


Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkungen – Aus dem Abseits in das Netz	1
2	Anmerkungen zur Kultur und Ökonomie des Fußballsports	5
2.1	Ein populäres Spiel als globales Produkt	9
2.2	Fußball als Fernsehspiel 	16
3	Das Phänomen des Cybersports	23
3.1	Stand der Forschung	25
3.2	Methodische Vorgehensweise	29
4	Fankultur und Medienpraxis	33
4.1	Die kritischen Fußballfans – Eine neue Form des Fantums?	35
4.2	Die Rolle von Medien in der Fankultur	41
5	Fußball und Fanzines – Aktive Fans als freie Autoren	47
5.1	Zur Entstehung von Fußballfanzines	49
5.2	Inhalte und Orientierungen	53
5.3	Die Botschaften der Fußballfanzines	61
6	Fanzines und Faninitiativen im Internet	67
6.1	Fanzine „Der tödliche Paß“	68
6.2	Homepage „Club Nr.12“	72
6.3	Webzine „Blutgrätsche“	76
6.4	Fanzine „11 Freunde“	80
6.5	Webzine „Schwatzgelb“	85

6.6	Aktion „Pro Fans“ / „Pro 15.30“	89
6.7	Homepage „Bündnis aktiver Fußballfans“	95
6.8	Homepage „Diary of some Groundhopping“	100
6.9	Homepage „Ultras-Deutschland“	104
6.10	Fanzine „Der Übersteiger“	110
6.11	Homepage „Schalker Faninitiative“	114
6.12	Ultra-Homepage „Generation Luzifer“	119
7	Fans im Netz – Vergleichende Analyse der Webseiten	123
7.1	Distinktion und Partizipation	125
7.2	Versuch einer Einteilung	132
7.3	Bedeutungshorizonte und Sinnperspektiven	140
7.4	Interpretationsgemeinschaften und Wir-Gefühle	144
8	Fußballfans als Mediennutzer und Textproduzenten	147
8.1	Auswertung des Online-Experiments „Experte der Woche“	147
8.2	Fan-Sein	154
8.3	Solidarität	157
8.4	Gewalt und Repression	161
8.5	In-Group/Out-Group-Schema	162
8.6	Nationalität	164
8.7	Abschließende Bemerkungen	165
9	Literatur	169