

Inhalt

1	Vorwort	8
2	Social Media	11
2.1	Prof. Dr. Castulus Kolo: „The League of Likes: Dynamik der Fanaktivitäten großer Fußballvereine in Social Media“	11
1	Einleitung	11
2	Facebook® als Teil der (Social-)Media-Strategien von Fußballvereinen	13
3	Zusammenhang von Facebook®-Reichweite und Umsatzkennzahlen	16
4	Entwicklungsdynamik der Facebook®-Aktivitäten	21
5	Schlussfolgerungen und Ausblick	23
	Literatur	25
2.2	Christoph Grimmer: „splink“ – Netzwerk mit Nutzwert oder die Digitalisierung des deutschen Sports?	28
1	Einführung	28
2	Was ist „splink“?	29
3	„Warum „splink“?	31
4	Welche Möglichkeiten bietet „splink“?	34
5	Welche Gefahren entstehen für und mit „splink“?	40
6	Was kann „splink“ in Zukunft leisten?	43
	Literatur	45
2.3	Dr. Richard Haynes, University of Stirling: Sports Journalists, Social Networks and Strategic Communications Management in the UK ..	46
1	Introduction	46
2	Journalism, Sport and Social Media	47
3	Twitter® and the News Agenda	49
4	Twitter® and the Public 'Private' Athlete	53
5	Conclusion	56
	References	57
2.4	Galen Clavio, Joshua Bowles, Ryan Vooris, & Dr. PH Paul M. Pedersen, Indiana University: The Integration of Social Media and Sport: Perspectives and Examples from the United States	59
1	Intercollegiate Athletics	59
2	Professional Sports	62
3	Social Media Policies	65
4	Conclusions	69
	References	71

3	Verwertung von Sportrechten.....	73
3.1	Christoph Grimmer & Philipp Hasenbein: König Fußball – und was für die anderen Sportarten bleibt. Vermarktungsmöglichkeiten und Faktoren für eine erfolgreiche Rechteverwertung.....	73
1	Sport als Berichterstattungsgegenstand – Reiz und Kultur.....	73
2	Entwicklung der Medienrechte im Fußball.....	76
3	Bedeutung des Fußballs gegenüber anderen Sportarten.....	83
4	TV-Relevanz anderer Sportarten und ihre Anpassungsmöglichkeiten.....	85
	Literatur.....	88
3.2	Prof. Dr. Guido Schafmeister & Prof. Dr. Guido Ellert: Wertschöpfung und Sportübertragungen – was macht Sportrechte wertvoll?.....	91
1	Output größer als Input – aber wie?.....	91
2	Wertschöpfung – die Erstellung vermarktbare Outputs.....	94
3	Strategien für die Vermarktung von Übertragungsrechten.....	96
4	Fazit.....	98
	Literatur.....	99
4	Virtualisierung im Sport.....	100
4.1	Prof. Dr. Andreas Hebbel-Seeger: Digitales Spiel und realweltliche Vorlage – Adaption und Transfer am Beispiel der Sportart Basketball.....	100
1	Einleitung.....	100
2	Zur Transferabilität zwischen realen und digitalen Welten.....	101
3	Transfereffekte, Transfererebenen und Transferformen.....	104
4	Schematheorien als Erklärungsmodelle für (sportmotorische) Transfers.....	109
5	Transfer und Transformation.....	111
6	Intermondialer Transfer am Beispiel Basketball.....	115
	6.1 Versuchsaufbau.....	120
	6.2 Versuchsergebnis.....	122
7	Zusammenfassung und Ausblick.....	128
	Literatur.....	129
5	Sportjournalismus.....	134
5.1	Prof. Dr. Thomas Horky: Sportveranstaltungen und Social Media – Chancen, Risiken, Regelungen und crossmediale Thematisierung: die Fußball-Weltmeisterschaft und die Olympischen Spiele in den Neuen Medien.....	134
1	Zur Definition von Social Media.....	135
2	Die Fußball-WM 2010 und Social Media.....	137
	2.1 Die Fußball-WM 2010 bei Facebook®.....	138

2.2 Die Fußball-WM 2010 bei <i>Twitter</i> ®	139
2.3 Social Media bei der Fußball-WM 2010 als Marketing	142
2.4 Social Media und Journalismus bei der Fußball-WM 2010	144
2.5 Thematisierung durch Social Media: Beispiel „Reichsparteitag“	146
3 Die Olympischen Spiele 2012 und Social Media	150
3.1 Social Media und Olympiaathleten: Die Beispiele Marcel Nguyen und Natascha Keller	151
3.2 Social-Media-Agenda-Setting bei Olympia 2012	153
4 Sportereignisse und crossmediale Kommunikation – ein zusammenfassendes Fazit	154
Literatur	156
6 Nachwuchspreis	160
6.1 Heike Gaßner: Wahrnehmungsmuster im Bergsport	160
1 Einleitung	160
2 Ausgangssituation	161
3 Ziel der Arbeit „Wahrnehmungsmuster Bergsport“	163
4 Theorieaufbau	164
5 Interne und externe Einflussfaktoren der Routenwahl	165
5.1 Externe Faktoren	166
5.2 Interne Faktoren	172
6 Stile der Informationsintegration	176
7 Risikomanagement im Bergsport	176
8 Erhebung	178
9 Ergebnisse	180
10 Fazit	182
Literatur	184
6.2 Poster der Beiträge im Nachwuchspreis	185
Autorenverzeichnis	190
Bildnachweis	193