

# Journal für Sportkommunikation und Mediensport



7. Jahrgang

2022

## **Herausgeber:**

Professor Dr. Thomas Horky (Hochschule Macromedia Hamburg) | Dr. Holger Ihle (Technische Hochschule Köln) |  
Professor Dr. Michael Meyen (Ludwig-Maximilians-Universität München) | Dr. Jörg-Uwe Nieland (Westfälische  
Wilhelms-Universität Münster) | Professor Dr. Hans-Jörg Stiehler (Universität Leipzig)

Reihenentwurf/Layout/Logo: Christine Friedrich-Leye (cfl@ceel-design.de)

Hannover, August 2022

## Inhalt

### ***Forschungsberichte***

Michael Schaffrath, Nils Olson & Thorsten Schulz

**Risiken und Nebenwirkungen der Dopingberichterstattung ..... 3**



# Risiken und Nebenwirkungen der Dopingberichterstattung

Online-Befragung von Sportjournalist\*innen zu ausgewählten strukturellen und persönlichen Gründen für die publizistische Zurückhaltung beim Thema Doping

Michael Schaffrath, Nils Olson & Thorsten Schulz

## Zusammenfassung

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit der Frage, warum sich nur zwischen drei und fünf Prozent der Sportjournalist\*innen in Deutschland intensiv mit Doping beschäftigen und hierzu umfangreich publizieren. Die überwiegende Mehrheit setzt sich also wenig oder gar nicht mit Doping auseinander, obwohl dies nach normativen Vorgaben und berufsethischen Selbstverpflichtungen geboten wäre. Zur theoretischen Einordnung wird das „Zwiebel-Modell“ von Weischenberg herangezogen, das in der äußeren Schale auf der Ebene des Normenkontextes rechtliche Grundlagen fokussiert. Auf der Ebene der drei inneren Schalen dieses Modells, also dem Struktur-, Funktion- und Rollenkontext, wird nach Gründen für die weitverbreitete journalistische Zurückhaltung beim Thema Doping gesucht. Dazu wurde eine Online-Befragung durchgeführt, an der von 3.425 angeschriebenen Sportjournalist\*innen 906 teilgenommen haben, von denen 659 die Umfrage bis zum Ende bearbeiteten. Die Befragung zeigt, dass verschiedene strukturelle Gründe, wie z. B. organisatorische und ökonomische Imperative, aber auch persönliche Motive, wie etwa Angst vor Zugangsgefährdung zu Sportakteuren durch Dopingberichterstattung oder eine subjektiv empfundene Inkompetenz und defizitäre Ausbildung beim Thema Doping in unterschiedlichen Intensitäten von den Befragten konzediert werden.

## Abstract

This study addresses the question why only three to five percent of sports journalists in Germany deal intensively with doping and publish extensively on the subject. This means that a clear majority deals little or not at all with doping, although this would be required by normative guidelines and professional ethical obligations. For theoretical classification, Weischenberg's "Onion Model" is used, which focuses on legal principles in the outer shell at the level of the normative context. At the level of the three inner shells of this model, i.e., the structural, functional, and role contexts, reasons are sought for the widespread journalistic absence on the subject of doping. Therefore, an online survey was conducted in which 906 of the 3,425 sports journalists contacted participated. 659 of whom completed the survey. The survey shows that various structural reasons, such as organizational and economic imperatives, but also personal motives, for example the fear of losing the access to sports athletes by doping reporting or a subjectively perceived incompetence and deficient training on the subject of doping, are admitted by the respondents in varying degrees of intensity.

---

Professor Dr. Michael Schaffrath  
Arbeitsbereich für Medien und  
Kommunikation, Fakultät für Sport-  
und Gesundheitswissenschaften  
Technische Universität München  
Georg-Brauchle-Ring 60-62, 80992  
München, Deutschland  
E-Mail: michael.schaffrath@tum.de

Nils Olson  
Lehrstuhl für Präventive Pädiatrie  
Fakultät für Sport- und Gesund-  
heitswissenschaften  
Technische Universität München,  
E-Mail: nils.olson@tum.de

Dr. Thorsten Schulz  
Lehrstuhl für Präventive Pädiatrie  
Fakultät für Sport- und Gesund-  
heitswissenschaften  
Technische Universität München,  
E-Mail: thorsten.schulz@tum.de

## 1. Forschungsproblem und Forschungsfragen

Der international anerkannte Doping-Experte Werner Franke übte im Jahr 2015 im Verbandsorgan „Sportjournalist“ massive Kritik an der medialen Berichterstattung über Doping. Der Professor für Zell- und Molekularbiologie am Deutschen Krebsforschungszentrum in Heidelberg unterstellte den Sportjournalist\*innen sogar „Betrug am Volk“ (zitiert nach Werner 2015, S. 18) und forderte: „Wenn ich den Beruf Journalist habe, habe ich doch die verdammte Verpflichtung, Dinge in meinem Themengebiet wahrheitsgemäß und lückenlos darzustellen und aufzudecken“ (zitiert nach Werner 2015, S. 18). Die hier für die Dopingberichterstattung postulierten journalistischen Aufgaben der „Wahrheitssuche“, der „wahrheitsgemäßen Berichterstattung“, des „kritischen Hinterfragens“ bis zum „Aufdecken von Skandalen“ reflektieren normative Vorgaben, die in allen Landespressegesetzen zu finden sind. Dort sind die Pflicht „zu wahrheitsgemäßer Berichterstattung“ (siehe z. B. Bayerisches Pressegesetz) und die Forderung „Kritik zu üben“ (siehe z. B. Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen) als „öffentliche Aufgaben der Presse“ fixiert. Auch im Medienstaatsvertrag (2020) wird gefordert, Nachrichten vor ihrer Verbreitung auf „Wahrheit“ zu prüfen. Und nach Ziffer 1 des Pressekodex (2022) des Deutschen Presserates, in dem „ethische Standards für den Journalismus“ formuliert sind, gehört die „wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit“ zu den „obersten Geboten“ der Presse. Schließlich verpflichten sich nach den Leitlinien des Sportjournalismus (2022) die Mitglieder des Verbandes Deutscher Sportjournalist\*innen (VDS) in Ziffer 6 selbst „zur wahrheitsgemäßen und sachlichen Berichterstattung“. Darüber hinaus wird sogar in Ziffer 3 der VDS-Richtlinien sogar explizit der Einsatz gegen Doping gefordert: „Sportjournalist\*innen bearbeiten und bewerten alle Bereiche des Sports. Sie üben damit eine öffentliche Kontrollfunktion aus. Sportjournalist\*innen setzen sich für einen humanen, von Korruption und Doping freien Sport ein.“

Diese normativen und ethischen Vorgaben gelten für alle Sportjournalist\*innen gleichermaßen und sollten daher auch beim Thema Doping für alle Sportjournalist\*innen handlungsleitend sein. Realiter werden sie jedoch nur von eher Wenigen erfüllt. Zu diesen gehört die 2007 gegründete ARD-Dopingredaktion um Hajo Seppelt, die u. a. seit 2014 in drei Dokumentationen unter der Überschrift „Geheimsache Doping“ das Staatsdoping in Russland aufgedeckt hat (vgl. Seppelt 2014, 2016a, 2016b) oder 2019 mit der Dokumentation „Die Gier nach Gold – Der Weg in die Dopingfalle“ die sogenannte „Operation Aderlass“ ausgelöst hatte. Außerdem befassen sich noch einzelne Redakteur\*innen der SZ, der FAZ, vom SPIEGEL und Deutschlandfunk regelmäßig mit dem Thema Doping.

Die aufgeführten Medien sind die Ausnahmen der Regel einer weitverbreiteten sportjournalistischen Abstinenz, die nicht nur von Doping-Experte Franke kritisiert wird. Solche Vorwürfe artikulieren ebenfalls Meier, Rose, Woborschil & Konjer (2013, S. 2) in ihrer Langzeitstudie zur Rezeptionsgeschichte des Dopings: „Obwohl eine ganze Reihe bedenklicher Praktiken im bundesdeutschen Sport bekannt gewesen sind, hielt sich das Medieninteresse in Grenzen. Es gab allenfalls Ansätze eines investigativen Sportjournalismus, ebenso war das Interesse an einer Aufklärung bekanntgewordener Verfehlungen (...) lange Zeit nur gering ausgeprägt.“ Ähnlich monieren Ihle und Nieland (2013, S. 156): „Der Sportjournalismus hat sich in der Vergangenheit vergleichsweise wenig mit der Dopingproblematik beschäftigt.“ Schauerte und Schwier (2015, S. 234) meinen: Das eigentlich omnipräsente Thema Doping wird von den Medien „eher konsequent ausgeblendet und nur dann aufgegriffen, wenn es sich aufgrund der Beweislage, der Brisanz oder der möglichen Tragweite eines Vorgangs nicht vermeiden lässt.“ Bette und Schimank bemängeln bei den meisten Redaktionen einen „opportunistischen Umgang mit dem Dopingthema“ (2006, S.31) und kritisieren die „weit verbreitete journalistische Selektivität“ (vgl. Bette & Schimank, 2006, S. 30).

Die referierte Kritik am Sportjournalismus aus sportsoziologischer und kommunikationswissenschaftlicher Sicht lässt sich durch zwei Befragungen von Sportjournalist\*innen aus den Jahren 2012/13 und 2018/19 quantifizieren (vgl. Schaffrath, Schulz & Kautz 2018, S. 58; Schaffrath, Schulz, Kautz & Olson 2019, S. 87). Der Anteil derjenigen, die sich zeitintensiv und publikationsaktiv mit dem Thema auseinandersetzen, liegt zwischen drei und fünf Prozent. Medienrecht und Berufsethik scheinen eher wenige Sportjournalist\*innen zu eigeninitiativer ausführlicher Beschäftigung und nennenswerter Berichterstattung über Doping zu motivieren.

Tabelle 1: Beschäftigung und Berichterstattung über Doping. Angaben in Prozent

Beschäftigungsintensität			
Studie 2012/2013, n=705		Studie 2018/2019, n=832	
Keine (0 Std.)	20,3	Keine (0 Std.)	18,9
Geringe (1-10 Std.)	53,2	Geringe (1-10 Std.)	53,0
Mittlere (11-50 Std.)	22,8	Mittlere (11-50 Std.)	22,8
Hohe (mehr als 50 Std.)	3,7	Hohe (mehr als 50 Std.)	5,3

Frage: Was schätzen Sie: Wie viele Stunden haben Sie sich in den vergangenen zwölf Monaten mit dem Thema Doping beschäftigt (z. B. Erstellen von Publikationen, Recherchen, Aus- und Fortbildungen)?

Tabelle 2: Beschäftigung und Berichterstattung über Doping. Angaben in Prozent

Berichterstattungsfrequenz			
Studie 2012/2013, n=705		Studie 2018/2019, n=832	
Keine (0 Beiträge)	62,9	Keine (0 Beiträge)	61,9
Geringe (1-2 Beiträge)	18,7	Geringe (1-2 Beiträge)	19,6
Mittlere (3-10 Beiträge)	14,3	Mittlere (3-10 Beiträge)	15,0
Hohe (mehr als 10 Beiträge)	4,1	Hohe (mehr als 10 Beiträge)	3,5

Frage: Wie viele Beiträge haben Sie persönlich in den vergangenen zwölf Monaten zum Thema Doping publiziert?

Es scheint eine Diskrepanz zwischen normativen Ansprüchen sowie berufsethischen Selbstverpflichtungen auf der einen Seite und der Wirklichkeit der Doping-Berichterstattung auf der anderen zu bestehen. Die Forschungsfrage lautet daher: Warum wird über das Thema Doping nur von einer kleinen Gruppe an Sportjournalist\*innen kontinuierlich, kritisch und kontrollierend berichtet, während die überwiegende Mehrheit sich nur selten oder gar nicht mit der „größten negativen Begleiterscheinung des modernen Spitzensports“ (vgl. Schaffrath, Schulz & Kautz 2018, S. 9) auseinandersetzt?

## 2. Theoretische Verortung

Zur theoretischen Einordnung wird das „Zwiebel-Modell“ von Weischenberg (1998, S. 71) herangezogen, das der „systematischen Erfassung von Faktoren, welche ein Journalismus-System konstituieren“, dient (vgl. Scholl & Weischenberg 1998, S. 21-23). Dort werden vier „Schalen“ bzw. Kontexte unterschieden:

1. Ebene der Mediensysteme – Normenkontext: dazu zählen u. a. gesellschaftliche und historische Rahmenbedingungen, rechtliche Grundlagen sowie professionelle und ethische Standards.
2. Ebene der Medieninstitutionen – Strukturkontext: dazu zählen u. a. ökonomische, politische, organisatorische und technologische Imperative.
3. Ebene der Mediaussagen – Funktionskontext: dazu zählen u. a. Abhängigkeiten gegenüber Informationsquellen, Berichterstattungsmuster und Darstellungsformen.
4. Ebene der Medienakteure – Rollenkontext: dazu zählen u. a. Einstellungen, das Rollenselbstverständnis und soziodemographische Merkmale.

Mit diesem Modell wird versucht, system- und akteurtheoretische Aspekte zu integrieren (vgl. Scholl & Weischenberg 1998, S. 22). Denn selbst systemtheoretisch orientierte Wissenschaftler\*innen wie Weischenberg haben früh dazu geraten, „Akteure im Blick zu behalten“, weil diese – trotz aller das Akteurhandeln überformenden Kontexte „letztlich autonom sind bei ihren Wirklichkeitskonstruktionen“ (Weischenberg 1998, S. 70; vgl. hierzu auch Schneider & Raue 1996, S. 239; Saxer 1997, S. 45; Donsbach 1999, S. 506-509; Keppinger 2000, S. 94-97).

Jedoch reflektieren die im Zwiebel-Modell beschriebenen Aspekte zum Rollenkontext vorliegende akteurtheoretische Konzepte nur partiell. Individuelle Eigeninteressen und ökonomische Nutzungsorientierungen von Journalist\*innen, wie sie im Rahmen der ökonomischen Theorie des Journalismus (vgl. z. B. Rau 2016; Kiefer 2005; Kiefer 1997) sowie mit Theorien rationalen Handelns (vgl. z. B. Reinemann & Baugut 2016; Reinemann 2007; Esser 2007) beschrieben worden sind, sollten daher stärker berücksichtigt werden. Dass solche Eigeninteressen und Nutzungsorientierungen das berufliche Handeln beeinflussen können, haben national vor allem Fengler und Ruß-Mohl in verschiedenen Schriften zum Journalisten als Homo oeconomicus aufgezeigt (vgl. z. B. Fengler & Ruß-Mohl 2003, 2005 sowie Fengler 2016). International wurde ebenfalls verschiedentlich auf die Relevanz solcher Motive hingewiesen: „News emerges not from individuals seeking to improve the functioning of democracy but from (...) reporters forging careers and owners searching for profits“ (Hamilton 2004, S. 6).

In zwei Befragungen von Sportjournalist\*innen konnten Eigeninteressen und Nutzungsorientierungen belegt werden. Dabei wurden materielle Ziele konzediert, wie z. B. „am wirtschaftlichen Erfolg meines Senders oder Verlags mitzuarbeiten“, „meinen Arbeitsplatz zu sichern“ oder „gute eigene Verdienstmöglichkeiten zu schaffen“. Außerdem räumten die Befragten immaterielle Anreize ein, wie z. B. „bei Top-Sport-Events live dabei sein zu können“, „Anerkennung von den Kollegen zu bekommen“, „beim Publikum Aufmerksamkeit für die eigene Arbeit zu wecken“ oder „den persönlichen Bekanntheitsgrad zu steigern“ (vgl. Schaffrath 2010, S. 261-263; Wiske 2017, S. 200; Schaffrath 2020, S. 63-64).

Transferiert man die vier im „Zwiebel-Modell“ aufgeführten Kontexte auf den Doping-Journalismus, so lassen sich folgende Aspekte ableiten:

Der Normenkontext fordert, wie einleitend beschrieben, die Einhaltung medienrechtlicher und berufsethischer Prinzipien und eine wahrheitsgemäße Doping-Berichterstattung bis zum Einsatz der Journalist\*innen für einen dopingfreien Sport.

Im Strukturkontext wäre beim Thema Doping u. a. zu prüfen, inwieweit ökonomische Imperative, wie die Ressourcenausstattung in Redaktionen, Dopingrecherchen ermöglichen oder erschweren.

Beim Funktionskontext müsste man bei Doping u. a. hinterfragen, in welchen Beziehungen Sportjournalist\*innen zu Spitzensportler\*innen als wichtige Informationsquellen stehen und ob Abhängigkeiten von Sportlerakteur\*innen die Doping-Berichterstattung konterkarieren.

Bezogen auf den Rollenkontext wäre neben soziodemographischen Variablen und dem Rollenselbstverständnis nach z. B. der subjektiven Einschätzung zu Kompetenz und Wissen der Medienakteure beim Thema Doping zu fragen. In diesem Kontext sollte außerdem nach der Existenz von persönlichen Interessen und ökonomischen Nutzenorientierungen gefragt werden. Denn, dass solche Motive die Dopingberichterstattung verhindern können, weiß man spätestens seit dem „Geständnis“ von Hartmut Scherzer, einem der profiliertesten Print-Journalisten, in der Wochenzeitung „Die Zeit“ aus dem Jahr 2007. Scherzer hatte unter dem Titel „Ich wusste Bescheid“ zugegeben, seit mehr als 30 Jahren belastbare Kenntnisse über Doping im Radsport gehabt und trotzdem verschwiegen zu haben. Seine Begründung lautete: „Schließlich habe ich einst mit meinen Reportagen und Geschichten über die jetzt Geständigen und Geächteten gut verdient“ (Scherzer 2007). Dass Scherzer ein Einzelfall war bzw. ist, ist schwer vorstellbar.

Nutzt man das „Zwiebel-Modell“ als theoretische Rahmung, dann ist zu fragen, warum trotz der alles überformenden äußeren Schale des Normenkontextes, aus der sich die beschriebenen normativen und ethischen Postulate für die Dopingberichterstattung ableiten lassen, die Mehrheit deutscher Sportjournalist\*innen nie oder nur selten über Doping berichtet. Die Ursachen müssen also in den drei anderen Kontexten gesucht werden.

### **3. Forschungsstand**

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit „Doping und Sportjournalismus“ hat in den vergangenen Jahren national wie international zugenommen (vgl. das Literatur-Review von Schirm & Meier 2016, das durch eigene Recherchen aktualisiert wurde). Bei der Mehrzahl der in den vergangenen 20 Jahren veröffentlichten Studien handelt es sich um quantitative oder qualitative Inhaltsanalysen oder linguistische Untersuchungen (in chronologischer Reihenfolge z. B. Philipp 2002; Laine 2006; Trümpler 2007; Ihle & Scharf 2007; Felgenhauer 2008; Denham 2008, 2013, 2019; Schirm & Hartmann-Tews 2011; Hauser 2011; Meier, Rose & Woborschil 2012; Pardo 2013; Agulló Calatayud, Castelló i Cogollos & Valderrama 2014; Spalletta & Ugolini 2014; Wick 2014; Frenger, Emrich & Klein 2015; Meier, Rose & Hölzen 2017; Starke & Flemming 2017; Reed 2019). Diese helfen bei der hier interessierenden Fragestellung kaum weiter. Dies gilt ebenso für die wenigen veröffentlichten qualitativen Befragungen von Mikus (2009) und Kautz (2011). Allenfalls in der Studie von Sefiha (2010), an der 13 Radsport-Printjournalisten teilnahmen, lassen sich Einzelaussagen finden, die Eigeninteressen und Nutzungsorientierungen thematisieren, wie z. B. „Sorge um den eigenen Job“, „Angst vor Anzeigen- und Werbeverlust“ oder die Sorge, durch Doping-Berichte „den Kontakt zu den Athleten zu zerstören“ (vgl. Sefiha 2010, S. 208-214). In der ersten quantitativen Umfrage von Schaffrath, Schulz und Kautz (2018) lassen sich ebenso Hinweise für solche Motive finden.

### **4. Untersuchungsdesign**

Die in diesem Forschungsbericht vorgestellten Ergebnisse sind Teil der Studie „Wissen und Einstellungen zum Thema Doping unter Sportjournalist\*innen in Deutschland“. Als Methode wurde eine Online-

Befragung<sup>1</sup> eingesetzt. Für die Online-Befragung sprach neben forschungsökonomischen Erwägungen noch Folgendes: „Vor allem bei moralisch aufgeladenen Untersuchungsgegenständen [was bei Doping und Dopingberichterstattung der Fall ist, die Autoren] könnte die Online-Befragung durch die Anonymität der Befragungssituation sogar validere Daten als die übrigen Varianten produzieren“ (Brosius, Haas & Koschel 2012, S. 115).

Nach der Durchführung eines Pretests mit fünf Sportjournalist\*innen wurden dort angeregte Kürzungen vorgenommen, so dass der Bogen je nach Filterführung 37 Fragen umfasste, von denen zwei offen und 35 geschlossen gestellt worden sind. Die durchschnittliche Beantwortungszeit des Bogens betrug 21 Minuten. Der Zugang zur Befragung erfolgte über einen Link, der in einem Einladungsschreiben enthalten war. Um Mehrfachteilnahmen zu verhindern, wurde in Anlehnung an Kaczmirek (2009) ein serverseitiges Personalisierungsverfahren gewählt. So erhielten die Befragten mit ihrem Anschreiben einen individuellen Code, den sie auf einer extra Seite der Befragung eingeben oder per „copy & paste“ einfügen mussten, um zum Fragebogen zu gelangen. Nach der Feldphase wurden die Daten der geschlossenen Fragen aus dem Programm EFS Survey als SPSS-Datei exportiert und bereinigt. Die offenen Angaben wurden in Microsoft Excel 2010 klassifiziert. Die statistische Auswertung erfolgte mit dem Programm IBM SPSS, Statistics 25.0.

Da eine genaue Quantifizierung der in Deutschland tätigen Sportjournalist\*innen nicht möglich ist, wurde die Stichprobe für das Projekt zusammengesetzt aus den Mitgliedern des Verbandes Deutscher Sportjournalisten (VDS) sowie den Mitgliedern des ehemaligen Sportnetzwerkes<sup>2</sup>. Aus Datenschutzgründen übernahm der VDS den Versand der Fragebögen an seine Mitglieder. Die zehn Mitglieder des Sportnetzwerkes wurden von den Autoren angeschrieben. Insgesamt wurde die Befragung an 3.425 Sportjournalist\*innen verschickt. Die Feldzeit lief vom 17.10.2018 bis zum 04.02.2019. Insgesamt nahmen 920 Sportjournalist\*innen an der Befragung teil. Bei der Datenbereinigung mussten 14 Fragebögen eliminiert werden. Davon ein Lurker und 13 Teilnehmer\*innen, die den Fragebogen unmittelbar nach Ansicht der Startseite beendet hatten. So blieb ein bereinigter Rücklauf von 906 Fragebögen, wovon 659 bis zum Ende bearbeitet worden waren. Das entspricht einer Beendigungsquote von 72,7%. Die Rücklaufquote liegt bei 26,5%. Bezogen auf das Merkmal „Geschlecht“ ist die Studie repräsentativ für die im VDS organisierten Sportjournalist\*innen. Bezogen auf die Variable „Alter“ gilt dies ebenfalls, aber nur für die Gruppe der 18- bis 49-Jährigen. Bei der Gruppe der über 50-Jährigen unterscheidet sich die Stichprobe von den VDS-Mitgliedern geringfügig. Die Frage, ob die Stichprobe bzgl. der Medienzugehörigkeit repräsentativ ist, kann nicht valide beantwortet werden. Dies liegt daran, dass selbst der VDS keine verlässliche Auflistung der Medienzugehörigkeit seiner Mitglieder besitzt. Außerdem waren bei dem Aspekt Mediengattung Mehrfachnennungen möglich, um die Berufswirklichkeit zu berücksichtigen, dass mittlerweile viele Sportjournalist\*innen bi- oder multimedial tätig sind. 661 Personen haben die Frage nach der Medienzugehörigkeit beantwortet. 49,8 Prozent gaben an, für zwei oder mehr Medien zu arbeiten. Insgesamt gab es 1.234 Nennungen. Die Verteilungen zur Medienzugehörigkeit deuten eine gewisse unterproportionale Teilnahme von privaten Hörfunk-Journalist\*innen sowie Pay-TV-Mitarbeiter\*innen an, was ohne Angaben zur Grundgesamtheit aber nicht genau geprüft werden kann. Dass es hier zu leichten Verzerrungen kommen kann, ist nicht auszuschließen.

---

<sup>1</sup> Vgl. zu den Vorteilen und Nachteilen von Online-Befragungen Brosius, Haas & Koschel 2012; Scholl 2009.

<sup>2</sup> Vom ehemaligen Sportnetzwerk existiert keine öffentlich zugängliche Mitgliederliste. Es ist unklar, ob dieses so überhaupt noch existiert. Aus einer Vorgängerstudie waren noch die Kontaktdaten der ehemaligen Mitglieder bekannt, die für diese Studie benutzt worden sind.

## 5. Ergebnisse

Dem „Zwiebel-Modell“ folgend wird bei der Ergebnisdarstellung ausgewählten möglichen Einflussfaktoren im Struktur-, Funktion- und Rollenkontext nachgegangen.

### 5.1. Strukturkontext

Zu den wichtigen Aspekten im Strukturkontext gehören organisatorische Imperative. Dabei geht es darum, ob die Organisation der Medieninstitution einen Einfluss auf die Beschäftigungsintensität und die Berichterstattungsfrequenz zu Doping besitzt. Die Befragungsergebnisse deuten tatsächlich darauf hin.

Die prozentual am meisten publizierenden Mitarbeiter\*innen arbeiten bei einer Agentur, Abteilung überregionale Texterstellung. 50 Prozent der dort tätigen Sportjournalist\*innen geben an, sich in „hoher“ bzw. „mittlerer“ Intensität mit Doping zu beschäftigen, und über 40 Prozent veröffentlichen hierzu. Noch interessanter erscheint, dass sich die Mitarbeiter\*innen im öffentlich-rechtlichen Hörfunk und Fernsehen prozentual viel häufiger mit Doping auseinandersetzen und dazu publizieren als ihre Kolleg\*innen aus dem privaten Radio- und TV-Bereich sowie dem privaten Pay-TV-Sektor. Bei den Printmedien sind es vor allem Sportjournalist\*innen der überregionalen Zeitungen, die sich um Doping kümmern, und zwar prozentual auf dem nahezu gleichen Niveau wie die Kolleg\*innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Diese Befragung bietet erste empirische Belege für die theoretische Vermutung von Bette und Schimank (2006, S. 29-30), dass sich gerade Journalist\*innen von überregional ausgerichteten Print- und Funkmedien mit Doping beschäftigen, weil diese weniger auf einen tagtäglichen Zugang in die Vereine und Verbände angewiesen seien als Mitarbeiter\*innen von Regionalmedien. Darüber hinaus deuten die Daten noch an, dass Sportjournalist\*innen von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten normative Vorgaben stärker zu berücksichtigen scheinen als Kolleg\*innen von privaten Radio- und TV-Sendern. Dazu passt, dass in früheren Studien gezeigt wurde, dass deutlich mehr öffentlich-rechtliche TV-Sportjournalist\*innen Journalismus als „öffentliche Aufgabe“ verstehen als Mitarbeiter\*innen aus dem privaten Free- und Pay-TV-Sektor (vgl. Schaffrath 2010, S. 257-258). Die aus der Gebührenfinanzierung abzuleitende Gemeinwohlorientierung (Stichwort: Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks) mag die Unterschiede zu den Privatsendern miterklären. Die Ausrichtung „überregional“ sowie die Organisationsform „öffentlich-rechtlich“ scheinen die Beschäftigung mit und die Berichterstattung über Doping als strukturelle Komponenten positiv zu beeinflussen.

Zum Strukturkontext des „Zwiebel-Modells“ gehören auch ökonomische Imperative der Medieninstitutionen. Wirtschafts- und Finanzkrisen haben im Sportjournalismus zu erheblichen Reduzierungen von Anzeigenerlösen und Werbeeinnahmen geführt, was vielfältige Sparmaßnahmen nötig gemacht hat, wie z. B. Redaktionszusammenlegungen oder Personalentlassungen. Geringere Finanzbudgets verschärfen den Kostendruck in den Redaktionen und reduzieren die zeitlichen Ressourcen. Da das investigative Aufdecken eines Dopingkandals Geld und Zeit kostet, wurde vermutet, dass ökonomische Limitierungen Recherchen und Berichterstattung über Doping erschweren. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass beide Punkte eine Rolle spielen, jedoch für eine unterschiedlich große Anzahl von Sportjournalist\*innen. Der Grad der Zustimmung wurde mittels einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“ erhoben. Für die Sportjournalist\*innen ist „fehlende Zeit“ noch problematischer als „fehlende Finanzmittel“. Dem Statement, dass Dopingrecherchen zu zeitintensiv seien, stimmen 47 Prozent „voll und ganz“ oder „eher“ zu. Dass Dopingrecherchen zu kostenintensiv seien, konzediert ein Drittel „voll und ganz“ bzw. „eher“. Die

Mittelwerte (3,1 vs. 2,6) markieren die Unterschiede zwischen beiden Ressourcen-Items, die aber nicht signifikant sind.

Abbildung 1: Mitarbeiter\*innen mit hoher und mittlerer Beschäftigungsintensität und Berichterstattungsfrequenz differenziert nach Medien („hohe“ und „mittlere“ Werte kumuliert)

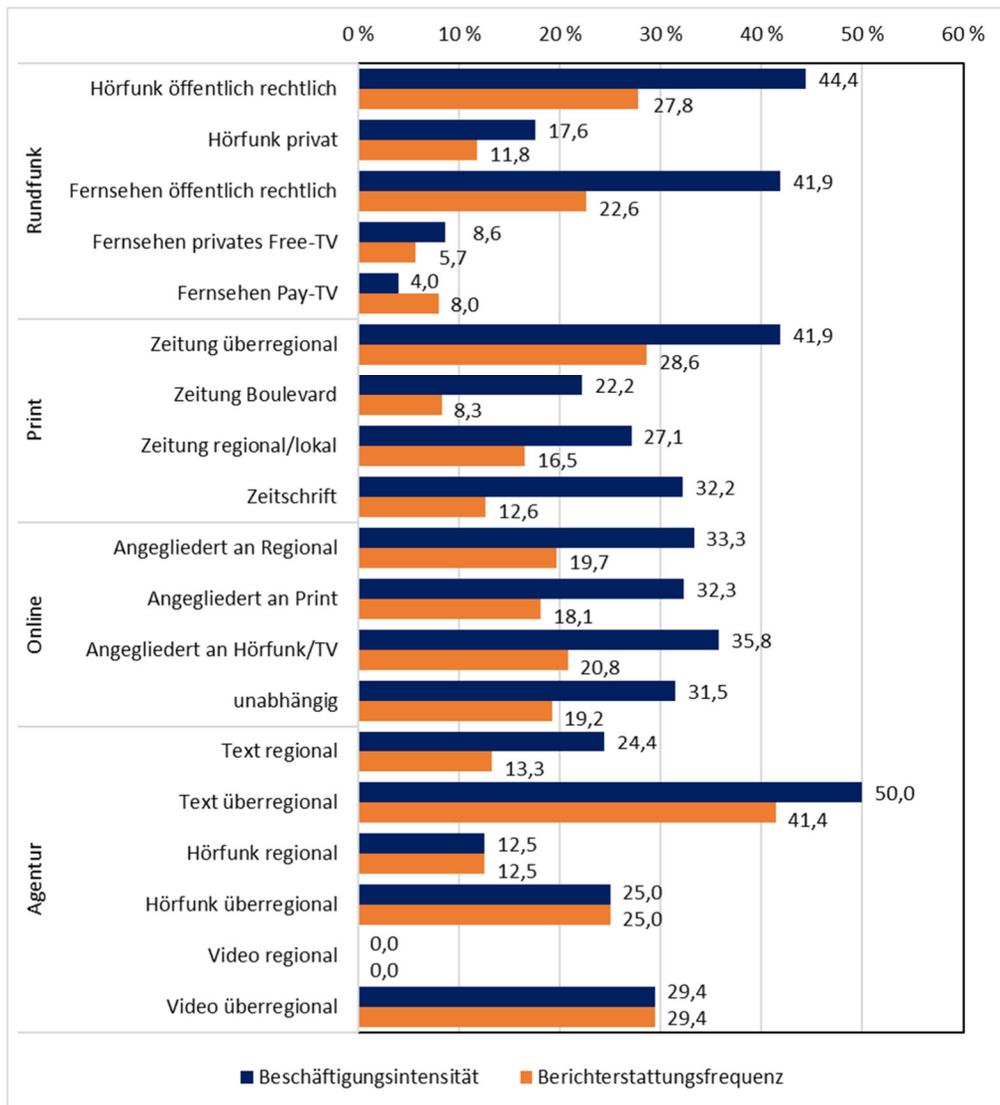


Abbildung 2: Dopingrecherche ist zu zeitintensiv, n= 454

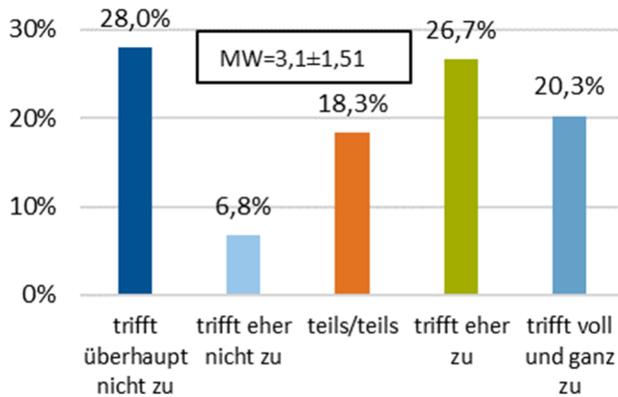
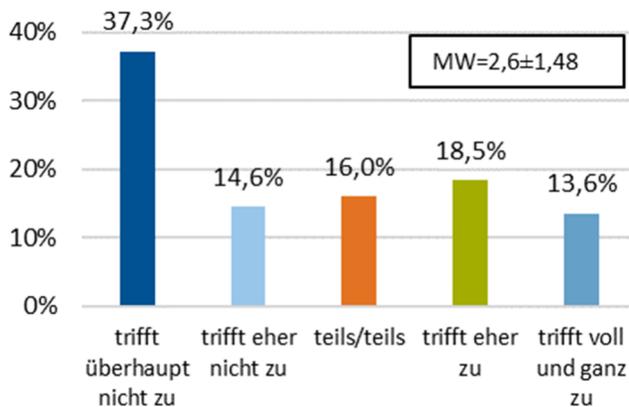


Abbildung 3: Dopingrecherche ist zu kostenintensiv, n=450



## 5.2. Funktionskontext

Im „Zwiebel-Modell“ werden unter dem Funktionskontext u.a. Beziehungen und Abhängigkeiten von Informationsquellen und Referenzgruppen aufgeführt. Dazu gehören für Sportjournalist\*innen diverse Sportakteure wie Athleten\*innen, Trainer\*innen, Manager\*innen oder Funktionär\*innen. Nach der ökonomischen Theorie des Journalismus gehen Journalist\*innen mit ihren Informationsquellen „Tauschbeziehungen“ ein. (Fengler 2016, S. 239). Getauscht werden Informationen gegen Publizität. Der Sportakteur verhilft dem/der Sportjournalist\*in durch das Geben von Interviews, zu den Informationen, die er/sie für seine/ihre Tätigkeit benötigt. Der/die Sportjournalist\*in verhilft im Gegenzug dem/der Sportakteur\*in, durch Berichterstattung, zu der medialen Präsenz, die diese/r für die Vermarktung braucht (vgl. Schaffrath 2016, S. 706-707). Diese Tauschgeschäfte haben im Sportjournalismus nach Einschätzung des früheren SZ-Investigativ-Journalisten Hans Leyendecker (2006, S. 231) zu einer Art „klebrigen Nähe“ geführt, die man „in keinem anderen

Journalismusbereich“ in der Form antreffe. Demzufolge wurden die Sportjournalist\*innen gefragt, ob persönliche Nähe die Kritik an Spitzensportler\*innen erschwere, was über 70 Prozent „voll und ganz“ oder „eher“ bestätigten. Darüber hinaus wurden sie noch gefragt, ob sie der Meinung seien, dass Dopingberichterstattung den Zugang zu Spitzensportler\*innen gefährde. Dem stimmten 48 Prozent „voll und ganz“ oder „eher“ zu.

Inwieweit die Furcht vor Kontaktgefährdung und die Angst vor Informationsentzug die Berichterstattung über Doping tatsächlich behindert, muss hier offenbleiben. Da jedoch ein solcher Zusammenhang von fast der Hälfte aller Befragten eingeräumt wird, lässt sich mit einer gewissen Berechtigung formulieren, dass hier eine weitere Erklärung für die Zurückhaltung von Sportjournalist\*innen beim Thema Doping liegen könnte. Bette und Schimank hatten vor mehr als 15 Jahren unterstellt, viele Sportjournalist\*innen hätten sich „im Sinne einer freiwilligen und vorauseilenden Selbstzensur ein Schweige- und Wegsehverbot auferlegt, um ihren Zugang zum Sport nicht zu gefährden“ (2006, S. 29-30). Durch diese Studie gibt es für eine solche Behauptung nun erstmals quantifizierbare Belege.

Abbildung 4: Persönliche Nähe erschwert Kritik an Spitzensportler\*innen, n=629

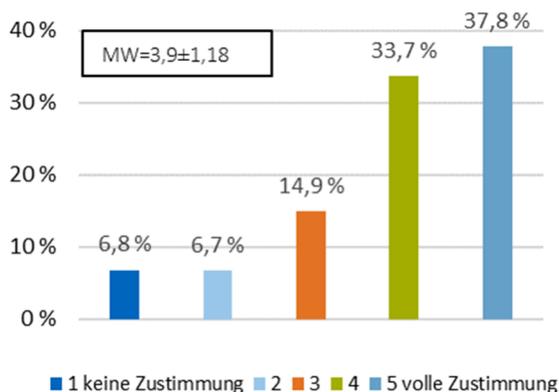
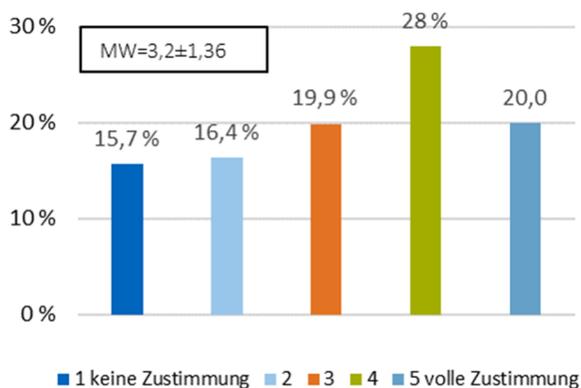


Abbildung 5: Dopingberichterstattung gefährdet den Zugang zu Spitzensportler\*innen, n=601

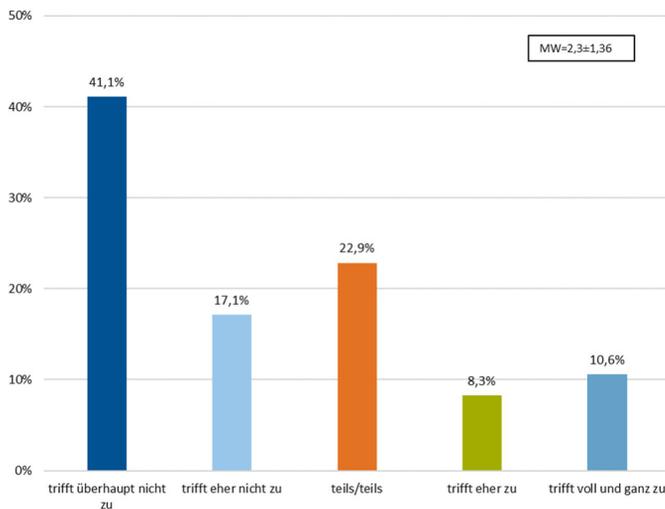


### 5.3. Rollenkontext

In der innersten Schale des Zwiebel-Modells wird der Rollenkontext aufgeführt. Dabei geht es um Interessen, Einstellungen, das Rollenselbstverständnis sowie demographische Merkmale der Medienakteure. Auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“ räumen rund 20 Prozent der Befragten ein eher geringes Interesse am Thema Doping ein (siehe Abb. 6). Somit kann unterstellen, dass zumindest bei jeder/m fünften Sportjournalisten\*in die Beschäftigungs- und Publikationsabstinenz auch am persönlichen Desinteresse liegen kann. Bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten sieht es jedoch anders aus. Rund 60 Prozent negieren für sich „komplett“ oder „tendenziell“, dass Doping sie kaum interessiert.

Ein weiterer Aspekt im Rollenkontext ist das Rollenselbstverständnis. Dabei wird die konkrete Frage „Was wollen Journalist\*innen?“ (vgl. Weischenberg, Malik & Scholl 2006a, S. 97) adressiert, um die „kommunikativen Ziele und Absichten (...), mit denen Journalisten ihren Beruf ausüben“, zu eruieren (vgl. Weischenberg, Malik & Scholl 2006b, S. 355). Genau wie in der allgemeinen Journalismusforschung (vgl. Weischenberg, Malik & Scholl 2006a, 2006b) wurden in der Sportkommunikatorforschung zunächst gemeinwohlorientierte Ziele identifiziert wie z. B. „das Publikum zu informieren“, „komplexe Sachverhalte zu erklären“ oder „Missstände zu kritisieren“. In diesen Studien wurde aber auch das Ziel, „dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten“, für immer wichtiger erklärt (vgl. Weischenberg 1994, S. 445; Görner 1995, S. 246; Ehl & Fey 2004, S. 100; Weischenberg, Malik & Scholl 2006a, S. 278; Thielemann 2008, S. 79; Schaffrath 2010, S. 260, Hauer 2012, S. 183-200; Helm 2013, S. 182-184; Schaffrath 2020, S. 61-62).

Abbildung 6: Doping interessiert mich kaum, n=451



Für Ihle und Nieland (2013, S. 165) stecken Sportjournalist\*innen beim Thema Doping in einer „Unterhaltungsfalle“. Da Spitzensport prinzipiell als Unterhaltungsfeld wahrgenommen wird und Sportjournalist\*innen sich immer mehr als Unterhalter verstehen, kann Dopingberichterstattung somit kontraproduktiv werden. In dieser Studie konzedieren rund ein Drittel der Befragten „voll“ bzw. „eher“, dass Doping den

Unterhaltungscharakter der Sportberichterstattung störe. Knapp die Hälfte stimmt dem „gar nicht“ oder „eher nicht“ zu.

Abbildung 7: Doping stört Unterhaltungsorientierung, n=622

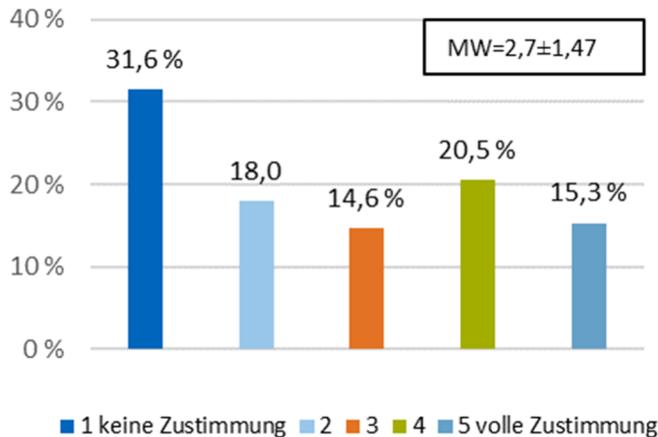
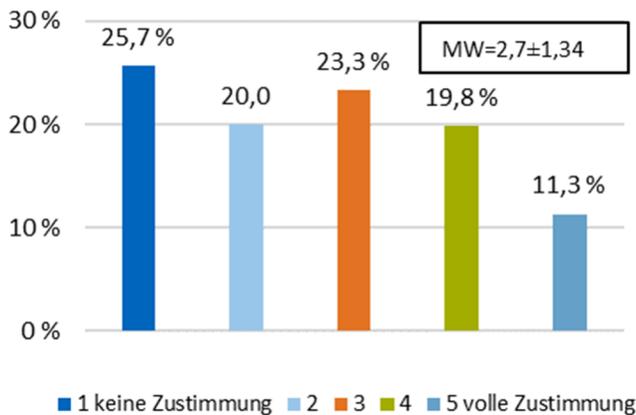


Abbildung 8: : Doping konterkariert Reichweiten und Quoten, n=550



Die zunehmende Unterhaltungsorientierung des Mediensports steht in engem Zusammenhang mit dem ökonomischen Druck, Quoten und Reichweiten zu generieren. Dafür ist die Dopingberichterstattung anscheinend schädlich. Zumindest behaupten Bette und Schimank (2006, S. 30): „Betrug im Sport stört die Dramaturgie des schönen Scheins und schreckt viele Zuschauer ab“. Dies sehen rund 30 Prozent der Befragten auch so. Demgegenüber stimmen aber 45 Prozent der Sportjournalist\*innen der Aussage „Doping konterkariert Reichweiten und Quoten“ „gar nicht“ oder „eher nicht“ zu. Die Überlegung, dass

Sportjournalist\*innen nicht über Doping berichten, weil sie nachteilige Wirkungen auf die Unterhaltungsorientierung und auf die Publikumsgunst befürchten, kann also nur für rund ein Drittel der Befragten angenommen werden, nicht aber für die Mehrheit.

Die naheliegende Vermutung, dass Sportjournalist\*innen von privat-wirtschaftlichen Medien bei beiden Aspekten deutlich skeptischer sein müssten als ihre Kolleg\*innen von öffentlich-rechtlichen Medien, weil die Privaten mehr auf Unterhaltung im Sport setzen und stärker auf Quoten und Reichweiten angewiesen sind, bestätigen die Mittelwertvergleiche jedoch nicht.

Abbildung 9: Doping stört Unterhaltung nach Medienzugehörigkeit, Mittelwerte

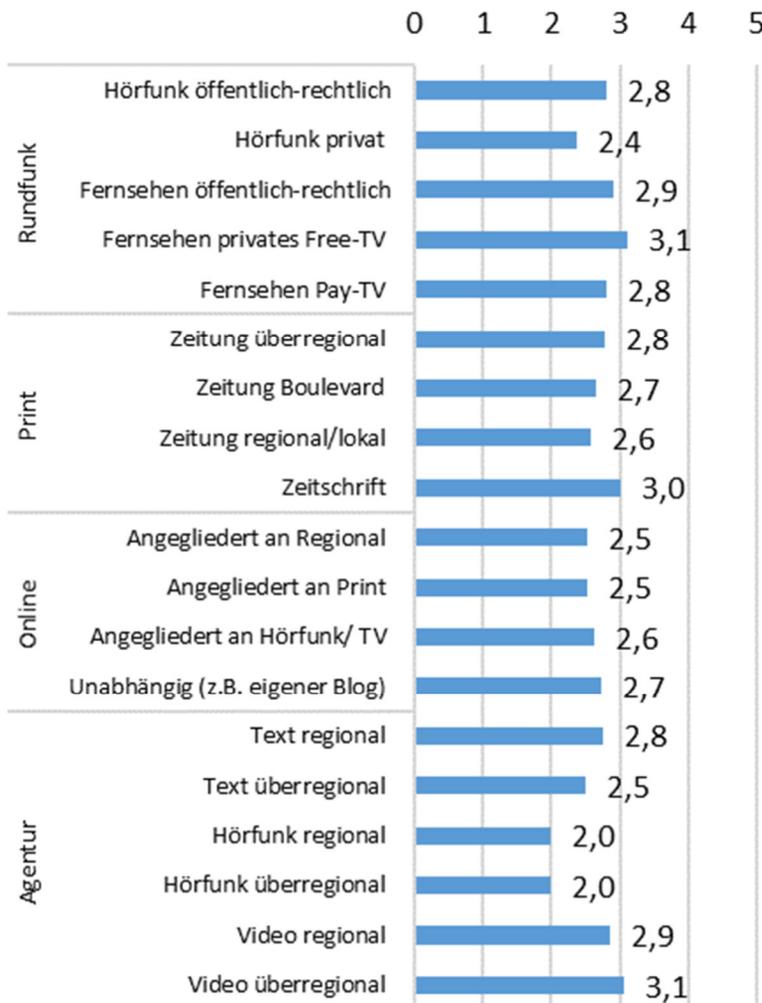
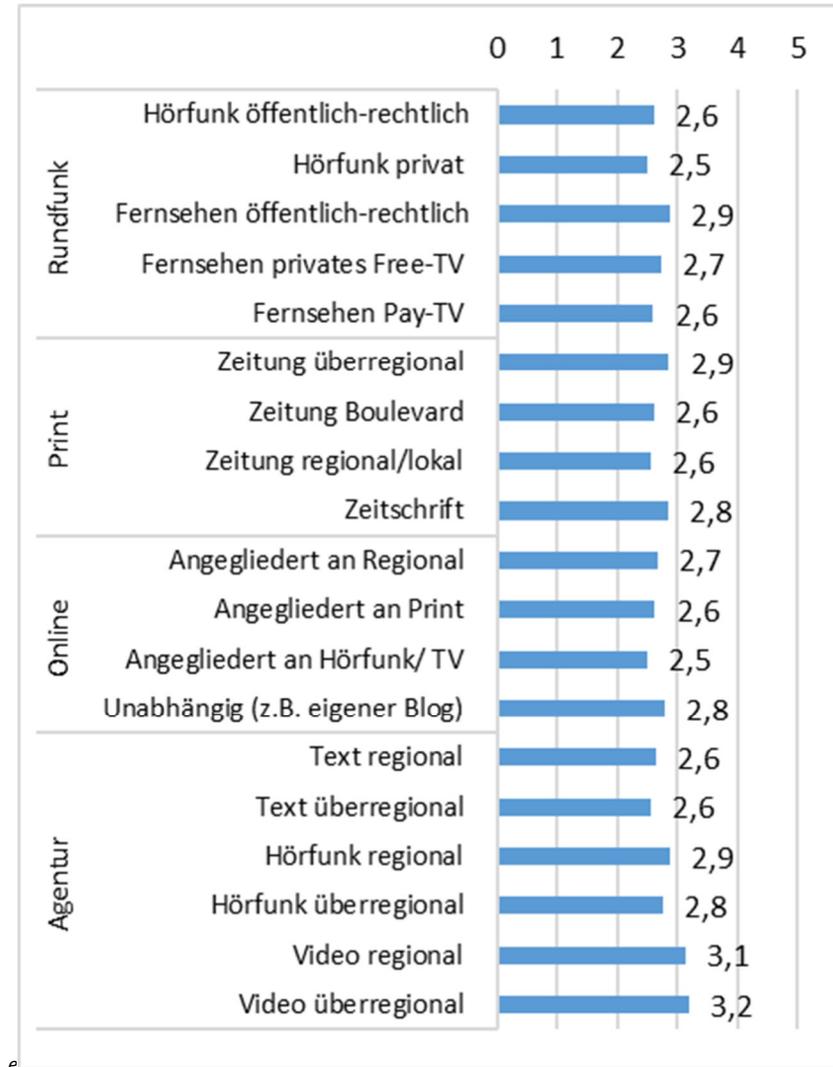


Abbildung 10: Doping konterkariert Reichweiten nach Medienzugehörigkeit, Mittelwert



Als dritter Aspekt auf der Ebene der Medienakteure erschien die Frage, ob subjektiv empfundene Inkompetenz und mangelnde Ausbildung ebenfalls hemmende Faktoren für die Dopingberichterstattung sein könnten. Dafür lassen sich in dieser Studie bestätigende Hinweise finden.

Denn mehr als die Hälfte der Befragten konzidiert, sich beim Thema Doping nicht kompetent zu fühlen bzw. dafür nicht genügend ausgebildet zu sein. Angesichts dieser prozentualen Verteilungen erscheint es berechtigt zu vermuten, dass viele Sportjournalist\*innen sich auch deshalb nicht mit Doping beschäftigen und nicht

dazu publizieren, weil sie es sich aufgrund subjektiv wahrgenommener Kompetenz- und Ausbildungsdefizite nicht zutrauen.

Abbildung 11: Ich fühle mich nicht kompetent, n=468

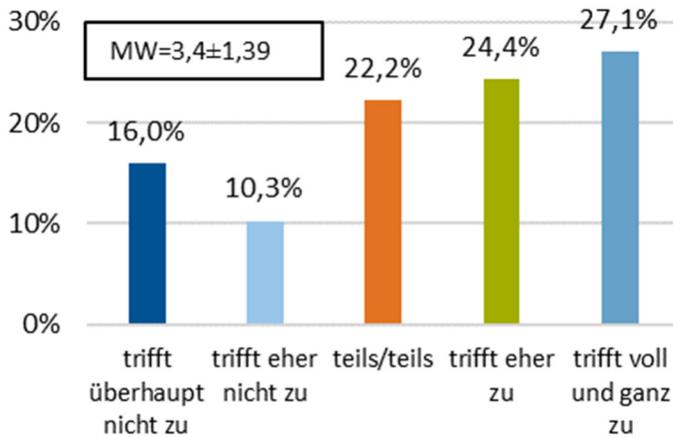
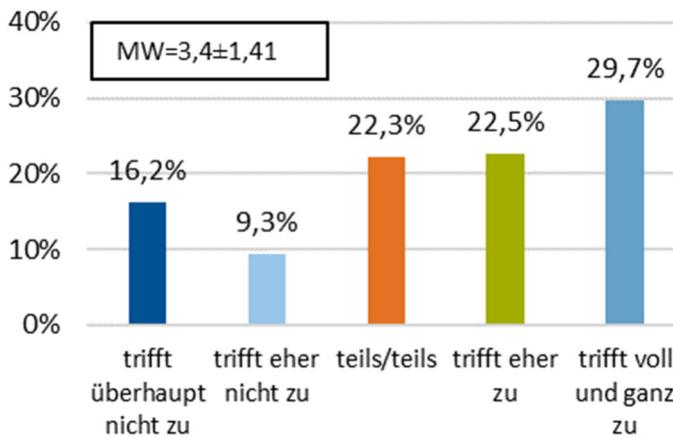


Abbildung 12: Ich fühle mich für diese Thematik nicht ausreichend ausgebildet, n=464



Als vierter Aspekt des Rollenkontextes im „Zwiebel-Modell“ werden noch soziodemographische Variablen der Medienakteure aufgeführt. Die Häufigkeitsverteilungen bezüglich des Geschlechts zeigen, dass prozentual deutlich mehr Frauen sich in „hoher“ bzw. „mittlerer“ Intensität mit Doping beschäftigen als Männer (42 Prozent vs. 29 Prozent), aber letztlich doch nur geringfügig häufiger über Doping publizieren (21 Prozent vs. 20 Prozent). Der Mann-Whitney-U-Test zeigt eine signifikant höhere Beschäftigungsintensität von

Frauen im Vergleich zu Männern ( $U=17736,5$ ;  $p=0,031$ ), wobei die Effektstärke mit  $r=0,09$  schwach ist. Außerdem ist die Aussagekraft dieses Tests aufgrund unterschiedlicher Gruppengrößen diskutabel. Auf die Berichterstattungsfrequenz hat das Geschlecht keinen Einfluss ( $U=20242,5$ ;  $p=0,512$ ).

Abbildung 13: Mitarbeiter\*innen mit hoher und mittlerer Beschäftigungsintensität,  $n=640$  und Berichterstattungsfrequenz,  $n=640$ , nach Geschlecht, („hohe“ und „mittlere“ Werte kumuliert)

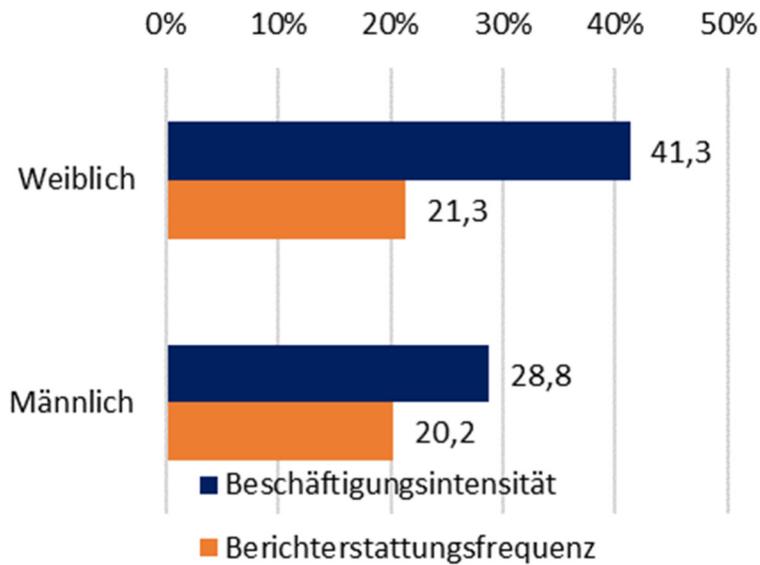


Tabelle 3: Mittelwertvergleich und Mann-Whitney-U-Test

	Beschäftigungsintensität			Berichterstattungsfrequenz		
	MW±SD	p-Wert	N	MW±SD	p-Wert	N
Geschlecht		0,031*			0,512	
Männlich	2,8±1,51		563	1,7±1,14		564
Weiblich	3,2±1,57		74	1,8±1,09		75

\* auf dem Niveau von  $p \leq 0,05$  signifikant

Abbildung 14: Mitarbeiter\*innen mit hoher und mittlerer Beschäftigungsintensität, n=504, und Berichterstattungsfrequenz, n=502, nach Altersklassen („hohe“ und „mittlere“ Werte kumuliert)

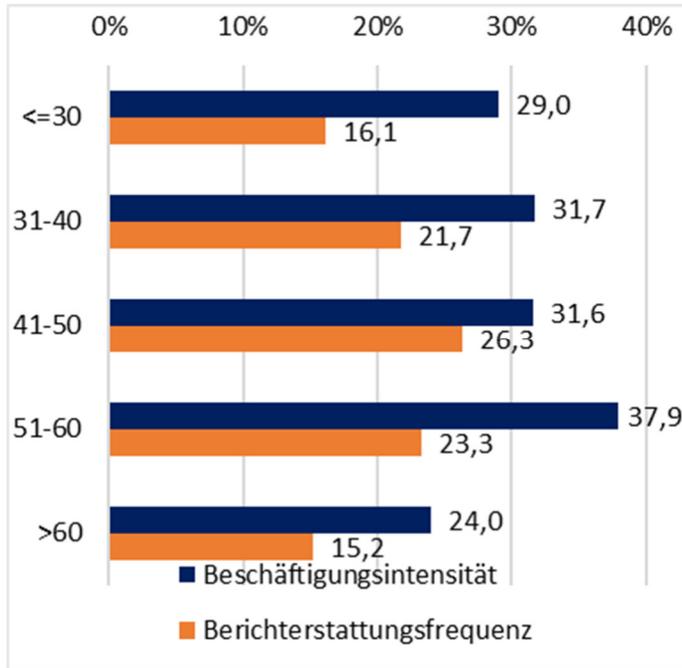


Tabelle 4: Rangkorrelation zwischen Alter und Beschäftigungsintensität bzw. der Berichterstattungsfrequenz, n=501

	Beschäftigungsintensität	Berichterstattungsfrequenz
Alter	rsp=-0,03	rsp=-0,10*

\* auf dem Niveau von  $p \leq 0,05$  signifikant

Bezüglich des formalen Bildungsgrads deutet die Häufigkeitsverteilung an, dass die Beschäftigungsintensität je nach Bildungsabschluss variiert, wie der Kruskal-Wallis-Test statistisch belegt ( $p=0,002$ ). Auf die Berichterstattungsfrequenz besitzt die Variable Bildung keinen Einfluss ( $p=0,132$ ).

Abbildung 15: Mitarbeiter\*innen mit hoher und mittlerer Beschäftigungsintensität, n=628 und Berichterstattungsfrequenz, n=625 („hohe“ und „mittlere“ Werte kumuliert)

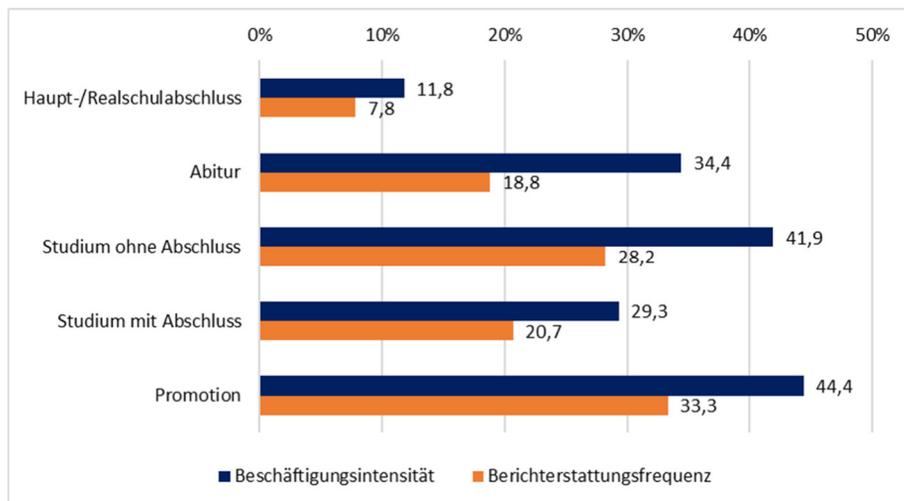


Tabelle 5: Gruppenvergleiche zur Geschlechterzugehörigkeit und dem letzten formalen Bildungsgrad und der Beschäftigungsintensität bzw. Berichterstattungsfrequenz

	Beschäftigungsintensität			Berichterstattungsfrequenz		
	MW±SD	p-Wert	N	MW±SD	p-Wert	N
Letzter formaler Bildungsgrad <sup>1</sup>		0,002*			0,132	
Haupt-/Realschulabschluss	2,2±1,2		51	1,47±0,99		51
Abitur	3,0±1,59		95	1,7±1,13		96
Studium ohne Abschluss	3,2±1,69		117	1,9±1,28		117
Studium mit Abschluss	2,9±1,47		354	1,8±1,10		352
Promotion	3,3±1,80		11	2,2±1,48		11

<sup>1</sup> Gruppenunterschiede anhand des Kruskal-Wallis-Tests; \* auf dem Niveau von  $p \leq 0,05$  signifikant

Aufgrund diskrepanter Ergebnisse bzgl. der Beschäftigungsintensität und Berichterstattungsfrequenz sowie geringer Effektstärken lässt sich aus den Auswertungen nur tendenziell ablesen, wie groß der Einfluss der drei soziodemographischen Variablen auf die mediale Auseinandersetzung mit dem Thema Doping ist. Trotzdem spielen Alter, Geschlecht und Bildung eine Rolle.

## 6. Fazit und Limitationen

Die Studie liefert auf der Basis einer quantitativen Befragung mit einer großen Zahl an Sportjournalist\*innen verschiedene Hinweise dafür, warum die Mehrzahl der Medienmitarbeiter\*innen sich „gar nicht“ oder nur „gering“ mit dem Thema Doping beschäftigt bzw. „nie“ oder „sehr selten“ dazu publiziert, obwohl dies medienrechtlich und berufsethisch geboten wäre. Vor dem theoretischen Hintergrund des „Zwiebel-Modells“ wurden ausgewählte mögliche Einflussfaktoren geprüft. Der Forschungsbericht zeigt, dass je nach Kontext (Struktur, Funktion oder Rolle) unterschiedliche Gründe in verschiedenen Intensitäten heranzuziehen sind.

Folgenden Aspekten kommt ein größerer Einfluss zu, und zwar

- Organisationsform der Medien, für die Sportjournalist\*innen arbeiten,
- dass Dopingrecherchen zu zeitintensiv ausfallen,
- dass persönliche Nähe grundsätzliche Kritik an Sportakteuren erschwert,
- dass Dopingberichterstattung den Zugang zu Sportakteuren als Informationsquelle gefährdet,
- dass sich die Mehrzahl der Sportjournalist\*innen nicht kompetent und gut ausgebildet fühlt.

Geringere Erklärungskraft besitzen die Aspekte,

- dass Dopingrecherchen zu kostspielig sind,
- dass sich Sportjournalist\*innen gar nicht oder nur wenig für das Thema interessieren,
- dass Doping die Unterhaltungsorientierung stört,
- dass Doping Reichweiten und Quoten konterkariert,
- Alter, Geschlecht und formaler Bildungsgrad.

In diesem Beitrag konnten einige, aber längst nicht alle potentiellen Begründungsfaktoren erfasst werden. Zu weiteren Limitationen muss gezählt werden, dass der Zusammenhang zum Rollenselbstverständnis nur über das Item „Doping stört die Unterhaltungsorientierung“ erhoben wurde. Zu den Fragen, ob Sportjournalist\*innen, die viel über Doping berichten, sich eher als Informator und Kritiker sehen, im Vergleich zu denen, die wenig oder gar nichts berichten, bzw. ob es einen Unterschied zu denen gibt, die eher die Unterhalterrolle für sich reklamieren, kann die Studie keine Auskunft machen. Kritisch muss im Nachhinein ebenso gesehen werden, dass bei der Befragung oft mit einseitigen, und zwar negativ konnotierten Statements gearbeitet worden ist. Bestimmte Items als offene Fragen zu stellen, wurde von den Autoren diskutiert, aber aufgrund des Umfangs des Fragebogens und der Ausfüllzeit verworfen. Trotzdem hätte man bei einigen Statements inhaltlich variieren können. Schließlich muss konzediert werden, dass der durchgeführte Mann-Whitney-U-Test zur Feststellung von Signifikanzen bei der Variable „Geschlecht“ aufgrund unterschiedlicher Gruppengrößen in seiner Aussagekraft zumindest limitiert ist.

Ob beim Thema Doping tatsächlich „innerhalb der Gattung Sportjournalist das Individuum, das kritisch hinterfragt und die reine Wahrheit sucht, vom Aussterben bedroht“ ist, wie Doping-Experte Franke (zitiert nach Werner 2015, S.18) unterstellt, kann nicht beantwortet werden. Dass es vielfältige strukturelle und persönliche Gründe gibt, die die Zurückhaltung bei der Beschäftigung mit und der Berichterstattung über Doping erklären, sollte durch den Forschungsbericht jedoch deutlich geworden sein.

## Literatur

- Agulló Calatayud, V., Castelló i Cogollos, R., & Valderrama Zurián, J. C. (2014). Beyond elite sports: Analysis of the coverage of anabolic steroids in the Spanish press (2007–2011). *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 6(2), 197-220.
- Bayerisches Pressegesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. April 2000 (2000). <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayPrG/true>. Zugegriffen am 14.03.2022.
- Bette, K.-H., & Schimank, U. (2006). *Die Dopingfalle. Soziologische Betrachtungen*. Bielefeld: transcript.
- Brosius, H.-B., Haas, A., & Koschel, F. (2012). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung* (6. Auflage). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Denham, B. E. (2008). Calling out the heavy hitters: What the use of performance-enhancing drugs in professional baseball reveals about the politics and mass communication of sport. *International Journal of Sport Communication*, 1(1), 3-16.
- Denham, B. E. (2013). Building an agenda for regulatory change: The New York Times investigates drug abuse in US horse racing. *International Journal of Sport Communication*, 6(3), 239-257.
- Denham, B. E. (2019). Coverage of the Russian Doping Scandal in the New York Times: Intramedia and Intermedia Attribute Agenda-Setting Effects. *Communication & Sport*, 7(3), 337-360.
- Donsbach, W. (1999). Journalismus und journalistisches Berufsverständnis. In J. Wilke (Hrsg.), *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland* (S. 489-517). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Ehl, L., & Fey, A. (2004). *Das Berufsprofil „Sportjournalist\*in 2004“. Eine repräsentative Befragung der Sportjournalisten in Deutschland* (Unveröffentlichte Diplomarbeit). Köln.
- Esser, H. (2007). Der Handlungsbegriff in der modernen Soziologie. In K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.), *Journalismustheorie. Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovationen* (S. 27-46). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- 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 Publishing.
- Fengler, S. (2016). Journalismus als rationales Handeln. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 235-248). Wiesbaden: Springer VS.
- Fengler, S., & Ruß-Mohl, S. (2003). Der Journalist als aufgeklärter Homo oeconomicus. In K.-D. Altmeppen & M. Karmasin (Hrsg.), *Medien und Ökonomie. Band 1-2: Grundlagen der Medienökonomie* (S. 209-234). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Fengler, S., & Ruß-Mohl, S. (2005). *Der Journalist als „Homo oeconomicus“*. Konstanz: UVK.
- Frenger, M., Emrich, E., & Klein, M. (2015). Mediale Aufbereitung und Bewertung von Dopingfällen in den Printmedien. In G. Schafmeister, G. Ellert & S. Dallwig (Hrsg.), *Evolution und Revolution in der Sportwirtschaft. Perspektiven des Wandels aus sportökonomischer Sicht* (S. 33-50). Schorndorf: Hofmann.
- Görner, F. (1995). *Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin: Vistas.
- Hamilton, J. T. (2004). *All The News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information Into News*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Hauer, S. (2012). *Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar. Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland*. Münster, Berlin: LIT-Verlag.

- Hauser, S. (2011). „Im Klub der Spritzensportler“ – Medienlinguistische Beobachtungen zur kontrastiven Analyse von Dopingskandalen. In K. Bulkow & S. Petersen (Hrsg.), *Skandale, Strukturen und Strategien öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung* (S. 207-226). Wiesbaden: VS.
- Helm, K. (2013). *Die Aufsteiger der Redaktion traditionell (1995) und aktuell (2010). Eine empirische Studie zum nationalen Sportjournalismus*. Pulheim: MedienSportVerlag.
- Ihle, H., & Nieland, J.-U. (2013). Dopingaufklärung in der Unterhaltungsfalle? Überlegungen zum Umgang mit Doping im medialisierten Sport. In E. Meinberg & S. Körner (Hrsg.), *Doping kulturwissenschaftlich betrachtet* (S. 155-171). St. Augustin: Academia Verlag.
- Ihle, H., & Scharf, W. (2007). Männer, Mythen, Medien – „Tour de France“ – Berichterstattung in Deutschland. *Studies in Communication Sciences*, 7(1), 203-229.
- 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.
- 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.
- Keppinger, H. M. (2000). Problemdimensionen des Journalismus. Theoretischer Anspruch und empirischer Ertrag. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (S. 81-99). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kiefer, M.-L. (1997). Votum für eine publizistikwissenschaftlich orientierte Medienökonomie. *Publizistik*, 42(1), 54-61.
- Kiefer, M.-L. (2005). *Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien*. München: Oldenbourg.
- Laine, T. (2006). Shame on us: Shame, national identity and the Finnish doping scandal. *The International Journal of the History of Sport*, 23(1), 67-81.
- Leitlinien des Sportjournalismus (2022). [https://www.sportjournalist.de/Ueber\\_uns/Leitlinien/](https://www.sportjournalist.de/Ueber_uns/Leitlinien/). Zugegriffen am 14.03.2022.
- Leyendecker, H. (2006). Klebrige Nähe. Anmerkungen zur Korruption im modernen deutschen Sportjournalismus. In J. Weinreich (Hrsg.), *Korruption im Sport* (S. 228-240). Leipzig: Forum Verlag.
- Medienstaatsvertrag (2020). [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze\\_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag\\_MStV.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf). Zugegriffen am 14.03.2022.
- Meier, H. E., Rose, A., & Hölzen, M. (2017). Spirals of Signification? A Corpus Linguistic Analysis of the German Doping Discourse. *Communication & Sport*, 5(3), 352-373.
- Meier, H. E., Rose, A., & Woborschil, S. (2012). Der Dopingdiskurs der 1950er und 1960er Jahre in den Leitmedien Der Spiegel und Die Zeit. *Sportwissenschaft*, 42(3), 163-177.
- Meier, H. E., Rose, A., Woborschil, S., & Konjer, M. (2013). Die Rezeptionsgeschichte des Dopings in Deutschland von 1950 bis 2009. [http://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/Aktuelles/Inhaltlicher\\_Bericht\\_WWU\\_Rezeption\\_des\\_Dopings.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/Aktuelles/Inhaltlicher_Bericht_WWU_Rezeption_des_Dopings.pdf?__blob=publicationFile). Zugegriffen am 11.04.2022.
- Mikus, A. (2009). *Chancen, Schergen, Scharlatane – Der Sportjournalismus und die Tour de France* (Unveröffentlichte Diplomarbeit). Dortmund.
- Pardo, R. (2013). Doping treatment by the media in Spain: Alberto Contador and Martha Dominguez cases. *International Review on Sport and Violence*, (7), 38-49.
- Philipp, M. (2002). *Die Konstruktion des medialen Dopingdiskurses. Struktur und Strategie*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

- Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen in der Fassung vom 18.05.2021 (2021). [https://recht.nrw.de/lmi/owa/br\\_text\\_anzeigen?v\\_id=10000000000000000330](https://recht.nrw.de/lmi/owa/br_text_anzeigen?v_id=10000000000000000330). Zugegriffen am 14.03.2022.
- Pressekodex (2022). <https://www.presserat.de/pressekodex.html>. Zugegriffen am 14.03.2022.
- Rau, H. (2016). Journalismus und Ökonomie. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 669-682). Wiesbaden: Springer VS.
- Reed, S. (2019). Who Is to Blame? An Examination of American Sports Journalists' Lance Armstrong Hero Narrative and Post-Doping Confession Paradigm Repair. *Journal of Sports Media*, 14(1-2), 67-91.
- Reinemann, C. (2007). Subjektiv rationale Akteure. Das Potential handlungstheoretischer Erklärungen für die Journalismusforschung. In K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.), *Journalismustheorie. Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovationen* (S. 47-70). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reinemann, C., & Baugut, P. (2016). Journalismus als subjektiv rationales Handeln im sozialen Kontext. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 309-321). Wiesbaden: Springer VS.
- Saxer, U. (1997). Kommunikationsforschung und Kommunikatoren. Konstitutionsprobleme einer publizistikwissenschaftlichen Teildisziplin. In G. Bentele, M. Haller (Hrsg.), *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit* (S. 39-54). Konstanz: UVK.
- Schaffrath, M. (2010). Vermittler, Vermarkter und Verkäufer. Empirische Studie zum beruflichen Selbstverständnis von TV-Sportjournalisten. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 45(2), 247-267.
- Schaffrath, M. (2016). Journalismus und Sport. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 699-712). Wiesbaden: Springer VS.
- Schaffrath, M. (2020). Berufszufriedenheit und Rollenselbstverständnis von Sportjournalistinnen. Online-Umfrage zu Berufsmotiven von Frauen im Mediensport. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, 5(1-2), 48-68.
- Schaffrath, M., Schulz, T., & Kautz, F. (2018). *Wissen und Einstellungen von Sportjournalisten in Deutschland zu den Themen Doping und Dopingberichterstattung*. Berlin, Münster: Lit-Verlag.
- Schaffrath, M., Schulz, T., Kautz, F., & Olson, N. (2019). *Wissen und Einstellungen zum Thema Doping unter Sportjournalisten und Sportjournalistinnen in Deutschland – Replikation* (Unveröffentlichter Abschlussbericht). München.
- Schauerte, T., & Schwier, J. (2015). Skandalöse Neuigkeiten. Die Aufbereitung des Themas Doping in den Medien. In A. Dresen, L. Form & R. Brand (Hrsg.), *Dopingforschung. Perspektiven und Themen* (S. 231-249). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Scherzer, H. (2007). *Ich wusste Bescheid*. [https://www.zeit.de/2007/23/ich\\_wusste\\_Bescheid](https://www.zeit.de/2007/23/ich_wusste_Bescheid). Zugegriffen am 6. August 2020.
- 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. *Impulse. Das Wissenschaftsmagazin der Deutschen Sporthochschule Köln*, (2), 36-43.
- Schirm, J., & Meier, H. E. (2016). Dopingberichterstattung in den Medien – Doping reports in the media. *Sportwissenschaft*, 46(3), 143-161.
- Schneider, W., & Raue, P.-J. (1996). *Handbuch des Journalismus*. Reinbek: Rowohlt.
- Scholl, A. (2009). *Die Befragung* (2. überarbeitete Auflage). Stuttgart: UTB.
- Scholl, A., & Weischenberg, S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie – Methodologie – Empirie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Sefiha, O. (2010). Now's When We Throw Him Under the Bus: Institutional and Occupational Identities and the Coverage of Doping in Sport. *Sociology of Sport Journal*, (27), 200-218.
- Seppelt, H. J. (2014). *Geheimsache Doping – Wie Russland seine Sieger macht*. <https://www.sport-schau.de/doping/video-geheimsache-doping-wie-russland-seine-sieger-macht-100.html>. Zugegriffen am 12.02.2015.
- Seppelt, H. J. (2016a). *Geheimsache Doping – Russlands Täuschungsmanöver*. <https://www.sport-schau.de/doping/video-geheimsache-doping-russlands-taeschungs-manoever-100.html>. Zugegriffen am 20.06.2016.
- Seppelt, H. J. (2016b). *Geheimsache Doping – Showdown für Russland*. <https://programm.ard.de/TV/The-menschwerpunkte/Dokus--Reportagen/Alle-Dokumentationen/Startseite/?sendung=2810617836955972>. Zugegriffen am 20.06.2016.
- Spalletta, M., & Ugolini, L. (2014). Sports journalism between doping allegations and doping evidence: The coverage of Lance Armstrong in Italian newspapers. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 6(2), 221-238.
- Starke, C., & Flemming, F. (2017). Who is Responsible for Doping in Sports? The Attribution of Responsibility in the German Print Media. *Communication & Sport*, 5(2), 245-262.
- Thielemann, M. (2008). *Kommunikatorforschung: Das Selbstverständnis im Sportjournalismus. Eine empirische und exemplarische Untersuchung deutscher Fernseh-Sportjournalisten*. Berlin: Verlag Dr. Müller.
- Trümpler, E. (2007). *Der Fall Baumann: ein Sportler im Dopingdiskurs*. Saarbrücken: VDM Publishing.
- Weischenberg, S. (1994). Annäherungen an die „Außenseiter“. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus. *Publizistik*, 39(4), 428-452.
- Weischenberg, S. (1998). *Journalistik. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen* (2. Auflage). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006a). *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006b). Journalismus in Deutschland 2005. Zentrale Befunde der aktuellen Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. *Media Perspektiven*, (7), 346-361.
- Werner, A. (2015). Sportjournalisten betreiben „Betrug am Volk“. Interview des Monats mit Werner Franke. *Sportjournalist*, 64(5), 18-19.
- Wick, T. (2014). *Dopingsportberichterstattung im „aktuellen sportstudio“ des ZDF zwischen 1968 und 2010*. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag.
- Wiske, J. (2017). *Die Elite. Die Bedeutung der Live-Berichterstattung im deutschen Spitzensport aus der Sicht von Sportjournalisten*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

