

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Relevanz der Arbeit.....	1
1.2 Ziel und Aufbau der Arbeit.....	2
2 Sozialpsychologische Theorien.....	4
2.1 Prosoziales Verhalten	4
2.2 Soziale Identität	8
2.3 Selbstkategorisierungstheorien.....	12
3 Vorurteile und deren Zusammenhänge in Intergruppenbeziehungen.....	14
3.1 Vorurteile als Einstellung	14
3.2 Vorurteile in gruppenbasierenden Prozessen.....	15
3.3 Möglichkeiten zum Abbau von Vorurteilen.....	18
4 Erlebnisse als sozialpsychologische Grundlage und Teil des Eventmarketings	22
4.1 Abgrenzung von verwandten Begriffen	22
4.2 Bedeutung von Erlebnissen in Events	25
4.3 Erlebnisse als Integrationsinstrument	28
5 Forschungsstand hinsichtlich Integration durch Erlebnisse	31
5.1 Aktueller Forschungsstand	31
5.2 Besonderheiten in Kommunen	34
6 Qualitative Studie	36
6.1 Problemdefinition und Untersuchungsmethode	36
6.2 Rahmenbedingungen und Vorgehensweise.....	38
6.3 Auswertung der Untersuchung	40
6.4 Interpretation der Ergebnisse.....	54
7 Managementimplikationen	64
8 Fazit und Ausblick.....	70
Literaturverzeichnis.....	IV