaufklärung in der Unterhaltungsfall? Überlegungen zum Umgang mit Doping im medialisierten Sport. In: Meinberg, E.; Körner, S. (Hrsg.): Doping kulturwissenschaftlich betrachtet. St. Augustin: Academia Verlag, 155-171.
- Ihle, H.; Scharf, W. (2007): Männer, Mythen, Medien – „Tour de France“-Berichterstattung in Deutschland. In: *Studies in Communication Sciences*, (7) 1, 203-229.
- Kautz, F. (2011): Blickpunkt Doping. Eine explorative Studie zu Meinungen und Einstellungen von Sportjournalisten im Bezug auf Doping, die Berichterstattung darüber und mögliche Lösungen des Dopingproblems. Berlin, Münster: LIT.
- Kaczmarek, L. (2009): Human-Survey Interaction. Usability and Nonresponse in Online Surveys. In: Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung (DGOF) (Hrsg.): Neue Schriften zur Online Forschung (Band 6). Köln: Herbert von Halem.
- Klawitter, N.; Rosenbach, M.; Wulzinger, M. (2002): „Es soll menschen“. In: *Der Spiegel*, 7, 68-70.
- Kolb, S. (2009): Sportjournalisten in Deutschland. In: Horky, T.; Schauerte, T.; Schwier, J.; DFJV (Hrsg.): Sportjournalismus. Konstanz: UVK, 45-62.
- Kuckartz, U.; Ebert, T.; Rädiker, S.; Stefer, C. (2009): Evaluation online. Internetgestützte Befragung in der Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Leyendecker, H. (2006): Klebrige Nähe. Anmerkungen zur Korruption im modernen deutschen Sportjournalismus. In: Weinreich, J. (Hrsg.): Korruption im Sport. Leipzig: Forum Verlag, 228-240.
- Leyendecker, H. (2009): Abpiff. In: Horky, T.; Schauerte, T.; Schwier, J.; DFJV (Hrsg.): Sportjournalismus. Konstanz: UVK, 305-312.
- Mattis, F. (2011): Radsport als Sündenbock? Eine Inhaltsanalyse der Dopingberichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Süddeutschen Zeitung im Jahr 2009. München: Unveröffentlichte Diplomarbeit.
- McQuail, D. (1992): Media Performance. Mass Communication and the Public Interest, London, Newbury Park, New Delhi: SAGE.
- Meinberg, E.; Körner, S. (Hrsg.) (2013): Doping kulturwissenschaftlich betrachtet. St. Augustin: Academia Verlag.
- Mikus, A. (2009): Chancen, Schergen, Scharlatane – Der Sportjournalismus und die Tour de France, Dortmund: unveröffentlichte Diplomarbeit.
- NADA (2015): Nationaler Anti-Doping Code 2015. Aachen: Meyer und Meyer Verlag.
- Neuberger, C.; Kapern, P. (2013): Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden: Springer VS.
- Pardo, R. (2013): Doping Treatment by the Media in Spain: Alberto Contador and Martha Dominguez cases. In: *International Review on Sport and Violence*, 7, 33-49.
- Philipp, M. (2002): Die Konstruktion des medialen Dopingdiskurses. Struktur und Strategie. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Plauschinat, O.; Bollenbach, A.; Pitzschel, O. (2009): Evaluation der Presse- und Medienarbeit (communicationscontrolling.de Dossier Nr. 3), [http://www.communicationcontrolling.de/fileadmin/communicationcontrolling/pdf-dossiers/communicationcontrollingde\\_Dossier3\\_PresseMedienarbeit\\_Sept2009.pdf](http://www.communicationcontrolling.de/fileadmin/communicationcontrolling/pdf-dossiers/communicationcontrollingde_Dossier3_PresseMedienarbeit_Sept2009.pdf). (28.07.2015).
- Rager, G. (1994): Dimensionen der Qualität. Weg aus den allseitig offenen Richterskalen. In: Ben-tele, G.; Hesse, K. R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz: Universitätsverlag, 89-210.
- Ruß-Mohl, S. (1992): Am eigenen Schopfe ... Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: *Publizistik*, 1, 83-96.
- Schaffrath, M. (2006): Spitzensport und Sportjournalismus. Empirische Studie zum grundlegenden Verständnis der Beziehungen zwischen zwei Subsystemen und Akteurguppen. Köln-Pulheim: MedienSportVerlag.

- Schaffrath, M. (2010): Vermittler, Vermarkter und Verkäufer. Empirische Studie zum beruflichen Selbstverständnis von TV-Sportjournalisten. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58 (2), 247-267.
- Schaffrath, M. (2016): Journalismus und Sport. In: Löffelholz, M.; Rothenberger, L. (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer VS, 699-712.
- Schauerte, T.; Schwier, J. (2015): Skandalöse Neuigkeiten. Die Aufbereitung des Themas Doping in den Medien. In: Dresen, A.; Form, L.; Brand, R. (Hrsg.): *Dopingforschung. Perspektiven und Themen*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, 231-249.
- Schatz, H.; Schulz, W. (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: *Media Perspektiven* 11, 690-712.
- Schlegel, S. (2007): *Ethik im Sportjournalismus?* Köln-Pulheim: MedienSportVerlag.
- Schmalenbach, H. (2014): Qualität im Sportjournalismus. Entwicklung eines Konzepts zur Beurteilung des Sportressorts im Print. Köln-Pulheim: MedienSportVerlag.
- Schirm, J.; Hartmann-Tews, I. (2011): Doping in den Medien – nur Skandalisierung und Personalisierung? Eine Studie des öffentlichen Doping-Diskurses während der Tour de France 2008. In: Tokarski, W. (Hrsg.): *Impulse. Das Wissenschaftsmagazin der Deutschen Sporthochschule Köln*, 2011 (2), 36-43.
- Sefiha, O. (2010): Now's When We Throw Him Under the Bus: Institutional and Occupational Identities and the Coverage of Doping in Sport. In: *Sociology of Sport Journal*, 2010, 27, 200-218.
- Spalletta, M.; Ugolini, L. (2014): Sports Journalism between Doping Allegations and Doping Evidence: The Coverage of Lance Armstrong in Italian Newspapers. In: *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 6 (2), 221-238.
- Starke, C.; Flemming, F. (2015): Who Is Responsible for Doping in Sports? The Attribution of Responsibility in German Print Media. In: *Communication & Sport*, online first (DOI: 10.1177/21674795603712).
- Thielemann, M. (2008): *Kommunikatorforschung: Das Selbstverständnis im Sportjournalismus. Eine empirische und exemplarische Untersuchung deutscher Fernseh-Sportjournalisten*. Berlin: Verlag Dr. Müller.
- Uhrig, W. (2007): Die Medien – mittendrin statt nur dabei. Radfahrer und Reporter: Das große Outing zum Doping. In: *Sportjournalist*, 56 (7), 5-8.
- Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS) (2012): Leitlinien des Sportjournalismus, [http://www.sportjournalist.de/de/Ueber\\_uns/Leitlinien](http://www.sportjournalist.de/de/Ueber_uns/Leitlinien). (08.08.2012).
- Weischenberg, S. (1976): *Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus*. Bochum: Brockmeyer.
- Weischenberg, S. (Hrsg.) (1990): *Journalismus & Kompetenz. Qualifizierung und Rekrutierung für Medienberufe*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, S. (1994): Annäherungen an die „Außenseiter“. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus. In: *Publizistik*, 39 (4), 428-452.
- Weischenberg, S.; Loosen, W.; Beuthner, M. (Hrsg.) (2006): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*. Ulm: UVK.
- Weischenberg, S.; Malik, M.; Scholl, A. (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Werner, A. (2015): Sportjournalisten betreiben „Betrug am Volk“. Interview des Monats mit Werner Franke. In: *Sportjournalist* 64, (5), 18-19.
- Wienand, E. (2003): *Public Relations als Beruf. Kritische Analyse eines aufstrebenden Kommunikationsberufes*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wyss, V. (2002): *Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele, Normen, Ressourcen*. Konstanz: UVK.
- Wyss, V. (2006): Zum Potential der Qualitätsforschung als anwendungsorientierte Wissenschaft. In: Weischenberg, S.; Loosen, W.; Beuthner, M. (Hrsg.): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*. Ulm: UVK, 263-282.