

Eggo Müller / Jürgen Schwier (Hrsg.)

Medienfußball  
im europäischen Vergleich

Herbert von Halem Verlag

**Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Eggo Müller / Jürgen Schwier (Hrsg.):  
*Medienfußball im europäischen Vergleich*  
Köln : Halem, 2006

Die Reihe *Sportkommunikation* wird herausgegeben  
von Thorsten Schauerte, Thomas Schierl,  
Holger Schramm, Jürgen Schwier und Hans-Jörg Stiehler.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung  
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.  
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch  
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert  
oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,  
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2006 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 3-931606-84-8

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
DRUCK: Griebisch & Rochol Druck, Hamm  
GESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.  
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# Inhalt

EGGO MÜLLER / JÜRGEN SCHWIER	
Vorwort	7
JÜRGEN SCHWIER / THORSTEN SCHAUERTE	13
Ökonomische Aspekte des Medienfußballs	
VERENA BURK	29
Fußball auf europäischen Bildschirmen	
I.           EUROPÄISCHER MEDIENFUSSBALL UND NATIONALE IDENTITÄT	
SANNA INTHORN	47
Jenseits einer nationalen Identität in Europa? <i>Einheimische</i> und <i>Fremde</i> in der englischen Fußballberichterstattung	
STEFAN MERTENS	63
Fußball und interkulturelle Beziehungen. Eine Untersuchung zur Bedeutung des Medienfußballs in Flandern anlässlich der Europameisterschaft 2000	
EGGO MÜLLER	76
Nachbarschaftliches <i>Dissen</i> : Fußball, schlechter Geschmack und die deutsch-niederländischen Beziehungen	
II.           MEDIENFUSSBALL UND FUSSBALLFANS	
LOTHAR MIKOS	92
Imaginierte Gemeinschaften. Fans und internationaler Fußball in der reflexiven Moderne	
JÜRGEN SCHWIER	120
»Technology shapes Culture«. Medienaktivitäten von Fußballfans	

### III. MEDIENFUSSBALL UND MARKETING

- RUUD STOKVIS 137  
Der Heimatstandort von Mediensport-Teams.  
Ein Vergleich zwischen nordamerikanischen und europäischen  
Verhältnissen
- THOMAS SCHIERL 151  
MediaSportsAdvertising oder: Was hat die Verzinsung  
von Festgeld mit der deutschen Nationalmannschaft zu tun?
- JOKE OPPENHUISEN / LIESBET VAN ZOONEN 171  
Fußballclubs als Marken. Eine Studie zu den  
Werteorientierungen niederländischer Fußballfans  
und ihrer Vereine

### IV. INSZENIERUNG DES FUSSBALLS AUF DEM BILDSCHIRM

- JASPER A. FRIEDRICH / HANS-JÖRG STIEHLER 186  
Fußball in Sportmagazinen des Fernsehens:  
Wie viel Spiel bekommen wir zu sehen?
- JAN TILMAN SCHWAB 202  
Fiktiver Fußball, *fantasy football*, *fantacalcio*.  
Zur Dramaturgie und Inszenierung von Fußball  
im Fußballspielfilm
- CLAUS LEGGEWIE 219  
Rücktritt muss sein.  
Zur Physiognomie eines spartenübergreifenden  
Medienereignisses
- Autorinnen und Autoren 234