

INHALT

HANS-JÖRG STIEHLER / THOMAS HORKY Die Digitalisierung des Sports in den Medien: Anforderungen und Herausforderungen	9
CHRISTOPH G. GRIMMER / THOMAS HORKY Sportkommunikation bei Facebook und Twitter	17
VERENA BURK / CHRISTOPH G. GRIMMER Sportkommunikation bei Instagram, Snapchat, YouTube und Blogs	42
JAN BOEHMER Die Digitalisierung der Sportkommunikation in den USA	68
MARK LUDWIG / THOMAS BRUNS / CHRISTOPH BERTLING Sportmediennutzung in Zeiten des digitalen Wandels	93
IRENE LÓPEZ / CHRISTIAN LUCAS Nutzung von Social Media im Sport: Erwartungen und Motive	111
CHRISTIAN VON SIKORSKI / MARIA HÄNELT Sportskandale online: Entstehung, Verbreitung, Darstellung und Wirkung von Skandalen im Internet	131

STEPHANIE HEINECKE / MICHAEL MEYEN Die Mediatisierung des Sports in der digitalen Sportkommunikation	160
DANIEL NÖLLEKE Der Einfluss von Social Media auf Sportjournalisten	181
THOMAS HORKY / PHILIPP PELKA Die Visualisierung von Daten: Chancen und Herausforderungen von Datenjournalismus im Sport	208
ANDREAS HEBBEL-SEEGER / THOMAS HORKY Innovative Medientechnologien im Sport – Viedrohnen, 360-Grad-Video und VR-Brillen	241
MARKUS BREUER / DANIEL GÖRLICH Gaming und E-Sport – Markt und Inszenierung des digitalen Sports	275
CHRISTOPH BERTLING Strategien von Medienkonzernen für die Digitalisierung der Sportkommunikation	294
CHRISTOPH BERTLING / MATTHIAS DEGEN / JAN LÜKE Die Selbstvermarktung des Fußballs in der digitalen Kommunikation unter besonderer Berücksichtigung von Social Media	313
JÖRG VON APPEN Das Recht des Sports in der digitalen Kommunikation – Rechte und Pflichten der Beteiligten	334
MAIK NÖCKER Social Media Broadcasting – ein Erfahrungsbericht	362
Autorinnen und Autoren	372