

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.