

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>8</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>10</b>
<b>1 Spielumgebung.....</b>	<b>12</b>
1.1 Spielfeld.....	12
1.2 Der E-Sport-Markt und das ökonomische System.....	21
1.3 Akteure.....	23
<b>2 Spielkonzept.....</b>	<b>25</b>
2.1 4C Framework im E-Sport-Marketing.....	26
2.1.1 Connection .....	28
2.1.2 Concept.....	34
2.1.3 Community .....	44
2.1.4 Content .....	55
2.2 Interview-Battle: Make or buy? .....	61
2.3 Fazit unserer Experten.....	63
<b>3 Spieloptionen.....</b>	<b>65</b>
3.1 Sponsoring.....	65
3.1.1 Sponsoring eines Athleten.....	69
3.1.2 Sponsoring von Clans .....	71
3.1.3 Bewertung des Sponsorings.....	73

3.2	Event Marketing .....	77
3.2.1	Turniere .....	80
3.2.2	Messen.....	84
3.2.3	Bewertung des Event Marketings.....	87
3.3	Merchandising.....	93
3.3.1	Physische und virtuelle Artikel .....	94
3.3.2	Bewertung des Merchandisings.....	98
3.4	Influencer Marketing.....	100
3.4.1	Product Placement.....	103
3.4.2	Content Marketing .....	105
3.4.3	Affiliate Marketing.....	106
3.4.4	Bewertung des Influencer Marketings.....	108
3.5	Social Media .....	111
3.5.1	Instagram.....	111
3.5.2	Facebook.....	117
3.5.3	Twitch.....	120
3.5.4	Twitter .....	125
3.5.5	YouTube .....	131
3.6	Chancen und Risiken .....	138
4	Ausblick.....	141
4.1	Marktpotenzial.....	142

4.2 Es wird es mehr professionelle E-Sportlerinnen auf Topniveau geben .....	143
4.3 Mobiler E-Sport.....	144
4.4 E-Sport ist lokal und global.....	146
<b>Anhang.....</b>	<b>148</b>
Abkürzungen.....	148
Literaturverzeichnis .....	151
Abbildungen .....	161
Tabellen.....	163
Bildnachweis .....	164