

„Alle Scharmützel im Kasten“

Die Fernsehware Fußball schadet dem Original: Die Übertragungen werden wie Unterhaltungs-Shows inszeniert, der Bezug zur Realität geht verloren. Die Kameras in den

Stadien bringen die Profis in Bedrängnis. Weil jedes Foul zum Medienspektakel wird, drohen den Spielern Sperren, auch wenn der Schiedsrichter nicht gepfiffen hat.

In höchster Not griff Heiko Laessig zum Äußersten. Mit einem kräftigen Grapscher ins Gemächtige seines Gegenspielers stoppte der Fußballprofi von Bayer Uerdingen den davoneilenden Kontrahenten. Auch der Dortmunder Stéphane Chapuisat packte bei einem Zweikampf blitzschnell zu.

Die Gekniffenen sanken schreiend zu Boden. Die Schiedsrichter hatten die Attacken auf den Unterleib nicht gesehen. Doch dann machte das Fernsehen die Grapscher zu TV-Stars: Die Griffe an den Hosenlatz wurden auf allen Kanälen gezeigt, live, in Zeitlupen-Wiederholung und auch in Super-Zeitlupe.

Die Kommentare schwankten zwischen Männer-Spott und geheuchelter Sorge um die Sauberkeit des Fußballs –

* Am 13. November 1992 gegen den Bremer Rune Bratseth.

prompt trat das Sportgericht des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) zum Bilderstadium zusammen. Laessig wurde für sechs Wochen gesperrt, bei Chapuisat fehlte den Richtern die letzte „Sicherheit“ für einen Schuldspruch.

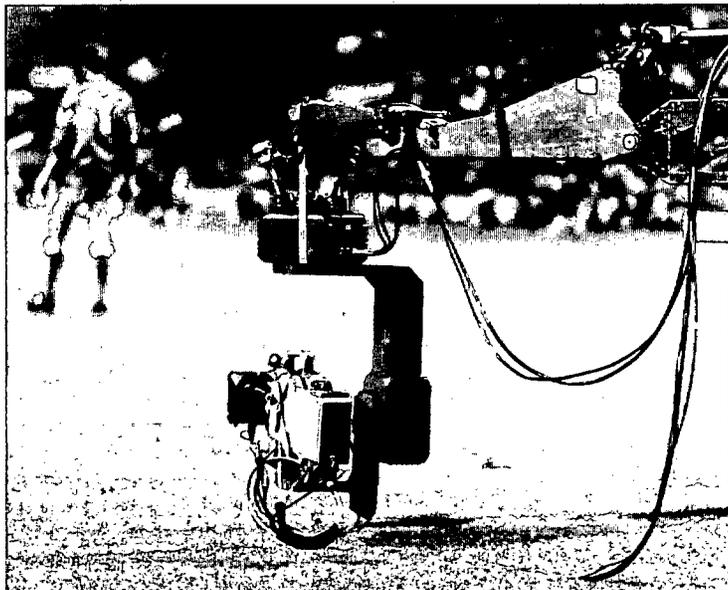
Durch den „Überschiedsrichter Fernsehen“, argwöhnt Laessigs Rechtsanwalt Christoph Schickhardt nach dem Urteil, würden „Manipulationen Tür und Tor geöffnet“. Auch Dortmunds Trainer Ottmar Hitzfeld fühlt sich schon als Fernsehopfer: „Wir sind der Willkür der Journalisten ausgesetzt.“

Der Fußball-Bundesliga fällt es schwer, sich auf das neue Fernsehzeitalter einzustellen. Zwar kassieren die Manager der Vereine gern die 122 Millionen Mark, die im laufenden Spieljahr durch den Verkauf der Senderechte verteilt werden können. Doch die Folgen des Wandels vom schlichten Fußballspiel hin zur totalen Fernseh-Show empfinden Trainer wie Spieler inzwischen als lästiges Übel.

Einst genügten drei Kameras für eine Übertragung; der Zuschauer vor dem Bildschirm sah nicht viel mehr als der Besucher im Stadion – eben Fußball wie aus dem richtigen Leben.

Seit Beginn der Saison 1992/93 erfassen aber mindestens neun Elektronen-Augen unbarmherzig jede Regung auf dem Spielfeld. „Wir wollen alle kleinen Scharmützel im Kasten haben“, postuliert Sat-1-Sportchef Reinhold Beckmann, 37, seinen Anspruch. Die so gewonnene dreifache Bildermenge wird dann immer wieder neu komponiert: Mal werden die Fouls aneinandergereiht – mehr als jeder Schiedsrichter gesehen hat; mal werden Trainergesten gesendet – was den Mythos vom großen Zampano festigt; mal werden die Versager vorgeführt – den Fans im Stadion blieben die Szenen der Unbeholfenheit meist verborgen.

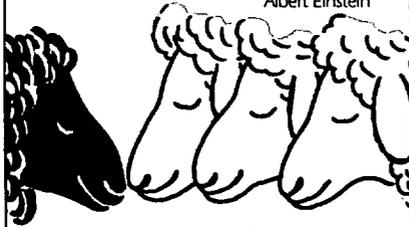
In der Neu-Zeit des Reality-TV machen die Fußball-Dokumentationen offenbar, was bisher verborgen blieb. Das sportliche Ereignis, folgert der Medienkritiker Dietrich Leder, werde auf ein



Hosengrapscher Chapuisat*, TV-Zusatzkamera: „Wir sind der Willkür der Journalisten ausgesetzt“

Um ein tadelloses Mitglied einer Schafherde sein zu können, muß man vor allem ein Schaf sein.

Albert Einstein



Nichts gegen ein gemütliches Schafleben, aber es gibt sie auch, **die Freude an der bewußten Entscheidung:**

nur natur Darjeeling

Feinster Schwarztee aus ökologischem Anbau in kompromißloser Qualität:

- Keine Pestizide und Chemiedüngung
- Sorgfältigste Verarbeitung direkt im Garten
- Aus drei hundertjährigen Teegärten an den Südhängen des Himalaya, sozial vorbildlich und mit der Tradition einer großen Teekultur

Für diesen Tee zahlen wir Preise, die dem Produkt und unserem sozialen Anspruch gerecht werden. Aber lassen Sie sich nicht beeinflussen:

Vertrauen Sie Ihrem Geschmack!

Fragen Sie Ihren Naturkosthändler, schicken Sie uns den Coupon oder rufen Sie an: 08179 / 13 25. Wir freuen uns auf ein Gespräch mit Ihnen und auf Ihr persönliche Urteil.

Coupon



Ja, ich will den **nur natur** Darjeeling-Tee selbst kennenlernen und bestelle hiermit:

- 100g für DM 15,80
- 250g für DM 27,50
- 1000g für DM 76,00

(unverbindl. Preisempfehlung)

- 1st Flush=milde März-Ernte
- 2nd Flush=kräftigere Juni-Ernte

inkl. Porto- und Versandkosten. Ich bezahle den Betrag sofort nach Erhalt der Rechnung.

Zufriedenheits-Garantie:

Entspricht der **nur natur** Darjeeling-Tee nicht meinem Geschmack, kann ich die angebrochene Packung zurückschicken und brauche nichts zu bezahlen.

- Ich möchte kostenlose Informationen über **nur natur** Darjeeling-Tee und **nur natur** Früchte- und Kräutertees aus anerkannt ökologischem Anbau.
- Ich möchte kostenlose Informationen über **nur natur** Gewürze aus anerkannt ökologischem Anbau.

Anschrift

Unterschrift

DS

Bitte den Coupon vollständig ausfüllen, Zutreffen des ankreuzen und am besten noch heute weg-schicken an: **nur natur**, Moosewisch, W-8197 Königsdorf. Wir bearbeiten Ihre Bestellung sofort.

„Halbprodukt reduziert“. Ohne die Fernsehästhetik sei der Rolling Fußball „heute bedeutungslos und deshalb inexistent“. Die Verwandlung des Stadions in ein TV-Studio macht dem Zuschauer bewußt: Die Wiedergabe des Spiels auf dem Fernsehschirm ist viel besser als das Original.

Um die in Show-Dimensionen gestiegenen Gagen wieder einzuspielen, wird gesendet wie nie. Mit Saisonbeginn stieg die Übertragungsdauer gegenüber dem gleichen Zeitraum im Vorjahr um 300 Prozent. Durchschnittlich werden jedes Wochenende über zehn Stunden Bundesliga-Fußball gezeigt (siehe Grafik Seite 192).

„Nirgendwo“, so Josef Hackforth, Leiter des Instituts für Publizistik an der Sporthochschule Köln, werde heute die amerikanische Metapher des „more of the same“ deutlicher als im Fußball. Die Herstellung der Bilder wirkt wie der Versuch, aus den immergleichen Produktionssteilen des VW Golf ein buntes Kleinwagensortiment zu fertigen.

Jede Anstalt schneidet sich ein Spiel so zusammen, wie sie es braucht. Der Abonnementsender Premiere hat sich auf die qualitativ hochwertige Live-Übertragung spezialisiert. Die abgedrängte ARD konzentriert sich in ihren Regionalprogrammen auf lokale Fußballereignisse, das ZDF präsentiert am Samstagabend die Nachlese.

Weil trotz des Bilderbooms die Zuschauerzahlen im Vergleich zum Vorjahr nahezu stagnieren, sieht sich Branchenfürer Sat 1 für seine Sendung „ran“ in der Pflicht, sich stets „etwas ganz Besonderes einfallen zu lassen“ (Beckmann).



Moderator Beckmann
„Warum so bunt?“

So wurde der Blickwinkel verändert. Der Schütze des Eckballs interessiert nicht mehr, die Objektive werden nun im Zoom auf die Spielertrauben im Strafraum gefahren – dorthin, wo gerempelt und getreten wird. Den Kameras, verlangt Beckmann, soll „keine fragwürdige Szene mehr entgehen“.

Technischer Schnickschnack erzeugt zudem eine Pseudo-Modernität, die oft nur Faktenhuberei ist – etwa wenn

Computer Laufwege von Trainern, Schiedsrichtern oder Spielern vermessen.

Beim Berliner Hallenturnier wurden von Premiere sogar Herzfrequenz und Laktatwert der Akteure ermittelt. Für die am vergangenen Wochenende gestartete Bundesliga-Rückrunde führte der Abo-Sender einen „Telefinger“ ein. Mit einem elektronischen Stift können jetzt Kommentatoren wie Franz Beckenbauer auf dem Bildschirm taktische Spielzüge erklären, Fehler aufzeigen und einen aussichtsreicheren Lauf des Balles demonstrieren.

Nächster Schritt ist die Verbesserung des Tons. Der „Zuschauer im Wohnzimmer“, so Holger Timmreck, der Sport-Producer von Premiere, soll dann auch noch „richtig guten Stadion-Sound“ erleben.

Konkurrent Beckmann, dem „Ideen für neue Spielereien oft im Kino kommen“, will demnächst Bilder aus der Vogelperspektive zeigen. Die Kamera muß dafür mittels Seilzug zwischen den Tribürendächern aufgehängt werden. Vorbild ist hier das Eishockey, das bereits von 13 Kameras überwacht wird – eine steckt sogar im Helm des Torwarts.

Wie Sportarten fürs Fernsehen verändert werden

* Sieger des Spiels ist die Mannschaft, die in der Verlängerung das erste Tor schießt.

**Kurzbahnrennen mit vier Startern

TISCHTENNIS



Versuche mit verkürzter Zählweise; diskutiert wird: Veränderung der Schlägerbeläge, Höhe des Netzes, Größe des Balls

TURNEN



Wettkampf und professionelle Show sollen gemischt werden.

VOLLEYBALL



Obligatorische Aus-Zeiten für Werbespots

MODERNER FÜNFKAMPF



Einzelwettkampf: statt vier Tage nur noch einen Tag; Einführung von Staffeln

FUSSBALL



Bei Junioren-Weltmeisterschaften: „sudden death“ bei Unentschieden, Einstoß statt Einwurf

HOCKEY



Größere Veranstaltungen nur noch mit Rahmenprogramm; Bälle mit Leuchtreflexen werden getestet

So hechelt die Fußball-Berichterstattung von einem vorgeblichen Höhepunkt zum nächsten. Doch nicht alle möchten mehr mitspielen, wenn, wie es Fernsehmoderator Roger Willemsen sieht, die Spannung dramaturgisch aufgebaut wird durch die „drohende Zerstörung des Körpers durch Bruch, Riß, Gehirntrauma oder offene Wunde“.

Man könne auf dem Platz „keinen Huster mehr tun“, schimpft Dortmunds Stürmer Frank Mill über die Spitzel mit der Kamera. Selbst Kommentator Beckenbauer beklagt inzwischen die „totale Überwachung“ auf dem Spielfeld. „Die Sucht nach Sensation“, meint der Rekord-Nationalspieler, sei nicht nur „unappetitlich“, sie nehme den Spielern auch noch „ihre Würde“.

Die Spieler müssen fürchten, wie ihr Kollege Michael Frontzeck öffentlich als Gewalttäter bloßgestellt zu wer-

RINGEN



Neues K.-o.-System, weniger Teilnehmer und Kämpfe bei Meisterschaften

SCHWIMMEN



Drastische Reduzierung der Teilnehmerzahlen bei Wettkämpfen, Straffung der Zeitpläne

SCHIESSEN



Finals mit acht Schützen; im Versuch: Laserwaffen, die über Computer mit Groß-Monitoren verbunden sind

FECHTEN



Im Test: durchsichtige Gesichtsmasken und farbige Kampfanzüge

BIATHLON



Es werden Laserwaffen getestet, bei denen die Schußbahn sichtbar ist

SKI/ALPIN



Abschaffung unattraktiver Wettbewerbe (Kombination)

EISHOCKEY



Spiele auf farbigem Eis (im Test: blau), um den Puck deutlicher sichtbar zu machen

EISSCHNELLAUF



Short-Track-Rennen** und Staffeln; im Versuch: Massenstarts, 100-Meter-Läufe

neu new neu nuovo



5- STERN-HOTELS IN

MOSKAU

Palace Hotel

Eröffnung:
1. Februar 1993



Zentral an der Tverskaja Straße gelegen. 200 Zimmer, 22 Suiten, 3 Restaurants, Wiener Café und Konferenzsäle, Fitneßklub und Whirlpool.

Buchen Sie jetzt

ST. PETERSBURG

Nevskij Palace Hotel

Eröffnung:
1. Mai 1993



„Rußlands Fenster zum Westen“-St. Petersburg. Am Nevskij Prospekt gelegen, mit 288 Zimmern und Suiten, Mehrzweckkonferenzsäle, 3 Restaurants, Bar und Café, Sauna, Whirlpool und Massage.

Buchen Sie jetzt



Bei Ihrem guten Reisebüro oder über UTELL International; Zentrale Reservierung, Wien: Tel: (43)1/715 55 30-430, Fax: (43)1/715 55 30-28, Tlx: 111 176 abvwi; Reservierung Moskau: Tel: 202 03 81, Fax: 230 27 04, Tlx: 414 748 vizit su; Reservierung St. Petersburg: Tel: 311 63 66, Tlx: 121279 herms su



Wie heißt einer der führenden Gabelstapler-Hersteller der Welt?

Hyster heißt er!



Das Beste für Ihr Geld.

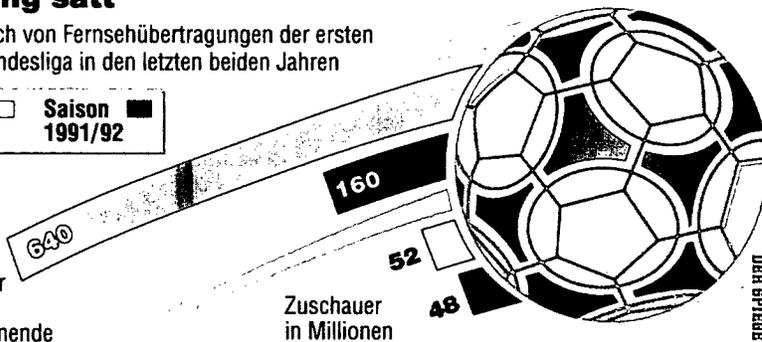
Interessiert?
Melden Sie sich bei gte Fördertechnik
Tel: 0211 71 80 813 Fax: 0211 71 87 350

Werbung satt

Ein Vergleich von Fernsehübertragungen der ersten Fußball-Bundesliga in den letzten beiden Jahren

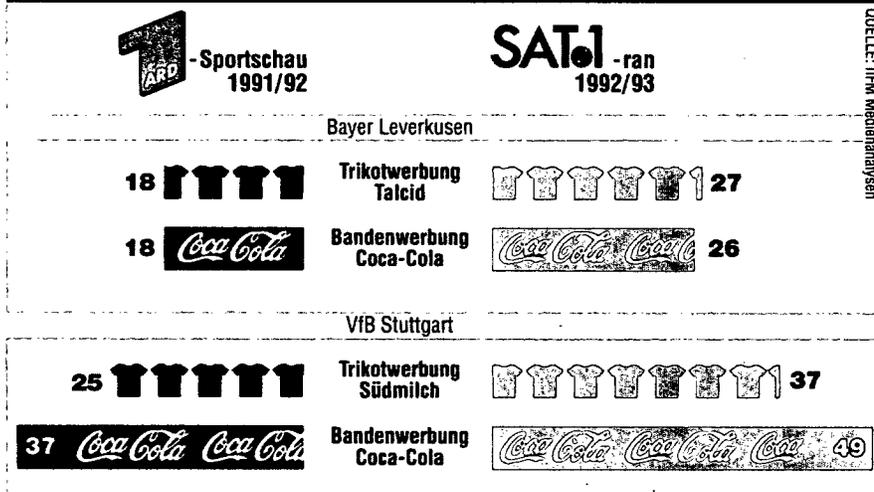
Saison 1992/93 Saison 1991/92

Übertragungsdauer in Minuten pro Wochenende



DER SPIEGEL

Wieviele Sekunden Werbung werden in zehn Minuten Übertragungszeit wahrgenommen?



QUELLE: IFM Medienanalysen

den. „Direkt vor der Linse“ seiner Zeitlupenkamera, schwärmt Premieremann Timmreck, habe der Stuttgarter Profi zu einem Kopfstoß gegen den Münchner Lothar Matthäus angesetzt. „Sperrt diesen Rambo“, forderte *Bild* nach Ansicht der „Horror-Szene“.

Uerdings Trainer Friedhelm Funkel, der bei seinen Kickern mangelnde Aggressivität beklagt, macht dafür bereits den großen Bruder Fernsehen verantwortlich: Sie hätten schlicht „Angst vor Sperren“.

Diese Form der Enthaltensamkeit mag der DFB-Trainerausbilder Bernd Stöber allerdings nicht negativ sehen. Durch die ständige Kameraüberwachung sei „die Befürchtung brutaler Ausuferungen“ im harten Fußballgeschäft „eindeutig“ zurückgegangen.

Die Schere im Kopf der Spieler reicht bereits über das Spielende hinaus. Mit dem Argument, „man müsse sich erst die Fernsehbilder anschauen“, entziehen sie sich besonders dann jeglicher Kommentare, wenn sie sich zuvor durch geschickte Schauspielereinlagen („Schwalben“) Vorteile erschwindelt haben.

Auch die Verbandsfunktionäre haben sich der Macht des Fernsehens unterworfen. Was bei anderen Sportarten noch in den Anfängen steckt (siehe Gra-

fik Seite 188), ist beim Fußball, der TV-Sportart Nummer eins, bereits weit gediehen. Seine Hauptdarsteller, sagt selbstbewußt RTL-Chefredakteur Dieter Lesche, „sind vom Fernsehen abhängig“:

Auf der Suche nach Sensationen, mehr Tempo und mehr Toren arbeitet der Fußball-Weltverband verstärkt an Regeländerungen. So sollen verletzte Spieler nicht mehr auf dem Rasen behandelt werden; rund um das Spielfeld sollen Bälle auf Reklameständern deponiert werden, um bei Einwüfen Zeit zu sparen; Eckstöße sollen zur Erhöhung der Dramatik von der Strafraumgrenze aus getreten werden.

„Weil Unterhaltungs- und Informationsbereich identisch werden“ (Hackforth), geht die kritische Distanz der Medien zu ihren Objekten verloren. Programmplaner und Sportjournalisten, warnt der ARD-Forschungsdienst, geraten in die „Abhängigkeit von den Bedingungen einer optimalen Vermarktung“.

Die Pflege der Fußball-Landschaft wird bereits ganz ungeniert betrieben. Sportrechte-Makler Axel Meyer-Wölden lockte den DFB zum Vertragsabschluß, indem er versprach, Sat 1 werde den Fußball „besser als bisher ins Bild bringen“. Von den Fernsehleuten for-

derte er, den „Kontakt zu den Vereinen zu pflegen“.

Das Geschäft zum gegenseitigen Nutzen kann sich sehen lassen. Die Klubs unterstützen den Sender auch bei den albernsten Gags, die Fernsehmacher rücken die Sponsoren besser und länger ins Bild. Das Karlsruher Institut für Medienanalysen ermittelte im Auftrag des SPIEGEL, daß die Signets der Trikotwerber bei „ran“ zwischen 30 und 70 Prozent länger zu sehen sind als zu öffentlich-rechtlichen „Sportschau“-Zeiten. Auch die Bandenwerber dürfen sich über erhebliche Zuwachsraten bei der Bildschirmpräsenz freuen (siehe Grafik).

Für die Brauerei Holsten, die mit 14 Millionen Mark das meiste Werbegeld in den Fußball steckt, ist „ran“ ein „Riesenerfolg“. Nach nur drei Monaten, frohlockt Marketingleiter Werner Reineke im Fachblatt *Sponsor-News*, sei der Bekanntheitsgrad der Biermarke von 50 auf 65 Prozent gestiegen.

Die zufriedenen Sponsoren zahlen bereitwillig und dreifach: für die Trikotreklame und die Bandenwerbung an die Klubs, für zusätzliche TV-Spots an den Sender. Irritationen werden schnell begradigt. Als Moderator Beckmann in einem Anflug journalistischer Glaubwürdigkeit den als Litfaßsäule zum Interview angetretenen Schalker Trainer Udo Lattek ironisch anging („Warum so bunt?“), wurde das „Mißverständnis“ anschließend in einem Vier-Augen-Gespräch geklärt.

Es finden sich immer neue Vermarktungsmöglichkeiten. Da die Profis bei Hallenturnieren bereits ganz legal Doppelpaß mit den Werbepartnern spielen, hat die Ufa, ein Tochterunternehmen des Mediengiganten Bertelsmann, einen Sondervertrag mit Bayern München abgeschlossen. Der Bundesliga-Tabellenführer tritt fortan nur bei Turnieren an, für die die Ufa mit ihren Beteiligungen RTL und Premiere die Senderechte besitzt. Die Agentur beteiligte sich im Gegenzug finanziell an der Heimholung des nach Italien abgewanderten Mittelfeldstrategen Lothar Matthäus.

So gerät auch in Deutschland das Balltretergewerbe immer stärker unter den Einfluß der Kommunikationskonzerne. Anderswo ist man schon weiter. Der französische Abonnementsender Canal Plus kaufte sich beim Erstligaver ein Paris St. Germain ein. In Italien besitzt Silvio Berlusconi, der größte Fernsehmulti des Landes, den Fußballmeister AC Mailand. Dem Ortsrivalen Inter finanzierte er den Einkauf der Holländer Bergkamp und Jonk mit und sicherte sich im Gegenzug Übertragungsrechte. Sportwissenschaftler Hackforth sieht überall das gleiche Szenario voraus: „In Zukunft Ligen werden die Medienkonzerne eigene Ligen gründen.“