

Erin Whitside (University of Tennessee) wurden wiederum durch die US-amerikanische Brille – die vielfältigen Perspektiven der Forschung aufgezeigt.

Auch in Grand Rapids konnte der wissenschaftliche Nachwuchs seine Arbeiten in einer *Student Poster Session* präsentieren. Und in zwei Sessions wurden Beiträge zum *Sports Communication and Social Issues* vorgestellt.

Jörg-Uwe Nieland

### Social Media and Sports Day 2016

Am 8. Juli 2016 fand der zweite Social Media and Sports Day am Tübinger Institut für Sportwissenschaft statt. Insgesamt präsentierten 19 Referent\*innen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aktuelle Forschung zum Verhältnis von Social Media und Sport. Während Sonja Utz (Universität Tübingen) in ihrem Eröffnungsvortrag zum Thema „Vielfalt in Sozialen Medien, Vielfalt durch Soziale Medien“ einen kommunikationswissenschaftlichen Rahmen anbot, schilderte Marcus Jung (ehemaliger Mediendirektor VfB Stuttgart) unter dem Titel „Segen und Fluch Sozialer Medien“ von seinen Praxiserfahrungen. Die beiden Beispiele verdeutlichen, dass der Social Media and Sports Day vom Miteinander der kommunikationspraktischen und der wissenschaftlichen Perspektive lebt. Die alltäglichen Anforderungen, mit denen sich beispielsweise Pressesprecher\*innen im Umgang mit Sozialen Medien gewachsen zeigen müssen, wurden deutlich in den Schilderungen von Michael Wiedmann, hauptamtlicher PR Manager und Pressesprecher beim Basketballclub Crailsheim Merlins. Wie sich Veränderungen der Medienpräsenz des Sports durch Social Media empirisch fassen und systematisieren lassen zeigten dann bspw. Daniel von Reinersdorff und Philip Sinner (Universität Salzburg) mit ihrer Untersuchung zu „Österreichs Fußball im Social Web“. Dass längst nicht nur die Vereine und Journalist\*innen Social Media ge-

zielt nutzen, sondern vor allem die Sportler\*innen selbst wurde dagegen im Vortrag zu „Selbstinszenierung von Prominenten in Sozialen Medien“ von Thomas Horcky, Christoph Grimmer und Cora Theobalt deutlich. von.

Die Organisation der Tagung fand im Rahmen eines zweisemestrigen Projektseminars am Institut für Sportwissenschaft unter der Leitung von Christoph Grimmer statt. Zum Aufgabenprofil der Studierenden gehörte dabei u.a. die Moderation der Podiumsdiskussion.

Jörg-Uwe Nieland

### 16. Hamburger Kongress Sport, Ökonomie und Medien

Der 16. Kongress für Sport, Ökonomie und Medien fand vom 12. bis 13. September 2016 in der Hafencity Universität Hamburg statt und wurde von der Hochschule Macromedia in Kooperation mit dem Hochschulsport Hamburg organisiert. Thema der Tagung war „Sport und Stadtentwicklung“. Die Schirmherrschaft der Veranstaltung mit 32 nationalen und internationalen Referenten und rund 100 Zuhörer\*innen hatte der Hamburger Senator für Inneres und Sport, Andy Grote. Grote selbst sprach über die Zukunft des Sports in der Hansestadt. Aus seiner Sicht eines Befürworters der Olympischen Spiele in Hamburg stellt das gescheiterte Olympia-Referendum eine Zäsur dar und die Sportpolitik vor neue Entwicklungsaufgaben. Wolfgang Maennig, Professor für Wirtschaftspolitik an der Universität Hamburg und 1988 Olympiasieger im Rudern, machte in seinem Eröffnungsvortrag anhand empirischer Studien deutlich, dass in der Bevölkerung die negative Einschätzung der Milliardeninvestitionen die erhofften positiven Effekte Olympischer Spiele überstrahlt.

Aufgrund der sport- und stadtentwicklungspolitischen Ausrichtung der Tagung kam die Rolle der Medien eher am Rande vor, etwa in den Vorträgen die sich mit der Wahrnehmung der NOlympia-Bewegung in der Bevölkerung befassten

(Anja Scheu, Universität Mainz) oder das Scheitern der Bewerbung auch als ein Problem gescheiterter PR in den Blick nahmen (Hans-Jürgen Schulke, Hamburg). Darüber hinaus nahm Andreas-Hebbel-Seeger (Macromedia Hochschule Hamburg) die Nutzung innovativer Medienformate in den Blick und wie darin Sport und Raum inszeniert werden.

Den Abschlussvortrag hielt Sylvia Schenk (Leiterin der Arbeitsgruppe Sport bei Transparency International Deutschland). Im Lichte des FIFA-Skandals setzte sie sich mit der deutschen Bewerbung um die Fußball-Europameisterschaft 2024 auseinander und zeigte die gestiegenen Anforderungen eines solchen Bewerbungsprozesses auf – auch und gerade in Hinblick auf die kommunikative Beteiligung der Bevölkerung.

*Jörg-Uwe Nieland*

### **„Mediale Sportgroßereignisse“ – 2. Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Mediensport & Sportkommunikation**

In Würzburg wurde vom 28.-30. September 2016 die zweite Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Mediensport und Sportkommunikation von Prof. Holger Schramm und Dr. Christiana Schallhorn vom Institut Mensch-Computer-Medien ausgerichtet.

Zum Tagungsthema „Sportgroßereignisse“ wurden empirische Studien aus verschiedensten Perspektiven präsentiert: Das Themenspektrum reichte von **Aufbereitung** und Inszenierung von Sportgroßereignissen über die sporteventbegleitende Berichterstattung und deren Wirkung bis

hin zu **Zuschauerverhalten** während Sportgroßereignissen (z. B. Tippspiele, Anschlusskommunikation und Diskussionen in Foren). So bekamen die 36 Teilnehmenden der Tagung einen abwechslungsreichen Ein- und Überblick zur aktuellen Forschung im Bereich Mediensport und Sportkommunikation. Die Breite der Forschungsmöglichkeiten und das Forschungspotenzial wurden außerdem durch Vorträge in einem offenen Panel deutlich, in denen u. a. auch die wachsende Relevanz von Social Media für Sportakteure thematisiert wurde.

Neben fachlichen Diskussionen sollte auch ein attraktives Rahmenprogramm nicht zu kurz kommen, um den Austausch unter den Teilnehmenden zu fördern. So startete die Tagung mit einem gemütlichen Get-together in einer urigen fränkischen Kneipe im Zentrum Würzburgs. Am zweiten Abend sorgte eine Führung durch den Weinkeller der Würzburger Residenz mit anschließender Weinverkostung für gute Stimmung und einen entspannten Ausklang des Tages.

Nach der Tagung in München im letzten Jahr gelang es auch in diesem Jahr mit qualitativ hochwertigen Vorträgen das Potential der Forschung zur Sportkommunikation und deren Platz insbesondere in der Kommunikationswissenschaft deutlich zu machen, die Begeisterung rund um den Mediensport miteinander zu teilen und die Vorfreude auf die kommende Tagung in Hamburg zu steigern.

*Christiana Schallhorn*