

*Jonas Schützeneder, Michael Graßl, Maria Lisa Schiavone*

## Heimvorteil Putin? Die mediale Darstellung des russischen Präsidenten während der Fußball-Weltmeisterschaft 2018 – eine Inhaltsanalyse

### *Zusammenfassung*

Egal ob Demokratie, Autokratie oder Diktatur: Für Regierungen der Gegenwart gibt es kaum eine bessere Werbung als die Ausrichtung von sportlichen Großevents im eigenen Land. Vor allem für Autokraten und Diktatoren sind „der Fußball und der mit seiner Hilfe zusätzlich befeuerte Nationalismus ein willkommenes Mittel, um die eigene Größe zu zelebrieren“ (Ehrhart 2014: 189). Der vorliegende Beitrag untersucht deshalb anhand der Fußball-Weltmeisterschaft 2018 in Russland, wie solche Events sportpolitisch wirken und wie sie von Machthabern genutzt werden. Konkret umgesetzt wurde dies anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse, die die Berichterstattung der Deutschen Presse-Agentur (dpa) mit den offiziellen Mitteilungen aus dem Kreml vergleicht. Ein zentrales Ergebnis: Russlands Präsident Putin ist ein großer Gewinner der Weltmeisterschaft – und das, obwohl er während des Turniers kaum zu sehen war.

### *Schlüsselwörter*

Sportpolitik, Eventisierung, Mediatisierung, Politische Kommunikation, Sportjournalismus

### *Abstract*

No matter if democracy, autocracy or dictatorship: There is barely a better promotion than a big sports event in the own country. Especially for autocrats and dictators „football and the so fueled nationalism is an acceptable gift to present und celebrate the own greatness“ (Ehrhart 2014: 189). This article investigates by reference to the Football World Cup 2018 in Russia, how suchlike events appear and how they get used by governments or authorities. These questions are answered with the aid of a qualitative content analysis, which compares the coverage of the German news agency dpa and the official communication by the Moscow Kremlin. One key result: The Russian president Putin is a winner of the World Cup – although he was only marginally present in the public eye during the tournament.

### *Keywords*

sports journalism, sports policy, political communication

## Einleitung

Die großen Sportereignisse wie Fußball-Weltmeisterschaft oder Olympische Spiele begeistern ein Milliarden-Publikum, richten den Fokus auf die austragenden Länder und sorgen für diverse „Feel-Good-Momente“ während der Spiele (Schramm 2012). Dennoch geht die Begeisterung westlicher Länder für eine Bewerbung um eben solche Großereignisse merklich zurück. Vor kurzem verweigerten die Bewohner Calgarys in einem Referendum deutlich die Zustimmung zu einer Bewerbung für Olympische Winterspiele. Auch deutsche Städte (z.B. Leipzig und München) hatten sich in den letzten Jahren deutlich gegen Bewerbungen positioniert. Ungebrochen ist dafür das Interesse autokratischer Staaten und Regime an solchen Sporthighlights. Olympische Spiele in Peking, Fußball-Weltmeisterschaften in Russland und Katar, die Formel 1 in Aserbaidschan – es gibt zur Genüge Beispiele, die die Verflechtung von Sport und politischer Motivation hinter solchen Entscheidungen verdeutlichen.

Im Sommer 2018 wurde dies vor allem anhand der Fußball-Weltmeisterschaft in Russland demonstriert. Von „Putin-Festspielen“ und einer „WM zum politischen Zweck“ war in den Medien zu lesen. Tatsächlich hatte sich der russische Präsident jahrelang intensiv um die Spiele bemüht, dabei keine Kosten und Mühen gescheut. Umso interessanter ist demnach der Rückblick auf die Effekte. Es stellt sich die Frage:

*Wie wurde Putin während der Weltmeisterschaft 2018 medial dargestellt und welche politischen und/oder sportlichen Facetten der Berichterstattung wurden besonders betont?*

Um diese Forschungsfrage anzugehen, wird die Berichterstattung der Deutschen Presse Agentur (dpa) während der Fußball-Weltmeisterschaft (Juni und Juli 2018) mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht. Um einen Quervergleich zu erlangen, werden zusätzlich die offiziellen Pressemitteilungen aus dem russischen Kremlpalast erfasst und ebenfalls ausgewertet. So lässt sich zeigen, wie sich der Präsident durch die eigene Pressestelle selbst darstellen ließ und welche Aspekte die reichweitenstärkste deutsche Nachrichtenagentur aufgriff. Im Rahmen des Aufsatzes werden zunächst die Spannungsverhältnisse von Politik und Sport in der Gegenwart skizziert. Ein besonderer Schwerpunkt liegt hier im Blick auf autokratische Staaten und Regierungschefs, die Umsetzung und Effekte von sportlichen Großereignissen in solchen Ländern. Die disziplinäre Verortung des Beitrags ist daher wichtig: Es ist entscheidend, die Hintergründe und Verflechtungen aus Sicht der Politikwissenschaften zumindest zu verstehen, die Untersuchungsanlage und der Blick auf die Forschungsfrage selbst ist jedoch geprägt von der Kommunikationswissenschaft und der Journalistik. Es steht konkret die Frage im Raum, wie Putin als Gastgeber der

Weltmeisterschaft 2018 medial dargestellt wurde. Genau hier ist auch eine Forschungslücke zu sehen. Denn: Jedes Fallbeispiel, so wie hier konkret anhand der Weltmeisterschaft 2018, kann helfen, einen größeren Kontext (hier u.a. das Zusammenspiel von Sport und Politik und die Bedeutung sportlicher Großereignisse) exemplarisch nachzuzeichnen und so zu verstehen.

## **Sportereignisse als internationaler Treffpunkt**

Es gilt nicht nur für Deutschland: Fußball ist in nahezu allen Staaten eine der (oder die) populärste(n) Sportart(en). Kein Wunder also, dass im Zweijahrestakt von Welt- und Europameisterschaft die Bevölkerung selbst bei größtem Desinteresse nicht am Thema Fußball, den Ergebnissen und emotionsgeladenen Bildern vorbeikommt. Fußballturniere sind „common meeting ground“, eine Art internationaler Treffpunkt für Milliarden von Menschen (Holtz-Bacha 2006: 6) und deshalb weit mehr als ein sportlicher Wettkampf zwischen Nationalmannschaften. Durch die intensive Berichterstattung wird das Turnier zu einer Art „affektiver Bindung“ zwischen der Bevölkerung und der Mannschaft, was nicht zuletzt der deutsche Titel 2014 und die Heim-Weltmeisterschaft im Jahr 2006 demonstriert haben. Studien aus der Werbe- und TV-Forschung belegen zudem, dass Fußball-Turniere gesellschaftsübergreifend wahrgenommen werden: Die Besonderheit liegt darin, dass die Übertragung der Spiele alle Schichten der Gesellschaft fast komplett unabhängig von Geschlecht, Alter, Bildung oder Vermögen anspricht. Es „lassen sich keine Zielgruppen ausfindig machen, die sich den Übertragungen der Weltmeisterschaft systematisch entzogen haben“ (Kessler/Gerhard 2017: 210).

Zwischen den Organisatoren der großen Verbände, den Spitzenpolitikern und der breiten Fanbasis nehmen die Medien in dieser Konstellation eine entscheidende Vermittlerposition ein: Sie sammeln und publizieren Informationen, Emotionen und Meinungen, sind damit der wichtigste Stakeholder für die Organisatoren (Starke et al. 2018: 98). Denn schließlich gibt es für sportliche Großereignisse nicht nur Begeisterung: Zuletzt haben sich zahlreiche große Nationen (z.B. in Kanada und Deutschland) in Referenden gegen Bewerbungen für Olympische Spiele ausgesprochen. Auch hier kann die mediale Berichterstattung (z.B. über die Kosten, ökologische Folgen etc.) eine bestimmte Stimmung, hier in Form einer Ablehnung, bewirken (Schallhorn 2017). Schallhorn (2018: 92) spricht von einer Art „Kultivierung“, die meint, dass „die Medienberichterstattung während eines Sportereignisses, das in einem Zeitraum von mehreren Wochen stattfindet, Vorstellungen zur sozialen Realität anderer Länder prägen kann.“ Aus genau dieser Perspektive wird deutlich, warum gerade autokratische Regierungen in letzter Zeit so großes Interesse an Sportereignissen haben.

eignissen gezeigt und dafür viel Geld investiert haben. Die Fußball-Weltmeisterschaft 2018 fand in Russland statt, 2022 richtet sie Katar aus. Aserbaidschan, China und Bahrain stehen auch 2019 wieder im Rennkalender der Formel 1. All diese Vorgänge tauchen in der medialen Berichterstattung regelmäßig auf, innerhalb der Politikwissenschaften waren sie längere Zeit – wenn überhaupt – nur Randthema: „Der politikwissenschaftliche Erkenntnisstand zum Sport beschränkt sich im Wesentlichen auf das ‚reflektierte und systematische Erfahrungswissen‘ der sportpolitischen Praktiken der Sportselbstverwaltung und der öffentlichen Sportverwaltung sowie auf einer Reihe von ‚Einzelfall-Analysen‘ (z. B. aktuelle sportpolitische Ereignisse)“ (Güldenpfennig 2003: 165). So gesehen kann dieser Aufsatz an dieser Stelle zumindest als Fallstudie einen Beitrag zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung liefern.

## Die Weltmeisterschaft als Bühne der Politik

Für die Regierungen gibt es schließlich kaum eine bessere Werbung: Denn schon seit langem sind für Autokraten und Diktatoren „der Fußball und der mit seiner Hilfe zusätzlich befeuerte Nationalismus ein willkommenes Mittel, um die eigene Größe zu zelebrieren“ (Ehrhart 2014: 189). Die Stimmung innerhalb des Landes ist maßgeblich mit der Politik verknüpft. Bei guter Stimmung hilft das im Normalfall der Regierung. Unter dem Schlagwort Public Mood wird die Bedeutung und Auswirkung eines sportlichen Ereignisses für die Politik deutlicher: „Gut gelaunte Wähler beurteilen Politiker und Parteien positiver, sie lassen sich eher von Gefühlen leiten und investieren weniger Zeit ihr Urteil mit Informationen zu stützen“ (Zeh/Hagen 2006: 197). Umso wertvoller sind solche Großereignisse und gute Stimmung im Land, wenn innen- oder außenpolitisch Probleme vorherrschen. Sport ist dann eine willkommene Abwechslung, liefert positive Schlagzeilen in den Medien und ein schwer zu präzisierendes positives Grundgefühl bei der Bevölkerung: Stolz auf das eigene Land, Stolz auf die eigene Mannschaft, Stolz als Gastgeber international genannt zu werden. Dazu kommen wirtschaftliche Impulse durch Fans aus aller Welt, die weit über touristische Aspekte hinausgehen. Im Idealfall ist ein sportliches Großereignis gleichermaßen Marketing-Strategie und vorgelebte „Eventkultur“ (Ihle 2017: 6).

Getrieben durch die Ökonomisierung des Sports ist dieser längst zu einem gesellschaftlichen Teilsystem geworden, das über den reinen sportlichen Wettbewerb hinaus große Strahlkraft besitzt. Die Politik kann es sich schlicht nicht mehr erlauben, Sport nicht in eigene Strategien einzubeziehen. Stattdessen wird seit Jahren konsequent versucht, den Leistungssport als Marketing in eigener Sache zu integrieren (Mittag/Nieland 2007: 19). Die Fernseh-Übertragungen von wichtigen Weltmeister-

schaftsspielen schwenken regelmäßig auf die Tribünen, fangen Jubel und Enttäuschung der anwesenden Politiker ein. Für die ist das eine perfekte Bühne: Man zeigt sich emotionaler als sonst, nahbarer inmitten eines Publikums und (gefühl) von einer privaten Seite beim Besuch eines Sportereignisses. Diese Strategie geht meist auf: Studien zeigen, dass es tatsächlich positive Auswirkungen auf die politischen Umfragen gibt (Hagen et al. 2003).

## Fußball und Eishockey: Putins sportliche Mediokratie

Diese und weitere Auswirkungen kennt auch Russlands Präsident Vladimir Putin, der sich jahrelang um die Fußball-Weltmeisterschaft bemüht hatte. Putins Aufstieg vom ehemaligen KGB-Offizier zum mächtigsten Mann des Landes hängt eng zusammen mit seiner aggressiven Medienpolitik. Angriffe auf regierungskritische Journalisten und die konsequente Einengung der Berichterstattung: Russlands Präsident verwandelte sich und das Land konsequent in eine auf Putin vollständig zentrierte „Mediokratie“, die den Präsidenten im In- und Ausland als starken Mann präsentiert (Stegherr 2018: 286). Putins Regierung hat nahezu alle institutionalisierten Vetomächte beseitigt oder maximal eingeschränkt.

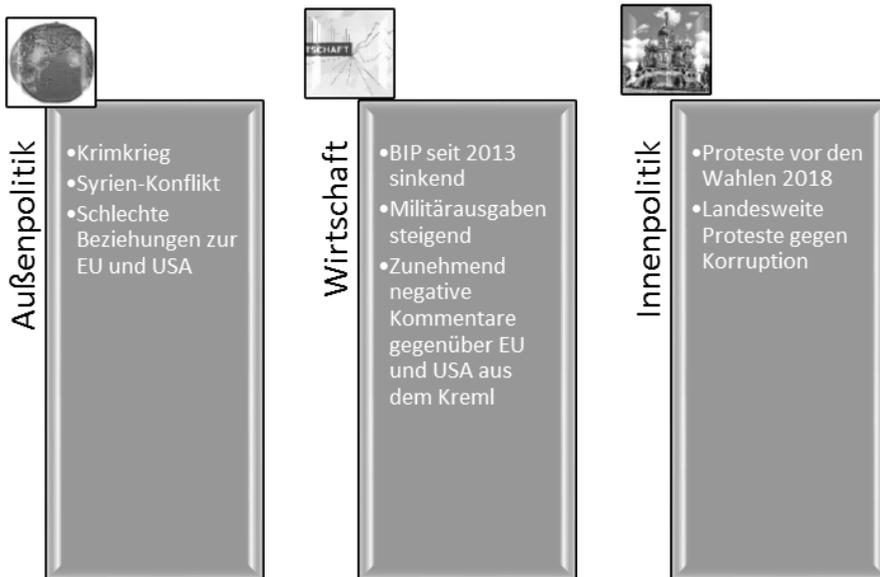


Abbildung 1: Politische Konstellation im Zeitraum der Weltmeisterschafts-Bewerbung (eigene Darstellung, Wirtschaftsdaten von World Bank 2019)

„An die Stelle von prozeduraler Konfliktlösung, von zweckrationaler bürokratischer Organisation und formalisierten Entscheidungsprozessen sind persönliche Loyalitäten und messianische Erwartungen getreten“ (Heinemann-Grüder 2015: 568). Zudem integriert Putin seit Jahren konsequent den russischen Leistungssport in seine Kommunikationsstrategie. Vor allem Fußball und Eishockey stehen dabei im Vordergrund (Beichelt 2017: 539). Man muss außerdem den gesamtpolitischen Kontext in den Jahren vor 2018 sehen, um zu verstehen, wie wichtig die Weltmeisterschaft 2018 in Russland für Putin war.

Außenpolitisch war die Großmacht durch die Konflikte in Georgien, Ukraine und im Besonderen auf der Krim zunehmend isoliert, die Wirtschaft schwächelte in der Folge deutlich und im Inland wurden die Proteste allmählich lauter. Putins Strategie in schwierigen innenpolitischen Situationen war keine Premiere: Außenpolitische Provokationen sollten innenpolitische Unruhen langsam ersticken und die eigene Position als Präsident und militärischer Oberbefehlshaber stärken. Die Annexion der Krim und die russische Einflussnahme im Syrien-Konflikt verfolgten vor allem eine Idee: Die Krisen konnte der Westen nur mithilfe und in Zusammenarbeit mit Russland lösen, Putin wurde damit zwangsweise gestärkt (Lamprecht/Ullrich 2016: 264 ff.). Genau das verdeutlicht auch der Blick auf die Zustimmungswerte für Putin.



Abbildung 2: Zustimmung für Putins Politik in der russischen Bevölkerung (eigene Darstellung mit Daten des russischen Levada-Zentrums<sup>1</sup>).

1 Das Levada- (häufig auch Lewada-) Zentrum in Russland ist ein Meinungsforschungsinstitut und fragt durchgängig nach der Zustimmung zu Putins Politik in Russland.

Die Zusammenstellung unterstützt die Meinung zahlreicher Beobachter aus Journalismus und Wissenschaft, dass außenpolitische Aktivitäten in Georgien, Ukraine und Syrien insgesamt förderlich für Putins Sympathiewerte in Russland waren (Katzenberger 2018; Rüger/Warkotsch 2012: 33 ff.). So gesehen ging der Präsident trotz allen Unmuts aus dem Ausland innenpolitisch gestärkt in das Jahr 2018 und als Gastgeber in das Turnier 2018. An dieser Stelle kommen wir zurück zur eingangs gestellten Forschungsfrage und dem Zusammenhang zwischen Putins Politik und der medialen Darstellung während der Weltmeisterschaft:

*Wie wurde Putin während der Weltmeisterschaft 2018 medial dargestellt und welche politischen und/oder sportlichen Facetten der Berichterstattung wurden besonders betont?*

## Methodische Umsetzung

Zur methodischen Umsetzung dieser Forschungsfrage wurde die qualitative Inhaltsanalyse als Instrument ausgewählt. Diese wird häufig dann genutzt, wenn innerhalb der hypothesengenerierenden Forschung mediale Inhalte „zunächst relativ offen, ohne ein zuvor festgelegtes Kategoriensystem“ untersucht werden sollen (Häder 2010: 335). In der Forschungspraxis gestaltet sich diese Form der Analyse als eine „Kombination aus qualitativen Urteilen über Botschaften, die quantitativ verdichtet und ausgewertet werden“ (Rössler 2010: 18). Anders als im quantitativen Zugang werden hier statt repräsentativer Elemente eher Muster und Hintergründe der Berichterstattung ausgemacht und erklärt.

In Bezug auf die Forschungsfrage wird die Berichterstattung der Deutschen Presse-Agentur (dpa) während der Weltmeisterschaft (Juni und Juli 2018) mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht. Um einen Quervergleich zu erlangen, werden zusätzlich die offiziellen Pressemitteilungen aus dem russischen Kremlpalast erfasst und ebenfalls ausgewertet. So lässt sich zeigen, wie sich der Präsident durch die eigene Pressestelle selbst darstellen ließ und welche Aspekte die reichweitenstärkste deutsche Nachrichtenagentur aufgriff. Die dpa ist als Nachrichtenagentur außerdem in einer besonderen Position: Sie deckt (im Sportressort) nach eigenen Angaben fast 100 Prozent der deutschen Tageszeitungen ab und verzeichnet damit eine große Reichweite. Nahezu alle deutschen Medien bedienen sich bei der dpa, die

---

Dadurch entsteht eine Längsschnitt-Studie auf repräsentativer Basis. Von der Behörde wurde das Institut 2016 als „ausländischer Agent“ eingestuft.

dort publizierten Texte sind also von großer Relevanz und wurden daher als Untersuchungsgegenstand ausgewählt. Beide Informationsangebote, dpa und Kreml-Mitteilungen, wurden im Untersuchungszeitraum (1. Juni bis 31. Juli 2018) auf die folgenden Begriffe durchsucht:

„Putin“, „WM“, „World Cup“, „Fußball“, „Football“, „Weltmeisterschaft“, „WC“, „WM 2018“, „WC 2018“.

Der oben genannte Untersuchungszeitraum liefert bei der Suche insgesamt 26 dpa-Meldungen und 68 Mitteilungen aus dem Kremlpalast. Es war ausreichend, dass nur einer der oben genannten Suchwörter im Text vorkam (Ausnahme: Artikel für den Suchbegriff Putin wurden nur dann genutzt, wenn ein weiterer Begriff aus der Reihe auftauchte und so ein Bezug zum Turnier hergestellt war). Im Anschluss wurden die insgesamt 94 Meldungen zunächst chronologisch erfasst. Um einen aussagekräftigen Quervergleich zu erlangen, wurden im Sinne einer qualitativen Vorgehensweise vier inhaltliche Oberkategorien explorativ ausgearbeitet und im Rahmen eines Pretests überarbeitet. Wie sich aus der Forschungsfrage ergibt, zählen hierzu zum einen die politische und sportliche Dimension der medialen Darstellung Putins.

Zunächst wurden die formalen Kategorien festgehalten (Thema und Titel des Textes, Autor(en), Wörterzahl oder Umfang, Wortanteil Putin und Kreml, Art der Veröffentlichung und Zitation Putins). Darauf folgten konkrete Zuschreibungen zur Weltmeisterschaft als Organisation (z.B. Image Russlands, Gastfreundschaft, Organisation von Spielen, Infrastruktur und Sicherheit). In der dritten Hauptkategorie stand die konkrete Berichterstattung über Putin im Vordergrund (positive/negative Eigenschaften, Fußball-Bezug, FIFA-Bezug, Besuche im Stadion, andere Regierungschefs). In der nächsten Hauptkategorie wurden politische Effekte codiert (politische Maßnahmen Russlands, Beziehung zu anderen Ländern, Hintergründe zur Vergabe). Die letzte Hauptkategorie bildete die sportlichen Facetten (z.B. Russlands Nationalmannschaft, das Verhalten der Fans oder der russische Fußball in der Zukunft) ab. Auf diese Weise wurden in der Software über alle Untersuchungseinheiten hinweg insgesamt 537 Codes platziert und in der Folge ausgewertet. Zur besseren Übersicht wurden im Ergebnisteil alle direkten Zitate jeweils mit dem Quellverweis zur ursprünglichen dpa- oder Kreml-Mitteilung versehen.

## **Ergebnisse:**

### **Putin als sportlicher Gewinner medialer Berichterstattung**

Greift man die bereits angesprochene „Kultivierung“ von Schallhorn (Schallhorn 2018: 92) wieder auf, so lässt sich für die untersuchte Stichprobe feststellen, dass die

Medienberichterstattung während der Zeitspanne der Weltmeisterschaft 2018 tatsächlich nicht nur die Vorstellung von sozialer Realität in Russland, sondern auch das Bild von Präsident Putin sehr stark geprägt hat. Vorab: Der Glücksfall für Putin war der überraschend große sportliche Erfolg der russischen Nationalmannschaft. Also einer der Faktoren, die Putin bei all seinen Mühen und Investitionen im Vorfeld nicht oder nur schwer beeinflussen konnte. Der Kremlchef nahm noch wenige Tage vor dem Eröffnungsspiel in einem Interview gelassen zur Kenntnis, dass die russische Nationalelf zuletzt keine „great results“ erreicht habe (Kreml-Meldung vom 6. Juni) und man so als klarer Außenseiter ins Turnier gehe. In dieser Hinsicht ging Putin vor der Weltmeisterschaft also ein gewisses Risiko ein, welches sich aber auszahlte. Wurde vor dem Turnier noch eine schlimme Blamage für die Russen im eigenen Land befürchtet, konnte sich Putin plötzlich als der tröstende Staatsmann für andere Staatsoberhäupter auf der Tribüne präsentieren (z.B. gegenüber Saudi-Arabiens Mohammed bin Salman nach dem 5:0-Sieg Russlands über dessen Land) und den überraschenden Einzug ins Viertelfinale feiern, wo der Gastgeber erst im Elfmeterschießen am späteren Finalisten Kroatien scheiterte.

Besonders betont wird sowohl in der medialen Berichterstattung, als auch seitens des Kremls, dass die Weltmeisterschaft vor allem ein Prestige-Projekt Putins war. Der Kreml hebt dabei in seinen Mitteilungen sehr viel stärker noch die Ziele dieses „Projekts“ heraus, zum einen die Verbesserung des Images Russlands, zum anderen die Verbesserung der städtischen Infrastruktur und der Aufbau von Sporteinrichtungen. Während der Kreml also die politischen Aspekte betont, wird Putin in der medialen Berichterstattung der dpa insbesondere als sportlicher Gewinner dargestellt. Die erfolgreiche Weltmeisterschaft 2018 wird direkt mit ihm in Verbindung gebracht. Wollte Putin das Turnier als große Chance für sich nutzen, so wie es viele vor der Weltmeisterschaft vermuteten, dann ist ihm das gelungen. Erstaunlicherweise aber nicht auf dem Wege der großen öffentlichen Inszenierung:

„Russland und Wladimir Putin dürfen sich als Gewinner fühlen. Dank makelloser Organisation erhält der WM-Gastgeber höchstes Lob [...]. Auch sportlich befindet sich der Fußball auf dem Weg in eine neue Ära.“

(dpa vom 15. Juli)

Dabei wird Putin eher als bescheidener Teilhaber des Geschäfts geschildert, der sich zurückhaltend und mittendrin in der Prominenz wohl fühlt. Gleichzeitig werden politische Umstände in der reinen Bewertung des Turniers und seiner Folgen ausgeklammert. Stattdessen wird eine fröhliche Atmosphäre vermittelt:

„Rossija, Rossija‘ – auf der Bühne des altherwürdigen Bolschoi-Theaters stimmte Gianni Infantino (Anm.: der FIFA-Präsident) an der Seite von Wladimir Putin den Schlachtruf der russischen Fußball-Fans an. Nicht nur durch die nächste kritiklose Anbiederung des FIFA-Präsidenten bei dem Gala-

Abend darf sich der Gastgeber als großer Gewinner dieser WM der großen sportlichen Überraschungen fühlen. Trotz aller Bedenken zu Hooligans, Sicherheit und der Qualität der Sbornaja vor dem Turnier hat Russland bewiesen, dass es auch das große Fußball-Fest mit mehr als einer Million ausländischer Fans ausrichten kann. „Wir sind froh, dass unsere Gäste alles mit eigenen Augen gesehen haben, dass ihre Mythen und Vorurteile zerbrochen sind“, schwärmte Putin. (dpa vom 15. Juli)

Während des Turniers war Putin hingegen kaum präsent, was nicht nur die Medien etwas verwirrte. „Was macht eigentlich Wladimir Putin?“, fragte Spiegel-Reporterin Christina Hebel kurz nach dem russischen Überraschungssieg gegen die favorisierten Spanier und dem Einzug ins Viertelfinale (Hebel 2018). Und brachte damit die allgemein vorherrschende Überraschung über Putins Verhalten auf den Punkt: Im Stadion war Putin erneut nicht gewesen. Insgesamt wohnte der Präsident nur einem einzigen Spiel „seiner“ Mannschaft bei, dem Eröffnungsspiel gegen Saudi-Arabien. In der Kabine schüttelte regelmäßig Regierungschef Dmitri Medwedew die Hände der siegreichen Spieler, nicht Präsident Putin. Äußerungen zu den Spielen sprach er nicht selbst in die laufenden Kameras, sondern ließ er von Kreml-Sprecher Dimitrij Peskow überbringen:

„Putin gratulierte der Mannschaft zum Erfolg. Der Präsident habe gleich zweimal mit Tschertschessow telefoniert: einmal vor dem Spiel, um ihm Glück zu wünschen, und dann sofort nach dem Spiel, um dem Team zu gratulieren, sagte Kremlsprecher Dmitri Peskow.“ (dpa vom 1. Juli)

Weitere größere Auftritte hatte Putin nur bei der Eröffnungszeremonie und dem Finale samt Siegerehrung. Obwohl Putin also auf Selbstinszenierung im Rahmen der Weltmeisterschaft größtenteils verzichtete, ist er es, der medial als Gewinner abgebildet wird. Als die dpa einen Tag vor dem Finale die Gewinner und Verlierer der Weltmeisterschaft auflistete, war Putin der einzige Nicht-Sportler, der sich zu den Gewinnern zählen durfte. Exemplarisch für die mediale Ummünzung der erfolgreich ausgerichteten Weltmeisterschaft auf Putin hieß es in der Begründung: „Russland hat ein gut organisiertes, störungsfreies und sogar fröhliches Turnier abgehalten.“ (dpa vom 13. Juli). Als Gewinner wurde aber nicht Russland genannt. Der Gewinner ist Putin.

Nicht verwunderlich ist es, dass Putin folglich der politische Akteur ist, der in den dpa-Meldungen mit Abstand am häufigsten zitiert wird. In jeder vierten Meldung findet sich ein wörtliches Zitat Putins (Abbildung 3), wobei sich die Hälfte davon auf seine Worte im Rahmen der Eröffnungsfeier bezieht. Ansonsten gibt es mit Abbildung 3: Anteil von wörtlichen Zitaten politischer Akteure in der untersuchten Stichprobe (dpa-Meldungen), eigene Darstellung.

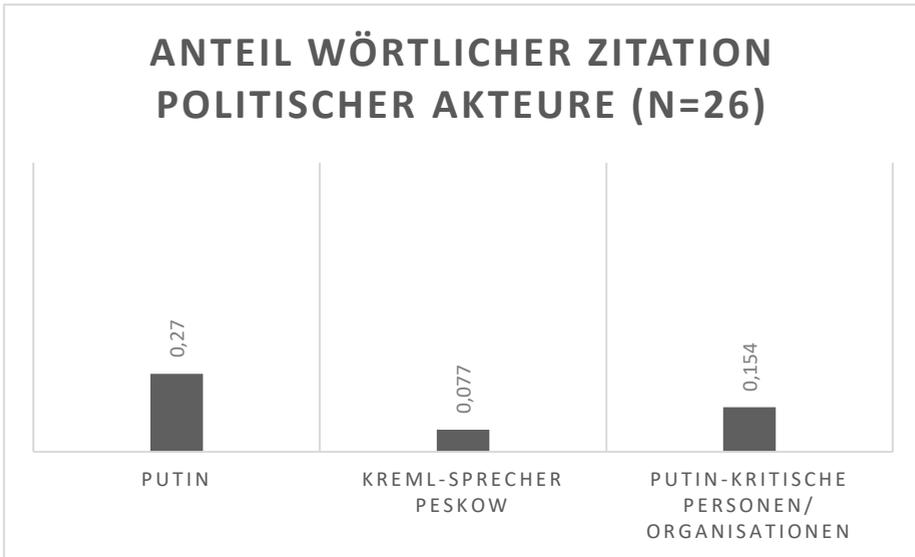


Abbildung 3: Anteil von wörtlichen Zitaten politischer Akteure in der untersuchten Stichprobe (dpa-Meldungen), eigene Darstellung.

Dmitri Peskow nur einen weiteren Akteur aus dem politischen Spektrum, der in der untersuchten Stichprobe der dpa-Meldungen mehr als einmal zu Wort kommt.

Der Kreml-Sprecher bezieht sich in seinen zitierten Aussagen inhaltlich aber immer direkt auf Putin. Eine Putin-kritische Stimme gibt es zumindest in vier der 26 Meldungen. Mit Bill Browder wird nur ein bekannter Kreml-Kritiker wörtlich zitiert. Nur auf der sportlichen Ebene ist in der Berichterstattung ein Akteur gegeben, der in etwa auf Augenhöhe mit Putin zu nennen ist: Russlands Nationaltrainer Stanislaw Tschertschessow. Er erlangte in der Bevölkerung durch den unerwarteten sportlichen Erfolg große Beliebtheit und wurde auch in der untersuchten Stichprobe zum am häufigsten zitierten Sprecher.

Für die dpa hat es nachrichtlich gesehen sogar mehr Relevanz auf einen Nicht-Besuch Putins hinzuweisen, als auf die Kabinettsbesuche von Regierungschef Medwedew. Putins Abwesenheit im zweiten Gruppenspiel der Russen gegen Ägypten wurde von der dpa gar mit einer eigenen Meldung bedacht („Putin bei zweitem Russland-Spiel nicht im Stadion“, dpa vom 18. Juni). Dies darf durchaus als Folge der eingangs formulierten Mediokratie gesehen werden, die Putin gezielt im russischen Sport und somit auch Fußball als starken Mann präsentiert. Putin steht im Mittelpunkt – auch wenn er selbst gar nicht vor Ort ist. Die gewonnene Zeit, die er nicht vor Ort war, verwendete der Präsident darauf, um sich politisch zu positionieren. Dies wird auch anhand der analysierten Kreml-Meldungen klar: Zum einen kommt Putin in 92,6 Prozent (n=63) aller untersuchten dortigen Publikationen direkt vor,

zum anderen spielen dort vor allem politisch motivierte Aspekte eine Rolle. Nur zehn der 68 Kreml-Meldungen befassen sich inhaltlich ausschließlich mit der Fußball-Weltmeisterschaft. Die restlichen Meldungen umfassen Ankündigungen, Interviews oder Gesprächsrunden zwischen Putin und seinen Gästen wie Staatsoberhäuptern oder Regierungschefs, die er im Rahmen der Weltmeisterschaft empfangen hat. Es wird gar nicht erst versucht, eine Nähe zwischen dem sportlichen Treiben und Putin aufzubauen. Der Imagewandel Russlands und die politischen Aktivitäten des Präsidenten bilden den Fokus des Kremls.

## Der politische Schwerpunkt in Putins Darstellung

Putin nutzte das Event Fußball-Weltmeisterschaft also nicht zur öffentlichen Selbstinszenierung, sondern um während der Weltmeisterschaft außenpolitische Schwerpunkte zu setzen. Er begriff das Turnier bewusst als Bühne der Politik, um sich mit einer Vielzahl an verschiedenen Staatsvertretern oder -oberhäuptern zu treffen und sich als in die Staatengemeinschaft integrierter Staatsmann zu präsentieren. Zahlreiche Kreml-Meldungen unterstreichen diese gezielte Inszenierung des russischen Präsidenten. Dazu zählt der Besuch des südkoreanischen Präsidenten Moon Jae-in, der als erstes Staatsoberhaupt Südkoreas nach 19 Jahren Abstinenz erstmals wieder in Russland in Empfang genommen wurde und in der Kreml-Mitteilung vom 22. Juni wie folgt zitiert wird:

„I would also like to use this occasion to congratulate you on the success of the football championship and on the fact that the Russian national team, which has won two matches in a row, was the first to qualify for the last 16 of the World Cup.“  
(Kreml-Mitteilung vom 22. Juni)

Ein anderes Beispiel ist das Treffen mit Frankreichs Präsident Emanuel Macron rund um das Finale, obwohl die westlichen Regierungen die russische Weltmeisterschaft boykottierten. Letztlich wurde das Turnier (laut Kreml-Mitteilung vom 18. Juli) von 25 Staatspräsidenten, sieben monarchischen Repräsentanten und elf Regierungschefs besucht. Exakt die Hälfte der 68 Kreml-Meldungen thematisieren Telefonate oder persönliche Treffen zwischen Putin und den Staatsoberhäuptern, in denen neben Lobbekundungen für die Austragung der Weltmeisterschaft die bilateralen Beziehungen im Vordergrund stehen. Auffällig ist, dass vor allem ihm wohlgesonnene Regierungschefs aus mehr oder minder autokratischen Ländern, darunter Staatsoberhäupter wie Viktor Orbán aus Ungarn, der sudanesischer Präsident Omar al-Bashir oder der neu gewählte Präsident Paraguays, Mario Abdo Benítez, seiner Einladung nach Russland folgten. Der palästinensische Präsident Mahmoud Abbas bezeichnet seinen Besuch im Rahmen der Weltmeisterschaft sogar wortwörtlich als „Excuse“,

um Putin persönlich zu treffen. Zwar nahm die dpa in den in der Stichprobe untersuchten Meldungen keine der Kreml-Meldungen direkt auf. Doch dass sich Putin einer vollen Ehrentribüne – trotz des Boykotts europäischer Staatsoberhäupter – erfreuen konnte, wurde auch dort thematisiert:

„Auf der Tribüne nahmen neben Putin zahlreiche Staatschefs Platz. Westeuropäische Spitzenpolitiker blieben der Eröffnung demonstrativ fern. Sie protestieren damit unter anderem gegen die schlechte Lage der Menschenrechte im größten Land der Erde. Kritiker der WM prangern zudem die überhöhten Kosten des Turniers an.“ (dpa vom 14. Juni)

Nicht nur Putin selbst profitierte in der medialen Darstellung vom sportlichen Erfolg der russischen Fußballer. Wie erläutert werden Großereignisse auch dazu eingesetzt, von Problemen im eigenen Land abzulenken und eine positive Stimmung im eigenen Land zu erzeugen. Dieser Aspekt zeigt sich in den dpa-Meldungen eindeutig abgebildet: Nationaltrainer Tschertschessow schwärmt von der Stimmung und seinem Team („Trainer Tschertschessow bremst die Euphorie – obwohl Präsident Putin ihm aufträgt: ‚Weiter so!‘, dpa vom 14. Juni), Organisationschef Alexej Sorokin spricht von einer nie für möglich geglaubten Stimmung im Land:

„Wir haben das Land auf den Kopf gestellt, das freut uns“, stellte Tschertschessow fest. ‚Ich hätte nicht erwartet, dass eine solche Stimmung das Land ergreifen würde‘, jubelte Alexej Sorokin, Generaldirektor des Organisationskomitees. Kaum einer dürfte zufriedener den sportlichen Hurra-Patriotismus beobachtet haben als Präsident Putin. Er wollte ein Fest der Völkerverständigung, um der Welt zu zeigen, wie gastfreundlich und liebenswert Russland ist. Die starke Leistung der Sbornaja, mit der selbst Kremlstrategen nicht hatten rechnen können, hat seinem Prestigeprojekt WM die richtige Würze verliehen.“ (dpa vom 13. Juli)

Selten wird von der Darstellung einer heilen russischen Fußballwelt abgewichen. Nur einmal wird auf Beobachter vor Ort hingewiesen, die von einer inszenierten Partystimmung im Land ausgehen. Erst gegen Ende der Berichterstattung wird der Ton etwas kritischer, als die Frage nach dem „Wie geht es nach der WM weiter?“ gestellt wird:

„Doch wie bei den Winterspielen von Sotschi 2014, die letztendlich als Olympia des Staatsdopings in die Geschichtsbücher eingehen, sind sich Experten sicher, dass das propagierte Bild der offenen Gesellschaft nicht dauerhaft bestehen bleibt. Was war Fassade, was ist Realität?“ (dpa vom 15. Juli)

Dieser eine Satz verändert das Bild der vorhergehenden, vierwöchigen Berichterstattung aber nur noch wenig bis kaum. Im Rahmen der guten Stimmung im Land wird

die Gastfreundlichkeit der Russen auch in den Kreml-Meldungen immer wieder thematisiert. In der untersuchten Stichprobe der dpa-Meldungen schlägt sich das aber nur gering nieder. Nur zwei der 26 dpa-Artikel greifen diesen Aspekt auf. Aber: Die Gastfreundlichkeit der Russen wird stets in einem positiven Zusammenhang genannt. Neben Sportfunktionären, wie FIFA-Chef Gianni Infantino oder IOC Präsident Thomas Bach bescheinigen auch so gut wie alle zur Weltmeisterschaft gastierenden Regierungschefs der russischen Bevölkerung ihre Gastgeberqualitäten. Von „warm-hearted“ (Thomas Bach, Kreml-Meldung vom 15. Juli), „excellent organization“ (Usbekistans Präsident Mirziyoyev in der Kreml-Meldung vom 24. Juli) oder von „friends with an open heart“ (namentlich nicht genannter Volunteer, der Putin in einer Kreml-Meldung vom 20. Juli trifft) ist dabei die Rede. Die kroatische Staatschefin Kolinda Grabar Kitarovic fühlt sich in dem Gastgeberland nicht nur willkommen, sondern geradezu heimisch: „Our fans and I feel totally at home“ verlautet sie bei einem Treffen mit Putin, noch vor dem Finale in Luschniki (Kreml-Meldung vom 15. Juli). Auch Putin selbst verweist immer wieder auf die Warmherzigkeit seiner Landsleute, welche dem Turnier eine unvergessliche und bis dato unerreichte Atmosphäre von Freundlichkeit, Einigkeit und Mitgefühl beschert habe:

„We prepared responsibly for this major event and did our best so that fans, athletes and specialists could immerse themselves in the atmosphere of this magnificent football festival and, of course, enjoy their stay in Russia – open, hospitable, friendly Russia – and find new friends here, new like-minded people.“  
(Putin in Kreml-Meldung vom 14. Juni)

Neben der Gastfreundlichkeit betont der Kreml vor allem auch die reibungslose Organisation des Wettbewerbs, sowie die damit verbundene Sicherheit im Land, die trotz visafreier Einreise gewährleistet wurde. So wird in den Kreml-Meldungen immer wieder auf die neuen Fan-ID-Tickets verwiesen, mit der die Besucher ohne Visum nicht nur während der Weltmeisterschaft in die russische Föderation einreisen können, sondern sogar noch bis Ende des Jahres 2018 (u.a. Kreml-Meldung vom 16. Juli). Dazu mussten sich alle Ticketinhaber vor der Einreise in einem Online-Portal des Kreml per Ausweis identifizieren. Das visafreie Ein- und Ausreiseverfahren hat sich für den Kreml ausgezahlt und soll sogar bei anderen sportlichen Großereignissen in Russland eingesetzt werden. Dass allerdings rund 3000 ausländischen Fußballfans, die in der Vergangenheit durch „sports event related violations“ in ihren Heimatländern aufgefallen sind, die Einreise verwehrt wurde, wird nur am Rande erwähnt.

Rund acht Jahre lang hat der Kreml das Projekt Weltmeisterschaft vorbereitet, finanziert und durchgesetzt: Neue Stadien wurden gebaut und die urbane wie sportliche Infrastruktur ebenso auf Vordermann gebracht, wie die medizinische Versorgung in und zwischen den Austragungsorten. Um das kostenintensive Erbe der Weltmeisterschaft weitertragen zu können, zahlt der Kreml dafür auch noch Jahre danach

drauf. Der Kreml hat dafür ein Fünfjahresprogramm zur Entwicklung und Erhaltung der im Rahmen der Weltmeisterschaft geschaffenen Infrastruktur ins Leben gerufen. 2024 sollen sich die neu geschaffenen Fußballstadien und Sportanlagen dann selbst finanzieren können:

„We will continue supporting World Cup infrastructure development programmes for five years to help them become self-sufficient by 2024 and serve as centres for the development of the cities, as well as social, business and cultural life.“  
(Putin in Kreml-Meldung vom 20. Juli)

Die Kombination aus Gastfreundschaft und einem Sportereignis, das aufgrund finanzieller, wie politischer Maßnahmen ohne nennenswerte Zwischenfälle abgelaufen ist, trägt somit maßgeblich zu einem medial erzeugten Imagewandel Russlands bei, der zudem Millionen Menschen erreicht, das weiß auch Putin und konstatiert noch am Abend des Finales um 21.20 Uhr Journalisten gegenüber:

„Many foreigners have learned about our culture and our cities, and they have met our open-hearted people. And millions of people – not thousands but millions – have changed their views on Russia. It is an achievement, a big achievement.“  
(Kreml-Mitteilung vom 18. Juli)

## Fazit

Es lässt sich festhalten, dass das Event Fußball-Weltmeisterschaft für Russlands Oberhaupt Putin zu einem medialen Erfolg geworden ist. In der Berichterstattung der wichtigsten deutschen Nachrichtenagentur dpa, die nahezu alle deutschen Tageszeitungen beliefert, wurde Putin als einziger Nicht-Sportler sogar als einer der sportlichen Gewinner der Weltmeisterschaft titulierte. Er wurde zudem nicht nur am häufigsten zitiert, sondern blieb auch weitestgehend von negativer Berichterstattung, z.B. in Form von Kommentaren oder Kritikern, verschont. Sowohl die dpa-Berichterstattung, als auch der Kreml reduzierten die Weltmeisterschaft in Russland dabei immer wieder auf ein „Prestige-Projekt“ Wladimir Putins und rückten den Präsidenten sehr stark in den Mittelpunkt. An dieser Stelle müssen die Befunde allerdings im Sinne der methodischen Reflexion auch transparent eingeordnet werden: Es wurden keinerlei repräsentative Erhebungen über eine große Grundgesamtheit an internationalen oder deutschen Medien durchgeführt, sondern eine qualitative Erhebung, die die Berichterstattung der wichtigsten deutschen Nachrichtenagentur (dpa) mit den offiziellen Meldungen aus dem Kreml verglich. Wie immer bei dieser Form der Analyse stehen eher Hintergründe und Erklärungen für gewisse Facetten der Berichterstattung im Vordergrund. Repräsentative Ergebnisse könnten im Sinne passender

Anschlussforschung über einen quantitativen Zugang jederzeit sinnvoll ergänzt werden.

Dennoch zeigt auch die vorliegende qualitative Umsetzung deutlich, dass Putin als der Gewinner der Weltmeisterschaft hervorgeht und weniger das Land Russland an sich. Interessanterweise legte der Kreml dabei in der Öffentlichkeitsarbeit einen starken Fokus auf die politische Seite. Viele Staatsbesuche, eine Imageänderung Russlands, aber auch der betont reibungslose Ablauf der Weltmeisterschaft waren die Hauptthemen. So sollte Putin nicht als sportlicher Sieger (der er aber trotzdem wurde), sondern als Politiker wahrgenommen werden, der das Land international wieder zu Bedeutung und Anerkennung geführt hat. Dass sich Putin bereits einen Tag nach Ende der Weltmeisterschaft mit Donald Trump traf, passt perfekt in dieses Bild. Dass mit einem erfolgreichen Sportevent aber die Probleme im eigenen Land nicht dauerhaft verschwinden, zeigen die nach der Weltmeisterschaft deutlich stärker gewordenen Proteste gegen die Rentenreform, die die russische Regierung und Putin im Schatten der Weltmeisterschaft eingeleitet hatten.

## Literatur

- Beichelt, Timm (2017): Von der Folgebereitschaft zum Legitimitätsglauben. In: Croissant, Aurel/Kneip, Sascha/Petring, Alexander (Hrsg.): *Demokratie, Diktatur, Gerechtigkeit*. Wiesbaden: Springer VS, S. 527-544. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-16090-6\\_27](https://doi.org/10.1007/978-3-658-16090-6_27)
- Ehrhart, Hans-Georg (2014): *Fußball zwischen Krieg und Frieden. Anmerkungen zu einem fast philosophischen Thema*. S&F Sicherheit und Frieden 32 (3), S. 187-193. <https://doi.org/10.5771/0175-274x-2014-3-187>
- Güldenpfennig, Sven (2003): Sportpolitik. In: Haag, Herbert/Friedrich, Georg (Hrsg.): *Theoriefelder der Sportwissenschaft*. Schorndorf: Hoffmann, S. 165-200.
- Häder, Michael (2010): *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung*. (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Hagen, Lutz/Zeh, Reimar/Müller-Klier, Maike (2003): Fußball in den Medien, Public Mood und wie der Acker dann doch noch gewann. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 264–281. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-80461-7\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-322-80461-7_13)
- Hebel, Christina (2018): *Was macht eigentlich Wladimir Putin?* <http://www.spiegel.de/sport/fussball/wm-2018-was-macht-eigentlich-wladimir-putin-a-1216227.html>. (Zugriff 1. April 2019).
- Heinemann-Grüder, Andreas (2015): Putins Krieg im Osten: Beschwichtigen oder abschrecken? In: *Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik* 8 (4), S. 573-588. <https://doi.org/10.1007/s12399-015-0535-z>
- Holtz-Bacha, Christina (2006): Fußball – Fernsehen – Politik. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Fußball – Fernsehen – Politik*. Wiesbaden: Springer VS, S. 5-21. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-90014-8>

- Ihle, Holger (2017): Die Fußball-WM 2014 in Brasilien als Sportgroßveranstaltung – kommunikations- und politikwissenschaftliche Zugänge. In: Ihle, Holger/Meyen, Michael/Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Globales Mega-Event und nationaler Konfliktherd. Die Fußball-WM 2014 in Medien und Politik*. Wiesbaden, Springer: VS, S. 3-27.
- Katzenberger, Paul (2018): *Das Kreml-Kollektiv*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/putins-machtzirkel-das-kreml-kollektiv-1.3933848>. (Zugriff 1. April 2019).
- Kessler, Bernhard/Gerhard, Heinz (2017): Die Fußball-Weltmeisterschaft 2014 als zielgruppenübergreifendes (Fernseh-) Ereignis. In: Ihle, Holger/Meyen, Michael/Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Globales Mega-Event und nationaler Konfliktherd. Die Fußball-WM 2014 in Medien und Politik*. Wiesbaden: Springer VS, S. 185-211.
- Lamprecht, Vera/Ullrich, Lisa (2016): Perfekter Sturm oder neuer Kalter Krieg? Ein Bericht über die 52. Münchner Sicherheitskonferenz. In: *Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik*, 9 (2), S. 263-270. <https://doi.org/10.1007/s12399-016-0566-0>
- Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (2007): *Das Spiel mit dem Fussball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext.
- Rössler, Patrick (2010). *Inhaltsanalyse*. (2. Aufl.). Konstanz: UVK.
- Rüger, Carolin/Warkotsch, Alexander (2012): Russland unter Medwedew und Putin: Gegner oder Partner des Westens? In: KFIBS e. V. (Hrsg.): *Transatlantische Perspektiven für die Ära Obama: Aufbruch zu neuen Ufern oder „business as usual“?*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 325-342. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-24672-3\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-658-24672-3_15)
- Schallhorn, Christina (2017): *Kultivierung durch Sportereignisse. Zum Einfluss der Medienberichterstattung über die Fußballweltmeisterschaft 2014 auf die Wahrnehmung des Gastgeberlandes Brasilien*. Köln: Halem Verlag. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0418-0>
- Schallhorn, Christina (2018): Zwischen Karneval und Korruption: Wie die Rezeption der Fußballweltmeisterschaft 2014 und der Olympischen Spiele 2016 in Brasilien die Wahrnehmung des Gastgeberlandes beeinflusst. In: H. Schramm, Holger/Schallhorn, Christina/Ihle, Holger/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Großer Sport, große Show, große Wirkung? Empirische Analysen zu Olympischen Spielen und Fußballgroßereignissen*. Köln: Halem Verlag, S. 74-97.
- Schramm, Holger (2012): Stimmung und Lebenszufriedenheit von Sportzuschauern. In: Strauss, Bernd (Hrsg.): *Sportzuschauer*. Göttingen: Hogrefe, S. 123-139.
- Stegherr, Marc (2018): Die ‚Demokratie‘ Putins und die russischen Medien. In: Stegherr, Marc (Hrsg.): *Der neue Kalte Krieg der Medien. Die Medien Osteuropas und der neue Ost-West-Konflikt*. Wiesbaden: Springer VS, S. 283-345. <https://doi.org/10.1007/s11616-019-00494-2>
- Starke, Christopher/Lünich, Marco/Marcinkowski, Frank/Dosenovic, Pero/Fleming, Felix (2018): Zwischen Politik und Sportlerleben: Der Umgang des deutschen Fernsehens mit den Olympischen Spielen 2016. In: H. Schramm, Holger/Schallhorn, Christina/Ihle, Holger/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Großer Sport, große Show, große Wirkung? Empirische Analysen zu Olympischen Spielen und Fußballgroßereignissen*. Köln: Halem Verlag, S. 98-118.
- World Bank (2019): *Offizielle Wirtschaftszahlen zu Russland*. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2017&locations=RU&start=2012>. (Zugriff 1. April 2019).

Zeh, Reimar/Hagen, Lutz (2006): Fußball als Wahlscheider? Wie die deutsche Nationalmannschaft politische Popularität beeinflusst. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Fußball – Fernsehen – Politik*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 193-213  
[https://doi.org/10.1007/978-3-531-90014-8\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-531-90014-8_9)

## Zur Person

*Dr. Jonas Schützeneder*, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Forschungsschwerpunkte: Redaktionsorganisation, Sportjournalismus und Sportkommunikation.

Thematische relevante Publikationen:

Schützeneder, Jonas (2019): *Profitrainer im Spannungsfeld von Sportjournalismus und Sportkommunikation*. Springer VS, Wiesbaden.

Schützeneder, Jonas (2018): "Jetzt muss die Mannschaft eine Reaktion zeigen!"  
Eine Analyse der Krisenkommunikation von Trainern im Spitzensport. In:  
*Communicatio Socialis*, 51 (3), S. 307–318

Anschrift: Ostenstr. 25, 85072 Eichstätt

Email: [jonas.Schuetzeneder@ku.de](mailto:jonas.Schuetzeneder@ku.de)

*Michael Graßl*, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Forschungsschwerpunkte: praktischer Journalismus, Sportkommunikation.

Anschrift: Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt

Email: [mgrassl@ku.de](mailto:mgrassl@ku.de)

*Maria Lisa Schiavone*, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Forschungsschwerpunkte: CSR, Redaktionsorganisation.

Anschrift: Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt

Email: [marialisa.schiavone@ku.de](mailto:marialisa.schiavone@ku.de)