

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	9
1. Vorwort (TS).....	10
1.1 Der Mensch als spielendes Wesen (JJ).....	13
1.2 Play, Toy, Game (JJ).....	16
1.3 Ein kurzer Blick zurück (TS).....	22
2. E-Sport und Tourismus (FS)	24
2.1 Sport und Tourismus (FS)	25
2.2 Charakteristika von Destinationen (FS)	30
2.3 Sporttourismus (FS)	33
2.4 Destination Nordsee Schleswig-Holstein (FS)	48
2.5 Effekte von Tourismus in der Destination (FS)	52
2.6 Fazit (FS).....	63
3. Status quo (JM).....	79
3.1 E-Sport-Vereine (TS).....	82
3.2 Profiszene (JM).....	84
3.3 LANs, Summits und weitere Events (JM).....	86
3.4 Forschungsstandort (FS)	90
3.5 Studium und Lehre (AO)	91
3.6 Politische Lage (JJ, TS).....	94
3.7 Sicht von Sportvereinen (JM)	101

3.8	Landessportverband SH (JJ, TS)	103
3.9	Jugendarbeit (JM)	105
4.	Praktische Projekte (TS).....	107
4.1	ESports-Akademie an der FH Westküste (AO)	107
4.2	Vereinsheim eSports Nord e.V. (TS).....	110
4.3	Netzwerk IFgameSH e.V. (JM)	112
4.4	E-Sport- und Gaming-Räume in Sport und Kultur (JM)	116
4.5	Landeszentrum für eSport und Digitalisierung SH (JM)	118
4.6	Denkfabrik Esportinary (TS).....	120
5.	E-Sport in SH in Zahlen (AO)	122
5.1	Demografische Analyse (AO).....	123
5.2	Wirtschaftliche Aspekte (JM, TS).....	126
5.3	Blick aus Unternehmenssicht (JJ).....	128
6.	Problemlagen (TS)	131
6.1	Gesellschaftliche Wahrnehmung (JM).....	132
6.2	Unterscheidung Gaming und E-Sport (TS).....	134
6.3	Anerkennung und Förderung (JJ).....	136
6.4	Jugendschutz und Suchtprävention (JM).....	139
7.	Chancen und Potenziale (JM).....	142
7.1	Synergieeffekte und Personalgewinnung (TS)	143
7.2	Förderung von Medienkompetenz (JM)	144
7.3	Soziale Räume und Greifbarkeit (JM)	145

7.4	Forschung und Wissenschaft (AO)	147
7.5	Hochschulstandort und Alleinstellungsmerkmale (AO)	148
7.6	Nähe zur E-Sport-Hochburg Dänemark (JM)	149
7.7	Entwicklung von Videospiele (JM)	151
7.8	E-Sport in Zeiten von Ausgangsbeschränkungen (FS)	153
8.	Unternehmen und Neugründungen (JM)	157
8.1	Spielportalbetreiber Mediatrust (JJ)	158
8.2	Digitalagentur Braune Digital (JM)	162
8.3	Event- und Beratungsagentur Nordix-play (JM)	164
8.4	Digitalagentur mienjung GmbH (TS)	166
8.5	Spielestudios in der Region (JM)	166
9.	Wahrnehmung von außen (TS)	170
9.1	Berlin (JM)	171
9.2	Köln (JM)	173
9.3	Game – Verband der deutschen Games-Branche e.V. (JJ)	175
10.	Prognose (TS)	177
10.1	Was muss noch besser werden? (JM)	178
10.2	Wo ist SH bereits Vorbild? (JM)	180
10.3	Wo steht SH im Idealfall in fünf Jahren? (AO)	183
11.	Nachwort (TS)	185
	Literaturverzeichnis	186
	Bildnachweis	205