

Journal für korporative Kommunikation

Insa von Jürgensonn

*ESG-Ansätze bei Immobilien Anlageprodukten – Verantwortung oder Versuchung?
Nachhaltige Investitionen als Impact Opportunity des Jahrhunderts 2*

Julia Altmann

*Erlaub ist, was gefällt. Kooperative Krisenkommunikation im Spannungsfeld zwischen
ethischen Grenzen und technischem Fortschritt in der Biotechnologie 14*

Michelle Becker

*Wie Situationen Konsumenten beeinflussen. Der Einfluss von Rollen, Situationen
und Erwartungen auf die strategische Marketingplanung 25*

Oliver Held

NGOs und die gesellschaftliche Mobilisierung 33

Vanessa Lina Helm

*Wenn aus Spaß Ernst wird: Die Tagesschau auf TikTok als Medium zur
Politikvermittlung für die Generation Z 43*

Lennart Kallewegge

Sportswashing - Wie Nationen den Sport im internationalen Austausch (aus-)nutzen 54

Charlotte Pohl

Interaktionsrituale in der Gaming Community 64

Elena Willeboordse

Alles nur ein Spiel? – Zur Konstruktion sozialer Ordnung im Internet 72

Ausgabe 1/2021

journal-kk.de - ISSN: 2365-6662 - Herausgeber: Dr. Jan Rommerskirchen

Lennart Kallewegge: Sportwashing - Wie Nationen den Sport im internationalen Austausch (aus-)nutzen

Der Sport nimmt in allen Bereichen unserer Gesellschaft eine besondere Bedeutung ein. Er kann helfen kulturelle Identitäten zu erschaffen und zu transportieren. Durch seine konnotierten Werte und Normen kann er die Menschen bei ihren sozialen Handlungen unterstützen. Aber auch in der Wirtschaft und in der Politik wird seine Rolle immer größer. So ist er nicht mehr aus der Unterhaltungsindustrie wegzudenken. Aktuell entwickelt er sich auch in der Außenpolitik und- Kommunikation von Nationen zum Spielball im Wettbewerb um Einfluss und Macht. Aktuelle Beispiele sind die Sportinvestitionen der Nationen Saudi-Arabien und Katar, welche dafür in westlichen Medien stark kritisiert werden. Aber was macht gerade den Sport so besonders im internationalen Austausch? Um diese Frage zu beantworten muss ein ganzheitlicher Überblick aus der kulturellen, soziologischen, wirtschaftlichen und politischen Perspektive geschaffen werden. Unter anderem haben die Vertreter der Figurationssoziologie bereits die Rolle des Sports für den Entwicklungsprozess von modernen Gesellschaften untersucht. Auch von der wirtschaftlichen und politischen Seite existieren bereits mit dem Nation Branding und der Public Diplomacy Grundlagen, die auf den Sport übertragen werden konnten. Saudi-Arabien und Katar versuchen derzeit, sich durch den Sport an westliche Nationen anzunähern, um die eigenen Gesellschaften zukunftsfähiger auszurichten. Dieser Artikel soll einerseits offenlegen, wie durch den Sport diese Ziele erreicht werden können und ob sich seine Bewertungsgrundlage aufstellen lässt, die solche Aktivitäten bewerten kann.

Im Jahr 2016 verkündete der Kronprinz von Saudi-Arabien, Mohammed bin Salman mit der Saudi Vision 2030 ein strategisches Rahmenprogramm für die zukünftige politische, gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Ausrichtung des Königreiches. Das Ziel der Vision ist es, die Nation unabhängiger von der geförderten Hauptressource des Erdöls zu machen. Dabei sollen bis ins Jahr 2030 Fortschritte in der Gesundheit, Bildung und Infrastruktur des Landes erreicht und die Wirtschaft durch den Aufbau von Tourismus und ausländischem Investment diversifiziert werden. Die Weiterentwicklung der Gesellschaft soll das Bild im Ausland von Saudi-Arabien verbessern. Zur Umsetzung der Vision 2030 wird unter anderem ein höherer Aufwand in den Sport investiert. Sowohl die sportliche Betätigung der Bevölkerung soll vorangetrieben werden als auch die Durchführung von großen Sportevents in Saudi-Arabien (vgl. bin Salman 2016). Auch das Emirat Katar formulierte im Jahr 2008 eine eigene Zukunftsstrategie. Die Qatar National Vision 2030 soll es dem Land ermöglichen, sich zu einer nachhaltigen und fortschrittlichen Gesellschaft zu entwickeln, wobei auch der Sport helfen soll (vgl. Qatar GSDP 2008). Internationale Aufmerksamkeit löste die Vergabe der Fußball-Weltmeisterschaft 2022 vom Exekutiv-Komitee der FIFA an Katar aus. Damit wird das Land der flächenmäßig kleinste Austragungsort dieser Veranstaltung aller Zeiten werden. Saudi-Arabien plant und veranstaltet zurzeit keine Events in dieser Größenordnung. Dennoch bemühte man sich um die Veranstaltung zahlreicher „westli-

cher“ Sportwettkämpfe im eigenen Land. Diese Aktivitäten haben in westlichen Medien ein großes Echo gefunden. Nicht selten werden die arabischen Länder dafür kritisiert den Sport auszunutzen, um von Menschenrechtsverletzungen im eigenen Land abzulenken. Die New York Times (Rapport 2019) aus den Vereinigten Staaten und The Guardian (Zidan 2019) aus Großbritannien bezeichnen das plötzliche Interesse von Saudi-Arabien und Katar an westlich geprägten Sportarten, in Anlehnung an das Greenwashing in der Wirtschaft, als „Sportwashing“. Eine theoretische Darstellung, was Sportwashing ist, existiert in der Literatur in bisher keinem der wissenschaftlichen Bereiche. Dennoch stehen viele Organisationen aus westlichen und demokratisch geprägten Gesellschaften den Handlungen von oligarchischen Staaten, wie es Saudi-Arabien und Katar sind, skeptisch gegenüber. In diese Bewertung fließt immer auch der Ethnozentrismus von Wertdeutungssystemen mit ein. Das bedeutet, dass die Menschen sich in ihren Urteilen über andere Kulturen und Gesellschaften von den in der eigenen Kultur normierten Werten und Erfahrungen beeinflussen lassen. Hier kann eine wissenschaftliche Herangehensweise helfen, die Bewertung nach objektiveren Faktoren vorzunehmen (vgl. Young & Haffeejee & Corsun 2017) Die Sportsoziologie konzentriert sich auf die Untersuchung sozialen Handelns im Sport, seine Wirkungen und Bedingungen sowie dessen kultureller Abhängigkeit. In unserer Gesellschaft nimmt die sportliche Aktivität zu. Das schließt auch den Sport als Unterhaltungsware

mit ein. Um neu aufkommende Handlungsbeziehungen zu entdecken, bedarf es deshalb auch immer mehr soziologischen Analysen. Im Mittelpunkt solcher Analysen stehen die sozialen Interaktionen der Handelnden. Das umfasst auch die Austauschprozesse, die das Teilsystem Sport mit anderen Systemen hat. Besonders gut können die Wechselwirkungen durch die Veränderungen des sozialen Handelns im Laufe des Zivilisationsprozesses aufgezeigt werden (Emrich und Gassman und Klein 2019, S. 7-9). Dabei kommt der Figurationssoziologie von Elias eine besondere Rolle zu. Neben der Rolle des Sportes für die soziale Interaktion ist der Sport auch ein Teil der Kultur und deren symbolischer Ausdruck. Folglich spiegeln sich im Sport auch Kongruenzen von Werten, Einstellungen und Überzeugungen wider. Zur Verbreitung dieser Aktivitäten tragen heute insbesondere die massenmediale Berichterstattung bei, was auch zu einem bedeutenden wirtschaftlichen Einfluss geführt hat. Somit werden diese Aktivitäten zu einer Mischform aus Sport, Entertainment und Business. Aber auch Nationalstaaten können sich dem Sport im Wettkampf und die sogenannte Soft Power zunutze machen (Emrich et al. 2015, S. 39). Deshalb kennzeichnet den Sport heute eine immer weiterlaufende Globalisierung, Professionalisierung, Kommerzialisierung, Mediatisierung und Politisierung (vgl. Messing & Emrich 1996, S. 51). In der Politik spielt der Sport im speziellen für die Außenpolitik eine große Rolle. Besonders stark ist der Sport während des Kalten Krieges als Mittel der Propaganda von strukturellen Systemen zum Einsatz gekommen (vgl. Cull 2008, S. 31-32). Aus diesen Grundlagen soll deshalb in dieser Arbeit vorgestellt werden, wie der Sport im internationalen Austausch benutzt werden kann, um sich kulturell, sozial, politisch und wirtschaftlich an andere Nationen und Kulturen anzunähern. Diese Erkenntnisse sollen auf die aktuellen Beispiele von Saudi-Arabien und Katar übertragen werden, um festlegen zu können, ob die Bewertung des Sportwashing überhaupt zulässig ist.

II Der Entwicklungsprozess von Nationen und deren Merkmale an den Beispielen Saudi-Arabien und Katar

Zuerst muss geklärt werden, was Nationen überhaupt ausmacht und wie sie entstehen. Die Nationenbildung beginnt in den Köpfen der Menschen. Diese entwickeln über eine gemeinsame Geschichte Gruppenbilder, um die eigene Identität zu sichern und sich von anderen Gruppen abzugrenzen (vgl. Boulding 1971; Koch-Hilbrecht 1978, S. 118-119). Je mehr diese Vorstellungsbilder wiederholt werden, desto eher

werden diese an nachfolgende Generationen weitergegeben. Über einen längeren Zeitraum hinweg, können diese auch verändert werden (Berting & Villain-Gandossi 1995, S. 23). Je höher das Mobilisierungspotenzial ist, desto eher kann es von einem großen Personenkreis übernommen werden und zur nationalen Gruppenbildung beitragen (vgl. Haas 1997, S. 59-61). Dieser Prozess wird unter anderem von Benedict Anderson (vgl. 1996) in seiner Theorie der Imagined Communities beschrieben. Den Entwicklungsprozess von Nationen findet man in allen Epochen menschlicher Geschichte. Karl Deutsch erkennt mehrere Gleichförmigkeiten in diesem Prozess, der dabei hilft in Gruppen gemeinsame Kommunikationsgewohnheiten aufzubauen und eine Nation durch soziale Kommunikations- und Mobilisationsprozesse entstehen zu lassen (vgl. Deutsch 1972). Zu diesen Gleichförmigkeiten gehören der Aufbau von Tauschwirtschaft, die Entwicklung von Kerngebieten durch Mobilisierung und Urbanisierung, gemeinsame Kommunikationsgewohnheiten sowie die Konzentration von Kapital, Fähigkeiten und Institutionen (vgl. Deutsch 1972, S. 30-33). Die stärkste Verbindung auf der arabischen Halbinsel ist der Islam. Die wichtigsten Pilgerstätte der Weltreligion finden sich in den saudi-arabischen Städten Mekka und Medina. Durch die hohe Anzahl von Pilgern, konnten schon lange vor der Staatsgründung Mobilisationsprozesse in Gang gesetzt werden und sich Handelswege in der Region entwickeln. So entstanden schon früh wichtige religiöse und wirtschaftliche Kerngebiete. Dazu waren die Gebiete des heutigen Saudi-Arabiens eine wichtige Durchgangsstation für den Handel zwischen Asien und Europa (vgl. Freitag 2010, S. 13-18). Aber die Idee einer islamischen Nation wurde erst mit dem Aufstieg des Wahhabismus, einer puristisch-traditionellen Auslegung des sunnitischen Islams, stärker verfolgt. Die Familie al-Saud aus Riad avancierte zum führenden Verfechter dieser Lehre, deren Einflussgebiet durch Missionierung und militärische Expansion ab dem 18. Jahrhundert zunahm. Doch erst 1932 fand die offizielle Staatsgründung statt (vgl. Freitag 2010, S. 18-21). Die Geschichte der Nation Katar hängt eng mit Saudi-Arabien zusammen. Das Gebiet wird seit dem 18. Jahrhundert von dem Stamm der Familie al-Thani beherrscht, welche ihren Sitz im heutigen Doha festlegte. Da nur eine kleine Fläche regiert werden musste, reichten auch geringe Mobilitäts- und Kommunikationswege zur Machtkontrolle aus. Der Wahhabismus kehrte im Katar durch den Einfall saudischer Stämme ein, was auch die historisch engen Beziehungen der beiden Staaten miteinander erklärt. Im

Jahr 1878 gründete sich durch die Abspaltung der Insel Bahrain, der Staat Katar. Dieser stand damals noch unter dem Protektorat des Vereinigten Königreiches. Durch das reiche Erdölvorkommen konnte das Land selbständiger und wohlhabender werden, weshalb man nicht mehr auf andere Länder angewiesen war. So konnte man im Jahr 1971 auch die Unabhängigkeit vom Vereinigten Königreich feiern (vgl. Scholz & Stern 1985, S. 169-171).

III Die Beeinflussbarkeit der kulturellen und sozialen Welt: Kulturbegriffe und die Figurationstheorie

Damit die kulturelle und soziale Annäherung von Nationen grundsätzlich möglich ist, bedarf es eines soziologischen Grundgerüsts, das eine mögliche Annäherung erklärt. In der Literatur finden sich zahlreiche Definitionen von Kultur. Um sich über diese einen Überblick zu verschaffen, hat Reckwitz vier Kategorien der Kulturbegriffe aufgestellt. Nach ihm muss die Kultur die Kontingenz des menschlichen Denkens und Handelns aufdecken (vgl. Reckwitz 2004). Der normative Kulturbegriff definiert alle Phänomene, Objekte und Praktiken des menschlichen Schaffens, die in einer Gemeinschaft als erstrebenswert gilt. Kultur ist hier prinzipiell veränderbar, aber da der normative Kulturbegriff durch die Moralvorstellungen beeinflusst wird, bietet er sich weniger zur Offenlegung der Kontingenzen an (vgl. Plikat 2017, S. 49). Nach dem differenztheoretischen Kulturbegriff ist Kultur ein Subsystem, das sich von den Teilsystemen der Ökonomie, Politik und sozialer Gemeinschaft abgrenzt. Dieses Subsystem der Kultur beinhaltet nur intellektuelle und funktionale Aktivitäten, wie z.B. die Wissenschaft, Bildung und Kunst. Diese Soziologiekonzeption konzentriert sich auf die Bereiche einer Gesellschaft, die sich um die Sinnzuschreibung der Weltdeutung in intellektueller, religiöser oder medialer Art kümmern. Dadurch wird ein großer Teil der Gesellschaft von der Kulturschaffung ausgeschlossen, was nicht mit der Offenlegung von Kontingenzen vereinbar ist (vgl. Reckwitz 2000, S. 78). Der totalitätsorientierte Kulturbegriff weitet die Kulturschaffung wieder auf die gesamte Gemeinschaft aus. Allerdings finden sich auch hier Einschränkungen des Kontingenzgedankens. Zum einen werden Kulturen fest an Gemeinschaften gebunden und zum anderen wird die menschliche Natur als kulturbedürftig universalisiert (Reckwitz 2004, S. 8). Ein bekannter Vertreter der totalitätsorientierten Seite ist Hofstede (Hofstede und Hofstede 2005). Dieser formuliert die These, dass sich Kulturen durch die unterschiedliche Ausprägung von

fünf Dimensionen unterscheiden. Diese Ausprägungen sind festgelegt und eine Wandelbarkeit kaum möglich (vgl. Viereggs 2010, S. 46). Den vierten Kulturbegriff bezeichnet Reckwitz als bedeutungsorientierter Kulturbegriff. Die Annahme ist, dass der Mensch die Welt nur als „Bedeutungswelt“ wahrnehmen kann. Er versucht durchgehend die in seiner Umwelt wahrgenommenen Informationen zu sinnvollen Bedeutungen umzuwandeln (vgl. Reckwitz 2004, S. 7). Die Kultur wird als der Gesamtkomplex von Vorstellungen, Denkformen, Empfindungsweisen, Werten und Bedeutungen verstanden, die vom Menschen erschaffen wurden und sich in Symbolsystemen manifestieren. Somit fallen auch soziale Institutionen und Dispositionen, welche die Schaffung von Symbolen erst möglich machen, unter den Kulturbegriff. Somit werden die Zusammenhänge der menschlichen Sinnbeschreibungen offengelegt. Dem zufolge lassen sich im bedeutungsorientierten Ansatz in unterschiedlichen Kulturen auch unterschiedliche Sinnzuschreibungen finden. So müssen Begriffe, Beschreibungen und Bewertungen nicht universell zutreffend sein und genauso lässt sich aus einer externen Sicht keine Bewertung über „höhere“ oder „niedrigere“ Kultur aufstellen. Der Ansatz bietet der Kultur Raum für Veränderungen, da die Sinnbeschreibungen veränderbar sind (vgl. Reckwitz 2004, S. 6). Die Figurationssoziologie möchte die soziale Welt durch das menschliche Handeln erklären. Dieses Handeln muss man als Prozess menschlicher Interdependenzen ansehen, den sogenannten Figurationen (vgl. Elias 2014). Die Figurationstheorie teilt sich den Begriff des Habitus mit der bekannten Theorie von Bourdieu. Hier verfügt der Mensch über ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital. Besonders das kulturelle Kapital ist für den Habitus entscheidend, denn es statet das Individuum mit vorgeformten Denk- und Handlungsdispositionen aus (vgl. Bourdieu 1983). Diese Dispositionen sind dem Akteur durch seine Geschichte „einprogrammiert“ und somit höchst determinierend (vgl. Zimmermann 1983, S. 132). Seine Position und Handlungen im sozialen Raum werden dadurch bestimmt. Eine Annäherung an andere Kulturen ist nur schwer vorstellbar (vgl. Bourdieu 2000, S. 165). Dieser Theorie wird aber teilweise vorgeworfen, die Zusammenhänge von menschlichen Beziehungen im Dunkeln zu lassen (vgl. Abels & König 2016, S. 188). Durch die Erklärung interdependenter Individuen möchte die Figurationstheorie dieses Black-Box Dilemma auflösen. Der Mensch lebt durch die Interdependenz zu anderen Menschen in dynamischen Figurationen, die er durch seine Handlungen grundsätzlich beeinflussen kann

(vgl. Elias 2012, S. 525). Als Metapher für eine Figuration wird der „Tanz“ beschrieben. Zwei Akteure führen Handlungen aus, welche erst für die Existenz der Figuration sorgen. Dabei entscheidet die Art der Handlungsabläufe darüber, ob ein Walzer oder Tango getanzt wird, der „Tanz“ ist also keine feste Struktur. Figurationen bilden so Dinge, wie eine „Familie“ oder einen „Staat“ ab (vgl. Elias 2012, S. 525). Wenn mehrere Menschen in Figurationsgeflechten zusammenkommen, entscheiden die Machtbalancen zwischen den Akteuren, welche Handlung ausgeführt wird. Wie sich diese Macht auswirkt, kann durch Spielmodelle erklärt werden. Wenn es in einer Figuration keine gemeinsamen Normen gibt, entscheiden Stärke, Intelligenz und Vorräte über die Macht einer Gruppe und somit der Spielstärke gegenüber anderen Gruppen (vgl. Elias 2014, S. 88). In normierten Figurationen können Normen ein Regelwerk vorgeben, aber nur wenn diese von allen Teilnehmern akzeptiert sind. Ein Spieler mit hoher Macht kann die Handlungen der anderen Akteure beeinflussen, indem er seine Machtressourcen ausspielt. Je mehr Gegenspieler man hat, desto komplexer wird das Spiel und desto schwerer ist es seine Macht durchzusetzen. Genauso kann der Zusammenschluss von Gegnern den eigenen Machteinfluss verringern (vgl. Elias 2014, S. 92). Oft existieren auch Gemeinschaften mit mehreren Stockwerken. Auf dem unteren Stockwerk finden sich viele schwächere Gegner und auf der oberen Etage, wenige starke Spieler. Im demokratischen Typus gibt es einen hohen Durchfluss zwischen den zwei Etagen, weshalb das Spiel unübersichtlich wird und nur schwer zu kontrollieren ist. Im oligarchischen Typus ist der Einfluss des unteren Stockwerks geringer und damit ist es leichter für mächtige Spieler der oberen Etage das Spiel zu kontrollieren, da hauptsächlich die Handlungen der wenigen Spieler auf der zweiten Etage kontrolliert werden müssen (vgl. Elias 2014, S. 98-104). Damit bietet sich der oligarchische Typ besser an die soziale Welt zu kontrollieren.

IV Zivilisationsprozess, Spannungen und die Rolle des Sports für unsere Gesellschaft

Neben der Erklärung von sozialen Beziehungen, zeigt die Figurationssoziologie auch die Entwicklung von modernen Gesellschaften durch den Zivilisationsprozess auf. Dabei spielt auch der Sport eine wichtige Rolle. In der frühen Phase einer Zivilisation sind besonders die Scham- und Gewaltschwelle in Gemeinschaften noch nicht weit ausgeprägt, da die gesellschaftlichen Figurationen sich noch nicht weit genug

entwickelt haben. Das Individuum war für die eigene und die Sicherung der Familie verantwortlich. Deshalb wurden emotionale Impulse schneller ausgelebt. Durch größer werdende Abhängigkeiten wurde die Verantwortung über Gesundheit, Recht und Leben der Gesellschaft übertragen. Das soziale Leben wurde sicherer. Um diese Sicherheit nicht zu gefährden, musste das Individuum lernen, seine emotionalen Impulse unter Kontrolle zu bekommen. Äußere Zwänge wurden durch innere Zwänge ersetzt (vgl. Elias 1939). Allerdings ist der Mensch auf der Suche diese emotionalen Spannungen, die er nicht mehr unkontrolliert ausleben kann, in einer für die Gesellschaft sicheren Atmosphäre entladen zu können. Da sich das Leben weitgehend routinisiert hat, sucht der Mensch diese Entspannung in seiner Freizeit. Insbesondere findet man diese Entspannung in den mimetischen Aktivitäten, welche Emotionen auslösen. Dazu gehört die Teilnahme und das Zuschauen am Sport (Elias & Dunning 1986). Wenn hier vom Sport gesprochen wird, geht es der Definition nach um den Wettkampf zwischen zwei oder mehreren Akteuren, die ihre Leistung nach geregelten Leistungen und Bewertungskriterien bringen (vgl. Suits 2007, S. 14-18). An der Anzahl der Teilnehmer gemessen, könnte man meinen, dass das Beobachten eine größere Rolle in der Gesellschaft einnimmt als die sportliche Aktivität selbst. Dafür sorgt der Eventcharakter des Zuschauersports. Einerseits zelebrieren die Zuschauer dabei das ästhetische Spektakel, also die überdurchschnittliche Leistung der Athleten. Andererseits spürt man durch das gemeinsame Erleben des Lieblingssportlers oder -team, eine emotionale Vergemeinschaftung. Hier synchronisieren die Zuschauer ihre Emotionen durch eine reflexive Überhöhung des Erlebten (vgl. Bette & Schimank 2007, S. 307-315). Die Wirkungen von Events wurden bereits zahlreich in der Werbeforschung behandelt (vgl. Hermanns & Glogger 1995; Nufer 2002, S. 157). Wenn man sich die Rolle des Sports im menschlichen Entwicklungsprozess anschaut, wird klar, dass Sport zu allen Zeitpunkten der Gesellschaften allgegenwärtig war. Doch mit der Gesellschaft hat sich auch der Sport weiterentwickelt. Aus unregelmäßig und brutalen sportlichen Aktivitäten wurden im Laufe der Zeit Sportarten mit Regeln und Institutionen (vgl. Elias 1984). Der Sport der Antike und des Mittelalters waren vom damals typischen Kriegsethos geprägt. Die sportliche Aktivität hatte die gesellschaftliche Funktion, die Athleten zum Selbstschutz zu befähigen und auch kriegsfähig zu machen (vgl. Elias 1984, S. 20-23). Die Sportarten waren regional begrenzt, da ein gemeinsamer Standard die Ausbreitung erschwerte (vgl. Elias und Dunning

1984, S. 85). Erst mit der Industrialisierung fanden sportliche Entwicklungsprozesse statt, die Elias „Versportlichung“ nennt (Elias 1986 a, S. 68). Diese startete gemeinsam mit dem Anstieg von demokratischen und liberaleren Werten im viktorianischen England. In diesem Prozess wurden einheitliche Spielabläufe und fixe Regelwerke manifestiert (vgl. Mennell 2008, S. 19-20; Elias und Dunning 1986, S. 150). Dadurch konnten andere Regionen und Kulturen diese einfacher adaptieren. Das bekannteste Beispiel ist die Ausbreitung des Fußballs auf der Welt (vgl. Elias 1984, S. 10-14). In den Unterschieden des antiken und modernen Sports erkennt Elias Entwicklungsprozesse, die sich in anderen Bereichen der Gesellschaft wiederholen. Prozesse wie Versportlichung, Industrialisierung, Urbanisierung und Demokratisierung stehen in Abhängigkeit zueinander und entwickeln sich deshalb zwangsläufig gleichzeitig (vgl. Elias 1984, S. 13). Denn wie die Demokratisierung die Zivilisierung des politischen Lebens darstellt, bildet die Versportlichung die Zivilisierung der Freizeit (vgl. Elias 1986 b, S. 275-276). Der Sport dient auch als Machtressource, da er einen enormen kulturellen Einfluss auf die moderne Gesellschaft hat. Athleten werden in den Heldenstatus erhoben und die können sogar nationale Ikonen werden. Für Menschen und Unternehmen stellen sie eine Art Kapital dar, um sich in der Welt besser zu platzieren. So nutzen ihn zum Beispiel Politiker im Wahlkampf und Marken in der Unterhaltungsindustrie. Besonders „hegemonistischen Sportkulturen“, wie der Fußball, schaffen es, kulturelle Grenzen zu überwinden und dazu beizutragen Identitäten und Botschaften zu transportieren (vgl. Markovits & Rensmann 2010).

V Die wirtschaftlich-politische Perspektive: Der Weg zum Nation Branding

Auch aus der wirtschaftlichen und politischen Perspektive wird der Sport für den internationalen Austausch immer wichtiger. Die Globalisierung und der technologische Fortschritt sind dafür verantwortlich, dass die Öffentlichkeit dabei immer mehr eingebunden werden muss (vgl. Schwan 2011, S. 129-130). Dabei nimmt die Soft Power einer Nation eine immer größere Rolle ein. Klassische Machtfaktoren, wie militärische oder wirtschaftliche Stärke sind immer noch wichtig, aber mittlerweile ist die Beeinflussung über kulturelle Faktoren akzeptierter, um im Ausland attraktiv zu wirken (vgl. Nye 1990 b). Mit der Public Diplomacy und dem Nation Branding finden sich zwei Umsetzungsformen dieses Konzeptes. Die mo-

derne Diplomatie, kann sich nicht mehr allein auf geheime und stille Absprachen verlassen. Die Menschen haben bessere Möglichkeiten sich über die Aktivitäten von Nationen zu informieren. Schon im 19. Jahrhundert rückte deshalb die Kulturdiplomatie in den Vordergrund (vgl. Nye 2004, S. 100). Dadurch soll ein besseres Image geschaffen werden, um die politischen Ziele zu erreichen. Diese Handlungen sollten in einem kulturellen Austausch stattfinden, da sonst schnell der Eindruck der Kulturpropaganda entsteht (vgl. Cull 2008, S. 31-33; Wang 2006, S. 43). Besten Fall besitzt eine Nation kulturelle Ausstrahlungskraft, was als erstrebenswert gilt. Aber es dürfen auch aktiv die Wertevorstellungen mit denen in anderen Ländern verbunden werden, wenn diese kompatibel sind. Wird zu einseitig kommuniziert, nennt man das Kulturpropaganda (vgl. Düwell 2005, S. 62-63). Der Sport kann dabei zur Brückenbildung genutzt werden, da er eine universelle Anziehungskraft hat. Genauso können durch den sportlichen Erfolg Kultur kommuniziert und Konnotationen auf Nationen übertragen werden, wie durch die Rugbymannschaft der „All-Blacks“ aus Neuseeland (vgl. Dubinsky 2019, S. 156-157). Das Konzept des Nation Branding überträgt die Markenführung aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich, auf die Aktivitäten von Nationen. Denn auch sie müssen im Wettbewerb um Ressourcen aus der MaÙe herausstechen (vgl. Schwan 2011, S. 141). Dabei müssen Nationen einen identitätsorientierten Ansatz verfolgen, bei dem sich das Selbstbild einer Nation mit dem Fremdbild, das es im Ausland hat, überschneiden. Dafür müssen auch fremde Werte übernommen werden, um es im Ausland attraktiver wirken zu lassen und die Handlungen müssen mit der Botschaft übereinstimmen. So werden die Aktivitäten glaubwürdig und authentisch (vgl. Anholt 2006). Wie auch bei der Public Diplomacy kann der Sport dabei zur Übermittlung von Botschaften genutzt werden. Besonders nutzen ihn „emerging nations“, welche eine neue Identität kommunizieren wollen und der Sport die günstigste Variante darstellt, da fast überall Sportstrukturen existieren (vgl. Rein & Shields 2007, S. 75). Mit einem höheren finanziellen Aufwand ist die Veranstaltung von großen Sportevents verbunden. Der größte Aufwand ist mit dem Aufbau von Sportinfrastruktur, um eine Region zu einer Sporthochburg zu machen. Die großen Ausgaben werden mit hohen Marketingvorteilen verteidigt. (vgl. Rein & Shields 2007, S. 80). VI Wie Saudi-Arabien und Katar den Sport (aus-)nutzen, um die Aktivitäten der arabischen Länder zu verstehen, muss verdeutlicht werden, warum die strategischen Visionen formuliert werden mussten und in den letzten Jahren einen so großen

Wert auf Sportinvestitionen gelegt wurde. Neben den bereits dargestellten wirtschaftlichen Faktoren geht es auch um den Einfluss auf der arabischen Halbinsel. Seit dem arabischen Frühling haben sich die Machtbalancen verschoben. Der Iran hat mehr an Einfluss gewonnen. Zum Beispiel hat sich Katar dem Iran angenähert und sich von Saudi-Arabien entfernt. Saudi-Arabien versucht deshalb seine Machtstellung in der Region zu konsolidieren. Über die Hard Power wurde bereits ein Embargo gegen den Katar ausgesprochen und im Jemen ein Proxy-Krieg gegen den Iran geführt (vgl. Steinbeck 2018). Katar kann sich hier nicht mit dem großen Nachbar messen, weshalb sich auf die Vergrößerung der Soft Power konzentriert wird. Auch Saudi-Arabien hat diese Machtressource erkannt (vgl. Dorsey 2013). Dabei konzentrieren sich beide Nationen auf den Sport. Beide Nationen veranstalten eine große Zahl an Events und geben hohe Summen für den Ausbau der eigenen Sport-Infrastruktur aus (vgl. Aspire Academy o. D; FourFourTwo 2020). Aus den theoretischen Grundlagen konnte bereits geschlossen werden, dass sich der Sport gut zur Annäherung im internationalen Austausch nutzen lässt. In einer bedeutungsorientierten Welt hat es der Sport durch die Versportlichung geschafft universelle Sinnzuschreibungen zu etablieren. Durch die Hegemonie von Sportkulturen sind die Abläufe und Regeln der beliebtesten Sportarten bekannt. So kann der Sport Botschaften und Werte, wie Fair-Play, Individualismus oder den Mannschaftsgedanken, kommunizieren und man kann an ihn Konnotationen anhängen. Zwar existieren Ansichten, wie beim totalitätsorientierten Kulturbegriff oder der Habitus-Theorie von Bourdieu, dass eine Annäherung durch festgelegte und programmierte kulturelle Vorstellungsbilder erschwert wird. Aber durch die Offenlegung der Kontingenzen menschlicher Beziehungen bietet die Figurationssoziologie einen Ansatz für die Analyse der Aktivitäten. Dabei wurde versucht auf ethnozentrische Bewertungen zu verzichten, allerdings macht es an einigen Stellen Sinn, diese miteinzubeziehen. In der Figurationssoziologie sind Akteure wie Saudi-Arabien und Katar in der Lage, durch aufgebauten Beziehungsgeflechte, die Machtbalancen ihrer sozialen Welt zu ändern und somit auch seine Position zu ändern. Damit wird Nationen die Möglichkeit eröffnet, ihre Identität, Kultur und auch Stellung in der Staatengemeinschaft zu ändern. Dafür muss sich mit den Machtbalancen innerhalb der Staatsfigurationen und der Staatengemeinschaft beschäftigt werden. Beide Nationen sind absolute Monarchien, weshalb der oligarchische Spieltypus angewandt wurde. Zur Komplexitätserleichterung wurde sich auf das Beispiel Saudi-Arabien in einem

zweistöckigen Spielmodell konzentriert. Das Ergebnis ist, dass nach seiner Machtübernahme der Kronprinz MBS die größte Spielstärke im oberen Stockwerk hat und die Handlungen der anderen Akteure beeinflussen kann (Steinbeck 2018, S. 1). Wegen den undemokratischen Prozessen hat die Bevölkerung im unteren Stock nur einen geringen Einfluss auf das Geschehen. Somit besitzt auch MBS die Macht der Sinnzuschreibung für das Land. Überträgt man das Modell auf die Staatengemeinschaft, würde sich die Komplexität erhöhen und somit die Spielstärke der arabischen Länder verringern. Allerdings sind internationale Sportorganisationen, wie z.B. die FIFA oder das IOC auch oligarchisch aufgebaut. Somit ist die Anzahl der nötigen Beziehungsgeflechte gering. Die Vergabe der WM an Katar zeigt, dass auf diesem Spielfeld Länder mit hohen finanziellen Ressourcen in der Lage sind, eine hohe Macht auszuüben (vgl. Draper & Pania 2020). Der Sport hilft mit seinen oligarchischen Entscheidungsgremien die Machtressourcen effektiver einsetzen zu können als in anderen Figurationsgeflechten. Diese Handlungen sind nach der Figurationssoziologie legitim, sie werden von den Thesen des Zivilisationsprozesses unterstützt. Denn überall wo Versportlichungsprozesse in Gang gesetzt werden, müssen durch Interdependenzen auch Prozesse der Industrialisierung und Demokratisierung folgen. Somit dürfen die Aktivitäten aus westlicher Sicht nicht kritisiert werden. Auch aus der wirtschaftlichen und politischen Perspektive geben die Grundlagen der Public Diplomacy und des Nation Branding hohe Potenziale vor. Grundsätzlich macht es für die arabischen Länder Sinn, durch den Sport ihr Ansehen im Ausland zu steigern und attraktiver für ausländische Unternehmen zu erscheinen. Aber wichtig ist, dass die Botschaften auch mit den Gegebenheiten übereinstimmen was eine ethnozentrische Bewertung zulässt. Sonst verliert man Glaubwürdigkeit und westliche Medien würden die Handlungen stark kritisieren. Es kann festgehalten werden, dass die Nationen teilweise die Botschaften mit Tatsachen bestätigen. Z.B. trägt Saudi-Arabien seit einigen Jahren Rennen einer Elektrorennserie aus. Um seine Abhängigkeit vom Erdöl verringern, wird auch im Energiesektor mehr auf alternative Energien gesetzt (vgl. REPDO o. D.). Allein das Interesse am westlichen Sport könnte so gedeutet werden, dass die geplanten Reformen ernst gemeint sind. Man hat wieder kulturelle Veranstaltungen erlaubt, Frauen dürfen Sport betreiben und schauen. Auch der Austausch mit anderen Nationen hat zugenommen (Auswärtiges Amt 2019). Doch genauso finden können noch Menschenrechtsverletzungen festgestellt werden. Regimekritiker und religiöse Minderheiten werden verfolgt.

Homosexuellen droht noch immer die Todesstrafe. Menschen- und Frauenrechtler werden trotz der Reformpläne noch inhaftiert (Amnesty International 2019). Auch für das Nation Branding lassen sich Argumente für beide Seiten finden. Beide Länder versuchen zurzeit ihr Image im Ausland zu verbessern. Saudi-Arabien muss sich diversifizieren und Katar möchte sich weiter vom großen Nachbar differenzieren. Beide Nationen streben danach, durch den Aufbau sportlicher Infrastruktur zu einer Sporthochburg zu werden (Sport Industry Insider 2019). Das soll einerseits die Veranstaltung von Sportevents erleichtern, andererseits auch ein Anreizpunkt für den Tourismus sein. Dabei profitiert Saudi-Arabien von den islamischen Pilgern und Katar durch die Zentralisierung wegen der geringen eigenen Fläche (GAS-KSA 2019, S. 12). So haben auch kleine Maßnahmen Auswirkungen auf das restliche Land. Das Rahmenprogramm kann zur Vorstellung der Kultur dienen. Die beim Zuschauersport gefühlten positiven Emotionen können so auf den Austragungsort übergehen (vgl. Jahn & Dregner 2013, S. 109). Aber andere Handlungen lassen sich nicht mit dem gewünschten Vorstellungsbild decken. In Katar stehen zurzeit die schlechten Arbeitsbedingungen der Migranten bei Stadien der Fußball-WM 2022 im Fokus. Diese sollen sich in gezwungener Arbeit befinden und viele sind bereits gestorben (vgl. Ganji 2016). Auch Saudi-Arabien, sogar MBS selbst wird eine Beteiligung an einem Auftragsmord in der saudischen Botschaft der Türkei vorgeworfen (Amnesty International 2019).

VII Theoriekritik: Sind die Aktivitäten Sportswashing?

Dargestellt wurde, dass sowohl die Public Diplomacy als auch das Nation Branding als Methoden der Soft-Power Strategie für die nationale Annäherung grundsätzlich nutzbar sind. Die Tatsachen sind, dass Saudi-Arabien und Katar sowohl im Inland als auch im Ausland Menschenrechtsverletzungen vorgeworfen werden. Teile der eigenen Bevölkerung und Gastarbeiter werden unterdrückt. Somit gibt es eine klare Diskrepanz zwischen der zu vermittelnden Botschaft und den tatsächlichen Gegebenheiten in beiden Ländern. Das sorgt dafür, dass im Westen die Glaubwürdigkeit gegenüber den arabischen Ländern sehr gering ist, was man an den zahlreichen kritischen medialen Beiträgen erkennen kann. Dass Länder wie Katar und Saudi-Arabien dennoch Sport-Großveranstaltungen zugesprochen bekommen, bestätigt einen Schwachpunkt des Nation Branding-Konzeptes. Autoritäre Regimes können durch Kontrolle und Unterdrückung die

eigene Bevölkerung übergehen und sich durch stark kontrollierte Maßnahmen anders präsentieren, als es die tatsächlichen Begebenheiten zulassen können (vgl. Anholt 2007, S. 75). In diesem Sinne muss festgehalten werden, dass die Länder Saudi-Arabien und Katar den Sport ausnutzen und dass die Aktivitäten als Sportswashing bezeichnet werden kann. Der Sport wird dafür benutzt, ein positives Bild der Länder aufzubauen und um sich progressiver und liberaler darzustellen. Die tatsächlichen Aktivitäten zeigen aber, dass noch deutliche soziale Fortschritte nötig sind, um sich an die Werte und Normen der westlichen Gesellschaft anzupassen. Die Bewertung aus einem soziologischen Kontext stellt sich komplexer da. Durch das Ausspielen ihrer Machtressourcen können sie andere Länder beeinflussen und die eigene Stellung in der Staatengemeinschaft vergrößern. Der Reichtum aus dem Erdölgeschäft stellt Machtressourcen da, die der Eigentümer einsetzen darf, um die Handlungen der anderen Spieler zu beeinflussen. Die arabischen Länder investieren ihre Ressourcen in den Sport, damit die westlichen Nationen und Organisationen mit Saudi-Arabien und Katar eine Beziehung einzugehen, von der man wirtschaftlich und politisch profitieren kann. Das ist legitim. Die westlichen Nationen hätten nach der Figurationssoziologie die Option ihre eigene Macht auszuspielen, um Saudi-Arabien und Katar zu einem gesellschaftlichen und sozialen Wandel zu bewegen. So könnte eine gemeinsame Allianz der westlichen Nationen, die Machtbalance in die eigene Richtung verschieben. Aber die Anwendung der Zivilisationstheorie auf Saudi-Arabien und Katar lässt die Idee zu, dass in speziellen Fällen die von Elias getätigte Aussage, dass der Prozess der „Versportlichung“ in einer Abhängigkeit mit der „Industrialisierung“ und „Demokratisierung“ bzw. „Parlamentarisierung“ steht, nichtzutreffend ist. Die Prozesse sollten unmittelbar zusammenhängen und sich gemeinsam weiterentwickeln (vgl. Elias 1984, S.13-14). In den arabischen Ländern wurden „Versportlichungsprozesse“ losgetreten, was folglich auch mit einer Demokratisierung und Industrialisierung der Nationen einhergehen müsste. Aber Stand Juli 2020 sind diese noch nicht eingetreten. Deshalb muss in die Bewertung eine zeitliche Komponente einberechnet werden. Da sich zu diesem Zeitpunkt noch keine demokratischen Prozesse entwickelt haben, ist es angebracht die Aktivitäten von Saudi-Arabien und Katar als Sportswashing zu bezeichnen. Allerdings darf dieses Urteil nicht endgültig sein, sondern nur den derzeitigen „Zustand“ der Prozesse beschreiben. Wenn die Zivilisationstheorie zutrifft, ist es durch zukünftige Handlungen möglich, eine Demokratisierung einzuleiten. Somit wäre

diese Bewertung hinfällig. Passiert das nicht zeigt das, dass autoritäre Gesellschaften den Sport ausnutzen können, um sich zivilisierter darzustellen, als sie wirklich sind.

Fazit und Ausblick

Das Ziel dieser Arbeit war es, die Potenziale des Sports im internationalen Austausch von Nationen zu entdecken und auf die aktuellen Beispiele von Saudi-Arabien und Katar anzuwenden. Allgemein lässt sich festhalten, dass sich der Sport in allen vier Bereichen sehr gut zur Annäherung an andere Nationen anbietet. Doch in einer genaueren Analyse der Aktivitäten zweier Akteure, Saudi-Arabien und Katar, lassen sich auch Erkenntnisse ziehen, wie der Sport ausgenutzt werden kann. Dabei muss immer auch mit einbezogen werden, dass so eine Bewertung aus einem ethnozentrischen Weltbild abgeleitet wird. Das führt dazu, dass eine Bewertung von anderen Gesellschaften nie komplett objektiv sein kann und es zu Formulierungen kommt, welche die tatsächliche Komplexität der Sachverhalte auf die Ansicht einer Weltdeutung reduziert. Dennoch haben auch diese Bewertungen ihre Berechtigung. Eine Grundlage für diese Arbeit hat das Nation Branding gegeben. Hier muss sich die Zielgruppe mit dem dargestellten Bild einer Nation identifizieren können. Wenn autoritäre Regimes durch Kontrolle und Unterdrückung der eigenen Bevölkerung diesen Wandel übergehen können und sich durch stark kontrollierte Maßnahmen anders präsentieren, als es die tatsächlichen Begebenheiten zulassen können, lässt sich das nicht mit den Werten und Normen westlicher Gesellschaften verbinden. In diesem Sinne muss festgehalten werden, dass die Länder Saudi-Arabien und Katar den Sport ausnutzen und dass die Aktivitäten aus wirtschaftlicher und politischer Perspektive als Sportswashing bezeichnet werden können. Komplexer war die Beurteilung aus soziologischer Perspektive. Denn die Figurationssoziologie gibt keine Kriterien für die negative Bewertung von Handlungen vor. Die Akteure spielen mit anderen Akteuren ihre Macht aus, weshalb die Verantwortung hier auch auf den westlichen Nationen liegt. Dazu gibt die Zivilisationstheorie vor, dass die Prozesse der Demokratisierung und Versportlichung irgendwann eintreten werden. Somit wäre eine Verurteilung nicht zulässig. Doch konnte dazu eine Theoriekritik formuliert werden, die sich explizit auf Saudi-Arabien und Katar bezieht. Da in diesen beiden Ländern noch keine Demokratisierung stattgefunden hat, kann die These nicht bestätigt werden, dass Versportlichung

auch mit Demokratisierung einhergeht. Da diese Prozesse aber gezwungenermaßen Zeit in Anspruch nehmen, wurde diese Komponente der Bewertung hinzugefügt. Folglich sind die Aktivitäten von Saudi-Arabien und Katar Sportswashing, bis sich die nötigen Demokratisierungsprozesse weiterentwickelt haben. Somit ist auch das Sportswashing ein Prozess, der verändert werden kann. Sollten aber keine demokratischen Fortschritte gemacht werden, dann würde das bedeuten, dass oligarchisch geprägte Nationen die Versportlichung künstlich herbeiführen können, was wiederum die Beurteilung des Sportswashing zulässt. In diesem Sinne greift auch der Forschungsausblick, welcher an dieser Stelle gegeben werden soll. Die Aktivitäten der Länder müssen weiter genau untersucht werden. Spätestens zum Ende der Vision 2030 müssen die Auswirkungen der Investitionen untersucht werden. Wenn sich bis dahin keine demokratischen Prozesse entwickelt haben, muss sich die Tendenz der Bewertung weiter Richtung dem Urteil Sportswashing bewegen. Wenn sich in der Zwischenzeit eine Demokratisierung einstellt, ist die Zivilisationstheorie von Norbert Elias bestätigt und der Vorwurf des Sportswashing lässt sich nicht aufrechterhalten. Passiert das nicht, öffnet sich ein weiteres Feld in der Rolle des Sports im Zivilisationsprozesses. Dann muss analysiert werden, welche Auswirkungen „künstlich“ herbeigeführte Versportlichungsprozesse auf die Figurationen von autoritären Gesellschaften haben. Hier lässt sich die Forschungsfrage aufstellen, wie die Prozesse der Industrialisierung, Urbanisierung, Demokratisierung und Versportlichung in autoritären Gesellschaften der Moderne zusammenhängen. Hier könnten neue Erkenntnisse für den Zivilisationsprozess vor Augen treten. Elias hatte in seiner These die Entwicklung der modernen westlichen Staaten berücksichtigt. Möglicherweise finden in Ländern mit anderen Kulturen die Prozesse verzögert statt. Aus der Sicht des Nation Branding muss die wirtschaftliche Lage der Länder nach der Umsetzung der Visionen, die eingegangenen politischen Verbindungen und das Image des Westens gegenüber den arabischen Ländern kontrolliert werden. Sollten sich wirtschaftlich und außenpolitisch Erfolge eingestellt haben, ohne dass sich die soziale und innenpolitische Situation ändert, ist das Ergebnis dieser Arbeit bestätigt. Dazu lässt sich auch vergleichen, wie lange die Erfolge von Nation Branding-Aktivitäten in autoritären Nationen im Gegensatz zu den Aktivitäten von demokratischen Gesellschaften anhalten.

Literaturverzeichnis

- Abels, H./ König, A. (2016). Sozialisation. Über die Vermittlung von Gesellschaft und Individuum und die Bedingungen von Identität, 2.Aufl., Wiesbaden: Springer VS.
- Amnesty International (2019). 10 Dinge, die du über Menschenrechte in Saudi-Arabien wissen solltest, verfügbar unter: <https://www.amnesty.de/informieren/aktuell/saudi-arabien-10-dinge-die-du-ueber-menschenrechte-saudi-arabien-wissen>. Abgerufen am 19.07.2020.
- Anderson, B. (1996). Die Erfindung der Nation: Zur Erfindung eines folgenreichen Konzepts (3.Aufl.), Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Anholt, S. (2006). Editorial. Why Brand? Some practical considerations for Nation Branding, in: Place Branding, Vol. 2, Nr. 2, 2007, S. 97-107.
- Anholt, S. (2007). Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. London: Palgrave Macmillan
- Auswärtiges Amt (2007). Saudi-Arabien: Kultur- und Bildungspolitik, Medien, verfügbar unter: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/saudiarabien-node-/202618>. Abgerufen am 26.07.2020.
- Aspire Academy. (o. D.). Sports in Qatar, verfügbar unter: <https://www.aspire.qa/about/sport-in-qatar>. Abgerufen am 17.06.2020.
- Berting, J./ Villain-Gandossi, C. (1995). The Role and Significance of National Stereotypes in International Relations: an Interdisciplinary Approach, in: T. Walas (Hrsg.): Stereotypes and Nations (S. 13-27)., Krakau: International Cultural Center.
- Bette K.-H./ Schimank, U. (2000). Sportevents: Eine Verschränkung von „erster“ und „zweiter Moderne“, in: W. Gebhardt und R. Hitzler und M. Pfadenhauer (Hrsg.): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen (S. 307-323)., Opladen: Leske + Budrich.
- bin Salman, M. (2016). Message from HRH Prince Mohammed bin Salman bin Abdulaziz al Saud, verfügbar unter: <https://vision2030.gov.sa/en/vision/crown-message>. Abgerufen am 19.07.2020.
- Boulding, K. (1971). National Images and International Systems, in: W. Hanrieder (Hrsg.): Comparative Foreign Policy. Theoretical Essays (S. 90-117)., New York: McKay.
- Bourdieu, P. (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital, in R. Kreckel (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt (S. 183-198)., Sonderband 2, Göttingen: Schwartz.
- Bourdieu, P. (2000). Habitus, Herrschaft und Freiheit, in: P. Bourdieu (Hrsg.): Wie die Kultur zum Bauern kommt: Schriften zu Politik & Kultur 4 (S. 162-173), Hamburg: VSA-Verlag.
- Cull, N. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and histories, in: Annals of the American Academy of Political Science, Vol. 616, Nr. 1, S. 31-54.
- Deutsch, K.-W. (1972). Nationenbildung. Nationalstaat. Integration. Düsseldorf: Bertelsmann.
- Dorsey J. (2013). Wahhabism vs. Wahhabism: Qatar Challenges Saudi Arabia, in: SSRN Electronic Journal, Singapur 2007, S. 1-25.
- Dubinsky, Y. (2019). From Soft Power to Sports Diplomacy: a theoretical and conceptual discussion, in: Place Branding and Public Diplomacy 15, 2019, S. 156-164.
- Düwell, K. (2005). Zwischen Propaganda und Friedenspolitik. Geschichte der Auswärtigen Kulturpolitik im 20. Jahrhundert, in: K.-J. Maaß (Hrsg.): Kultur und Außenpolitik (S. 53-84)., Baden-Baden: NOMOS.
- Draper, K/ Panja, T. (2020). U.S. Says FIFA Officials Were Bribed to Award World Cups to Russia and Qatar, verfügbar unter: <https://www.nytimes.com/2020/04/06/sports/soccer/qatar-and-russia-bribery-world-cup-fifa.html>. Abgerufen am 17.02.2020.
- Elias, N. (1939). Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen, Band II, Wandlungen der Gesellschaft: Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation, Basel: Verlag Haus zum Falken.
- Elias, N. (1984). Die Genese des Sports als soziologisches Problem, in: N. Elias und E. Dunning und W. Hopf (Hrsg.): Sport im Zivilisationsprozeß. Studien zur Figurationssoziologie, Münster: Lit Verlag
- Elias, N. (1986a). Einführung, in Elias, N./ Dunning, E. (Hrsg.): Sport und Spannung im Prozess der Zivilisation (S. 42-120)., Oxford: Suhrkamp.
- Elias, N. (1986b). Sport und Gewalt, in Elias, N./ Dunning, E. (Hrsg.): Sport und Spannung im Prozess der Zivilisation (S. 273-316)., Oxford: Suhrkamp.
- Elias, N. (2012). On the Process of Civilisation, in: The collected works of Norbert Elias, Volume 3, Dublin: University College Dublin Press.
- Elias, N. (2014). Was ist Soziologie?, 12. Aufl., Weinheim: Beltz Juventa.
- Elias, N./ Dunning, E. (1984). Volkstümliche Fußballspiele im mittelalterlichen und frühneuzeitlichen England, in: N. Elias und E. Dunning und W. Hopf (Hrsg.): Sport im Zivilisationsprozeß. Studien zur Figurationssoziologie (S. 85-104)., Münster: Lit Verlag.
- Elias, N./Dunning, E. (1986). Die Suche nach Erregung in der Freizeit, in Elias, N./ Dunning, E. (Hrsg.): Sport und Spannung im Prozess der Zivilisation (S. 121-169)., Oxford: Suhrkamp.
- Emrich, E./ Gassmann, F./ Haut, J./ Pierdzioch, C./ Prohl, R. (2015). Medaillen für die nationale Repräsentanz? Zur Bedeutung von Medaillenerfolgen bei Olympischen Spielen, in: Sport und Gesellschaft, Nr. 1, 2015, S. 39-67.
- Emrich, E./ Gassmann, F./ Klein, M (2020). Soziologie des Sports: Genese, Gegenstand und Entwicklungsstand als Disziplin, in: A. Gülich und M. Krüger (Hrsg.): Sport in Kultur und Gesellschaft. Handbuch Sport und Sportwissenschaften, Berlin: Springer Verlag.
- FourFourTwo (2020). Major Sport Events Held in Saudi Arabia, verfügbar unter: <https://www.fourfourtwo.com/news/major-sports-events-held-saudi-arabia>. Abgerufen am 19.07.2020.
- Freitag, U. (2010). Einleitung: Ein Königreich im Wandel? In: U. Freitag (Hrsg.): Saudi-Arabien: Ein Königreich im Wandel?, Paderborn: Ferdinand Schöningh.
- Ganji, S. (2016). Leveraging the World Cup: Mega Sporting Events, Human Rights Risk, and Worker Welfare Reform in Qatar, in: JMHS Vol. 4, Nr 4 2016, S. 221-259.

- GAS-KSA (2019). Hajj Statistics, verfügbar unter: https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/haj_40_en.pdf. Abgerufen am 19.07.2020.
- Haas, E. (1997) *Nationalism, Liberalism, and Progress. The Rise and Decline of Nationalism*, London: Cornell Studies.
- Hermanns A./ Glogger, A. (2000). Wirkungsforschung im Sponsoring: Theorie und Praxis, in: H.-W. Brockes (Hrsg.): *Leitfaden Sponsoring & Event-Marketing für Unternehmen, Sponsoring-Nehmer und Agenturen, Loseblattsammlung*, Düsseldorf: Raabe.
- Hofstede, G./Hofstede, G.-J. (2005). *Cultures and Organizations. Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Jahn, S./ Drengner, J. (2013). Transzendente Konsumentenlebensnisse bei Events und ihre Wirkung auf die Eventloyalität, in: C. Zanger, (Hrsg.): *Events im Zeitalter von Social Media. Stand und Perspektiven der Eventforschung* (S. 109-128). Wiesbaden: Spinger Gabler.
- Koch-Hillebrecht, M. (1978). *Der Stoff, aus dem die Dummheit ist. Eine Sozialpsychologie der Vorurteile*, München: C. H. Beck.
- Markovits, A./ Rensmann, L. (2010). *Gaming the World: How Sports are Reshaping Global Politics and Culture*, Oxford: Princeton University Press.
- Mennell, S. (2008). The Contribution of Eric Dunning to the Sociology of Sports: The Foundations, in: D. Malcolm und I. Waddington (Hrsg.): *Matters of Sport. Essays in Honour of Eric Dunning* (S. 12-30)., New York: Routledge.
- Messing, M./ Emrich, E. (1996). Sozialphilosophie des Sports, in H. Haag, H. und J. Court (Hrsg.): *Sozialphilosophie. Ein Handbuch* (S. 51-92)., Schorndorf: Springer Verlag.
- Nye, J. (1990). Soft Power, in: *Foreign Policy* 80, 1990, S. 153-171.
- Nye, J. (2004). *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- Plikat, J. (2017). Fremdsprachliche Diskursbewusstheit als Zielkonstrukt des Fremdsprachenunterrichts. Eine kritische Auseinandersetzung mit der Interkulturellen Kompetenz, Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.
- Qatar GSDP (2008). *Qatar National Vision 2030*, verfügbar unter: https://www.psa.gov.qa/en/qnv1/Documents/QNV2030_English_v2.pdf. Abgerufen am 18.05.2020.
- Rappeport, A. (2019). *Saudi Arabia Embraces Western Sports to Rehabilitate Global Image*, verfügbar unter: <https://www.nytimes.com/2019/12/02/business/economy/saudi-arabia-image-sports.html>. Abgerufen am 18.02.2020.
- Reckwitz, A. (2000). Die Transformation der Kulturtheorien: zur Entwicklung eines Theorieprogramms. *Weilerswist*.
- Reckwitz, A. (2004). Die Kontingenzperspektive der „Kultur“. *Kulturbegriffe, Kulturtheorien und das kulturwissenschaftliche Forschungsprogramm*, in: F. Jaeger, et al. (Hrsg.) *Handbuch der Kulturwissenschaften, Band 1*, (S. 1–20)., Stuttgart: J. B. Metzler.
- Rein, I./ Shields B. (2007). Place branding sports: Strategies for differentiating emerging, transitional, negatively viewed and newly industrialised nations, in: *Place Branding*, Vol. 3, Nr. 1 2007, S. 73-85. REPDO (o. D.)
- About the renewable energy Energy Project Development Office (REPDO), verfügbar unter: <https://www.powersaudiarabia.com.sa/web/index.html>. Abgerufen am 02.07.2020.
- Scholz, F./ Stern, W. (1985). Qatar – Wüstenstaat mit industrieller Zukunft?, in: F. Scholz (Hrsg.): *Die kleinen Golfstaaten. Reichtum und Unterentwicklung – ein Widerspruch?* (S. 166-188)., Stuttgart: Ernst Klett Verlag.
- Schwan, A. (2011). *Werbung statt Waffen. Strategische Außenkommunikation die Außenpolitik verändert*, Wiesbaden: Springer VS.
- Sports Industry Insider (2019). *Saudi Arabia announces \$650million sport funding scheme*, verfügbar unter: <http://www.sportindustryseries.com/sports-industry-insider/saudi-arabia-gsa-sport-650-million-funding/>. Abgerufen am 19.07.2020.
- Steinbeck G. (2018). Muhammad Bin Salman Al Saud an der Macht. Der Kronprinz und die saudi-arabische Außenpolitik seit 2015, in: *SWP-Aktuell*, Ausgabe 71 2017, S. 1-8.
- Suits, B. (2007). The Elements of Sports, in: W. Morgan (Hrsg.): *Ethics in Sports* (S. 9-20)., Champaign: Human Kinetics.
- Vieregg, S. (2010). *Kulturelle Faktoren in der internationalen Geschäftsentwicklung. Onlinebasierte Möglichkeiten des interkulturellen Marketings*, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
- Wang, J. (2006). Public Diplomacy and global business, in: *Journal of Business Strategy*, Vol. 27 Nr.3, S. 41–49.
- Young, C./ Haffejee, B./ Corsun, D. (2017). The relationship between ethnocentrism and cultural intelligence, in: *International Journal of Cultural Relations*, Vol. 58, 2017, S. 31-41.
- Zidan, K. (2019). Sportswashing: how Saudi-Arabia lobbies the US's largest sports bodies, verfügbar unter: <https://www.theguardian.com/sport/2019/sep/02/sportswashing-saudi-arabia-sports-mohammed-bin-salman>. Abgerufen am 17.02.2020.
- Zimmermann, H.-D. (1983). Die feinen Unterschiede oder: Die Abhängigkeit aller Lebensäußerungen vom sozialen Status. Ein Gespräch mit dem französischen Soziologen Pierre Bourdieu, in: *L'80. Demokratie und Sozialismus*, 28, Köln 1983, S. 131-143.