

Boulevardisierung im Sportressort?

Die Berichterstattung über die Fußball-Europameisterschaften 2000, 2008 und 2016
in der Süddeutschen Zeitung

David Hahn & Matthias Degen

Zusammenfassung

Die Sportpresse hat gegenüber anderen Medien einen fundamentalen Aktualitätsnachteil und muss verstärkt als Komplementärmedium agieren, um für ansprechende Inhalte zu sorgen. Fraglich ist neben dem Inhalt jedoch ebenso die Art der Berichterstattung, auf sprachlich-stilistischer und formal-gestalterischer Ebene. Untersucht wird die Berichterstattung ($N = 455$) der Süddeutschen Zeitung über die Fußball-Europameisterschaften 2000, 2008 und 2016 hinsichtlich eines möglichen Boulevardisierungstrends. Zur Ermittlung eines möglichen Trends wurde ein Boulevardisierungsindex entwickelt. Dem Index kann ein leichter Boulevardisierungstrend für den 16-jährigen Zeitraum entnommen werden. Dabei ist die Berichterstattung besonders zwischen den Jahren 2000 und 2008 boulevardesker geworden. Die Befunde zeigen zudem, dass insgesamt vermehrt auf Boulevardvariablen (z. B. Emotionalisierung) gesetzt wurde, die vor dem Hintergrund journalistischer Qualität als weniger kritisch anzusehen sind.

Abstract

The sports press has compared to other media a major date disadvantage and therefore must act increasingly as a complementary medium to provide appealing content. In addition to the content, however, the type of reporting is also questionable, on a linguistic-stylistic and formal-creative level. The study investigates the coverage ($N = 455$) of the Süddeutsche Zeitung on the European Football Championships 2000, 2008 and 2016 with regard to a possible tabloidization trend on formal-design, linguistic-stylistic and content-related levels. To identify a possible trend, a tabloidization index was developed. The index has a slight trend for the 16-year period. The tabloidization increased especially between the years 2000 and 2008. The findings also show that overall there has been an increase in the use of tabloid variables (e. g. emotionalization) that are seen as less critical in the light of journalistic quality.

David Hahn
Hochschule Macromedia
E-Mail: david_hahn@online.de

Prof. Dr. Matthias Degen
Institut für Journalismus und Public Relations
Westfälische Hochschule
E-Mail: matthias.degen@w-hs.de

1. Einleitung

„Wenn ein ungeschickter Griff mehr Bedeutung als ein Sieg hat. Dann ist das die voranschreitende Boulevardisierung, vor der Kulturpessimisten seit geraumer Zeit warnen“ (Mehl, 13. Juni 2016).

Die Kritik an der Sportberichterstattung ist nicht neu (vgl. Tewes, 1991), aber dennoch aktuell. Das verdeutlicht auch der Sportjournalist Tilmann Mehl mit seiner Aussage. Tatsächlich hat der Griff in die eigene Hose des deutschen Fußballnationaltrainers Joachim Löw während des Gruppenspiels gegen die Ukraine bei der Europameisterschaft 2016 in Frankreich für ein riesiges Medienecho gesorgt. Das enorme Ausmaß über einen solchen sportlichen Randaspekt oder gar einer bloßen Nebensächlichkeit mutete in der deutschen Medienlandschaft wie eine Staatsaffäre an (vgl. Mittermeier, 15. Juni 2016). Zeitgleich offenbarten die Dimensionen dieser Berichterstattung einerseits den Stellenwert eines Human-Interest-Themas und andererseits die Rolle eines sensationellen und spektakulären Charakters im Sportressort – allesamt Merkmale des Boulevardjournalismus (vgl. u.a. Leidenberger, 2015; Landmeier & Daschmann, 2011). Dabei befindet sich gerade der Fußball als Mediensportart Nummer eins in einem ständigen Spannungsverhältnis zwischen ökonomischen, journalistischen und unterhaltenden Faktoren. So muss vor allem die Sportpresse inhaltlich verstärkt als Komplementärmedium – d.h. als inhaltlich ergänzendes Medium zum Fernsehen und Internet – agieren, um den Rezipient_innen noch tatsächliche Neuigkeiten zu vermitteln (vgl. Wipper, 2003; Tewes, 1991). In den letzten Jahren hat sich die beschriebene Konkurrenzsituation durch die Digitalisierung noch einmal drastisch verstärkt, sodass Printjournalist_innen, die auf den täglichen Erscheinungszyklus angewiesen sind, nur selten tatsächliche Neuigkeiten verbreiten können. Gerade deshalb liegt auch die Vermutung nahe, dass sich auch die (Qualitäts-)presse in der Art der Berichterstattung auf die Unterhaltung der Leser_innen fokussiert – beispielweise durch die thematisierten seichten Human-Interest-Themen.

Fraglich ist neben dem Inhalt jedoch ebenso die Art der Berichterstattung: auf sprachlich-stilistischer (z. B. Emotionalisierung) und formal-gestalterischer (z. B. Visualisierung) Ebene. Die Summe verschiedener Charakteristika erlaubt schließlich erst eine Beurteilung über etwaige Boulevardisierungstendenzen (vgl. Landmeier & Daschmann, 2011). Die vorliegende Untersuchung richtet den Fokus deshalb auf die Merkmale der Boulevardberichterstattung – insbesondere in der Qualitätspresse. Laut Esser (1996) würden sich schließlich primär vermeintlich qualitativ hochwertige Erzeugnisse eignen, um boulevardeske Tendenzen zu identifizieren (vgl. Esser, 1996). Vergleichbare Studien liegen bisher für das Politikressort vor und ließen bereits leichte Boulevardisierungstendenzen erkennen (Landmeier & Daschmann, 2011). Empirische Erkenntnisse hinsichtlich des Sportressorts sind dagegen rar und wurden bis dato nur am Rande von Untersuchungen miterhoben (vgl. Wipper, 2003). Doch erscheint gerade für diesen Bereich eine ausführlichere Betrachtung besonders interessant. Denn nach Schmalenbach (2011) erachten Sportjournalist_innen für ihr Ressort boulevardeske Tendenzen nicht als Kriterium für einen Mangel an Qualität, was eine Boulevardisierung vermuten lässt. Dieses Selbstverständnis erscheint verwunderlich. Schließlich wird das Phänomen oftmals ebenso als negative Entwicklung angesehen und sei nicht zuletzt auch „aus demokratie-theoretischer Sicht bedenklich“ (vgl. Leidenberger, 2015, S. 285).

Daran anknüpfend sollen durch den vorliegenden Beitrag weiterführende Erkenntnisse erhoben werden, um anschließend die Forschungsfrage nach einer möglichen Boulevardisierung im Sportressort beantworten zu können. Dazu wird stellvertretend für das Sportressort eines Qualitätsmediums ein Teil der Berichterstattung der Süddeutschen Zeitung über die Fußball-Europameisterschaften 2000, 2008 und 2016 inhaltsanalytisch untersucht. Bevor sich der empirischen Untersuchung gewidmet wird, erfolgt eine theoretische Annä-

herung an den Boulevardisierungsbegriff, in dessen Kontext ebenso typische Merkmale des Phänomens dargestellt werden. Diese dienen als Fundament für die anschließende Inhaltsanalyse, die folgende zentrale Forschungsfrage beantworten soll: Inwieweit lässt sich in der Berichterstattung über die Fußball-Europameisterschaften 2000, 2008 und 2016 der Süddeutschen Zeitung eine Boulevardisierung im Sportressort feststellen?

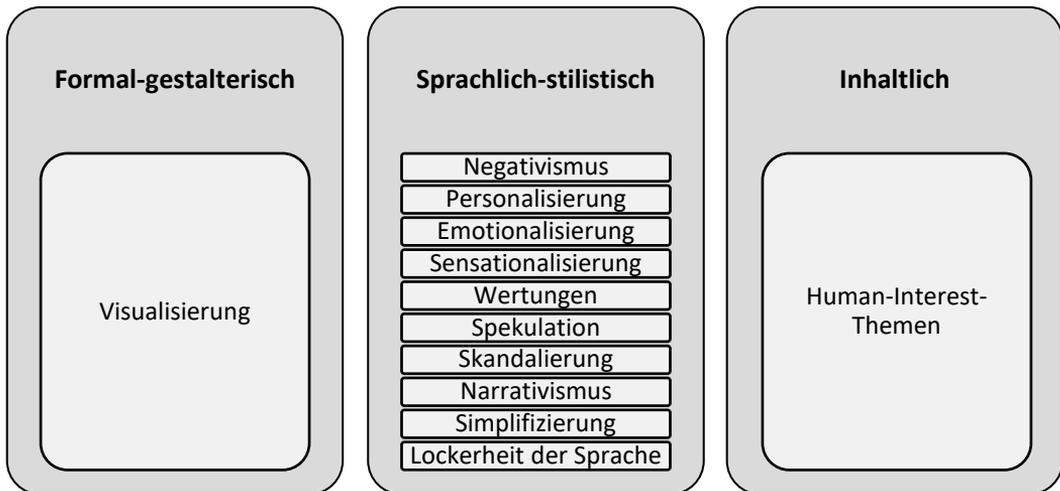
2. Boulevardisierung

2.1. *Definition und Merkmale*

Bis heute existiert für den Boulevardisierungsbegriff keine eindeutige und vor allem einheitliche Definition. Dieser Zustand ist in der Vergangenheit bereits von mehreren Autor_innen bemängelt bzw. kritisiert worden (vgl. u.a. Dulinski, 2003). Dennoch lässt sich in der globalen Betrachtung der zahlreichen Begriffsannäherungen grundsätzlich die Beschreibung eines bestimmten Phänomens erkennen. Demnach bringt der Begriff zum Ausdruck, dass boulevardeske Elemente auch in anderen Mediengattungen Einzug finden. In diesem Sinne begreift beispielweise Esser (1996) die Boulevardisierung als „a spill-over of tabloid news values from the popular to the quality press“ (S. 293), weshalb sich auch vorzugsweise vermeintlich qualitativ hochwertige Presseerzeugnisse als Gegenstand empirischer Analysen eignen würden. Eine ähnliche Herangehensweise wählt Dulinski (2003), die „unter Boulevardisierung in erster Linie die zunehmende Anpassung an boulevardeske Inhalte“ (S. 232) versteht. Damit wird einmal mehr deutlich, dass der Begriff Boulevardisierung den Vorgang beschreibt, wonach die Charakteristika des Boulevardjournalismus auch zunehmend in anderen Mediengattungen vorzufinden sind – wie etwa in vermeintlich qualitativ hochwertigeren Medien. Dabei stellt sich jedoch ganz grundsätzlich die Frage nach den Merkmalen der Boulevardisierung. Dahingehend liegen keine allgemeingültigen Eigenschaften vor, die das Phänomen vollständig abbilden. Dennoch lassen sich aus der Literatur bereits zahlreiche Merkmale bzw. Charakteristika herleiten, die das theoretische Konstrukt des Boulevardjournalismus greifbar machen. Sie orientieren sich an den übergeordneten Zielen, Aufmerksamkeit und Emotionen zu erzeugen sowie Leser_innen mitunter auch mit Hilfe der Inhalte zu unterhalten (vgl. Landmeier & Daschmann, 2011). Der Drang zur Unterhaltung wird gerade in der Sportkommunikationsforschung häufig thematisiert (vgl. Bertling, 2008; Wiske, 2017). Dies funktioniert beispielsweise durch eine attraktive äußere Aufmachung, die eine Kommunikation zwischen Leser_innen und Medium aufbauen kann (vgl. Leidenberger, 2015). Die Berichterstattung orientiert sich ferner an einer einfachen Sprache, die auch wertende sowie narrative Züge annehmen kann, wobei die Themen nicht selten nur oberflächlich behandelt und Spekulationen getätigt werden (Donsbach & Büttner, 2005). In diesem Kontext werden von Stiehler und Horky (2009) besonders die narrativen Aspekte für die Sportkommunikation erkannt. Ebenso werden Themen häufig auch verstärkt personenorientiert (vgl. Bertling, 2008) und emotional (vgl. Scherer, 2008; Stiehler & Horky, 2009) aufbereitet, womit auch Aspekte der Skandalisierung und der Sensationalisierung einhergehen (vgl. Leidenberger, 2015). Nicht selten beruhen die Themen auch auf einem explizit negativen Ereignishintergrund (vgl. ebd.). Auf der inhaltlichen Ebene ist die Boulevardberichterstattung durch eine verstärkte Präsenz von sogenannten Soft News (vgl. Donsbach & Büttner, 2005) sowie Human-Interest-Themen (vgl. Landmeier & Daschmann, 2011), wie Berichte über das Privatleben von Sportler_innen, gekennzeichnet (vgl. Schmalenbach, 2011).

Diese insgesamt zwölf hergeleiteten Merkmale der Boulevardberichterstattung werden in einem theoretischen Modell dargestellt. Anknüpfend an die bestehende Literatur erfolgt die Einteilung der Merkmalsbegriffe auf einer formal-gestalterischen, einer sprachlich-stilistischen und einer inhaltlichen Ebene (vgl. Abb. 1). Denn eine zu untersuchende Boulevardisierung kann nicht lediglich inhaltlich untersucht werden, da „verschiedene Aspekte gegeben sein müssen, um von boulevardesker Berichterstattung sprechen zu können“ (Landmeier & Daschmann, 2011, S. 178).

Abbildung 1: Merkmale einer boulevardesken Berichterstattung



2.2. Forschungsstand

Bis heute haben sich nur wenige Untersuchungen explizit mit jener Boulevardisierung beschäftigt. Dabei ist ein Großteil dieser Studien auf das Medium Fernsehen beschränkt und widmete sich einer möglichen Konvergenzbewegung nach Einführung des dualen Rundfunksystems im Jahr 1984 (vgl. u.a. Krüger, 1997; Pfetsch, 1996). So konnte gerade für die politische Berichterstattung eine Annäherung seitens der öffentlich-rechtlichen an die privaten Rundfunkanstalten nachgewiesen werden (vgl. Donsbach & Büttner, 2005). Diese zunehmende Annäherung zeigt sich dabei besonders im Rahmen der Aufmachung der Nachrichtenformate der Öffentlich-Rechtlichen (vgl. Leidenberger, 2015). Neueste Erkenntnisse hinsichtlich einer Boulevardisierung in der Presse lieferten Landmeier und Daschmann (2011), die zwar boulevardeske Tendenzen nachweisen konnten, diese aber nicht als ausreichend ansehen, um von einer Boulevardisierung in der überregionalen deutschen Qualitätspresse sprechen zu können.

Dass ein solches Szenario einer Boulevardisierung auch in der Sportberichterstattung – besonders in der Sportpresse – stattfindet, wurde schon häufiger prognostiziert. So etwa konstatierte Schaffrath (2006) ausgehend von einer Befragung unter zahlreichen Spitzensportlern, dass sogar Qualitätsmedien die Themen aus den Boulevardformaten aufgreifen und formulierte folgende These: „Die Boulevardisierung der gesamten Sportberichterstattung wird wachsen“ (S. 326). Nach Bertling (2008) würde der Sportjournalismus sogar immer mehr zum Unterhaltungsjournalismus werden (vgl. S. 271). Grundsätzlich basieren diese Prognosen sowohl auf äußeren als auch auf inneren Einflussfaktoren.

Zu den äußeren Einflussfaktoren gehört der stetige Konkurrenzdruck im Marktumfeld, der sich durch die Präsenz anderer Medien besonders auf Seiten der Sportpresse als sehr intensiv erweist (vgl. Kamp, 2009) und sich besonders im Zuge der Digitalisierung noch einmal drastisch verstärkt hat. „Die Printjournalisten sehen kaum noch Möglichkeiten, ihren Leser_innen wirkliche Neuigkeiten zu vermitteln“ (Wipper, 2003, S. 348) und befinden sich daher in der Bredouille, den Leserkreis über neue Wege anzusprechen. Denn zumeist haben potentielle Leser_innen bereits vor der Veröffentlichung der Tageszeitung erste Bilder des Sportereignisses im Fernsehen verfolgt und Analysen bzw. Hintergrundinformationen kostenlos unmittelbar nach dem Ereignis im Internet abrufen können. Bedingt durch diesen ökonomischen Druck im Marktumfeld muss die Sportpresse mit neuen Formen der Berichterstattung für Aufmerksamkeit bei Leser_innen sorgen. Dies führe dazu, dass sich die sportliche Printberichterstattung erstens in jedem Fall eine attraktive Aufmachung benötigt und zweitens inhaltlich neue Schwerpunkte setzen muss (vgl. Schmalenbach, 2011). So verliere sich „die Jagd nach immer neuen Nachrichten inzwischen in Details, deren Informationsgehalt oft zweifelhaft ist“ (Wipper, 2003, S. 348), da häufig Human-Interest-Themen ohne Sportbezug bedient werden.

In den Bereich der internen Einflussfaktoren gehört beispielweise das Selbstverständnis von Sportjournalist_innen. So hat Görner (1998) im Rahmen einer Befragung unter Sportjournalist_innen zeigen können, dass die Berichterstattung „erheblich unterhaltsamer“ (S. 419-420) werde. So konnten ferner bereits „aggressivere Recherchemethoden, die Personalisierung von Sachverhalten und die Entertainingisierung von Ereignissen“ (Hackforth & Schaffrath, 1998, S. 250) festgestellt werden. Rückschlüsse auf eine mögliche Boulevardisierung im Sportressort gibt auch die eigene Qualitätswahrnehmung seitens der Sportjournalist_innen. Boulevardeske Elemente – wie der Fokus auf eine ansprechende formale Gestaltung und das übergeordnete Bestreben nach einer Unterhaltung – können im heutigen Selbstverständnis der Sportjournalist_innen durchaus für Qualität stehen. Denn der allgemeine Tenor unter den befragten Sportjournalist_innen lautet: „Boulevard ja, aber mit Niveau und ethisch korrekt“ (Schmalenbach, 2011, S. 432). In diesem Sinne könne eine boulevardeske Berichterstattung, mit beispielweise Human-Touch-Geschichten, grundsätzlich als legitim bezeichnet werden, so lange der Bezug zu der sportlichen Aktivität des Akteurs erkennbar bleibt (vgl. ebd.). Ferner zeigen sich boulevardeske Tendenzen bereits anhand der eigens für das Sportressort identifizierten Nachrichtenfaktoren. Hinsichtlich eines möglichen Bezugs zwischen den Nachrichtenfaktoren und einer möglichen boulevardaffinen Berichterstattung erweist sich der Faktor Personalisierung als essentiell. Dieser konnte als stärkster Faktor in der Sportberichterstattung ausgemacht werden, was ebenso Rückschlüsse auf mögliche Boulevardisierungstendenzen in der Sportberichterstattung gibt (vgl. Loosen, 1998). Zudem konnte der Faktor Human-Interest ebenso als ein zentraler Faktor in der Sportberichterstattung ausgemacht werden (vgl. Becker, 1983).

Diskussionswürdig ist an dieser Stelle jedoch die Konsequenz oder vielmehr Bewertung dieser Entwicklung. Esser (1999, S. 293) spricht von einem „decrease in journalistic standards“ und vermittelt durch diese Aussage auch eine Vorstellung von einem Qualitätsverlust im Zuge der Boulevardisierung. Im Kontext dieser Entwicklung wird an anderer Stelle auch von einer „Deprofessionalisierung im Journalismus“ (Weischenberg, Malik & Scholl, 2006) gesprochen. Während eine Boulevardisierung vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Funktion des Journalismus demnach oftmals als sehr kritisch angesehen wird, erfordert es eine differenzierte Betrachtung für das Sportressort. Denn der allgemeine Tenor unter den Sportjournalist_innen lautet: „Boulevard ja, aber mit Niveau und ethisch korrekt“ (Schmalenbach, 2006). So könne eine boulevardeske Berichterstattung, mit beispielweise Human-Touch-Geschichten, grundsätzlich als legitim bezeichnet werden, so lange der Bezug zu der sportlichen Aktivität des Akteurs erkennbar bleibt.

3. Untersuchungsanlage

Bis Ein Boulevardisierungstrend kann lediglich über einen längeren Zeitraum nachgewiesen werden. Daher zieht diese Studie die Berichterstattung einer Qualitätszeitung über mehrere Sportgroßereignisse heran, auf diese Weise ist eine Vergleichbarkeit der Daten gegeben. Ein großes mediales Sportereignis, das nicht lange zurückliegt, ist die Fußball-EM 2016 in Frankreich, weshalb sich eine Gegenüberstellung verschiedener Europameisterschaften anbietet. Die Untersuchung fokussiert sich auf die Berichterstattung über die Turniere der Jahre 2000, 2008 und 2016. Anhand dieses 16-jährigen Zeitraums sollen aktuelle Aussagen hinsichtlich eines möglichen Trends getroffen werden. Zur Beantwortung der übergeordneten Fragestellung nach einem Boulevardisierungstrend sollen folgende untergeordnete Fragen helfen.

FF1: Lässt sich auf der formal-gestalterischen Ebene ein Boulevardisierungstrend erkennen?

FF2: Lässt sich auf der sprachlich-stilistischen Ebene ein Boulevardisierungstrend erkennen?

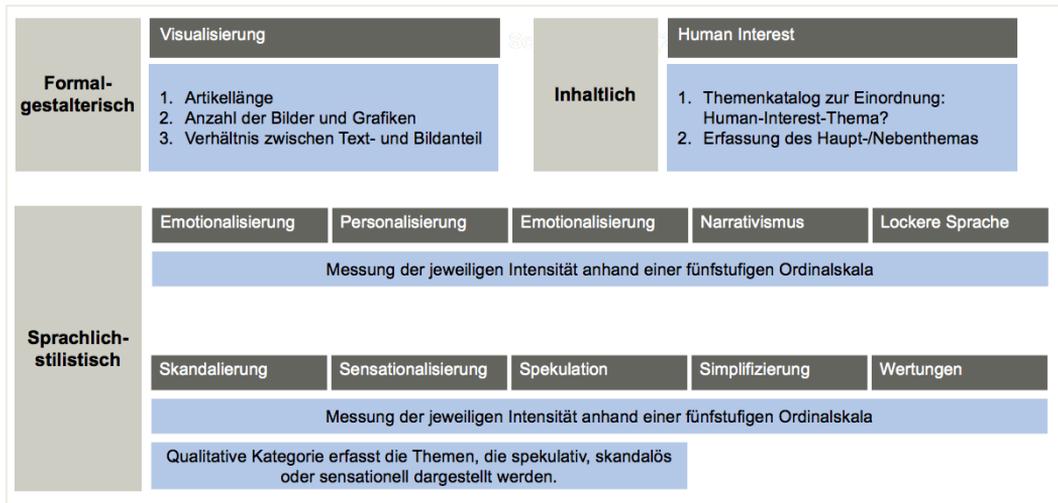
FF3: Lässt sich auf der inhaltlichen Ebene ein Boulevardisierungstrend erkennen?

Untersuchungsgegenstand ist die Süddeutsche Zeitung als Qualitätsmedium, deren Berichte mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse nach Früh (2017) untersucht werden. Die Zeitung wurde bewusst gewählt, da eine Boulevardisierung anhand vermeintlich qualitativ hochwertigerer Medien untersucht werden sollte (vgl. Esser, 1999). Dabei eignet sich der Sportteil der Süddeutschen Zeitung besonders, da dieser in den Augen deutscher Sportjournalist_innen als das „Non-Plus-Ultra im deutschen Print-Sportjournalismus“ (Schmalenbach, 2011, S. 256) angesehen wird. Ausschlaggebend seien dabei unter anderem die ausgeprägte Faktizität, der Drang zu investigativen Inhalten, die thematische Vielfalt sowie die Sprachgewandtheit. Vor dem Hintergrund der somit zu erwartenden Qualität bei der Süddeutschen Zeitung wird davon ausgegangen, dass sich bereits leichte Boulevardisierungstendenzen im Längsschnitt besser erkennen lassen.

Merkmalsträger sind jeweils die ersten fünf Ausgaben ab dem Tag des Eröffnungsspiels und die letzten Ausgaben bis zum Tag nach dem Endspiel des jeweiligen Turniers, wobei nur jene Artikel betrachtet werden, in denen ein expliziter Bezug zur der aktuellen Europameisterschaft erkennbar ist – dazu zählen ebenso sämtliche Sonderseiten zu den jeweiligen Turnieren. Ausgehend von diesem bewussten Selektionsprozess umfasst die Stichprobe insgesamt 455 Artikel, die sich auf 30 Ausgaben der Süddeutschen Zeitung – zehn pro Turnier – verteilen.

Das Messinstrument basiert auf den theoretisch hergeleiteten Merkmalen einer boulevardesken Berichterstattung. Dabei wurden die Charakteristika der formal-gestalterischen, sprachlich-stilistischen sowie inhaltlichen Ebene mit der Hilfe verschiedener Merkmalsindikatoren empirisch fassbar gemacht (vgl. Abbildung 2). Das zentrale Merkmal auf der formal-gestalterischen Ebene war die Visualisierung. Dazu wurden die Artikellänge (in Zeilen), die Anzahl an visuellen Elementen und deren Größenverhältnis zum Text als Indikatoren erhoben. Auf der inhaltlichen Ebene ging es um die Frage, ob sich der Artikel mit einem Human-Interest-Thema auseinandersetzt. Dabei wurde das jeweilige Haupt- und Nebenthema des Artikels anhand einer Themenliste erfasst.

Abbildung 2: Indikatoren zur Messung der Boulevardmerkmale



Auf der sprachlich stilistischen Ebene wurden zehn Merkmale abgefragt, wobei die jeweilige Intensität des jeweiligen Merkmals anhand einer fünfstufigen Ordinalskala gemessen wurde. In diesem Kontext hat sich das erwähnte Messinstrument als tauglich erwiesen. Denn im Anschluss an die eigentliche Codierung wurden 23 zufällig ausgewählte Artikel, was rund fünf Prozent des Untersuchungsmaterials entspricht, von einem geschulten Codierer (Intercoder-Reliabilität) erneut untersucht. Diese Ergebnisse wurden anschließend für einen Reliabilitätstest herangezogen. Es wurde ein Reliabilitätskoeffizient nach Holsti (1969) berechnet. Für die formalen Kategorien wurde ein Koeffizient von 1,0 und für die inhaltlichen Variablen durchweg ein Wert von mindestens 0,82 ermittelt. Insofern kann die Untersuchung als reliabel eingestuft werden (vgl. Brosius, Haas & Koschel, 2012).

Aufgrund der Tatsache, dass eine Boulevardisierung jedoch nicht nur anhand einzelner Faktoren bzw. Charakteristika, sondern in der Summe aller Merkmale gemessen wird (vgl. Landmeier & Daschmann, 2011), wird aus den theoretisch hergeleiteten Charakteristika ein Boulevardisierungsindex (BI) erstellt. Ziel des Indizes soll eine Verdeutlichung der durchschnittlichen Boulevardisierung der publizierten Artikel für das jeweilige Jahr sein, indem pro Jahr ein Wert zwischen 0 und 1 ermittelt wurde. Dabei impliziert die Nähe zum Wert 1 eine hohe Intensität der Boulevardisierung. Ein solcher Index hat für die Sportpresse bis dato nicht existiert, weshalb eine neue Herleitung sinnvoll erscheint.

Die Berechnung des Indizes erfolgt mit der Hilfe einer neu aufgestellten Formel, die sich aus drei verschiedenen Termen bzw. Teilen auf der oberen Hälfte des Bruches zusammensetzt. Der erste Term steht für die formal-gestalterischen-, der zweite Term für die sprachlich-stilistischen und der dritte Term für die inhaltlichen Boulevardmerkmale. Insofern wurden zuerst drei verschiedene Indizes für die Merkmalsdimensionen erstellt, deren Summe anschließend durch dreigeteilt wird (Abbildung 3).

Abbildung 3: Berechnung des Boulevardisierungsindizes

$$BI = \frac{\left(\frac{V1 + \left(\frac{5}{V2} \right)}{2} \right) + \left(\frac{\frac{SPST}{10}}{5} \right) + INH}{3}$$

- V1** = Anteil der Artikel mit größerem Bild- als Textanteil in Prozent
- V2** = Durchschnittliche Artikellänge
- SPST** = Summe der Mittelwerte der sprachlich-stilistischen Kategorien
- INH** = Prozentueller Anteil der Human-Interest-Themen als Hauptthema

Der Index für die formal-gestalterische Ebene ergibt sich aus dem prozentuellen Anteil der Bilder, die größer als der Artikel sind. Hinzu kommt als zweiter Indikator die durchschnittliche Artikellänge. Die Zahl fünf, stellvertretend für den kürzesten Artikel des gesamten Untersuchungszeitraums, wurde an dieser Stelle durch die durchschnittliche Artikellänge des jeweiligen Jahres geteilt. So kann auch hier ein Wert zwischen 0 und 1 ermittelt werden. Beide genannten Visualisierungsaspekte werden für den ersten Teilindex zunächst addiert und schließlich durch zwei geteilt. Auf der sprachlich-stilistischen Ebene werden die Mittelwerte aller Merkmale addiert und durch zehn geteilt, um einen übergeordneten Mittelwert zu bestimmen. Dieses Ergebnis wird anschließend durch fünf geteilt, da auf diese Art und Weise aus Werten, die ursprünglich zwischen 1 und 5 lagen, ein Wert zwischen 0 und 1 erzeugt werden kann. Die inhaltliche Dimension wird anhand des prozentuellen Anteils der Human-Interest-Themen abgedeckt, die in dem jeweiligen Jahr als Hauptthema der publizierten Artikel ermittelt wurden.

4. Ergebnisse

4.1. Verteilung der Berichterstattung

Im Zeitraum der ersten und der letzten fünf Tage der Europameisterschaften 2000, 2008 und 2016 wurden insgesamt 455 Artikel über die Turniere publiziert. Im Vergleich zwischen den einzelnen Veranstaltungen zeigen sich jedoch deutliche Differenzen. Während im Jahr 2000 lediglich 144 Artikel über das Turnier veröffentlicht wurden, waren es 2008 bereits 188 Artikel. Diese Steigerung in der Berichterstattung wird noch deutlicher, wenn die journalistischen Darstellungsformen differenziert betrachtet werden. Im Jahr 2000 konnten noch 43,8 Prozent aller Artikel dem kurzen Meldungsformat zugeordnet werden, während der Anteil der Meldungen im Jahr 2008 nur noch bei 23,0 Prozent lag.

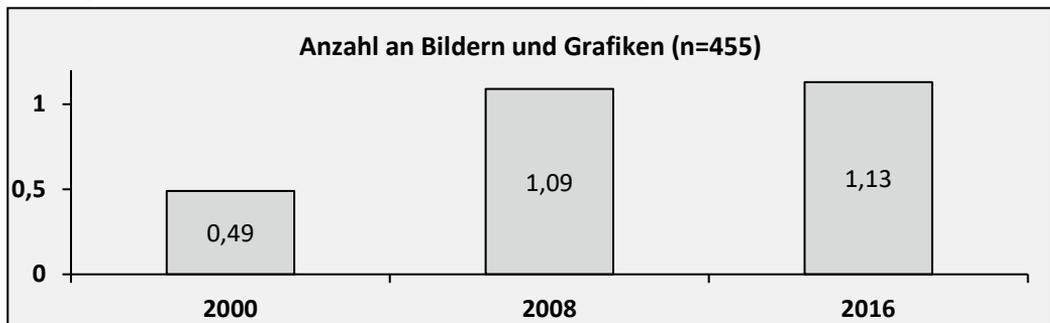
Eine Erklärung für diesen deutlichen Anstieg könnte die Weltmeisterschaft 2006 liefern, die in Deutschland ausgetragen wurde, eine enorme mediale Aufmerksamkeit in Deutschland erfuhr und zu einem großen Enthusiasmus innerhalb der Gesellschaft führte. Es wäre somit möglich, dass die Quantität der Berichterstattung über die EM 2008 ein Resultat aus dem kurzen Zeitabstand zu dem in Deutschland ausgetragenen Turnier ist. Zudem könnte das sportliche Abschneiden der deutschen Nationalmannschaft diesen Anstieg erklären. Denn während das Team noch im Jahr 2000 in der Vorrunde aus dem Turnier ausgeschieden war, erreichte die Mannschaft von Bundestrainer Joachim Löw acht Jahre später sogar das Finale. Einmal mehr wird

an dieser Stelle auch die besondere Rolle des Nationalbezugs in der Sportberichterstattung deutlich, der als zentraler Nachrichtenfaktor in diesem Ressort ausgemacht werden konnte (vgl. Loosen, 1998).

4.2. Formal-gestalterische Ebene

Auf der formal-gestalterischen Ebene konnte im Rahmen der Berichterstattung der Süddeutschen Zeitung über die drei Europameisterschaften zunächst ein Visualisierungstrend ausgemacht werden. Die Quantität visueller Elemente – wie Bilder und Grafiken – hat zweifelsohne zugenommen und sich in der globalen Betrachtung sogar mehr als verdoppelt. Bei der Berichterstattung über die EM 2008 und 2016 wurde pro Artikel durchschnittlich mindestens ein Bild oder eine Grafik verwendet. Dagegen wurde im Rahmen der Berichterstattung über das Turnier im Jahr 2000 durchschnittlich nur etwa jeder zweite Artikel mit einem Bild oder einer Grafik angereichert (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Durchschnittliche Anzahl der Bilder pro Artikel im Zeitverlauf



Der wachsende Stellenwert der Visualisierung lässt sich auch daran erkennen, dass Bilder und Grafiken im Zeitverlauf der Berichterstattung über die untersuchten Europameisterschaften vermehrt eine größere Fläche als der reine Text einnehmen. Das war im Jahr 2000 bei etwa jedem fünftel bebilderten Artikel der Fall ($n = 67$; 20,9 %), während im Jahr 2016 bereits bei fast jedem zweiten bebilderten Artikel ($n = 74$; 47,9 %), der ein visuelles Element aufwies, ein größerer Bild- als Textanteil beobachtet werden konnte. Überraschend erscheint dagegen das Ergebnis, dass trotz des aufgezeigten Visualisierungstrends kein Rückgang der Artikellängen festgestellt werden konnte. Ganz im Gegenteil: Trotz des vermehrten Einsatzes visueller Elemente ist dennoch ein Trend zu erkennen, wonach die Artikel durchschnittlich immer länger geworden sind. Während ein Artikel im Jahr 2000 ($n = 144$) noch rund 74 Zeilen lang war, wies ein Artikel im Jahr 2016 ($n = 123$) durchschnittlich rund 33 Zeilen mehr auf. Durch das widersprüchliche Ergebnis der beiden aufgezeigten Indikatoren (Anzahl an visuellen Elementen und Artikellänge) kann für die formal-gestalterische Ebene keine eindeutige Aussage über einen Boulevardisierungstrend getroffen werden.

4.3. Sprachlich-stilistische Ebene

Auf der sprachlich-stilistischen Ebene ist die Berichterstattung im Zeitverlauf zwischen den Jahren 2000 bis 2008 deutlich personenorientierter, emotionaler, narrativer und lockerer in der Sprache geworden, außerdem sind die Artikel geringfügig wertender geworden (vgl. Tab. 1).

Tabelle 2: Mittelwerte der sprachlich-stilistischen Variablen im Zeitverlauf

Merkmal	2000 (n=144)	2008 (n=188)	2016 (n=123)
Personalisierung	3,30	3,41	3,50
Emotionalisierung	2,22	2,50	2,52
Sensationalisierung	1,15	1,31	1,24
Wertungen	2,85	3,20	3,05
Spekulation	1,83	1,81	1,86
Skandalisierung	2,63	2,70	2,52
Negativismus	3,86	3,76	3,70
Narrativismus	2,20	2,81	2,72
Simplifizierung	2,08	2,21	1,98
Lockerheit der Sprache	2,25	2,94	2,74

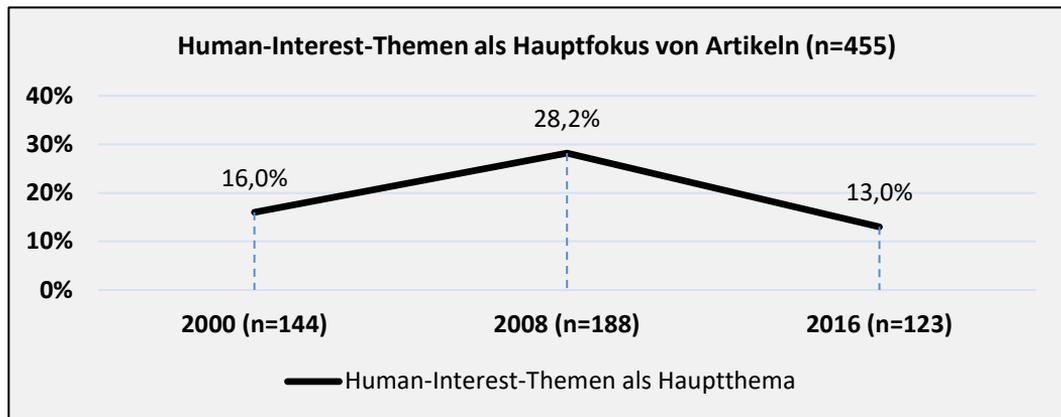
Besonders deutlich wurde an dieser Stelle einmal mehr die starke Personenorientierung im Sportressort, die als zentraler Nachrichtenfaktor der Sportberichterstattung anzusehen ist (vgl. Loosen, 1998). Die zunehmende Personalisierung ist dabei hingegen nicht auf eine Zunahme der journalistischen Darstellungsform des Porträts zurückzuführen. Denn in der Betrachtung des gesamten Zeitraums ist der Anteil der Porträts um 0,2 Prozentpunkte zurückgegangen, mithin ist hier keine Veränderung nachweisbar.

Im Rahmen der Berichterstattung über die drei Turniere wurde allerdings auch weitestgehend auf den Einsatz von vermehrt als kritisch anzusehenden Merkmalen verzichtet. So konnte kein Trend erkannt werden, wonach die Berichterstattung deutlich spekulativer, skandalöser, sensationeller oder simplifizierter geworden ist (vgl. Tab. 1). Grundsätzlich konnte bei diesen Boulevardcharakteristika auch eine allgemein geringe Intensität beobachtet werden, was gegen eine boulevardeske Berichterstattung spricht.

4.4. Inhaltliche Ebene

Im Zeitverlauf sind weniger Artikel publiziert wurden, deren Hauptfokus auf einem Human-Interest-Thema lag. Ein kurzzeitiger boulevardesker Trend zeigt sich lediglich während der EM 2008. Dort ist der Anteil an Human-Interest-Themen, die als Hauptthema von Artikeln identifiziert werden konnten, um 12,2 Prozent gestiegen (vgl. Abb. 5).

Abbildung 5: Human-Interest-Thema als Hauptfokus von Artikeln im Zeitverlauf



Dieser deutliche Anstieg ist wohl damit zu erklären, dass es im Rahmen der Berichterstattung über das Turnier im Jahr 2008 innerhalb des Sportteils täglich eine Seite mit dem Titel „Fußball EM 2008 Panorama“ gab. Durch diese bunte Rubrik konnte in diesem Jahr täglich grundsätzlich eine bestimmte Anzahl an Human-Interest-Themen beobachtet werden. Eine solche Rubrik hat es im Jahr 2016 nicht gegeben, sodass in Rahmen der Berichterstattung über dieses Turnier bei lediglich 13 Prozent der Artikel ein Human-Interest-Thema als Hauptfokus festgemacht werden konnte. Somit hat sich dieser Anteil im Vergleich zur EM 2008 mehr als halbiert. Innerhalb der Human-Interest-Themen nimmt die Berichterstattung über die Fans bzw. die Stimmung ($n = 92$; 30,4 %) sowie über persönlichen Geschichten aus dem Umfeld der Sportler ($n = 92$; 20,7 %) zeitübergreifend eine dominante Rolle ein.

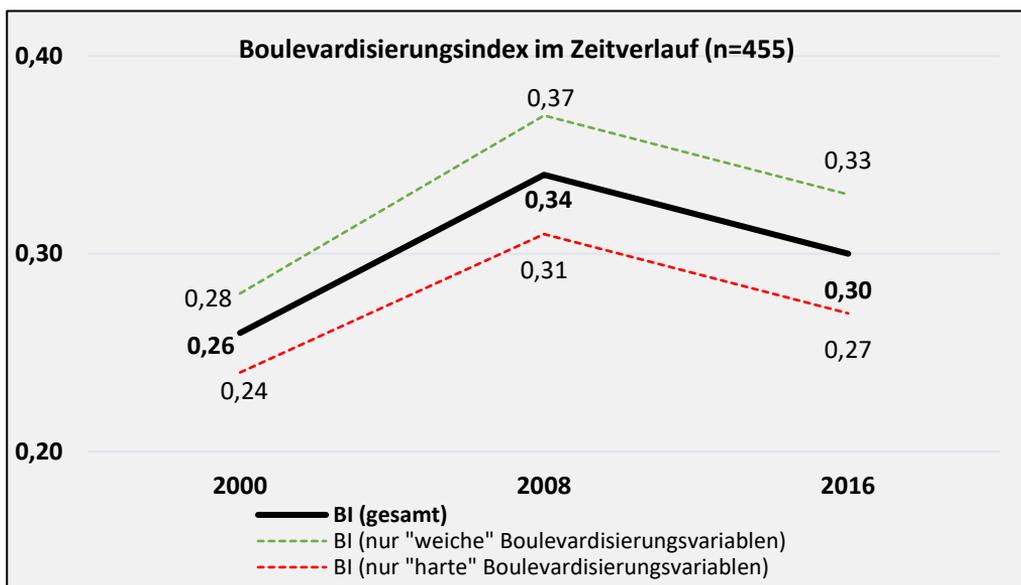
4.5. Boulevardisierungstrend

Die Gesamtbetrachtung zeigt, dass der Boulevardisierungsindex (BI) zu keinem Zeitpunkt ein sehr hohes Niveau erreicht, was jedoch nicht überrascht (vgl. Abb. 6). Schließlich handelt es sich bei der Süddeutschen Zeitung um ein Qualitätsmedium, weshalb im Vorfeld auch nicht von einem hohen Wert hinsichtlich des BI ausgegangen werden konnte. Der Abbildung ist dennoch ebenso zu entnehmen, dass die boulevardeske Ausprägung im 16-jährigen Verlauf zugenommen hat und im gesamten Zeitraum grundsätzlich boulevardeske Elemente in der Berichterstattung über die drei Turniere zu identifizieren sind. Der BI ist in der globalen Betrachtung von 0,26 auf 0,30 gestiegen – zwischen den Jahren 2000 und 2008 sogar von 0,26 auf 0,34. Insofern kann lediglich von einem sehr leichten Boulevardisierungstrend gesprochen werden. Das Ergebnis lässt sich jedoch noch weiter interpretieren, da gerade auf der sprachlich-stilistischen Ebene durchaus zwischen harten und weichen Boulevardisierungsvariablen differenziert werden kann. Dabei ist eine Orientierung an den journalistischen Standards im Sportressort von Schmalenbach (2011) denkbar. In Anlehnung an diesem Konzept können die Merkmale der sprachlich-stilistischen Ebene entsprechend operationalisiert werden. In diesem Kontext können die Merkmale Sensationalisierung, Spekulation, Skandalisierung, Wertun-

gen und Simplifizierung als harte Boulevardisierungsvariablen angesehen, während die Merkmale Negativismus, Personalisierung, Emotionalisierung, Narrativismus und Lockerheit der Sprache als weiche Boulevardisierungsvariablen aufgefasst werden können.

Abbildung 6 zeigt, dass sich der beschriebene BI durchaus verändert, sofern jeweils lediglich die harten bzw. weichen Variablen berücksichtigt werden. Dabei wird deutlich, dass das Gesamtniveau der Boulevardisierung deutlich geringer ausfällt, wenn lediglich die harten Merkmale einbezogen werden. Dagegen steigt das BI-Niveau noch weiter an, sofern nur die weichen Boulevardvariablen berücksichtigt werden. Insofern ist das aufgezeigte Boulevardisierungsniveau mehrheitlich auf die zunehmende Verwendung weicher Boulevardmerkmale zurückzuführen, was vor dem Hintergrund eines möglichen Qualitätsverlusts weitaus weniger bedenklich erscheint.

Abbildung 6: Boulevardisierungsindex im Zeitverlauf



5. Fazit und Ausblick

Im Zeitverlauf haben die Ergebnisse einen leichten Boulevardisierungstrend in der Berichterstattung der Süddeutschen Zeitung über die Europameisterschaften 2000, 2008 und 2012 erkennen lassen. Dies ging aus der Berechnung eines Boulevardisierungsindizes hervor, der die theoretisch hergeleiteten Merkmale auf allen drei Ebenen berücksichtigte. Aus diesem Grund kann die eingangs aufgestellte Fragestellung hinsichtlich eines Boulevardisierungstrends in der Berichterstattung der SZ über die genannten Sportgroßereignisse abschließend bejaht werden, wobei der ermittelte Trend sehr gering ist. Relevant ist ferner ebenso ist die Differenzierung zwischen harten und weichen Boulevardisierungsvariablen. Das aufgezeigte Gesamtniveau des BI stützt sich mehrheitlich auf den Einsatz der weichen – also den als weniger kritisch anzusehenden

Charakteristika des Boulevardformats. Die alleinige Betrachtung der als kritisch anzusehenden harten Variablen zeigt dagegen ein deutlich erkennbar geringeres BI-Niveau auf, was die erkannte Boulevardisierung deutlich relativiert.

Nun stellt sich die Frage, was diese Boulevardtendenzen für den Sportjournalismus im Printbereich bedeuten. Schließlich ist der Boulevardisierungsbegriff allgemein eher negativ konnotiert und sei ferner auch „aus demokratietheoretischer Sicht bedenklich“ (vgl. Leidenberger, 2015, S. 285). Diese düsteren Bedenken müssen hinsichtlich des Sportressorts jedoch richtig eingeschätzt werden. Schließlich trägt ein Großteil der sportlichen Berichterstattung nicht zur gesellschaftspolitischen Meinungsbildung bei. Somit ist eine Boulevardisierung in diesem Ressort grundsätzlich weniger kritisch zu betrachten als beispielsweise in der Politikberichterstattung. Eine Boulevardisierung im Sportressort muss mithin nicht zwingend einen Qualitätsverlust nach sich ziehen. Vielmehr können boulevardeske Tendenzen im heutigen Selbstverständnis auch im Bereich der Sportpresse durchaus für Qualität stehen, sofern sich diese an grundlegende ethische Rahmenbedingungen halten (vgl. Schmalenbach, 2011, S. 432).

Die Analyse konnte nicht erfassen, inwieweit den ethischen journalistischen Standards im Rahmen des gewählten Untersuchungszeitraums nachgekommen wurde. Um abschließend zu erklären, inwieweit trotz des empirisch nachgewiesenen Boulevardisierungstrends tatsächlich noch von einer qualitativ hochwertigen Berichterstattung gesprochen werden kann, müsste eine Untersuchung der Sportberichterstattung vor dem Hintergrund journalistischer ethischer Standards erfolgen. Im Rahmen dieser Anschlussforschung könnte auch der entwickelte Boulevardisierungsindex um eine ethische Komponente erweitert werden, sodass in der Summe vier statt drei Ebenen in den Boulevardisierungsindex einfließen würden. Dass jedoch der BI mit den harten Variablen unterhalb des Gesamtindizes verläuft, spricht jedoch tendenziell bereits für die Einhaltung essentieller journalistischer Standards, da das BI-Niveau nur für die weichen Merkmale höher ausfällt.

Dennoch kann das Ergebnis auch bedenklich stimmen. Schließlich sollen im Sportressort von Qualitätszeitingen auch sportpolitische Themen bearbeitet werden. Gerade auf dieser Themenebene wurden in den vergangenen Monaten und Jahren durch investigativen Journalismus viele Missstände aufgedeckt. Fundierte Recherchen konnten Korruption und illegale Aktivitäten einzelner Sportfunktionäre großer Sportverbände ans Tageslicht bringen. Gleiches gilt für das Thema Doping, das auch in den vergangenen Monaten durch die Aufdeckung des systematischen russischen Staatsdopings in den Blickpunkt rückte. Es ist erscheint daher sinnvoll, die genannten Aspekte in weiterführenden Studien expliziter zu untersuchen.

Aus praktischer Perspektive wäre es wohl auch angebracht darüber nachzudenken, wie auch zukünftig die journalistische Behandlung sportpolitischer Themen im Rahmen von Großsportereignissen sichergestellt wird, wenn der Hauptfokus in diesem Ressort zunehmend auf der Unterhaltungsfunktion liegt und Human-Interest-Themen die Schlagzeilen bestimmen. An dieser Stelle gibt es durchaus Berührungspunkte mit der Funktion der Meinungsbildung und der Herstellung eines öffentlichen Diskurses, weshalb ein derart hoher Anteil an Artikeln mit einem Human-Interest-Fokus wie im Rahmen der Berichterstattung über die EM 2008 mit Vorsicht betrachtet werden sollte.

Inwieweit sich der Anteil an sportpolitischen Themen in den vergangenen Jahren bereits zurückentwickelt hat, ist fraglich. Das Ergebnis dieser Arbeit gibt darüber kein eindeutiges Bild ab, da der Fokus durch die Konzentration auf Europameisterschaften vermehrt auf anderen Themen lag. Um dies nachhaltig beantworten zu können, müsste der Untersuchungszeitraum auch auf Zeiträume außerhalb der großen Turniere gelegt werden. Einen Bedarf zur Anschlussforschung offenbart ebenso der Vorschlag hinsichtlich der harten und weichen Boulevardisierungsvariablen, dessen Einordnung in nachfolgende Untersuchung verifiziert werden müsste. Ebenso wäre es interessant zu untersuchen, wie sich die Tendenz einer Boulevardisierung

übergreifend über alle Sportarten in diesem Ressort zeigt, um den verifizierten Boulevardisierungstrend stellvertretend für das gesamte Sportressort der Süddeutschen Zeitung ansehen zu können. Der Fokus dieser Arbeit lag hingegen lediglich auf der Fußballberichterstattung, was Limitationen offenbart. Hinsichtlich der Fußballberichterstattung im Rahmen einer Großveranstaltung kann jedoch festgehalten werden, dass der Sportjournalist Tilmann Mehl mit der eingangs dargelegten These durchaus Recht behält. Denn zumindest vor dem Hintergrund der genannten Einschränkungen konnte seine Annahme hinsichtlich einer „voranschreitenden Boulevardisierung“ bestätigt werden

Literatur

- Buarque, D. (2015). One Country, Two Cups – The International Image of Brazil in 1950 and in 2014: A Study of the Reputation and the Identity of Brazil as Projected by the International Media During the Two FIFA World Cups in the Country. *International Journal of Communication*, 9, 1300-1318. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3351>
- Becker, P. (1983). Sport in den Massenmedien. Zur Herstellung und Wirkung einer eigenen Welt. *Sportwissenschaften*, 13, 24-45.
- Bertling, C. (2008): *Unterhaltung durch Sport und Medien - eine Analyse der Darstellung des Sports als nicht-fiktives Unterhaltungsangebot in der Bundesrepublik Deutschland* (Unveröffentlichte Dissertation). Deutsche Sporthochschule Köln, Deutschland. Zugriff am 21.02.2018. Verfügbar unter http://e-sport.dshs-koeln.de/87/1/Doktorarbeit_Bertling_ZB.pdf
- Brosius, H.-B., Haas, A. & Koschel, F. (2012). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung* (6., erweiterte und aktualisierte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Donsbach, W. & Büttner, K. (2005). Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. *Publizistik*, 50, 21-38.
- Dulinski, U. (2003). Sensationsjournalismus in Deutschland. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Esser, F. (1999). Tabloidization of News. A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, 14, 291-324.
- Früh, W. (2017). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 9., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK.
- Görner, F. (1995). *Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin: Vistas Verlag.
- Hackforth, J. & Schaffrath, M. (1998): Sportjournalismus im Dritten Jahrtausend. In: J. Hackforth & M. Schaffrath (Hrsg.), *Ein Blick zurück nach vorn* (S. 248-252). Berlin: Sportverlag.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading: Addison-Wesley.
- Kamp, H.-C. (2009). Sport in der Tageszeitung. In T. Horky, T. Schauerte & J. Schwier (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 125-154). Konstanz: UVK.
- Krüger, U. M. (1997). Politikberichterstattung in Fernsehnachrichten. Nachrichtenangebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender 1996 im Vergleich. *Media Perspektiven*, 27, 256-268.
- Landmeier, C. & Daschmann, G. (2011). Im Seichten kann man nicht ertrinken? Boulevardisierung in der überregionalen deutschen Qualitätspresse. In R. Blum et al. (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation: Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (S. 177-191). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Leidenberger, J. (2015). *Boulevardisierung von Fernsehnachrichten. Eine Inhaltsanalyse deutscher und französischer Hauptnachrichtensendungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Loosen, W. (1998). *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Mehl, T. (13. Juni 2016). Löws unmanierlicher Griff. *Westdeutsche Zeitung*. Zugriff am 3. Januar 2017. Verfügbar unter <http://www.wz.de/home/sport/fussball/em/deutsches-team/loews-unmanierlicher-griff-1.2207328>
- Mittermeier, J. (15. Juni 2016). "Löw-Affäre" illustriert eine bedenkliche Entwicklung. *Focus*. Zugriff am 3. Januar 2017. Verfügbar unter http://www.focus.de/sport/fussball/em-2016/em-2016-loew-affleere-zeigt-eine-bedenkliche-entwicklung-auf_id_5633682.html
- Pfetsch, B. (1996). Konvergente Fernsehformate in der Politikberichterstattung? Eine vergleichende Analyse öffentlich-rechtlicher und privater Programme 1985/86 und 1993. *Rundfunk und Fernsehen*, 44, 479-498.
- Schaffrath, M. (2006). *Spitzensport und Sportjournalismus. Empirische Studie zum grundlegenden Verständnis der Beziehungen zwischen zwei Subsystemen und Akteurguppen*. Köln-Pulheim: MedienSportVerlag.
- Scherer, H. (2008). Die Darstellung von Emotionen in der Sportberichterstattung. In T. Schierl (Hrsg.), *Die Visualisierung des Sports in den Medien* (S. 214-240). 2., leicht überarbeitete Auflage. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schmalenbach, H. (2011). *Qualität im Sportjournalismus. Entwicklung eines Konzeptes zur Beurteilung des Sportressorts im Print* (Unveröffentlichte Dissertation). Technische Universität München, Deutschland.
- Stiehler, H.-J. & T. Horky (2009). Themen für Sportjournalisten. In T. Horky, T. Schauerte, J. Schwier, & DFJV (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 63-78). Konstanz: UVK.
- Tewes, G. (1991). *Kritik der Sportberichterstattung. Der Sport in der Tageszeitung zwischen Bildungs-Journalismus, Unterhaltungs-Journalismus und „1:0-Berichterstattung“ - Eine empirische Untersuchung*. Düsseldorf: Universität Düsseldorf.
- Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Wipper, H. (2003). *Sportpresse unter Druck. Die Entwicklung der Fußballberichterstattung in den bundesdeutschen Medien. Eine komparative Studie am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaften 1990 und 1998* (Unveröffentlichte Dissertation). Universität Berlin, Deutschland.
- Wiske, J. (2017). *Die Elite: Die Bedeutung der Live-Berichterstattung im deutschen Spitzensport aus der Sicht von Sportjournalisten*. Köln. Herbert von Halem Verlag.