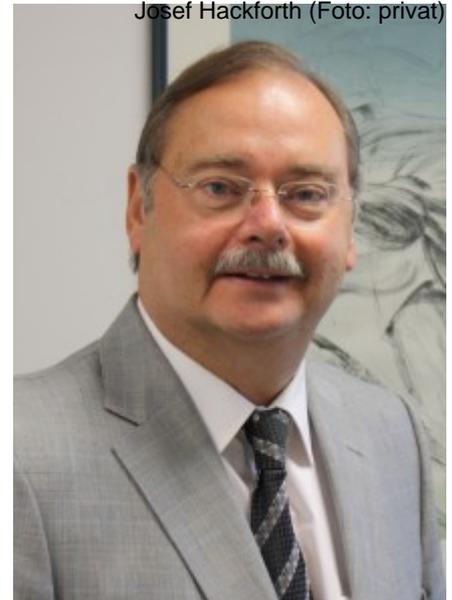

BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Josef Hackforth

Lexikoneintrag von Alexis Mirbach am 21. Juni 2013

6. Januar 1949

Josef Hackforth ist ein „Exot“ (Hackforth 2006: 10) in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Zugleich aber auch „Nestor der nationalen und internationalen Sportpublizistik“ (Schaffrath 2009: 23). Sein späterer Forschungsschwerpunkt zeigt sich schon in seiner Dissertation über die Sportberichterstattung von ARD und ZDF an der Universität Münster.



Stationen

Geboren in Wanne-Eickel, Vater Ingenieur. 1969 Studium der Publizistik, Psychologie und Geschichte an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (WWU). Dazu Volontariat und freie Mitarbeit im Journalismus. 1974 Promotion. 1974 bis 1980 zunächst wissenschaftlicher Assistent und später Akademischer Rat am Institut für Publizistik in Münster. 1977 Gastprofessur in den USA. 1980 Habilitation (*Neue Medien – neue Formen der Kommunikation?*). Privatdozent. 1982 Ernennung zum C2-Professor für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der WWU. 1985/86 Gastprofessur an der Ludwig-Maximilians-Universität München. 1991 C4-Professur für Sportpublizistik an der Deutschen Sporthochschule Köln sowie Ordinarius des gleichnamigen Instituts. Mehrere Gastprofessuren in Korea. 2000 Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation an der Technischen Universität München (neu eingerichtet, bis 2013). 2001 bis 2005 dort Dekan der Fakultät für Sportwissenschaft.

Publikationen

- Sport im Fernsehen. Münster: Regensburg 1974 (Dissertation).
- Massenmedien und ihre Wirkungen. Göttingen: Schwartz 1976.
- Sport und Massenmedien. Bad Homburg: Limpert 1978 (herausgegeben mit Siegfried Weischenberg).
- Sportmedien und Mediensport. Berlin: Vistas 1988 (Hrsg.).
- Sportsponsoring. Bilanz eines Booms. Berlin: Vistas 1994 (Hrsg.).

- ABC des Sportjournalismus. München: Ölschläger 1994 (herausgegeben mit Christoph Fischer).
- Beiträge des Instituts für Sportpublizistik. Berlin: Vistas. Bd. 1. 1993 bis 6. 2000 (Schriftenreihe).
- Beiträge des Lehrstuhls für Sport, Medien und Kommunikation, Pulheim: MedienSportVerlag. Bd. 1. 2005 bis 5. 2007 (Schriftenreihe).

Josef Hackforth ist ein „Exot“ (Hackforth 2006: 10) in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Zugleich aber auch „Nestor der nationalen und internationalen Sportpublizistik“ (Schaffrath 2009: 23). Sein späterer Forschungsschwerpunkt zeigt sich schon in seiner Dissertation über die Sportberichterstattung von ARD und ZDF an der Universität Münster. In der Arbeit wählt er 1974 einen historisch-hermeneutischen Ansatz. „Damals war das Fach noch in dieser Tradition verankert“ (Hackforth 2006: 11).

Der Entschluss für eine wissenschaftliche Karriere folgt direkt nach der Dissertation, als ihm sein damaliger „Chef“ **Winfried B. Lerg**, „ein klassischer Medienhistoriker“ (Hackforth 2006: 2), das Forschungsprojekt „Massenmedien und ihre Wirkungen“ überträgt. Noch während der Zeit als wissenschaftlicher Assistent und Akademischer Rat entwickelt er „sich weiter“ und betreibt qualitative und „sehr zum Leidwesen vieler linker Studenten in den 1970er-Jahren“ quantitative Sozialforschung (Hackforth 2006: 11).



Winfried B. Lerg
(Quelle: Kutsch et al. 1992)

1980 habilitiert sich Hackforth und wird zwei Jahre später im Alter von 33 Jahren zum C2-Professor an der Universität Münster ernannt. In der Zeit schätzt er den „fruchtbaren Gedankenaustausch“ mit den ehemaligen „Mainzer Schülern“ und Kollegen **Winfried Schulz** und Klaus Schönbach, die auch später noch „wertvolle Gesprächspartner“ sind. „Natürlich gab es hie und da unterschiedliche Ansichten über den Wert von empirischen Ergebnissen“, aber „ich habe auf dem Methodensektor und in der Politischen Kommunikation viel lernen können“ (Hackforth 2006: 3). In den 1980er-Jahren zählen die Publikums- und Wirkungsforschung sowie die Bereiche Marketing, Sponsoring und Werbung zu seinen wichtigsten Forschungsaktivitäten, dabei widmet er den Aspekten der Sportkommunikation und des Sportjournalismus besondere Aufmerksamkeit (vgl. Schaffrath 2001: 73).



Josef Hackforth, Michael Schmolke, Winfried B. Lerg und Joachim Westerbarkey (von links nach rechts) auf der DGPUK-Jahrestagung 1975 in Göttingen (Foto: Raimund Kommer)

Vom Zentrum der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft entfernt sich Hackforth 1991 nach einem Ruf auf eine C4-Professur an der Deutschen Sporthochschule Köln, wo er Leiter des ersten Instituts für Sportpublizistik in Deutschland wird. Dort leistet Hackforth „Pionierarbeit“ und transferiert „als Erster und Einziger in Deutschland die Lehr- und Forschungsfelder der traditionellen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft systematisch auf die Sportberichterstattung“ (Schaffrath 2001: 73). Dazu gründet und leitet er ab 1994 die Deutsche Sportjournalisten-Schule. Hackforth wird in dieser Zeit nicht nur bei und über nationale Sportmedien bekannt, sondern auch ein nachgefragter Redner weltweit und somit ein „Globetrotter in Sachen Sportpublizistik“ (Schaffrath 2009: 14). Schon zur Münsteraner Zeit hatte Hackforth zahlreiche Doktoranden aus Korea betreut, „von denen acht mittlerweile selbst Professoren der Kommunikationswissenschaft sind“ (Hackforth 2006: 3).



Winfried Schulz
(Foto: privat)

2000 folgt er dem Ruf der Technischen Universität München auf den neu eingerichteten Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation. Dort initiiert und leitet Hackforth das Audi Institut für Sportkommunikation. Unter vielen anderen Tätigkeiten kreiert er dort ab 2002 das unter anderem in *Sport-Bild* veröffentlichte „Sportbarometer“, organisiert federführend einen Fifa-Kongress 2005, berät seit 2007 die adidas Group und gibt 2008 zu den Olympischen Spielen in Peking bereits zum dritten Mal nach 2004 und 2006 das *International Handbook of Sports Communication* heraus. Diese Handbücher werden auch in englischer, koreanischer und chinesischer Sprache übersetzt und in hoher Auflage gedruckt. Kurz: Hackforth verstand sich schon immer als „Brückenbauer zwischen Theorie und Praxis“ (Schaffrath 2009: 20).

Neben der Leitung des Audi Instituts für Sportkommunikation berät Hackforth seit 2011 auch die Munich Business School, an der er den Master-Studiengang „Sports Business and Communication“ einrichtete. Sein wichtigster deutscher Schüler in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist Michael Schaffrath.

Literaturangaben

- Josef Hackforth: Interview am 21. April 2006. Interviewer: Alexis Mirbach.
- Arnulf Kutsch/Christina Holtz-Bacha/Franz. R. Stuke (Hrsg.): Rundfunk im Wandel. Beiträge zur Medienforschung. Festschrift für Winfried B. Lerg. Berlin: Vistas 1992.
- Michael Schaffrath: Josef Hackforth an der TU München Ordinarius für Sport, Medien und Kommunikation. In: Publizistik 46. Jg. (2001), S. 73-74.
- Michael Schaffrath: Josef Hackforth – Nestor der Sportpublizistik. In: Michael Schaffrath (Hrsg.): Sport ist Kommunikation. Festschrift zum 60. Geburtstag von Josef Hackforth. Münster: Lit 2009, S. 5-24.

Weblink

- [Josef Hackforth, Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation, Technische Universität München](#)

Empfohlene Zitierweise

Alexis Mirbach: Josef Hackforth. In: Michael Meyen/Thomas Wiedemann (Hrsg.):

Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem 2013.
<http://blexkom.halemverlag.de/josef-hackforth/> (Datum des Zugriffs).