

Gerüchteküche Transfermarkt

Ein Vergleich von Online-Berichterstattung und Fandiskussionen über Transfergerüchte im deutschen Profifußball

Catharina Vögele

Zusammenfassung

Gerüchte sind in der Berichterstattung über den Fußball-Transfermarkt mittlerweile eher die Regel als die Ausnahme. Gerade während der Transferperioden machen sie einen großen Teil der Fußballberichterstattung aus und liefern auch den Fans Gesprächsstoff für Online-Diskussionen. Die vorliegende Studie fokussiert den Umgang von Journalisten und Fans mit Transfergerüchten. Für die theoretische Grundlage dieser Studie machen wir uns die Erkenntnisse der Gerüchtforschung sowie der Sportkommunikationsforschung zunutze. Die Daten liefern zwei quantitative Inhaltsanalysen: die Analyse der Diskussionen über Transfergerüchte in einem Fan-Forum von Transfermarkt.de und die Analyse der Berichterstattung über Transfergerüchte in fünf deutschen Online-Sportmedien. Die Ergebnisse zeigen, dass Online-Journalisten in nahezu jedem Artikel die Eintrittswahrscheinlichkeit des Transfers einschätzen, Fans dagegen nur in circa 40 Prozent der Postings. Die Fanprognosen treffen dabei insgesamt häufiger zu als die der Journalisten. Zur Erklärung ihrer Eintrittswahrscheinlichkeiten greifen Fans und Journalisten auf ähnliche Argumentationsmuster zurück. Journalisten setzen aber häufiger Statements beteiligter Akteure und Informationen aus Medienquellen ein und damit klassische journalistische Gestaltungsmittel. Die Prominenz der am Wechsel beteiligten Spieler und Clubs, die deutsche Nationalität der Vereine sowie das Eintreten der Transfers und die damit zusammenhängende höhere Glaubwürdigkeit der Gerüchte fördern tendenziell die Intensität der Fandiskussionen und der Berichterstattung über die Wechselspekulationen. Die Journalisten legen einen wenig transparenten Umgang mit den Transfergerüchten an den Tag. So weist die Kennzeichnung der Gerüchte und die Nennung ihrer Ausgangsquelle in allen analysierten Medien Defizite auf.

Abstract

Rumors about transfers of football players are the rule rather than the exception in football coverage. Especially during the transfer periods transfer rumors are an interesting topic for both journalists and fans to discuss. This study analyses how sport journalists and football fans communicate about transfer rumors. As theoretical background we rely on the findings of rumor and sport communication research. We conducted two quantitative content analyses. First we analysed fan discussions about transfer rumors in an online forum of the German football community transfermarkt.de. Second we investigated coverage about these rumors in five different German online sports media. Results show that journalists evaluate the transfers' probability of occurrence in roughly all articles, fans in contrast only in 40 percent of their postings. The fans' predictions prove right more often than the journalists' one's. To explain their predictions fans and journalists rely on similar arguments. But journalists more often cite involved actors and refer to information from different media resources. The prominence and success of the involved clubs and players as well as the German nationality of the clubs and the credibility of the rumor promote the intensity of fan discussions and media reporting about transfer rumors. Analysis of media coverage shows that

Dr. Catharina Vögele

Institut für Kommunikationswissenschaft/Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft, insbesondere Kommunikationstheorie, Universität Hohenheim

Fruwirthstraße 46, 70599 Stuttgart, Deutschland

E-Mail: c.voegele@uni-hohenheim.de

journalists rarely reveal the source of the rumor and the fact that they are writing about unverified information.

1. Einleitung

Gerüchte stehen in der Fußballberichterstattung mittlerweile auf der Tagesordnung. Insbesondere in der spielfreien Zeit im Sommer und Winter, wenn die Transferfenster geöffnet sind und die Verpflichtung von Spielern möglich ist, sind Gerüchte zu möglichen Spielerwechseln fester Bestandteil der Fußballberichterstattung. Transfergerüchte sind in diesen Zeiten für Journalisten ein willkommenes Thema, das perfekt zur journalistischen Handlungslogik passt: „Es geht um Stars und um Konflikte, und es lassen sich immer wieder aktualisierbare Geschichten erzählen, die nicht davon abhängen, ob tatsächlich gespielt wird“ (Meyen, 2014, S. 389). Auch die Fans lassen diese Transfergerüchte nicht kalt. Sie diskutieren über Zu- und Abgänge der Vereine und nehmen dabei Bezug auf die kursierenden Wechselspekulationen (Schäfer & Schäfer-Hock, 2016, S. 385). Die Aktivitäten der Clubs auf dem Transfermarkt werden also begleitet von Medienberichten und von Diskussionen der Fans. Im Fokus dieser Studie stehen deshalb die Online-Berichterstattung sowie die Fandiskussionen über solche Transfergerüchte. Dabei wird das Thema aus zwei Perspektiven betrachtet. Einerseits nähern wir uns dem journalistischen und fanspezifischen Umgang mit Transfergerüchten aus der Perspektive und auf Grundlage der Erkenntnisse der Gerüchtforschung. Andererseits nehmen wir die Sichtweise der Sportkommunikations- und Mediensportforschung ein und übertragen Erkenntnisse aus diesem Forschungsbereich auf die Berichterstattung und die Fandiskussionen über Wechselspekulationen.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist die Analyse der Berichterstattung über Gerüchte relevant, da Gerüchte durch eine fehlende Verifikation ihres Inhaltes charakterisiert sind und damit gegen einschlägige normative Qualitätskriterien des Journalismus wie der wahrheitsgetreuen Berichterstattung verstoßen (Deutscher Presserat, 2015, S. 3; Fleck, 2014, S. 189, 191). Medienberichte auf Basis von Gerüchten sollten deshalb eigentlich die Ausnahme sein, da ihr Wahrheitsgehalt nicht abschließend feststellbar ist. Bei der Berichterstattung über den Fußball-Transfermarkt ist der Bezug zu Gerüchten aber eher die Regel als die Ausnahme. Die Analyse des journalistischen Umgangs mit Gerüchten ist folglich eine relevante kommunikationswissenschaftliche Fragestellung. Wir greifen mit den Transfergerüchten ein Beispiel aus dem Mediensport heraus und analysieren anhand dessen den Umgang von Journalisten und Rezipienten mit Gerüchten. Das Phänomen der Transfergerüchte wurde als Fallbeispiel ausgewählt, da gerade Online-Journalisten und Fans über Transfergerüchte im Profifußball regelmäßig berichten bzw. zum Beispiel in Online-Foren diskutieren. Diese Sichtbarkeit des Umgangs mit Transfergerüchten macht sie zu einem sehr gut zu analysierenden Forschungsgegenstand. Zusätzlich ist die Auseinandersetzung mit Transfergerüchten aus ökonomischer wie auch aus sozialer Sicht von Bedeutung. Transfers im Profifußball haben sich mittlerweile zu einem Milliardengeschäft entwickelt (Naber, 2016). Für die Vereine ist das Transfersgeschäft ein entscheidender Pfeiler ihres wirtschaftlichen Erfolgs und von großer ökonomischer Relevanz. Zusätzlich nimmt der Fußball in der deutschen Gesellschaft und auch in den Medien eine Sonderrolle ein (Grimmer, 2014, S. 20-21). Er gehört zu „den wenigen gesellschaftlichen Phänomenen [...], welche die Massen noch an sich zu binden“ (Havemann, 2013, S. 523) vermögen. In der Fußballberichterstattung stehen dabei mittlerweile auch viele Aktivitäten außerhalb des Spielfeldes im Fokus. Die von den Vereinen getätigten Spielertransfers werden dabei von Journalisten und Fans beispielsweise gerne herangezogen, um über den zu erwartenden zukünftigen Erfolg oder auch Misserfolg im sportlichen und im wirtschaftlichen Sinne zu spekulieren (Korthals, 2005, S. 80). Für ihre Diskussionen über den Verein und seine Zukunft ist der Transfermarkt folglich eine sprudelnde und nicht versiegende Informationsquelle. Indem Fans Interesse an der Kaderzusammenstellung ihres Clubs oder an der sportlichen Zukunft eines Spielers zeigen, können sie zusätzlich ihre Identifikation mit diesem

Verein oder Spieler zum Ausdruck bringen (Schäfer & Schäfer-Hock, 2016, S. 385). Gerüchte über anstehende Spielerwechsel haben folglich gerade für Fußballfans auch eine soziale Bedeutung, da sie Gegenstand gemeinsamer Diskussionen sind und ihre Verbundenheit mit einem Spieler oder Club zum Ausdruck bringen. Im Speziellen interessieren wir uns in der Studie dafür, wie Fans und Journalisten die Eintrittswahrscheinlichkeit der den Gerüchten zu Grunde liegenden Wechsel bewerten und begründen und auf welche medialen Quellen sie hierbei Bezug nehmen. Außerdem analysieren wir, welche Eigenschaften der Transfers sowie der an den Wechseln beteiligten Spieler und Vereine die Intensität der Fandiskussionen und der Online-Medienberichterstattung beeinflussen. Zusätzlich untersuchen wir, ob die Journalisten transparent mit den Gerüchten umgehen, indem sie diese kennzeichnen und auf die Quellen der Gerüchte verweisen. Zur Beantwortung dieser Fragen greifen wir auf die Ergebnisse von zwei quantitativen Inhaltsanalysen zurück: Wir analysierten die Fandiskussionen über Transfergerüchte in einem Online-Forum sowie die Berichterstattung über diese Gerüchte in fünf ausgewählten Online-Sportmedien.

Im Folgenden werden wir zunächst die theoretischen Grundlagen der Studie skizzieren sowie den Forschungsstand zum Thema zusammenfassen. Darauf aufbauend leiten wir die Forschungsfragen der Studie ab und erklären die Vorgehensweise bei der Durchführung der beiden Inhaltsanalysen. Schließlich stellen wir die Ergebnisse zum Vergleich des Umgangs von Fans und Online-Journalisten mit Transfergerüchten vor, ziehen abschließend ein Fazit und geben einen Ausblick auf mögliche zukünftige Forschung zur Kommunikation über Transfergerüchte.¹

2. Theoretische Grundlagen und Forschungsstand

Für die theoretischen Grundlagen dieser Studie greifen wir auf die Erkenntnisse der Gerüchtforschung (vgl. z. B. Allport & Postman, 1948; Shibutani, 1966) und der Sportkommunikations- bzw. Mediensportforschung zurück. Da wir uns mit Gerüchten aus dem Themenbereich Sport befassen, sind diese beiden Forschungsgebiete für unsere Studie ertragreich. Auf Basis der Erkenntnisse dieser Forschungszweige identifizieren wir Einflussfaktoren für den Umgang von Sportjournalisten und Fans mit Transfergerüchten.

Ein allgemeines Verständnis des Begriffs Gerücht gibt es nicht. Je nach Fachdisziplin dominieren verschiedene Definitionen und Bedeutungen (Kampfer, 2008, S. 8; Merten, 2009, S. 16). Es lassen sich jedoch zwei zentrale Merkmale von Gerüchten identifizieren, die all diese Definitionen gemein haben. *Erstens* zeichnen sich Gerüchte durch eine fehlende Verifikation ihres Inhalts aus. Das bedeutet: Die Wahrheit des Gerüchteinhalts wurde noch nicht überprüft und ist damit noch unverbürgt (Fleck, 2014, S. 189, 191; Kirchmann, 2004, S. 72). *Zweitens* haben Gerüchte einen dynamischen Charakter. Gerüchte werden in die Welt gesetzt, um verbreitet zu werden (Fleck, 2014, S. 196). Ihr Lebenselixier ist ihre Verbreitung, die damit zentrales Element ihres Wesens ist (Kirchmann, 2004, S. 79; Merten, 2009, S. 15).

Die Kommunikationswissenschaft hat sich bislang nur vereinzelt mit Gerüchten beschäftigt. Es existiert kein genuin kommunikationswissenschaftlicher theoretischer Ansatz zur Analyse von Gerüchten (Bruhn, 2004, S. 13). Dennoch gibt es mittlerweile einige theoretische Auseinandersetzungen zur kommunikationswissenschaftlichen Relevanz von Gerüchten (vgl. z. B. Brokoff, Fohrmann, Pompe & Weingart, 2008; Bruhn & Wunderlich, 2004; Kampfer, 2008; Merten, 2009). Dabei steht insbesondere die Rolle der Massenmedien bei der

¹ Der Beitrag basiert auf meiner Dissertation (Vögele, 2018) und stellt ausgewählte Ergebnisse dieser vor.

Entstehung und Verbreitung von Gerüchten im Mittelpunkt. Die Massenmedien haben dabei vier Hauptfunktionen: Sie können *erstens* als Initiatoren von Gerüchten auftreten und *zweitens* als deren Verbreiter, was zu einer Beschleunigung ihrer Diffusion führt. *Drittens* kann die Berichterstattung über Gerüchte eine validierende Funktion haben, da sie ihnen Glaubwürdigkeit verleiht. *Viertens* können die Medien durch das Verbreiten von Dementis oder gesicherten Informationen aber auch zur Widerlegung eines Gerüchtes beitragen (Kampfer, 2008, S. 72-74).

Die durch das Internet bedingten Veränderungen der Kommunikationsbedingungen in den vergangenen Jahren haben auch einen starken Einfluss auf die Gerüchtekommunikation. So ist durch die textbasierte Kommunikation über Gerüchte im Internet deren Verbreitung und Diskussion wesentlich einfacher zu beobachten und auch im Nachhinein zu erfassen (Bordia, 1996, S. 149; Fleck, 2014, S. 200). Diesen Vorteil machen wir uns in unserer Studie zunutze, indem wir die digitale Gerüchtekommunikation zu Transfergerüchten analysieren. Ein weiteres Kennzeichen der digitalen Gerüchtekommunikation ist die Beschleunigung der medialen Verbreitung von Gerüchten durch Internetquellen. Die größere Anzahl an Veröffentlichungsakteuren im Internet sowie die Möglichkeit der zeitnahen, nicht an feste Termine gebundenen Veröffentlichung fördert sowohl die Anzahl der kursierenden Gerüchte als auch die Geschwindigkeit der Verbreitung (Leggewie & Mertens, 2008, S. 192; Plake, Jansen & Schuhmacher, 2001, S. 132). Bezüglich dieses Aspekts tritt das Internet also als Katalysator der Gerüchtekommunikation auf.

Empirische Studien zur Kommunikation über Transfergerüchte sind eine Seltenheit. Bislang gibt es nur eine Studie, die sich ausführlich mit der Berichterstattung über Transfers im Profifußball beschäftigt hat. Schäfer und Schäfer-Hock (2016) analysieren die Berichterstattung über Fußballtransfers in ausgewählten Sportressorts von Tageszeitungen und Fachmagazinen. Ihr Fokus liegt jedoch nicht auf der Berichterstattung über Transfergerüchte, sondern über Transfers im Allgemeinen. Der Umgang von Fans mit Transfers und Transfergerüchten wurde unseres Wissens bisher in keiner Studie analysiert. So ziehen Schäfer und Schäfer-Hock (2016, S. 396) in ihrer Analyse das Fazit, „dass die kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Fußballtransferberichterstattung in Deutschland erst am Anfang“ stehe und insbesondere die Berichterstattung in Online-Medien sowie die Nutzerperspektive und die damit verbundene Analyse von User-generated Content zum Thema großes Potential für anschließende Forschung biete. Mithilfe unserer Studie wollen wir dazu beitragen, diese Forschungslücke zu schließen. Durch den Fokus unserer Studie auf Gerüchte über Transfers wollen wir zusätzlich einen Beitrag dazu leisten, die in der Kommunikationswissenschaft bislang nur wenig beachtete Gerüchترفorschung für kommunikationswissenschaftliche Analysen anschlussfähig zu machen (Bruhn, 2004, S. 13; Kampfer, 2008, S. 4).

Da es bisher nur wenige bzw. gar keine Erkenntnisse zum Umgang von Fans und Journalisten mit Transfergerüchten gibt, soll diese Studie zunächst einen Einblick geben, welche Bewertungen Fans und Journalisten hinsichtlich der Eintrittswahrscheinlichkeit der Wechsel vornehmen und wie sie diese Einschätzungen begründen.

FF1: Wie bewerten Fans und Online-Journalisten die Eintrittswahrscheinlichkeit der den Gerüchten zugrunde liegenden Transfers und wie begründen sie diese Wahrscheinlichkeitseinschätzungen?

Aus der *Gerüchترفorschung* lassen sich verschiedene Faktoren ableiten, die die Entstehung und Verbreitung von Gerüchten beeinflussen und sich auf den Umgang von Journalisten und Fans mit Transfergerüchten übertragen lassen.

Diese Einflussfaktoren der Gerüchteverbreitung ordnen wir drei unterschiedlichen Dimensionen zu. Sie sind entweder 1) Eigenschaften der vorherrschenden Situation, 2) Merkmale der an der Gerüchtekommunikation beteiligten Personen oder 3) Charakteristika des Gerüchteinhalts.

Bezüglich der *Situation* zeigt die Gerüchترفorschung, dass sich mehrdeutige Situationen, in denen die beteiligten Akteure die wahren Fakten nicht erkennen können, positiv auf das Entstehen und das Verbreiten von Gerüchten und damit deren Kommunikation auswirken. Diese Mehrdeutigkeit kann durch das Fehlen von Nachrichten und Informationen, durch das Vorhandensein sich widersprechender Informationen oder durch Misstrauen in die jeweiligen Nachrichten entstehen (Allport & Postman, 1948, S. 33). Häufig handelt es sich in solchen Fällen um Krisensituationen, die durch Unsicherheit und kollektive Anspannung geprägt sind. Gerüchte sind in solchen nicht klar definierten Situationen Erklärungsversuche, mithilfe derer sich Personen zu Recht finden wollen (vgl. z. B. Bordia & DiFonzo, 2005, S. 89; Shibutani, 1966, S. 57). Situationen, in denen Transfergerüchte aufkommen, sind häufig durch eine solche Mehrdeutigkeit und Unsicherheit geprägt. Nach einer Saison oder in der Winterpause einer Saison können Spieler den Verein wechseln. Diese offenen Situationen laden Journalisten und Fans zu Spekulationen ein. Dabei ist davon auszugehen, dass vor allem bei Spielern, die in ihren Vereinen wenig zum Einsatz gekommen sind und deshalb nach einer Veränderung streben sowie bei Vereinen, die sich gerade in einer sportlichen Krise befinden, die Spekulationen und Gerüchte zu möglichen Spielerwechseln besonders umfangreich sind.

Neben der Situation sind bei der Kommunikation von Gerüchten aber auch die Eigenschaften der involvierten *Personen* bedeutsam. Dabei rückt besonders ein Merkmal in den Mittelpunkt: die Wichtigkeit des Themas für die Beteiligten. Je wichtiger das Thema für die beteiligte Person ist, desto wahrscheinlicher ist auch ihre Teilnahme an der Gerüchtekommunikation (vgl. z. B. Allport & Postman, 1948; Rosnow, Esposito & Gibney, 1988, S. 41). Die Wichtigkeit eines Themas für die Person, in unserem Fall also für Journalisten und Fans, und damit ihr Involvement hat folglich wesentlichen Einfluss auf den Umgang mit Gerüchten. Auf Seiten der Fans scheint es wahrscheinlich, dass Anhänger eines Vereins besonderes Interesse an Informationen zu dessen Abgängen oder Neuzugängen haben und sich dementsprechend intensiv an der Diskussion von Transfergerüchten zu ihrem Club beteiligen. Das Involvement der Fans mit einem Verein müsste also die Spekulation über Transfers dieses Vereins fördern. Für Fußballjournalisten ist die Kaderplanung der Vereine ebenfalls von Interesse, da von ihnen erwartet wird, über neueste Informationen zum Transfermarkt zu berichten, vor allem während der Transferperioden.

Schließlich kann der Umgang mit Gerüchten auch von deren *Inhalt* beeinflusst werden. Hierbei steht die Glaubwürdigkeit des Gerüchteinhalts im Fokus. Diese Glaubwürdigkeit ist abhängig von der Plausibilität und der Realitätsnähe der Gerüchteinformationen (Kampfer, 2008, S. 62; Shibutani, 1966, S. 77). Dabei steht die Frage im Vordergrund, ob Personen glauben, dass ein Gerücht wahr ist oder nicht. Je plausibler das Gerücht ist, desto wahrscheinlicher wird es als wahr eingeschätzt. Die Glaubwürdigkeit eines Transfergerüchts kann zurückzuführen sein auf Eigenschaften der am Wechsel beteiligten Vereine und Spieler sowie der Transfermodalitäten und der Frage, ob diese unterschiedlichen Aspekte zusammenpassen. Ob der Spieler also beispielsweise mit seiner Spielweise zum Spielstil des potentiell neuen Teams passt oder ob die Ablösesumme für den neuen Verein überhaupt finanzierbar ist. Auch Anzeichen, die für das Zustandekommen des Transfers sprechen, wie zum Beispiel Fortschritte bei den Verhandlungen, können zur Glaubwürdigkeit eines Transfergerüchts beitragen. Schließlich ist natürlich auch die Glaubwürdigkeit der Quelle der Information entscheidend für die Frage, ob der Gerüchteinhalt als plausibel eingeschätzt wird (vgl. z. B. Hovland & Weiss, 1951; Kohring, 2004).

Neben der Gerüchtforschung lassen sich auch aus der *Sportkommunikationsforschung* Faktoren ableiten, die sich auf den Umgang mit Transfergerüchten auswirken können. Hierbei nehmen wir zunächst die Merkmale der Sportberichterstattung in den Fokus und identifizieren die Charakteristika, die sich auf die Berichterstattung über Transfergerüchte übertragen lassen. Die Sportberichterstattung in Deutschland zeichnet sich durch eine Unterhaltungsorientierung aus, die vor allem auf die Kommerzialisierung und Medialisierung des Sports zurückzuführen ist. So hat die im Zeitverlauf immer größer gewordene Abhängigkeit von Sport, Wirtschaft und Medien maßgeblich dazu beigetragen, dass sich die heutigen Merkmale der Sportberichterstattung herausgebildet haben (Schauerte, 2010, S. 376). Aus ökonomischer Sicht ist eine publikumsgerechte und zuschauerbindende Präsentation des Sports unerlässlich, die einerseits die mediale Aufbereitung des Sports beeinflusst, andererseits gleichermaßen den Sport selbst, der sich der medialen Logik anpasst, um attraktiv zu sein (vgl. z. B. Gleich, 2000, S. 511; Heinecke, 2014, S. 464; Meyen, 2014, S. 377). Die Unterhaltungsorientierung der Sportberichterstattung geht einher mit einer Personalisierung und Prominenzierung der Berichterstattung, also der Fokussierung einzelner, meist besonders prominenter Sportler (vgl. z. B. Horky, 2001, S. 193; Schierl & Bertling, 2007, S. 155; Marr, 2009, S. 29) sowie mit der Narrativisierung und Emotionalisierung dieser (Stiehler, 2007, S. 184; Stiehler & Horky, 2009, S. 67-68).

Transfergerüchte sind ein Paradebeispiel für die Personalisierung der Fußballberichterstattung. Die Spieler, ihre Wechselwünsche und –pläne sowie ihre Verhandlungen mit beteiligten Vereinen stehen im Mittelpunkt. Je nach Prominenz und Beliebtheit der Spieler ist von einem unterschiedlich großen Interesse der Medien und der Fans an den Zukunftsplänen der Spieler auszugehen. Eine Konzentration auf die Fußballprominenz konnten Schäfer und Schäfer-Hock (2016) in ihrer Inhaltsanalyse der Transferberichterstattung bestätigen. So ging es in den berichteten Transfers vor allem um Elite-Spieler, die sich durch einen hohen Marktwert, eine offensive Feldposition und die Mitgliedschaft in ihrer Nationalmannschaft auszeichneten (ebd., S. 392). Auch bezüglich der Vereine zeigte sich der Promi-Bonus. So waren an den berichteten Transfers insbesondere kurzfristig und langfristig erfolgreiche deutsche Teams und bekannte internationale Clubs aus den europäischen Eliteligen beteiligt (ebd., S. 390, 393). Eine Narrativisierung kann sich beispielsweise im Erzählen von Fortsetzungsgeschichten über sich hinziehende Transfers zeigen (Meyen, 2014, S. 389). Die Unsicherheit des Ausgangs der Verhandlungen über die Wechsel fördert das Weiterspinnen dieser Geschichten und verleiht ihnen eine gewisse Dramatik. Dies trägt auch zur Emotionalisierung der Fanlager bei, die wie auf dem Spielfeld auch auf dem Transfermarkt mit ihren Vereinen mitfiebern und auf Erfolg versprechende Wechsel hoffen (Schäfer & Schäfer-Hock, 2016, S. 385).

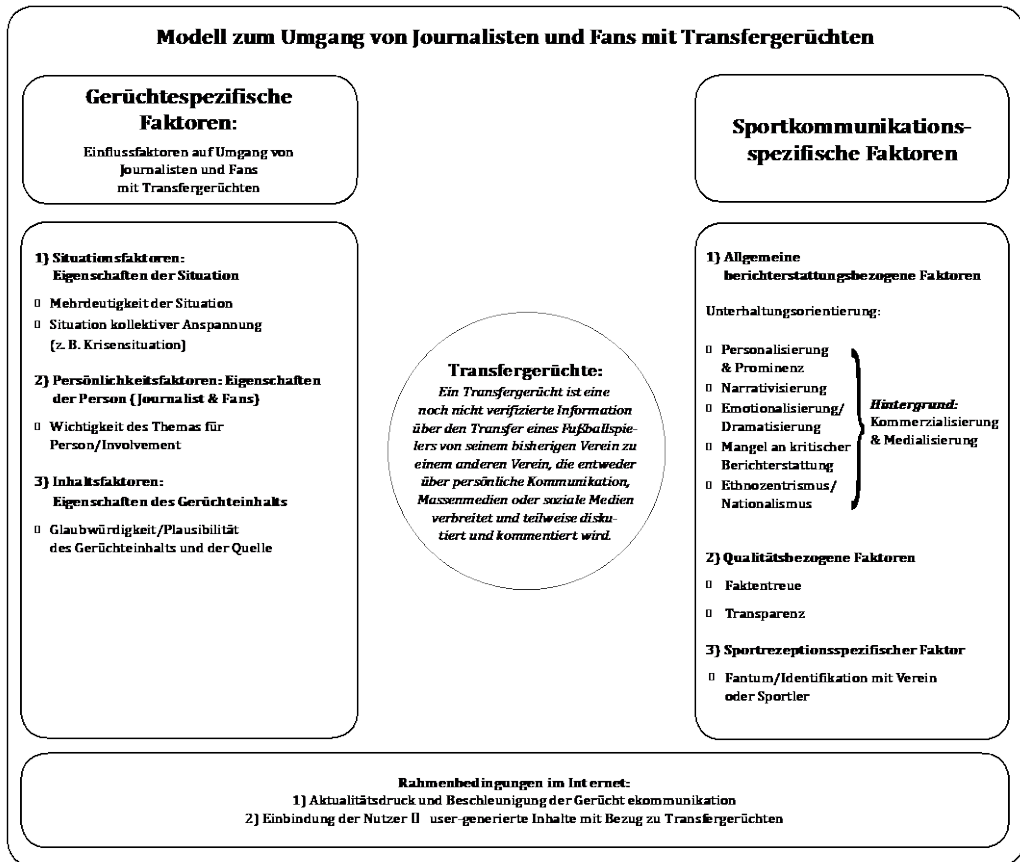
Zwei weitere Charakteristika der Sportberichterstattung sind auch in Medienberichten über Transfers zu erwarten: der Mangel an kritischer Berichterstattung sowie der Nationalismus bzw. Ethnozentrismus. In der Sportberichterstattung rücken kritische Themen wie Doping, Korruption oder medienpolitische Aspekte eher in den Hintergrund (Gleich, 2000, S. 511-512; Loosen, 2008, S. 16; Marr, 2009, S. 28), da das Hochglanzprodukt Sport möglichst ohne Makel verkauft werden soll. In der Transferberichterstattung ist deshalb ein eher wenig transparenter und kritischer Umgang mit dem Wahrheitsgehalt von Transfergerüchten zu erwarten. Die Analyse von Schäfer und Schäfer-Hock (2016) zeigt beispielweise in Bezug auf die Verlässlichkeit der Berichterstattung, dass die Transferberichterstattung eine erwähnenswerte Anzahl falscher journalistischer Prognosen beinhaltet. In jedem dritten Artikel wurde eine Prognose zur Wahrscheinlichkeit des Transfers abgegeben, die sich im Nachhinein als falsch erwies (ebd., S. 393-394). Der Nationalismus der Sportberichterstattung zeigt sich durch eine Präferenz für Teams und Sportler der eigenen Nation (Gleich, 2000, S. 513; Loosen, 2008, S. 14; Stiehler & Horky, 2009, S. 73). Dieser Berichterstattungsbonus für deutsche Spieler und Vereine ist auch in den Artikeln über Spielertransfers zu erwarten.

Schließlich ist bei der Frage danach, was das Interesse und die Art des Umgangs mit Transfergerüchten beeinflusst, auch das Fantum, also die Identifikation des Rezipienten mit den beteiligten Vereinen bzw. dem Fußballer, entscheidend. Dieser Aspekt nimmt in der Sportrezeptionsforschung eine entscheidende Rolle ein. So sind viele Motive für die Nutzung von Mediensport auf eine solche emotionale Bindung an einen Sportler oder eine Mannschaft zurückzuführen und ihre Intensität davon abhängig (vgl. z. B. Nölleke & Blöbaum, 2012, S. 166, 171; Schramm, 2007, S. 219). Je intensiver eine solche Bindung ist, desto stärker müsste der Rezipient an den Aktivitäten des Lieblingsvereins auf dem Transfermarkt interessiert sein. Die Identifikation mit den beteiligten Akteuren steht dabei in enger Verbindung zu dem aus der Gerüchteforschung abgeleiteten Einflussfaktor der Wichtigkeit des Themas für den Rezipienten.

Die aus der Gerüchte- und Sportkommunikationsforschung abgeleiteten möglichen Einflussfaktoren auf den Umgang von Fans und Journalisten mit Transfergerüchten fassen wir in Abbildung 1 noch einmal zusammen. In Forschungsfrage 2 wollen wir den Einfluss dieser Merkmale auf die Intensität der Online-Berichterstattung und der Fandiskussionen in den Blick nehmen:

FF2: Welche inhaltlichen Faktoren (Spieler-, Vereins- und Transfereigenschaften) beeinflussen die Intensität der Fandiskussionen und der Online-Medienberichterstattung über Transfergerüchte?

Abbildung 1: Deskriptives Modell zum Umgang von Journalisten und Fans mit Transfergerüchten (eigene Darstellung)



Bei der Analyse der Berichterstattung über Gerüchte ist die Frage nach der *Qualität der Berichterstattung* naheliegend. Gerüchte sind Informationen, deren Wahrheitsgehalt noch nicht überprüft wurde. Vom Journalismus wird jedoch allgemein erwartet, über wahrheitsgemäße Informationen zu berichten (Deutscher Presserat, 2015, S. 3). Die Qualität der Berichterstattung, genauer gesagt das Qualitätskriterium der Faktentreue, ist deshalb bei Berichten über Transfergerüchte in Frage gestellt. Umso wichtiger ist, wie Journalisten mit ihnen umgehen. Die Kennzeichnung der Gerüchte und das Offenlegen, dass es sich bei den berichteten Informationen um noch nicht bestätigte Inhalte handelt, ist daher essentiell (Schmalenbach, 2012, S. 365, 367). Die *Transparenz im Umgang mit Gerüchten* ist folglich ein weiterer entscheidender Qualitätsfaktor. Er ist durch die Berichterstattung über Gerüchte nicht per se verletzt. Entscheidend dafür ist, ob für den Rezipienten aus den Medienberichten ersichtlich ist, dass es sich um Spekulationen handelt. Der Pressekodex fordert die Kennzeichnung von Gerüchten in der Berichterstattung. So heißt es in der zweiten Ziffer unter anderem: „Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen“ (Deutscher Presserat, 2015, S. 3).

Diesen transparenten Umgang mit Transfergerüchten wollen wir ebenfalls in unserer Studie in den Blick nehmen.

FF 3: Zeigt sich in der Online-Medienberichterstattung ein transparenter Umgang der Journalisten mit Transfergerüchten?

3. Methodik

Zur Beantwortung der Forschungsfragen griffen wir auf eine Methodenkombination aus zwei quantitativen Inhaltsanalysen zurück. Die Fandiskussionen zu Transfergerüchten analysierten wir mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse der Debatte über 200 zufällig ausgewählte Transfergerüchte im Online-Forum „Gerüchteküche“ des Fußballportals Transfermarkt.de in der Sommertransferperiode 2015. An den Gerüchten musste dabei mindestens ein Verein beteiligt sein, der in der Saison 2015/16 in der ersten deutschen Bundesliga gespielt hat. Transfermarkt.de ist eines der reichweitenstärksten Online-Portale zum Thema Fußball, dessen thematischer Schwerpunkt auf den Aktivitäten auf dem Transfermarkt liegt. In den Transferperioden wird die Seite täglich von circa 1,5 Millionen Fans ganz unterschiedlicher Vereine genutzt, die sich für die aktuellsten Transfermeldungen interessieren oder in einem der vielen Foren der Homepage über diese Transfers diskutieren wollen (Psotta, 2015, S. 58). Im Forum Gerüchteküche können registrierte Nutzer von Transfermarkt.de Transfergerüchte posten. Voraussetzung ist dabei, dass sie eine Medienquelle zu den Gerüchten angeben (Transfermarkt, 2016). Für jedes Transfergerücht wird im Forum ein eigener Thread angelegt, in dem die User dann über diesen Wechsel diskutieren können. Vorteil des Rückgriffs auf das Forum Gerüchteküche ist, dass die Auswahl der Gerüchte hier nicht nur in den Händen einzelner Journalisten liegt wie beispielsweise bei Transfertickern von Online-Medien, sondern viele unterschiedlicher User dazu beitragen, dass ein relativ großer Pool an Gerüchten entsteht. Zu jedem der 200 Transfergerüchte wählten wir fünf Postings aus dem jeweiligen Diskussionsthread zufällig aus. Auf diese Weise codierten wir insgesamt 1000 Postings.

In einer zweiten Inhaltsanalyse untersuchten wir die Berichterstattung über dieselben 200 Transfergerüchte in den fünf Online-Sportmedien Kicker.de, Transfermarkt.de, Spox.com, Sportbild.de und Bild.de/Sport. Außerdem codierten wir, unabhängig vom Medium, auch jeweils die Ausgangsnachricht zu dem Gerücht, also die Nachricht, in der als Erstes über das Wechselgerücht berichtet wurde.² So kamen insgesamt 738 Artikel zusammen, die in die Analyse gingen. Für beide Inhaltsanalysen galt, dass wir nur so lange Postings und Artikel codierten, so lange das Gerücht noch nicht von einem der drei an dem Wechsel beteiligten Akteure offiziell bestätigt wurde. Also weder von dem Spieler bzw. seinem Berater, dem abgebenden Verein noch von dem aufnehmenden Verein.

In den Analysen erfassten wir neben Informationen zur Intensität der Fandiskussionen bzw. der Medienberichterstattung zahlreiche Merkmale der jeweiligen Transfers sowie der an den Gerüchten beteiligten Vereine und Spieler. Außerdem codierten wir von Fans und Journalisten geäußerte Einschätzungen zur Eintrittswahrscheinlichkeit der Transfers (Codiereinheit: Wahrscheinlichkeitseinschätzungen) und deren Begründung. Auch der transparente Umgang der Journalisten mit den Gerüchten wurde erhoben, indem z. B. identifiziert wurde, ob die Ausgangsquelle des Gerüchts im Artikel erwähnt wurde. Bei beiden Inhaltsanalysen waren die gleichen drei Codierer im Einsatz. Ein Inter-Coder-Reliabilitätstest ergab für beide Inhaltsanalysen

² Handelte es sich dabei um eine nicht deutsch- oder englischsprachige Ausgangsquelle codierten wir nur mithilfe von google.translate die wichtigsten Informationen zum Transfer sowie die formalen Merkmale des Artikels.

zufriedenstellende Werte für die erfassten Kategorien (Codierung von 28 Artikeln und 74 Postings, 3 Codierer, Krippendorffs α für Kategorien zwischen .69 und 1.0).

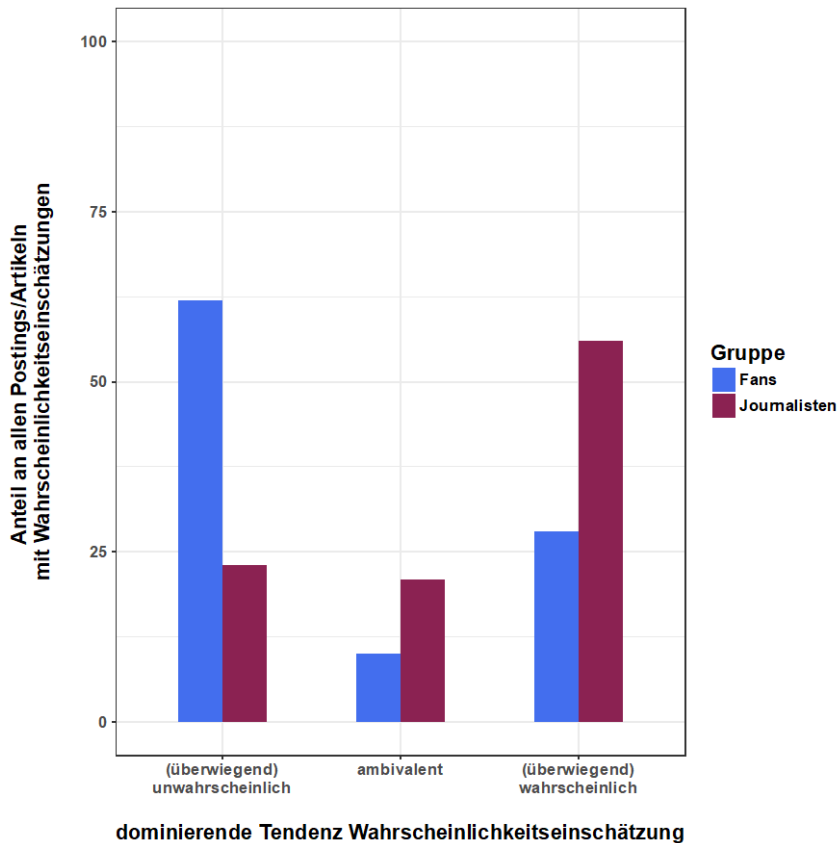
4. Ergebnisse

4.1. *Vergleichs des Umgangs von Fans und Online-Journalisten mit Transfergerüchten*

Zunächst steht die erste Forschungsfrage im Mittelpunkt und damit die Frage, wie Fans und Online-Journalisten die Eintrittswahrscheinlichkeit der den Gerüchten zu Grunde liegenden Transfers bewerten und wie sie diese Wahrscheinlichkeitseinschätzungen begründen.

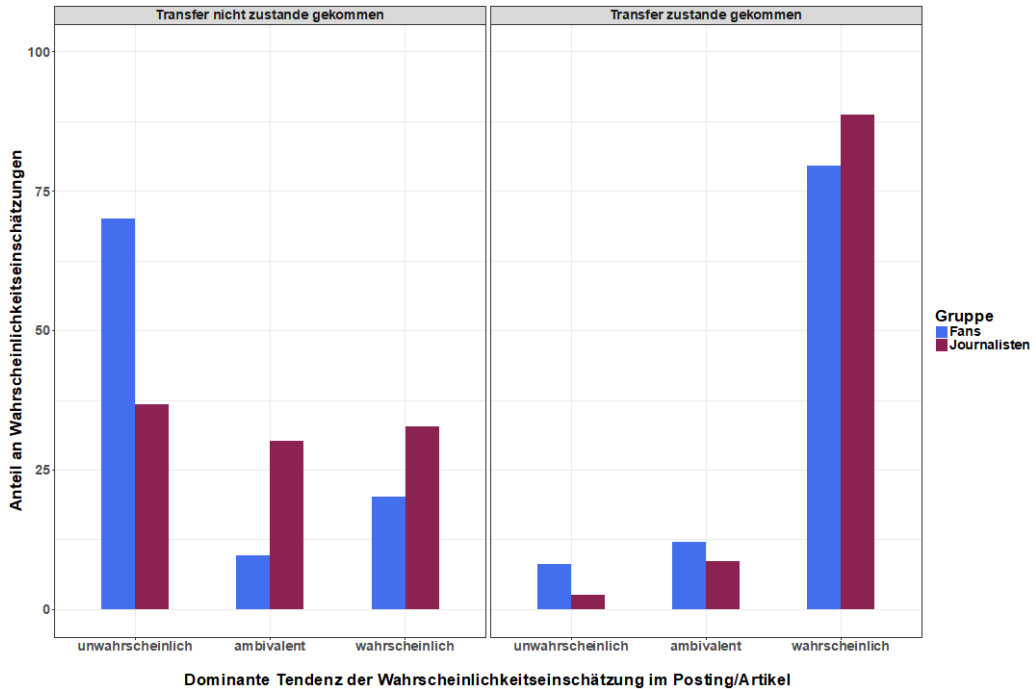
Die Online-Journalisten schätzen in nahezu jedem Artikel die Eintrittswahrscheinlichkeit des Transfers ein, über den spekuliert wird (97% der Artikel). Die Fans stellen eine solche Eintrittsprognose dagegen nur in 39 Prozent ihrer Postings. Die Prognosen der Fans fallen dabei überwiegend negativ aus, die der Journalisten dagegen überwiegend positiv (vgl. Abbildung 2). Die Fans sind folglich bezüglich des Zustandekommens der Transfers wesentlich kritischer eingestellt. Vergleicht man diese Wahrscheinlichkeitseinschätzungen von Fans und Journalisten mit der Information, ob die Transfers in der Sommertransferperiode 2015 realisiert wurden oder nicht, stellt sich heraus, dass die Prognosen der Fans insgesamt häufiger zutreffen als die der Journalisten. So äußern die Fans bei nicht realisierten Transfers überwiegend negative und damit zutreffende Wahrscheinlichkeitseinschätzungen, die Journalisten dagegen positive und negative Einschätzungen in ähnlichem Umfang (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 2: Dominierende Tendenz der Wahrscheinlichkeitseinschätzungen von Fans und Journalisten im Vergleich
(Basis: Fandiskussionen N=390 Postings mit Wahrscheinlichkeitseinschätzungen; Berichterstattung N=642 Artikel mit Wahrscheinlichkeitseinschätzungen)



Bei den zustande gekommenen Wechslen sind die Einschätzungen der Journalisten im Vergleich zwar etwas häufiger richtig, der Unterschied zu den Fans ist dabei jedoch nicht so groß. Die Fans scheinen also das etwas bessere Gespür dafür zu haben, ob die Transfers realisiert werden oder nicht. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass Journalisten in ihrer Berichterstattung den Anschein erwecken wollen, dass der Transfer zustande kommen kann. Ansonsten würden sie ihrer eigenen Berichterstattung und der Glaubwürdigkeit ihrer Informationen die Grundlage entziehen. Diesen sich aus den Normen des Journalismus ergebenden Erwartungen unterliegen die Fans bei der Diskussion der Gerüchte nicht.

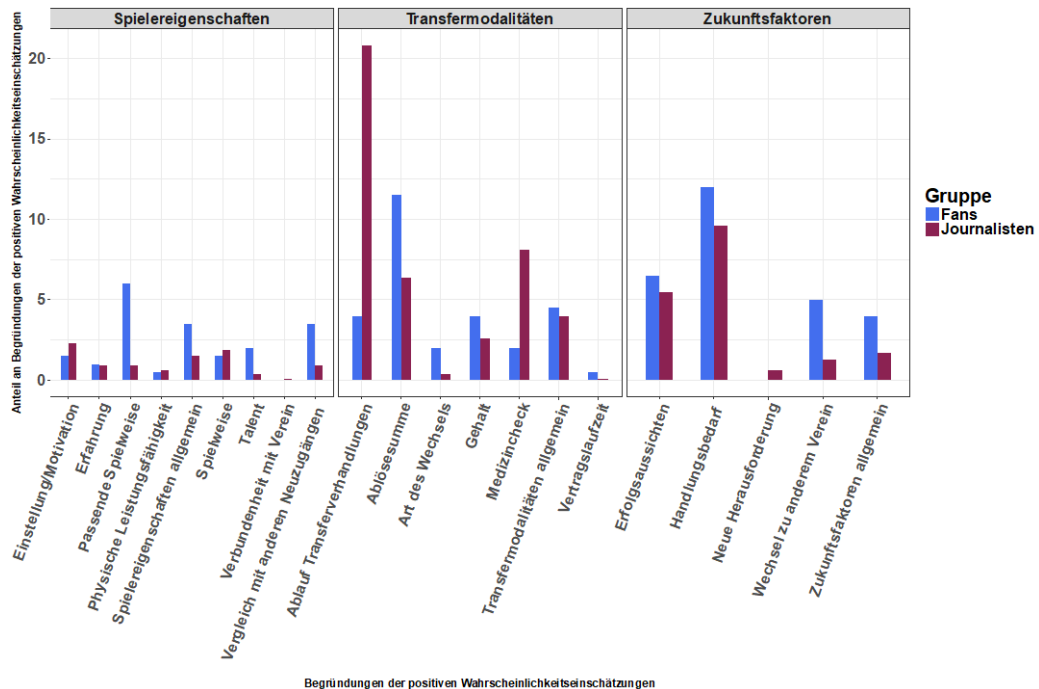
Abbildung 3: Prognoseleistungen von Fans und Journalisten im Vergleich (Basis: Fandiskussionen: N=49 Wahrscheinlichkeitseinschätzungen zu realisierten Transfers, N=341 Wahrscheinlichkeitseinschätzungen zu nicht realisierten Transfers; Berichterstattung: N=265 Wahrscheinlichkeitseinschätzungen zu realisierten Transfers, N=377 Wahrscheinlichkeitseinschätzungen zu nicht realisierten Transfers)



Sowohl Fans wie auch Journalisten begründen die von ihnen vorgenommenen Prognosen in knapp 90 Prozent der Fälle. Die Argumentationsmuster, auf die Journalisten und Fans dabei zurückgreifen, ähneln sich in einigen, jedoch nicht in allen Punkten. Die Abbildungen 4 und 5 zeigen auf welche Begründungen Fans und Journalisten bei positiven und negativen Wahrscheinlichkeitseinschätzungen zurückgreifen. Diese Begründungen haben wir drei unterschiedlichen Dimensionen zugeordnet. Es gibt 1) Begründungen, die sich auf Eigenschaften der eventuell wechselnden Spieler beziehen (*Spielereigenschaften*), 2) Erklärungen, die auf Merkmale des Transfers eingehen (*Transfereigenschaften*) und 3) Begründungen, die die zukünftige Entwicklung der Vereine oder der Spieler betreffen wie deren Erfolgsaussichten oder der Handlungsbedarf, den ein Club auf einer bestimmten Position hat (*Zukunftsfaktoren*). Insgesamt zeigt sich, dass sowohl in den Fandiskussionen als auch in der Berichterstattung Transfermodalitäten und Zukunftsfaktoren zur Erklärung der Wahrscheinlichkeitseinschätzungen besonders wichtig sind. Spielereigenschaften sind dagegen weniger relevant. Es zeigen sich jedoch Unterschiede bei den detaillierten inhaltlichen Aspekten, auf die Journalisten und Fans bei der Argumentation verweisen. So stehen beim Rückgriff auf Transfermodalitäten bei den Journalisten insbesondere die Fortschritte der Transferverhandlungen zwischen den Clubs und dem Spieler im Fokus, bei positiven Prognosen zusätzlich auch der obligatorische Medizincheck, der im Normalfall am Ende von Transferverhandlungen als vorletzter Schritt vor der Vertragsunterschrift ansteht und von den Journalisten als positives Zeichen für den Wechsel gedeutet wird. Für Fans ist mit Hinblick auf die Transfereigenschaften dagegen die Ablösesumme das wichtigste Argument. Sie argumentieren dann beispielweise, dass

die Ablösesumme so günstig ist, dass sich der aufnehmende Verein den Wechsel nicht entgehen lassen kann oder dass die Ablösesumme aus Sicht des abgebenden Vereins viel zu gering ist und er deshalb dem Transfer nicht zustimmen wird. Den Fans dient außerdem das Gehalt des Spielers immer wieder als Grundlage für die Erklärung ihrer Prognosen. Dabei können sie entweder auf das zu hohe und damit nicht finanzierbare Gehalt des Spielers beim neuen Verein verweisen oder auf das Einsparen von Gehalt beim Abgang eines Spitzenverdieners.

Abbildung 4: Begründung der positiven Wahrscheinlichkeitseinschätzungen von Fans und Journalisten im Vergleich
(Basis: Fandiskussionen N=200 Begründungen; Berichterstattung N=781 Begründungen)³

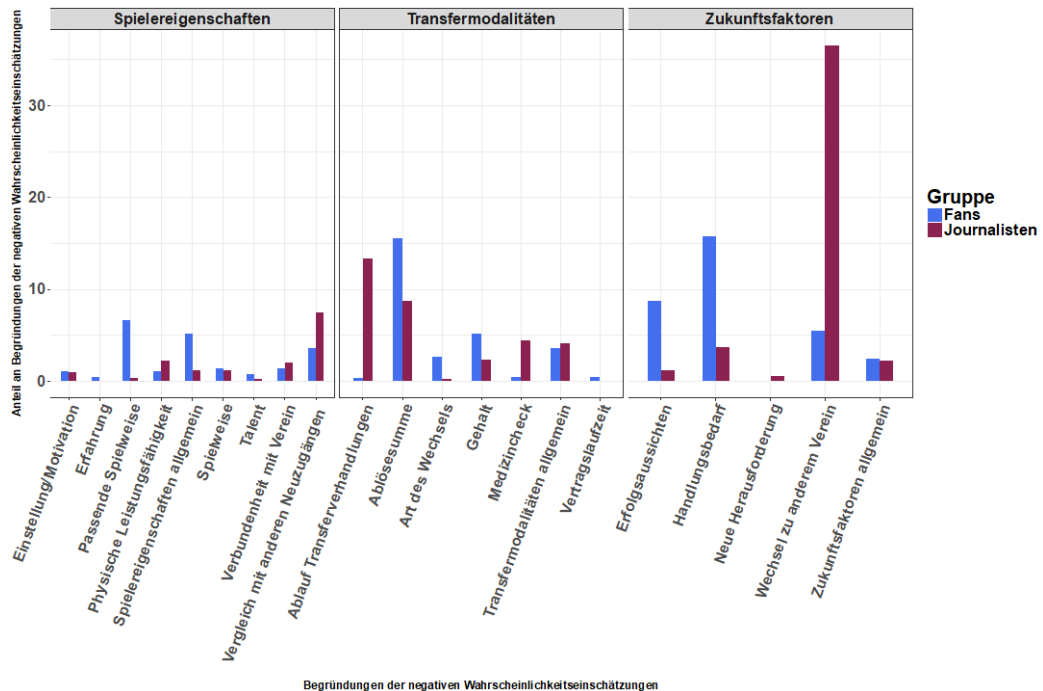


Bei den Zukunftsfaktoren setzen Journalisten und Fans ebenfalls andere Schwerpunkte. In der Berichterstattung steht bei negativen Einschätzungen zur Eintrittswahrscheinlichkeit des Wechsels die Begründung im Vordergrund, dass der Spieler zu einem anderen Verein wechseln wird. In den Fandiskussionen dagegen werden der Handlungsbedarf der beteiligten Clubs sowie die fehlenden Erfolgsaussichten, die sich für den Spieler oder die Teams durch den Wechsel ergeben, am häufigsten thematisiert, um das Nichtzustandekommen des Transfers zu erklären. Bei den positiven Wahrscheinlichkeitseinschätzungen verweisen dagegen sowohl Fans wie auch Journalisten zur Begründung am häufigsten auf den Handlungsbedarf der Vereine und dann

³ In der Inhaltsanalyse konnten pro Wahrscheinlichkeitseinschätzung mehrere Begründungen codiert werden. Insgesamt verwendeten die Fans in den analysierten Postings 200 Begründungen, die Journalisten in den analysierten Artikeln 781 Begründungen für positive Wahrscheinlichkeitseinschätzungen.

auf die positiven Erfolgsaussichten der beteiligten Akteure. Selten ziehen Journalisten und Fans dagegen Spielereigenschaften heran, um den Transfer als wahrscheinlich oder unwahrscheinlich einzuordnen. Wenn sie dies tun, dann stehen jeweils die Spielweise des Spielers und die Frage, ob diese zum möglichen neuen Verein passt, sowie der Vergleich des Spielers mit einem potentiell anderen Neuzugang im Vordergrund.

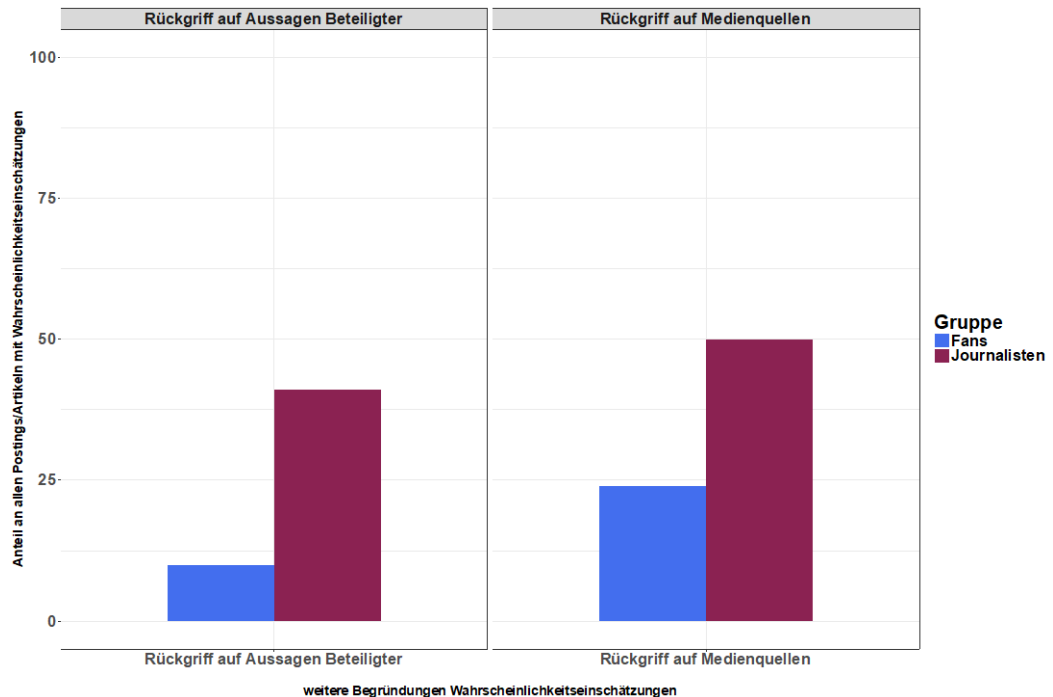
Abbildung 5: Begründung der negativen Wahrscheinlichkeitseinschätzungen von Fans und Journalisten im Vergleich
(Basis: Fandiskussionen N=366 Begründungen; Berichterstattung N=493 Begründungen)



Zusätzlich haben wir erfasst, ob Fans und Journalisten bei der Erklärung ihrer Wahrscheinlichkeitseinschätzungen auf Aussagen Beteiligter oder auf Informationen aus Medienquellen verweisen. Es zeigt sich, dass Journalisten im Vergleich zu den Fans zur Begründung wesentlich häufiger auf Aussagen am Wechsel beteiligter Personen sowie auf Informationen aus Medienquellen zurückgreifen (vgl. Abbildung 6). Das Integrieren von O-Tönen sowie von Informationen aus anderen Quellen ist ein klassisches journalistisches Gestaltungsmittel. Es zeigt sich diesbezüglich bei den Journalisten im Vergleich zu den Fans also ein professioneller journalistischer Umgang mit den Transfergerüchten. Die Journalisten greifen dabei vor allem auf Aussagen der Sportdirektoren der involvierten Vereine zurück. Sie sind in den Clubs im Normalfall verantwortlich für Transfers. Es ist daher einleuchtend, dass sie Ansprechpartner für die Journalisten in Transferfragen sind und dementsprechend immer wieder mit Äußerungen zitiert werden. Bei den zitierten Medienquellen dominiert die Bild-Zeitung als Quelle sowohl bei Fans wie auch bei Journalisten. Sie macht jeweils ein Viertel der Bezüge auf Medienquellen aus. Die zweitwichtigste Quelle ist der Kicker. Die Glaubwürdigkeit dieser

Medien wird dabei von Fans und Journalisten jedoch nur sehr selten thematisiert und spielt damit keine entscheidende Rolle.

Abbildung 6: Rückgriff auf Aussagen Beteiligter und Medienquellen zur Begründung der Wahrscheinlichkeitseinschätzungen durch Fans und Journalisten im Vergleich (Basis: Fandiskussionen: N=390 Postings mit Wahrscheinlichkeitseinschätzungen; Berichterstattung: N=642 Artikel mit Wahrscheinlichkeitseinschätzungen)



4.2. Einfluss von Spieler-, Vereins- und Transfereigenschaften auf die Intensität der Fandiskussionen und der Online-Berichterstattung über Transfergerüchte

In der zweiten Forschungsfrage steht im Vordergrund, welche inhaltlichen Merkmale der Transfergerüchte die Intensität der Fandiskussionen und der Online-Medienberichterstattung beeinflussen. Diese inhaltlichen Merkmale stehen dabei in Bezug zu den von uns aus der Gerüchte- und der Sportkommunikationsforschung abgeleiteten Einflussfaktoren auf den Umgang mit Transfergerüchten. Als Merkmale der Gerüchte gingen in unsere Analyse dabei acht Eigenschaften der transferierten Spieler, sechs Eigenschaften der beteiligten Vereine, drei Transfereigenschaften sowie bei den Fandiskussionen zusätzlich drei Eigenschaften der User ein (vgl. für eine Erklärung der Eigenschaften Tabelle 1).

Zunächst betrachten wir den Zusammenhang zwischen den Gerüchteeigenschaften und der Anzahl der im jeweiligen Gerüchtethread im Untersuchungszeitraum zum Transfer geschriebenen Postings und damit der Intensität der Fandiskussionen. Die Ergebnisse liefert eine multiple Regression mit den Spieler-, Transfer-, Vereins- und Userseigenschaften als unabhängige Variablen und der Anzahl der Postings im Untersuchungszeitraum als abhängiger Variable. Im Hinblick auf die Anzahl der Postings gab es ein paar wenige besonders

umfangreiche Diskussionsthreads. Da solche Ausreißer die Schätzungen der Regression verzerren, haben wir die abhängige Variable zur Basis 10 logarithmiert (vgl. Field, 2013, S. 201-207). Aufgrund des Logarithmierens der zu erklärenden Variablen können wir die Regressionskoeffizienten als Veränderung in Prozent interpretieren, wenn sich die unabhängige Variable um eine Einheit ändert.

Tabelle 1: Prädiktoren: Spieler-, Vereins-, Transfer- und Usereigenschaften

Spielereigenschaften	Erläuterung
Alter	Alter des Spielers zu Beginn des Untersuchungszeitraums
Nationalität	Binäre Variable: hat der Spieler die deutsche Staatsbürgerschaft (1) oder nicht (0)
Position	Binäre Variable: spielt der Spieler auf einer offensiven (1) oder defensiven Feldposition (0)
Marktwert	Marktwert des Spielers während des Untersuchungszeitraums
Nationalspieler	Binäre Variable: hat der Spieler bereits für die A-Nationalmannschaft seines Landes gespielt (1) oder nicht (0)
Verweildauer im Verein	Anzahl der Saisons, die der Spieler bereits bei seinem Verein, dem potenziell abgebenden Verein, gespielt hat
Eigengewächs	Binäre Variable: Eigengewächs (1) des potentiell abgebenden Vereins, kein Eigengewächs (0)
Spielzeit in Vorsaison	Anteil der vom Spieler gespielten Spiele in der Vorsaison an allen Spielen seines Vereins (verpasste Spiele wegen Sperren und Verletzungen abgezogen)
Vereinseigenschaften	
Nationalität der beteiligten Vereine	Binäre Variable: Sind zwei deutsche Vereine (1) am Transfer beteiligt oder nur ein deutscher Verein (0)
Ligazugehörigkeit der am Transfer beteiligten Vereine	Binäre Variable: Sind nur Erstligisten am Transfer beteiligt (1) oder auch ein unterklassiger Verein (0)
Kurzfristiger sportlicher Erfolg des abgebenden Vereins	Tabellenplatz des abgebenden Vereins in der Vorsaison
Kurzfristiger sportlicher Erfolg des aufnehmenden Vereins	Tabellenplatz des aufnehmenden Vereins in der Vorsaison
Langfristiger sportlicher Erfolg des abgebenden Vereins	Tabellenplatz des abgebenden Vereins in ewiger Tabelle
Langfristiger sportlicher Erfolg des aufnehmenden Vereins	Tabellenplatz des aufnehmenden Vereins in ewiger Tabelle
Transfereigenschaften	
Art des Wechsels	Binäre Variable: klassischer Wechsel mit Ablösesumme (1) oder anderer Wechsel (0)
Ablösesumme	Binäre Variable: wird eine Ablösesumme in der Ausgangsnachricht genannt (1) oder nicht (0)
Zustandekommen Transfer	Binäre Variable: ist der Transfer in der Sommertransferperiode 2015 zustande gekommen (1) oder nicht (0)
Usereigenschaften	
Liebblingsverein abgebender Verein	Anzahl der jeweils fünf User pro Gerüchtediskussion, deren Lieblingsverein als abgebender Verein am Transfer beteiligt ist
Liebblingsverein aufnehmender Verein	Anzahl der jeweils fünf User pro Gerüchtediskussion, deren Lieblingsverein als aufnehmender Verein am Transfer beteiligt ist
Verwendung von wir/unser/uns	Anzahl der jeweils fünf User pro Gerüchtediskussion, die wir/unser/uns verwendet haben, um Identifikation mit einem der beteiligten Vereine zu signalisieren

Die Regression zeigt, dass fünf Transfereigenschaften einen signifikanten Einfluss haben: eine Spielereigenschaft, drei Eigenschaften der beteiligten Vereine sowie ein Transfermerkmal (vgl. Tabelle 2). So wirkt sich die Anzahl der Spiele, die ein Spieler in der Vorsaison für den abgebenden Verein gemacht hat, positiv auf die Postinganzahl aus. Unterscheiden sich zwei Gerüchte nur darin, dass der beteiligte Spieler im ersten Gerücht im Vergleich zum zweiten Gerücht ein Prozent mehr der Spiele seines Vereins in der Vorsaison gespielt hat, dann schreiben die Fans zum ersten Gerücht 28 Prozent mehr Postings. Die Spielzeit des Spielers kann als Indikator für die Prominenz und Qualität eines Spielers angesehen werden. Denn normalerweise sind prominente Spieler Stammspieler in ihrem Verein. Wie vermutet hat die Bekanntheit des Spielers also einen positiven Einfluss auf die Intensität der Diskussionen. Für andere Merkmale, die auf die Bekanntheit eines Spielers hinweisen, wie zum Beispiel seinen Marktwert, zeigt sich dieser positive Zusammenhang jedoch nicht. Bezüglich der Vereinseigenschaften ist zu erkennen, dass zu Gerüchten, an denen nur deutsche Vereine beteiligt sind, 18 Prozent mehr Postings verfasst werden als zu Gerüchten, in die auch ein ausländischer Club involviert ist. Und bei Gerüchten, an denen nur Erstligisten beteiligt sind, bestehen die Threads aus 29 Prozent mehr Postings als bei Gerüchten, in die auch ein unterklassiger Verein involviert ist. Einen positiven Zusammenhang zur Postinganzahl weist auch der langfristige Erfolg des abgebenden Vereins auf. Unterscheidet sich Gerücht eins von Gerücht zwei nur darin, dass der abgebende Verein um einen Platz besser in der ewigen Tabelle ist, werden zu Gerücht eins ein Prozent mehr Posting geschrieben.⁴ Dies sieht zunächst nach einem sehr geringen Effekt aus. Da der durchschnittliche ewige Tabellenplatz des abgebenden Vereins jedoch mit neun Tabellenplätzen eine relativ hohe Standardabweichung aufweist, die Gerüchte sich folglich im Durchschnitt beim langfristigen Erfolg des abgebenden Clubs um neun Tabellenplätze unterscheiden, liegt der durchschnittliche Effekt auf die Postinganzahl bei neun Prozent.

Beim langfristigen Erfolg des aufnehmenden Vereins zeigt sich knapp kein signifikanter Zusammenhang. Für die an den Gerüchten beteiligten Vereine lässt sich trotz allem schlussfolgern, dass die Fandiskussionen zu deutschen Vereinen und bezüglich der Ligazugehörigkeit sowie des langfristigen Erfolgs erfolgreicherer Vereine intensiver sind. Für den kurzfristigen Erfolg der Vereine ist das nicht zu erkennen. Bezüglich der Transfermerkmale hat einzig der ex post festgestellte Fakt, ob der Transfer in der Sommertransferperiode 2015 zustande gekommen ist, einen signifikanten Einfluss – und zwar einen positiven. Bei Gerüchten, deren Transfers am Ende eingetreten sind, ist die Anzahl der von den Fans zu den Gerüchten geschriebenen Postings 32 Prozent höher als bei Gerüchten, deren Wechsel letztlich nicht realisiert wurde. Hier scheint sich die Glaubwürdigkeit der Gerüchteinformation positiv auf die Intensität der Diskussion auszuwirken. Die in das Modell aufgenommenen Usereigenschaften haben dagegen keinen Einfluss auf die Anzahl der im Untersuchungszeitraum geschriebenen Postings.

Um den Einfluss der Transfer-, Spieler- und Vereinsmerkmale auf die Intensität der Online-Medienberichterstattung zu untersuchen, haben wir eine multiple lineare Regression mit der Anzahl der zum jeweiligen Gerücht veröffentlichten Artikel als abhängiger Variable durchgeführt. Auch hier lagen wieder einige Ausreißer vor, weshalb wir die abhängige Variable logarithmierten. Die Ergebnisse der Analyse (vgl. Tabelle 3) zeigen, dass nur zwei der 17 ins Modell aufgenommenen erklärenden Variablen einen signifikanten Effekt haben. Die Verweildauer des Spielers im abgebenden Verein hat einen schwachen positiven Einfluss auf die Anzahl der veröffentlichten Medienbeiträge. Über ein Gerücht zu einem Spieler, der eine Saison länger beim

⁴ Der negative Regressionskoeffizient ist hier etwas irritierend. Da bei einem Tabellenplatz niedrigere Werte aber für größeren Erfolg stehen, hat der langfristige Erfolg hier inhaltlich interpretiert einen positiven Einfluss.

abgebenden Club gespielt hat, werden drei Prozent mehr Artikel publiziert im Vergleich zu einem in allen anderen Merkmalen vergleichbaren Gerücht, das sich aber auf einen Spieler bezieht, der eine Saison kürzer beim abgebenden Club war. Ein Wechsel eines Spielers, der schon lange bei einem Verein spielt und damit dort verwurzelt ist, scheint die Journalisten besonders zu interessieren. Auch das Zustandekommen des Wechsels hat eine positive Wirkung auf die Artikelanzahl. Zu Gerüchten über realisierte Wechsel schreiben die Journalisten sogar 36 Prozent mehr Beiträge als zu Gerüchten mit Bezug zu nicht eingetretenen Transfers. Zeichnet sich ab, dass ein Transfer zustande kommt, sorgt die positive Eintrittswahrscheinlichkeit des entsprechenden Gerüchts folglich für ein größeres Interesse auf Seiten der Journalisten.

Tabelle 2: Einfluss von Spieler-, Vereins-, Transfer- und Userigenschaften auf die Anzahl der Postings zu den Gerüchten im Untersuchungszeitraum

Logarithmierte Anzahl der Postings zum Gerücht im Untersuchungszeitraum		
	b (se)	p
Konstante	1,03 (0,26)	<.01
S: Alter	-0,01 (0,01)	.17
S: Nationalität	0,10 (0,08)	.21
S: Position	0,11 (0,06)	.07
S: Marktwert	0,01 (0,00) ⁵	.05
S: Nationalspieler	0,06 (0,07)	.37
S: Verweildauer	-0,01 (0,02)	.39
S: Eigengewächs	-0,09 (0,11)	.42
S: Spielzeit	0,28 (0,12)	.02
V: Nationalität	0,18 (0,08)	.02
V: Ligazugehörigkeit	0,29 (0,12)	.02
V: kurzfristiger Erfolg abg. Verein	0,01 (0,01)	.16
V: kurzfristiger Erfolg auf. Verein	0,01 (0,01)	.07
V: langfristiger Erfolg abg. Verein	-0,01 (0,00)	<.01
V: langfristiger Erfolg auf. Verein	-0,01 (0,00)	.06
T: Art des Wechsels	0,01 (0,07)	.86
T: Ablöse	0,03 (0,07)	.65
T: Zustandekommen	0,32 (0,08)	<.01
U: abg. Verein Lieblingsverein	-0,04 (0,03)	.16
U: aufn. Verein Lieblingsverein	-0,02 (0,03)	.41
U: Verwendung wir/unser/uns	0,01 (0,03)	.87

Anmerkungen:

Lineare Regression, listenweiser Fallausschluss. Dargestellt sind die unstandardisierten OLS-Koeffizienten und der p-Wert. $R^2=.31$; korr. $R^2=.23$; $F=3,9$; df Regression=20; df Residuen=174; $p<.01$

Abhängige Variable: logarithmierte Anzahl der im Untersuchungszeitraum im jeweiligen Gerüchtethread geschriebenen Postings; *Unabhängige Variablen:* S: Spielereigenschaften; V: Vereinseigenschaften; T: Transfereigenschaften; U: Userigenschaften

N=195 (5 Gerüchte nicht in Analyse eingegangen, da nicht zu allen unabhängigen Variablen Informationen vorhanden)

⁵ In der Tabelle wird ein Standardfehler von 0,00 ausgewiesen. Zurückzuführen ist das auf das Runden auf zwei Dezimalstellen. Der Standardfehler des Koeffizienten ist dabei natürlich trotzdem größer 0.

Tabelle 3: Einfluss von Spieler-, Vereins- und Transfereigenschaften auf die Anzahl der Artikel pro Gerücht

Logarithmierte Anzahl der Artikel pro Gerücht	b (se)	p-Wert
Konstante	-0,02 (0,22)	.94
S: Alter	0,00 (0,01)	.77
S: Nationalität	0,11 (0,07)	.10
S: Position	0,09 (0,05)	.07
S: Marktwert	0,00 (0,00)	.31
S: Nationalspieler	0,08 (0,06)	.18
S: Verweildauer	0,03 (0,01)	.03
S: Eigengewächs	-0,18 (0,09)	.05
S: Spielzeit	0,09 (0,10)	.35
V: Nationalität	0,08 (0,06)	.19
V: Ligazugehörigkeit	0,19 (0,10)	.07
V: kurzfristiger Erfolg abg. Verein	0,00 (0,00)	.83
V: kurzfristiger Erfolg auf. Verein	-0,01 (0,00)	.23
V: langfristiger Erfolg abg. Verein	0,00 (0,00)	.54
V: langfristiger Erfolg auf. Verein	0,00 (0,00)	.73
T: Art des Wechsels	-0,07 (0,06)	.30
T: Ablöse	0,04 (0,06)	.48
T: Zustandekommen	0,36 (0,07)	<.01

Anmerkungen:
Lineare Regression, listenweiser Fallausschluss; dargestellt sind die unstandardisierten OLS-Koeffizienten und der p-Wert; $R^2=.31$; korr. $R^2=.24$; $F=4,59$; df Regression=17; df Residuen=177; $p<.01$
Abhängige Variable: logarithmierte Anzahl der im Untersuchungszeitraum im jeweiligen Gerüchtethread geschriebenen Postings; *Unabhängige Variablen*: S: Spielereigenschaften; V: Vereinseigenschaften; T: Transfereigenschaften
N=195 (5 Gerüchte nicht in Analyse eingegangen, da nicht zu allen unabhängigen Variablen Informationen vorhanden)

Insgesamt zeigen die Ergebnisse also, dass die Prominenz und der Status der an den Transfergerüchten beteiligten Spieler und Vereine sich tendenziell positiv auf die Intensität der Fandiskussionen auswirkt, ebenso die Beteiligung deutscher Vereine. Es zeigt sich folglich mit dem Promibonus sowie dem Fokus auf nationale Vereine der Einfluss zweier aus der Sportberichterstattungsforschung bekannter Faktoren. Das mag auch auf die größere Wichtigkeit zurückzuführen sein, die prominenten und nationalen Akteuren zugeschrieben wird. Der Effekt des in der Gerüchtforschung relevanten Faktors der Wichtigkeit des Themas für die Person scheint sich hier ebenfalls widerzuspiegeln. Das Involvement der User mit den beteiligten Vereinen hat dagegen keinen signifikanten Einfluss auf die Anzahl der zum jeweiligen Gerücht verfassten Postings⁶. Bezüglich der Transfereigenschaften spielt nur der Fakt, ob der Transfer zustande gekommen ist, eine Rolle. Es ist zu erkennen, dass eine auf positiven Signalen zum Eintreten der Transfers beruhende größere Glaubwürdigkeit der Gerüchte zu einer intensiveren Auseinandersetzung der Fans und Journalisten mit den jeweiligen Gerüchten führt. Für die aus der Gerüchtforschung extrahierten Situationsfaktoren, die für Spekulationen zu Spielern und Vereinen, die sich in unsicheren Situationen befinden, eine höhere Diskussions- und Berichterstattungsintensität vermuten, lässt sich dagegen kein Effekt erkennen. So haben weder der ausbleibende

⁶ Wird als Intensitätsindikator allerdings die Länge des jeweiligen Postings verwendet, zeigt sich für die Verwendung des Identifikation signalisierenden Wirs und damit für das Involvement der Fans mit den beteiligten Vereinen ein signifikant positiver Effekt.

kurzfristige Erfolg der beteiligten Vereine noch die geringe Spielzeit des Spielers in der Vorsaison den erwarteten positiven Einfluss auf die Intensität der Diskussion und Berichterstattung.

4.3. *Einhaltung journalistischer Normen in der Online-Medienberichterstattung über Transfergerüchte*

Die Berichterstattung über Gerüchte stellt das Qualitätskriterium der Faktentreue in Frage. Umso wichtiger ist, dass Journalisten mit den Gerüchten zumindest transparent umgehen. Dies steht im Fokus der dritten Forschungsfrage. Für einen transparenten und offenen Umgang mit Gerüchten ist deren Kennzeichnung sowie das Nennen der Quellen der Gerüchte entscheidend (Schmalenbach, 2012, S. 369). Die Kennzeichnung als Gerücht codierten wir immer dann, wenn die Informationen zum jeweiligen Transfer als Gerücht bezeichnet wurden oder mithilfe eines Synonyms mit derselben Bedeutung wie z. B. Spekulation.

Die Journalisten kennzeichnen nur in jedem zehnten Artikel das Gerücht auch als solches (vgl. Tabelle 4). Sie informieren den Leser folglich in den meisten Fällen nicht darüber, dass ihr Artikel auf noch nicht überprüften Informationen basiert. Beim Vergleich der Medien ist auffällig, dass die Online-Ausgabe der Bild-Zeitung in 14 Prozent der Artikel und damit am häufigsten die Transfergerüchte auch als solche bezeichnet. Gefolgt von Transfermarkt und Spox, die Gerüchte etwas seltener kennzeichnen, jedoch immer noch überdurchschnittlich häufig. Mit etwas Abstand folgt der Online-Auftritt der SportBild. Der Kicker ist eindeutiges Schlusslicht, er hat nur in einem Artikel das Gerücht gekennzeichnet.

Tabelle 4: Kennzeichnung als Gerücht nach Medium – Anteil (%) der Artikel im jeweiligen Medium

Kennzeichnung als Gerücht	Kicker (n=87)	Bild (n=113)	SportBild (n=51)	Transfermarkt (n=165)	Spox (n=122)	Gesamt (N=538)
	%	%	%	%	%	
Kennzeichnung als Gerücht	1	14	8	13	12	11
Keine Kennzeichnung als Gerücht	99	86	92	87	88	89
Summe	100	100	100	100	100	100

Basis: alle Artikel der Folgeberichterstattung (N=538)

Auch die Quelle des Transfergerüchts wird insgesamt nur selten, nämlich in etwas weniger als einem Fünftel der Artikel, offengelegt (vgl. Tabelle 5). Die Bild-Zeitung, die bei der Kennzeichnung der Gerüchte noch am besten abschnitt, ist hier Schlusslicht. Nur in knapp jedem zehnten Artikel wird auf Bild.de die Ausgangsquelle des Gerüchts genannt. Ebenfalls unterdurchschnittlich häufig geschieht dies im Kicker. Spox und Transfermarkt informieren in circa jedem fünften Artikel über die Ausgangsquelle. Mit Abstand am häufigsten, in etwas mehr als einem Viertel der Artikel, wird die Ausgangsquelle eines Transfergerüchts in der SportBild genannt. Die Journalisten legen insgesamt aber nur selten offen, woher sie die Information zu der jeweiligen Transferspekulation haben.

Tabelle 5: Nennung der Ausgangsquelle des Gerüchts nach Medium – Anteil (%) der Artikel in jeweiligem Medium

Nennung der Ausgangsquelle des Gerüchts	Kicker (n=87) %	Bild (n=113) %	SportBild (n=51) %	Transfermarkt (n=165) %	Spox (n=122) %	Gesamt (N=538)
Nennung der Ausgangsquelle	14	10	29	20	19	18
Keine Nennung der Ausgangsquelle	86	90	71	80	81	83
Summe ^A	100	100	100	100	100	101

Basis: alle Artikel der Folgeberichterstattung (N=538)

^A Abweichung von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Erfasst haben wir zusätzlich auch, ob die Medien in den Artikel auf sich selbst als Quelle verweisen, zum Beispiel mithilfe von Formulierung wie „nach Informationen unserer Redaktion“ oder „wie unsere Redaktion erfahren hat“. Insgesamt wird in nicht ganz jedem fünften Artikel auf das eigene Medium verwiesen (vgl. Tabelle 6). Die meisten Verweise entfallen mit fast der Hälfte auf die Bild-Zeitung. Es folgen die SportBild und der Kicker. Transfermarkt und Spox verweisen am seltensten auf ihre eigene Redaktion. Insbesondere die Journalisten der Bild-Zeitung scheinen also von ihrer Expertise und ihren Rechercheleistungen bezüglich des Geschehens auf dem Transfermarkt überzeugt zu sein und teilen dies dem Leser durch Verweis auf ihr Blatt auch mit.

Tabelle 6: Verweis auf das eigene Medium nach Medium – Anteil (%) der Artikel im jeweiligen Medium

Verweis auf das eigene Medium	Kicker (n=87) %	Bild (n=113) %	SportBild (n=51) %	Transfermarkt (n=165) %	Spox (n=122) %	Gesamt (N=538)
Verweis auf das eigene Medium	17	40	18	9	4	16
Kein Verweis auf das eigene Medium	83	60	82	92	96	84
Summe ^A	100	100	100	101	100	100

Basis: alle Artikel der Folgeberichterstattung (N=538)

^A Abweichung von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Summa summarum zeigen die Ergebnisse einen nur wenig transparenten Umgang der Journalisten mit den Transfergerüchten. Über alle Medien hinweg lassen sich Defizite bei der Kennzeichnung der Gerüchte und der Nennung der Ausgangsquelle der Information erkennen. Die Qualität der Berichterstattung über Transfergerüchte lässt also auch wegen dieser fehlenden Offenlegung zu wünschen übrig und passt damit zum sich in der Sportberichterstattung abzeichnenden Mangel an kritischer Berichterstattung.

5. Fazit, Diskussion und Ausblick

Die Ergebnisse zeigen: Online-Journalisten schätzen in nahezu jedem Artikel die Eintrittswahrscheinlichkeit des Transfers ein, Fans dagegen nur in circa 40 Prozent der Postings. Die Prognosen der Fans fallen dabei überwiegend negativ aus, die der Journalisten überwiegend positiv. Die Fanprognosen treffen insgesamt häufiger zu als die der Journalisten. Sowohl Fans wie auch Journalisten erklären ihre Prognosen dabei in den

meisten Fällen und am häufigsten unter Rückgriff auf Eigenschaften des Transfers und zukünftige Entwicklungen des Spielers und der Vereine. Journalisten verweisen dagegen bei der Begründung ihrer Prognosen im Vergleich zu den Fans öfter auf Statements beteiligter Akteure und auf Informationen aus Medienquellen und damit auf klassische journalistische Gestaltungsmittel. Die Bild-Zeitung ist dabei für Fans und Journalisten die wichtigste Medienquelle für Informationen zum Transfermarkt. Die Überprüfung der Einflussfaktoren auf die Intensität der Fandiskussionen hat gezeigt, dass die Prominenz der beteiligten Spieler und Clubs sowie die deutsche Nationalität der Vereine diese tendenziell fördert. Auch das Eintreten der Transfers und die damit zusammenhängende höhere Glaubwürdigkeit der Gerüchte führen zu einer stärkeren Beachtung durch Fans und auch durch Journalisten. Insgesamt zeigt die Studie eine inhaltlich differenzierte Auseinandersetzung der Fans und Journalisten mit den Transfergerüchten und den Eintrittswahrscheinlichkeiten der zu Grunde liegenden Wechsel. Allerdings lässt dabei die Transparenz im Umgang mit den Gerüchten auf Seiten der Journalisten zu wünschen übrig. So weist die Kennzeichnung der Gerüchte und die Nennung ihrer Ausgangsquelle in allen analysierten Medien Defizite auf. Eine wahrheitsgetreue und transparente Berichterstattung scheint für Journalisten bei der Transferberichterstattung folglich nicht im Vordergrund zu stehen. Transfergerüchte sind eher ein unterhaltsamer Zeitvertreib für Fans und Journalisten, der auch außerhalb des Spielfelds viel Diskussionsstoff bietet.

Unsere Studie unterliegt einigen Einschränkungen. So haben wir zur Analyse der Fandiskussionen nur auf Diskussionen in einer Community zurückgegriffen. Die Frage ist, inwiefern sich diese Ergebnisse für die Fandiskussionen auch auf andere Foren oder beispielsweise Kommentarspalten von Online-Sportmedien übertragen lassen. So war unser Eindruck bei der Analyse der Fandebatten, dass es sich bei den Usern von Transfermarkt.de in der Mehrzahl um sehr interessierte und fachkundige Fußballfans handelt. Der Umgang mit den Transfergerüchten könnte daher in anderen Foren eventuell emotionaler und weniger rational ausfallen. Außerdem wurden nur Transfergerüchte der Sommertransferperiode 2015 analysiert. Wir können folglich keine Aussagen zur zeitlichen Entwicklungen des Umgangs mit Transfergerüchten durch Fans und Journalisten über die Transferperioden hinweg machen.

Zur Kommunikation über Transfergerüchte gibt es über diese Studie hinaus noch eine Vielzahl bislang noch unbeantworteter Forschungsfragen. Zum Beispiel Fragen dazu, wie Vereine und Spieler bzw. ihre Berater auf Transfergerüchte reagieren und ob sie dabei Gerüchte eventuell gezielt und instrumentell einsetzen, um Vorteile bei den Verhandlungen auf dem Transfermarkt zu generieren. Oder auch Fragen zu den hinter den Fandiskussionen und der Berichterstattung über Transfergerüchte stehenden Motiven der Fans und Journalisten. Um diese Motive zu analysieren, ist es beispielsweise notwendig, die Fans und die Journalisten zu befragen. Das Thema Transfergerüchte birgt folglich noch weiteres Forschungspotential, ebenso natürlich die Berichterstattung und der kommunikative Umgang mit Gerüchten in anderen Themenbereichen. Die von uns im Modell zum Umgang mit Gerüchten aus der Gerüchtforschung abgeleiteten Einflussfaktoren lassen sich dabei ohne Probleme auch auf Gerüchte zu anderen Themen übertragen. Zum Beispiel auf Gerüchte aus der Politik, aus der Wirtschaft oder zu aktuellen Krisensituationen. Eine weitere Überprüfung des Einflusses dieser Faktoren am Beispiel anderer Themen wäre wünschenswert und bietet Möglichkeiten für viele zukünftige kommunikationswissenschaftliche Studien zur Gerüchtekommunikation.

Literatur

- Allport, G. W., & Postman, L. (1948). *The Psychology of Rumor*. New York: Henry Holt and Company.
- Bordia, P. (1996). Studying verbal interaction on the Internet: The case of rumor transmission research. *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 28(2), 149-151. doi: 10.3758/BF03204753

- Bordia, P., & DiFonzo, N. (2005). Psychological Motivations in Rumor Spread. In G. A. Fine, V. Campion-Vincent, & C. Heath (Hrsg.), *Rumor mills: The social impact of rumor and legend* (S. 87-101). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Brokoff, J., Fohrmann, J., Pompe, H., & Weingart, B. (2008). *Die Kommunikation der Gerüchte*. Göttingen: Wallstein.
- Bruhn, M. (2004). Gerücht als Gegenstand der theoretischen und empirischen Forschung. In M. Bruhn, & W. Wunderlich (Hrsg.), *Medium Gerücht: Studien zu Theorie und Praxis einer kollektiven Kommunikationsform* (S. 11-39). Bern, Stuttgart & Wien: Haupt.
- Bruhn, M., & Wunderlich, W. (2004). *Medium Gerücht: Studien zu Theorie und Praxis einer kollektiven Kommunikationsform*. Bern, Stuttgart & Wien: Haupt.
- Deutscher Presserat (2015). Publizistische Grundsätze (Pressekodex). Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats. Beschwerdeordnung. Zugegriffen am 15.08.2016. Verfügbar unter http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Pressekodex_BO_2016_web.pdf.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics* (4., überarb. Auflage). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fleck, J. (2014). Das Gerücht als Kommunikation im Massenmedium WWW. Überlegungen zu Beobachtbarkeit und theoretischer Kontextualisierung. In T. Malsch, & M. Schmitt (Hrsg.), *Neue Impulse für die soziologische Kommunikationstheorie: empirische Widerstände und theoretische Verknüpfungen* (S. 187-213). Wiesbaden: Springer VS.
- Gleich, U. (2000). Sport und Medien – ein Forschungsüberblick. Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. *Media Perspektiven*, (11), 511-516.
- Grimmer, C. G. (2014). *Kooperation oder Kontrolle? : eine empirische Untersuchung zum Spannungsverhältnis von Pressesprechern in der Fußball-Bundesliga und Journalisten*. Köln: Herbert von Halem.
- Havemann, N. (2013). *Samstags um halb 4 : die Geschichte der Fussballbundesliga* (1. Aufl.). München: Siedler.
- Heinecke, S. (2014). *Fit fürs Fernsehen? : die Medialisierung des Spitzensports als Kampf um Gold und Sendezeit*. Köln: Herbert von Halem.
- Horky, T. (2001). *Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation: theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung*. Jesteburg: XOX Verlag Steffen Burmeister.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635-650. doi: 10.1086/266350
- Kampfer, S. (2008). *Über Gerüchte. Eine kommunikationswissenschaftliche Betrachtung*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Kirchmann, K. (2004). Das Gerücht und die Medien. Medientheoretische Annäherungen an einen Sondertypus der informellen Kommunikation. In M. Bruhn, & W. Wunderlich (Hrsg.), *Medium Gerücht : Studien zu Theorie und Praxis einer kollektiven Kommunikationsform* (S. 67-83). Bern, Stuttgart & Wien: Haupt.
- Kohring, M. (2004). *Vertrauen in Journalismus : Theorie und Empirie*. Konstanz: UVK.
- Korthals, J. P. (2005). *Bewertung von Fußballunternehmen. Eine Untersuchung am Beispiel der deutschen Fußballbundesliga*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Leggewie, C., & Mertens, M. (2008). Famanet. Das Internet als politische Gerüchteküche. In J. Brokoff, J. Fohrmann, H. Pompe, & B. Weingart (Hrsg.), *Die Kommunikation der Gerüchte* (S. 191-204). Göttingen: Wallstein.

- Loosen, W. (2008). Sport als Berichterstattungsgegenstand der Medien. In H. Schramm (Hrsg.), *Die Rezeption des Sports in den Medien* (S. 10-30). Köln: Herbert von Halem.
- Marr, M. (2009). Die mediale Transformation des Sports. In H. Schramm, & M. Marr (Hrsg.), *Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien* (S. 15-39). Köln: Herbert von Halem.
- Merten, K. (2009). Zur Theorie des Gerüchts. *Publizistik*, 54(1), 15-42. doi: 10.1007/s11616-009-0028-y
- Meyen, M. (2014). Medialisierung des deutschen Spitzenfußballs. Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 62(3), 377-394. doi: 10.5771/1615-634x-2014-3-377
- Naber, I. (26. Juli 2016). Diese Kurve zeigt, wie überhitzt der Transfermarkt ist. *Die Welt*. Zugriff am 09.08.2016. Verfügbar unter <http://www.welt.de/sport/fussball/article157279271/Diese-Kurve-zeigt-wie-ueberhitzt-der-Transfermarkt-ist.html>
- Nölleke, D., & Blöbaum, B. (2012). Medial dabei statt mittendrin? Sportzuschauer als Medienrezipienten. In B. Strauß (Hrsg.), *Sportzuschauer* (S. 162-179). Göttingen: Hogrefe.
- Plake, K., Jansen, D., & Schuhmacher, B. (2001). *Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet : politische Potenziale der Medienentwicklung* (1. Aufl.). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Psotta, K. (2015). *Die Paten der Liga. Spielerberater und ihre Geschäfte*. München & Zürich: Piper.
- Rosnow, R. L., Esposito, J. L., & Gibney, L. (1988). Factors influencing rumor spreading: Replication and extension. *Language & Communication*, 8(1), 29-42. doi: 10.1016/0271-5309(88)90004-3
- Schäfer, M. & Schäfer-Hock, C. (2016). Mailand oder Madrid?! Eigenschaften und Verlässlichkeit der Fußball-Transferberichterstattung in Deutschland. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64(3), 379-401. doi: 10.5771/1615-634X-2016-3-379
- Schauerte, T. (2010). Ökonomisierung des Mediensports: Entwicklungen und Auswirkungen. In M. Marschik, & R. Müllner (Hrsg.), *"Sind's froh, dass Sie zu Hause geblieben sind". Mediatisierung des Sports in Österreich* (S. 365-378). Göttingen: Verlag Die Werkstatt.
- Schierl, T., & Bertling, C. (2007). Personalisierung und Prominenz in der Sportberichterstattung. In T. Schierl (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S. 155-166). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Schmalenbach, H. (2012). *Qualität im Sportjournalismus: Entwicklung eines Konzepts zur Beurteilung des Sportressorts im Print*. Dissertation, Technische Universität München, Deutschland. Zugriff am 03.03.2016. Verfügbar unter <https://mediatum.ub.tum.de/doc/1091431/1091431.pdf>.
- Schramm, H. (2007). Mediensport und seine Wirkungen. In T. Schierl (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S. 212-227). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Shibutani, T. (1966). *Improvised news : a sociological study of rumor*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Stiehler, H.-J. (2007). Sportrezeption zwischen Unterhaltung und Information. In T. Schierl (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S. 182-199). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Stiehler, H.-J. & Horky, T. (2009). Themen für Sportjournalisten. In T. Horky, T. Schauerte, J. Schwier, & DFJV (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 63—78). Konstanz: UVK.
- Transfermarkt (2016). FAQ und Regeln in der Gerüchteküche. Zugriff am 25.07.2016. Verfügbar unter http://www.transfermarkt.de/-update-faq-und-regeln-in-der-geruechtekuche/thread/forum/154/thread_id/938196.
- Vögele, C. (2018). *Wechselspiele. Online-Berichterstattung und Fandiskussionen über Transfergerüchte im deutschen Profifußball*. Wiesbaden: VS.