

## Tagungsberichte

### 10th Summit on Communication and Sport

Die International Association for Communication and Sport (IACS) feierte dieses Jahr ein Jubiläum. Die zehnte Jahrestagung der IACS sollte neben einem Überblick über den Stand der allgemeinen Forschung im Bereich der Sportkommunikation weltweit auch eine Rückschau auf zehn Jahre Tagungen erbringen. Auf Einladung der Arizona State University kamen aus diesem Anlass vom 30. März bis zum 2. April etwa 120 Teilnehmer\_innen zusammen. Die internationale Beteiligung ließ allerdings dieses Jahr etwas zu wünschen übrig: Neben einigen Teilnehmer\_innen aus Kanada und dem Autor dieser Zeilen fanden nur zwei Kolleginnen aus England und Neuseeland, zwei Kollegen aus Spanien und Belgien sowie eine dreiköpfige Referenten-Gruppe aus Katar den weiten Weg in die Wüste Arizonas. Sicher, die Anreise aus Europa oder Ozeanien war trotz internationalem Flughafens lang – dennoch scheint die seit einigen Jahren geführte Diskussion um eine weitere Internationalisierung des Verbandes aktueller denn je.

Knapp 100 Vorträge, Roundtable-Gespräche und Forschungspanels sowie ein attraktives Rahmenprogramm waren allerdings den Weg in das schmucke Golf-Hotel in der sechstgrößten Stadt der Vereinigten Staaten wert. Im Mittelpunkt standen erneut Panels zu den Themen Social Media, hier ist jedoch ein langsamer Wandel spürbar. Nach *Twitter* und *Facebook* fanden sich dieses Jahr zunehmend Vorträge und Forschungsprojekte zu *Instagram* oder *Snapchat* im Programm, ein Hinweis sicher auch die Podiumsdiskussion zur allgemeinen Zukunft der Social Media-Forschung. Auch Themen zur ethischen oder kritischen Reflexion der Kommunikation auf sozi-

alen Netzwerken sind deutlich stärker wahrnehmbar. Zu erwähnen sind an dieser Stelle dabei auch die allgemeinen Panels zu Gender, Gewalt oder Rasse im Mediensport oder ein Panel und einige weitere Vorträge zur ethischen Verantwortung des Sportjournalismus – ein Thema, das ganz offenbar nicht nur in Europa, sondern zunehmend auch in Amerika an Relevanz gewinnt.

Einen weiteren Wandel stellte vielleicht auch der Vortrag von Walter Gantz (Indiana University) in dem gut besetzten Panel zur Rezeptionsforschung dar: der ehrwürdige Forscher mit jahrelanger Publikationshistorie verteilte zu Beginn ausgedruckte und kopierte Fragebögen, auf Powerpoint verzichtete er hingegen.

Weiterer Schwerpunkt der Konferenz war im Jahr nach Fußball-EM und Olympischen Spielen die Sportkommunikation bei Sport-Großereignissen, die sehr vielfältig analysiert worden sind, darunter seit längerem auch wieder einmal Studien zur Berichterstattung von Printmedien. Inhaltlich einer der Höhepunkte war letztlich die Keynote-Address von Lawrence Wenner (Loyola Marymount/Los Angeles), der einen weiten Bogen der Sportkommunikationsforschung aufspannte und erneut eine stärkere theoretische Fundierung und Positionierung des Verbandes und seiner Aktiven zwischen – und eventuell mit – den Disziplinen Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie Sportwissenschaft einforderte.

Die Veranstalter des 10. Summits nutzten geschickt, dass die moderne Großstadt Phoenix mit ihren etwa fünf Millionen Einwohnern am Kongress-Wochenende ganz im Zeichen des Sports stand: Im Rahmenprogramm besuchte eine Vielzahl der Teilnehmer das offene Training für das nationale Finalturnier „Final Four“ (College-Basketball), durchgeführt im Football-Stadion der NFL-Mannschaft Arizona Cardinals. (Einige der

Kongressteilnehmer hatten sich sogar Eintrittskarten für eines der Spiele gesichert, Preis bis zu 1.000 US-Dollar). Dazu gab es für alle Konferenz-Teilnehmer\_innen VIP-Tickets für das letzte Spring-Training-Game der MLB kurz vor Saisonöffnung. Vor allem für europäische Sport-Liebhaber sicher ein ungewöhnliches Erlebnis.

Obwohl es scheint, dass mit der Konferenz in Phoenix/AZ die Summits der IACS zurzeit etwas auf der Stelle treten, ist für die Zukunft aus zwei Gründen Positives zu erwarten: Zum einen wird die elfte Sportkommunikations-Konferenz 2018 zu einem leicht veränderten Zeitpunkt Ende April an der Indiana University in Bloomington/IN durchgeführt. Die dortige Media School mit Galen Clavio als Organisator verspricht dank ihrer Neupositionierung unter anderem mit dem „National Sports Journalism Center“ ein spannendes Programm. Zum anderen forciert der Verband mit dem ersten offiziellen „IACS-Panel“ außerhalb der USA inklusive vier Vorträgen von Board-Mitgliedern im September dieses Jahres beim 17. Congress on Sports, Economy and Media in Hamburg ([www.symposium-hamburg.com](http://www.symposium-hamburg.com)) seine Internationalisierung – sicher eine gute und einfache Möglichkeit, die weltweite Partizipation im Bereich der Sportkommunikations-Forschung voranzutreiben. Für diejenigen, die weit vorausschauen und planen wollen: In Phoenix wurde der Gastgeber des dann 12. Summits on Communication and Sport in 2019 bekanntgegeben: die Idaho State University, durchgeführt wird die Konferenz in Boise/ID.

*Thomas Horky*

## 11. Kölner forum medienrecht

Am 4.5.2017 fand im Ratssaal des Kölner Rathauses das 11. forum medienrecht unter dem Titel „Mediale Revolution im Sport – Herausforderung für das Recht?“ statt. Die Themen der einzelnen Panels deckten viele aktuelle Entwicklungen im Sportrechtshandel und ihrer medialen Vermarktung ab.

Das erste Themenpanel „Sportrechte zwischen exklusivem Wirtschaftsgut und gesellschaftlicher Bedeutung“ stieg mit bekannten (rechtlichen) Fragen und Problemen ein. So zweifelte Medienrechtler Jürgen Kühling in seinem Vortrag u.a. an, dass die europäischen Vereinsmeisterschaften auf die Free-TV-Liste des § 4 RStV gehören, insbesondere weil es beim Fußball gerade kein Pluralismusdefizit am Medienmarkt gebe. Dieser Gedanke wurde in der anschließenden Diskussion aufgenommen, in der ein Trend zur Polarisierung der Wertigkeit von Sportrechten verdeutlicht wurde: die Preise für die Fußballrechte nehmen immer noch weiter zu, während es für „Zielgruppensportarten“ schwerer wird. Besonders interessant war es dabei, die neuesten Entwicklungen bei den Fußballbundesliga-Senderechten aus Sicht der wichtigsten Protagonisten geschildert zu bekommen. Nachdem sich die DFL für die Vergaberunde ab 2016/17 gegenüber dem Bundeskartellamt zu einem Alleinerwerbungsverbot verpflichtet hatte (es darf keinen Alleininhaber für die Live-Übertragung aller Spiele mehr geben), saßen mit Hans Gabbe (Sky Deutschland) und Stephanie Struppler (Discovery Communications/ Eurosport) die Vertreter der beiden Plattformen auf dem Podium, die sich ab der nächsten Saison diese Rechte teilen. Ob Zuschauer sich demnächst mehrere Abos benötigen um alle Spiele ihrer Vereine verfolgen zu können musste noch offen bleiben, weil die Verhandlungen zwischen beiden Rechteinhabern hier noch nicht zu einem Ende gekommen waren. Das Beispiel zeigt aber, dass Fußballrechte nach wie vor in erster Linie Wachstumstreiber für die (kommerziellen) Sender im Rahmen ihres Gesamtportfolios sind. Gleichwohl reagieren sie mit Ausdifferenzierung insbesondere der Online-Angebote auf veränderte Nutzungsgewohnheiten des Sportpublikums (Highlight-Clips statt Spielberichte). In der Online-Verbreitung liegen auch für die „Zielgruppensportarten“ abseits des Fußballs Chancen. Die Veränderung von Geschäftsmodellen illustriert etwa das von Robert Müller von