

Tagungsberichte

3. Social Media and Sports Day (SMASD 2017)

Am 7. Juli 2017 fand der 3. *Social Media and Sports Day* an der Eberhard Karls Universität Tübingen statt. Erneut ist es Christoph Grimmer und seinem studentischen Team vom Institut für Sportwissenschaft gelungen, ein spannendes Programm zusammenzustellen und damit eine Tradition zu begründen. In diesem Jahr reflektierten sieben Vorträge und die abschließende Podiumsdiskussion den Zusammenhang zwischen der Ökonomisierung des Sports und dem zunehmenden Einsatz von Social Media.

Wie in den ersten beiden Ausgaben stand der Austausch zwischen Sport- und Kommunikationswissenschaftlern einerseits und den Experten der Praxis im Mittelpunkt. So zählte Claudia Scheffler-Perrone (Killer Press) in ihrem Eröffnungsvortrag die „Do’s und die Don’ts“ einer erfolgreichen Positionierung in der virtuellen Welt auf. Die Beiträge von Pit Gottschalk (Funke Mediengruppe) und Prof. Michael Schaffrath (TU München) thematisierten die sich verändernden Berufsbilder und vor allem Anforderungen, die sich für SportjournalistInnen und PressesprecherInnen mit dem Einsatz Sozialer Medien ergeben. Dem Potenzial von 360-Grad-Videos im Sport widmeten sich Andreas Hebbel-Seeger und Thomas Horky (Hochschule Macromedia), im Anschluss referierte Christof Kugler (7Mann Media) zu Social Bots in der Vermarktung professioneller Sportkommunikation. Insbesondere die Vorträge von Andreas Schilling und Oliver Schnittka (University of Southern Denmark) zum Strategischen Sportmarkenmanagement sowie von Morten Püschel (mmc sport) konnten anhand von zahlreichen eindrucksvollen Beispielen – etwa dem Auf- und Abstieg der Markenpersönlichkeit Boris Becker – die Gefahren und Chancen des Social Media-Einsatzes im Sport aufzeigen.

Wie in den vergangenen Jahren bündelte die Podiumsdiskussion die Beiträge und Positionen des Tages. Unter dem Titel „Sport und Kohle – die Vermarktung und ihre Folgen“ wurde lebhaft diskutiert, wer der Verlierer der Ökonomisierung des Sports ist. Auch wenn letztlich nicht geklärt werden konnte, ob die Monopolisierung des (Medien-)Sports durch den Fußball eher andere Sportarten, den Amateurfußball oder aber den Spitzenfußball selbst karnibalisiert, lieferte die von Sportstudent Maximilian Sachse moderierte Debatte zwischen Gottschalk, Hebbel-Seeger und Püschel zahlreiche Einblicke auch in die bedenklichen Entwicklungen.

Jörg-Uwe Nieland

3. Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe „Mediensport & Sportkommunikation“

Zur dritten Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe „Mediensport & Sportkommunikation“ hatte Thomas Horky für den 25.-26.9. 2017 an die Macromedia Hochschule Hamburg eingeladen. Das Get-Together am Vorabend stand noch unter dem Eindruck des Ergebnisses der Bundestagswahl. Ein ganz anderes Plebiszit aus dem Vorjahr hatte die Tagung dagegen bereits in der Planungsphase beeinflusst: Nachdem die Hamburger Bürgerinnen und Bürger 2016 per Bürgerentscheid beschlossen hatten, sich nicht für Olympische Spiele zu bewerben, erschien das Thema „Randsport & Mediensport“ passend für ein Themenpanel des ansonsten offenen ausgeschriebenen Calls for Papers. In diesem Themenpanel wurden insgesamt fünf Vorträge präsentiert, in denen u.a. die Chancen von Mediensportarten neben dem Fußball ausgelotet wurden (Peter Bieg, Michael Meyen). In den Fokus kamen dabei Livestreams als Verbreitungsplattform von Mannschaftssportarten wie Basketball

und Unihockey (Daniel Beck, Louis Bourquin) und Social Media Strategien für Athletinnen in der eher wenig beachteten Sportart Kunstturnen (Corinne Schweizer).

Randsportarten waren auch das Thema der am Abend des ersten Tagungstages stattfindenden Podiumsdiskussion, bei der erfolgreiche Athletinnen (Edina Müller, Weltmeisterin und Paralympische Silbermedaille Parakanu; Janne Müller-Wieland, Hockey-Olympiasiegerin) mit einem Sportvermarkter (Raphael Brinkert, Jung von Matt/Sports) und einem Sportjournalisten (Gerd Gottlob, NDR) die Gründe für unterschiedliche mediale Beachtung ihrer Erfolge ausloteten.

Die Resonanz des ansonsten offen gehaltenen CfPs zu allen Aspekten der Sportkommunikationsforschung war erneut sehr breit und interdisziplinär. Das Themenspektrum umfasste einerseits genuin kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten wie Inhaltsanalysen der Berichterstattung zu Transfergerüchten im Fußball (Catharina Vögele) oder zur langfristigen Veränderung der Berichterstattung über Fußball-Schiedsrichter (Jannik Nasz). Andererseits wurden auch Anknüpfungspunkte an benachbarte Felder etwa der Medien- und Sportökonomie deutlich, etwa bei der Untersuchung des Einflusses von Anstoßzeiten auf die Nachfrage nach Bundesliga-Übertragungen (Christian-Mathias Wellbrock, David Rittmann, Annalena Boller-Hoffecker, Yuliya Wolf) oder die Wirkung von Image-Repair-Strategien bei Skandalen prominenter Sport-Testimonials (Christiana Schallhorn, Ann-Kathrin Neeb, Holger Schramm).

Als besonders erhellend empfanden die Teilnehmer die Keynote von Tobias Werron der Mediensoziologische Überlegungen „Zur Entstehung des modernen Sports“ präsentierte. Auf seine Darlegungen wurde in vielen Diskussionsbeiträgen zu einzelnen Vorträgen immer wieder eingegangen, etwa wenn es um den hohen Stellenwert von „Experten“ im Sportjournalismus und seiner Rezeption ging oder auch die verblüffende Ähnlich-

keit früher Erscheinungsformen der Liveübertragung von Baseballspielen in Amerika mit den heutigen Online-Darstellungsformen.

Die insgesamt 18 Vorträge haben auch auf der dritten Jahrestagung der Ad-Hoc Gruppe Mediensport & Sportkommunikation Belege für die Breite und Tiefe der Sportkommunikationsforschung geliefert. Mit der gelungenen Mischung von Vorträgen, die sich an „klassischen“ kommunikationswissenschaftlichen Theorien und Ansätzen orientierten, und solchen Präsentationen, die aus der Perspektive anderer Disziplinen die Sportkommunikation in den Blick nahmen, wurde erneut das hohe Potenzial zur interdisziplinären Zusammenarbeit bei der Untersuchung medialer Phänomene im Sportbereich deutlich.

Holger Ihle