

Inhalt

Einführung	1
1. Warum Fußball glücklich macht – wissenschaftliche Erklärungsansätze für die Popularität einer Sportart	11
1.1 Das Faszinierende am Fußball ist der Fußball	11
1.2 Fußball als Verkörperung des Leistungsideals der Moderne	15
1.3 Fußball als Medium der Affektkontrolle	18
1.4 Fußball als säkulare Religion	22
1.5 Fußball als kollektives Identitätsangebot	24
1.5.1 Zur subjektiven Bedeutsamkeit kollektiver Identifikationen und Identitäten	26
1.5.2 Lokale/regionale Fan-Identitäten	29
1.5.3. Nationale Identifikation/Nationalismus	31
1.5.3.1 Sozialhistorischer Exkurs: Nation, Nationalismus, Patriotismus: Entstehungsgeschichte und Begriffsbestimmung	31
1.5.3.2 Nationale Fan-Identitäten	51
2. Fußball und Nationalgefühl in Deutschland	55
2.1 Anfänge und Aufstiege: Vom 19. Jahrhundert bis zum Ende des zweiten Weltkriegs	55
2.2 Auferstanden aus Ruinen: Fußball von 1945 bis zur Berliner Republik	57
3. Transformationen (bundes-) deutscher Identitäten	64
4. Mediendiskurse	75
4.1. Die Printmedienberichterstattung der Fußballweltmeisterschaft 2006	75
4.1.1 Nationale Selbstaffirmation	77
4.1.2 Kollektive Identifikationen durch die Bindung an nationale Symbole	80
4.1.3 Die Marke Deutschland wird erneuert	82
4.1.4 Patriotismusdebatte	83
4.1.4.1 Patriotismus als Naturtrieb	83
4.1.4.2 Ein „positiver Patriotismus“	85

4.1.4.3 Alles nur Party	86
4.1.4.4 „Ich bin Fußballdeutscher“	88
4.1.4.5 Zum Wohle der Migrant_innen	89
4.1.5 Einschlüsse und Ausschlüsse	90
4.1.6 Selektivität	91
4.2 Die Fernsehberichterstattung während der Fußballweltmeisterschaft 2006	92
5. Sozioökonomische Bedingungen und ihre Spiegelung in der Befindlichkeit der Menschen	94
5.1. Politische und ökonomische Rahmenbedingungen	94
5.1.1 Folgen der Agendapolitik	94
5.1.2 Die Entwicklung von Einkommen und Vermögen	100
5.1.3 Ursachen und Auswirkungen der Finanzkrise	105
5.1.3.1 Exkurs: Neoliberalismus als Sozialphilosophie und Wirtschaftstheorie	106
5.1.3.2 Vom theoretischen Entwurf zum politischen Projekt ..	109
5.1.4 Sparpakete, Entpolitisierung und Entsolidarisierung	115
5.2 Auswirkungen der sozioökonomischen Situation auf subjektive Befindlichkeiten und Einstellungen	119
5.2. 1 „Politische Milieus in Deutschland“	119
5.2.2 „Deutsche Zustände“	120
6. Methode	130
6.1 Forschungsansatz	130
6.2 Entstehung, Entwicklung und Modifizierung der Fragestellung	136
6.3 Erhebungszeitraum	139
6.4. Ort und Zeitpunkt der Befragungen	140
6.5 Forschungsprozess	142
6.5.1 Ethnographische Annäherung ans Feld	144
6.5.2 Leitfadenzinterviews auf der Fanmeile	144
6.5.2.1 Interviewsituation	145
6.5.2.2 Auswahl der Interviewpartner_innen	148
6.5.2.3 Auswahl der Interviews	148
6.5.2.4 Interviewaufzeichnung	148
6.5.2.5 Interviewleitfaden	149

6.5.2.6 Transkription.....	153
6.6 Methode der Auswertung.....	154
7. Auswertung.....	156
7.1 Statistik und soziodemographische Angaben	156
7.1.1 Stichprobengröße, Geschlechterrelation und Altersspanne der Befragten	156
7.1.2 Berufsangaben und Migrationshintergrund	157
7.2 Einzelauswertungen	163
7.2.1 Der Grund der Anwesenheit beim Public Viewing	163
7.2.2. Die subjektive Bedeutung des Siegs der Nationalelf.....	168
7.2.2.1 Erhebung Fußballweltmeisterschaft 2006.....	168
7.2.2.2 Erhebung während der Europameisterschaft 2008	173
7.2.3 Die subjektive Bedeutung des Titelgewinns.....	175
7.2.4 Der Unterschied zu anderen Partys.....	177
7.2.5. Das Schönste an der WM und was die Befragten glauben, am meisten zu vermissen.....	179
7.2.5.1 Das Schönste an der WM.....	180
7.2.5.2 Was die Befragten glauben, an der Fußball-WM am meisten zu vermissen.....	183
7.2.6 Hat die WM das Leben verändert?	187
7.2.7 Die subjektive Bedeutung des Endes des Fußballerevents und die Frage, was an seine Stelle tritt.....	188
7.2.8 Die subjektive Bedeutung des Zur-Schau-Stellens nationaler Symbole.....	195
7.2.9 Die Zufriedenheit mit dem Leben in Deutschland und die Einschätzung sozialer Gerechtigkeit	202
7.2.10 Die Akzeptanz von Nationalspielern mit Migrationshintergrund.....	212
7.2.11 Meinungsäußerungen zum Thema Frauenfußball	224
7.3. Gesamtauswertung	233
7.3.1 Die Sehnsucht nach dem kollektiven Wir – der Fußballerevent als Massenerlebnis.....	233
7.3.1.1 Public Viewing als reale und mediale Gemeinschaft...237	
7.3.1.2 Libido.....	242

7.3.1.3 Stolz	251
7.3.1.4 Zugehörigkeit.....	255
7.3.1.5 Die Gemeinschaft der Gleichen	258
7.3.1.6 Die spezifische Gefühlssensation des Fußballerevents.....	261
7.3.2 Fußballerevent und Geschlecht.....	266
7.3.3 Fußballerevent und Subjektivität in der Hartz-IV-Gesellschaft	275
7.3.3.1 Exklusionsdrohung und Inklusionsbegehren	283
7.3.3.2 Wo „Alles Ständische und Stehende verdampft...“	288
7.3.3.3 Die Feierguschaft als Gegengesellschaft, die Fanmeile als Gegenwelt	291
7.3.3.4 Narzisstische Kränkung und kollektiver Narzissmus	297
7.3.4 Der Fußballerevent als kollektives Sinnangebot.....	307
7.3.5 „Wehe man sagt Deutsch oder lala“ – kollektiver Narzissmus und das Aufbegehren gegen die Holocaustidentität.....	311
8. Zusammenfassung und Diskussion	327
Literaturverzeichnis	351