

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	6
Einleitung	7
1 Schauplatz Hochzeit – Eine Spurensuche	15
1.1 Überblick: Datenmaterial und Erhebungsmethoden	15
1.2 ExpertInnen	16
1.3 Methodologische Überlegungen	18
1.4 Der Prozess der Datensammlung, -analyse und Theorieentwicklung	24
2 „Ritual“ als analytische Werkzeugkiste	33
2.1 Rituale und ihre Definitionen	34
2.2 Fokus Ritualorganisation	40
2.3 Ritualelemente und Ritualstruktur	43
2.4 Agency im rituellen Kontext	46
2.5 Ritual und sozio-kulturelle Ordnung	49
3 Importprodukt Wedding Planning?	
Genese und Vermarktung der Hochzeit in Weiß	56
3.1 Überblick: Professionelle Hochzeitsplanung in Österreich	57
3.2 Der lokale Hochzeits-(Planungs-)Markt und seine KundInnen	62
3.3 Nur keine 08/15-Hochzeit	71
3.4 Die „weiße Hochzeit“ als dominantes kulturelles Muster	74
4 Etablierung ritueller Autorität –	
Für KundInnen das eigene Ritual schaffen	79
4.1 Raum-zeitliche Strukturierung	79
4.2 Ausgestaltung: Ideen-Findung und -Konkretisierung	101
4.3 Intensität des Erlebens ermöglichen – „ritual commitment“	115
4.4 Paar-Identifikation fördern – Männer einbinden	122
5 Zwischenfazit	140
6 Kontrollierter Umgang mit dem „Außen“ –	
Schutz des Brautpaares	147
6.1 Tischordnungen als „Landkarten“ sozialer Ordnung	147
6.2 Rituelle Agency 1: Familien und FreundInnen in der Planung	168
6.3 Rituelle Agency 2: Priestern und Diakonen zuvorkommen	180
6.4 Hochzeitsspiele und -bräuche als Quellen von Kontingenz	190
7 Resümee	207
Bibliographie	215