Es ist nicht einfach für die Schreiber rund um den Fußball in der Sommerpause…

Meinung · Sie haben es nicht leicht, die Herren, die damit ihr Brot verdienen, in Print- und Online-Medien über Fußball zu schreiben. Besonders nicht in der Sommer- und, wenn es sie gibt, Winterpause, denn in diesen spielfreien Zeiten müssen sie gegenüber ihren Arbeit- oder Auftraggebern Tag für Tag ihre Existenzberechtigung nachweisen. Es ist ja ohnehin komisch, wie viele Tages- und Wochenzeitungen sowie Nachrichtemagazine sich Redakteure leisten, die nichts anderes tun als Fußballgucken und darüber Fakten und Meinungen abzusondern. Damit diese bemitleidenswerten Menschen auch in den ligalosen Wochen was zu erzählen haben, hat der liebe Fußballgott das Transferfenster erfunden. *[Lesezeit ca. 3 min]*

F95-Lesebeteiligung: 18,95 Euro für TD
€18,95

Na, schon gespannt auf diese Glosse? Nach einer kurzen Werbeunterbrechung geht's weiter. Denn The Düsseldorfer versteckt sich nicht hinter einer Paywall. Alles, was du hier findest, ist gratis, also frei wie Freibier. Wenn dir aber gefällt, was du liest, dann kannst du uns mit dem Kauf einer einmaligen Lesebeteiligung finanziell unterstützen. Wir würden uns sehr freuen.

Das gibt es ja sooo lange noch nicht, also, dass das Kaufen und Verkaufen von Spielern nur in einem festgelegten Zeitraum erlaubt ist. Als es noch bindende Verträge zwischen Kickern und Clubs gab, war klar: Geht ein Vertrag zu Ende, wechselt der Spieler zur folgenden Saison oder nicht. Die komplexe Ökonomie rund um Transfererlöse als Finanzierungssäule hat dann auch noch solch merkwürdige Dinge hervorgebracht wie die „vorzeitige Verlängerung". Die gibt es nicht etwa, weil ein Verein und ein Balltreter noch möglichst viele gemeinsame Jahre miteinander verbringen wollen, sondern um abzusichern, dass ein (Achtung!) „vorzeitiger Wechsel" ordentlich Ablösekohle in die Schatulle spült.

Dieses ganze Hickhack muss der arme Fußballjournalist nun als Material für mehrere Wochen täglicher Artikelarbeit hernehmen. Und weil die Wechselei immer erst feststeht, wenn sie feststeht, arbeitet der Schreiber im Prinzip in einer Spekulatiusfabrik. Beliebt sind dann Artikel wie „Auf diese Spieler sollte die Fortuna ein Auge werfen", die entstehen, wenn der Praktikant transfermarkt.de nach wechselwilligen Kickern der bezahlbaren Art durchforstet und der Redakteur die Tabelle in ziselierte Worte fasst.

Der zweite Bereich, in dem sich Fußballjournalisten besonders in der Sommerpause befassen, ist die Wahrsagerei. Weil sie sich selbst aber mit Prognosen über das Abschneiden des Clubs, über den zu schreiben sie gezwungen sind, nicht aus dem Fenster lehnen wollen, weil sie ja falsch liegen könnten, fragen sie Prominente und Experten. Promis sind Bürger:innen der Stadt, die ihren Namen gern in der Zeitung finden und zum Zwecke ihres Prominentbleibens heucheln, sie wären Fans. Als Experten werden andererseits alle ehemaligen Spieler und Trainer verstanden, dazu noch die immergleichen Nasen, die im Sport1-Doppelpass rumlungern. Mit dieser Glaskugelei kann man schon ein paar Spalten füllen.

Und dann ist da ja auch noch das Trainingslager, der Arbeitsurlaub für zwischendurch, in dem der Schreiber dem Spieler so nah auf den Leib rücken kann, dass es kaum ein Entkommen gibt. Da wird dann geinsidert, dass die Schwarte kracht. Man erfährt, welcher Kicker welches Konsolen-Game am besten beherrscht, wer lieber Pizza statt Pasta mag und derlei Menschelndes mehr. Dazu dann genaues Zuhören der Anweisungen auf dem Trainingsplatz und daraus abgeleitete Mutmaßungen darüber, wer Stammspieler wird und wer nicht.

Nach außen wird dieses tippende Treiben damit gerechtfertigt, dass „der Fan“ das ja lesen will. Schaut man sich die Zahlen an, kommt man zu dem Schluss, dass der Verein nur sehr wenige Fans hat oder dass einer übergroßen Mehrheit der Anhängerschaft das Sommerpausengesäusel am Heck vorbei geht. Das ist bei einem lebenswichtigen Thema ganz, ganz anders: den neuen Trikots! Werden die – inzwischen ja nicht auf einmal, sondern über Wochen verteilt – präsentiert, entbrennen in den sogenannten „sozialen“ Medien erbitterte Debatten über das Design, und am Ende kommt raus: Umbro war am besten. Komischerweise beteiligen sich die armen Fußballjournalisten an diesen Diskussionen nur sehr wenig.

Und dann geht endlich, endlich, endlich die Saison wieder los! Nun ist der Fußballjournalist wieder in seinem Element und lebt auf der Pressetribüne wie der Goldfisch im Glas. Jetzt hat er wieder eine echte Aufgabe, jetzt kann er über die Partien vorberichten, live berichten, nachberichten, schildern, analysieren und mit Hintergrundinfos auffüttern. Nun kann er wieder ungefragt seine Meinung zum Trainer („Muss weg!“ „Muss bleiben“ „Braucht mehr Unterstützung vom Vorstand!“) und zu einzelnen Spielern in die Fachwelt setzen und seine ganz persönliche Sicht vom Fußball an und für sich predigen.

Also, liebe Medienkonsument:innen, die ihr euch auch oder sehr oder hauptsächlich für den Fußball und vor allem für EUREN Verein interessiert: Habt in der Sommerpause Mitleid mit den Fußballjournalisten! Sie sind zwischen den Spielzeiten in einer schwierigen Lage und müssen schreiben, was sie schreiben. Und ihr, ihr müsst es ja nicht lesen.