

Tagungsberichte 2015

8th Summit on Communication and Sport

Die International Association for Communication and Sport (IACS) veranstaltete ihre achte Jahrestagung vom 6. bis 8. März 2015 an der University of North Carolina in Charlotte. Die knapp 140 Teilnehmer*innen stammten überwiegend aus den USA. Doch auch ein gutes Dutzend Europäer*innen präsentierte aktuelle Forschung. Aus Deutschland waren sechs Kolleg*innen anwesend (aus Köln, Münster, Tübingen und Hamburg).

Das wissenschaftliche Programm hatte auf Basis der akzeptierten Einreichungen Dan Grano (Associate Professor des Department of Communication Studies an der University of North Carolina in Charlotte) zusammengestellt (abrufbar unter: http://media.wix.com/ugd/5737a8_e60fc17524b54f5d8653fcf68177fa74.pdf). Die Vorträge erstreckten sich über drei Tage und verteilten sich auf 40 Panels. Dabei wurde die gesamte Breite der Sportkommunikationsforschung abgedeckt. Eine gesonderte Session präsentierte *Top Student Papers*. Das Begleitprogramm umfasste den Besuch eines NBA-Spiels der *Charlotte Hornets* (Eigentümer: Michael Jordan) und eine Besichtigung der NASCAR Hall of Fame mit dem dazugehörigen Museum.

Die Keynote hielt Michael Real (Royal Roads University, Colwood, BC, Kanada) mit dem Titel: „*The Continuing Challenge: Looking Ahead in Media Sport Research by Looking Back*“. Der Blick zurück bezog sich auf den 1975 im „Journal of Communication“ veröffentlichten Beitrag „*Super Bowl: Mythic Spectacle*“. Dieser Beitrag hat die Sportkommunikationsforschung nachhaltig beeinflusst, da er den Forschungsgegenstand Sport(-kommunikation) in der Kommunikationswissenschaft sichtbar machte. Real betonte in

seinem Beitrag 1975 den rituellen Charakter des Zusammenspiels von elektronischen Medien und dem Zuschauersport anhand des NFL-Finals. 40 Jahre nach dem Erscheinen des Aufsatzes liefert Real eine Reflexion über den Charakter des US-Sports und die Zukunft der Sportkommunikationsforschung.

Die IACS engagiert sich für die Internationalisierung der Forschung und bot deshalb u.a. eine Podiumsdiskussion mit ausländischen Wissenschaftler*innen an. Die deutsche Community war durch Thomas Horky vertreten. Es wurden vor allem Unterschiede zwischen der US-amerikanischen Struktur von Sport- und Mediensystem im Vergleich zu den meisten anderen Regionen der Welt deutlich. Hervorgehoben wurde aber insbesondere der große Abstand zwischen Forschungsanstrengungen und Lehrangebot an den zahlreichen Universitäten und Journalistenschulen in den USA im Vergleich zum Rest der Welt.

Zwei Ereignisse rückten daneben die Wechselbeziehungen zwischen „*Politics and Sports*“ in den Fokus von Plenumsveranstaltungen: Erstens: Die Verpflichtung von Michael Sam (defensive Lineman von der University of Missouri) durch die St. Louis Rams. Sam hatte sich vor seiner Verpflichtung als erster Spieler in der National Football League (NFL) als homosexuell geoutet. Zweitens: Die Protestgeste von fünf Spielern der St. Louis Rams im November 2014 gegen die Erschießung Michael Brown in Ferguson, Missouri. Die Diskussionsbeteiligung von unter anderem Artis Twyman (Senior Director of Communications der St. Louis Rams) gab hierzu interessante Einblicke.

Auf Basis des Essays „*Feeling Much Smaller than You Know You Are: The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists*“ von Marie Hardin and Stacie Shain diskutierten auf einer

weiteren Plenumsrunde Sportjournalist*innen (u.a. Jodie Valade vom „The Dallas Morning News“ und „The Kansas City Star“) mit Kommunikationswissenschaftler*innen über das Ansehen, die Ausbildung und die Perspektive des Sportjournalismus aus Sicht der Gender Studies. Trotz der Bemühungen um Internationalisierung und trotz der anschaulichen Debatten, fand doch weitgehend eine US-amerikanische Nabelschau statt. Dieser Eindruck wurde auch durch eine Vielzahl von Beiträgen auf Basis von Case Studies verstärkt.

Jörg-Uwe Nieland

Social Media and Sports Day 2015

Im Mai 2015 lud das Tübinger Institut für Sportwissenschaft zum ersten „Social Media and Sports Day“ (SMSD) ein. Der Anspruch der Tagung war eine „akzentuierte Verschränkung von Wissenschaft und Praxis“. Rund 70 Teilnehmer*innen verfolgten insgesamt 18 Vorträge und eine Podiumsdiskussion. Verantwortlich war Christoph G. Grimmer, der die Veranstaltung im Rahmen des Projektseminars „Sport konzipieren, organisieren und evaluieren“ realisierte.

Im Einführungsvortrag bot André Bühler (Hochschule für Wirtschaft und Umwelt, Nürtingen-Geislingen) zehn Thesen zu „Social Media im Profisport“ an. Im Anschluss daran beschäftigte sich Mario Leo, Geschäftsführer von RESULT Sports, mit der Evolution digitaler Medien und stellte die Auswirkungen auf den Sport in den drei Entwicklungsphasen *Adoption*, *Optimierung* und *Differenzierung* vor. In Tübingen referierten zudem Experten aus der Praxis wie Robert Brehm von der Spielerberatungsagentur *fair-sport*, Stefan Mellin von der Kommunikationsagentur *kaliber5* (die digitale Plattformen u.a. für Marco Reus, Mario Götze, Toni Kroos erarbeitet haben) und der Online-Referent des Deutschen Olympischen Sportbunds (DOSB) Jens Behler.

Diese praktischen Beispiele wurden von wissenschaftlichen Vorträgen gerahmt: So stellte etwa

Pascal Barro (Universität Zürich) eine Untersuchung zur Anschlusskommunikation auf Facebook-Fansites von Schweizer Fußball- und Eishockeyclubs vor.

Thomas Horky (Hochschule Macromedia) gab empirische Einblicke zum Verhältnis Sozialer Medien und Sportjournalismus im Rahmen der Olympischen Winterspiele 2014. Philip Sinner (Universität Salzburg) präsentierte Befunde zur Struktur der Social Media-Angebote der Vereine der 1. und 2. Bundesliga in Deutschland.

Die Mehrzahl der auf dem SMSD 2016 präsentierten Beiträge erscheinen Anfang 2017 in dem von Christoph Grimmer herausgegebenen Tagungsband „Der Einsatz Sozialer Medien im Sport. Gestaltung, Vermarktung, Monetarisierung“ (Wiesbaden: Springer VS).

Jörg-Uwe Nieland

15. Hamburger Kongress Sport, Ökonomie und Medien

In der Heimstätte des FC St. Pauli – dem Stadion am Millerntor – organisierte die Hochschule Macromedia Hamburg in Kooperation mit der dvs-Sektion „Sportsoziologie“ am 18. und 19. Juni 2015 den 15. Hamburger Kongress Sport, Ökonomie und Medien. Die verantwortlichen Macromedia-Professoren Andreas Hebbel-Seegeer, Thomas Horky und Hans-Jürgen Schulke begrüßten 40 internationale Referent*innen und gut 200 Teilnehmer*innen aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft. Angesichts der zu diesem Zeitpunkt laufenden Anstrengungen der Stadt Hamburg und des DOSB, die Hamburger Bevölkerung von der Bewerbung der Stadt um die Ausrichtung der Olympischen Sommerspiele 2024 zu überzeugen, war der Kongress zudem sportpolitisch hochaktuell. Parallel zum Kongress fand im Millerntor Stadion das von der „Aktion Mensch“ unterstützte inklusive Spielfest SPINK statt, das Menschen mit und ohne Behinderung einander näher bringen will.