

Inhalt

<i>Vorwort</i>	5
<i>Inhalt</i>	7
<i>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</i>	11
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	15
1 Einleitung	17
1.1 Aktualität und Bedeutung des Themas	17
1.2 Begriffliche und grammatikalische Erklärungen	20
1.3 Forschungsstand	22
1.4 Zielsetzungen und Fragestellungen	25
1.5 Wissenschaftlicher Ansatz	29
1.6 Aufbau	31
2 Theoretische Annäherung an die Mega-Events und die Public Relations	35
2.1 Mega-Events	35
2.1.1 Im Allgemeinen	35

2.1.2	Die Fußball-WM 2010	47
2.1.3	Die Hadsch.....	64
2.1.4	Zusammenfassung der Unterschiede zwischen WM und Hadsch	86
2.2	Public Relations	87
2.2.1	Begriffliches Verständnis von Public Relations.....	87
2.2.2	PR-Theorie.....	90
2.2.3	Die PR-Funktion innerhalb der Organisationsstruktur.....	106
2.2.4	PR-Personal	110
2.2.5	Strategisches Vorgehen bei der PR.....	113
2.2.6	PR-Tätigkeitsfelder	119
3	<i>Methodisches Vorgehen</i>	141
3.1	Einführung	141
3.2	Forschungsansatz, Fallauswahl und Phänomenbenennung	141
3.3	Erhebungstechniken.....	143
3.3.1	Inhaltsanalysen.....	144
3.3.2	Beobachtungen.....	146
3.3.3	Interviews.....	148
3.4	Der Prozess der Datenerhebung.....	154
3.4.1	Datenerhebung für die PR der Hadsch.....	154
3.4.2	Datenerhebung für die PR der WM	157
3.5	Datenanalyse.....	160
3.6	Gütekriterien und kritische Reflexion.....	166

4 Ergebnisse..... 173

4.1	Die Public Relations der Fußball-WM 2010	173
4.1.1	Die PR-Funktion innerhalb der WM-Organisationsstruktur	173
4.1.2	PR-Personal bei der WM	181
4.1.3	Organisationsunabhängige PR bei der WM.....	184
4.1.4	Strategisches Vorgehen bei der WM.....	185
4.1.5	WM-Tätigkeitsfelder.....	195
4.2	Die Public Relations der Hadsch-Veranstaltungen 2009 und 2010	246
4.2.1	Die PR-Funktion innerhalb der Hadsch- Organisationsstruktur	246
4.2.2	PR-Personal bei der Hadsch.....	248
4.2.3	Organisationsunabhängige PR bei der Hadsch	249
4.2.4	Strategisches Vorgehen bei der Hadsch.....	253
4.2.5	Tätigkeitsfelder der Hadsch-PR	259

5 Interpretation..... 319

5.1	Die Einordnung der PR beider Mega-Events in die vier PR-Modelle.....	319
5.1.1	Weltmeisterschafts-PR und die vier PR-Modelle	319
5.1.2	Hadsch-PR und die vier PR-Modelle.....	328
5.2	Beurteilung der Theorie der vier PR-Modelle	336
5.3	Die wichtigsten Unterschiede in der PR der beiden Mega-Events	342

5.4	Gemeinsame Merkmale der PR von Mega-Events	347
5.5	Implikationen für die PR-Praxis von Mega-Events	362
5.6	Erkenntnisse über die PR in Südafrika und Saudi-Arabien	377
5.7	Erkenntnisse über Mega-Events im Allgemeinen.....	379
5.7.1	Der Einfluss der Mega-Events auf gesellschaftspolitische Systeme.....	379
5.7.2	Sonstige Erkenntnisse über Mega-Events	385
5.8	Fazit und Ausblick.....	388
<i>Quellenverzeichnis.....</i>		399
Literaturverzeichnis		399
Verzeichnis der Websites		415
Websites zur Fußball-WM.....		415
Websites zur Hadsch.....		420
Interviewverzeichnis.....		425
Verzeichnis der Veranstaltungszitate		425
Dokumentenverzeichnis		426
Verzeichnis der Zeitungs- und Zeitschriftenartikel		428
Verzeichnis der Beobachtungsprotokolle.....		428

Die Public Relations von Mega-Events

Die Fußball-WM 2010 und die Hadsch 2009 und 2010 im
Vergleich

Salih, C.

2013, XVI, 413 S. 56 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-03570-9