

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>7</b>
<b>I. Unterhaltung durch Sport und Medien</b>	<b>9</b>
<b>II. Big Business Sport</b>	<b>17</b>
1. Triple Win im Sportentertainment	19
2. Der gesellschaftliche Stellenwert des Sports	22
3. Sport als Marke	31
4. Medien als Multiplikatoren	52
5. Unternehmen als Sponsoren	73
<b>III. Die Schattenseiten des Sportbusiness</b>	<b>95</b>
1. Überkommerzialisierung des Sports	97
2. Korruption statt Menschenrechte	116
3. Kriminelle Machenschaften	130
4. Leistung mit Doping	136
5. Sport in der Nische	144
<b>IV. Symbiose aus Werten und Kommerz</b>	<b>153</b>
<b>Dank</b>	<b>170</b>
<b>Literatur</b>	<b>171</b>
<b>Der Autor</b>	<b>178</b>