

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis.....	7
Vorwort.....	9
1. Einleitung: Eine fragile human-built world	11
1.1. Kurzer Themenaufriß	11
1.2. Material Matters	16
1.3. Prozessorientierte Zugänge.....	33
1.4. Aufbau des Buches	36
2. Mediatisierung und die Perspektive der Macher	39
3. Die Genese eines Geschäftsmodells.....	47
3.1. Kommerzialisierung von Fitness in Deutschland	47
3.2. Die Welt eines Geschäftemachers: Gegenwartsimpressionen und Geschichte	52
3.3. Die unliebsame Außenwahrnehmung und Gegenmaßnahmen	57
3.4. Maßnahmen der Medientechnisierung: Unterstützende Handlungsressourcen für das selbstständige Fitness-Treiben	61
3.5. Maßnahmen der Medialisierung: Inszenierung und Umwertung durch massenmediale Präsenz	63
3.6. Maßnahmen der Mediatisierung: Fitness als Planungsakt	67
3.7. Folge der außerorganisationalen Konstruktion: radikalisierte Selbstbezüglichkeit	73
4. Handlungsprobleme im Entstehen eines internetbasierten Geschäftsmodells.....	79
4.1. Vorbemerkungen	79
4.2. Unstete Einbindungswelt	94
4.3. Unstete Dingwelt	120
4.4. Zusammenfassung: Handlungsprobleme und Rückzüge	153

5.	Gegenwartsgesellschaftliche Implikationen.....	155
5.1.	Ausgangspunkt: Materialität und Kultur als zwei Unbekannte .	155
5.2.	Materialität und Kultur: Von der Dinglichkeit zur Symbolizität.....	156
5.3.	Konsum und Kultur: Vom Massenkonsum zum individualisierten Konsum	164
5.4.	Handlungsprobleme und riskante Lösungen beim Zugriff auf den ungreifbaren Konsumenten.....	173
5.5.	Mediatisierung und Materialität: Vorschlag einer zeitgemäßen Erweiterung	177
5.6.	Mediatisierung als Geschäftsmodell: Zusammenführung und Zuspitzung	180
6.	Anmerkungen zum methodischen Vorgehen.....	185
6.1.	Ausgangspunkt: Mediatisierung aus der Innenperspektive.....	185
6.2.	Feldzugang und Felderschließung	190
6.3.	Unternehmen als verschlossene Felder	192
6.4.	Exkurs: Team-Ethnografie und die Kombination teilnehmender Beobachtung und beobachtender Teilnahme	195
6.5.	Datenerhebung, Datenaufbereitung und Datensystematisierung.....	198
6.6.	Forschungsphasen.....	204
6.7.	Hermeneutische Wissenssoziologie und dialogische Interpretation	206
7.	Literaturverzeichnis	211