

Hans Leyendecker | **Klebrige Nähe**

Anmerkungen zur Korruption im modernen deutschen Sportjournalismus

Der Begriff Korruption wird im Sportbetrieb häufig und manchmal auch ungenau verwendet. Das Wort, das Horst Eberhard Richter einst mit »ars corrumpendi« übersetzte, ist offenkundig auch ein Kampfbegriff: Korrupt ist immer der andere.

Generell wird Korruption mit Schmutz, Fäulnis und Verderbtheit der Sitten gleichgesetzt. Das Wort »corruptio« bezeichnete in der katholischen Kirche und vor allem in den Bekenntnisschriften der Reformation die Erbsünde. »Meyers neues Lexikon« erklärt den Begriff mit Bestechung und allgemeinem moralischen Verfall. Das Wort hat also verschiedene Inhalte, je nachdem, wer es in welchem Zusammenhang gebraucht. Es ist sinnvoll, drei Begriffe von Korruption zu unterscheiden:

- **Strafrechtler** verstehen unter Korruption Handlungen, die sie unter die entsprechenden Paragraphen des Strafgesetzbuches subsumieren können. Korruptionstatbestände finden sich in den Paragraphen 108 (Abgeordnetenbestechung), 299 (Bestechlichkeit und Bestechung im geschäftlichen Verkehr), 331 (Vorteilsannahme), 332 (Bestechlichkeit), 333 (Vorteilsgewährung), 334 (Bestechung), 335 (Besonders schwere Fälle der Bestechlichkeit und Bestechung). Die Freiheitsstrafe kann bis zu zehn Jahren Haft bedeuten.
- **Politikwissenschaftler** definieren Korruption gern als »Missbrauch eines öffentlichen Amtes, einer Funktion in der Wirtschaft oder eines politischen Mandats – zugunsten eines anderen, auf dessen Veranlassung oder Eigeninitiative, zur Erlangung eines Vorteils für sich oder für einen Dritten«. Korruption ist, zusammengefasst, der Missbrauch eines öffentlichen Amtes zu privaten Zwecken. Sie führt nach Meinung des Soziologen Karl Rennstich unweigerlich »zu einer Verletzung der Normen, der Pflicht und der Wohlfahrt«.
- **Sozialwissenschaftler** verstehen unter Korruption auch – in einem recht weit gefassten Sinn – das Aufgeben eigener Auffassungen gegenüber einem Inhaber der Macht. Danach ist beispielsweise derjenige korrupt, der, um vorwärts zu kommen oder um seinen Status zu verbessern, gegen die eigene Überzeugung die wissenschaftliche Meinung derjenigen stützt, die die Fäden seiner Karriere in der Hand halten.

Zum Instrumentarium gehört, darauf hat der Speyerer Korruptions-
experte Hans Herbert von Arnim hingewiesen, »die berühmte Schere
im Kopf von Journalisten«. Also jener Berichterstatter, die die »Wün-
sche ihrer Oberen bereits internalisiert« hätten. Beim Versuch, das
Reich der Korruption auszumessen, geht es auch um Fragen des Be-
rufsethos von Journalisten.

Tägliche Verlockung

Der Bürger stellt sich den guten Journalisten als unbestechlichen und
nur der Wahrheit verpflichteten Chronisten vor. Viele sind es, manche
aber nicht. Mittlerweile gibt es »viele Spielarten von Bestechung und
Bestechlichkeit im Journalismus«, schrieb Adolf Theobald, ein Kenner
der Branche. An komplizierten Verstrickungen zwischen Politikern,
Wirtschaftsführern, Werbeindustrie, Sportmanagement und Journalis-
ten ist kein Mangel. Manchmal geht es um Sponsoring, manchmal um
Geld oder um Einfluss. Ob »die viel beklagte Schere im Kopf« nicht oft
»eher ein Sofa im Kopf« sei, hat der Politikjournalist Jürgen Leinemann
in seinem Vortrag auf der Jahrestagung des Netzwerks Recherche im
Jahr 2005 gefragt. Mit dem Bild von einem »Schmiergeld namens
Nähe« überschrieb vor mehr als einem Jahrzehnt der Journalist Peter
Zudeick eine Philippika gegen die Enge, die es schwer mache, die Rol-
len zwischen Amtsträgern und Journalisten trennscharf auseinander
zu halten.

Korruption gibt es in allen Teilen des Journalismus. Unternehmen las-
sen Wirtschaftsjournalisten Reden für die Hauptversammlung schrei-
ben. Sie werden zwar dann nicht gehalten, aber die Journalisten kassie-
ren für den Entwurf Summen von 10.000 Euro und mehr. Dann
berichten dieselben Journalisten über die tatsächlich gehaltene Rede.
Gern auch geben Redakteure gestandenen Managern auf Seminaren
Tipps, wie sich diese gegen Journalisten wehren können. Das hat für
die Manager zumindest den Vorteil, dass solche Redakteure nie mehr
ein kritisches Wort über sie berichten können.

Die enge Symbiose, in der viele Reisejournalisten und Reiseveranstal-
ter leben, ist schon auf vielen Medien-Kongressen beschrieben worden.
Auch lädt die Industrie gern Autojournalisten in südliche Gefilde ein,
um neue Modelle zu testen, Flug und Fünf-Sterne-Hotel inbegriffen.
Im Journalismus wird geschnorrt, eingesackt, zugegriffen. Internetsei-
ten wie Journalismus.com oder Pressebedingungen.de veröffentlichen
die Namen von Hunderten deutscher Unternehmen, die Journalisten
Rabatte anbieten. Es genügt ein gültiger Presseausweis, und die Firmen

gewähren Sonderkonditionen. Alle Beteiligten versichern unschuldig, dass durch die Annahme von Geschenken und Rabatten die Berichterstattung nicht beeinflusst werde. Natürlich nicht. Wer würde schon einräumen, dass durch Zuwendungen eine klebrige Nähe entstanden ist? Auch verringert der Kampf um Anzeigenkunden, um neue Erlöse, den Abstand zwischen Text und Inseraten. Der wirtschaftliche Druck in den Verlagen und Sendern ist gestiegen – immer häufiger werden journalistische Arbeit und Werbung miteinander vermengt. Je stärker sich beispielsweise Sender aus der Produktion zurückzögen und private Unternehmen dazwischenschalteten, so der Frankfurter Oberstaatsanwalt und Anti-Korruptionsspezialist Wolfgang Schauensteiner, desto unübersichtlicher werde das Abrechnungssystem, »um so leichter wird das Geschäft für Menschen mit krimineller Energie«.

Die Korruptionslandschaft im Journalismus ist unübersichtlich, aber dem Sportjournalismus kommt nach Ansicht von Fachleuten wie dem Hamburger Kommunikationswissenschaftler Siegfried Weischenberg bei der Zustandsbeschreibung eine besondere Rolle zu, weil »Sportjournalismus der Seismograph des Journalismus ist«.

Miesmacher unerwünscht

Wer die Gegenwart beschreiben will, darf allerdings die Vergangenheit nicht vergessen. Der Sportjournalismus ist auch deshalb besonders gefährdet, weil die Trennung der Rollen in dieser Sparte des Journalismus nicht einmal in der Theorie zweifelsfrei ist. Die Aufgabe der Sportpresse wurde im Jahr 1924 auf dem ersten internationalen Kongress in Paris so definiert: »Die Sportpresse will eine erzieherische Rolle spielen. Ein echter und gemeinsamer Wille beseelt die Sportjournalisten aller Länder, zusammenzuarbeiten für die Verteidigung der sittlichen Werte ihres schönen Berufs. Die Sportjournalisten betrachten die Pflege und Förderung aller der Verständigung und dem Frieden unter den Völkern dienenden fortschrittlichen und erzieherischen Bestrebungen als ihre Hauptaufgabe. (Sie) wollen den Sport seinem höheren Ziel näher bringen, den Menschen besser zu machen und sein Gemeinschaftsgefühl zu wecken. Dem Strebertum wollen die Sportjournalisten Verantwortungsbewusstsein und inneren Adel entgegenstellen.«

Beim Olympia-Bestechungsskandal, als der lange vermutete und von kritischen Journalisten wie dem Briten Andrew Jennings häufig publizierte Stimmenkauf von Mitgliedern des Internationalen Olympischen Komitees (IOC), hier durch den Olympia-Ausrichter 2002 Salt

Lake City, belegt wurde, spielten Journalisten eine zwiespältige Rolle. Jennings' erstes Enthüllungsbuch über das IOC (»The Lords of the Rings«, 1992) wurde von einigen Schreibern in Bausch und Bogen verdammt. Darunter waren David Miller (damals The Times, London), Karl-Adolf Scherer (damals Sport-Informationsdienst, Neuss) und der inzwischen verstorbene Willy Ph. Knecht aus Berlin (NOK-Report). Alle drei waren Träger des Olympischen Ordens des IOC und, neben ihrer »journalistischen« Arbeit, auch für verschiedene Olympiaberber tätig.

Gemeinschaftsgefühl, höheres Ziel, gemeinsamer Wille – das sind für manchen Sportberichterstatter auch heute noch gültige Leitbegriffe. »Viele Sportjournalisten klammern sich verzweifelt an den Glauben, Sport sei eine Art Elysium«, schrieb der BBC-Reporter Declan Hill. »Toy-Department for Men – Eine empirische Studie zum internationalen Sportjournalismus ist der Titel der Dissertation von Sybille Frütel, die im Frühjahr 2005 in einem kleinen rheinischen Verlag erschien. »Spielzeugabteilung für Männer« ist kein schlechter Titel für eine Doktorarbeit.

Wer kritisch fragt, kann rasch zum Außenseiter werden. Wer kritisch schreibt, gilt manchem als Nestbeschmutzer. Denn angeblich sitzen doch alle in einem Boot. Wer den Kurs vorgibt, ist egal. Abstand halten? Warum? Erich Laaser, Frontmann im VDS, dem Verband Deutscher Sportjournalisten, appellierte vor einiger Zeit im VDS-Mitgliedermagazin an die Kollegen, die Organisatoren der Fußball-WM 2006 »mit Respekt« zu behandeln, damit es »störungsfreie Spiele« würden. Die Welt solle »zu Gast bei Freunden« sein. DFB-Nationalmannschafts-Manager Bierhoff forderte im selben Blatt die Sportjournalisten zu einer emotional adäquaten Unterstützung der deutschen Nationalkicker auf. Bierhoff tat auch dies, wie er einleitend verriet, auf Initiative des VDS-Vorsitzenden.

An pikanten und peinlichen Verstrickungen, an Geschichten über kompliziertere Seilschaften zwischen Sportlern und Journalisten ist kein Mangel: Der Journalist, der Sportler, der Verband, der Klub. In keinem anderen Journalismusbereich haben sich so symbiotische Verhältnisse zwischen Akteuren und Beobachtern entwickelt. In dieser Journalistensparte gibt es Fairplay-Preise: Wer wessen Parasit ist, bleibt offen. Miesmacher sind unerwünscht.

Der »Fair-Play-Preis für Sportjournalismus« war Anfang der 90er Jahre mit finanziellen Mitteln der Sparkassen-Finanzgruppe von Josef Hackforth, Professor an der Deutschen Sporthochschule in Köln und dort

Leiter des Instituts für Sportpublizistik, etabliert worden. Hackforth wechselte im Jahr 2000 an die TU München und brachte sein vermeintliches Eigentum, »den Sparkassen-Fair-Play-Preis«, als »persönliches Mitbringsel«, so die Pressemitteilung der TU, von Köln nach München mit. Als Lehrkräfte für den neuen Diplomstudiengang »Sport, Medien und Kommunikation« wurden sogleich »erfahrene und kompetente Persönlichkeiten des Sports« verpflichtet, etwa die in ihrem Sender vor allem für Übertragungen im Biathlon eingesetzte ZDF-Reporterin Christa Haas. Wie der Zufall wollte, wurden darauf in der Hackforth'schen Journalisten-Ehrung ZDF-Reporter, Frau Haas inklusive, für besondere Leistungen bei Biathlon-Übertragungen ausgezeichnet.

Stimmungen statt Stimme

Der VDS lobt alljährlich für seine Mitglieder Journalisten-Preise für Fernsehen und Hörfunk, für Printbereiche in mehrfacher und für Fotografen in noch vielfältigerer Form aus. Das Besondere am VDS-Preis: Er dürfte der einzige in Deutschland sein, für den es keine Ausschreibung für inhaltliche Richtlinien und Kriterien der zu prämierenden Beiträge gibt. Und so nimmt auch keiner daran Anstoß, wenn, zum Beispiel, ein thüringischer VDS-Vorständler als Jury-Vorsitzender die Jury vorwiegend mit fachfremden, aber guten Bekannten, wohlmeinenden Freunden und mit Athleten bestückt, die Gegenstand seiner Berichterstattung sind.

Hauptsache, nah dran. Auftritte des Fernseh-Sportberichterstatters Waldemar Hartmann, egal ob zuletzt bei den Olympischen Winterspielen 2006 in Turin oder im laufenden Fußballbetrieb, sind eine Art Lagebeschreibung. Er ist immer mittendrin, und wie. Er singt mit Oliver Bierhoff und Dietmar Hamann vor der Kamera über »die pure Lust am Leben« und sagt zu Oliver Kahn: »Olli, du bist ja einer, der alles mitgemacht hat. Wir waren zusammen auf dem Marienplatz gestanden nach dem Champions-League-Sieg.« Als »große Familie« definiert ZDF-Reporter Rolf Töpferwien das Verhältnis von Sportbetrieb und Sportjournalismus.

Alle Bereiche im Journalismus haben mit Nähe und Distanz Probleme, aber am stärksten scheinen sie im Sport zu sein. Man kennt sich. Man duzt sich. Man schätzt sich. Und – man braucht sich. »Was Wirklichkeit ist, bestimmen wir, und wer ‚wir‘ sind, bestimmen wir auch«, schrieb Jürgen Leinemann vor einem Jahrzehnt über »Flüsterriesen und vertrauliche Zirkel«. Die »Athleten müssen auch bei sportlichem Totalaus-

fall keine Angst vor verbalen Bodychecks haben. Viel größer ist die Gefahr, dass sie von einem mitfühlenden Reporter in den Arm genommen werden«, heißt es in einem Spiegel-Artikel im Februar 2002. Die Grenzen zwischen kritischer Berichterstattung und Public Relations sind oft nicht mehr auszumachen. Im Sport sei es »zu einer Kumpanei und Komplizenschaft gekommen, die man in anderen Bereichen schlicht als Korruption bezeichnen würde«, schrieb der Sportjournalist Manfred Steffny bereits 1978. Journalisten und Fußballspieler würden »in einem Boot sitzen« erklärte im Frühsommer 2005 Rolf Töpferwien. Nach der 1:4 Niederlage der Fußball-Nationalmannschaft im März 2006 gegen Italien versuchte Jürgen Klinsmann vergeblich, die Medien in sein Boot zu holen. Er lud zu einer Pressekonferenz und sagte: »Wir wollen uns mit euch austauschen. Wir wollen euch einfach einbeziehen in diese Gedanken. Wir sind daran interessiert, eure Meinung zu hören.« Wer ist der Journalist, wer ist der Trainer? Die Krankheit des deutschen Journalismus ist nicht die gepflegte Kampagne, sondern die Verwischung von Grenzen zur Politik, zur Wirtschaft, zum Sportbetrieb, es ist die gegenseitige Instrumentalisierung für eigennützige Zwecke. Was zählt, sind nicht Stimmen, sondern diffuse Stimmungen.

Bierwerber und Duzmaschinen

Die elektronischen Medien beherrschen inzwischen die Szene, und ihre Journalismus-Vertreter treten als Stichwortgeber auf. Der Sportsektor ist längst zur Werbemaschinerie für die Sport-Unterhaltungsindustrie geworden. Nach einer Untersuchung aus dem Jahr 2001 steckten in über 65 Prozent aller Fragen, die ZDF-Sportreporter stellten, eine positive Bewertung. Kritische Fragen könnten die Befragten verprellen. Legendär ist der Dialog zwischen dem ARD-Reporter Waldemar Hartmann und dem damaligen Trainer der deutschen Fußballnationalmannschaft, Rudi Völler, nach dem wenig erregenden Unentschieden zwischen Island und Deutschland beim Qualifikationsspiel für die Europameisterschaft 2004:

Völler: »Die Schärfe bringt ihr doch rein. Müssen wir uns denn alles gefallen lassen?«

Hartmann: »Ich habe doch keine Schärfe rein gebracht.«

Völler: »Ja, du nicht. Du sitzt hier locker und bequem auf deinem Stuhl, hast drei Weizenbier getrunken, du bist schön locker.«

Danach bekam Hartmann einen Werbevertrag von Paulaner und kündigte sechs Tage nach dem Völler-Interview in einer Talkshow an: »Ab morgen trinke ich nur noch Paulaner aus München.«

Früher war es Journalisten wichtig, die Wahrheit zu suchen. Heute ist es wichtiger, seine Wahrheit attraktiv zu gestalten und zu verkaufen. Das Sportereignis wird inszeniert. Was zu journalistischen Perversionen führt: Reizthemen wie Doping oder Stasi-Verstrickungen stören nur. Sie wandern vom Sport in die politischen Magazine, wo sie offenbar weniger Schaden anrichten können. Bei der Biathlon-WM 2004 in Oberhof waren ARD-Sportredakteure am Versuch beteiligt, die vor Ort tätigen Kollegen von Monitor an einer Berichterstattung über Scharen von stasibelasteten Oberhofer WM-Funktionären zu hindern. Ähnliches widerfuhr den ZDF-Aufklärern von Frontal 21 anlässlich der Nordischen Ski-Weltmeisterschaft 2005 in Oberstdorf mit Sportreportern aus dem eigenen Haus.

Viele Journalisten bewegen sich am liebsten in Augenhöhe mit den Mächtigen. Von Kurt Tucholsky, dem großen deutschen Journalisten, stammt der schöne Satz, der deutsche Journalist brauche erst gar nicht mit Geld bestochen zu werden: »Er ist stolz, eingeladen zu sein, er ist stolz, wie eine Macht behandelt zu werden.« Besser kann man die Form der Korruption durch Narzissmus kaum erklären.

Die Selbstverliebtheit der Akteure lässt Unrechtsbewusstsein nur selten aufkommen, und zudem ist in den vergangenen Jahren die Lage eher noch unübersichtlicher geworden. Poschi (ZDF-Moderator Wolf-Dieter Poschmann), Waldi (ARD-Reporter Waldemar Hartmann), Töppi (ZDF-Reporter und Duzmaschine Rolf Töpperwien) sind Verkäufer des Ruhms und werden selbst als Medienstars gerühmt. Bis zu 50.000 Euro bekommen einige der Fernsehreporter für eine Firmen-Präsentation oder für eine Moderation vor ausgewähltem Publikum eines Privatunternehmens. Die Zahlen belegt eine in Fachkreisen zirkulierende Liste einer Agentur in Westdeutschland, die sich auf die Vermittlung von Sport-Promis spezialisiert hat.

ZDF-Poschmann stand jahrelang auf der Payroll des Mineralwasser-Produzenten Gerolsteiner, der es mit seinem Profi-Team in die Königsklasse des Radsports geschafft hat. Als vor der Tour de France 2005 zwei freie Journalisten Poschmann auf dessen Bestellung hin Exklusiv-Informationen über Doping lieferten, blendete der Frontmann des ZDF-Sports ausgerechnet jenes Material aus, das seinen Gönner Gerolsteiner belastete – aus rein fachlichen Gründen, wie er später behauptete. Inzwischen bestätigte ein Münchner Gericht ein öffentliches Interesse an der Berichterstattung über den Fall Poschmann und die besondere Erwartungshaltung, die es gegenüber Vertretern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gebe. ZDF-Intendant Markus Schächter

hat in einem Stern-Interview als Lehre aus der Causa Poschmann/Gerolsteiner immerhin eine kritischere Prüfung von Nebentätigkeits-Anträgen zugesagt, vor allem mit Blick auf eine eventuelle Beeinträchtigung journalistischer Standards: »Was auf keinen Fall angeht, ist, dass mein Kollege Wolf-Dieter Poschmann in eine Linie mit den ARD-Journalisten Emig und Mohren gebracht wird. Seine Moderationen bei Gerolsteiner waren regulär beantragte und genehmigte Nebentätigkeiten. Seine journalistische Unabhängigkeit wurde dadurch nicht beeinträchtigt.«

Der Sponsor als Berichterstatter

Manchmal läuft es wie geschmiert. Die Branche tat erstaunt, als im Jahr 2005 die Sportjournalisten Jürgen Emig (Sportchef des Hessischen Rundfunks) und Wilfried Mohren (Sportchef des Mitteldeutschen Rundfunks) ins Visier von Staatsanwaltschaften rückten. Beide saßen eine Weile in Untersuchungshaft, und das Erstaunlichste war das Erstaunen der ARD-Oberen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind laut Selbstanspruch ein Hort von demokratischer Kontrolle und Unabhängigkeit, aber die Wirklichkeit stellt sich anders dar. So unterschiedlich die Fälle Mohren und Emig in den Details sind, so ähnlich ist das Muster: Wer im gebührenfinanzierten Fernsehen mit Randsportarten ins Programm wollte, war gut beraten, an Firmen zu zahlen, die irgendwie mit Mohren und Emig in Verbindung standen. Bei Sportübertragungen wurden Agenturen zwischengeschaltet. Emig und Mohren kassierten heimlich mit. Die Strafverfolger, die an Abschlussverfügungen basteln, stützen sich bei ihren Ermittlungen auch auf Aussagen von Zeugen, die sich über unsportliche, unappetitliche Praktiken schon früher beschwert hatten und denen in den Sendern keine Beachtung geschenkt worden war.

Die Maßstäbe sind verrutscht. Grenzen zwischen Information und Kommentar, Unterhaltung und Werbung werden verwischt. Ob wahr oder unwahr, ob wesentlich oder unwesentlich, ob Meinung oder Wirklichkeit, ob behauptet oder tatsächlich – das alles spielt keine Rolle mehr. Nur in der Theorie stehen den Sportfunktionären und Vereinsmanagern völlig unabhängige Journalisten gegenüber, die auch wirtschaftliche Prozesse und Hintergründe des Sportbetriebs sichtbar machen sollen. Sie sollen den Mächtigen auf die Finger gucken, sie kontrollieren. Dass jemand wie Franz Beckenbauer, die Fleischwerdung des totalen Sponsorings, als Kolumnist zum Griffel greifen darf, ist die Kapitulation des Medienbetriebs.



Präsentator? Journalist?
Stichwortgeber?
Duzbruder?
ARD-Sportkoordinator
und Ullrich-Biograf
Hagen Boßdorf (l.) mit
Radprofi Jan Ullrich.

Im Sportgeschäft zählt zuerst das Fernsehen, erst dann kommt die Presse. Sender kaufen Rechte an Sportereignissen, über die sie dann – meist in Form von Inszenierungen – berichten. »Wenn man das Wort kritischer Sportjournalismus gebraucht«, sagte der TV-Sportreporter Erich Laaser, »glaube ich, dass wir mehr kritische Journalisten in den Printmedien als im audiovisuellen Bereich« finden. Das ist eine argente Unterreibung.

Fast eine Selbstverständlichkeit ist es, dass Protagonisten wie Poschmann als Stadionsprecher aktiv sind. ARD-Sportkoordinator Hagen Boßdorf schrieb eine Biografie des Telekom-Radstars Jan Ullrich. Er moderierte für den Kommunikationsriesen Telekom die Präsentationen des Bonner Radrenn-Teams; außerdem in der VIP-Lounge des Münchner Olympiastadions vor Gästen des Konzerns bei Spielen des FC Bayern. Kreisläufe sind entstanden, die vor einigen Jahren noch unvorstellbar waren. Die ARD sponserte jahrelang die Radprofis vom Team Deutsche Telekom, später T-Mobile, und berichtete dann völlig ungeniert über die Radsportprofis des mit ihr per Sponsorvertrag verbandelten Rennstalls, was zu dollsten Entgleisungen führte. Legendär etwa Boßdorfs Bekenntnis, zwei Tage vor dem Dopinggeständnis von Jan Ullrich: »Sagt die Telekom, es gibt keinen Dopingfall, dann gibt es auch keinen Dopingfall für die ARD.«

Apropos Doping: Im April 2006 zogen alle neun ARD-Landesrundfunkanstalten und ARD-Sportkoordinator Boßdorf gegen den Heidelberger Krebsforscher und Dopingaufklärer Werner Franke vor das Münchner Landgericht (siehe »Olympische Lügen-Rekorde«, Seite 241). Die Streitsache endete mit einem für die ARD etwas merkwürdigen Vergleich, der Franke das Recht zugesteht, folgendes zu sagen: »Jeder darf nun behaupten, dass die Sportjournalisten der ARD das Thema Doping aktiv ausklammern.«

Verdrібbelt im Boulevard

Lichtjahre liegen zwischen dem Sportjournalismus, der nur über das Ergebnis berichtete, und der heutigen Inszenierung von Sportereignissen. Erst der Blick zurück macht klar, wie antiquiert die Fragen nach zuviel Nähe zu einem Unternehmen, einem Klub, nach dem ganz gewöhnlichen Opportunismus von Sportjournalisten sind. Die Grenze zur nächsten Zeitzone ist längst überschritten.

Wenn Bundestrainer Jürgen Klinsmann über Korruption im Sport redet, verwendet er gelegentlich einen Begriff, der in der Literatur fast nie vorkommt: Er spricht von »Informationskorruption«. Klinsmann meint vor allem die Bild-Zeitung und die Nationalspieler. Für die größte europäische Boulevardzeitung ist Fußball lebenswichtig. So wie für den ehemaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder einst »Bild, BamS und Glotze eine Macht« waren, ist im Fußballbetrieb Bild eine Macht gewesen. Keiner soll an dem Blatt vorbeikommen. Früher jedenfalls arbeiteten die Größen des Fußballs – Franz Beckenbauer, Lothar Matthäus und Günther Netzer vorneweg – eng mit Bild zusammen. Bild hatte alle Handy-Nummern der Spieler, die auch bereitwillig Interna ausplauderten. Klinsmann stand Bild als Spieler und als Trainer nicht zur Verfügung. Er will keine Leute in seiner Umgebung, die mit dem Boulevardblatt verbunden sind – auch weil er weiß, dass Informationen, die heimlich gegeben werden, nicht selten eine freundliche Berichterstattung zur Folge haben.

Andererseits gibt es Hinweise, dass die Nähe oft nur vorgetäuscht ist. Im Fußball und Motorsport haben mittlerweile Berater das Sagen – und sie sichern ihre Mandanten ab. Auch Bild hat es schwer, an Exklusives zu gelangen. Das Boulevardblatt hat zwar weiter alle Telefonnummern der Spieler, ja selbst die der Spielerfrauen, doch die Leitung ist mittlerweile oft gestört. Manchem Beobachter ist die Verweigerung der Sportler sogar ein Trost.

Das ABC der Korruption im Sportjournalismus

Anfüttern: Mit kleinen Geschenken fängt es an. Am Anfang der Korruption steht oft die Zuwendung von Vorteilen geringen Werts. Der Team-Manager lädt den Journalisten zum Mittag- oder Abendessen ein. Lokalgrößen werden als Autoren für die vereinseigene Zeitschrift verpflichtet.

Anschein: Was nur dem Aussehen, dem Anschein nach geschieht, ist nicht ganz klar. Die Grenzen zwischen korrekten, mehrdeutigen oder missverständlichen und korruptiven Verhaltensweisen sind nicht trennscharf, sondern eher fließend. Ob eine Besprechung im Dienstzimmer oder bei einer Einladung zum Mittagessen stattfindet, kann für Befangenheit oder Unabhängigkeit bei der Berichterstattung durchaus von Bedeutung sein.

Bewirtungen: Beliebtes Mittel zum Anfüttern. Zulässigkeit und Grenzen von Bewirtungen müssen auch redaktionsintern eindeutig und verbindlich geklärt werden. Dies gilt insbesondere für die Einladung von Vereinsvorständen.

Code of Conduct: International gebräuchlicher Terminus für verbindliche Verhaltensrichtlinien. Im Sportjournalismus nahezu unbekannt.

Dienstleistungen: Das Gewähren oder Empfangen von Dienstleistungen ist ebenso zu bewerten wie das von Geld, Sachgeschenken oder anderen materiellen Zuwendungen. Um diese Gleichbewertung zu gewährleisten, verwendet das Strafgesetzbuch den Begriff Vorteil. Damit ist jede materielle oder immaterielle Zuwendung gemeint, die den Empfänger (in diesem Fall Journalisten) in wirtschaftlicher, rechtlicher oder auch nur persönlicher Hinsicht besser stellt.

Doppelkopf: Das Gebilde hat der deutsche Dichter Christian Morgenstern beschrieben und empfahl es im »Anzeigenteil einer Tageszeitung des Jahres 2407« jedermann zur Anschaffung. Das Ungetüm steht für die Beeinflussung des Medienbetriebs durch Geldgeber. Es funktioniert nach Morgenstern so: »Der künstliche Kopf (K.K.) wird über den natürlichen gestülpt... Man riecht mit dem K.K. feiner und man schmeckt mit dem K.K. differenzierter... Dabei braucht man jedoch nichts von alledem. Man kann die Apparate nämlich einstellen, wie man will, also auch auf tot. Der auf tot eingestellte K.K. ermöglicht ein vollkommen ungestörtes Innenleben... Man isoliert sich im dichtesten Volksgewühl... Die Schädeldedecke (ist) für Annoncen reserviert. Wer klug ist und vorurteilslos, kann durch Übernahme einer geeigneten Großfirmenanzeige unschwer die Kosten eines K.K. herauschlagen, ja noch mehr, durch den künstlichen Kopf auch auf diesem Wege weit leichter Geld verdienen als durch den natürlichen.« Knapper: Wer zahlt, schafft an.

Entscheidungen beeinflussen: Ziel jeder aktiven Korruptionshandlung oder Korruptionsabsicht ist es, Einfluss auf die Entscheidungen des Gegenüber zu gewinnen. Dazu zählt beispielsweise auch der Versuch, einen Journalisten zur Stimmungsmache zu bewegen.

Fan: Das Internet-Lexikon Wikipedia definiert den Begriff Fan als »begeisterten Anhänger einer Person, einer Gruppe von Personen oder einer Sache«. Im Sportbereich wird zwischen »Schlachtenbummlern«, »Hooligans«, »Ultras« und »Tifosi« unterschieden. Was bei Wikipedia und auch in anderen Lexika nicht vorkommt, ist der Fan, der es zum Sportberichterstatter gebracht hat und statt kritischer Begleitung Stimmungsmache betreibt.

Funktionstrennung: Typisches Einfallstor für Korruption ist die Kombination bestimmter Funktionen und Entscheidungskompetenzen bei einer Stelle. Der Journalist, der die Verteilung von Eintrittskarten für Bundesligaspiele an Kollegen übernommen hat, verwischt die Grenzen.

Geschenke: Das Fordern von Geschenken und das Annehmen von Geld- oder Sachgeschenken muss ausnahmslos verboten werden.

Informationskorruption: Der Informant (Sportler, Manager, Berater), der Informationen ausplaudert, wird von dem Journalisten in der öffentlichen Darstellung bevorzugt behandelt. Jürgen Klinsmann verwendet gern den Begriff, um sich von den Bild-Praktiken zu distanzieren.

Interessenkonflikt: Schlüsselbegriff in der Korruptionsprävention. Geschäftliche und private Interessen werden nicht sauber getrennt. Der Sportreporter, der als Anhänger einer Person oder einer Mannschaft auftritt, der mit den Objekten seiner Berichterstattung Geschäfte macht, steckt immer in einem Interessenkonflikt.

Korruption: Wie in den meisten Ländern gibt es auch in Deutschland keinen gesetzlich definierten Begriff Korruption. Im Wesentlichen wird zwischen situativer, fortwährender, struktureller und systematischer Korruption unterschieden. Unter situativer Korruption wird eine Korruptionshandlung verstanden, bei der ein spontaner Willensentschluss vorliegt. Bei der strukturellen Korruption handelt es sich um korruptive Beziehungen. Charakteristisch für die Mehrzahl der Korruptionsfälle ist das Zusammenwirken von zwei oder mehr Tätern – zum eigenen Vorteil, ohne dass ein Opfer unmittelbar erkennbar ist. Den Schaden hat die Allgemeinheit.

Korruptionsbeauftragter: Der/die Korruptionsbeauftragte (manchmal auch Ombudsmann genannt) ist eine zumeist von Unternehmensleitungen bestellte Vertrauensperson, an die sich Mitarbeiter auch vertraulich wenden können, die einen Korruptionsverdacht haben. Der Hinweisgeber bleibt zumeist anonym. Im Bereich des Sportbetriebs gibt es keinen solchen Beauftragten. Den meisten Akteuren fehlt es am Schuldbewusstsein.

Medienkodex: Die Beachtung eines Medienkodex wäre für die Arbeit von Journalisten – auch von Sportjournalisten – segensreich. Die Einhaltung des Kodex des Netzwerks Recherche beispielsweise würde die Anfälligkeiten des Gewerbes für Durchstechereien reduzieren. Unter den zehn Punkten besonders zu beachten: Journalisten berichten unabhängig, sorgfältig, umfassend und wahrhaftig. Sie achten die Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte. Journalisten machen keine PR. Journalisten verzichten auf jegliche Vorteilsnahme und Vergünstigung.

Nebentätigkeiten: Im geltenden Arbeitsrecht dürfen Nebentätigkeiten unter anderem dann untersagt werden, wenn sie den Mitarbeiter in Konflikt mit den Interessen seines Unternehmens bringen können. Sportjournalisten, die für Unternehmen, Vereine oder Sportler arbeiten, befinden sich in einem Konflikt.

Prävention: Leitgedanke jedes Antikorruptionsprogramms ist es, möglichst das Entstehen von Situationen zu verhindern, aus denen sich Korruption entwickeln kann.

Schere im Kopf: Die viel zitierte »Schere im Kopf« gibt es in vielerlei Form: Dabei verzichtet der Journalist bewusst oder unbewusst auf die Vermittlung von Informationen. In letzterem Fall würde er nicht nur den Empfänger der Mitteilung,

sondern auch sich selbst täuschen. Die Schere kann auch ein Synonym für Korruption sein. Wer, um vorwärts zu kommen oder um seinen Status zu verbessern, wichtige Tatbestände verschleiert oder unerwähnt lässt, ist korrupt. Dies gilt insbesondere für Journalisten, die dabei wissentlich gegen die eigene Überzeugung handeln.

Schmiergeld: Der Begriff beschreibt in der Regel kleinere Bestechungszahlungen, die an zumeist subalterne Amtsträger mit dem Ziel geleistet werden, einen Vorgang zu beschleunigen, auf den ein Anspruch besteht. Im Bereich des Journalismus wird seit den neunziger Jahren in diesem Zusammenhang häufig der Begriff »Schmiergeld namens Nähe« zitiert, den der Journalist Peter Zudeick in einer Analyse über den Journalismus in der früheren Bundeshauptstadt Bonn Bonn geprägt hat.

Transparenz: Korruptionsdelikte werden dadurch begünstigt, dass sie unter Ausschluss der Öffentlichkeit geschehen und meist kein identifizierbares Opfer haben. Der wirksamste Schutz gegen Korruption ist Transparenz, die im Bereich des Journalismus durch (selbst-)kritische Medien hergestellt werden kann.

Unabhängigkeit: Grundbedingung für das Vermeiden von Korruptionsrisiken ist die Wahrung der Unabhängigkeit von Dritten, die als Partner einer korruptiven Verbindung in Betracht kommen könnten. Das gilt ganz besonders für Journalisten.

Unter Verwendung einer Zusammenstellung der Anti-Korruptionsorganisation Transparency International, deren deutschem Beirat der Autor angehört.