

Mit der steigenden wirtschaftlichen Bedeutung des Spitzensports und der Kommerzialisierung des Mediensystems sind Sportthemen in den Medien in den vergangenen Jahrzehnten immer wichtiger geworden. Das hat auch zu einer intensiveren kommunikationswissenschaftlichen Betrachtung des Sports geführt: Untersucht werden z.B. die Entwicklung der Sportberichterstattung, das Angebot und die Nutzung des Sports in den Medien, die Rolle der Sportkommunikatoren und deren Verhältnis zu anderen Akteuren des Sports sowie verschiedene inhaltsspezifische Aspekte der Sportberichterstattung. Weitere zentrale Forschungsgebiete sind die Rolle von Werbung und Sponsoring, die ökonomische Bedeutung der Sportberichterstattung und die Mediatisierung von Sportarten und -ereignissen.

Der Band bezieht die vielschichtigen Beziehungen zwischen Sport und Medien immer auch auf die spezielle Situation der Schweiz als kleines Land mit stark segmentierten Medienmärkten.