

Inhalt

Vorwort	10
Einleitung	12
Kapitel 1 Analyse des Fußballspiels	21
1. Die Spielregeln	21
2. Zur Logik des Fußballspiels	26
3. Vom Geist des Fußballspiels	27
3.1 Spielprinzip, Spielgedanke, Spielfreude	28
3.1.1 Bewegungsfreude	29
3.1.2 Objektbeherrschung	29
3.1.3 Sozialität	30
3.1.4 Gestaltungsfreude	30
3.1.5 Torfreude, Siegesfreude	31
3.2 Wettkampfgeist und Leistungsverpflichtung	32
3.3 Teamgeist	33
3.4 Fair play – Fairneß-Gebot	34
4. Dimensionen des Fußballspiels	35
4.1 Unwägbarkeit	35
4.2 Geschwindigkeit	36
4.3 Mannschaft – Einzelspieler	37
4.4 Kontrollierte Spielweise – spontane Spielweise	38
4.5 Anstrengung und Geschicklichkeit	39
5. Spielertypologie	40
5.1 Torwart	42
5.2 Verteidiger	43
5.3 Libero	44

5.4 Mittelfeldspieler.....	45
5.5 Spielgestalter	46
5.6 Stürmer	47
Kapitel 2 Soziale Erscheinungsformen	49
1. Geschichte des Fußballspieles	49
2. Amateurfußball	54
2.1 Verbandsunabhängiger Amateurfußball	54
2.2 Institutionalisierte Amateurfußball	56
2.2.1 Traditioneller Amateurfußball	62
2.2.2 Semiprofessioneller Amateurfußball	63
3. Profifußball	65
3.1 Grundelemente des Profifußballs	66
3.1.1 Spiel – Geschäftsbetrieb	66
3.1.2 Wettbewerb – Kooperation (auf Vereinsebene)	69
3.1.3 Mannschaftserfolg – Individualerfolg	71
3.1.4 Beruf – Freizeit	72
3.2 Das Spiel als Ware	74
3.3 Der Spielermarkt	77
3.4 Idealtypisches Karrieremodell des Fußballprofis	81
3.5 Die Spielerrolle	83
3.6 Spielweisen und ihre Symbolisierungsfunktion	86
3.6.1 Physis oder Fußballspielen als Arbeit	87
3.6.2 Technik oder Fußballspielen als Kunst	88
3.6.3 Spielintelligenz	89
3.6.4 Psyche (Nervenstärke)	90
3.6.5 Leistungspräsentation - Fußballspielen als Unterhaltung	91
Kapitel 3 Organisationsformen und Organisationsprobleme des Profifußballs	93
1. Der DFB und seine Stellung im Profifußball	93
1.1 Das Rechtsverhältnis zwischen DFB und Bundesligaverein.....	95
1.2 Der Liga-Ausschuß	97
1.3 Die Spielleitung	98
1.4 Zum Rechtsverhältnis zwischen DFB und Lizenzspieler	98

1.4.1 Transferrichtlinien	99
1.4.2 Abweichende Nutzung des Transfersystems	102
1.5 Die DFB Rechtsorgane	104
2. Der Bundesligaverein als gemeinnützige Organisation und Wirtschaftsunternehmen	105
2.1 Vereinsidentität und ihre Bedeutung	108
2.2 Führungsprobleme des Bundesligavereins	109
3. Das Personal des Profifußballs	113
3.1 Das Vereinsmanagement	113
3.2 Der Trainer	116
3.3 Der Spieler	125
4. Die Interessenvertretung der Bundesligaspieler	133
5. Der Spielbetrieb – Fußballwettbewerbe	137
5.1 Die Bundesliga	138
5.2 Der DFB-Vereinspokal	139
5.3 Europacup-Wettbewerbe	140
5.4 Privatspiele	142
5.5 Hallenturniere	143
6. Die Nationalmannschaft	144
 Kapitel 4 Möglichkeiten und Grenzen der Kommerzialisierbarkeit	 146
1. Die Rahmenbedingungen des Profifußballs und ihre kommerzielle Nutzung	147
2. Spielimmanente Vermarktungsmöglichkeiten	150
3. Die Nutzung der Spielertypologie in der Spielvermarktung	152
3.1 Der Torwart	152
3.2 Der Verteidiger	153
3.3 Der Libero	153
3.4 Der Mittelfeldspieler	154
3.5 Der Spielgestalter	154
3.6 Der Stürmer	155
 Kapitel 5 Das Fußballpublikum	 156
1. Der Zuschauer als Experte und Leistungsrichter	156
2. Zuschauertypologie: Einstellungs- und Verhaltensmuster des Publikums	161

2.1 Der kritische Kunde	163
2.2 Der Traditionalist	167
2.3 Der jugendliche Fan	169
Kapitel 6 Die Bedeutung der Massenmedien im Profifußball	176
Kapitel 7 Exkurse: Spielkultur und Leistungsgesellschaft	186
1. Bemerkungen zum Modell Leistungsgesellschaft und zur Leistungsideologie	186
2. Kulturosoziologische Anmerkungen zu Spielkulturen	188
2.1 Die brasilianische Spielkultur – Fußball als Magie	189
2.2 Die englische Spielkultur – Fußball und Arbeitsethik	190
2.3 Die deutsche Spielkultur – Fußball in der Leistungs- und Erfolgsgesellschaft	192
Schluß	198
Literatur	203