

TANJA KUBES

Fieldwork on High Heels

Eine ethnographische Studie über Hostessen auf Automobilmessen

[transcript]

Inhalt

Danksagung | 7

Prolog | 9

Einleitung: Boliden, Blech und lange Beine | 11

Im Fokus: Hostessen und Automobilmessen | 16

Aufbau der Arbeit | 23

Methodisches Vorgehen: Kurzer Vorausblick | 26

Wer sind die Akteurinnen? | 28

Automobile und Frauen: Eine lange Geschichte | 32

Methoden: Fieldwork on High Heels | 39

Feldforschung in Ethnologie und Soziologie | 41

Der Einbezug der Sinne | 43

Becoming, doing, being hostess | 52

Forschen auf Automobilmessen | 55

Klassische Methoden der Datenerhebung | 59

Grenzen und Probleme der *totalen Teilhabe* im Feld | 62

Forschungsfeld Automobilmesse | 71

Plattform der Inszenierung: Der Messestand | 76

Akteur*innen am Messestand | 79

Das ‚vertikale Gewerbe‘: Der Begriff *Hostess* | 82

Tätigkeitsbereiche am Messestand | 86

Frauen neben Autos: Die Produktpräsentation | 91

Becoming Hostess: Wie man Hostess wird | 93

Die Hostessenagenturen | 94

Vermessen, kategorisieren und retuschieren: Die Sedcard | 95

Sich live in Szene setzen: Das Casting | 102

Auswahlkriterien der Automobilkonzerne | 107

Das Ausgewähltwerden | 110

Prestigezuweisung und die Präferenz für eine Automobilmarke | 113

Formell Hostess werden: Der Hostessenvertrag | 118

Mit dem Bus in die Produktionsstätte –
das echte Fahrgefühl selbst erleben | 127

Mit Flieger und Luxussschlitten das Upper-Class-Gefühl erfahren | 130

Verortung am Messestand, und wie man lernt, ein Auto zu enthüllen | 131

Die Hostess als schöne Frau | 137

Homogene Hostessenkörper | 143

Hostessenstyling: Einheits-Make-Up und die perfekte Frisur | 145

Uniformierung von Hostessen | 151

Beinbekleidung, High Heels und die idealtypische Hostessenpose | 158

Der Hostessenhabitus | 165

Hostessen als Emotionsarbeiterinnen | 169

Emotionen als Ware | 170

Der Klassiker: Arlie Russell Hochschild und das gekaufte Herz | 172

Doing Emotion oder die Verallgemeinerung von Emotionen? | 176

Produktberatung vs. Produktpräsentation | 178

Emotionsarbeit als Technik und professionelle Kompetenz | 180

***Doing Hostess*: Die Interaktion mit Besucher*innen | 193**

Die Königsdisziplin: Dauerlächeln und Posen | 203

Die Automobilenthüllung | 208

Das Fotografiertwerden und Fotoobjektsein | 212

Hostessen in den Medien | 229

Beine, Beine, Beine | 234

Being hostess: Fragmentierte Identitäten | 238

Ich zeige mich, also bin ich – Selbstverobjektivierung als *Agency*? | 244

Inszenierte Geschlechterdichotomien | 247

Exkurs: Der Security-Mitarbeiter als

hegemonial inszenierter Beschützer | 250

Geschlechtergerechte Personalpolitik oder

Wissensdefizit in Genderfragen? | 252

Heteronormative Messeinszenierung als Vermarktungsstrategie? | 254

Brüche und Veränderungen | 255

Trend zur Diversität? | 260

Zukunft Automobilmesse – Normierung, Heterogenität oder Cyborgs? | 262

Epilog | 265

Quellenverzeichnis | 267

Verwendete Literatur | 267

Zusätzliche Internetquellen | 293

Videos | 295