

Inhalt

<i>Torsten Heinemann/Christine Resch</i> Die Mega-Spektakel des Zuschauer-Fußballs 2006 – 2008 – 2010	9
Danksagung	23
I Die Fußball-Welt zu Gast in einem Land, das „keine Fußball-Nation“ ist	
<i>Heinz Steinert</i> Ein österreichisches Schicksal	26
<i>Heinz Steinert</i> Die Organisation und Nutzung von öffentlicher Begeisterung	31
<i>Heinz Steinert</i> Begeisterung und Anhängerschaft: Fußball als Zuschauer-Sport und Fußballer als proletarische Helden	40
<i>Martin Niederauer</i> Distinktive Integration – Die gebildete Schicht und ihr Amüsement mit dem vermeintlichen Proletensport	49
II Begeisterungen und Abbrüche	
<i>Heinz Steinert</i> Das Begeisterungs-Crescendo vor der Eröffnung	62
<i>Andrea Kretschmann</i> „Begeisterung verbindet uns alle!“ Nationalismus als Bindeglied öffentlicher Begeisterung bei Fußball-Großereignissen	66
<i>Heinz Steinert</i> Die Fassungslosigkeit der Fans nach der Niederlage: Schweizer und österreichische Reaktionen auf den Abbruch – samt einer Typologie derselben	76
<i>Christine Resch</i> Deutsche Reaktionen auf den Abbruch	87

III Fanzonen

<i>Kai Praum</i> Eine kleine Geschichte des „Public Viewing“	96
<i>Christine Resch/Heinz Steinert</i> Fanzonen-Aktionen	103
<i>Renate Uhrig</i> Auf die Party folgt der Kater Überlegungen, warum sich ein „Sommermärchen“ kaum wiederholen lässt	112
<i>Susanne Martin/Christine Resch</i> Weibliche Fans – zwischen Amüsement und Enttäuschung	117
<i>Oliver Brüchert</i> Welche Sicherheit hätten S' denn gern? Und darf's ein bissl mehr sein? Fußballgroßereignisse und Sicherheitsversprechen in Europa und Südafrika	124
<i>Nikolaus Kubaczek/Maria Schindler</i> Der Sicherheitswahn Impressionen rund um die Fanzone in Wien	137
<i>Heinz Steinert</i> Über das Fassungsvermögen	145

IV Geschäftemachereien

<i>Norbert Leonhardmair/Christoph Stich</i> Die Ökonomie der UEFA	154
<i>Philipp Männer</i> Wien als EURO-„Host City“: Ein kommunaler Kraftakt mit Nebenwirkungen	162
<i>Daniel Penninger</i> Der Goldesel Fußball – Ökonomische Versprechen und Enttäuschungen	181

V Party-Nationalismus

<i>Bodo Hahn-Dehm</i> Über „die Deutschen“ und ihre „lustigen Fähnchen“: Fußball-Meisterschaften als nationale Imagekampagnen	196
---	-----

<i>Torsten Heinemann</i> Party-Patriotismus statt Partyotismus: Eine Kritik des kommerzialisierten Nationalismus	203
VI Zu einer Kulturindustrie-Theorie des Sports	
<i>Christine Resch/Heinz Steinert</i> Sport als Inszenierung: Konkurrenz, Nationalismus und die Lizenz zum schlechten Benehmen	214
Autorinnen und Autoren	234