

# Vorwort

Nach gut vier Jahren Forschungsarbeit blicke ich erleichtert und dankbar zurück: Ich stelle fest, dass die Anfertigung dieser Dissertation mich wirklich bereichert hat. Es war eine Zeit voller aufregender Erlebnisse in einem fremden Kulturraum, ich konnte interessante Erkenntnisse gewinnen und extrem spannende Persönlichkeiten in Interviews kennenlernen. Die Untersuchung der Public Relations der Fußball-WM in Südafrika und der Hadsch<sup>1</sup> in Saudi-Arabien war ohne Frage ein großer Gewinn für mich.

Wochenlang forschte ich an einem Ort, an dem sich Menschen aus über 185 Ländern trafen, die sich in den unterschiedlichsten Sprachen austauschten, die buntesten Kleider trugen und die unterschiedlichsten Hautfarben hatten. Die Atmosphäre war freundlich, entspannt und friedlich. Diese Menschen befragte ich bei 30° Celsius mitten im November 2009 an der Heiligen Moschee von Mekka, für mich die wichtigste Sehenswürdigkeit der Welt, über ihre Erfahrungen mit den Kommunikationsleistungen der Organisatoren. Manche Pilger waren so glücklich, dass sich ein Forscher aus Deutschland für ihre Meinung interessiert, dass sie mich einparfümierten und mir Kleinigkeiten schenkten. In einem solchen Moment denkt man an andere Forscherkollegen, die vielleicht im selben Augenblick gerade in der Fußgängerzone unter einem Regenschirm stehen und ihre Schwierigkeiten haben, Interviewpartner zu gewinnen. So war ich einfach nur dankbar.

Mein Vergleich von Hadsch und Fußball-WM hat zugleich sehr viel Kritik von muslimischen Gesprächspartnern ausgelöst. Der Vergleich mit der WM an sich und die Verwendung von Begriffen wie Mega-Events oder Public Relations in Beziehung zur Hadsch stießen auf teilweise großen Widerspruch. Anscheinend befürchteten die Kritiker, dass die Hadsch von ihrem inhaltlichen Wesen her auf eine Stufe mit dem Entertainment-Ereignis Fußball-Weltmeisterschaft gestellt wird. Und der Begriff Public Relations weckte zu sehr Assoziationen wie die, dass es hier allein um ein positives Image, um Aufmerksamkeit um jeden Preis gehe (Deg, 2007). Dass dieser Arbeit ein breites Verständnis von PR zugrunde liegt, welches auch eine ethische Komponente vorsieht, entzog sich zu-

---

1 In diesem Werk wird die weibliche Form „die Hadsch“ verwendet. Die Begründung erfolgt in der Einleitung.

nächst der Auffassung dieser Kritiker. Aus diesem Grund muss an dieser Stelle betont werden, dass es hier weder um eine „Entweihung“ der Hadsch noch um eine „Entglamourisierung“ der WM ging. Die Einmaligkeit der Hadsch als religiöses Ereignis wird mit dieser Arbeit überhaupt nicht berührt. So wie eben der Transport von Besuchern zwischen den Veranstaltungsstätten von WM und Hadsch untersucht werden könnte, ist es eben auch möglich, die Kommunikationsmaßnahmen der beiden Organisatoren zu analysieren.

Ohne die Hilfe von Anderen hätte ich den Abschluss dieser Arbeit nicht erreichen können. Zuerst möchte ich meinen Doktorvater Professor Breuer nennen und ihm für die wertvolle Betreuung danken. Ich habe diese Beziehung als sehr angenehm und nützlich empfunden. Ohne die Hilfe Dr. Zein Al-Abideen, Staatssekretär im saudischen Ministerium für Stadt- und Gemeindewesen, und seinen Mitarbeiter Dr. Al-Bosta, wäre die Erforschung der Hadsch kaum möglich gewesen. Ihnen habe ich nicht nur die Vermittlung der Kontakte zu fast allen saudischen Interviewpartnern zu verdanken, sondern auch den Zutritt zu Workshops und wichtigen Bereichen der Hadsch-Organisation. Zudem unterstützten sie meine zahlreichen Reisen. Dr. Bodo Rasch habe ich zu verdanken, dass ich mit der Doktorarbeit überhaupt anfang. Er förderte mich insgesamt drei Jahre lang. Es gab auch eine ganze Reihe von Übersetzern, Korrekturlesern und Gesprächspartnern, die mich immer wieder unterstützten.

Ganz besonders muss ich mich bei meiner Mutter bedanken. Als alleinerziehende Mutter legte sie mit ihrer Erziehung den Grundstein dafür, dass mittlerweile ihr zweiter Sohn eine Doktorarbeit abgeschlossen hat. Das verdient Respekt. Sie trägt von allen Mitmenschen mit Sicherheit den größten Anteil daran, dass ich diese Forschungsarbeit erfolgreich abschließe. Auch meinem Vater, Sayyeda, Olaf und meinen Geschwistern Farid (für all seine Unterstützung so verschiedener Art), Chehab, Hadi und Halah möchte ich danken. In der eigentlichen Forschungszeit mussten meine Frau Esma und meine zwei Kinder Moussa und Safiya viel Geduld aufbringen. Meine Frau stand mir über den gesamten Zeitraum auch immer wieder mit Rat und Tat zur Seite, was bestimmt nicht immer einfach war und eine Menge Ausdauer erforderte. Der größte Dank gebührt schließlich AL-ALIM, in dessen Namen die Arbeit auch beginnt.

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