

SPORTKOMMUNIKATION

Thomas Horky / Hans-Jörg Stiehler /
Thomas Schierl (Hrsg.)

Die Digitalisierung des Sports in den Medien

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Horky / Hans-Jörg Stiehler / Thomas Schierl (Hrsg.)
Die Digitalisierung des Sports in den Medien
Sportkommunikation, 13
Köln: Halem, 2018

Die Reihe *Sportkommunikation* wird herausgegeben von Thomas Horky, Thomas Schierl und Hans-Jörg Stiehler.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2018 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1863-7833

ISBN (Print): 978-3-86962-246-0

ISBN (PDF): 978-3-86962-247-7

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag, Köln
LEKTORAT: Imke Hirschmann, Köln
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

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