

# Inhalt

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	12
Abkürzungsverzeichnis	14
Vorbemerkung zur Begriffsverwendung	16
Medialisierung des Sports 2.o.	
Ein Vorwort	17
<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>20</b>
<b>2. BOURDIEUS SOZIALTHEORIE</b>	<b>32</b>
2.1 Historizität	36
2.2 Sozialer Raum	37
2.3 Kapital	40
2.3.1 Ökonomisches Kapital	41
2.3.2 Kulturelles Kapital	41
2.3.2.1 <i>Inkorporiertes Kulturkapital</i>	41
2.3.2.2 <i>Objektiviertes Kulturkapital</i>	42
2.3.2.3 <i>Institutionalisiertes Kulturkapital</i>	42
2.3.3 Soziales Kapital	42
2.3.4 Mediales Kapital	43
2.3.5 Symbolisches Kapital	44
2.3.6 Metakapital	45
2.4 Habitus	45
2.5 Soziale Felder	47
2.6 Feld des Sports	50
2.7 Akteur	54

<b>3.</b>	<b>BASKETBALL ALS UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND</b>	<b>59</b>
3.1	Allgemeine historische Entwicklung	59
3.2	Entwicklung des Basketballsports außerhalb der USA	63
3.3	Basketball in Deutschland	64
3.3.1	Basketball in Deutschland vor dem II. WK	65
3.3.2	Basketball in Deutschland bis Ende der 1970er-Jahre	67
3.3.3	Basketball in Deutschland in den 1980er-Jahren	70
3.3.4	Basketball in Deutschland in den 1990er-Jahren	72
3.3.5	Basketball in Deutschland in den 2000er-Jahren	76
3.3.6	Basketball in Deutschland in den 2010er-Jahren	79
3.3.7	Basketball in Deutschland heute	82
<b>4.</b>	<b>FORSCHUNGSSTAND, ÜBERLEGUNGEN UND KATEGORIENBILDUNG</b>	<b>87</b>
4.1	Forschungsstand: zum Verhältnis von Sport und Medien	87
4.1.1	Der Begriff des Mediensports	88
4.1.2	Die neue Realität: Vom Zuschauersport zum Mediensport	93
4.1.3	Zuschauersport	94
4.1.4	Mediensport aus ökonomischer Perspektive	95
4.1.5	Mediensport aus Sicht der Zuschauer	98
4.1.6	Mediensport und Nationalsport	99
4.1.7	Mediensport zwischen Unterhaltung und Information	102
4.1.8	Merkmale des Mediensports	104
4.2	Überlegungen: Bourdieu, Medialisierung und Autonomie	112
4.2.1	Bourdieu und Medialisierung	112
4.2.2	Medienlogik und Aufmerksamkeitskriterien	114
4.3	Kategorienbildung	117
4.3.1	Herangehensweise	119
4.3.2	Kategoriensystem im Überblick	120
4.3.3	Herleitung der Kategorien	120
4.4	Forschungsleitende Vermutungen	125

<b>5.</b>	<b>UNTERSUCHUNGSDESIGN</b>	<b>127</b>
5.1	Eingrenzung des Untersuchungsgegenstands	127
5.2	Begründung des Untersuchungszeitraums	128
5.3	Begründung der Methodenwahl	128
5.4	Experteninterviews	131
5.5	Dokumentenanalyse	139
5.6	Materialbeschaffung und Rekrutierung	145
5.7	Vorgehen bei der Auswertung	148
5.8	Kritische Betrachtung des methodischen Vorgehens	153
<b>6.</b>	<b>KAPITAL UND POSITION DER SPORTART BASKETBALL IN DEUTSCHLAND</b>	<b>156</b>
6.1	Ökonomisches Kapital	156
6.1.1	Sponsoring	160
6.1.2	Ticketing	163
6.1.3	Merchandising	164
6.1.4	Medienrechte	165
6.1.5	Mitgliedsbeiträge, Gehälter und Sonstiges	169
6.2	Kulturelles Kapital	172
6.2.1	Objektiviertes Kulturkapital	172
6.2.1.1	<i>Trophäen</i>	172
6.2.1.2	<i>Denkmäler</i>	173
6.2.1.3	<i>Museen</i>	173
6.2.2	Institutionalisiertes Kulturkapital	174
6.2.2.1	<i>Titel</i>	174
6.2.2.2	<i>Weltrangliste und Nationalmannschaft</i>	174
6.2.2.3	<i>Auszeichnungen für Akteure</i>	177
6.3	Soziales Kapital	178
6.3.1	Tradition	178
6.3.2	Gesellschaftliche Verankerung	180
6.3.3	Konsumkapital	183
6.3.4	Rivalitäten und Derbys	184
6.3.5	Regionalität	185
6.3.6	Schulsport	188

6.4	Mediales Kapital	189
6.4.1	Wettkampfstruktur	189
6.4.2	Serialität	192
6.4.3	Variabilität	193
6.4.4	Nachvollziehbarkeit und Leistungsbewertung	194
6.4.5	Aktionsdichte	195
6.4.6	Identifikation	197
6.4.7	Sportstätten	201
6.4.8	Stars	202
6.5	Symbolisches Kapital	208
6.6	Metakapital	210
6.7	Kollektiver Habitus	212
7.	EXTRAPOLATION UND FAZIT	223
8.	LITERATURVERZEICHNIS	235