

INHALT

Vorwort	8
Persönliche Worte von Timo Schöber	10
1 Wie E-Sport den klassischen Sport-Sponsoring-Markt verändert (von Prof. Dr. Andreas Bergmann & Hans D. Gurk)	14
2 Das Land der unbegrenzten Möglichkeiten – lineares TV als Chance für den E-Sports-Generationenkonflikt (von Florian Merz)	21
2.1 Lokales Universum – globale Ziele (von Bernd Unger)	24
3 E-Sport und Glücksspiel (von Dr. Lennart Brüggemann).....	29
4 Als Neuling in der E-Sport-Szene (von Dominique Müller)	35
5 E-Sport aus rechtlicher Perspektive: Eine Legaldefinition? (von Marie-Christin Bareuther)	40
6 E-Sport-Radar 2 – E-Sport regional denken und neue Wege gehen (von Jana Möglich)	47
7 Japanischer Markt, E-Sport in Fernost (Besonderheiten) – ein Erfahrungsbericht von Stefan H. (von Stefan H.)	52
8 Zwischen Selbstorganisation und kulturellen Unterschieden – Training im E-Sport (von Sebastian Demleitner)	58
9 E-Sport und Modding (von Stefan Köhler)	62
10 E-Sport-Radar Schweiz (von Manuel Oberholzer)	66
11 Der Megatrend „Drohne“ (von Patrick Batka)	73
12 Wie steht es um das Engagement von Fußballvereinen im E-Sport? (von Jakob Ehrensperger)	79
13 „Game geboostert! Gesundheit ruiniert?“ (von Dr. Sven Klas Münker)	85

14 Die Rolle von Publishern im Ökosystem des E-Sports, Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Publishern (von Philip Hübner)	92
15 Mit E-Sports-Marketing die B2C-Reichweite steigern (von Timo Sulcs).....	99
16 Zuerst kam der E-Sport – dann das Recht: Zum Status des E-Sportrechts (von Dr. Oliver Daum).....	110
17 Anmerkungen zum Verhältnis von Sport und E-Sport in Deutschland (von Prof. Dr. Annette R. Hofmann).....	124
Anhang.....	128
1 Bildnachweis.....	128