

Live von der Fussball-Party

Von den Deutschen Fussballjournalisten lernen.
Eine Warnung im Hinblick auf die Euro 08 in der Schweiz.
Von René Martens

Ende Oktober passierte der deutschen Filiale des paneuropäischen Senders Eurosport ein Missgeschick. Eines Morgens hiess es in einer Mail aus München, die Fussball-Talkshow «Dropkick» werde eingestellt. Begründung: «Wir mussten leider feststellen, dass nach der WM-Euphorie die kritische journalistische Diskussion über Fussball in Deutschland derzeit nicht so gefragt zu sein scheint.» Zwei Stunden später verschickte der Sender erneut eine Mitteilung. Die Medien mögen die vorige Nachricht bitte als «gegenstandslos» betrachten. Sie sei «irrtümlich versandt» worden. Es sagt ein bisschen was über den Stellenwert des kritischen Fussballjournalismus aus, wenn man eine Sendung, die, zumindest vorgeblich, dieses Genre pflegt, innerhalb eines Vormittags mal eben sterben und wiederauferstehen lassen kann. Andererseits: Warum sollte die kritische Diskussion über Fussball ausgerechnet nach der WM gefragt sein, wenn während dieses Ereignisses der Zuschauer jeder kritischen Berichterstattung, die über das Beurteilen eines Spiels hinaus ging, konsequent entwöhnt wurde?

Die TV-Sender des WM-Gastgeberlandes haben im vergangenen Sommer viele Schwächen offenbart, die dem Schweizer Fernsehen bei der Planung für die Berichterstattung von der EM 2008 als Warnung dienen könnten. Das grundsätzliche Problem bestand darin, dass die Sender noch deutlicher als bei anderen grossen Sportveranstaltungen zeigen wollten, dass sie sich selbst als Teil des Ereignisses verstehen. Raus aus dem herkömmlichen Studio, ran an den Fan – das praktizierten sowohl der Privatsender RTL als auch das öffentlich-rechtliche ZDF, das am Potsdamer Platz in Berlin eine sogenannte ZDF-Arena errichtet hatte. Fatal war, dass mit der räumlichen Distanz zum Fan auch die journalistische Distanz zum Gegenstand der Berichterstattung schwand. Mittendrin

statt nur dabei – diese von einem Werbespruch des Kommerzsenders DSF abgekupferte Programmphilosophie erwies sich als fatal. Gewiss, Sportberichterstattung muss Emotionen transportieren, während der WM hatte man aber oft den Eindruck, dass die TV-Macher Emotionen erst produzierten. Der ZDF-Star Johannes B. Kerner etwa fungierte in der «Arena» seines Senders als Einpeitscher, und die der Nüchternheit weit entrückten Fans sangen fast ständig – egal, was Kerner und seine Gäste gerade sagten.

Der joggende Bundestrainer live

Der Fan als Jubelperser, dem nicht mal fünfzehn Sekunden Ruhm vergönnt sind – dieses Bild dominierte die Bildschirme. Dass Fussball eine Angelegenheit ist, über die sich normalerweise nachdenken und streiten lässt – das geriet in diesen vier Wochen fast in Vergessenheit, angesichts all der enthemmten Wesen, die «Party!» oder «Deutschland!» in die Kameras kreischen durften. «Stimmungskult» und «Ereignisrausch» dominierten, um es mit dem Berliner Philosophen Gunter Gebauer zu sagen. Mit journalistischer Berichterstattung hatte das nur noch wenig zu tun, dem Fernsehen schien es vor allem darum zu gehen, im Zusammenspiel mit seinen Geschäftspartnern aus dem Fussball-Business seine Aufgabe zu erfüllen, und so konnte man es sich manchmal nicht verkneifen, hin und wieder oben rechts oder links auf dem Bildschirm nach der Einblendung «Werbesendung» zu suchen, mit der Shopping-Kanäle ihre Programme kennzeichnen.

Der Fussball wurde durch diese Art der Präsentation geradezu entwertet, desgleichen durch einen Overkill nicht einmal marginaler Nachrichten. Der Zuschauer konnte, beispielsweise, verfolgen, wie das ZDF in einem Helikopter über dem Quartier der deutschen Nationalmannschaft kreiste und darauf warte-

te, dass die Spieler den Teambus bestiegen, und er konnte beim News-Kanal N24 live erfahren, dass der damalige Bundestrainer Jürgen Klinsmann gerade das Hotel verlassen hatte, um joggen zu gehen. Auch der gut beleumdete öffentlich-rechtliche News- und Dokumentationsender Phoenix beteiligte sich an solchen Spielchen, wie der TV-Kritiker Reinhard Lüke notierte: «Da wird noch Stunden später die belanglose DFB-Pressekonferenz vom Vormittag wiederholt und anschliessend zu einem Reporter geschaltet, der mit einem lustigen Hütcchen auf dem Kopf bei einer Kinderparty weilt, die auch irgendwas mit Fussball zu tun hat. Derweil laufen im Phoenix-Crawl Informationen über neue Anschläge im Irak und über das, was die Welt jenseits des Kinderfestes sonst noch zu bieten hat.»*

Bilder von der Party-Stimmung

Sender aller Provenienz vermochten die Relevanz von Bildern nicht mehr einzuschätzen, sie hetzten von Non-News zu Non-News, und so gab es mehrmals pro Tag auf allen Kanälen Reporter zu sehen, die in irgendeiner Stadt von telegenen Fans umringt berichteten, die Stimmung sei gerade super. Selbst einen renommierten Sportjournalisten wie den ARD-Reporter Hajo Seppelt, den das «Netzwerk Recherche» kürzlich mit dem «Leuchtturm für besondere publizistische Leistungen» auszeichnete, weil er für «einen Sportjournalismus steht, der seine Seele noch nicht an die Unterhaltung verkauft hat», konnte man während der WM mittags auf der Berliner Fanmeile erleben, wo er Fragen stellte wie: «Wo kommt ihr her?» oder «Wo geht ihr hin?»

Hinter solchen Beiträgen verbarg sich die implizite Aufforderung an den Zuschauer, er müsse jetzt raus auf die Strasse, am besten in eine der so genannten Public-Viewing-Zonen, dann habe er so-

gar irgendwie eine Chance, rein zu kommen ins Fernsehen und also Teil des Events WM zu werden. Der Freiburger Publizist Klaus Theweleit sagte zur Eigendynamik der Berichterstattung über feiernde Menschen: «Die Leute wollen zu etwas GROSSEM gehören, das im TV zu sehen ist. So wie damals die vielen, die aus der DDR geflohen sind. Der Strom wuchs täglich mit der Fernsehübertragung.»

All die Berichte und Kommentare, die die «Stimmung» und das «Lebensgefühl» in der Bevölkerung zum Thema hatten, unterschieden sich nur graduell. Das mediale Entzücken darüber, dass die einheimische Bevölkerung den Touristen freundlich ihre Euros abknöpfte, anstatt Schäferhunde auf sie zu hetzen, war durch kaum etwas zu erschüttern, weshalb etwa Theweleit von einer «aggressiven Gleichschaltung» sprach. Hiesige Blätter wie die NZZ und die WoZ, die den Hype der deutschen Medien um einen vermeintlich neuen Patriotismus skeptisch bewerteten, mussten sich darob von Lesern aus Deutschland oder in der Schweiz lebenden Deutschen heftige Kritik gefallen lassen.

Besonders schwer wog, dass in jenen Wochen kein TV-Sender Kritik am wirtschaftlich-politischen Komplex Fussball sowie am Gebaren von Verbänden und Funktionsträgern zu riskieren wagte. Das war einerseits nicht ernsthaft zu erwarten gewesen, andererseits war es dann doch ärgerlich, dass selbst ein so honorierter Sender wie arte diesbezüglich kein Gegengewicht zu setzen vermochte. Die Fifa-kritische BBC-Reportage «The Beautiful Bung: Corruption and the World Cup», für deren deutsche Fassung der Partnersender ZDF verantwortlich zeichnete, wurde trotz entsprechender Ankündigung nicht während der WM ausgestrahlt – angeblich aus juristischen Gründen. Die BBC hatte den Film, in dem der bei zahlreichen Sportfunktionären ver-

Regisseurin Simona Ryser auf dem Set mit Klaus Brömmelmeier.

Bild: Marco Zanoni



* Dieter Anschlag (Hg.): «Die WM-Show. Wie wir die beste Fussball-WM aller Zeiten am Bildschirm erleben», UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2006, 224 Seiten, 26,80 Franken. An dem Buch hat auch der Autor dieser Zeilen mitgewirkt.

hasste Journalist Andrew Jennings hochrangigen Fifa-Mitgliedern Bestechlichkeit vorwirft, bereits zu Beginn der WM gezeigt. arte will ihn nun, so die letzte Information aus der Zentrale in Strassburg, im Januar 2007 senden. An Brisanz hat der Film durch die lange Lagerung gewiss nicht gewonnen.

Heikle Fragen ausgelassen

Die Philosophie, gewissermassen einen Sicherheitsabstand zu wahren zu heiklen Fragen, galt nicht nur während der WM, sie gilt weiterhin. In der ZDF-Polit-Talksendung «Berlin Mitte», moderiert von der mehrfach preisgekrönten Fernsehjournalistin Maybritt Illner, gastierte Anfang November Franz Beckenbauer, der Chef des WM-Organisationskomitees gewesen war und als jene Figur des

deutschen Fussballgeschäfts gelten kann, die am besten mit Medien- und Werbepartnern aller Art vernetzt ist. Sogar Illner und ihre Redakteure wiederholten hier die sehr beliebte Legende, Beckenbauer habe «die WM nach Deutschland geholt» – obwohl etwa im Buch «Korruption im Sport. Mafiose Dribblings, organisiertes Schweigen», nach der WM erschienen in der Schriftenreihe der Journalistenorganisation «Sportnetzwerk», nachzulesen ist, dass Milliardeninvestitionen der Konzerne DaimlerChrysler und Bayer in Thailand und Südkorea sowie Waffenlieferungen nach Saudi-Arabien wichtiger waren als der Charme Beckenbauers.

Vielleicht ist das die deprimierendste Lehre, die man aus der WM-Berichterstattung ziehen kann: Die Uhr lässt sich

nicht zurückdrehen. Wer glaubt, man könne, weil man ja nicht als Defätist dastehen will, ein Grossereignis wie eine WM oder EM im eigenen Land positiv begleiten und danach wieder zu einer Normalität zurückkehren, in der eine zumindest ansatzweise kritische Berichterstattung möglich ist, betrügt sich selbst.

Einige der fatalen Mängel der WM-TV-Berichterstattung sind auf einer anderen Ebene noch gut präsent – in Sönke Wortmanns Film «Deutschland, ein Sommermärchen», Anfang Oktober im Kino gestartet und bereits am 6. Dezember im ARD-Fernsehen zu sehen. Der Regisseur liefert hier eine Innenansicht der deutschen Nationalmannschaft während des Turniers, rein formal handelt es sich also um eine Dokumentation. Ein Dokumentarfilmer hat aber, ob er sich

Techniker Tom Willens verändert die Akustik.



Bild: Marco Zanoni

Hörspiel, replay!

Über Bewegungen in der Hörspielszene
– im Internet und anderswo.
Von Philipp Cueni und Esther Hürlimann

nun als Journalist versteht oder Künstler, die Aufgabe, bei aller Nähe seine Unabhängigkeit zu wahren, und Wortmann hat dies auf seinem Arbeitsgebiet ebenso ignoriert wie die meisten TV-Leute auf ihrem. «Es gab Momente, in denen es mir egal war, ob ich etwas verpasse», sagt der Regisseur Wortmann. «Da war es mir wichtiger, in der Gruppe zu stehen und die Daumen zu drücken.»

Was die Fernsehberichterstattung vorher deutlich machte, bestätigte nun dieser vom Fernsehen finanzierte Dokumentarfilm: Nähe ist per se noch keine Qualität. Oder um eine «Sommermärchen»-Kritik des Filmpublizisten Georg Seesslen zu zitieren: «Der Blick von innen ist nur ganz selten auch ein Blick nach innen.» Dabei statt mittendrin – das wäre, wir wissen es spätestens seit der WM in Deutschland, die ideale Maxime für die Berichterstattung über die EM 2008. ◀

René Martens ist Journalist in Hamburg.

Endlich ist «Gesprungenes Glas» über den Schriftsteller Friedrich Glauser, eine der hervorragenden Hörspielproduktionen von SRDRS, auf CD erschienen. Seit der Erstaussstrahlung 1997 sind neun Jahre vergangen. Literatur in Form von Büchern oder Hörbüchern oder auch Musikstücke auf CDs zu kaufen, ist eine Selbstverständlichkeit, ebenso Radiosendungen als mp3 zeitunabhängig herunterzuladen und anzuhören. Aber immer noch liegen viele Perlen des Hörspiels stumm und unzugänglich in Radioarchiven. Auch moderne Internet-Technologie und Radio-on-demand scheinen beim Vertrieb von Hörspielen wenig zu bewegen. Im Normalfall bleibt das Hörspiel eine Radiosendung – wie eh und je.

Zappt man sich aber im Internet durch verschiedene Hörspiel-Websites, entdeckt man ein beachtliches Angebot, welches die Möglichkeiten der neuen Technologie nutzt und von einer lebendigen Szene zeugt. So kann man etwa mithören, wie ein Hörspiel entsteht (bei SRDRS oder Hörspielwerkstatt auf BR), Deutschlandradio bietet das Geräusch des Monats – etwa fünf Minuten lange Klangkompositionen aus Alltagsgeräuschen oder Stimmen. Ähnlich sind, ebenfalls Deutschlandradio, die «Wurfsendungen», sehr kurze gestaltete Beiträge von weniger als einer Minute. Die ARD hat an ihren Hörspieltagen den online-Award vergeben: Dabei konnten HörerInnen im Netz die Wettbewerbsbeiträge anhören und gleich abstimmen. Unter «Hördat» findet man im Netz eine Hörspieldatenbank, allerdings nur zum Lesen. Hoerspielbox.de ist ein frei zugängliches Soundarchiv im Netz. Übers Internet herunterladen oder wenigstens zeitunabhängig anhören kann man auch ganze Hörspiele – gerade auch bei Radio SRDRS. Und das Jugendradio VIRUS experimentiert mit der Soap «Astrid» an neuen interaktiven und multimedialen Hörspielformen.

Freie Szene

Rund um und über das Hörspiel wird im Internet eine spannende Palette von Angeboten gemacht. Das Internet bietet auch den Hörspiel-MacherInnen Möglichkeiten des Austauschs, welcher bisher allenfalls an Hörspiel-Festivals möglich war. Denn es gibt auch ausserhalb der Radiostudios eine freie Hörspielszene. Dort haben die jungen Daniel Beskos und Peter Reichenbach vom Kleinverlag «mairisch» in Hamburg angesetzt. Eben haben sie zusammen mit Claes Neufeld die mp3-CD «pressplay» herausgebracht, eine Anthologie der freien Hörspielszene. «Dadurch kann man diese Stücke auch ausserhalb der Festivals hören, und den Autoren selbst ermöglicht pressplay einen besseren Zugang zu den Radiostationen», so Beskos, der wie seine Kollegen selbst Hörspiele macht. «Gemessen an den beiden wichtigen Festivals von Leipzig und Berlin – «Plopp!» – ist die Auswahl repräsentativ.» Zu hören sind auf «pressplay» in 274 Minuten (die mp3-Technik macht's möglich) Hörstücke zwischen 5 und 44 Minuten, auch von arrivierteren Namen wie Antje Vowinckel, Jens Jarisch (beide Prix Europa) oder Hermann Bohlen. Auch für Daniel Beskos ist der Austausch mit den grossen Radiostationen wichtig und er wünscht sich «vermehrt Sendeformate für kurze Hörspiele und Werkstatt-Debatten über das Hörspiel, wie das zum Beispiel über Literatur ja auch gemacht wird.» Beim Bayerischen Rundfunk («hör!spiel!art.mix») und beim Deutschlandfunk («Hörspielkalender») gibt es das bereits. In der Schweiz hat SRDRS einen anderen Weg gewählt, um die junge Szene zu fördern: mit dem Projekt «Hörstatt» wurde ein Praktikum für junge Hörspiel-AutorInnen angeboten.

Das VIRUS-Experiment

Das Jugendradio VIRUS verbindet das Medium Hörspiel mit vielfältigen Kom-